

BAB II

STRATEGI PEMASARAN DAN DANA PIHAK KETIGA

A. Strategi Pemasaran

1. Pengertian Strategi Pemasaran

Istilah strategi berasal dari kata Yunani *strategeia* (*stratos* = militer, dan *ag* = memimpin), yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seseorang jenderal. Strategi dapat diartikan sebagai suatu rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan militer dan material pada daerah-daerah tertentu untuk mencapai tujuan tertentu.¹

Strategi juga dapat didefinisikan sebagai seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan-keputusan lintas-fungsional yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuannya.²

Sedangkan pengertian pasar menurut Philip Kotler dilihat dari beberapa sisi antara lain:³

- a. Dalam pengertian aslinya: pasar adalah suatu tempat fisik dimana pembeli dan penjual berkumpul untuk mempertukarkan barang dan jasa.
- b. Bagi seorang ekonom: pasar mengandung arti semua pembeli dan penjual yang melakukan transaksi atas barang atau jasa tertentu.

¹Fandy Tjuptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2008), 3.

²Fred R. David, *Manajemen Strategi Konsep*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), 5.

³Marius P. Angipora, *Dasar-Dasar Pemasaran* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1999), 45-46.

- c. Bagi seorang pemasar: pasar adalah himpunan dari semua pembeli nyata dan pembeli potensial daripada suatu produk.

Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya.⁴ Sedangkan pemasaran menurut Siswanto Sutojo adalah usaha menjuruskan dana dan daya milik perusahaan ke arah pemberian kepuasan kepada para pembeli, dengan maksud agar perusahaan dapat menjual hasil produksi, memperoleh laba dan mencapai tujuan perusahaan yang lain.⁵

Banyak definisi yang dikemukakan oleh para pakar marketing. Beberapa definisi pemasaran yang dikemukakan oleh beberapa para ahli, antara lain:⁶

- a. Menurut Abdullah Amrin, pemasaran syariah harus mengandung nilai-nilai iman yang merupakan kependekan dari *ikhtiar*, *manfaat*, *amanah*, dan *nikmat*.⁷
- b. Menurut Philip Kotler, pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia melalui proses pertukaran.

⁴ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1* (Jakarta: Erlangga, 2009), 5.

⁵ Siswanto Sutojo, *Kerangka Dasar Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT. Pustaka Binaman Pressindo, 1988), 1.

⁶ Marius P. Angipora, *Dasar-Dasar Pemasaran*, 3-5.

⁷ Abdullah Amrin, *Pemasaran Asuransi Syariah* (Jakarta: Grasindo, 2007), 6.

c. William J. Stanton mendefinisikan pemasaran dalam dua pengertian dasar yaitu:

1) Dalam arti kemasyarakatan

Pemasaran adalah setiap kegiatan tukar-menukar yang bertujuan untuk memuaskan keinginan manusia. Dalam konteks ini kita perlu melihat dalam wawasan yang lebih luas yaitu:

- a) Siapa yang digolongkan sebagai pemasar
- b) Apa yang dipasarkan
- c) Siapa target atau sasaran pasar

2) Dalam arti bisnis

Pemasaran adalah sebuah sistem dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, memberi harga, mempromosikan, dan mendistribusikan jasa serta barang-barang pemuas keinginan pasar.

Melihat definisi strategi dan pemasaran di atas, maka dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran adalah sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.⁸

Seberapa banyak dana berhasil dihimpun dan seberapa baik dalam pengalokasian dana serta produk bank lainnya sangat dipengaruhi oleh

⁸ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*, 5.

kemampuan dan strategi pasar yang dianut oleh suatu bank, yaitu sebagai berikut:⁹

a. Strategi pemasaran yang diterapkan untuk ini ada beberapa alternatif pilihan, yaitu:

- 1) *Penetrasi pasar*, yaitu upaya memasarkan produk yang telah ada di pasar
- 2) *Pengembangan produk*, yaitu melalui pengembangan produk baru untuk memenuhi permintaan atau kebutuhan pasar yang telah ada
- 3) *Pengembangan pasar*, yaitu memasarkan produk yang telah ada untuk memenuhi kebutuhan pasar baru yang akan dikembangkan
- 4) *Diversifikasi pasar*, yaitu mengembangkan produk baru untuk memenuhi pasar baru

b. Rencana strategi pemasaran

- 1) Menentukan *segment* pasar, melalui pengelompokan dari pasar heterogen menjadi pasar yang homogen
- 2) Memilih pasar yang paling menguntungkan dari beberapa satuan pasar dengan “menetapkan pasar sasaran”, seperti mengelompokkan menjadi *segment* pasar: areal bisnis (perkantoran, pertokoan), lingkungan perguruan tinggi
- 3) Mengidentifikasi posisi pasar yang telah ada dipasar dengan “menentukan posisi pasar” untuk menentukan posisi secara tepat

⁹ Veithzal Rivai dan Arvian Arifin, *Islamic Banking*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), 572-573.

- 4) Memilih strategi yang tepat yang akan dipergunakan dalam memasuki pasar (misalnya: melalui ATM bersama, promosi bersama, mengembangkan produk sendiri yang telah ada, memodifikasi produk yang telah ada)
 - 5) Memilih instrumen yang tepat dalam menarik minat masyarakat melalui “pengembangan bauran pemasaran”
 - 6) Memilih waktu yang tepat dalam memasarkan produk bank (seperti: selama bulan ramadhan, lebaran atau liburan sekolah)
- c. Fungsi strategi pemasaran bagi perusahaan
- 1) Sebagai respon organisasi untuk menanggapi dan menyesuaikan diri terhadap lingkungan sepanjang siklus bisnis
 - 2) Sebagai upaya untuk membedakan dirinya dari pesaing dengan menggunakan kekuatan korporat untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang lebih baik dalam lingkungan tertentu
 - 3) Sebagai kunci keberhasilan dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis, memberikan kesatuan arah bagi semua citra internal perusahaan
 - 4) Sebagai pedoman dalam mengalokasikan sumber daya dan usaha organisasi
 - 5) Sebagai alat fundamental untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan dalam melayani pasar sasaran

2. *Segmenting, Targeting, Positioning*

Tujuan utama strategi *segmenting, targeting, dan positioning* adalah memposisikan suatu *merk* dalam benak konsumen sedemikian rupa sehingga *merk* tersebut memiliki keunggulan kompetitif berkesinambungan. Konsep *segmenting* pasar pertama kali diperkenalkan oleh Wendell R. Smith pada tahun 1956 dalam artikel terkenalnya berjudul “*Product Differentiation and Market Segmenttation as Alternative Marketing Strategies*” yang dimuat di *Journal of Marketing*.

