

BUSINESS OF ISLAMIC BANK



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mendapatkan Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E)

OLEH:

TENTI DWIYANI
NIM : 1911140016

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) FATMAWATI
SUKARNO BENGKULU
2023/1444 H**

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan Judul *"Business of Islamic Bank"* yang
disusun oleh:
Nama: **Tenti Dwiyani**
NIM: **1911140016**
Program Studi: **Perbankan Syariah**
Bentuk Tugas Akhir: **Buku**
Nama Penerbit: **Koperasi Konsumen Al Muawanah Syariah**
Tempat Penerbit: **JL. Raden Fatah, Gd. B6 UIN FAS Bengkulu**
ISBN: **978-623-09-1045-6**

Telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran Tim
Pembimbing. Oleh karena itu, Tugas Akhir ini disetujui dan layak
untuk diujikan dalam Sidang *Munaqasyah* Tugas Akhir pada Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati
Sukarno Bengkulu.

Bengkulu, 8 Desember 2022 M

14 Jumadil Awal 1444 H

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Asnaini, M.A

Adi Setiawan, Lc., M.E.I

NIP. 197304121998032003

NIP. 198803312019031005

Mengetahui

Koordinator Program Studi Perbankan Syariah

Yunida Een Priyanti, M.Si

NIDN. 2012068102



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211ER
 Telepon (0736) 51276-51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172
 Website: www.uinfasbengkulu.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan Judul **"Business of Islamic Bank"** yang disusun oleh:
 Nama **Tenti Dwiyani**
 NIM **1911140016**
 Program Studi **Perbankan Syariah**
 Bentuk Tugas Akhir **Buku**
 Telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan
 Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu pada:
 Hari **: Selasa**
 Tanggal **: 24 Januari 2023**

Dinyatakan LULUS. Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat guna
 memperoleh gelar Sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah dan diberi gelar Sarjana Ekonomi
 (S.E.).

Bengkulu, 30 Januari 2023
 08 Rajab 1444H

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua

Adwal B. M.A
 NIP. 198307092009121005

Sekretaris

Adi Setiawan, Lc., M.E.I
 NIP. 198003312019031005

Pengujian I

Adwal B. M.A
 NIP. 198307092009121005

Pengujian II

Katra Pramadeka, M.E.I
 NIP. 198807252020121003

Mengetahui
Dean

Dr. H. Supardi, M.Ag
 NIP. 196504104093031007

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan:

1. Buku dengan judul "Business of Islamic Bank" adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Tugas Akhir ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
3. Di dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dari pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu,.....

M.....yatakan,



Tenti Dwiyani

NIM 1911140016

MOTTO

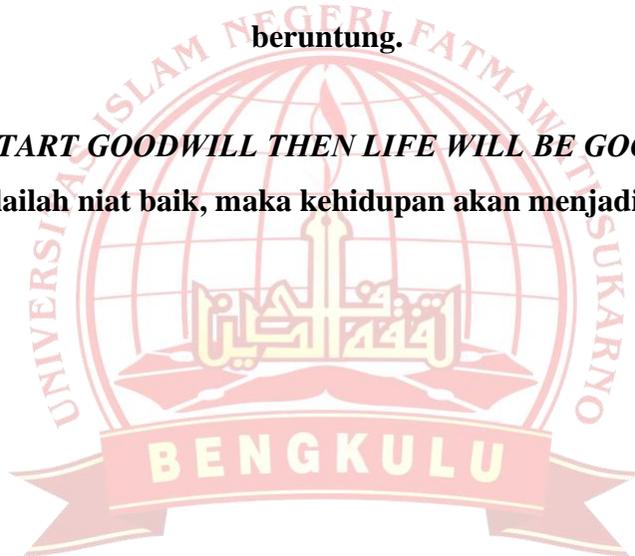
يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اصْبِرُوا وَصَابِرُوا وَرَابِطُوا وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya:

Wahai orang-orang yang beriman! Bersabarlah kamu dan kuatkanlah kesabaranmu dan tetaplah bersiap siaga (di perbatasan negerimu) dan bertakwalah kepada Allah agar kamu beruntung.

“START GOODWILL THEN LIFE WILL BE GOOD”

(Mulailah niat baik, maka kehidupan akan menjadi baik)



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah Robbil 'Alamin. Puji syukur atas karunia-Mu ya Allah yang selalu memberikan aku hidayah, kekuatan serta kemudahan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan usah serta doa yang tulus dan ikhlas, skripsi ini ku persembahkan:

1. Untuk Ibu tercintaku (Linda Sari) wanita terbaik yang sangat tangguh. Ibu hebatku ini selalu merawat, mendidik serta mengasihi aku dengan penuh kasih sayang, Ibuku ini wanita paling mengagumkan, setiap perlakuannya sangat keren dimataku dan aku rasa jika orang mengenalnya orang juga akan berpikir begitu. Dan untuk Ayah tersayangku (Juri Fahmi) lelaki yang paling aku sayangi. Ayah kerenku ini juga tidak kalah dengan Ibuku yang mengagumkan. Ayahku merupakan sosok yang hangat, perhatian dan selalu memperlakukan aku dengan sangat baik. Terima kasih orang tua hebatku telah menjadi *support system* terbaik serta telah memberikan motivasi agar selalu mengingat Allah Swt. dan doa yang tidak pernah putus untukku.
2. Adik-adikku tercinta dan tersayang (Wulan Tri Sari dan Khumairah Khanza) yang selalu membuat hari-hariku menjadi berwarna dan penuh canda tawa.
3. Nenekku tersayang (Hawati) yang telah menemani aku dari semenjak aku duduk dibangku MAN dan selalu mendoakan aku menjadi orang yang sukses dunia dan akhirat.
4. Keluarga besar (Bapak Muslim dan Ibu Nurjannah) yang telah

- memberikan dukungan kepadaku.
5. Keluarga Besar (Bapak Zainal dan Ibu Hawati) yang telah memberikan dukungan kepadaku.
 6. Sahabatku tercinta (Dika Aristawidyahartanti, Perli Purnama Sari, Rani Artika, Messy Windi Sari, Hanny Zarimah, Lira Pirna, Lestina Sari, Maya Novita Sari, Lisensi dan teman-teman sekelas serta seperjuanganku. Terima kasih telah memberikan semangat, menghiburku, membantuku, menyemangatiku, mendoakanku dan menemani hari-hariku dengan penuh canda tawa serta pemberi inspirasi dalam penyelesaian tugas akhir perkuliahan ini.
 7. Dosen Pembimbing Ibu (Dr. Asnaini, M.A) dan (Bapak Adi Setiawan, M.E.I) yang telah mengarahkan, membimbing, memberi inspirasi dan telah membagi ilmunya kepada saya dengan penuh kesabaran selama proses penyelesaian buku ini.
 8. Untuk Bangsa, Negara, Agama dan Almamater yang telah menempahku.

ABSTRAK

Business of Islamic Bank

Oleh : Tenti Dwiyani, NIM. 1911140016.

Abstrak:

Ada empat permasalahan dalam skripsi ini, yaitu (1) Bagaimana bisnis Islam dan bank syariah, (2) Bagaimana transaksi dalam bank syariah, (3) Bagaimana *marketing* dalam bank syariah, (4) Bagaimana komunikasi dalam bank syariah. Untuk mengungkap persoalan ini secara menyeluruh dan mendalam peneliti melakukan penelusuran pustaka, pencarian yang relevan dan pencarian data melalui media massa. Data dan informasi yang digunakan yaitu data bersumber dari buku, media massa, jurnal dan beberapa sumber lain yang relevan. Dari hasil penelitian pada buku ini dapat diuraikan dan ditemukan bahwa (1) Dalam bisnis Islam dan bank syariah terdapat bisnis yang diperbolehkan dan tidak diperbolehkan untuk dijalankan, (2) Pada transaksi yang dijalankan dalam bank syariah dilakukan menurut tiga fungsi utama bank yaitu penghimpunan dana, penyaluran dana dan pelayanan jasa, (3) Dalam *marketing* bank syariah itu mempunyai lingkungan *marketing*, strategi *marketing* dan etika *marketing*. (4) Pada komunikasi dalam bank syariah harus mempunyai kecakapan komunikasi interpersonal, etika dalam berkomunikasi dan terdapat bentuk komunikasi yang dilakukan dalam bank syariah.

Kata Kunci : *Bisnis Islam, Transaksi Bank Syariah, Marketing Bank Syariah, Komunikasi Bank Syariah.*

ABSTRACT

Business of Islamic Bank

By: Tenti Dwiyani, NIM. 1911140016

Abstract:

There are four problems in this thesis, namely (1) How is Islamic business and Islamic banking, (2) How are transactions in Islamic banking, (3) How is marketing in Islamic banking, (4) How is communication in Islamic banking. To reveal this issue thoroughly and in depth the researcher conducted a literature search, relevant searches and data search through the mass media. The data and information used are data sourced from books, mass media, journals and several other relevant sources. From the results of the research in this book it can be described and found that (1) In Islamic business and Islamic banks there are businesses that are allowed and not allowed to be carried out, (2) Transactions carried out in Islamic banks are carried out according to the three main functions of banks, namely fundraising, distribution of funds and services, (3) in marketing Islamic banks have a marketing environment, marketing strategy and marketing ethics. (4) Communication in Islamic banks must have interpersonal communication skills, ethics in communication and there are forms of communication carried out in Islamic banks.

Keywords : *Islamic Business, Islamic Bank Transactions, Islamic Bank Marketing, Islamic Bank Communication.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur ke hadirat Allah Swt. atas segala nikmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Business of Islamic Bank". Shalawat dan salam untuk Nabi besar Muhammad Saw. yang telah berjuang untuk menyampaikan ajaran Islam sehingga umat Islam mendapatkan petunjuk ke jalan yang lurus baik di dunia maupun akhirat.

Penyusunan Tugas Akhir ini bertujuan untuk mengungkap masalah (bisnis yang ada pada bank syariah) dan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) pada Program Studi Perbankan Syariah (PBS) Jurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Dengan demikian penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Zulkarnain, M.Pd. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah menempera saya sehingga menjadi lebih baik.
2. Dr. H. Supardi, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah menempera saya sehingga menjadi lebih

baik.

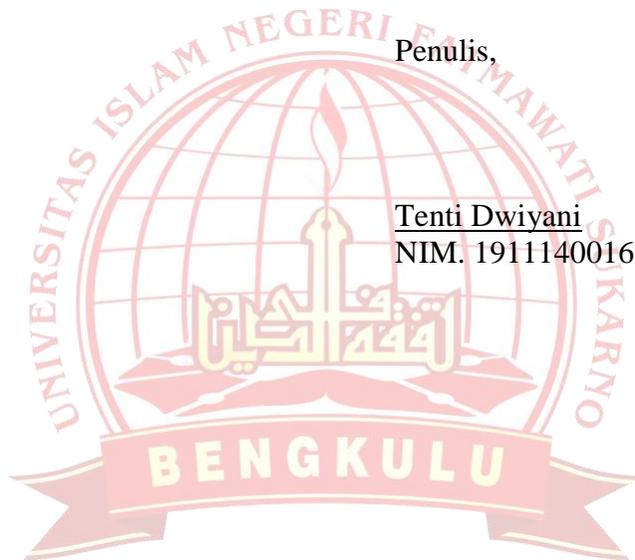
3. Yenti Sumarni, MM. Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah memberi arahan dalam penyelesaian Tugas Akhir.
4. Dr. Asnaini, M.A selaku Pembimbing I, yang telah memberikan bimbingan, motivasi, semangat dan arahan dengan penuh kesabaran.
5. Adi Setiawan, M.E.I selaku Pembimbing II, yang telah memberikan bimbingan, motivasi, semangat dan arahan dengan penuh kesabaran.
6. Kedua orang tuaku Bapak Juri Fahmi dan Ibu Linda Sari yang selalu mendoakan kesuksesanku.
7. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan.
8. Staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal adminitrasi.
9. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kelemahan dan kekurangan dari berbagai sisi. Oleh karena itu, penulis mohon maaf dan mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan Penulis ke depan.

Bengkulu, 17 Januari 2022 M
24 Jumadil Akhirah 144 H

Penulis,

Tenti Dwiyani
NIM. 1911140016



DAFTAR ISI

HALAMA JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	2
C. Tujuan Penulisan	2
D. Kegunaan Penelitian.....	2
E. Metode Penelitian	3
F. Sistematika Penulisan	5
BAB II BISNIS ISLAM DAN BANK SYARIAH	7
A. Definisi Bisnis Islam.....	7
B. Definisi Bank Syariah	11
C. Bisnis yang diperbolehkan dalam Islam	14
1. Titipan (<i>Wadiah</i>).....	14

2. Bagi Hasil (<i>Syirkah</i>).....	14
3. Jual Beli (<i>Al-Bay'</i>)	15
4. Sewa (<i>Ijarah</i>).....	15
D. Bisnis yang Tidak diperbolehkan dalam Islam.....	16
1. <i>Gharar</i>	16
2. <i>Al-Maysir</i>	16
3. Riba.....	17
4. <i>Ihtikar</i>	17
5. <i>Bai' Najasy</i>	18
6. <i>Risywah</i>	19
7. Menjual barang haram	19
BAB III TRANSAKSI DALAM BANK SYARIAH.....	21
A. Penghimpun Dana.....	21
1. Giro <i>wadiah</i>	21
2. Giro <i>mudharabah</i>	23
3. Tabungan <i>wadiah</i> dan <i>mudharabah</i>	27
4. Deposito <i>mudharabah</i>	30
B. Penyaluran Dana.....	32
1. Transaksi pembiayaan pada prinsip jual beli	33
2. Transaksi pembiayaan pada prinsip sewa.....	41
3. Transaksi pembiayaan pada prinsip bagi hasil	46
C. Pelayanan Jasa	55
1. <i>Wakalah</i>	56
2. <i>Hiwalah</i>	57

3. <i>Kafalah</i>	59
4. <i>Sharf</i>	61
5. <i>Qard</i>	64
BAB IV MARKETING BANK SYARIAH	67
A. Definisi <i>Marketing</i> Bank Syariah	67
B. Lingkungan <i>Marketing</i> Bank Syariah.....	69
1. Lingkungan internal.....	70
2. Lingkungan eksternal	70
C. Strategi <i>Marketing</i> Bank Syariah.....	78
1. Strategi penetrasi pasar.....	79
2. Strategi pengembangan produk	79
3. Strategi pengembangan pasar	80
4. Strategi integrasi.....	81
5. Strategi diversifikasi.....	82
D. Etika <i>Marketing</i> Bank Syariah.....	83
1. Mempunyai jiwa spiritual (bertakwa)	84
2. Mempunyai pribadi yang baik dan simpatik (<i>shiddiq</i>).....	85
3. Mempunyai sikap yang adil dalam berbisnis (<i>al- 'adl</i>).....	86
4. Melayani dengan rendah hati dan senyum	86
5. Selalu menepati janji dan tidak curang (<i>tathfif</i>).....	87
6. Jujur dan terpercaya (amanah).....	89
7. Tidak suka berburuk sangka (<i>su'uzhon</i>).....	89
8. Tidak menjelek-jelekan (<i>ghibah</i>)	90
9. Tidak melakukan suap (<i>risywah</i>).....	91

