

BAB III

PRINSIP – PRINSIP SYARIAH DALAM PEMASARAN

A. Nilai – Nilai Syariah dalam Kegiatan Pemasaran

Konsep pemasaran syariah menekankan bahwa perlunya menerapkan manajemen profesional, artinya dengan melakukan kegiatan tersebut maka semua produk atau jasa yang dihasilkan pasti dapat memiliki positioning tersendiri. Kompetitor bukanlah merupakan suatu penghalang yang harus ditakuti atau dimusuhi. Kompetitor dapat dijadikan sebagai sumber motivasi untuk dapat memperbaiki kinerja pemasaran. Pesaing dapat mendorong pihak perusahaan dalam hal ini adalah pemasar untuk dapat bekerja lebih kreatif dalam memasarkan produk berupa barang maupun jasa.

Hal inilah yang membedakan pemasaran bisnis tradisional dengan pemasaran bisnis yang menerapkan prinsip kepuasan syariah. Hal ini tidak hanya memberikan kepuasan duniawi kepada konsumen dan pemangku kepentingan, namun juga berujung pada kepuasan spiritual. Karena kebahagiaan itu dari Allah SWT Anda akan dikejar.

Dari sini dapat disimpulkan bahwa tujuan pemasaran korporat dengan menggunakan prinsip-prinsip syariah adalah untuk menerapkan prinsip-prinsip etika atau untuk menciptakan kepuasan duniawi dan spiritual bagi para

pemangku kepentingan perusahaan, berdasarkan nilai-nilai Islam secara keseluruhan.¹

Dalam pandangan Islam, yang menjadi tolak ukur dalam menilai kepuasan konsumen adalah standar syariah. Pandangan syariah adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap nilai produk atau jasa yang seharusnya sesuai syariah dengan kenyataan yang diterima. Allah SWT berfirman dalam Q.S. Al-Zalzalah ayat 7-8:

وَمَنْ فَعَلَ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ ط
وَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ

Artinya: *Barang siapa yang mengerjakan kebaikan seberat dzarrahpun, niscaya dia akan melihat (balasan)nya. Dan barang siapa yang mengerjakan kejahatan sebesar dzarrahpun, niscaya dia akan melihat (balasannya) pula.*

Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula menyampaikan bahwa ada 4 (empat) prinsip pemasaran syariah, yaitu ketuhanan (rabhaniyyah), Etis (akhlaqiyyah), realistis (al-waqi'iyah) dan humanistik (insaniyyah) yaitu sebagai berikut :

¹ Ahmad Miftah, 'Mengenal Marketing Dan Marketers Syariah', *Islami Economic: Jurnal Ekonomi Islam*, 6.2 (2015), hal. 15–20, doi:10.32678/ije.v6i2.56.

1. Ketuhanan (*rabbaniyah*)

Salah satu khas pemasaran syariah adalah sifatnya religious. Jiwa para pemasar syariah meyakini bahwa hukum ketuhanan syariah adalah hukum yang paling adil dan oleh karena itu patuhi hukum tersebut dalam setiap aktivitas pemasaran yang dilakukan. Hukum Islam harus ditaati setiap saat dalam segala tahapan kegiatan yang dilakukan. Pemasar syariah selalu merasa bahwa Allah selalu mengawasi mereka, meskipun mereka tidak dapat melihat-Nya. Berkat syariah, para pemasar akan selalu merasa bahwa setiap tindakannya akan dinilai, sebagaimana Firman Allah dalam Q.S. Al- Zalzalah ayat 7-8.

2. Etis (*akhlaqiyyah*)

Keistimewaan lain dari syariah marketer adalah menegdepankan masalah akhlak dalam seluruh aspek kegiatannya. Pemasaran syariah adalah konsep pemasaran yang sangat mengedepankan nilai-nilai moral dan etika tanpa peduli dari agama apapun, karena hal ini bersifat universal.

3. Realistis (*al-waqi'iyah*)

Pemasaran syariah bukanlah konsep eksklusif, fanatis, anti modernitas, dan kaku, melainkan konsep pemasaran yang fleksibel. syariah marketer bukanlah berarti para pemasar itu harus berpenampilan ala bangsa arab dan

mengharamkan dasi. Namun syariah marketer harus lah tetap berpenampilan bersih, rapi, dan bersahaja apapun model atau gaya berpakaian yang dikenakan.

4. Humanistis (*insaniyyah*)

Keistimewaan yang lain adalah sifatnya yang humanistis universal. Pengertian humanistis adalah bahwa syariah diciptakan untuk derajatnya manusia terangkat, agar sifat kemanusiannya terjaga dan terpelihara, serta sifat– sifat kehewanannya dapat terkekang dengan panduan syariah. Syariah islam adalah syariah humanistis, diciptakan untuk manusia sesuai dengan kapasitasnya tanpa memperdulikan ras, warna kulit, kebangsaan, dan status, sehingga pemasaran syariah bersifat universal.²

Pemasar juga harus memiliki etika (akhlak) yang menjadi prinsip-prinsip syariah dalam menjalankan fungsi-fungsi pemasaran, yaitu taqwa, shiddiq, al-adl, khidmah, amanah, menepati janji dan tidak curang, tidak suka berburuk sangka, tidak suka menjelek-jelekan dan tidak melakukan sogok.

B. Etika Pemasaran Berbasis Syariah

Kata etika berasal dari kata Yunani yaitu *ethos* yang dalam bahasa Indonesia berarti adat istiadat (kebiasaan). Kedua, Al-Quran Islam juga berbicara tentang etika, dan

² Hermawan Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syari'ah Marketing*, PT. Mizan Pustaka (2006) hal 28.

dalam bahasa Al-Quran etika disebut dengan al-Fulq yang berarti budi pekerti, perjalanan, dan kebiasaan. Etika ini merupakan kajian sistematis tentang hakikat konsep nilai baik dan jahat, apa yang harus dilakukan, benar dan salah, serta prinsip-prinsip umum yang memungkinkan diterapkan dalam segala hal. Etika dapat diartikan sebagai landasan moralitas manusia dan sekaligus filsuf tindakan.³

Dalam islam, ada empat landasan normatif yang dapat diwujudkan dalam aksioma etika, yaitu sebagai berikut :

a) Landasan Keimanan (*tauhid*)

Yang dimaksud dengan tauhid dalam konteks etika Islam adalah keimanan yang utuh dan murni akan kesatuan. Landasan tauhid merupakan landasan filosofis yang melandasi seluruh umat Islam mengembangkan dan menjalankan fungsi kehidupannya, termasuk fungsi usaha/kegiatan ekonomi.