a. *Segmenting*

Segmenting atau segmentasi adalah proses mengelompokkan pasar keseluruhan yang heterogen ke dalam kelompok-kelompok yang sama dalam hal kebutuhan, keinginan, perilaku dan atau respon terhadap program pemasaran spesifik. *Segmenting* pasar merupakan konsep pokok yang mendasari strategi pemasaran perusahaan dan pengalokasian sumber daya yang harus dilakukan dalam rangka mengimplementasikan program pemasaran.¹⁰ *Segment* pasar terdiri dari sekelompok pelanggan yang memiliki kesamaan dalam hal tuntutan kepuasan terhadap suatu produk.

b. *Targeting*

Targeting merupakan proses mengevaluasi dan memilih satu atau beberapa *segment* pasar yang dinilai paling menarik untuk dilayani dengan program pemasaran spesifik perusahaan. Kriteria evaluasi yang

¹⁰ Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik edisi kedua*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2012), 150.

digunakan meliputi ukuran dan potensi pertumbuhan *segment*, karakteristik struktural *segment*, dan kesesuaian antara produk dan pasar.

c. *Positioning*

Positioning adalah tindakan merancang penawaran dan citra perusahaan dalam rangka meraih tempat khusus dan unik dalam benak pasar sasaran sedemikian rupa sehingga dipersepsikan lebih unggul dibandingkan para pesaing. Untuk menciptakan *positioning* yang tepat untuk suatu produk, pemasar harus mengkomunikasikan dan memberikan manfaat-manfaat tertentu yang dibutuhkan pasar sasaran.¹¹ Secara garis besar, implementasi *positioning* terdiri atas tiga langkah utama yang saling berkaitan erat:

- 1) Memilih konsep *positioning*
- 2) Merancang dimensi atau fitur yang paling efektif dalam mengkomunikasikan posisi
- 3) Mengkoordinasikan komponen bauran pemasaran untuk menyampaikan pesan secara konsisten.

3. Bauran pemasaran (*marketing mix*)

Bauran Pemasaran adalah campuran dari variabel-variabel pemasaran yang dapat dikendalikan yang digunakan oleh suatu perusahaan untuk mengejar tingkat penjualan yang diinginkan dalam pasar sasaran.¹²

a. Produk

¹¹ Ibid, 158

¹² Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 1994), 94.

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasaran untuk diperhatikan, dibeli, digunakan atau dikonsumsi. Istilah produk mencakupi benda-benda fisik, jasa-jasa, kepribadian, tempat-tempat, organisasi, dan ide-ide.¹³ Menurut Simorangkir produk perbankan adalah instrument atau perangkat yang dibeli dan dijual oleh bank. Produk yang dijual oleh bank sangat banyak, karena bank dapat menciptakan berbagai jenis produk sesuai dengan keinginan nasabah.

Dalam menentukan produk bank yang akan ditawarkan ke pasar, para eksekutif bank terlebih dahulu harus melakukan perencanaan produk. Produk bank dapat dibedakan atas dasar penggolongan sebagai berikut:

- 1) Penggolongan produk berdasarkan pelayanannya
- 2) Penggolongan produk berdasarkan jenis konsumen seperti pedagang besar, pedagang kecil, *eksportir*, lembaga pemerintah, lembaga keuangan dan bank lain, perorangan dan lain-lain.
- 3) Penggolongan produk berdasarkan pola pembelian, misalnya dalam pelayanan simpanan giro cara pengambilannya bisa secara tunai, *cek*, ataupun *giro bilyet*.

b. Harga

Produk bank dapat dibedakan antara:

- 1) Produk pada sisi passiva dari neraca bank, seperti tabungan, giro, dan deposito atau simpanan masyarakat.

¹³ Philip kotler, *Manajemen Pemasaran II*, (Jakarta: Erlangga, 1983), 3.

2) Produk pada sisi aktiva dari neraca bank seperti kredit.

Dengan perbedaan yang demikian, penetapan harga dari masing-masing produk sangat bertolak belakang. Harga produk bank dari sisi *passiva* (simpanan masyarakat sebagai nasabah) diusahakan serendah-rendahnya atau murah sedangkan pada sisi aktiva (kredit yang diberikan kepada debitur kredit) diusahakan tinggi agar terhindar terjadinya negative spread. Penetapan strategi harga bagi produk-produk perbankan ditentukan antara lain oleh:

- a) *Cost of loanable funds* yang diperhitungkan serendah mungkin
 - b) Tingkat suku bunga SBI serta ketentuan bank Indonesia yang berlaku
 - c) Tingkat harga yang dipasang oleh pesaing
 - d) Profit margin yang layak
- c. Tempat

Dalam bisnis perbankan, sebagai salah satu jenis bisnis yang menawarkan jasa. Faktor tempat sangat mempengaruhi pertimbangan dalam mendirikan sebuah cabang baru. Pada bisnis perbankan tradisional, jaringan pemasaran lebih dititikberatkan pada perbedaan fungsi kontrol terhadap pelaksanaan perdagangan jasa perbankan yang ditentukan berdasarkan pertimbangan struktur organisasi, pembagian wilayah, serta kewenangan dalam mengambil keputusan. Dengan

demikian, dalam bisnis perbankan dikenal dengan adanya kantor pusat, cabang utama, cabang pembantu, kantor kas, dan seterusnya.¹⁴

d. Promosi

Di dalam dunia pemasaran, kegiatan memperkenalkan produk, meyakinkan dan mengingatkan kembali manfaat produk kepada para pembeli, lazim disebut kegiatan promosi.¹⁵ Kegiatan promosi dapat dilakukan dengan secara langsung menghubungi calon nasabah atau melalui media komunikasi massa seperti koran, majalah, televisis, radio, bioskop, papan reklame, layar, dan gambar tempel. Selain itu kegiatan promosi penjualan ini juga dapat dilakukan dengan mengadakan atau mengikuti pameran. Tujuan digunakan strategi promosi ini adalah untuk mempromosikan bank sebagai suatu *image* dan mempromosikan salah satu produk unggulan dari bank yang bersangkutan.¹⁶

Dengan adanya strategi pemasaran maka implementasi program dalam mencapai tujuan organisasi dapat dilakukan secara aktif, sadar, dan rasional tentang bagaimana suatu *merk* atau lini produk mencapai tujuannya dalam lingkungan bisnis.

B. Dana Pihak Ketiga

1. Pengertian Dana Pihak Ketiga

¹⁴ Siswanto Sutojo, *Kerangka Dasar Manajemen Pemasaran*,, 175-177.

¹⁵ *Ibid.*, 178.