BAB V KOMUNIKASI BISNIS BANK SYARIAH.....	92
A. Definisi Komunikasi Bisnis Islam	92
B. Kecakapan Komunikasi Interpersonal	94
1. Komunikasi Interpersonal.....	94
2. Fungsi komunikasi interpersonal.....	97
3. Tujuan komunikasi interpersoanal.....	97
C. Etika Islam dalam Komunikasi Bisnis Bank Syariah	98
D. Bentuk-Bentuk Komunikasi Bisnis Bank Syariah.....	101
1. Komunikasi lisan atau komunikasi verbal.....	101
2. Komunikasi nonverbal.....	102
3. Komunikasi personal	103
4. Komunikasi kelompok.....	104
5. Komunikasi massa.....	104
6. Komunikasi Media	105
BAB VI PENUTUP.....	106
A. Kesimpulan.....	106
B. Saran	108
DAFTAR PUSTAKA	109
LAMPIRAN	123

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1** Lembar Pengajuan Judul
- Lampiran 2** Surat Penunjukan Pembimbing
- Lampiran 3** Lembar Bimbingan Pembimbing I
- Lampiran 4** Lembar Bimbingan Pembimbing II
- Lampiran 5** Surat Proses Penerbitan Buku
- Lampiran 6** Bukti Plagiasi
- Lampiran 7** Saran Penguji I
- Lampiran 8** Saran Penguji II
- Lampiran 9** Buku Non-Fiksi Ber-ISBN



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Agama Islam merupakan agama yang secara lengkap mengatur setiap aspek kehidupan manusia, seperti dalam ibadah, sosial, muamalah dan aspek lainnya. Dalam menjalankan kegiatannya manusia berpedoman pada Alquran dan hadis agar kehidupan manusia berjalan dengan baik sesuai ketentuan syariat Islam. Selain mencari bekal untuk akhirat, di dunia ini manusia juga dituntut untuk memenuhi kehidupan dunia seperti memenuhi finansial.

Bentuk pemenuhan finansial, manusia dapat bekerja atau membuka bisnis. Pada masa sekarang banyak sekali pekerjaan dan bisnis yang sesuai dengan syariat Islam. Salah satunya yang sedang berkembang dan banyak yang meminati yaitu melakukan bisnis dibidang keuangan syariah seperti bisnis pada perbankan syariah.

Pada bisnis perbankan syariah, untuk bekerja dan membuka bisnis atau sekedar memanfaatkan bisnis perbankan syariah ini. Manusia perlu mengetahui dan memahami tentang bisnis perbankan syariah tersebut.

Pada buku ini penulis akan memberikan pengenalan tentang bisnis dalam bank syariah. Seperti, pengenalan bisnis yang diperbolehkan dan bisnis yang dilarang, transaksi-transaksi pada bank syariah, perbankan syariah dalam mengenalkan produk-produknya dan komunikasi bisnis yang dilakukan dalam bank syariah.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana bisnis Islam dan bank syariah?
2. Bagaimana transaksi-transaksi yang ada pada bank syariah?
3. Bagaimana *marketing* yang dijalankan pada bank syariah?
4. Bagaimana komunikasi bisnis yang ada dalam bank syariah?

C. Tujuan Penulisan

1. Untuk mengetahui bisnis Islam dan bank syariah.
2. Untuk mengetahui transaksi-transaksi yang ada pada bank syariah.
3. Untuk mengetahui *marketing* yang dijalankan dalam bank syariah.
4. Untuk mengetahui komunikasi bisnis yang ada dalam bank syariah.

D. Kegunaan Penulisan

Berdasarkan yang telah penulis paparkan dan jelaskan diatas, maka kegunaan buku penelitian adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, dari hasil penelitian ini semoga dapat bermanfaat bagi pembaca dan kalangan akademisi kampus sebagai referensi untuk menambah pengetahuan dan bahan referensi pada masa yang akan datang, mengenai penelitian yang sejenis.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Penulis

Bagi penulis buku penelitian ini sangat berguna untuk menambah wawasan serta pemahaman mengenai bisnis yang ada dalam bank syariah.

b. Bagi Pembaca

Bagi pembaca buku penelitian ini bermanfaat sebagai salah satu sumber pengetahuan agar dapat memahami bisnis yang ada dalam bank syariah.

E. Metode Penulisan

1. Jenis dan Sifat Penelitian

a. Jenis Penelitian

Adapun jenis penelitian yang digunakan dalam buku penelitian ini yaitu penelitian kepustakaan (*library research*) merupakan penelitiannya yang dilakukan dengan mengumpulkan data dari karya tulis ilmiah terdahulu atau yang telah dilaksanakan untuk memecahkan suatu masalah yang berhubungan dengan objek penelitian, yang pada dasarnya bertumpuh pada peninjauan kritis yang mendalam terhadap bahan-bahan pustaka secara relevan. Sebelum melakukan peninjauan yang dalam penulis terlebih dahulu harus mengetahui dengan jelas dan pasti mengenai sumber informasi ilmiah yang diperoleh. Adapun beberapa sumber

yang digunakan seperti buku-buku teks, jurnal ilmiah dan sumber-sumber lainnya yang relevan.

b. Sifat penelitian

penelitian ini jika dilihat dari sifatnya termasuk kedalam penelitian deskriptif dimana berfokus pada penjelasan atau berbentuk kata-kata secara sistematis mengenai fakta-fakta yang diperoleh pada saat penelitian dilakukan.

2. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini diambil dari dari sumber data. Adapun yang dimaksud dengan sumber data pada penelitian ini yaitu sumber di mana subjek tersebut diperoleh atau diambil.

Pada penulisan penelitian ini sumber data yang digunakan oleh penulis yaitu:

a. Sumber Primer

Sumber primer merupakan sumber-sumber data yang datanya diperoleh secara langsung dari sumber pertama atau sumber yang asli.

b. Sumber Sekunder

Sumber sekunder merupakan sumber-sumber data yang diperoleh dari sumber lain yang bukan merupakan sumber pertama atau sumber primer.

3. Teknik Analisa Data

Setelah data terkumpul secara keseluruhan, maka akan dilanjutkan dengan menganalisa data tersebut sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan. Untuk mendapatkan hasil yang tepat serta benar, penulis pada penelitian ini menggunakan teknik analisis isi. Teknik analisis isi (*content Analysis*) merupakan penelitian yang bersifat membahas dan memahami secara mendalam terhadap isi dari informasi yang diperoleh baik tertulis maupun tercetak di media massa. Penggunaan teknik analisis isi ini data yang diperoleh dari sumber-sumber yang terdokumentasi seperti surat kabar, buku, naskah dan sumber lain yang terdokumentasi.

F. Sistematika Penulisan

Agar penulisan penelitian ini lebih dapat terarah pada tujuan pembahasan, diperlukan adanya sistematika penulisan. Penelitian ini terdiri dari enam bab, dimana setiap bab satu bab dengan bab lainnya saling terhubung dan mendasari.

Adapun sistematika dalam penulisan penelitian yaitu sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan

Bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II Bisnis Islam dan Bank Syariah

Bab ini membahas mengenai definisi bisnis Islam, definisi bank syariah, bisnis yang diperbolehkan dalam Islam dan bisnis yang tidak diperbolehkan dalam Islam.

BAB III Transaksi dalam Bank Syariah

Bab ini membahas mengenai transaksi pada penghimpun dana, transaksi pada penyaluran dana dan transaksi pada pelayanan jasa.

BAB IV *Marketing* Bank Syariah

Bab ini membahas mengenai definisi *marketing* bank syariah, lingkungan *marketing* bank syariah, strategi *marketing* bank syariah dan etika *marketing* bank syariah.

BAB V Komunikasi Bisnis Bank Syariah

Bab ini membahas mengenai definisi komunikasi bisnis Islam, kecakapan komunikasi interpersonal, etika Islam dalam komunikasi bisnis bank syariah dan bentuk-bentuk komunikasi bisnis bank syariah.

BAB VI Penutup

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran.

BAB II

BISNIS ISLAM DAN BANK SYARIAH

A. Definisi Bisnis Islam

Seiring dengan berjalannya waktu bisnis sangat diminati berbagai kalangan, dengan berbagai cara yang dilakukan seseorang atau perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dan mencapai target dalam bisnisnya. Adapun bisnis itu sendiri berasal dari kata bahasa Inggris yaitu “*business*” yang sumber katanya adalah *busy* yang mempunyai arti “sibuk” dalam konteks personal, organisasi dan masyarakat dalam mengerjakan suatu kegiatan atau sebuah pekerjaan yang dapat menghasilkan suatu keuntungan. Sedangkan secara terminologi bisnis dapat diartikan sebagai suatu kegiatan seseorang atau organisasi yang menyiapkan suatu barang dan jasa dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan atau laba untuk setiap pihak yang terlibat dalam bisnis tersebut.¹

Bisnis merupakan kegiatan memproduksi barang dan jasa untuk kehidupan sehari-hari yang dapat memberikan nilai terhadap produk yang pada awalnya kurang bernilai atau tidak memiliki nilai menjadi suatu produk yang lebih bernilai dan berguna bagi masyarakat.²

¹ Fauzi Muhammad and Baharuddin Ahmad, *Fikih Bisnis Syariah* (Jakarta: Kencana, 2021), hlm.19.

² Abd. Rahman Rahim, *Manajemen Bisnis Syariah Muhammad SAW* (Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar, 2016), hlm. 8.

Untuk maksud bisnis dalam Islam yaitu segala bentuk kegiatan atau aktivitas seseorang yang kepemilikannya dibatasi baik harta, barang dan jasa, hal ini dibatasi atas cara dalam memperoleh dan cara dalam menggunakan barang tersebut. Bisnis Islam memiliki ketentuan yaitu tidak boleh keluar dari yang telah ditentukan dalam syariat Islam yang harus mengikuti norma halal dan haram.³

Dalam sebuah bisnis terkait erat dengan untung dan juga rugi, dan setiap lembaga bisnis bertujuan untuk mendapatkan return dari aktifitas bisnisnya. Sehingga untuk menjalankan bisnis perlu adanya manajemen resiko sebagai suatu yang dibutuhkan untuk mengidentifikasi, mengukur dan sebagai pengendalian berbagai macam resiko yang mungkin terjadi, sehingga manajemen resiko dapat berfungsi sebagai filter atau pemberi peringatan dini (*early warning system*). Salah satu bisnis yang banyak dijalankan pada saat ini adalah bisnis dalam bank syariah. Pada bisnis dalam perbankan syariah ini dalam menjalankan fungsi jasa-jasa keuangan bank berada pada bisnis beresiko. Dengan seiring perkembangannya akan terus berhadapan dengan berbagai jenis resiko dengan kompleksitas, beragam dan melekat pada kegiatan usahanya. Resiko dalam perbankan dapat berdampak negatif bagi pendapatan dan permodalan bank, baik yang dapat diperkirakan (*expected*) maupun yang tidak dapat diperkirakan (*unexpected*). Salah

³ Asmuni and Siti Mujiatun, *Bisnis Syariah* (Medan: Perdana Publishing, 2016), hlm. 11.

satu yang membaaur risiko unik yaitu tren pertumbuhan merger lintas segmen, akuisisi, dan konsolidasi keuangan.⁴

Berdasarkan penyebab terjadinya resiko terbagi menjadi dua yaitu⁵:

1. Resiko bisnis, yaitu muncul akibat proses bisnis yang dilakukan bank, seperti kesalahan dalam menyusun perencanaan bisnis, kurangnya informasi saat mengambil keputusan dan kurangnya optimalisasi mengenai pengelolaan asset bank.
2. Resiko non-bisnis yaitu resiko yang diluar dari berbagai faktor yang tidak ada kaitannya dengan bisnis tetapi akan berdampak dengan bisnis. Seperti terjadinya kebakaran, kerusakan dan faktor luar lainnya.

Pada bank syariah mempunyai karakteristik manajemen resiko yang berbeda dengan bank umum yaitu meliputi⁶:

1. Identifikasi Resiko

Identifikasi resiko yang dilakukan dalam bank syariah meliputi berbagai resiko yang khas hanya pada bank-bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah. Seperti, proses transaksi pembiayaan, proses manajemen, sumber daya manusia, teknologi, lingkungan eksternal dan kerusakan.

⁴ Muhammad Iqbal Fasa, "Manajemen Risiko Perbankan Syariah Di Indonesia," *Li Falah Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam* I, no. 2 (2016): 36–53.

⁵ Wafiq Azizah Farid Muhammad, "Manajemen Risiko Dalam Perbankan Syariah," *Muhasabatuna Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam* 3, no. 4 (2021): 124–134.

⁶ Fasa, "Manajemen Risiko Perbankan Syariah Di Indonesia."

2. Penilaian Resiko

Dalam penilaian resiko, keunikan perbankan syariah terlihat pada hubungan antara *probability* dan *impact* atau dikenal sebagai *qualitative approach*.

3. Antisipasi Resiko

Pada perbankan syariah antisipasi resiko digunakan sebagai tindakan pencegahan (*preventif*), pengawasan (*detective*), pemulihan (*recovery*).

4. Monitoring Resiko

Aktivitas monitoring dalam perbankan syariah tidak hanya meliputi manajemen bank Islam, tetapi juga melibatkan Dewan Pengawas Syariah.

Penerapan manajemen resiko di bank syariah wajib disesuaikan dengan tujuan, kebijakan usaha, ukuran dan kompleksitas usaha serta kemampuan bank. Dalam kebijakan manajemen resiko perbankan syariah harus memuat beberapa hal⁷:

1. Penetapan resiko yang berkaitan dengan produk dan transaksi perbankan.
2. Penentuan limit dan penetapan toleransi resiko.
3. Penyusunan rencana darurat (*contingency plan*) dalam kondisi terburuk.
4. Penetapan sistem pengendalian intern dalam penerapan manajemen resiko.

⁷ Farid Muhammad, "Manajemen Risiko Dalam Perbankan Syariah."

B. Definisi Bank Syariah

Bank adalah suatu lembaga yang bisa membantu meringankan masalah keuangan masyarakat yang sangat membutuhkan untuk keperluan masing-masing yang berupa pemberian pinjaman dengan syarat-syarat yang sudah ditentukan oleh pihak bank.