b) Landasan Keadilan dan Keseimbangan (*fair dan balance*)

Landasan keadilan dalam ilmu ekonomi mengacu pada pembagian manfaat kepada seluruh komponen dan pelaku yang terlibat dalam kegiatan ekonomi (produsen, konsumen, masyarakat sekitar). Dasar dari kesetaraan adalah komitmen untuk mendistribusikan kekayaan kepada seluruh anggota

³ Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Kencana (2006), hal 5.

masyarakat dan mencegah konsentrasi ekonomi di tangan segelintir orang.

c) Landasan Kehendak Bebas (*free will*)

Kehendak bebas, kemampuan mengambil berbagai keputusan. Karena kebebasan manusia tidak dibatasi, kita mempunyai kebebasan untuk mengambil keputusan yang salah dan benar, selama kita mengikuti pedoman yang terkandung dalam syariat. Oleh karena itu, kebebasan manusia untuk melakukan kegiatan ekonomi harus dilaksanakan dengan cara yang adil, wajar, dan bermanfaat bagi masyarakat luas, sesuai dengan ketentuan syariah (Al-Quran dan Sunnah).

d) Landasan Pertanggung Jawaban (*responsibility*)

Dasar tanggung jawab ini sangat erat kaitannya dengan kebebasan. Sebab, keduanya merupakan pasangan alami yang tidak dapat dipisahkan. Pemberian kebebasan terhadap tindakan manusia tidak lepas dari tanggung jawab.⁴

Pada umumnya, ada beberapa nilai-nilai Islam yang termuat dalam prinsip dasar etika bisnis yang perlu diperhatikan dalam bisnis khususnya oleh para pelaku bisnis, yaitu:

1. Melakukan aktivitas bisnis berdasarkan pada ketentuan Allah Swt (tauhid), sebagaimana yang terdapat dalam

⁴ Muhammad Nadjib Dkk, *Investasi Syariah*, Kreasi Wacana (2008), hal 7.

ketentuan dalam syari'at Islam (al-Qur'an dan as-Sunnah);

2. Jujur dalam takaran. Dengan sikap jujur, kepercayaan pembeli kepadapenjual akan tercipta dengan sendirinya;
3. Menjual barang yang baik mutunya, dalam hal ini adanya transparansidalam menjalankan bisnis, tidak ada unsur tipuan di dalamnya;
4. Tidak menggunakan sumpah, dalam artian menjual suatu barang memakaisumpah dengan harapan untuk melariskan dagangan;
5. Longgar dan bermurah hati, dalam artian terjadi kontak antara penjual dan pembeli, sikap ramah tamah dalam jual beli, dalam konteks modern yaitulayanan purna jual (after sales/sales service);
6. Tertib administrasi, maksudnya adalah di dalam dunia bisnis biasa terjadi praktik hutang piutang, oleh karena itu Islam mengajarkan perlunyaadministrasi hutang piutang, seperti pencatatan transaksi, menghadirkansaksi, memberikan jaminan, dan sebagainya;
7. Menetapkan harga yang jelas, atau transparan, untuk menghindari adanya penipuan. Menetapkan harga secara terbuka dan wajar, dan tidak seenaknya.⁵

⁵ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islam: Tataran Teoritis dan Praksis*. Malang: UIN Malang Press (2008) hal 101-112.

Adapun prinsip dasar yang melekat dalam bisnis Rasulullah Saw. yang dilihat sebagai etika dalam bisnis atau lebih dikenal dengan prophetic values of business management, yaitu sebagai berikut:

- a. **Shiddiq** dalam bisnis pada dasarnya adalah integritas, nilai berupa kejujuran, ikhlas, terjamin, keseimbangan emosional;
- b. **Amanah** merupakan nilai dasarnya terpercaya, dan nilai-nilai dalam bisnisnya adanya kepercayaan, tanggung jawab, transparan, tepat waktu;
- c. **Fathanah** merupakan nilai dasarnya memiliki pengetahuan luas, cerdas, nilai-nilai dalam bisnisnya adanya visi, pemimpin yang cerdas, sadar produk dan jasa, serta belajar berkelanjutan;
- d. **Tabligh** merupakan nilai dasarnya komunikatif, nilai-nilai bisnisnya adalah supel, deskripsi tegas, delegasi wewenang, kerja tim, koordinasi, ada kendali dan supervisi;
- e. **Syaja'ah** merupakan nilai dasarnya berani, nilai-nilai bisnisnya mau dan mampu mengambil keputusan, menganalisis data, keputusan yang tepat, dan cepat tanggap.⁶

⁶ Luqman Nurhisam, "Islam Muhammad and Business," *Journal of Sharia Economic Law* vol.5, no. 2 (2022) hal 281.

Dengan demikian, prinsip-prinsip dasar yang dipaparkan di atas, sebagaimana yang dipraktikkan oleh Rasulullah Saw secara substansial mengandung prinsip-prinsip etika dalam berbisnis, adalah yang paling tepat untuk dapat diaplikasikan ke dalam berbagai lini aktivitas bisnis kontemporer saat ini. Sehingga akan mewujudkan aktivitas bisnis yang syar'i dan tidak menyimpang dari etika-etika yang dipraktikkan oleh Muhammad SAW.

C. Konsep Halal dan Tayyib dalam Pemasaran

Konsep halal dan tayyib memiliki dimensi lebih dari sekedar status kehalalan suatu makanan. Dalam konteks produksi, halal mengacu pada proses yang sesuai dengan syariah, mulai dari pengadaan bahan baku hingga distribusi. Sementara tayyib menekankan pada kualitas, kebersihan, dan dampak positif produk terhadap kesehatan dan lingkungan. Studi literatur mengungkapkan bahwa implementasi konsep ini dalam industri modern memerlukan pendekatan holistik yang melibatkan seluruh rantai pasokan.