¹⁶ Lukman Dendiwijaya, *Manajemen Perbankan edisi kedua*, (Bogor: Bhalira Indonesia, 2005)

Dana pihak ketiga adalah dana yang berasal dari masyarakat luas yang merupakan sumber dana terpenting bagi kegiatan operasional suatu bank dan merupakan ukuran keberhasilan bank jika mampu membiayai operasionalnya dari sumber dana ini.¹⁷ Dana pihak ketiga ini dihimpun oleh bank dengan melalui berbagai macam produk dana yang ditawarkan kepada masyarakat luas yang menaruh kepercayaan terhadap bank yang bersangkutan untuk menyimpan dan memutarakan uangnya untuk kemudian ditarik kembali pada saat jatuh temponya dengan imbalan bunga maupun capital gain dari bank tersebut.¹⁸

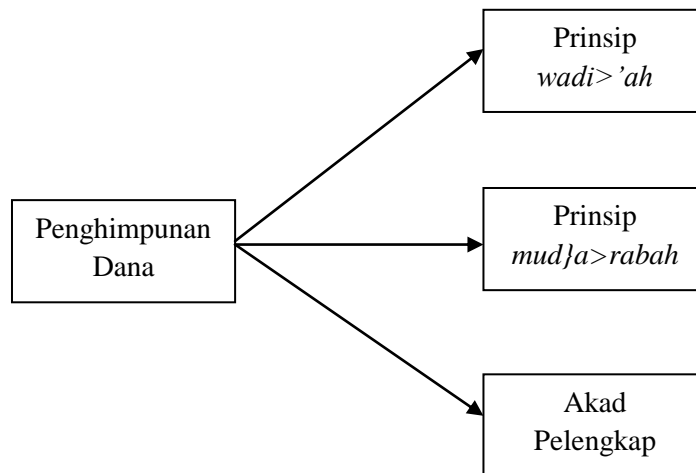
Penghimpunan dana pada bank syariah dapat berbentuk tabungan, giro, dan deposito. Prinsip operasional syariah yang diterapkan dalam penghimpunan dana masyarakat adalah prinsip *wadi'ah* dan *mudharabah*.

Gambar 2.1

Penghimpunan Dana Perbankan Syariah

¹⁷ Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011), 64.

¹⁸ Teguh Pudjo Muljono, *Bank Budgeting Profit Planning dan Control*, (Yogyakarta: BPFE, 1996), 153.



2. Macam-Macam Produk Dana Pihak Ketiga¹⁹

- a. Tabungan adalah simpanan pihak ketiga pada bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu.
- b. Giro adalah simpanan pihak ketiga pada bank yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan mempergunakan cek, surat perintah pembayaran lainnya atau dengan cara pemindahbukuan.
- c. Deposito atau simpanan berjangka adalah simpanan pihak ketiga pada bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan dalam jangka waktu tertentu menurut perjanjian antara pihak ketiga dan bank yang bersangkutan.

¹⁹ Muchdarsyah Sinungan, *Manajemen Dana Bank edisi kedua*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 1993), 88-91.

3. Macam-macam akad dalam dana pihak ketiga

a. *Wadi>'ah*

1) Pengertian *Wadi>'ah*

Wadi>'ah dapat diartikan sebagai titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum, yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penitip menghendaki.²⁰

Secara etimologi *wadi>'ah* berarti titipan (*amanah*). Kata *al-wadi>'ah* berasal dari *wada'a* (*wada'a-yada'u-wad'an*) yang berarti membiarkan atau meninggalkan sesuatu. Singkatnya *wadi>'ah* adalah sesuatu yang dititipkan.

Secara terminologi, *wadi>'ah* memiliki dua definisi besar yang dikemukakan ulama fiqih madzab Hanafiyah berpendapat bahwa *wadi>'ah* bermakna penitipan (merupakan suatu hal dari mengikutsertakan orang lain dalam menjaga barangnya. Sedangkan Syafiiyah, Hanabilah dan Malikiyah cenderung mengartikan *wadi>'ah* dengan arti mewakili orang lain untuk memelihara harta tertentu dengan cara tertentu.²¹

Berdasarkan istilah *wadi>'ah* disimpulkan sebagai akad yang dilakukan oleh dua pihak dalam hal penitipan barang agar dijaga dengan baik. Sementara itu, UU No 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah merumuskan akad *wadi>'ah* ini sebagai penitipan barang atau uang antara pihak yang mempunyai barang

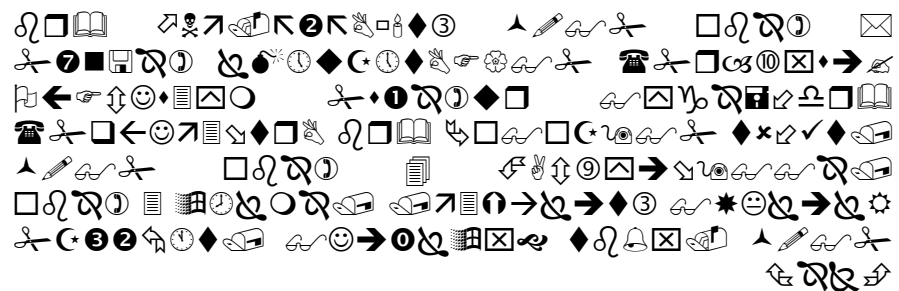
²⁰ Ritonga dkk, *Ekonomi SMA*, (Jakarta: Erlangga, 2005), 177.

²¹ Fahmi Lubis, "Wadiah", dalam <http://fachmieloebiez.blogspot.com/2013/06/wadiah.html> diakses pada tanggal 30 juni 2014, 09:01.

atau uang dan pihak yang diberi kepercayaan. Hal itu bertujuan menjaga keselamatan, keamanan, dan keutuhan barang atau uang.²²

2) Landasan *Hukum Wadi>'ah*

Asal hukum *al-wadi>'ah* adalah boleh (*mubah*). Syarat bagi pihak yang diberi tanggung jawab dalam pemeliharaan kepemilikan orang lain tersebut harus terdapat jaminan dalam penjagaannya. Dalam hal ini, jumbuh ulama fiqih sependapat mengenai *wadi>'ah* sebagai salah satu akad dalam rangka tolong menolong antara sesama manusia. Al-Qur'an surat An-Nisa ayat 58 menyebutkan:



”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.”²³

Menurut para ahli tafsir, ayat ini berkaitan dengan penitipan kunci Ka'bah kepada Usman ibn T>}alhah (seorang sahabat Nabi) sebagai amanat dari Allah swt. Dalam surah Al-Baqarah ayat 283 disebutkan:

²² Undang-undang No 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

²³Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Saudi Arabia: Lembaga Percetakan Al-Qur'an Raja Fadh), 128.

....فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمَّا نَتَهُ....

”.... Hendaklah orang dipercayai itu menunaikan amanat ...²⁴.

Di dalam hadis Rasulullah menyebutkan:

أَدِّ الْأَمَانَةَ إِلَى مَنِ اتَّمَمْتَهَا وَلَا تَخُنْ مَنْ خَانَكَ (رواه أبو داود والترمذي
والحاكم)

”Hendaklah amanat orang yang mempercayai Anda dan janganlah Anda mengkhianati orang yang mengkhianati Anda.” (HR. Abu Daud, Tirmidzi dan Hakim).

Dasar *ijma'* yaitu ulama sepakat diperbolehkannya *wadi>'ah*.

Ia termasuk ibadah sunah. Dalam kitab *Mubdi*, disebutkan *ijma'* dalam setiap masa memperbolehkan *wadi>'ah*. Dalam kitab *Isjfa* juga disebutkan bahwa ulama sepakat bahwa *wadi>'ah* termasuk ibadah sunah dan menjaga barang titipan itu mendapatkan pahala.²⁵

Sedangkan, Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) No: 01/DSN MUI/IV/2000 menetapkan bahwa giro yang dibenarkan oleh syara adalah giro berdasarkan prinsip *mud}a>rabah* dan *wadi>'ah*.

Demikian juga, tabungan *wadi>'ah* dapat dibenarkan. Hal ini berdasarkan Fatwa DSN No: 02//DSN-MUI/IV/2000 yang menyatakan bahwa tabungan yang dibenarkan adalah yang berdasarkan prinsip *mud}a>rabah* dan *wadi>'ah*.²⁶

²⁴ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Saudi Arabia: Lembaga Percetakan Al-Qur'an Raja Fadh), 71.

²⁵ Abdullah bin Muhammad ath-Thayyar, *Ensiklopedi Fiqh Muamalah dalam Pandangan 4 Mazhab* (Yogyakarta: Maktabah al-Hanif, 2009), 390.

²⁶ Fatwa DSN MUI tersebut terdapat dalam: http://www.mui.or.id/index.php?option=com_content&view=article&id=149:fatwa-dsn-mui-no-02dsn-muiiv2000-tentang-t-a-b-u-n-g-a-n-&catid=57:fatwa-dsn-mui diakses pada 30 juni 2014, 09:35.

3) Rukun dan Syarat *Wadi>'ah*

a) Rukun *Wadi>'ah*

Menurut jumbuh ulama, rukun *wadi>'ah* ada tiga, yaitu (1) orang yang berakad, (2) barang titipan, dan (3) *sigah, ijab* dan *qabul*.²⁷

b) Syarat *Wadi>'ah*

Dalam hal ini, persyaratan *wadi>'ah* mengikat antara *muwaddi>'*, *wadi>'* dan *wadi>'ah*. *Muwaddi>'* dan *wadi>'* disyaratkan harus sama-sama dewasa, berakal, dan dewasa. Sementara itu, *wadi>'ah* disyaratkan harus berupa suatu harta yang berada dalam kekuasaan/tangannya secara nyata. Dari tiga persyaratan mengikat di atas, masing-masing syarat juga memiliki syarat lain, yaitu :

(1) Syarat-syarat benda yang ditiptkan, yaitu:²⁸

- (a) Benda yang ditiptkan disyaratkan harus benda yang bisa disimpan. Apabila benda tersebut tidak bisa disimpan, seperti burung di udara atau benda yang jatuh ke dalam air, *wadi>'ah* tidak sah. Sementara itu, apabila hilang, tiada kewajiban untuk mengganti. Syarat ini dikemukakan oleh ulama-ulama Hanafiah.

²⁷ Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syari'ah dari Teori ke Praktik*. (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), 111.

²⁸Abdurrahman al-Jaziri, *Al-Fiqh 'ala al-Madzahib al-Arba'ah*, Juz 3 (Beirut: Dar al-Kutub al-Ilmiyah, 2004), 249.

(b) Syafiiyah dan Hanabilah mensyaratkan benda yang dititipkan harus benda yang mempunyai nilai (*qi>mah*) dan dipandang sebagai *ma>l*, walaupun berupa benda tersebut merupakan benda najis. Misalnya. anjing yang bisa dimanfaatkan untuk berburu atau menjaga keamanan. Apabila benda tersebut tidak memiliki nilai, seperti anjing yang tidak ada manfaatnya, *wadi>'ah* tersebut tidak sah.

(2) Syarat *S}igat*

S}igat adalah ijab dan qabul. Syarat *s}ig}at* adalah *ijab* harus dinyatakan dengan ucapan dan perbuatan. Ucapan adakalanya tegas (*s}arih*) dan adakalanya dengan sindiran (*kinayah*). Malikiyah menyatakan bahwa lafal dengan kinayah harus dengan disertai niat, misalnya lafal yang *s}arih*: "Saya menitipkan barang ini kepada Anda". Sedangkan, lafal sindiran "Berikan kepadaku mobil ini". Pemilik mobil menjawab, "Saya berikan mobil ini kepada Anda". Kata "berikan" mengandung arti *hibah* dan *wadi>'ah* (titipan).²⁹

²⁹ Ibid., 250.

(3) Syarat orang yang menipikan (*al-mudi*)

(a) Berakal. Berakal dalam fiqh diartikan sebagai orang yang dapat membedakan mana yang baik dan mana yang buruk. Sehingga dari definisi tersebut orang gila dan anak kecil yang masih belum mengerti baik dan buruk tidak termasuk dalam kategori berakal (*Mumayyi>z*).

(b) Balig. Syarat ini dikemukakan oleh ulama Syafiiyah. Dengan demikian menurut Syafiiyah, *wadi>'ah* tidak sah apabila dilakukan dengan anak yang belum balig. Tetapi menurut Hanafiah, balig tidak menjadi syarat *wadi>'ah* sehingga bagi kalangan Hanafiah *wadi>'ah* tanpa adanya kebaligan hukumnya sah dengan syarat sesuatu yang dilakukan oleh anak *mumayyiz* dan atas persetujuan dari walinya.

(4) Syarat orang yang dititipi (*al-muda*)

(a) Berakal. Berakal dalam fiqh diartikan sebagai orang yang dapat membedakan mana yang baik dan mana yang buruk. Sehingga dari definisi tersebut orang gila dan anak kecil yang masih belum mengerti baik dan buruk tidak termasuk dalam kategori berakal (*Mumayyi>z*).