Pada masa saat ini banyak peran besar dari bank untuk memajukan perekonomian dalam suatu negara. Bank dibutuhkan sebagai mitra yang dapat memudahkan berbagai aktivitas keuangan di banyak sektor usaha baik dalam sektor perdagangan, industri, perkebunan, pertanian, dan jasa. Walaupun pengelolaan bank berkarakter swasta, tetapi dalam menjalankan usahanya bank bersifat publik, karena bank melayani serta bersangkutan dengan kepentingan dari masyarakat dan juga pemerintah.⁸

Dalam Islam juga terdapat bank yang sering dikenal sebagai bank syariah. Bank syariah adalah suatu kegiatan keuangan yang berpedoman pada hukum yang ada dalam Islam. Dalam kegiatannya bank syariah tidak mempunyai beban Bunga (*riba*). Pendapatan yang diterima oleh bank syariah dari nasabah disesuaikan dengan perjanjian (*akad*) antara nasabah dan pihak bank. Akad yang dilakukan harus sesuai dengan rukun dan syarat-syarat akad.⁹

⁸ Augustinus Simanjuntak, *Hukum Bisnis* (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2019), hlm. 143.

⁹ Ismail, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018), hlm. 20.

Adapun pengaturan tentang bunga (*riba*) diatur pada Fatwa DSN MUI Nomor 1 tahun 2004 tentang Bunga (*Interest/Fa'idah*) yang berbunyi¹⁰:

Pertama : Pengertian Bunga (Interest) dan Riba

1. Bunga (*interest/fa'idah*) adalah tambahan yang dikenakan dalam transaksi pinjaman uang (*al-qardh*) yang diperhitungkan dari pokok pinjaman tanpa mempertimbangkan pemanfaatan/hasil pokok tersebut, berdasarkan tempo waktu, diperhitungkan secara pasti di muka, dan pada umumnya berdasarkan persentase.
2. Riba adalah tambahan (*ziyadah*) tanpa imbalan (بلا عوض) yang terjadi karena penangguhan dalam pembayaran (زيادة الأجل) yang diperjanjikan sebelumnya, (اشترطاً مقدماً) Dan inilah yang disebut riba *nasi'ah*.

Kedua : Hukum Bunga (*Interest*)

1. Praktek pembungaan uang saat ini telah memenuhi kriteria riba yang terjadi pada zaman Rasulullah SAW, yakni riba *nasi'ah*. Dengan demikian, praktek pembungaan uang termasuk salah satu bentuk riba dan riba haram hukumnya.
2. Praktek pembungaan tersebut hukumnya adalah haram, baik dilakukan oleh Bank, Asuransi, Pasar Modal, Pegadaian, Koperasi, dan Lembaga Keuangan lainnya maupun dilakukan oleh individu.

¹⁰ DSN MUI, "Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI Nomor 1 Tahun 2004 Tentang Bunga (*Interest/Fa'idah*)," 2004.

Ketiga : *Bermuamalah* dengan Lembaga Keuangan Konvensional

1. Untuk wilayah yang sudah ada kantor/jaringan Lembaga Keuangan Syariah dan mudah dijangkau, tidak dibolehkan melakukan transaksi yang didasarkan kepada perhitungan bunga.
2. Untuk wilayah yang belum ada kantor /jaringan Lembaga Keuangan Syariah, diperbolehkan melakukan kegiatan transaksi di lembaga keuangan konvensional berdasarkan prinsip darurat/ hajat.

Bank dapat memberikan dorongan dan dapat mempercepat dalam memajukan perekonomian dalam masyarakat melalui penggunaan kegiatan yang ada pada perbankan, keuangan, profitable dan investasi berdasarkan landasan syariat Islam.¹¹ Bank Islam (*Islamic Banking*) merupakan lembaga keuangan yang produk dan operasionalnya berkembang dengan landasan Islamiah. Dengan praktik yang tidak mengandung bunga (*riba*), ketidakjelasan (*gharar*) dan spekulasi (*maysir*).¹²

¹¹ Umam Khotibul and Setiawan Budi Utomo, *Perbankan Syariah: Dasar-Dasar Dan Dinamika Perkembangannya Di Indonesia* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2017), hlm. 32.

¹² Ahmad Dahlan, *Bank Syariah Teoritik, Praktik, Kritik* (Yogyakarta: Kalimedia, 2012), hlm. 99.

C. Bisnis yang diperbolehkan dalam Islam

Dalam Islam terdapat bisnis yang boleh untuk dijalankan yang sudah sesuai dengan hukum Islam, adapun bisnis yang diperbolehkan, yaitu:

1. Titipan (*Wadiah*)

Wadiah secara harfiah mempunyai arti “titipan”. Para ahli hukum mendefinisikan *wadiah* yaitu sesuatu yang diberikan oleh seseorang kepada pihak yang lain agar barang tersebut terpelihara dan dijaga dengan baik.¹³

Wadiah merupakan bisnis yang menyediakan layanan jasa yang berupa penitipan suatu barang atau hal berharga lainnya seperti penitipan uang pada pihak bank.

Dalam penyerahan titipan diberikan langsung kepada pemilik barang, bukan melalui orang lain, meskipun orang tersebut keluarga pemilik barang.¹⁴

2. Bagi Hasil (*Syirkah*)

Syirkah merupakan kongsi antara dua harta yang dimiliki dengan tidak adanya perbedaan antara dua harta tersebut.¹⁵ Adapun yang dimaksud dengan bisnis *syirkah* yaitu adanya kerjasama dalam usaha yang melibatkan dua pihak atau lebih untuk menjalankan suatu usaha yang telah direncanakan. Pada bisnis ini semua pihak akan ikut

¹³ Agus Triyanta, *Hukum Perbankan Syariah* (Malang: Setara Press, 2016), hlm. 51.

¹⁴ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Amzah, 2017), hlm. 463.

¹⁵ Rachmat Syafe'i, *Fiqh Muamalah* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2020), hlm. 183.

berkontribusi dalam menjalankan usaha. Untuk keuntungan atau hasil yang di dapatkan akan di bagi secara adil sesuai kesepakatan. Dan risiko yang mungkin akan terjadi dalam usaha akan ditanggung bersama oleh semua pihak.¹⁶

3. Jual Beli (*Al-Bay'*)

Jual beli secara bahasa dapat diartikan sebagai adanya suatu pemindahan hak milik atas suatu benda.¹⁷ Jual beli secara *syara'* didefinisikan sebagai suatu bentuk saling tukar menukar harta dengan harta yang di mana kedua belah pihak tidak merasa dirugikan untuk memiliki dan memberikan kepemilikannya.¹⁸

Adapun yang dapat dikatakan jual beli juga jika ada seseorang yang memasukan suatu benda ke dalam hak miliknya (kepemilikannya) karena ia sudah menukarkan benda lain yang ia miliki dengan benda yang ia inginkan.

4. Sewa (*Ijarah*)

Al-ijarah merupakan kata yang diambil dari bahasa arab yang bermakna “*bayaran, jasa atau kompensasi.*” *Ijarah* merupakan suatu kegiatan akad yang dapat diambil manfaatnya dari sesuatu yang ia terima dari orang lain dengan cara membayar atas suatu tersebut sesuai dengan kesepakatan dan syarat-syarat yang telah ditentukan

¹⁶ Mardani, *Hukum Bisnis Syariah* (Jakarta: Kencana, 2014), hlm. 142.

¹⁷ Azzam Abdul Aziz Muhammad, *Fiqih Muamalat Sistem Transaksi Dalam Islam* (Jakarta: Amzah, 2017), hlm. 23.

¹⁸ Syaikh, Ariyadi, and Norwili, *Fikih Muamalah Memahami Konsep Dan Dialektika Kontemporer* (Yogyakarta: K-Media, 2020), hlm. 44.

sebelumnya. Pada pemanfaatan akad ini kedua belah pihak melakukannya atas kerelaan.¹⁹

D. Bisnis yang Tidak diperbolehkan dalam Islam

Selain ada yang dapat dijalankan, dalam ketentuan Islam terdapat beberapa jenis bisnis dilarang untuk dijalankan, adapun bisnisnya yaitu:

1. Gharar

Gharar didefinisikan oleh para ahli fikih yaitu di dalam muamalah ada sebagian dari rukun yang menjadi sebab ketidakpastian dari suatu akad. Dengan adanya *gharar* atau ketidakpastian, *gharar* juga dikenal sebagai risiko karena adanya pendapat yang tidak sesuai dengan kenyataan atau masih menjadi dugaan sehingga menyebabkan kecurangan. *Gharar* dalam transaksinya kedua belah pihak tidak mempunyai kepastian yang berkaitan dengan kualitas, kuantitas, dan harga serta waktu untuk penyerahan suatu barang tersebut sehingga dapat merugikan pihak yang kedua.²⁰

2. Al-Maysir

Maysir atau judi merupakan segala sesuatu yang mengandung taruhan merupakan judi. *Maysir* adalah segala bentuk kegiatan yang dapat menimbulkan pertarungan dan dalam praktik ada unsur untung-

¹⁹ Akhmad Farroh Hasan, *Fiqh Muamalah Dari Klasik Hingga Kontemporer* (Malang: UIN-Maliki Press, 2018), hlm. 49.

²⁰ Adiwarmanto A. Karim and Oni Sahroni, *Riba Gharar Dan Kaidah-Kaidah Ekonomi Syariah: Analisis Fikih Dan Ekonomi* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2016), hlm. 77.

untungan yang dapat membuat orang mengharapakan keuntungan dengan mudah tanpa bekerja keras.²¹

3. *Riba*

Riba merupakan kata dari bahasa arab *al-ziyadah* yang mempunyai arti tambahan, tumbuh atau membesar. *Riba* merupakan bentuk penambahan tanpa adanya syarat bandingan kepada salah satu pihak dari kedua belah pihak dalam hutang-piutang atau penukaran suatu barang. Jika dalam peminjaman uang maka dimaknai penambahan yang diberikan oleh peminjam kepada pihak yang meminjam tanpa adanya imbalan atas uang yang dipinjam.²²

Riba mempunyai kaitan yang erat dengan dunia perbankan pada bank konvensional. Pada perbankan konvensional terdapat banyak transaksi yang masih menggunakan konsep bunga. Berbeda dengan bank syariah sudah memakai konsep bagi hasil.²³

4. *Ihtikar*

Ihtikar atau monopoli secara literal berarti di mana hanya ada satu pedagang di dalam pasar. Sedangkan dalam mazhab Syafi'i dan Hanbali secara spesifik *ihtikar* di definisikan sebagai: “Menimbun barang yang telah dibeli pada saat harga bergejolak tinggi untuk

²¹ Prilia Kurnia Ningsih, *Fiqh Muamalah* (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2021), hlm. 37.

²² Muslimin Kara and Rahmawati Muin, *Ekonomi Syariah Dan Lembaga Keuangan Syariah* (Sulawesi Selatan: Pusaka Almaida, 2020), hlm. 44.

²³ Andrianto and M. Anang Firmansyah, *Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori Dan Praktek)* (Jakarta: Qiara Media, 2019), hlm. 67.

menjualnya dengan harga yang lebih tinggi pada saat dibutuhkan oleh penduduk setempat atau lainnya”.²⁴

Sebuah kegiatan yang berbentuk monopoli yang dapat merugikan masyarakat diharamkan seperti kebutuhan dasar bahan pokok makanan.²⁵

Dalam *ihtikar* dilakukan *entry barriers* yang merupakan penghambatan masuknya produsen atau penjual ke dalam pasar, agar ia menjadi satu-satunya penjual di pasar tersebut.²⁶

5. *Bai' Najasy*

Bai'najasy merupakan pemalsuan. Dalam muamalah dimakanai sebagai sebuah penawaran palsu yang dilakukan oleh produsen atau penjual atas permintaan dari pembeli yang seakan banyak peminat dari konsumen terhadap produk yang dijual sehingga banyak pembeli membeli produk tersebut dan harga dari produk tersebut menjolak tinggi. *Bai'najasy* menarik pembeli yang sebenarnya tidak menginginkan produk tersebut, namun pembeli membeli produk tersebut karena alasan banyak yang menginginkan barang tersebut.²⁷

²⁴ A. Karim and Sahroni, *Riba Gharar Dan Kaidah-Kaidah Ekonomi Syariah: Analisis Fikih Dan Ekonomi*, hlm. 157.

²⁵ Oni Sahroni, *Ushul Fikih Muamalah: Kaidah-Kaidah Ijtihad Dan Fatwa Dalam Ekonomi Islam* (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2019), hlm. 63.

²⁶ A. Karim and Sahroni, *Riba Gharar Dan Kaidah-Kaidah Ekonomi Syariah: Analisis Fikih Dan Ekonomi*, 158.

²⁷ Azharsyah Ibrahim et al., *Pengantar Ekonomi Islam* (Jakarta: Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah- Bank Indonesia, 2021), hlm. 491.

6. *Risywah*

Risywah atau suap merupakan pemberian sesuatu yang berharga kepada pihak yang lain agar mendapatkan sesuatu yang ia inginkan dengan cepat yang belum menjadi haknya. Perbuatan yang dapat dikatakan *risywah* jika kedua belah pihak sama-sama melakukan dan menerima secara sukarela.²⁸

7. Menjual barang haram

Bisnis yang melakukan praktik penjualan barang haram sudah jelas di larang dalam agama Islam.²⁹ Pada masa saat ini sudah banyak sekali praktik penjualan barang haram seperti penjualan narkoba, obat-obatan terlarang, minuman keras, babi dan penjualan-penjualan yang tidak sesuai dengan ketentuan syariat Islam lainnya, pada jual beli ini dikatakan batal dan jika dilakukan dalam bentuk tukar menukar maka jual beli ini akan termasuk sesuatu yang rusak (*fasid*).³⁰ Seperti yang dijelaskan dalam hadis Rasulullah SAW:

²⁸ Sa'adah Yuliana, Nurlina Tarmiz, and Maya Panorama, *Transaksi Ekonomi Dan Bisnis Dalam Tinjauan Fiqh Muamalah* (Yogyakarta: Idea Press Yogyakarta, 2017), hlm. 51.

²⁹ Mardani, *Hukum Bisnis Syariah*, hlm. 59.

³⁰ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2016), hlm. 59.

“Dari Jabir bin Abdullah r.a., bahwa ia mendengar Rasulullah SAW bersabda pada tahun fathu Mekkah. Sesungguhnya Allah melarang (mengharamkan) perdagangan khamar, bangkai, babi, dan patung.” (Hadis sahih - Muttafaq 'alaih)³¹



³¹ Muhammad Abduh Tuasikal, “Hukum Jual Beli Khamar (Miras),” *Rumaysho*, last modified 2014, accessed October 18, 2022, <https://rumaysho.com/6300-hukum-jual-beli-khamar-miras.html>.