Penelitian literatur menunjukkan bahwa memperkenalkan konsep ini ke dalam industri modern memerlukan pendekatan holistik yang mencakup seluruh rantai pasokan. Pemahaman konsumen muslim terhadap Halal dan Tayyib semakin meningkat. Selain memperhatikan status kehalalan, konsumen semakin memperhatikan aspek-aspek seperti keberlanjutan,

etika produksi, dan dampak sosial dari produk yang mereka konsumsi. Hal ini mendorong produsen tidak hanya fokus pada sertifikasi halal tetapi juga meningkatkan standar kualitas dan etika bisnis.⁷

Analisis terhadap berbagai sektor industri menunjukkan bahwa penerapan konsep halal dan thayyib menghadapi tantangan yang berbeda-beda. Misalnya, dalam industri makanan, fokus utama adalah pada kehalalan bahan dan proses produksi. Sementara dalam industri keuangan, penekanan lebih pada sistem transaksi yang bebas riba dan gharar. Di sisi lain, industri kosmetik dan farmasi menghadapi kompleksitas dalam memastikan kehalalan bahan baku sekaligus efektivitas produk. Penelitian juga mengungkapkan adanya perbedaan interpretasi dan implementasi konsep halal dan thayyib di berbagai negara. Negara-negara dengan mayoritas penduduk Muslim cenderung memiliki regulasi dan infrastruktur yang lebih komprehensif dalam mendukung ekonomi halal. Sementara di negara-negara non-Muslim, konsep ini sering kali dipahami sebagai jaminan kualitas dan keamanan produk, melebihi aspek religiusnya.⁸

Perluasan makna halal dan thayyib dari sekadar status kehalalan makanan menjadi konsep yang lebih komprehensif

⁷ Fajar Ahmad, 'Konsep Halal Dan Thayyib Dalam Produksi Dan Konsumsi: Kajian Sistem Ekonomi Islam', *Jebesh: Journal of Economics Business Ethic and Science Histories*, 2.4 (2024), hal. 77–87.

⁸ N Nurdin, 'Bisnis Wisata Halal', *In Gema Insani Press*, Vol. 42.1 (2018) hal 128.

dalam seluruh rantai produksi dan konsumsi menunjukkan adanya kesadaran yang meningkat akan pentingnya etika dalam aktivitas ekonomi. Hal ini sejalan dengan maqashid syariah (tujuan syariah) yang menekankan pada perlindungan agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Implementasi yang lebih luas ini berpotensi memberikan dampak positif tidak hanya bagi konsumen Muslim, tetapi juga bagi masyarakat secara umum dan lingkungan.

Perbedaan interpretasi dan implementasi konsep halal dan thayyib di berbagai negara menunjukkan adanya kebutuhan akan standarisasi yang lebih universal. Meskipun variasi ini mencerminkan kekayaan pemikiran Islam dan adaptasinya terhadap konteks lokal, namun juga dapat menimbulkan hambatan dalam perdagangan internasional produk halal. Oleh karena itu, diperlukan dialog dan kerjasama internasional yang lebih intensif untuk mengembangkan standar yang dapat diterima secara global tanpa mengorbankan prinsip-prinsip dasar syariah. Peran teknologi dalam implementasi konsep halal dan thayyib membuka peluang baru sekaligus menimbulkan dilema etis. Di satu sisi, teknologi seperti blockchain dapat meningkatkan transparansi dan efisiensi dalam sertifikasi halal. Namun di sisi lain, perkembangan bioteknologi dan rekayasa genetika memunculkan isuisu baru yang memerlukan ijtihad kontemporer. Ini menunjukkan pentingnya kolaborasi antara

ulama, ilmuwan, dan praktisi industri dalam merumuskan fatwa-fatwa yang relevan dengan perkembangan zaman.⁹

Temuan bahwa implementasi optimal konsep halal dan thayyib memerlukan sinergi antara berbagai pihak menegaskan bahwa ekonomi Islam bukanlah sistem yang terisolasi, melainkan bagian integral dari ekosistem ekonomi global. Pendekatan yang terintegrasi ini berpotensi tidak hanya memperkuat ekonomi syariah, tetapi juga berkontribusi pada pembangunan ekonomi yang lebih etis dan berkelanjutan secara global. Akhirnya, penelitian ini menggaris bawahi bahwa konsep halal dan thayyib memiliki potensi besar untuk menjadi solusi alternatif dalam menghadapi berbagai krisis global, seperti krisis lingkungan, kesehatan, dan etika bisnis.¹⁰

D. Akad dan Produk Syariah : Memenuhi Kebutuhan Konsumen dengan Berbasis Nilai

1. Akad Bank Syariah

Dalam bank syariah akad yang dilakukan memiliki konsekuensi duniawi dan ukhrawi karena akad yang dilakukan berdasarkan hukum Islam. Sering kali nasabah berani melanggar kesepakatan atau perjanjian yang telah dilakukan apabila hukum itu hanya berdasarkan hukum positif

⁹ Jurnal Ekonomi and others, 'Article Info', 13.2 (2024).

¹⁰ Makmun, 'Green Economy: Konsep, Impelentasi, Dan Peran Kementrian Keuangan', *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 2016, hal 1–15 <<https://doi.org/10.14203/JEP.19.2.2011.1-15>>.

belaka, tapi tidak demikian bila perjanjian tersebut memiliki pertanggungjawaban sampai yaumul qiyamah nanti.

Fiqh muamalah membedakan antara wa'ad dengan akad. Wa'ad adalah janji (promise) antara satu pihak kepada pihak lainnya, sementara akad adalah kontrak antara dua belah pihak. Wa'ad hanya mengikat satu pihak, yakni pihak yang memberi janji berkewajiban untuk melaksanakan kewajibannya. Sedangkan pihak yang diberi janji tidak memikul kewajiban apa-apa terhadap pihak lainnya. Dalam wa'ad, terms and condition-nya belum ditetapkan secara rinci dan spesifik (belum well defined). Bila pihak yang berjanji tidak dapat memenuhi janjinya, maka sanksi yang diterimanya lebih merupakan sanksi moral. Di lain pihak, akad mengikat kedua belah pihak yang saling bersepakat, yakni masing-masing pihak terikat untuk melaksanakan kewajiban mereka masing-masing yang telah disepakati terlebih dahulu. Dalam akad, bila salah satu atau kedua belah pihak yang terikat dalam kontrak itu tidak dapat memenuhi kewajibannya, maka ia /mereka menerima sanksi seperti yang sudah disepakati dalam akad.

Selanjutnya dari segi ada atau tidak adanya kompensasi, akad dibagi menjadi dua bagian, yakni :

A. Akad *Tabarru'*

Tabarru' berasal dari bahasa Arab yaitu kata birr, yang artinya kebaikan. Akad tabarru' (gratuitous contract) adalah

segala macam perjanjian yang menyangkut not for profit transaction (transaksi nirlaba). Transaksi ini pada hakikatnya bukan transaksi bisnis untuk mencari keuntungan komersil. Akad tabarru' dilakukan dengan tujuan tolong-menolong dalam rangka berbuat kebaikan. Dalam akad tabarru' pihak yang berbuat kebaikan tersebut tidak berhak mensyaratkan imbalan apapun kepada pihak lainnya. Imbalan dari akad tabarru' adalah dari Allah SWT, bukan dari manusia. Namun demikian, pihak yang berbuat kebaikan tersebut boleh meminta kepada counter part-nya untuk sekedar menutupi biaya (cover the cost) yang dikeluarkannya untuk dapat melakukan akad tabarru' tersebut. Tapi ia tidak boleh sedikitpun mengambil laba dari akad tabarru' itu.