(b) Balig. Syarat ini dikemukakan oleh Jumhur ulama. Akan tetapi, Hanafiah tidak menjadikan balig sebagai syarat

untuk orang yang dititipi, tetapi cukup ia sudah *mumayyiz*.

- (c) Malikiyah mensyaratkan orang yang dititipi harus orang yang diduga kuat, mampu menjaga barang yang dititipkan kepadanya.

4) Hukum Menerima Benda Titipan

Menurut keadaannya, hukum menerima *wadi>'ah* ada empat,³⁰ yaitu:

a) Wajib

Hukum menerima *wadi>'ah* wajib bagi orang yang sanggup disertai (dititipi) oleh orang lain dan hanya dia satu-satunya orang yang dipandang sanggup. Begitu juga, apabila orang yang menitipi itu dalam keadaan darurat.

b) Sunah

Hukum menerima *wadi>'ah* sunah bagi orang yang merasa sanggup disertai suatu amanat. Sehingga, ia dapat menjaga barang yang diamanatkan dengan sebaik-baiknya.

c) Makruh

Hukum menerima *wadi>'ah* makruh bagi orang yang sanggup, namun tidak memiliki kepercayaan diri dalam menjaga amanat itu dengan baik. Sehingga, dimungkinkan di lain hari berikutnya tidak dapat mempertanggungjawabkannya.

³⁰ Labib Mz Harniawati, *Risalah Fiqih Islam* (Surabaya: Bintang Usaha Jaya, 2006), 773.

d) Haram

Hukum menerima *wadi>'ah* haram bagi orang yang benar-benar tidak sanggup untuk disertai suatu amanat.

5) Rusak dan Hilangnya Benda Titipan

Jika orang yang menerima titipan mengaku bahwa benda-benda titipan telah rusak tanpa unsur kesengajaan darinya, ucapan tersebut harus disertai dengan sumpah supaya perkataan itu kuat kedudukannya menurut hukum. Namun demikian, Ibn al-Munzil berpendapat bahwa pernyataan orang bersangkutan sudah dapat diterima ucapannya secara hukum tanpa dibutuhkan adanya sumpah.

Menurut Ibn Taimiyah, apabila seseorang yang memelihara benda-benda titipan mengaku benda-benda titipan dicuri, sedangkan pada kenyataannya tidak, orang yang menerima benda titipan wajib menggantinya.³¹ Seperti ditegaskannya dalam kitab *Mukhtasar al-Fatawa*: "Barang siapa mengaku bahwa dia menjaga barang titipan bersama hartanya, kemudian barang itu dicuri, sementara hartanya sendiri tidak, maka ia wajib bertanggung jawab.

6) Kecerobohan yang Menyebabkan Tanggungan

Pada dasarnya, orang yang disertai suatu amanat itu tidak berhak untuk menanggung risiko apapun, baik barang yang diamanatkan itu rusak maupun hilang. Hal ini berdasarkan hadis} yang diriwayatkan oleh Ibn Majah dari Amr ibn Syu'abi dari

³¹ Hendi Sufendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2002), 185.

ayahnya dari kakeknya, Nabi Muhammad saw bersabda: "Barang siapa yang menerima titipan, maka baginya tidak usah ada jaminan." Akan tetapi, kerusakan dan kehilangan barang yang diamanatkan itu yang disebabkan oleh kecerobohan, maka wajib bagi orang yang diberi tanggung jawab atas barang titipan tersebut untuk menanggungnya. Hal itu dapat dilakukan dengan cara mengganti atau memperbaiki barang tersebut. Adapun bentuk kecerobohan dari orang yang disertai amanat yang sangat mengakibatkan timbulnya tanggungan sebagai berikut:

- (a) tidak disimpan di tempat yang wajar,
- (b) dititipkan kepada orang lain tanpa seizin pemiliknya,
- (c) dipergunakan tanpa izin pemiliknya sehingga rusak,
- (d) disia-siakan,
- (e) tidak terlalu memperhatikan dalam pemeliharaan sehingga hilang,
- (f) berkhianat, maksudnya ketika pemiliknya mengambil barang tersebut ia tidak memberikannya,
- (g) bila penerima amanat dalam keadaan sakit parah tidak meninggalkan wasiat, ahli warisnya tidak mengetahui kalau orang tuanya disertai amanat oleh seseorang.

Wadi>'ah berakhir ketika salah satu dari pihak meninggal dunia atau gila atau meminta berhenti, baik itu orang yang memberi amanat (menitipkan) maupun orang yang disertai amanat tersebut.

7) Pembagian *Wadi>'ah*

Secara umum, terdapat dua jenis *wadi>'ah*, yaitu:

a) *Wadi>'ah yad al-ama>nah* (*Trustee Defostery*)

Al-wadi>'ah yad al-ama>nah adalah barang atau harta yang dititipkan oleh pihak pertama (penitip) kepada pihak lain (bank) untuk memelihara (disimpan) barang atau uang tanpa mengelola barang atau harta tersebut. Pihak lain (bank) tidak dibebankan terhadap kerusakan atau kehilangan pada barang atau harta titipan selama hal tersebut. Aplikasinya di perbankan, yaitu *safe deposit box*.³²

Wadi>'ah jenis ini memiliki karakteristik sebagai berikut:

- (1) Harta atau barang titipan tidak boleh dimanfaatkan dan digunakan oleh penerima titipan.
- (2) Penerima titipan hanya berfungsi sebagai penerima amanah yang bertugas dan berkewajiban untuk menjaga barang yang dititipkan tanpa boleh memanfaatkannya.
- (3) Sebagai kompensasi, penerima titipan diperkenankan untuk membebaskan biaya kepada yang menitipkan.
- (4) Mengingat barang atau harta yang dititipkan tidak boleh dimanfaatkan oleh penerima titipan, aplikasi perbankan yang memungkinkan untuk jenis ini adalah jasa penitipan atau *safe deposit box*.

³² Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah dari Teori ke Praktik*, 110.

b) *Wadi>'ah yad ad}-d}amanah (Guarantee Depository)*

Wadi>'ah ini merupakan barang atau harta yang dititipkan oleh pihak pertama (nasabah) kepada pihak lain (bank). Pihak lain bertugas untuk memelihara barang atau harta disertai pemanfaatannya dengan seizin pemilik dan menjamin untuk mengembalikan titipan tersebut secara utuh setiap saat. Konsekuensi *wadi>'ah* ini adalah jika uang tersebut dikelola pihak lain (bank) dan mendapat keuntungan, seluruh keuntungan menjadi milik pihak lain (bank). Di samping itu, bank boleh memberikan bonus atau hadiah pada pihak pertama (nasabah) dengan dasar tidak ada perjanjian sebelumnya. Aplikasinya di perbankan, yaitu tabungan dan giro tidak berjangka.³³

Wadi>'ah jenis ini memiliki karakteristik sebagai berikut:

- (1) Harta atau barang titipan boleh dimanfaatkan oleh yang menerima titipan.
- (2) Karena dimanfaatkan, barang dan harta yang dititipkan tersebut tentu dapat menghasilkan manfaat. Sekalipun demikian, tidak ada keharusan bagi penerima titipan untuk memberikan hasil manfaat kepada si penitip.
- (3) Produk perbankan sesuai dengan akad ini.