Bab III

Transaksi dalam Bank Syariah

A. Penghimpunan Dana

Bank mempunyai tiga fungsi utama yaitu sebagai penghimpun dana masyarakat, penyaluran dana dan menyediakan layanan jasa bagi masyarakat. Bank mempunyai transaksi-transaksi dalam menjalankan fungsinya tersebut. Bank sebagai penghimpun dana masyarakat yang berbentuk simpanan, kemudian simpanan tersebut akan disalurkan kembali kepada masyarakat yang membutuhkan dalam bentuk kredit.¹

Bagi masyarakat yang memiliki keunggulan dalam keuangan akan menitipkan uang kepada pihak bank dengan tujuan uang tersebut akan mendapatkan keamanan serta dapat memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi. Adapun transaksi-transaksi yang ada dan dilakukan dalam penghimpunan dana yaitu:

1. Giro *wadiah*

Wadiah dapat didefinisikan sebagai peninggalan sesuatu untuk dititipkan oleh pemilik kepada penerima titipan agar titipan tersebut dapat terjaga dengan baik. suatu yang dititipkan dalam akad *wadiah* suatu yang dititip diharuskan dapat dipegang.²

¹ Khotibul and Budi Utomo, *Perbankan Syariah: Dasar-Dasar Dan Dinamika Perkembangannya Di Indonesia*, hlm. 77.

² Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fiqh Muamalah*, 3rd ed. (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2015), hlm. 73.

Giro merupakan titipan atau simpanan dari masyarakat yang dapat melakukan transaksi atau penarikan setiap saat oleh nasabah atau masyarakat yang bersangkutan ketika pemiliknya menginginkan, sesuai prosedur bank.³

Giro *wadiah* diartikan sebagai penarikan simpanan yang dapat dilakukan setiap saat menggunakan cek bilyet giro atau dengan pemindahbukuan yang berdasarkan prinsip titipan.

Dalam giro *wadiah* nasabah akan mendapatkan nomor rekening. Pemilik rekening giro *wadiah* dalam satu hari dapat mencairkan dana berulang kali sesuai ketentuan dan dana pada rekening mencukupi untuk melakukan transaksi.⁴

Giro *wadiah* terbagi menjadi dua yaitu:

a. *Wadiah yad amanah*

Merupakan akad titipan yang tidak boleh digunakan oleh pihak yang dititipkan. Namun pada akad ini pihak yang dititipkan boleh mengenakan biaya administrasi kepada pemilik atau penitip atas barang yang telah dijaga.⁵

b. *Wadiah yad dhamanah*

Pada akad ini barang yang dititipkan oleh pihak yang menitipkan boleh digunakan oleh pihak yang menerima titipan. Namun, pada akad ini pihak yang dititipkan bertanggung jawab

³ Adiwarmanto A. Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih Dan Keuangan*, cetakan ke. (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013), hlm. 351.

⁴ Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2016), hlm. 66.

⁵ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 36.

atas kemungkinan adanya kerusakan atau kerugian dari barang atau dana yang dititipkan sebagai akibat penggunaan barang tersebut. Dan hasil keuntungan dari barang atau dana yang dititipkan itu akan menjadi milik bank. Namun pihak bank diperbolehkan memberikan intensif atau bonus kepada nasabah dengan tidak adanya penentuan jumlah persentase yang akan diberikan.⁶

2. Giro *mudharabah*

Mudharabah merupakan adanya sebuah kesepakatan atau akad antara kedua belah pihak, dimana pihak yang pertama (nasabah) diharuskan menyerahkan uang dengan jumlah tertentu kepada pihak yang kedua (bank) untuk dikelola.⁷

Mudharabah mempunyai istilah yang lain yaitu *qiradh* dan *qaqadha*, ketiga istilah ini pada dasarnya mempunyai arti yang sama. Dalam menjalankan kerjasama *mudharabah* ditegaskan, kedua belah pihak berkontribusi dalam kerjasama ini. Pihak yang menyerahkan uang (*shahibul maal*) memberikan uang atau modal seratus persen atau sepenuhnya kepada yang mengelola (*mudharib*). Pihak yang mengelola (*mudharib*) memberikan kontribusi dalam bentuk keahlian untuk menjalankan kerjasama *mudharaban* ini.⁸

⁶ Nurul Ichasan Hasan, *Pengantar Perbankan Syariah* (Ciputat: Referensi GP Press Group, 2014), hlm. 204.

⁷ Sugeng Widodo, *Akuntansi Perbankan Islam: Teori Dan Praktik* (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2020), hlm. 102.

⁸ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah: Fiqh Muamalah* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2019), hlm. 256.

Penyimpanan yang dilakukan dalam prinsip *mudharabah* orang yang menitipkan dana (*shahibul maal*) disebut sebagai pemilik modal dan pihak bank yang dititipkan dana sebagai pengelola (*mudharib*). Dana yang dititipkan digunakan untuk pembiayaan. Dalam hal ini pihak bank bertanggung jawab atas kerugian yang mungkin akan dialami.

prinsipnya *mudharabah* dialokasikan menjadi tiga yaitu:

a. *Mudharabah mutlaqah*

Mudharabah mutlaqah merupakan kerjasama yang dilakukan oleh dua pihak yaitu pemberi modal (*shahibul maal*) dan pihak pengelola yang tidak dibatasi oleh usaha apa yang dijalankan, waktu dan tempat bisnis.⁹

Pada prinsip ini pihak bank tidak mempunyai batasan untuk menggunakan dana yang sudah dihimpun. *Mudharabah* jenis ini pihak yang menitipkan dana tersebut (*shahibul maal*) mempercayakan seluruhnya kepada pihak yang dititipkan (*mudharib*) atas investasi dana yang telah dilakukan untuk dikelola sesuai ketentuan syariat Islam.¹⁰

b. *Mudharabah muqayyadah on balance sheet*

Mudharabah jenis ini berupa penyimpanan dana yang khusus. Pihak bank dalam prinsip ini harus mengikuti ketentuan dari nasabah atau pemilik modal, karena dalam hal ini pemilik modal

⁹ Siah Khosyi'ah, *Fiqh Muamalah Perbandingan* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2014), hlm. 185.

¹⁰ Ismail, *Perbankan Syariah*, hlm. 86.

dapat memberikan syarat-syarat tertentu bagi pihak bank. Misalnya digunakan hanya untuk bisnis atas oleh nasabah tertentu.¹¹

c. *Mudharabah muqayyadah off balance sheet*

Dalam prinsip ini pihak bank menyalurkan dana secara langsung kepada pihak pelaksana usaha sebagai perantara pemilik dana. Untuk penentuan jenis usaha dan pelaksanaan usaha, pihak pelaksana dapat memberikan syarat kepada pihak bank.¹²

Pada giro *mudharabah* untuk melakukan penarikan setiap saat atau sewaktu-waktu sulit dilakukan karena akad *mudharabah* memerlukan jangka waktu untuk perhitungan laba rugi sesuai perjanjian yang telah ditentukan.¹³

Adapun Fatwa DSN MUI yang mengatur tentang giro yaitu Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor : 01/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Giro¹⁴:

Pertama : Giro ada dua jenis

- 1) Giro yang tidak dibenarkan secara syariah, yaitu giro yang berdasarkan perhitungan bunga.

¹¹ Isra Misra, Muhammad Ragil, and Muhammad Iqbal Fachreza, *Manajemen Perbankan Syariah: Konsep Dan Praktik Perbankan Syariah Di Indonesia* (Yogyakarta: K-Media, 2021), hlm. 63.

¹² Muhamad, *Manajemen Dana Bank Syariah* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2015), hlm. 31.

¹³ Khotibul and Budi Utomo, *Perbankan Syariah: Dasar-Dasar Dan Dinamika Perkembangannya Di Indonesia*, hlm. 81.

¹⁴ DSN MUI, "Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor : 01/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Giro," 2000.

- 2) Giro yang dibenarkan secara syariah, yaitu giro yang berdasarkan prinsip *mudharabah* dan *wadiah*.

Kedua : Ketentuan Umum Giro berdasarkan Mudharabah

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

Ketiga : Ketentuan Umum Giro berdasarkan *Wadiah*

- 1) Bersifat titipan.
- 2) Titipan bisa diambil kapan saja (*on call*).
- 3) Tidak ada imbalan yang disyaratkan, kecuali dalam bentuk pemberian ('*athaya*) yang bersifat sukarela dari pihak bank.

3. Tabungan *wadiah* dan *mudharabah*

Tabungan adalah simpanan yang sangat dikenal dalam masyarakat kota maupun masyarakat yang berada di pedesaan. Di masyarakat simpanan yang berbentuk tabungan sangat diperlukan sebagai tempat penyimpanan uang yang aman bagi masyarakat. Syarat pembukaan simpanan jenis ini mudah untuk diikuti oleh masyarakat karena ketentuannya sangat sederhana.¹⁵

Tabungan merupakan penyimpanan dana berdasarkan akad *wadiah* atau penyimpanan dana berdasarkan akad *mudharabah* yang sesuai dengan prinsip syariah. Dan untuk penarikan pada tabungan ini akan diproses sesuai ketentuan dan syarat yang telah menjadi kesepakatan. Namun, akad ini tidak dapat melakukan penarikan dengan cek dan bilyet giro.¹⁶

Pada simpanan jenis tabungan terdapat dua jenis akad sama seperti pada produk giro yaitu ada tabungan *wadiah* dan tabungan *mudharabah* nasabah dapat memilih jenis tabungan yang ingin mereka buka.

Sumber dari tabungan *wadiah* yaitu nasabah. Akad ini sering dikenal sebagai penitipan dana dari pihak ketiga (DPK) yang berbentuk tabungan.¹⁷

¹⁵ Ismail, *Perbankan Syariah*, hlm. 74.

¹⁶ Indah Sri Nikensari, *Perbankan Syariah: Prinsip Sejarah Dan Aplikasinya* (Semarang: PT Pustaka Rizki Putra, 2012), hlm. 137.

¹⁷ Dahlan, *Bank Syariah Teoritik, Praktik, Kritik*, hlm. 136.

Tabungan akad *wadiah* merupakan sebuah transaksi penitipan dana atau barang dari *mudharib* kepada *shahibul maal* dengan ketentuan, *shahibul maal* mempunyai tanggung jawab untuk mengembalikan dana atau barang sewaktu-waktu *mudharib* ingin mengambil simpanan tersebut.¹⁸

Tabungan *mudharabah* dibuat sebagai bentuk pemenuhan keinginan dari nasabah yang ingin mendapatkan keuntungan atau laba dari dana yang nasabah titipkan. Besar keuntungan yang akan didapatkan oleh nasabah sesuai dengan ketentuan nisbah yang telah ditentukan pada perjanjian awal. Namun, pada akad ini yang akan menanggung risiko yang mungkin akan terjadi tidak hanya dari pihak bank tetapi nasabah juga akan menanggung risiko tersebut.¹⁹

Transaksi pemberian dana pada akad tabungan *mudharabah* ini, digunakan untuk menjalankan usaha yang sesuai ketentuan dari syariat Islam dengan nisbah yang telah disepakati kedua belah pihak.²⁰

Tabungan *mudharabah* adalah sebuah produk dari penghimpunan dana yang dilakukan dalam bank syariah. Bentuk pengelolaan tabungan *mudharabah* pihak *mudharib* akan mutlak mempercayakan seluruh dana kepada pihak *shahibul maal* (bank syariah), baik dalam

¹⁸ Muhamad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, hlm. 35.

¹⁹ Khotibul and Budi Utomo, *Perbankan Syariah: Dasar-Dasar Dan Dinamika Perkembangannya Di Indonesia*, hlm. 94.

²⁰ Muhamad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, hlm. 36.

penentuan sektor usaha, jenis investasi dan jangka waktu dengan ketentuan sesuai dengan prinsip syariah.²¹

Adapun Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor : 02/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Tabungan. Pada fatwa ini mengatur mengenai tabungan pada bank syariah²².

Pertama : Tabungan ada dua jenis:

- a) Tabungan yang tidak dibenarkan secara syariah, yaitu tabungan yang berdasarkan perhitungan bunga.
- b) Tabungan yang dibenarkan, yaitu tabungan yang berdasarkan prinsip *Mudharabah* dan *Wadiah*.

Kedua : Ketentuan Umum Tabungan berdasarkan *Mudharabah*

- a) Dalam transaksi ini nasabah bertindak sebagai *shahibul maal* atau pemilik dana, dan bank bertindak sebagai *mudharib* atau pengelola dana.
- b) Dalam kapasitasnya sebagai *mudharib*, bank dapat melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan mengembangkannya, termasuk di dalamnya *mudharabah* dengan pihak lain.
- c) Modal harus dinyatakan dengan jumlahnya, dalam bentuk tunai dan bukan piutang.
- d) Pembagian keuntungan harus dinyatakan dalam bentuk nisbah dan dituangkan dalam akad pembukaan rekening.

²¹ Ismail, *Perbankan Syariah*, hlm. 89.

²² DSN MUI, "Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor: 02/Dsn-Mui/Iv/2000 Tentang Tabungan," 2000.

- e) Bank sebagai *mudharib* menutup biaya operasional tabungan dengan menggunakan nisbah keuntungan yang menjadi haknya.
- f) Bank tidak diperkenankan mengurangi nisbah keuntungan nasabah tanpa persetujuan yang bersangkutan.

Ketiga : Ketentuan Umum Tabungan berdasarkan *Wadiah*:

- a) Bersifat simpanan.
- b) Simpanan bisa diambil kapan saja (*on call*) atau berdasarkan kesepakatan.
- c) Tidak ada imbalan yang disyaratkan, kecuali dalam bentuk pemberian (*'athaya*) yang bersifat sukarela dari pihak bank.

4. Deposito *mudharabah*

Yang dimaksud dengan deposito yaitu dana simpanan yang mempunyai waktu tertentu untuk melakukan penarikan berdasarkan ketentuan dari pihak nasabah dan pihak bank pada perjanjian awal. Untuk mengetahui ketersediaan dana pada deposito akan mudah. Deposito merupakan disebut dana semi stabil karena jangka waktu untuk penarikan dana jelas.²³

Deposito *mudharabah* merupakan adanya penanaman modal yang di transaksi oleh *shahibul maal* kepada *mudharib* untuk menjalankan usaha yang telah ditentukan dengan kesepakatan bagi hasil nisbah dari kedua belah pihak.²⁴

²³ Andrianto, Didin Fatihudin, and M. Anang Firmansyah, *Manajemen Bank* (Surabaya: CV Penerbit Qiara Media, 2019), hlm. 51.

²⁴ Muhamad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, hlm. 38.