Pada hakikatnya akad tabarru' adalah akad yang melakukan kebaikan dengan mengharapkan imbalan dari Allah SWT semata. Itu sebabnya akad ini tidak bertujuan untuk mencari keuntungan komersil. Konsekuensi logisnya bila akad tabarru' dilakukan dengan mengambil keuntungan komersil, maka ia bukan lagi tergolong akad tabarru', namun ia akan tergolong akad tijarah. Bila ia ingin tetap menjadi akad tabarru', maka ia tidak boleh mengambil manfaat (keuntungan komersil) dari akad tabarru' tersebut. Tentu saja ia tidak berkewajiban menanggung biaya yang timbul dari pelaksanaan akad tabarru'. Artinya ia boleh meminta

pengganti biaya yang dikeluarkan dalam melaksanakan Akad *Tabarru'*.¹¹

Akad *tabarru'* terbagi dalam tiga jenis transaksi, yaitu¹² :

a. Transaksi Meminjamkan uang (lending)

a) **Qardh** yakni transaksi pinjam meminjam uang. Di dalam Islam transaksi ini tidak boleh dikenakan tambahan atas pokok pinjaman atau yang umum dikenal sebagai bunga pinjaman. Hukum pengenaan bunga atas pinjaman adalah *riba*, suatu hal yang harus dihindari karena haram. Di bank syariah akad *qardh* digunakan untuk pembiayaan talangan haji dan pembiayaan *qardhul hasan*.

b) **Rahn** yakni pemberian pinjaman uang dengan penyerahan barang sebagai agunan, contohnya transaksi gadai emas.

c) **Hiwalah** yakni pemberian peminjaman uang bertujuan untuk menutup pinjaman di tempat/pihak lain, contohnya transaksi pengalihan hutang.

b. Meminjamkan jasa (lending yourself)

a) **Wakalah** yakni transaksi perwakilan, dimana satu pihak bertindak atas nama/mewakili pihak lain.

¹¹ Adiwarman Karim, *Bank Islam Analisis Fiqh Dan Keuangan*, Raja Grafi (2007), Ed.3, hal.66.

¹² Yusak Laksamana, *Panduan Praktis Account Officer Bank Syariah*, Gramedia (2009), hal. 10-11.

Contohnya transaksi jasa transfer uang, inkaso, kliring warkat cek dan bilyet giro.

b) **Kafalah** yakni transaksi penjaminan satu pihak kepada pihak lain. Contohnya penerbitan L/C, bank garansi dan lain-lain.

c) **Wadiah** yakni transaksi titipan, dimana satu pihak menitipkan barang kepada pihak lain. Contohnya tabungan wadi'ah, giro wadi'ah dan safe deposit box.¹³

c. Memberikan sesuatu (giving something)

Yang termasuk kedalam golongan ini adalah akad-akad sebagai berikut: seperti akad Hibah, Waqf, Shadaqah dan Hadiyah. Akad tabarru' ini adalah berupa akad untuk mencari keuntungan akhirat bukan akad bisnis. Jadi akad seperti ini tidak bisa digunakan untuk akad komersil. Bank syariah sebagai lembaga keuangan yang bertujuan untuk mendapatkan laba tidak dapat mengandalkan akad tabarru' untuk mendapatkan laba. Bila tujuannya untuk mendapatkan laba, maka bank syariah menggunakan akad-akad yang bersifat komersil, yakni akad tijarah. Namun demikian bukan berarti akad tabarru' sama sekali tidak sapat digunakan dalam kegiatan komersil. Bahkan pada kenyataannya penggunaan

¹³ Tim Pengembangan Perbankan Syariah Institut Bankir Indonesia, *Konsep Produk dan Implementasi Operasional Bank Syariah*, (Jakarta: djambatan, 2003) hal 73.

akad tabarru' sangat fatal dalam transaksi komersil, karena akad tabarru' ini dapat digunakan untuk menjembatani atau memperlancar akad-akad tijarah.¹⁴

Seperti produk talangan haji pada bank syariah mandiri. Produk ini bank menggunakan akad Qardh wal Ijarah. Dalam hal ini bank memberikan talangan kepada nasabah untuk ongkos hajinya. Atas talangan yang diberikan ini bank menggunakan akad qardh dan nasabah akan membayarnya sejumlah talangan nasabah yang diberikan selama jangka waktu yang telah ditentukan. Disamping akad qardh ini, bank juga menggunakan akad ijarah, dalam akad ijarah ini bank mendapatkan keuntungan berupa fee/ujrah. Ujrah diberikan atas dasar pemakaian sistem komputerisasi haji.

B. Akad Tijarah

Akad tijarah/muawadah (compensational contract) adalah segala macam perjanjian yang menyangkut for profit transaction. Akad ini digunakan mencari keuntungan, karena itu akad ini bersifat komersil. Berdasarkan tingkat kepastian dari hasil yang diperolehnya, akad tijarah dibagi menjadi dua kelompok yaitu:

a. Natural Certainty Contracts (NCC)

NCC adalah suatu jenis kontrak atau transaksi dalam bisnis yang memiliki kepastian keuntungan dan

¹⁴ Adiwarman Karim, *Bank Islam Analisis Fiqh*, (Jakarta: raja grafi, 2007) hal 70.

pendapatannya baik dari segi jumlah dan waktu penyerahannya.¹⁵ Dalam NCC kedua belah pihak saling mempertukarkan aset yang dimilikinya, karena objek pertukarannya (baik barang maupun jasa) pun harus ditetapkan di awal akad dengan pasti, baik jumlahnya (quantity), mutunya (quality), harganya (price), dan waktu penyerahannya (time of delivery). Jadi, kontrak-kontrak ini secara “sunnatullah” (by their of nature) menawarkan return yang tetap dan pasti. Yang termasuk dalam kategori ini adalah akad jual beli dan sewa. Pada dasarnya ada empat akad jual beli yaitu :

- ***al-Bai’Naqdan*** adalah akad jual beli yang pembayarannya biasa dilakukan secara tunai. Dengan kata lain pertukaran atau penyerahan uang dan barangnya dilakukan dalam waktu yang bersamaan.
- ***al-Bai’Muajjal*** adalah akad jual beli yang pembayarannya biasa dilakukan secara tidak tunai atau secara cicilan. Dengan kata lain barangnya diserahkan di awal akad sedangkan uangnya diserahkan belakangan baik secara cicil atau lump sum.
- ***Salam*** adalah akad jual beli dengan sistem pesanan sedangkan pembayarannya tunai atau bayar dimuka dan penyerahan barangnya belakangan.