³³ Nasroen Harun, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Gema Media Pratama, 2007), 103.

Prinsip *wadi>'ah yad ad}-d}amanah* inilah yang secara luas kemudian diaplikasikan dalam dunia perbankan syari'ah dalam bentuk produk-produk pendanaan.

c) *Wadi>'ah Yad al-Ama>nah* Berubah Menjadi *Wadi>'ah Yad ad}-d}amanah*

Perubahan *wadi>'ah* yang bersifat *ama>nah* berubah menjadi *wadi>'ah* yang bersifat *d}amanah* (ganti rugi) disebabkan beberapa kemungkinan. Kemungkinan-kemungkinan tersebut antara lain:³⁴

- (1) Barang titipan tidak dipelihara oleh pihak yang dititipi. Sehingga, bila terdapat seseorang yang hendak merusak barang/benda titipan, penerima titipan tidak dapat mencegahnya, maka *wadi>'ah ama>nah* akan menjadi *d}amanah*.
- (2) Barang atau benda titipan itu dimanfaatkan oleh penerima titipan sehingga rusak atau hilang. Dalam perjanjiannya, barang titipan tersebut seharusnya dipelihara bukan dimanfaatkan.
- (3) Orang yang dititipi mengingkari ada barang titipan kepadanya. Oleh sebab itu, sebaiknya dalam akad *wadi>'ah* disebutkan jenis barangnya dan jumlahnya ataupun sifat-sifat

³⁴ M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam: Fiqh Mu'amalat* (Jakarta: Rajawali Pers, 2003), 249.

lain sehingga apabila terjadi keingkaran dapat ditunjukkan buktinya.

- (4) Orang yang menerima titipan mencampuradukkan barang titipan dengan barang pribadinya sehingga (sekiranya ada yang rusak atau hilang) sukar untuk menentukan.
- (5) Orang yang menerima titipan itu tidak menepati syarat-syarat yang dikemukakan oleh penitip, seperti tempat penyimpanan dan syarat-syarat lainnya.

Dalam *wadi>'ah yad ad-d}amanah* pihak yang dititipi (bank) bertanggung jawab atas keutuhan harta titipan sehingga ia boleh memanfaatkan harta titipan tersebut. karena *wadiyah* yang diterapkan dalam produk giro perbankan ini juga disifati dengan *yad ad}-d}amanah*, maka nasabah disini bertindak sebagai yang meminjamkan uang dan bank bertindak sebagai yang dipinjami.³⁵

Ketentuan umum dari produk ini adalah:

- (1) Keuntungan atau kerugian dari penyaluran dana menjadi hak milik atau ditanggung bank, sedang pemilik dana tidak dijanjikan imbalan dan tidak menanggung kerugian. Bank dimungkinkan memberikan bonus kepada pemilik dana sebagai suatu insentif untuk menarik dana masyarakat namun tidak boleh diperjanjikan dimuka.

³⁵ Fahrur Ulum, *Perbankan Syariah di Indonesia*, (Surabaya: CV. Putra Media Nusantara, 2011), 103-104.

- (2) Bank harus membuat akad pembukaan rekening yang isinya mencakup izin penyaluran dana yang disimpan dan persyaratan lain yang disepakati selama tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Khusus bagi pemilik rekening giro, bank dapat memberikan buku cek, bilyet giro, dan debit card.
- (3) Terhadap pembukaan rekening ini bank dapat mengenakan pengganti biaya administrasi untuk sekedar menutupi biaya yang benar-benar terjadi.
- (4) Ketentuan-ketentuan lain yang berkaitan dengan rekening giro dan tabungan tetap berlaku selama tidak bertentangan dengan prinsip syariah.

b. Mudharabah

1) Pengertian *Mudharabah*

Arti *mudharabah* atau *qiradh* termasuk salah satu bentuk akad *syirkah* (perkongasian). Istilah *mudharabah* digunakan oleh orang Irak, sedangkan orang Hijaz menyebutnya dengan istilah *qiradh*. Menurut bahasa, *qiradh* (الْقِرَادُ) diambil dari kata الْقَرَضُ yang berarti الْقَطْعُ (potongan), sebab pemilik memberikan potongan dari hartanya untuk diberikan kepada pengusaha agar mengusahakan harta tersebut, dan pengusaha akan memberikan potongan laba yang diperoleh. Dalam pengertian *mudharabah* menurut istilah adalah pemilik harta (*shahibul maal*) menyerahkan modal kepada pengusaha untuk

berdagang dengan modal tersebut, dan laba dibagi diantara keduanya berdasarkan persyaratan yang disepakati.³⁶

Sedangkan prinsip *mud{a>rabah* dalam pengaplikasiannya di bank adalah penyimpan atau deposan bertindak sebagai *s}a>h}ib al-ma>l* (pemilik modal) dan bank sebagai *mud}a>rib* (pengelola).

2) Landasan hukum *mud{a>rabah*

a) Al-Qur'an

... وَأَخْرُوجُونَ فِي الْأَرْضِ يَبْتَغُونَ مِنْ فَضْلِ اللَّهِ... (٢٠)

20. "... dan orang-orang yang berjalan di muka bumi mencari sebagian karunia Allah ..."³⁷

b) *Ijma'*

Diantara *ijma'* dalam *mud{a>rabah*, adanya riwayat yang menyatakan bahwa jamaah dari sahabat menggunakan harta anak yatim untuk *mud{a>rabah*. perbuatan tersebut tidak ditentang oleh sahabat lainnya.³⁸

c) *Qiyas*

Mud{a>rabah diqiyaskan kepada *al-musyaaqah* (menyuruh seseorang untuk mengelola kebun). Selain diantara manusia, ada yang miskin dan ada pula yang kaya. Di satu sisi, banyak orang kaya yang tidak dapat mengusahakan hartanya. Di sisi lain, tidak sedikit orang miskin yang mau bekerja, tetapi tidak memiliki modal.

³⁶ Rachmat Syafe'i, *Fiqh Muamalah* (Bandung: Pustaka Setia, 2001), 223-224.