Produk deposito memang diperuntukkan bagi nasabah yang ingin berinvestasi, maka dari itu dalam produk ini hanya terdapat akad *mudharabah* yang ketentuan bagi hasil nisbahnya pada perjanjian awal dari pihak nasabah dan juga bank.²⁵

Dana yang digunakan oleh nasabah dalam investasi pada produk ini harus sesuai dengan prinsip syariah. Dana deposito memiliki penempatan waktu yang berjangka untuk memprediksi ketersediaan dana dari nasabah tersebut.²⁶

Adapun fatwa yang tentang mengenai pembahasan ini yaitu Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor: 03/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Deposito.²⁷

Pertama : Deposito ada dua jenis:

- a) Deposito yang tidak dibenarkan secara syariah, yaitu deposito yang berdasarkan perhitungan bunga.
- b) Deposito yang dibenarkan, yaitu deposito yang berdasarkan prinsip *Mudharabah*.

Kedua : Ketentuan Umum Deposito berdasarkan *Mudharabah*:

- a) Dalam transaksi ini nasabah bertindak sebagai *shahibul maal* atau pemilik dana, dan bank bertindak sebagai *mudharib* atau pengelola dana.

²⁵ Mardani, *Hukum Bisnis Syariah*, hlm. 159.

²⁶ Ismail, *Perbankan Syariah*, hlm. 91.

²⁷ DSN MUI, "Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor: 03/Dsn-Mui/Iv/2000 Tentang Deposito," 2000.

- b) Dalam kapasitasnya sebagai mudharib, bank dapat melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan mengembangkannya, termasuk di dalamnya *mudharabah* dengan pihak lain.
- c) Modal harus dinyatakan dengan jumlahnya, dalam bentuk tunai dan bukan piutang.
- d) Pembagian keuntungan harus dinyatakan dalam bentuk nisbah dan dituangkan dalam akad pembukaan rekening.
- e) Bank sebagai mudharib menutup biaya operasional deposito dengan menggunakan nisbah keuntungan yang menjadi haknya.
- f) Bank tidak diperkenankan untuk mengurangi nisbah keuntungan nasabah tanpa persetujuan yang bersangkutan.

B. Penyaluran Dana

Aktivitas dari bank tidak hanya mengimpun dana dari masyarakat, namun bank juga dapat meyalurkan dana kepada masyarakat. Pada bank syariah, bank dapat meyalurkan dana berbentuk pembiayaan yang keuntungannya didapatkan dari bagi hasil dan margin.

Pembiayaan yang tersedia dalam bank syariah dapat berupa barang berwujud (*asset*), baik pada bagi hasil, jual beli dan sewa-menyewa. Semua transaksi pada bank syariah terbebas dari bunga (*riba*), karena dalam transaksi yang dilakukan diseimbangkan atau memiliki pengganti yang melegitimasi penambahan harta secara adil.²⁸

²⁸ Khotibul and Budi Utomo, *Perbankan Syariah: Dasar-Dasar Dan Dinamika Perkembangannya Di Indonesia*, hlm. 101.

Pada penyaluran dana terdapat transaksi-transaksi pembiayaan yang terbagi menjadi tiga jenis yaitu transaksi pembiayaan pada prinsip jual beli dan prinsip bagi hasil.

1. Transaksi pembiayaan pada prinsip jual beli

a) *Murabahah* : Jual beli *murabahah* merupakan akad jual beli yang dilakukan dengan pengambilan keuntungan oleh pihak penjual atas barang yang dijual. Namun, pada akad ini pembeli mengetahui mengenai harga awal dari barang yang ia beli.²⁹ Pada transaksi jual beli antara nasabah dan pihak bank dengan penyebutan harga awal pembelian barang dengan syarat sebuah keuntungan yang telah disepakati.³⁰

Fatwa tentang jual beli *murabahah* yaitu Fatwa tentang tata cara jual beli ada pada Fatwa Nomor: 04/DSNMUI/IV/2000 tentang jual beli *murabahah*. Ia berisi enam bagian.³¹

Pertama, ketentuan umum *murabahah* dalam bank syariah :

- 1) Bank dan nasabah harus melakukan akad *murabahah* yang bebas riba.
- 2) Barang yang diperjual belikan tidak diharamkan oleh syariat Islam.
- 3) Bank membiayai sebagian atau seluruh harga pembelian barang yang telah disepakati kualifikasinya.

²⁹ Imam Mustofa, *Fiqih Muamalah Kontemporer* (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2019), hlm. 66.

³⁰ Ismail, *Perbankan Syariah*, hlm. 138.

³¹ DSN MUI, "Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor: 04/DSNMUI/IV/2000 Tentang Jual Beli *Murabahah*," 2000.

- 4) Bank membeli barang yang diperlukan nasabah atas nama bank sendiri dan pembelian ini harus sah dan bebas riba.
- 5) Bank harus menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian, misalnya jika pembelian dilakukan secara utang.
- 6) Bank kemudian menjual barang tersebut kepada nasabah (pemesan) dengan harga jual senilai harga plus keuntungannya. Dalam kaitan ini bank harus memberitahu secara jujur harga pokok barang kepada nasabah berikut biaya yang diperlukan.
- 7) Nasabah membayar harga barang yang telah disepakati tersebut pada jangka waktu tertentu yang telah disepakati.
- 8) Untuk mencegah terjadinya penyalahgunaan atau kerusakan akad tersebut, pihak bank dapat mengadakan perjanjian khusus dengan nasabah.
- 9) Jika bank hendak mewakilkan kepada nasabah untuk membeli barang dari pihak ketiga, akad jual beli *murabahah* harus dilakukan setelah barang, secara prinsip menjadi milik bank.

Kedua : Ketentuan *murabahah* kepada nasabah

- 1) Nasabah mengajukan permohonan dan janji pembelian suatu barang atau asset kepada bank.

- 2) Jika bank menerima permohonan tersebut, ia harus membeli terlebih dahulu asset yang dipesannya secara sah dengan pedagang.
- 3) Bank kemudian menawarkan asset tersebut kepada nasabah dan nasabah harus menerimanya (membeli) sesuai dengan janji yang telah disepkatinya, karena secara hukum janji tersebut mengikat, kemudian kedua belah pihak membuat kontrak jual beli.
- 4) Dalam jual beli ini bank dibolehkan meminta nasabah untuk membayar uang muka saat menandatangani kesepakatan awal pemesanan.
- 5) Jika nasabah kemudian menolak membeli barang tersebut, biaya riil bank harus dibayar dari uang muka tersebut.
- 6) Jika nilai uang muka kurang dari kerugian yang harus ditanggung oleh bank, bank dapat meminta kembali sisa kerugiannya kepada nasabah.
- 7) Jika uang muka memakai kontrak, urbun sebagai alternatif dari uang muka, maka: pertama, jika nasabah memutuskan untuk membeli barang tersebut, ia tinggal membayar sisa harga. Kedua, jika nasabah batal membeli, uang muka menjadi milik bank maksimal sebesar kerugian yang ditanggung oleh bank akibat pembatalan tersebut dan jika uang muka tidak mencukupi, nasabah wajib melunasi kekurangannya.

Ketiga: jaminan dalam *murabahah*

- 1) Jaminan *murabahah* dibolehkan, agar nasabah serius dengan pesannya.
- 2) Bank dapat meminta nasabah untuk menyediakan jaminan yang dapat dipegang.

Keempat : utang dalam *murabahah*

- 1) Secara prinsip, penyelesaian utang nasabah dalam transaksi *murabahah* tidak ada kaitannya dengan transaksi lain yang dilakukan nasabah dengan pihak ketiga atas barang tersebut. Jika nasabah menjual kembali barang tersebut dengan keuntungan atau kerugian, ia tetap berkewajiban untuk menyelesaikan utangnya kepada bank.
- 2) Jika nasabah menjual barang tersebut sebelum masa angsuran berakhir, ia tidak wajib segera melunasi seluruh angsurannya. Jika penjualan barang tersebut menyebabkan kerugian, nasabah harus tetap menyelesaikan utangnya sesuai kesepakatan awal. Ia tidak boleh memperlambat pembayaran angsuran atau meminta kerugian itu diperhitungkan.

Kelima : penundaan pembayaran dalam *murabahah*

- a. Nasabah yang memiliki kemampuan tidak dibenarkan menunda penyelesaian utangnya.
- b. Jika nasabah menunda - nunda pembayaran dengan sengaja atau jika salah satu pihak tidak menunaikan kewajibannya,

maka penyelesaiannya dilakukan melalui Badan Arbitrase Syariah setelah tidak tercapai kesepakatan melalui musyawarah.

Keenam : Bangkrut dalam *murabahah*.

Jika nasabah telah dinyatakan pailit dan gagal menyelesaikan utangnya, bank harus menunda tagihan utang sampai ia menjadi sanggup kembali atau berdasarkan kesepakatan.

b) *Salam* : Transaksi *salam* merupakan transaksi yang dilakukan dengan didahulukan dengan pembayaran dan pemberian barang kepada pembeli diakhir. Pada akad *salam* ini menyerahkan barang yang dibeli ditunda namun ciri-ciri pada barang tersebut disebutkan secara jelas oleh penjual dan pembeli memberikan modal diawal pembelian sebelum barang tersebut diserahkan.³²

Fatwa tentang jual beli *salam* dicantumkan pada Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 05/DSN-MUI/IV/2000. Ia memuat enam ketentuan.³³

Pertama : ketentuan tentang pembayaran

- 1) Alat bayar harus diketahui jumlah dan bentuknya, baik berupa uang barang atau manfaat.
- 2) Pembayaran harus dilakukan pada saat kontrak disepakati
- 3) Pembayaran tidak boleh dalam bentuk pembebasan utang.

³² Hariman Surya Siregar and Koko Khoerudin, *Fikih Muamalah: Teori Dan Implementasi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2019), hlm. 133.

³³ DSN MUI, "Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 05/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Jual Beli Salam," 2000.

Kedua : ketentuan tentang barang

- 1) Harus jelas ciri-cirinya dan dapat diakui sebagai utang.
- 2) Harus dapat dijelaskan spesifikasinya.
- 3) Penyerahannya dilakukan kemudian
- 4) Waktu dan tempat penyerahan barang harus ditetapkan berdasarkan kesepakatan.
- 5) Pembeli tidak boleh menjual barang sebelum menerimanya.
- 6) Tidak boleh menukar barang, kecuali dengan barang sejenis sesuai kesepakatan.

Ketiga : Ketentuan tentang salam paralel. Dibolehkan melakukan salam paralel dengan syarat, akad kedua terpisah dari, dan tidak berkaitan dengan akad pertama.

Keempat : penyerahan barang sebelum atau pada waktunya:

- 1) Penjual harus menyerahkan barang tepat pada waktunya dengan kualitas dan jumlah yang telah disepakati.
- 2) Jika penjual menyerahkan barang dengan kualitas yang lebih tinggi, penjual tidak boleh meminta tambahan harga.
- 3) Jika penjual menyerahkan barang dengan kualitas yang lebih rendah, dan pembeli rela menerimanya, maka ia tidak boleh menuntut pengurangan harga (diskon).
- 4) Penjual dapat menyerahkan barang lebih cepat dari waktu yang disepakati dengan syarat kualitas dan jumlah barang, sesuai dengan kesepakatan, ia tidak boleh menuntut tambahan harga.

5) Jika semua atau sebagian barang tidak tersedia pada waktu penyerahan, atau kualitasnya lebih rendah dan pembeli tidak rela menerimanya, maka ia memiliki dua pilihan. Pertama, membatalkan kontrak dan meminta kembali uang. Kedua, menunggu sampai barang tersedia. Kelima, pembatalan kontrak. Pada dasarnya pembatalan salam boleh dilakukan selama tidak merugikan kedua belah pihak.

Keenam : perselisihan.

Jika terjadi perselisihan diantara kedua belah pihak, maka persoalannya diselesaikan melalui badan arbitrase syariah setelah tidak tercapai kesepakatan.

c) *Istishna'* : Jual beli *istishna'* merupakan jual beli berbentuk pesanan dengan kriteria dan syarat yang telah ditentukan. produk *istishna'* merupakan produk dari akad *salam*, pada akad *istishna'* ini mirip dengan akad *salam* dimana barang yang dipesan belum ada bentuk atau keberadaannya. Transaksi pembayaran pada bank untuk akad *istishna'* dapat dibayar di muka secara angsur (termin) dalam jangka waktu yang ditentukan.³⁴

Fatwa tentang jual beli *istishna'* dicantumkan pada Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 05/DSN-MUI/IV/2000. Ia

³⁴ Sri Sudiarti, *Fiqh Ekonomi* (Medan: Wal Ashri Publishing, 2019), hlm. 74.

memuat enam ketentuan. Ada tiga ketentuan tentang jual beli *istishna*.³⁵

Pertama : ketentuan tentang pembayaran

- 1) Alat bayar harus diketahui jumlah dan bentuknya, baik berupa uang, barang atau manfaat.
- 2) Pembayaran dilakukan sesuai dengan kesepakatan.
- 3) Pembayaran tidak boleh dalam bentuk pembebasan utang.

Kedua : ketentuan tentang barang

- a. Harus jelas ciri - cirinya dan dapat diakui sebagai utang.
- b. Harus dapat dijelaskan spesifikasinya.
- c. Penyerahannya dilakukan kemudian.
- d. Waktu dan tempat penyerahan barang harus ditetapkan berdasarkan kesepakatan.
- e. Pembeli (*mustashni*) tidak boleh menjual barang sebelum menerimanya.
- f. Tidak boleh menukar barang, kecuali dengan barang sejenis sesuai kesepakatan.
- g. Dalam hal terdapat cacat atau barang tidak sesuai dengan kesepakatan, pemesan memiliki hak *khiyar* (hak memilih) untuk melanjutkan atau membatalkan akad.

Ketiga : ketentuan lain.

³⁵ DSN MUI, "Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 05/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Jual Beli *Istishna*," 2000.

- 1) Dalam hal pesanan sudah dikerjakan sesuai dengan kesepakatan, hukumnya mengikat.
 - 2) Semua ketentuan dalam jual beli *salam* yang tidak disebutkan di atas berlaku pula pada jual beli *istishna*.
 - 3) Jika salah satu pihak tidak menunaikan kewajibannya atau jika terjadi perselisihan antara kedua belah pihak, maka penyelesaiannya dilakukan melalui badan arbitrase syariah setelah tidak tercapai kesepakatan melalui musyawarah.
2. Transaksi pembiayaan pada prinsip sewa
- a) *Ijarah*: kata *ijarah* berasal dari kata *al-ajru* yang mempunyai arti ganti. Pada akad terjadi pengalihan hak pemakaian atas barang dan jasa dengan pembayaran upah atas barang dan jasa tersebut.³⁶ Akad sewa (*ijarah*) merupakan sebuah perjanjian antara penyewa dengan pihak yang memberi sewa. Kemudian pihak penyewa melakukan transaksi kepada pihak yang menyewakan sesuai dengan kontrak. Pada akad ini yang menyewa barang bertanggung jawab atas biaya pemeliharaan barang tersebut. Pada saat waktu penyewaan berakhir pihak penyewa harus mengembalikan barang sewaan kepada pihak yang memberi sewa.³⁷

³⁶ Farid Wajdi and Suhrawardi K Lubis, *Hukum Ekonomi Islam* (Jakarta: Sinar Grafika, 2020), hlm. 63.