¹⁵ Slamet Wiyono, *Cara Mudah Memahami Akuntansi Perbankan Syariah Berdasarkan PSAK Dan PAPS*, PT. Grasindo (2006) hal 37.

- ***Istishna'*** adalah akad jual beli dengan sistem pesanan yang penyerahan barangnya belakangan dan pembayarannya bisa dicicil, bisa juga lump sum di akhir akad.

b. Natural Uncertainty contracts (NUC)

Dalam NUC, pihak-pihak yang bertransaksi saling mencampurkan assetnya (baik real assets maupun financial assets) menjadi satu kesatuan dan kemudian menanggung resiko bersama-sama untuk mendapatkan keuntungan. Keuntungan dan kerugianditanggung bersama oleh masing-masing pihak. Karena itu kontrak ini tidak memberikan kepastian pendapatan (*return*), baik dari segi jumlah (*amount*) maupun waktu (*timing*)-nya. Yang termasuk dalam kontrak ini adalah kontrak-kontrak investasi. Kontrak investasi ini secara “*sunnatullah*” (*by their nature*) tidak menawarkan return yang tetap dan pasti. Jadi sifatnya tidak “*fixed and predetermined*” seperti akad musyarakah, mudharabah, musaqah dan mukhabarah.

B. Produk Bank Syariah

1. Produk Penghimpunan Dana dari Masyarakat (*Funding*)

Jenis-jenis produk perbankan syariah yang ditawarkan di bidang penghimpunan dana dari masyarakat (*funding*) hampir

sama dengan produk funding yang ada di bank konvensional. Seperti nama produk yang ditawarkan kedua lembaga perbankan tersebut sama-sama bernama giro, tabungan dan deposito. Namun perbedaannya adalah dari segi prinsip dan akad yang digunakan sehingga jenis keuntungan yang diberikan kepada masyarakat pun juga berbeda. Untuk lebih jelasnya berikut ini penulis akan menjelaskan berbagai produk funding yang ada di bank syariah.

A. Giro Syariah

Pada bank syariah produk giro dikenal dengan nama giro syariah. Giro syariah adalah giro yang dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Dalam hal ini Dewan Syariah Nasional telah mengeluarkan fatwa yang menyatakan bahwa giro yang dibenarkan secara syariah adalah giro yang dijalankan berdasarkan prinsip wadiah dan mudharabah.¹⁶

a. Giro Wadiah

Yang dimaksud dengan Giro Wadiah adalah transfer bank berdasarkan asas wadiah yaitu menyetorkan uang pihak ketiga (nasabah) ke bank syariah yang penarikannya dapat dilakukan sewaktu-waktu dengan menggunakan cek, Bilyet Giro, Kartu ATM dan sarana lainnya perintah pembayaran lainnya atau melalui transfer bank. Nasabah yang memiliki tabungan wadiah giro akan diberikan

¹⁶ Fatwa Dewan Syariah Nasional, 'Tentang Giro', Nomor.1/DSN-MUI/IV, 2000.

nomor rekening dan disebut juga dengan wadiah giran (pemegang rekening giro).

Giro wadiah menggunakan akad wadiah yad dhamanah dimana bank dapat menggunakan uang yang dikumpulkan dari nasabah untuk tujuan mencari keuntungan dalam operasi jangka pendek untuk memenuhi kebutuhan likuiditas bank, sampai dengan penarikan. Biasanya bank tidak menggunakan dana tersebut untuk membiayai bagi hasil karena sifatnya jangka pendek.

Keuntungan bank yang diperoleh dari penggunaan dana tersebut menjadi aset bank. Demikian pula segala kerugian yang mungkin terjadi menjadi tanggung jawab bank sepenuhnya. Bank diperbolehkan memberikan insentif berupa bonus kepada nasabah dengan ketentuan tidak diperlukan pelaksanaan terlebih dahulu. Nilai pertanggungan tidak ditentukan sebelumnya.

b. *Giro Mudharabah*

Yang dimaksud dengan giro mudharabah adalah giro yang dijalankan berdasarkan prinsip mudharabah. Prinsip mudharabah mempunyai dua bentuk, yakni mudharabah mutlaqah dan mudharabah muqayyadah. Perbedaan utama dari kedua bentuk mudharabah itu terletak pada ada atau tidaknya persyaratan yang diberikan pemilik dana kepada bank dalam mengelola dananya, baik dari sisi waktu,

tempat maupun objek investasinya. Dalam hal ini bank syariah bertindak sebagai mudharib (pengelola dana) sedangkan nasabah bertindak sebagai shahibul maal (pemilik dana).

B. Tabungan Syariah

Tabungan syariah adalah tabungan yang dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Dalam hal ini, Dewan Syariah Nasional (DSN) telah mengeluarkan fatwa yang menyatakan bahwa tabungan yang dibenarkan adalah tabungan yang berdasarkan prinsip wadiah dan Mudharabah.

a) *Tabungan Wadiah*

Tabungan wadiah adalah produk bank syariah berupa simpanan dari nasabah dalam bentuk rekening tabungan (saving account) untuk keamanan dan pemakainnya, seperti giro wadiah, tetapi tidak sefleksibel giro wadiah, karena nasabah tidak dapat menarik dananya dengan cek.

Seperti halnya dengan giro wadiah, tabungan wadiah juga menggunakan akad wadiah yad dhamanah dimana bank boleh menggunakan dana nasabah yang terhimpun untuk tujuan mencari keuntungan dalam kegiatan yang berjangka pendek untuk memenuhi kebutuhan likuiditas bank, selama dana tersebut tidak ditarik. Biasanya bank tidak menggunakan dana ini untuk pembiayaan bagi hasil karena sifatnya yang jangka pendek. Keuntungan bank

yang diperoleh dengan penggunaan dana ini menjadi milik bank. Demikian juga kerugian yang timbul menjadi tanggung jawab bank sepenuhnya. Bank diperbolehkan memberikan insentif berupa bonus kepada nasabah, selama hal ini tidak disyaratkan sebelumnya. Besarnya bonus tidak ditetapkan dimuka.

b) *Tabungan Mudharabah*

Tabungan mudharabah merupakan salah satu produk penghimpunan dana oleh bank syariah yang menggunakan akad mudharabah muthlaqah. Sama halnya dengan giro mudharabah, dalam tabungan mudharabah, bank syariah juga bertindak sebagai mudharib (pengelola dana) sedangkan nasabahnya bertindak sebagai shahibul maal (pemilik dana). Bank syariah memiliki kebebasan dalam mengelola dana, dengan kata lain nasabah tidak ada memberikan batasan-batasan kepada bank syariah dalam mengola dananya.