³⁷ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Saudi Arabia: Lembaga Percetakan Al-Qur'an Raja Fadh), 990.

³⁸ Alauddin al-Kasani, *Bada'i Ash-Shana'i fi Tartib Asy-Syara'i*, juz VI, 79.

Dengan demikian, adanya *mud{a>rabah* ditujukan antara lain untuk memenuhi kebutuhan kedua golongan di atas, yakni untuk kemaslahatan manusia dalam rangka memenuhi kebutuhan mereka.

3) Rukun dan syarat *Mud{a>rabah*

a) Rukun *Mud{a>rabah*

Menurut Jumhur ulama, rukun *mud{a>rabah* ada tiga, yaitu (1) dua orang yang melakukan akad (*al-aqidani*), (2) modal (*ma'qud alaih*), (3) shighat (*ija>b dan qabu>l*)

b) Syarat *Mud{a>rabah*

1) Syarat Aqidani

Disyaratkan bagi orang yang akan melakukan akad, yakni pemilik modal dan pengusaha adalah ahli dalam mewakili atau menjadi wakil, sebab *mud{arib* mengusahakan harta pemilik modal, yakni menjadi wakil. Namun demikian, tidak disyaratkan harus muslim. *mud{a>rabah* dibolehkan dengan orang *kafir dzimmi* atau orang kafir yang dilindungi di negara islam. Adapun ulama Malikiyah memakruhkan *mud{a>rabah* dengan *kafir dzimmi* jika mereka tidak melakukan *riba>* dan melarangnya jika mereka melakukan *riba>*.

2) Syarat modal

(a) Modal harus berupa uang seperti dinar, dirham, atau sejenisnya.

(b) Modal harus diketahui dengan jelas dan memiliki ukuran.

(c) Modal harus ada, bukan berupa hutang, tetapi tidak berarti harus ada di tempat akad. Juga dibolehkan mengusahakan harta yang dititipkan kepada orang lain, seperti mengatakan, “*ambil harta saya di si fulan kemudian jadikan modal usaha!*”

4) Manfaat *Mudharabah*

- a) Bank akan menikmati peningkatan bagi hasil pada saat keuntungan usaha nasabah meningkat
- b) Bank tidak berkewajiban membayar bagi hasil kepada nasabah pendanaan secara tetap, tetapi disesuaikan dengan pendapatan atau hasil usaha bank sehingga bank tidak akan pernah mengalami *negative spread*.
- c) Pengembalian pokok pembiayaan disesuaikan dengan *cash flow* atau arus kas usaha nasabah sehingga tidak memberatkan nasabah.
- d) Bank akan lebih selektif dan hati-hati mencari usaha yang benar-benar halal, aman, dan menguntungkan karena keuntungan yang konkret dan benar-benar terjadi itulah yang akan dibagikan.

5) Aplikasi dalam perbankan

- a) Tabungan berjangka, yaitu tabungan yang dimaksudkan untuk tujuan khusus, seperti tabungan haji, tabungan kurban, dan sebagainya, serta deposito biasa.

b) Deposito spesial (*special investment*), dimana dana yang dititipkan nasabah khusus untuk bisnis tertentu³⁹

6) Pembagian *Mud{a>rabah*

a) *Mud{a>rabah Mut}laqah*

Arti *mud{a>rabah mut}laqah* menurut fiqh adalah penyerahan modal seseorang kepada pengusaha tanpa memberikan batasan.⁴⁰

Penerapan *mud{a>rabah mut}laqah* dapat berupa tabungan dan deposito sehingga terdapat dua jenis penghimpunan dana, yaitu: tabungan *mud{a>rabah* dan deposito *mud{a>rabah*⁴¹. Berdasarkan prinsip ini tidak ada pembatasan bagi bank dalam menggunakan dana yang dihimpun.

Ketentuan umum dalam produk ini adalah:

- (1) Bank wajib memberitahukan kepada pemilik dana mengenai nisbah dan tata cara pemberitahuan keuntungan dan atau pembagian keuntungan secara resiko yang dapat ditimbulkan dari penyimpanan dana. Apabila telah tercapai kesepakatan; maka hal tersebut harus dicantumkan dalam akad.
- (2) Untuk tabungan *mud{a>rabah* bank dapat, memberikan buku tabungan sebagai bukti penyimpanan, serta kartu ATM dan atau alat penarikan lainnya kepada penabung. Untuk deposito *mud{a>rabah* bank wajib memberikan sertifikat atau tanda penyimpanan (*bilyet*) deposito kepada deposan.

³⁹ Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah dari Teori ke Praktik*, 97.

⁴⁰ Ibid, 227.

⁴¹ Fahrur Ulum, *Perbankan Syariah di Indonesia*, 105.

- (3) Tabungan *mud{a>rabah* dapat diambil setiap saat oleh penabung sesuai dengan perjanjian yang disepakati, namun tidak diperkenankan mengalami saldo negatif.
- (4) Deposito *mud{a>rabah* hanya dapat dicairkan sesuai dengan jangka waktu yang telah disepakati. Deposito yang diperpanjang, setelah jatuh tempo akan diperlakukan sama seperti deposito baru, tetapi bila pada akad sudah dicantumkan perpanjangan otomatis maka tidak perlu dibuat akad baru.
- (5) Ketentuan-ketentuan yang lain yang berkaitan dengan tabungan dan deposito tetap berlaku sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.

b) *Mud{a>rabah Muqayyadah*

Mud{a>rabah muqayyadah adalah penyerahan modal seseorang kepada pengusaha dengan memberikan batasan, seperti persyaratan bahwa pengusaha harus berdagang di daerah Bandung atau pengusaha harus berdagang sepatu.⁴²

Mud{a>rabah muqayyadah dibagi menjadi dua:

(1) *Mud{a>rabah Muqayyadah on Balance Sheet*

Jenis *mud{a>rabah* ini merupakan simpanan khusus (*restricted investment*) dimana pemilik dana dapat menetapkan syarat-syarat tertentu yang harus dipatuhi oleh bank. Karakteristik jenis simpanan ini adalah sebagai berikut:

⁴² Rachmat Syafe'i, *Fiqh Muamalah*, 227.

- (a) Pemilik dana wajib menetapkan syarat tertentu yang harus diikuti oleh bank wajib membuat akad yang mengatur persyaratan penyaluran dana simpanan khusus.
- (b) Bank wajib memberitahukan kepada pemilik dana mengenai nisbah dan tata cara pemberitahuan keuntungan dan atau pembagian keuntungan secara resiko yang dapat ditimbulkan dari penyimpanan dana. Apabila telah tercapai kesepakatan, maka hal tersebut harus dicantumkan dalam akad.
- (c) Sebagai tanda bukti simpanan bank menerbitkan bukti simpanan khusus. Bank wajib memisahkan dana dari rekening lainnya.
- (d) Untuk deposito mud{a>rabah, bank wajib memberikan sertifikat atau tanda penyimpanan (*bilyet*) deposito kepada deposan.