³⁷ Ismail, *Perbankan Syariah*, hlm. 162.

Fatwa yang menjelaskan tentang pembiayaan *ijarah* yaitu Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 05/DSN-MUI/IV/2000.³⁸

Pertama : Rukun dan Syarat Ijarah

- 1) *Sighat Ijarah*, yaitu *ijab* dan *qabul* berupa pernyataan dari kedua belah pihak yang berakad (berkontrak), baik secara verbal atau dalam bentuk lain.
- 2) Pihak-pihak yang berakad: terdiri atas pemberi sewa/pemberi jasa dan penyewa/pengguna jasa.
- 3) Obyek akad *ijarah* adalah :
 - a) manfaat barang dan sewa atau
 - b) manfaat jasa dan upah.

Kedua : Ketentuan Obyek *Ijarah*

- 1) Obyek *ijarah* adalah manfaat dari penggunaan barang dan/atau jasa.
- 2) Manfaat barang atau jasa harus bisa dinilai dan dapat dilaksanakan dalam kontrak.
- 3) Manfaat barang atau jasa harus yang bersifat dibolehkan (tidak diharamkan).
- 4) Kesanggupan memenuhi manfaat harus nyata dan sesuai dengan syariah.

³⁸ DSN MUI, "Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 05/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Pembiayaan Ijarah," 2000.

- 5) Manfaat harus dikenali secara spesifik sedemikian rupa untuk menghilangkan *jahalah* (ketidaktahuan) yang akan mengakibatkan sengketa.
- 6) Spesifikasi manfaat harus dinyatakan dengan jelas, termasuk jangka waktunya. Bisa juga dikenali dengan spesifikasi atau identifikasi fisik.
- 7) Sewa atau upah adalah sesuatu yang dijanjikan dan dibayar nasabah kepada LKS sebagai pembayaran manfaat. Sesuatu yang dapat dijadikan harga dalam jual beli dapat pula dijadikan sewa atau upah dalam *Ijarah*.
- 8) Pembayaran sewa atau upah boleh berbentuk jasa (manfaat lain) dari jenis yang sama dengan obyek kontrak.
- 9) Kelenturan (*flexibility*) dalam menentukan sewa atau upah dapat diwujudkan dalam ukuran waktu, tempat dan jarak.

Ketiga : Kewajiban LKS dan Nasabah dalam Pembiayaan *Ijarah*

- 1) Kewajiban LKS sebagai pemberi manfaat barang atau jasa:
 - a) Menyediakan barang yang disewakan atau jasa yang diberikan.
 - b) Menanggung biaya pemeliharaan barang.
 - c) Menjamin bila terdapat cacat pada barang yang disewakan.
- 2) Kewajiban nasabah sebagai penerima manfaat barang atau jasa:

- a) Membayar sewa atau upah dan bertanggung jawab untuk menjaga keutuhan barang serta menggunakannya sesuai kontrak.
- b) Menanggung biaya pemeliharaan barang yang sifatnya ringan (tidak materiil).
- c) Jika barang yang disewa rusak, bukan karena pelanggaran dari penggunaan yang dibolehkan, juga bukan karena kelalaian pihak penerima manfaat dalam menjaganya, ia tidak bertanggung jawab atas kerusakan tersebut.

Keempat : Jika salah satu pihak tidak menunaikan kewajibannya atau jika terjadi perselisihan di antara para pihak, maka penyelesaiannya dilakukan melalui Badan Arbitrasi Syariah setelah tidak tercapai kesepakatan melalui musyawarah.

- c) *Ijarah Muntahiyah Bittamlik* : *Ijarah Muntahiyah Bit Tamlik (IMBT)* merupakan sebuah akad sewa-menyewa yang akan dilanjutkan dengan adanya pengalihan hak milik atas barang yang disewa.³⁹ Transaksi pada akad ini dilakukan oleh pihak penyewa dan pihak pemberi sewa untuk mendapatkan kompensasi atas barang yang disewakan. Namun, pada akad ini adanya sebuah pemindahan hak milik terhadap barang yang disewa.⁴⁰

³⁹ Oni Sahroni and M Hasanuddin, *Fikih Muamalah: Dinamika Teori Akad Dan Implementasi Dalam Ekonomi Syariah* (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2017), hlm. 20.

⁴⁰ Muhamad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, hlm. 52.

Adapun Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor: 27/DSN-MUI/III/2002 tentang Ijarah Muntahiyah Bittamlik.⁴¹

Pertama : Ketentuan Umum

Akad *al-Ijarah al-Muntahiyah bi al-Tamlik* boleh dilakukan dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Semua rukun dan syarat yang berlaku dalam akad *Ijarah* (Fatwa DSN nomor: 09/DSN-MUI/IV/2000) berlaku pula dalam akad *al-Ijarah al-Muntahiyah bi al-Tamlik*.
- 2) Perjanjian untuk melakukan akad *al-Ijarah al Muntahiyah bi al-Tamlik* harus disepakati ketika akad *Ijarah* ditandatangani.
- 3) Hak dan kewajiban setiap pihak harus dijelaskan dalam akad.

Kedua : Ketentuan tentang *al-Ijarah al-Muntahiyah bi al-Tamlik*

- 1) Pihak yang melakukan *al-Ijarah al-Muntahiah bi al-Tamlik* harus melaksanakan akad *Ijarah* terlebih dahulu. Akad pemindahan kepemilikan, baik dengan jual beli atau pemberian, hanya dapat dilakukan setelah masa *Ijarah* selesai.
- 2) Janji pemindahan kepemilikan yang disepakati di awal akad *Ijarah* adalah *wa'd* (دالوعد), yang hukumnya tidak mengikat. Apabila janji itu ingin dilaksanakan, maka

⁴¹ DSN MUI, "Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor: 27/DSN-MUI/III/2002 Tentang Ijarah Muntahiyah Bittamlik," 2002.

harus ada akad pemindahan kepemilikan yang dilakukan setelah masa *Ijarah* selesai.

Ketiga :

- 1) Jika salah satu pihak tidak menunaikan kewajibannya atau jika terjadi perselisihan di antara kedua belah pihak, maka penyelesaiannya dilakukan melalui Badan Arbitrasi Syariah setelah tidak tercapai kesepakatan melalui musyawarah.
 - 2) Fatwa ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan jika di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan, akan diubah dan disempurnakan sebagaimana mestinya.
3. Transaksi pembiayaan pada prinsip bagi hasil
- a) *Musyarakah* : *Musyarakah* adalah kontrak kerja sama dalam membangun usaha antara dua belah pihak atau lebih. Setiap pihak akan melakukan memberikan sumbangan atau mentransaksikan uang mereka untuk modal. Untuk nisbah bagi hasil atau kerugian akan dibagi kepada setiap pihak sesuai dengan perjanjian diawal.⁴²

⁴² Nur Kholis and Amir Mu'allim, *Transaksi Dalam Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Program Pascasarjana FIAI Universitas Islam Indonesia, 2018), hlm. 80.

Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor: 08/DSN-MUI/IV/2000
Tentang Pembiayaan *Musyarakah*.⁴³

Beberapa Ketentuan:

- 1) Pernyataan *ijab* dan *qabul* harus dinyatakan oleh para pihak untuk menunjukkan kehendak mereka dalam mengadakan kontrak (akad), dengan memperhatikan hal-hal berikut:
 - a) Penawaran dan penerimaan harus secara eksplisit menunjukkan tujuan kontrak (akad).
 - b) Penerimaan dari penawaran dilakukan pada saat kontrak.
 - c) Akad dituangkan secara tertulis, melalui korespondensi, atau dengan menggunakan cara-cara komunikasi modern.
- 2) Pihak-pihak yang berkontrak harus cakap hukum, dan memperhatikan hal-hal berikut:
 - a) Kompeten dalam memberikan atau diberikan kekuasaan perwakilan.
 - b) Setiap mitra harus menyediakan dana dan pekerjaan, dan setiap mitra melaksanakan kerja sebagai wakil.
 - c) Setiap mitra memiliki hak untuk mengatur aset *musyarakah* dalam proses bisnis normal.
 - d) Setiap mitra memberi wewenang kepada mitra yang lain untuk mengelola aset dan masing-masing dianggap telah

⁴³ DSN MUI, "Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor: 08/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Pembiayaan *Musyarakah*," 2000.

diberi wewenang untuk melakukan aktifitas *musyarakah* dengan memperhatikan kepentingan mitranya, tanpa melakukan kelalaian dan kesalahan yang disengaja.

e) Seorang mitra tidak diizinkan untuk mencairkan atau menginvestasikan dana untuk kepentingannya sendiri.

3) Obyek akad (modal, kerja, keuntungan dan kerugian)

a) Modal

1) Modal yang diberikan harus uang tunai, emas, perak atau yang nilainya sama. Modal dapat terdiri dari aset perdagangan, seperti barang-barang, properti, dan sebagainya. Jika modal berbentuk aset, harus terlebih dahulu dinilai dengan tunai dan disepakati oleh para mitra.

2) Para pihak tidak boleh meminjam, meminjamkan, menyumbangkan atau menghadiahkan modal *musyarakah* kepada pihak lain, kecuali atas dasar kesepakatan.

3) Pada prinsipnya, dalam pembiayaan *musyarakah* tidak ada jaminan, namun untuk menghindari terjadinya penyimpangan, LKS dapat meminta jaminan.

b) Kerja

1) Partisipasi para mitra dalam pekerjaan merupakan dasar pelaksanaan *musyarakah* akan tetapi, kesamaan porsi kerja bukanlah merupakan syarat. Seorang mitra boleh melaksanakan kerja lebih banyak dari yang lainnya, dan dalam hal ini ia boleh menuntut bagian keuntungan tambahan bagi dirinya.

2) Setiap mitra melaksanakan kerja dalam *musyarakah* atas nama pribadi dan wakil dari mitranya. Kedudukan masing-masing dalam organisasi kerja harus dijelaskan dalam kontrak.

3) Keuntungan

a) Keuntungan harus dikuantifikasi dengan jelas untuk menghindari perbedaan dan sengketa pada waktu alokasi keuntungan atau penghentian *musyarakah*.

b) Setiap keuntungan mitra harus dibagikan secara proporsional atas dasar seluruh keuntungan dan tidak ada jumlah yang ditentukan di awal yang ditetapkan bagi seorang mitra.

c) Seorang mitra boleh mengusulkan bahwa jika keuntungan melebihi jumlah tertentu, kelebihan atau prosentase itu diberikan kepadanya.

- d) Sistem pembagian keuntungan harus tertuang dengan jelas dalam akad.
 - e) Kerugian Kerugian harus dibagi di antara para mitra secara proporsional menurut saham masing-masing dalam modal.
- 4) Biaya Operasional dan Persengketaan
- a) Biaya operasional dibebankan pada modal bersama.
 - b) Jika salah satu pihak tidak menunaikan kewajibannya atau jika terjadi perselisihan di antara para pihak, maka penyelesaiannya dilakukan melalui Badan Arbitrasi Syariah setelah tidak tercapai kesepakatan melalui musyawarah.
- d) *Mudharabah* : *Mudharabah* atau *qiradh* merupakan termasuk akad yang berbentuk perkongsian (*musyarakah*). Akad *mudharabah* merupakan akad yang dijalankan akan ada dua pihak yang terlibat yaitu yang menyumbangkan dana (*shahibul maal*) kepada pihak yang dipercaya untuk mengelola modal tersebut (*mudharib*). *Mudharib* akan berusaha untuk memperoleh keuntungan (Profit) dengan berkontribusi waktu dalam menjalankan kegiatan untuk mengelola usaha tersebut sesuai dengan tujuan awal.⁴⁴

⁴⁴ Irfan, *Analisis Pembiayaan Mudharabah Perbankan Syariah Di Indonesia* (Lhokseumawe: Unimal Press, 2018), hlm. 19.

Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor : 07/DSN-MUI/IV/2000
Tentang Pembiayaan *Mudharaba* (*Qiradh*).⁴⁵

Pertama : Ketentuan Pembiayaan

- 1) Pembiayaan *Mudharabah* adalah pembiayaan yang disalurkan oleh LKS kepada pihak lain untuk suatu usaha yang produktif.
- 2) Dalam pembiayaan ini LKS sebagai *shahibul maal* (pemilik dana) membiayai 100% kebutuhan suatu proyek (usaha), sedangkan pengusaha (nasabah) bertindak sebagai *mudharib* atau pengelola usaha.
- 3) Jangka waktu usaha, tatacara pengembalian dana, dan pembagian keuntungan ditentukan berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak (LKS dengan pengusaha).
- 4) *Mudharib* boleh melakukan berbagai macam usaha yang telah disepakati bersama dan sesuai dengan syariah dan LKS tidak ikut serta dalam manajemen perusahaan atau proyek tetapi mempunyai hak untuk melakukan pembinaan dan pengawasan.
- 5) Jumlah dana pembiayaan harus dinyatakan dengan jelas dalam bentuk tunai dan bukan piutang.

⁴⁵ DSN MUI, "Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor : 07/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Pembiayaan Mudharaba (*Qiradh*)," 2000.

- 6) LKS sebagai penyedia dana menanggung semua kerugian akibat dari *mudharabah* kecuali jika *mudharib* (nasabah) melakukan kesalahan yang disengaja, lalai, atau menyalahi perjanjian.
- 7) Pada prinsipnya, dalam pembiayaan *mudharabah* tidak ada jaminan, namun agar *mudharib* tidak melakukan penyimpangan, LKS dapat meminta jaminan dari *mudharib* atau pihak ketiga. Jaminan ini hanya dapat dicairkan apabila *mudharib* terbukti melakukan pelanggaran terhadap hal-hal yang telah disepakati bersama dalam akad.
- 8) Kriteria pengusaha, prosedur pembiayaan, dan mekanisme pembagian keuntungan diatur oleh LKS dengan memperhatikan fatwa DSN.
- 9) Biaya operasional dibebankan kepada *mudharib*.
- 10) Dalam hal penyandang dana (LKS) tidak melakukan kewajiban atau melakukan pelanggaran terhadap kesepakatan, *mudharib* berhak mendapat ganti rugi atau biaya yang telah dikeluarkan.