C. Deposito Syariah

Selain giro dan tabungan syariah, produk perbankan syariah lainnya yang termasuk produk penghimpunan dana (funding) adalah deposito. Adapun yang dimaksud dengan deposito syariah adalah deposito yang yang dijalankan berdasarkan prinsip syariah. Dalam hal ini, Dewan Syariah Nasional (DSN) MUI telah mengeluarkan fatwa yang

menyatakan bahwa deposito yang dibenarkan adalah deposito yang berdasarkan prinsip mudharabah.

Deposito merupakan dana nasabah yang ada pada bank yang penarikannya dapat dilakukan pada saat jatuh tempo atau jangka waktu yang ditentukan. Misalnya 3 bulan, 6 bulan, dan seterusnya. Pada produk deposito ini bank menggunakan prinsip bagi hasil.¹⁷

2. Produk Penyaluran Dana kepada Masyarakat (Financing)

Dalam melakukan inovasi pengembangan produk bank syariah, bank harus memanfaatkan teknologi Informasi sebagai sarana dalam menyampaikan nilai (value) kepada masyarakat melalui produk baru. Hal lain yang perlu dilakukan adalah meningkatkan peran WGPS untuk meningkatkan kerjasama dalam berbagai macam kegiatan pengembangan produk perbankan syariah. Pengembangan produk yang dilakukan, harus selaras dengan fatwa DSN-MUI. Fatwa tersebut dapat dijadikan landasan dalam setiap upaya menciptakan variasi produk. Pemenuhan kepatuhan terhadap ketentuan syariah ini harus tetap dilakukan, meskipun produk yang disediakan sangat beragam dan dekat dengan

¹⁷ Abdul Ghafur Anshari, *Perbankan Syariah Di Indonesia*, Gajah Mada (2007) hal 94.

masyarakat.¹⁸ Di era financial digital, perbankan syariah harus menciptakan competitive advantagedengan memanfaatkan teknologi dalam transaksi e-commerce.

Dalam rangka inovasi produk dengan menyediakan beragam produk yang dekat dengan masyarakat, bank syariah harus meningkatkan jaringan. Hal ini dilakukan untuk memberikan pelayanan yang lebih baik, yaitu dengan transaksi muamalah yang terintegrasi dengan bisnis lainnya melalui pemanfaatan teknologi dan media yang ada. Luasnya jaringan dengan bisnis lainnya akan memudahkan bank menyediakan layanan dan produk yang dekat dengan masyarakat. Kedekatan produk bank syariah dapat diupayakan melaluichanneldistribusi bank, dengan kantor layanan atau cabang serta melalui website (salah satu pemanfaatan teknologi).¹⁹ Inovasi produk harus menjadi strategi prioritas bagi bank-bank syariah sebab inovasi memiliki peran penting ditengah pasar yang kompetitif.

a) Pembiayaan Salam

Salam adalah akad jual beli barang pesanan dengan pembayaran dimuka menurut syarat-syarat tertentu, atau jual beli sebuah barang untuk diantar kemudian dengan

¹⁸ M. Hafidz MS., AM. "Keterlekatan Sosial Inovasi Produk Bank Syariah Di Indonesia." *Jurnal Hukum Islam*, 13.2 (2015), hal. 70–78.

¹⁹ Hani Werdi Apriyanti, "Model Inovasi Produk Perbankan Syariah di Indonesia", *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 9.1 (2018), hal. 94.

pemayaran di awal.²⁰ Salam juga didefinisikan sebagai akad jual beli barang pesanan (muslam fiih) antara pembeli (muslam) dan penjual (muslam ilaih) dengan pembayaran dimuka dan pengiriman barang oleh penjual dibelakang. Spesifikasi (ciri-cirinya seperti jenis, kualitas, jumlahnya) dan harga barang harus disepakati pada awal akad. Dalam konsep ini bank bisa bertindak sebagai penjual dan pembeli. Bila bank bertindak sebagai penjual, maka bank memesan kepada pihak lain untuk menyediakan barang pesanan (Salam paralel).

Syaratnya adalah akad kedua terpisah dari akad yang pertama dan akad yang kedua dilakukan setelah akad pertama sah. Kemudian spesifikasi dan harga barang harus disepakati di awal akad. Harga barang tidak dapat berubah selama jangka waktu akad dan jika bank sebagai pembeli dapat meminta jaminan untuk menghindari risiko yang merugikan. Konsep salam paralel ini biasanya diaplikasikan pada pembiayaan bagi para petani dengan jangka waktu yang relatif pendek, yaitu 2-6 bulan. Karena yang dibeli oleh bank adalah barang seperti padi, jagung, dan cabe, dan bank juga tidak berniat untuk menjadikan barang-barang tersebut sebagai simpanan persediaan atau inventory, maka dilakukanlah akad salam kepada pembeli kedua, misalnya kepada Bulog, pedagang

²⁰ Ascarya, *Akad Dan Produk Bank Syariah*, Raja Grafi (2007) hal 169.

apasar induk atau grosir. Konsep salam juga dapat diaplikasikan dalam pada pembiayaan bidang industri misalnya produk garmen (pakaian jadi) yang ukuran barang tersebut sudah dikenal oleh umum.

b) *Pembiayaan Istishna'*

Istishna' adalah akad jual beli antara pembeli dan produsen yang juga bertindak sebagai penjual. Cara pembayarannya dapat berupa pembayaran dimuka, cicilan, atau ditangguhkan sampai jangka waktu tertentu. Barang pesanan harus diketahui karakteristiknya secara umum yang meliputi: jenis, spesifikasi teknis, kualitas, dan kuantitasnya. Bank dapat bertindak sebagai pembeli atau penjual. Jika bank bertindak sebagai penjual kemudian memesan kepada pihak lain untuk menyediakan barang pesanan dengan cara istishna maka hal ini disebut istishna paralel.

Dalam prinsip ini, pembuat barang menerima pesanan dari pembeli. Kemudian pembuat barang berusaha melalui orang alain untuk membuat atau membeli barang sesuai dengan spesifikasi yang sudah disepakati kemudian menjualnya kepada pembeli. Menurut Jumhur Fuqaha, istishna merupakan suatu jenis khusus dari akad salam. Biasanya konsep ini dipergunakan di bidang manufaktur. Dengan demikian istishna mengikuti ketentuan dan aturan dalam konsep akad salam.