(2) *Mud{a>rabah Muqayyadah off Balance Sheet*

Jenis *mud{a>rabah* ini merupakan penyaluran dana mud{a>rabah langsung kepada pelaksana usahanya, dimana bank bertindak sebagai perantara (*arranger*) yang mempertemukan antara pemilik dana dengan pelaksana usaha. Pemilik dana dapat menetapkan syarat-syarat tertentu yang harus dipatuhi oleh bank dalam mencari kegiatan usaha yang

akan dibiayai dan pelaksana usahanya. Karakteristik jenis simpanan ini adalah sebagai berikut:

- (a) Sebagai tanda bukti simpanan bank menerbitkan bukti simpanan khusus. Bank wajib memisahkan dana dari rekening lainnya. Simpanan khusus dicatat pada pos tersendiri dalam rekening administratif.
- (b) Dana simpanan khusus harus disalurkan secara langsung kepada pihak yang diamanatkan oleh pemilik dana.
- (c) Bank menerima komisi atas jasa mempertemukan kedua pihak. Sedangkan antara pemilik dana dan pelaksana usaha berlaku nisbah bagi hasil.

C. Permasalahan Perkembangan Bank Syariah

1. Pemahaman masyarakat yang belum tepat terhadap kegiatan operasional Bank Syariah.

Karena masih dalam tahap awal pengembangan, dapat dimaklumi bahwa pada saat ini pemahaman sebagian besar masyarakat mengenai sistem dan prinsip perbankan syariah masih belum tepat. Pada dasarnya, sistem ekonomi islam telah jelas, yaitu melarang mempraktikkan riba serta akumulasi kekayaan hanya pada pihak tertentu secara tidak adil. Akan tetapi, secara praktis, bentuk produk dan jasa pelayanan, prinsip-prinsip dasar hubungan antara bank dan nasabah, serta cara-cara berusaha yang halal dalam bank syariah, masih sangat perlu disosialisasikan secara luas.

Adanya perbedaan karakteristik produk bank konvensional dengan bank syariah telah menimbulkan adanya keengganan bagi pengguna jasa perbankan. Keengganan tersebut antara lain disebabkan oleh hilangnya kesempatan mendapatkan penghasilan tetap berupa bunga dari simpanan. Oleh karena itu, secara umum perlu diinformasikan bahwa penempatan dana pada bank syariah juga dapat memberikan keuntungan finansial yang kompetitif. Di samping itu, salah satu karakteristik khusus dari hubungan bank dengan nasabah dalam sistem perbankan syariah adalah adanya *moral force* dan tuntutan terhadap etika usaha yang tinggi dari semua pihak. Hal ini selanjutnya akan mendukung prinsip kehati-hatian dalam usaha bank maupun nasabah.⁴³

2. Peraturan perbankan yang berlaku belum sepenuhnya mengakomodasi operasional bank syariah

Karena adanya sejumlah perbedaan dalam pelaksanaan operasional antara bank syariah dan bank konvensional ketentuan-ketentuan perbankan perlu disesuaikan agar memenuhi ketentuan syariah sehingga bank syariah dapat beroperasi secara efektif dan efisien. Ketentuan-ketentuan tersebut antara lain adalah hal-hal yang mengatur:

- a. Instrumen yang diperlukan untuk mengatasi masalah likuiditas.
- b. Instrumen moneter yang sesuai dengan prinsip syariah untuk keperluan pelaksanaan tugas bank sentral.
- c. Standart akuntansi, audit, dan pelaporan.

⁴³ Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah dari Teori ke Praktik*, 224.

d. Ketentuan-ketentuan yang mengatur mengenai prinsip kehati-hatian, dan sebagainya.

Ketentuan-ketentuan tersebut sangat diperlukan agar perbankan syariah menjadi elemen dari sistem moneter yang dapat menjalankan fungsinya secara baik dan mampu berkembang pesat bersaing dengan bank konvensional.⁴⁴

3. Jaringan kantor bank syariah yang belum luas

Pengembangan jaringan kantor bank syariah diperlukan dalam rangka perluasan jangkauan pelayanan kepada masyarakat. Disamping itu, kurangnya jumlah bank syariah yang ada juga menghambat perkembangan kerjasama antar bank syariah. Kerjasama yang sangat diperlukan antara lain berkenaan dengan penempatan dana antar bank dalam hal mengatasi masalah likuiditas. Sebagai salah satu badan usaha bank syariah perlu beroperasi dengan skala yang ekonomis. Karenanya, jumlah jaringan kantor bank yang luas juga akan meningkatkan efisiensi usaha. Berkembangnya jaringan bank syariah juga diharapkan dapat meningkatkan kompetisi kearah peningkatan kualitas pelayanan dan mendorong inovasi produk dan jasa perbankan syariah.

4. Sumber daya manusia yang memiliki keahlian dalam bank syariah masih sedikit

Kendala dibidang sumber daya manusia dalam pengembangan perbankan syariah disebabkan karena sistem ini masih belum lama

⁴⁴ Ibid, 225

dikembangkan. Disamping itu, lembaga-lembaga akademik dan pelatihan dibidang ini sangat terbatas sehingga tenaga terdidik dan berpengalaman dibidang syariah, baik dari sisi bank pelaksana maupun dari bank sentral (pengawas dan peneliti bank), masih sangat sedikit. Pengembangan sumber daya manusia dibidang perbankan syariah sangat perlu karena keberhasilan pengembangan bank syariah pada level mikro sangat ditentukan oleh kualitas manajemen dan tingkat pengetahuan serta keterampilan pengelola bank. Sumber daya manusia dalam perbankan syariah harus memiliki pengetahuan yang luas dibidang perbankan, memahami implementasi prinsip-prinsip syariah dalam praktik perbankan, serta mempunyai komitmen kuat untuk menerapkannya secara konsisten. Dalam hal pengembangn bank syariah dengan cara mengkonversi bank konvensional menjadi bank syariah atau membuka kantor cabang syariah oleh bank umum konvensional, permasalahan ini menjadi lebih penting karena diperlukan suatu perubahan pola pikir dari sistem usaha bank yang beroperasi secara konvensional ke bank yang beroperasi dengan prinsip syariah.⁴⁵

⁴⁵ Ibid, 226