Kedua : Rukun dan Syarat Pembiayaan

- 1) Penyedia dana (*sahibul maal*) dan pengelola (*mudharib*) harus cakap hukum.
- 2) Pernyataan ijab dan qabul harus dinyatakan oleh para pihak untuk menunjukkan kehendak mereka dalam

mengadakan kontrak (akad), dengan memperhatikan hal-hal berikut:

- a) Penawaran dan penerimaan harus secara eksplisit menunjukkan tujuan kontrak (akad).
 - b) Penerimaan dari penawaran dilakukan pada saat kontrak.
 - c) Akad dituangkan secara tertulis, melalui korespondensi, atau dengan menggunakan cara-cara komunikasi modern.
- 1) Modal ialah sejumlah uang dan/atau aset yang diberikan oleh penyedia dana kepada *mudharib* untuk tujuan usaha dengan syarat sebagai berikut:
- a) Modal harus diketahui jumlah dan jenisnya.
 - b) Modal dapat berbentuk uang atau barang yang dinilai. Jika modal diberikan dalam bentuk aset, maka aset tersebut harus dinilai pada waktu akad.
 - c) Modal tidak dapat berbentuk piutang dan harus dibayarkan kepada *mudharib*, baik secara bertahap maupun tidak, sesuai dengan kesepakatan dalam akad.
- 2) Keuntungan *mudharabah* adalah jumlah yang didapat sebagai kelebihan dari modal. Syarat keuntungan berikut ini harus dipenuhi:

- a) Harus diperuntukkan bagi kedua pihak dan tidak boleh disyaratkan hanya untuk satu pihak.
 - b) Bagian keuntungan proporsional bagi setiap pihak harus diketahui dan dinyatakan pada waktu kontrak disepakati dan harus dalam bentuk prosentasi (nisbah) dari keuntungan sesuai kesepakatan. Perubahan nisbah harus berdasarkan kesepakatan.
 - c) Penyedia dana menanggung semua kerugian akibat dari *mudharabah*, dan pengelola tidak boleh menanggung kerugian apapun kecuali diakibatkan dari kesalahan disengaja, kelalaian, atau pelanggaran kesepakatan.
- 3) Kegiatan usaha oleh pengelola (*mudharib*), sebagai perimbangan (*muqabil*) modal yang disediakan oleh penyedia dana, harus memperhatikan hal-hal berikut:
- a) Kegiatan usaha adalah hak eksklusif *mudharib*, tanpa campur tangan penyedia dana, tetapi ia mempunyai hak untuk melakukan pengawasan.
 - b) Penyedia dana tidak boleh mempersempit tindakan pengelola sedemikian rupa yang dapat menghalangi tercapainya tujuan *mudharabah*, yaitu keuntungan.
 - c) Pengelola tidak boleh menyalahi hukum Syariah Islam dalam tindakannya yang berhubungan dengan

mudharabah, dan harus mematuhi kebiasaan yang berlaku dalam aktifitas itu.

Ketiga : Beberapa Ketentuan Hukum Pembiayaan.

- 1) *Mudharabah* boleh dibatasi pada periode tertentu.
- 2) Kontrak tidak boleh dikaitkan (*mu'allaq*) dengan sebuah kejadian di masa depan yang belum tentu terjadi.
- 3) Pada dasarnya, dalam *mudharabah* tidak ada ganti rugi, karena pada dasarnya akad ini bersifat amanah (*yad al-amanah*), kecuali akibat dari kesalahan disengaja, kelalaian, atau pelanggaran kesepakatan.
- 4) Jika salah satu pihak tidak menunaikan kewajibannya atau jika terjadi perselisihan di antara kedua belah pihak, maka penyelesaiannya dilakukan melalui Badan Arbitrasi Syariah setelah tidak tercapai kesepakatan melalui musyawarah.

C. Pelayanan Jasa

Selain sebagai penghimpun dan penyaluran, bank juga terdapat pelayanan jasa. Produk layanan jasa bank ini dimanfaatkan sebagai pemenuhan kebutuhan bagi masyarakat, sebagai nasabah bank yang sedang membutuhkannya. Dengan layanan jasa bank ini, juga akan mendapatkan sebuah pendapatan bagi pihak bank itu sendiri.⁴⁶

⁴⁶ Ismail, *Perbankan Syariah*, hlm. 199.

Produk jasa pada perbankan syariah memiliki dasar-dasar akad yang dikenal dalam Islam yaitu *wakalah*, *hiwalah*, *kafalah*, *sharf* dan *qard*.

1. *Wakalah*

Wakalah secara etimologi yaitu *al-hafidz*, *al-kifayah*, *ad-dhaman*, dan *at-tawfidh* yang memiliki arti penyerahan, pemberian wewenang dalam bentuk pelimpahan sebah kekuasaan kepada pihak lain untuk mewakili suatu hal.⁴⁷

Perjanjian kedua belah pihak pada akad ini. Dimana dalam perbankan nasabah sebagai pihak pertama yang menghibahkan, mengutuskan, mewakilkan atau memberikan amanat kepada pihak kedua yaitu bank, kemudian bank mengerjakan instruksi dari nasabah untuk urusannya.⁴⁸

Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor : 10/DSN-MUI/IV/2000 Tentang *Wakalah*.⁴⁹

Pertama : Ketentuan tentang *Wakalah*.

- a. Pernyataan ijab dan qabul harus dinyatakan oleh para pihak untuk menunjukkan kehendak mereka dalam mengadakan kontrak (akad).
- b. *Wakalah* dengan imbalan bersifat mengikat dan tidak boleh dibatalkan secara sepihak.

⁴⁷ Andri Soemitra, *Hukum Ekonomi Syariah Dan Fiqh Muamalah* (Jakarta Timur: Prenadamedia Group, 2019), hlm. 147.

⁴⁸ Ismail, *Perbankan Syariah*, hlm. 200.

⁴⁹ DSN MUI, "Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor : 10/DSN-MUI/IV/2000 Tentang *Wakalah*," 2000.

Kedua : Rukun dan Syarat *Wakalah*:

a. Syarat-syarat *muwakkil* (yang mewakilkan)

- 1) Pemilik sah yang dapat bertindak terhadap sesuatu yang diwakilkan.
- 2) Orang *mukallaf* atau anak *mumayyiz* dalam batas-batas tertentu, yakni dalam hal-hal yang bermanfaat baginya seperti mewakilkan untuk menerima *hibah*, menerima sedekah dan sebagainya.

b. Syarat-syarat wakil (yang mewakili)

- 1) Cakap hukum
- 2) Dapat mengerjakan tugas yang diwakilkan kepadanya
- 3) Wakil adalah orang yang diberi amanat.

c. Hal-hal yang diwakilkan

- 1) Diketahui dengan jelas oleh orang yang mewakili
- 2) Tidak bertentangan dengan syariah Islam
- 3) Dapat diwakilkan menurut syariah Islam.

Ketiga : Jika salah satu pihak tidak menunaikan kewajibannya atau jika terjadi perselisihan di antara para pihak, maka penyelesaiannya dilakukan melalui Badan Arbitrasi Syariah setelah tidak tercapai kesepakatan melalui musyawarah.

2. *Hiwalah*

Hiwalah secara etimologi memiliki asal kata dari *at-tahwil* yang bermakna *al-intiqal* yang berarti berpindah. *Hiwalah* merupakan pemindahan tanggung jawab atas utang orang yang memiliki utang

atau memiliki piutang (*muhil*) kepada pihak ketiga yang berutang (*muhal alaih*) sehingga pihak pertama yang berutang terebebas dari utangnya.⁵⁰

Hiwalah merupakan sebuah kesepakatan dalam pengalihan utang dari pemilik utang kepada pihak yang lain yang mempunyai tanggung jawab untuk menanggung hutang tersebut.⁵¹

Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor: 12/DSN-MUI/IV/2000 Tentang *Hawalah*.⁵²

Pertama : Ketentuan Umum dalam *Hawalah*

- a. Rukun *hawalah* adalah *muhil* (المحيل) yakni orang yang berutang dan sekaligus berpiutang, *muhal* atau *muhtal* (المحال او المحتال) yakni orang berpiutang kepada *muhil*, *muhal'alaih* (المحال عليه) yakni orang yang berutang kepada *muhil* dan wajib membayar utang kepada *muhtal*, *muhal bih* (المحال به) yakni utang *muhil* kepada *muhtal*, dan *sighat* (*ijab-qabul*).
- b. Pernyataan *ijab* dan *qabul* harus dinyatakan oleh para pihak untuk menunjukkan kehendak mereka dalam mengadakan kontrak (akad).
- c. Akad dituangkan secara tertulis, melalui korespondensi, atau menggunakan cara-cara komunikasi modern.

⁵⁰ Rozalinda, *Fikih Ekonomi Sayraiah* (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2016), hlm. 285.

⁵¹ Khotibul and Budi Utomo, *Perbankan Syariah: Dasar-Dasar Dan Dinamika Perkembangannya Di Indonesia*, hlm. 156.

⁵² DSN MUI, "Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor: 12/DSN-MUI/IV/2000 Tentang *Hawalah*," 2000.

- d. *Hawalah* dilakukan harus dengan persetujuan *muhil*, *muhal/muhtal*, dan *muhal'alaih*.
- e. Kedudukan dan kewajiban para pihak harus dinyatakan dalam akad secara tegas.
- f. Jika transaksi *hawalah* telah dilakukan, pihak-pihak yang terlibat hanyalah *muhtal* dan *muhal'alaih*; dan hak penagihan *muhal* berpindah kepada *muhal'alaih*.

Kedua : Jika salah satu pihak tidak menunaikan kewajibannya atau jika terjadi perselisihan di antara para pihak, maka penyelesaiannya dilakukan melalui Badan Arbitrasi Syariah setelah tidak tercapai kesepakatan melalui musyawarah.

3. *Kafalah*

Kafalah secara etimologi mempunyai arti *al-dammanu* (menggabungkan), *al-damman* (jaminan), *hamalah* (beban), dan *za'amah* (tanggungan). Sedangkan secara terminologi *kafalah* adalah pemberian dari pihak penanggung berupa jaminan kepada pihak ketiga, agar dapat mengambil tanggung jawab atas kewajiban yang harus dipenuhi pihak kedua yang ditanggung.⁵³

Pada akad *kafalah* ini penanggung (*kafil*) melakukan transaksi jaminan kepada pihak yang menanggung (*makful lahu*) untuk memenuhi kewajiban pihak yang ditanggung (*makful 'anhu/ashil*).⁵⁴

⁵³ Abu Azam Al Hadi, *Fikih Muamalah Kontemporer* (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2017), hlm. 106.

⁵⁴ Muhamad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, hlm. 60.

Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor : 11/DSN-MUI/VI/2000
Tentang *Kafalah*.⁵⁵

Peratama : Ketentuan Umum *Kafalah*

- a. Pernyataan *ijab* dan *qabul* harus dinyatakan oleh para pihak untuk menunjukkan kehendak mereka dalam mengadakan kontrak (akad).
- b. Dalam akad kafalah, penjamin dapat menerima imbalan (*fee*) sepanjang tidak memberatkan.
- c. Kafalah dengan imbalan bersifat mengikat dan tidak boleh dibatalkan secara sepihak.

Kedua : Rukun dan Syarat *Kafalah*

- 1) Pihak Penjamin (*Kafuil*)
 - a) *Baligh* (dewasa) dan berakal sehat.
 - b) Berhak penuh untuk melakukan tindakan hukum dalam urusan hartanya dan rela (*ridha*) dengan tanggungan *kafalah* tersebut.
- 2) Pihak Orang yang berutang (*Ashiil, Makfuul'anh*)
 - a) Sanggup menyerahkan tanggungannya (piutang) kepada penjamin.
 - b) Dikenal oleh penjamin.
- 3) Pihak Orang yang Berpiutang (*Makfuul Lahu*)
 - a) Diketahui identitasnya.

⁵⁵ DSN MUI, "Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor : 11/DSN-MUI/VI/2000 Tentang Kafalah," 2000.

- b) Dapat hadir pada waktu akad atau memberikan kuasa.
- c) Berakal sehat.

4) Obyek Penjaminan (*Makful Bihi*)

- a) Merupakan tanggungan pihak/orang yang berutang, baik berupa uang, benda, maupun pekerjaan.
- b) Bisa dilaksanakan oleh penjamin.
- c) Harus merupakan piutang mengikat (lazim), yang tidak mungkin hapus kecuali setelah dibayar atau dibebaskan.
- d) Harus jelas nilai, jumlah dan spesifikasinya.
- e) Tidak bertentangan dengan syariah (diharamkan).

Ketiga : Jika salah satu pihak tidak menunaikan kewajibannya atau jika terjadi perselisihan di antara para pihak, maka penyelesaiannya dilakukan melalui Badan Arbitrase Syariah setelah tidak tercapai kesepakatan melalui musyawarah.

4. *Sharf*

Al-sharf berasal dari kata *al-ziyadah* (penambahan), *al-adl* (seimbang), *al-hilah* (pemalingan), pertukaran atau transaksi. Akad *sharf* merupakan akad jual beli sebuah mata uang baik sejenis atau tidak sejenis dengan mata uang negara lain. Seperti jual beli mata uang rupiah dengan mata uang ringgit atau mata uang asing lainnya, dirham dengan dirham, dinar dengan dinar dan transaksi yang lainnya.⁵⁶

⁵⁶ Moh Mufid, *Kaidah Fikih Ekonomi Dan Keuangan Kontemporer: Pendekatan Tematis Dan Praktis* (Jakarta: Kencana, 2019), hlm.168.

Sharf merupakan pelayanan jasa bank syariah yang berbentuk penukaran valas seperti transaksi jual beli valuta asing yang sama maupun yang beda sesuai permintaan dari nasabah.⁵⁷

Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor: 28/DSN-MUI/III/2002 Tentang Jual Beli Mata Uang (*Al-Sharf*).⁵⁸

Pertama : Ketentuan Umum Transaksi jual beli mata uang pada prinsipnya boleh dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Tidak untuk spekulasi (untung-untungan)
- b. Ada kebutuhan transaksi atau untuk berjaga-jaga (simpanan)
- c. Apabila transaksi dilakukan terhadap mata uang sejenis maka nilainya harus sama dan secara tunai (*at taqabudh*).
- d. Apabila berlainan jenis maka harus dilakukan dengan nilai tukar (*kurs*) yang berlaku pada saat transaksi dilakukan dan secara tunai.

Kedua : Jenis-jenis Transaksi Valuta Asing

- a. Transaksi *Spot*, yaitu transaksi pembelian dan penjualan valuta asing (valas) untuk penyerahan pada saat itu (*over the counter*) atau penyelesaiannya paling lambat dalam jangka waktu dua hari. Hukumnya adalah boleh, karena dianggap tunai, sedangkan waktu dua hari dianggap sebagai proses penyelesaian yang tidak bisa dihindari dan merupakan transaksi internasional.