B. Produk pembiayaan perbankan syariah berdasarkan prinsip sewa-menyewa.

a. *Pembiayaan Ijarah*

Merupakan akad sewa menyewa antara pemilik objek sewa (bank syariah) dengan penyewa (nasabah) untuk mendapatkan imbalan jasa atas objek sewa yang disewakannya.

Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, ditegaskan bahwa Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.

Bank berdasarkan prinsip syariah, seperti halnya bank konvensional juga berfungsi sebagai intermediary financial, yaitu lembaga yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, lembaga yang menyalurkan kembali dana-dana yang sudah terkumpul tersebut kepada masyarakat yang membutuhkannya dalam bentuk fasilitas pembiayaan dan lembaga yang melakukan pemberian jasa pelayanan perbankan syariah. Bedanya hanyalah bahwa bank syariah melakukan kegiatan usahanya tidak berdasarkan bunga (interest free), tetapi berdasarkan prinsip syariah yaitu prinsip pembagian keuntungan dan kerugian atau yang sering disebut dengan

prinsip bagi-hasil atau Profit and Loss Sharing Principle (PLS principle).

Salah satu fungsi dari intermediary financial adalah penyaluran dana. Salah satu bentuk penyaluran dana melalui prinsip sewa-menyewa adalah pembiayaan ijarah. Ijarah adalah Akad sewa menyewa barang antara kedua belah pihak, yaitu Bank (Mu'jjir) dengan Nasabah (Musta'jir) sebagai penyewa suatu barang milik Bank, untuk memperoleh manfaat atas barang yang disewa

b. *Pembiayaan Ijarah Muntahia Bittamlik (IMBT)*

Merupakan akad sewa menyewa antara pemilik objek sewa (bank syariah) dengan penyewa (nasabah) untuk mendapatkan imbalan jasa atas objek sewa yang disewakannya dengan opsi pemindahan hak milik obyek sewa pada saat tertentu sesuai dengan akad yang disepakati di awal.

C. Produk pembiayaan perbankan syariah berdasarkan prinsip bagi hasil

Sistem ini adalah suatu sistem yang meliputi tata cara pembagian hasil usaha antara penyedia dana dengan pengelola dana.²¹ Pembagian hasil usaha ini dapat terjadi antara pihak bank dengan nasabah penyimpan dana

²¹ Dkk M. Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: Analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang Dan Ancaman*, ed. by Ekonisia (2006) hal 90.

maupun antara bank dengan nasabah penerima dana. Bentuk akad yang berdasarkan prinsip ini adalah:

a. *Pembiayaan Mudharabah*

Mudharabah adalah akad kerjasama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama pemilik modal (shahibul maal) menyediakan seluruh (100%) modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola (mudharib). Keuntungan usaha secara mudharabah dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak, sedangkan apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian itu bukan akibat kelalaian si pengelola. Seandainya kerugian ini diakibatkan karena kecurangan atau kelalaian si pengelola, si pengelola harus bertanggung jawab atas kerugian tersebut.²² Akad mudharabah secara umum terbagi menjadi dua jenis:

- (1) *Mudharabah Muthlaqah* adalah bentuk kerjasama antara shahibul maal dan mudharib yang cakupannya sangat luas dan tidak dibatasi oleh spesifikasi jenis usaha, waktu, dan daerah bisnis.
- (2) *Mudharabah Muqayyadah* adalah bentuk kerjasama antara shahibul maal dan mudharib dimana mudharib memberikan batasan kepada

²² Abdullah Saeed, *Bank Islam Dan Bunga : Studi Kritis Larangan Riba Dan Interpretasi Kontemporer*, Pustaka Pelajar (2008) hal 91.

shahibul maal mengenai tempat, cara, dan obyek investasi.

b. *Pembiayaan Musyarakah*

Musyarakah berarti kemitraan dalam suatu usaha dan dapat diartikan sebagai bentuk kemitraan antara dua orang atau lebih yang menggabungkan modal atau kerja mereka untuk berbagi keuntungan, serta menikmati hak dan tanggung jawab yang sama.

D. Produk pembiayaan perbankan syariah berdasarkan prinsip pinjam meminjam yang bersifat sosial

Qardh adalah pemberian harta kepada orang lain yang dapat ditagih atau diminta kembali atau dengan kata lain meminjamkan tanpa mengharapkan imbalan. Produk ini digunakan untuk membantu usaha kecil dan keperluan sosial. Dana ini diperoleh dari dana zakat, infaq dan shadaqah. Pembiayaan yang menggunakan akad qardh hanya untuk membantu dan memberikan kemudahan kepada orang yang sedang mengalami kesusahan dalam keuangan.

Fasilitas pembiayaan pada penyaluran dana yang diberikan untuk memenuhi kebutuhan modal kerja yang habis dalam satu siklus usaha dan/atau kebutuhan modal

kerja yang bersifat khusus, termasuk namun tidak terbatas untuk membiayai stok barang atau piutang atau proyek atau kebutuhan khusus lainnya. Ada beberapa akad dalam inovasi penyaluran dana bank muamalat, antara lain :

- 1) Mudharabah
- 2) Murabahah
- 3) Musyarakah
- 4) Ijarah

Akad Mudharabah pada bank muamalat

Produk penyaluran dana berbasis akad mudharabah yang memberikan kemudahan bertransaksi dan bagi hasil yang kompetitif. Sarana bagi nasabah Non-perorangan untuk memenuhi kebutuhan transaksi bisnis sekaligus memberikan imbal hasil yang optimal.

Inovasi terbaru yang dilakukan Bank Muamalat adalah Digital Customer On Board yang memungkinkan calon nasabah membuka rekening baru cukup melalui aplikasi mobile banking Muamalat DIN. Langkah ini sejalan dengan tren nasabah yang sebagian besar telah beralih ke kanal digital. Saat ini, 90% transaksi yang dilakukan oleh nasabah perseroan sudah melalui kanal digital dimana mayoritas dilakukan menggunakan aplikasi Muamalat DIN. Selain itu, Bank Muamalat terus memberikan

layanan terbaik kepada nasabah, baik di kantor cabang, call center SalaMuamalat, dan platform layanan digital.

Aplikasi Muamalat DIN dilengkapi dengan fitur keamanan terbaru seperti biometric login dan auto read One Time Password (OTP). Muamalat DIN juga bisa digunakan oleh nonnasabah Bank Muamalat karena terdapat fitur konten Islami seperti kalkulator zakat, jadwal salat dan arah kiblat. Selain itu, terdapat fitur pembayaran menggunakan QR Code yang terhubung dengan Quick Response Code Indonesian Standard atau disingkat QRIS yang merupakan standarisasi pembayaran menggunakan metode QR Code dari Bank Indonesia.

Akad Murabahah pada bank muamalat

Akad yang digunakan yakni murabahah atau transaksi jual beli barang berupa emas batangan dengan harga yang telah disepakati oleh nasabah dan bank di awal akad.

Produk kepemilikan emas ini merupakan produk pembiayaan dengan tenor hingga 10 tahun. Salah satu keunggulan produk ini adalah nasabah bisa menentukan tujuan kepemilikan emas misalnya sebagai dana pendidikan anak, pelunasan haji, maupun melindungi nilai harta untuk antisipasi keadaan darurat. Bahkan, saat telah lunas dan kelak tidak dicairkan, emas tersebut bisa diwariskan. Dengan produk Solusi Emas Hijrah, kepemilikan emas bisa direncanakan bertahap dari

nominal kecil mulai 5 gram hingga 500 gram. Karena harga emas dikunci melalui kesepakatan di awal akad, nasabah tidak perlu khawatir bila terjadi fluktuasi harga emas selama periode angsuran.

Solusi Emas Hijrah memudahkan nasabah memiliki emas tanpa rasa cemas karena kualitas logam mulia dan prinsip syariahnya terjamin. Emas yang dibiayai merupakan logam mulia dengan teknologi certieye yang dipasok oleh PT Antam Tbk dan sudah terakreditasi London Bullion Market Association (LBMA).

Akad Ijarah pada Bank Syariah Indonesia (BSI)

Prospek inovasi produk ijarah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) di era digital sangat menjanjikan karena kemajuan teknologi memungkinkan pengembangan platform digital yang mempermudah transaksi ijarah. Integrasi teknologi blockchain meningkatkan keamanan dan transparansi, sementara analisis data besar meningkatkan manajemen risiko. Pemanfaatan teknologi Internet of Things memungkinkan pemantauan aset secara real-time. Platform pendanaan dengan prinsip syariah membuka peluang baru untuk mendukung transaksi ijarah secara inklusif dan berkelanjutan. Dengan inovasi ini, produk ijarah berpotensi menjadi lebih efisien, mudah diakses, dan sesuai dengan kebutuhan pasar yang terus berkembang di era digital.

Produk penyaluran dana berbasis akad ijarah merupakan kegiatan sewa-menyewa antara dua pihak dengan biaya yang telah ditetapkan berdasarkan prinsip syariah. BSI telah mengembangkan inovasi platform digital untuk memfasilitasi pembiayaan berbasis akad Ijarah, seperti :

- a. Tanda tangan digital (digital signature), untuk akad
- b. Electronic Know Your Customer (e-KYC) untuk verifikasi identitas nasabah secara online.
- c. Dokumentasi digital untuk kontrak sewa menyewa (akad Ijarah), yang mempercepat proses dan mengurangi penggunaan kertas.
- d. Penggunaan BSI Mobile yang telah diganti dengan Byond by BSI Penggunaan Hybrid Contract dalam Aplikasi Byond by BSI. Contohnya, nasabah dapat menggunakan e-emas untuk membeli, menjual, mentransfer, dan menarik emas dalam bentuk fisik.

Akad Ijarah Muntahiyah Bit Tamlik (IMBT) pada Bank BTN Syariah (KPR)

Inovasi yang dilakukan Bank BTN Syariah ialah BTN Syariah sedang melakukan kajian untuk meluncurkan skema pembiayaan sewa beli atau rent to own dalam KPR. Skema ini akan sangat memudahkan

konsumen untuk menikmati dahulu tempat tinggal yang ingin dimilikinya sebelum akhirnya memutuskan untuk membeli. skema rent to own disiapkan BTN untuk mengatasi permasalahan kelebihan pasokan atau over supply hunian, khususnya unit apartemen. Melihat skemanya, kemungkinan besar produk ini akan dipasarkan melalui BTN Syariah dengan menggunakan akad Ijarah Muntahiyah Bit Tamlik (IMBT).

Inovasi Bank BTN Syariah ini bisa dibilang pemecah kebuntuan bagi generasi muda yang ragu memiliki rumah karena belum siap terikat pinjaman jangka panjang. Bank Bank BTN Syariah terus melakukan berbagai inovasi untuk mengimplementasikan digitalisasi perbankan dalam fokus bisnis utamanya yakni pembiayaan perumahan.

Bank BTN Syariah akan meluncurkan aplikasi super apps. Untuk mendukung hal ini, Bank BTN Syariah telah melakukan berbagai kerjasama dengan banyak institusi terkait seperti Pinhome yang merupakan market place khusus properti dan memiliki kekuatan basis data perumahan serta data segmen milenial. Platform Arsitag yang merupakan market place jasa layanan profesional arsitektur, desain interior dan kontraktor.

3. Produk Pelayanan Jasa (*Fee Based Income Product*)

Prinsip ini meliputi seluruh layanan non-pembiayaan yang diberikan bank. Bentuk produk yang berdasarkan prinsip wakalah, kafalah, sharf, hawalah dan rahn ini antara lain²³:

- a) **Wakalah:** Nasabah memberi kuasa kepada bank untuk mewakili dirinya melakukan pekerjaan jasa tertentu, seperti transfer.
- b) **Kafalah:** Jaminan yang diberikan oleh bank syariah (penanggung) kepada pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban nasabah (pihak kedua atau yang ditanggung). Contoh produknya adalah garansi bank.
- c) **Sharf:** Sharf adalah jual beli atau pertukara mata uang. Asalnya mata uang hanya emas dan perak, uang emas disebut dinar dan uang perak disebut dirham. Kedua mata uang tersebut disebut dengan mata uang intrinsik.
- d) **Hawalah:** Adalah pengalihan utang dari orang yang berutang kepada orang lain yang wajib menanggungnya. Kontrak hawalah dalam perbankan biasanya diterapkan pada factoring (anjak piutang), post-dated check, dimana bank bertindak sebagai juru tagih tanpa membayarkan dulu piutang tersebut.
- e) **Rahn:** Adalah menahan salah satu harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang

²³ Wiroso, *Produk Perbankan Syariah*, (2007) hal 297.

diterimanya. Barang yang ditahan tersebut memiliki nilai ekonomis. Dengan demikian, pihak yang menahan memperoleh jaminan untuk dapat mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya. Secara sederhana dapat dijelaskan bahwa rahn adalah semacam jaminan utang atau gadai.