⁵⁷ Nur Wahid, *Perbankan Syariah: Tinjauan Hukum Normatif Dan Hukum Positif* (Jakarta: Kencana, 2021), hlm. 114.

⁵⁸ DSN MUI, "Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor: 28/DSN-MUI/III/2002 Tentang Jual Beli Mata Uang (*Al-Sharf*)," 2002.

- b. Transaksi *Forward*, yaitu transaksi pembelian dan penjualan valas yang nilainya ditetapkan pada saat sekarang dan diberlakukan untuk waktu yang akan datang, antara 2 x 24 jam sampai dengan satu tahun. Hukumnya adalah haram, karena harga yang digunakan adalah harga yang diperjanjikan (*muwa'adah*) dan penyerahannya dilakukan di kemudian hari, padahal harga pada waktu penyerahan tersebut belum tentu sama dengan nilai yang disepakati, kecuali dilakukan dalam bentuk *forward agreement* untuk kebutuhan yang tidak dapat dihindari (*lil hajah*).
- c. Transaksi *Swap*, yaitu suatu kontrak pembelian atau penjualan valas dengan harga spot yang dikombinasikan dengan pembelian antara penjualan valas yang sama dengan harga *forward*. Hukumnya haram, karena mengandung unsur *maysir* (spekulasi).
- d. Transaksi *Option*, yaitu kontrak untuk memperoleh hak dalam rangka membeli atau hak untuk menjual yang tidak harus dilakukan atas sejumlah unit valuta asing pada harga dan jangka waktu atau tanggal akhir tertentu. Hukumnya haram, karena mengandung unsur *maysir* (spekulasi).

Ketiga : Fatwa ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan jika di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan, akan diubah dan disempurnakan sebagaimana mestinya.

5. *Qard*

Akad *qard* tujuan dari akad ini adalah untuk memberikan bantuan kepada pihak lain untuk memperoleh ridha Allah dan dengan harapan dengan akad *qard* ini dapat menciptakan hubungan sosial yang baik dan hubungan dalam bisnis yang baik.⁵⁹

Akad *qard* pada bank syariah merupakan suatu pembiayaan oleh pihak bank bagi usaha yang kecil dengan tidak mendapatkan kompensasi. Pemberian fasilitas dari akad *qard* ini dapat diminta kembali sesuai jumlah pinjaman tanpa adanya kompensasi atau tambahan.⁶⁰

Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 19/DSN-MUI/IV/2001 Tentang *Al-Qard*.⁶¹

Pertama : Ketentuan Umum *al-Qardh*.

- a. *Al-Qardh* adalah pinjaman yang diberikan kepada nasabah (*muqtaridh*) yang memerlukan.
- b. Nasabah *al-Qardh* wajib mengembalikan jumlah pokok yang diterima pada waktu yang telah disepakati bersama.
- c. Biaya administrasi dibebankan kepada nasabah.
- d. LKS dapat meminta jaminan kepada nasabah bilamana dipandang perlu.

⁵⁹ Jaih Mubarak et al., *Ekonomi Syariah: Bagi Perguruan Tinggi Hukum Strata* (Jakarta: Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah- Bank Indonesia, 2021), hlm. 109.

⁶⁰ Ismail, *Perbankan Syariah*, hlm. 218.

⁶¹ DSN MUI, "Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 19/DSN-MUI/IV/2001 Tentang *Al-Qard*," 2001.

- e. Nasabah *al-Qardh* dapat memberikan tambahan (sumbangan) dengan sukarela kepada LKS selama tidak diperjanjikan dalam akad.
- f. Jika nasabah tidak dapat mengembalikan sebagian atau seluruh kewajibannya pada saat yang telah disepakati dan LKS telah memastikan ketidakmampuannya, LKS dapat:
 - 1) memperpanjang jangka waktu pengembalian, atau
 - 2) menghapus (*write off*) sebagian atau seluruh kewajibannya.

Kedua : Sanksi

- a. Dalam hal nasabah tidak menunjukkan keinginan mengembalikan sebagian atau seluruh kewajibannya dan bukan karena ketidakmampuannya, LKS dapat menjatuhkan sanksi kepada nasabah.
- b. Sanksi yang dijatuhkan kepada nasabah sebagaimana dimaksud butir 1 dapat berupa dan tidak terbatas pada penjualan barang jaminan.
- c. Jika barang jaminan tidak mencukupi, nasabah tetap harus memenuhi kewajibannya secara penuh.

Ketiga : Sumber Dana

Dana *al-Qardh* dapat bersumber dari:

- a. Bagian modal LKS;
- b. Keuntungan LKS yang disisihkan dan
- c. Lembaga lain atau individu yang mempercayakan penyaluran infaqnya kepada LKS.

Keempat :

- a. Jika salah satu pihak tidak menunaikan kewajibannya atau jika terjadi perselisihan di antara para pihak, maka penyelesaiannya dilakukan melalui Badan Arbitrasi Syariah setelah tidak tercapai kesepakatan melalui musyawarah.
- b. Fatwa ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan jika di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan, akan diubah dan disempurnakan sebagaimana mestinya.



BAB IV

MARKETING BANK SYARIAH

A. Definisi *Marketing Bank Syariah*

Sering kita dengar kata *marketing* atau pemasaran merupakan proses ekonomi yang diperbolehkan dalam Islam. *Marketing* upaya dalam melakukan strategi bisnis dalam proses pengarahan untuk menciptakan, menawarkan dan merubah nilai suatu perusahaan terhadap seluruh pihak. Keseluruhan proses yang dilakukan disesuaikan dengan prinsip-prinsip dan akad bisnis syariah. *Marketing* Islam untuk proses transaksinya sangat terjaga dari sesuatu yang bertentangan atau yang dilarang oleh Islam.¹

Pada dasarnya *marketing* adalah serangkaian aktivitas yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dari nasabah.² Namun, *marketing* dapat diartikan juga sebagai “*sebuah seni dari penjualan suatu produk*” sehingga memerlukan sebuah proses untuk penjualan dengan awalan perancangan produk hingga akhir terjualnya produk tersebut. Secara umum *marketing* (pemasaran) merupakan sebuah proses dalam masyarakat yang merencanakan dan menunjukan sesuatu yang dibutuhkan dan banyak diinginkan oleh pelanggan sehingga adanya sebuah kepuasan dari pelanggan.

¹ Rudy Haryanto, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah* (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2021), hlm. 2.

² Nur Asnawi and Muhammad Asnan Fanani, *Pemasaran Syariah: Teori, Filosofi Dan Isu-Isu Kontemporer*, 1st ed. (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2017), hlm. 124.

Dalam bank syariah juga terdapat *marketing*, pada *marketing* bank ini tidak terdapat perbedaan dengan *marketing* perusahaan lainnya, kecuali pada karakter dari produk yang disediakan. Pada bank produk yang ditawarkan berupa jasa bukan barang, dengan itu produk yang dijual oleh bank tidak bersifat nyata. Namun memiliki manfaat untuk nasabah.³

Dalam Islam terdapat *marketing* atau yang dikenal dengan *marketing* syariah yang merupakan hal yang penting dalam sebuah kehidupan bagi umat muslim, sebagai kekuatan besar dalam keimanan dan ketauhidan dengan sang pencipta. Muslim yang bertransaksi dalam pasar dapat dikatakan muslim tersebut telah melakukan sebuah ibadah.

Marketing syariah dikenal sebagai *market* yang mempunyai sifat emosional, dimana dalam melakukan bisnis hanya didasari emosional keagamaan bukan untuk mendapatkan keuntungan finansial semata. Para pelaku dalam *marketing* syariah tidak menganggap pesaing sebagai musuh. Namun, para pelaku dalam *marketing* syariah sangat menjaga hubungan baik dengan menerapkan nilai-nilai moral dengan sesama pelaku bisnis. *Marketing* syariah dalam pengerjaannya akan dilakukan secara optimal untuk memenuhi kepuasan dari nasabah.⁴

³ Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, hlm. 5.

⁴ Zulkifli Rusby, *Manajemen Bank Syariah* (Pekanbaru: Pusat Kajian Pendidikan Islam UIR, 2017), hlm. 65.

B. Lingkungan *Marketing* Bank Syariah

Lingkungan *marketing* merupakan komponen yang melalui pengendalian pengiklanan namun sangat berpengaruh terhadap sistem yang ada pada *marketing*. Pada proses promosi harus memahami aktivitas yang dijalankan itu sebagai cara mengetahui sikap atau perilaku nasabah dan kondisi pasar. suatu kekuatan yang mempengaruhi kemampuan manajemen dari suatu perusahaan dalam memajukan dan mempertahankan kan hubungan yang baik dengan nasabah yang ditargetkan.⁵

Kawasan yang dijadikan tempat *marketing* terbagi atas beberapa lingkungan tugas seperti lembaga perusahaan, penyalur, dan nasabah. Dan untuk kawasan kependudukan seperti yang dilihat dari pertumbuhan ekonomi, pengetahuan teknologi, politik dan hukum serta kebudayaan sosial masyarakat.⁶

Kawasan *marketing* dalam bank syariah dapat menjadi sumber kekuatan baik di dalam maupun di luar dari lembaga perusahaan. *Marketing* dapat mendorong lembaga perusahaan dalam mengembangkan serta mempertahankan produk yang ada pada perbankan syariah.

Kinerja manajemen dalam *marketing* untuk perkembangan dan pertahanan transaksi yang ada pada bank dengan tujuan memperoleh

⁵ I Wayan Ruspendi Junaedi et al., *Manajemen Pemasaran: Implementasi Strategi Pemasaran Di Era Society 5.0* (Jawa Tengah: Eureka Media Aksara, 2022), hlm. 26.

⁶ Nurul Huda et al., *Pemasaran Syariah* (Depok: Kencana, 2017), hlm. 9.

keberhasilan terhadap sasaran nasabah yang telah direncanakan, hal ini dapat diartikan sebagai lingkungan *marketing* atau pemasaran.⁷

Secara umum kawasan atau lingkungan *marketing* pada perbankan terdiri dari lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Sedangkan pada lingkungan eksternal terbagi menjadi dua bagian yaitu lingkungan mikro dan lingkungan makro.

1. Lingkungan Internal

Lingkungan internal yaitu lingkungan dalam perusahaan yang dapat dikendalikan oleh pihak perusahaan. Adapun lingkungan-lingkungan yang dapat dikendalikan oleh perusahaan secara langsung seperti⁸:

- a. Sistem perencanaan dan sistem informasi *marketing* perusahaan.
- b. Sistem pengorganisasian dan pelaksanaan *marketing* perusahaan.
- c. Dan sistem pengendalian *marketing* pada perusahaan.

2. Lingkungan Eksternal

Lingkungan eksternal merupakan sebuah faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh perusahaan secara langsung, karena lingkungan ini berasal dari luar perusahaan.

⁷ Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2015), hlm. 200.

⁸ Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, hlm. 112.

a. Lingkungan mikro

Lingkungan mikro ini merupakan kawasan yang mempunyai sumber kekuatan terdekat dengan bank yang dapat mendorong kemampuan yang dimiliki bank dalam pelayanan pada nasabah. Komponen yang termasuk dalam lingkungan mikro adalah:

1) Nasabah

Nasabah merupakan komponen yang paling penting dalam lingkungan mikro dari suatu perusahaan. Yang menjadi tujuan dari setiap jaringan pengiriman adalah target pelanggan dan dapat terciptanya hubungan yang erat dengan nasabah.⁹

Seorang *marketer* harus mengetahui reaksi dari nasabah mengenai perubahan. Misalnya mengenai perubahan dari harga suatu produk.¹⁰ Adapun yang termasuk bagian dari nasabah, yaitu:

- a) Pasar Konsumen, merupakan setiap masyarakat secara personal dan rumah tangga yang menggunakan produk bank untuk dimanfaatkan secara pribadi.¹¹
- b) Pasar Industri, merupakan pembelian produk bank yang dilakukan oleh kelompok organisasi untuk di industrikan kembali sebagai perolehan keuntungan.¹²

⁹ Ngatno, *Manajemen Pemasaran* (Bukit Agung: EF Press Digimedia, 2018), hlm. 74.

¹⁰ Dhika Amalia Kurniawan and Muhammad Zaenal Abidin, *Pengantar Pemasaran Bank: Konsep Etika, Strategi Dan Implementasi* (Jawa Timur: Unida gontor Press, 2018), hlm. 116.

¹¹ Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, hlm. 112.

- c) Pasar penjual, yaitu Pembelian yang dilakukan oleh organisasi-organisasi kepada bank guna untuk dijual kembali dengan mengharapkan adanya laba.¹³
- d) Pasar pemerintah, yaitu pembelian terhadap produk-produk dan jasa yang ada pada bank agar dapat memproduksi sebuah layanan publik dan dapat mengalihkan produk dan jasa tersebut kepada pihak yang membutuhkan.¹⁴
- e) Pasar internasional, aktivitas *marketing* dalam proses penciptaan, komunikasi, penyampaian dan saling tukar-menukar penawaran yang memiliki nilai bagi nasabah dan masyarakat asing.¹⁵
- 2) Pemasok
- Pemasok adalah orang atau perusahaan yang menyediakan sumber daya yang sangat dibutuhkan oleh perusahaan dan juga pesaing-pesaing yang ada. Seperti bahan baku, listrik, bahan bakar dan tenaga kerja.¹⁶
- 3) Perantara *Marketing* Bank

Perantara *marketing* bank merupakan perusahaan yang dapat membantu melakukan promosi atau mengenalkan produk dan

¹² Kasmir, *Manajemen Perbankan*, hlm. 202.

¹³ Ngatno, *Manajemen Pemasaran*, hlm. 74.

¹⁴ Thamrin Abdullah and Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran* (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2021), hlm. 85.

¹⁵ Syafrida Hafni Sahir, *Pemasaran Global* (Yogyakarta: KBM Indonesia, 2020), hlm. 1.

¹⁶ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, hlm. 202.

jasa bank, menjual dan mendistribusikan kepada pelanggan akhir atau nasabah.

- a) Perantara, merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang perdagangan yang dapat membantu dalam menemukan penjual dan nasabah. Yang mempunyai dua jenis yaitu pedagang perantara dan juga agen perantara.
- b) Perusahaan distribusi fisik, untuk membantu menyimpan dan memindahkan produk dari tempat asal ke tempat yang lain yang akan dituju merupakan fungsi dari perusahaan distribusi fisik. Perusahaan ini terdiri dari yaitu perusahaan transportasi, perusahaan pergudangan, dan agen pelayanan perusahaan.¹⁷
- c) Agen jasa pemasaran, merupakan komponen penting yang dapat memberi kepuasan kepada nasabah dan dapat menciptakan hubungan yang erat dengan nasabah.¹⁸
- d) Perantara dalam bidang keuangan, perantara ini seperti bank, asuransi dan perusahaan lain yang dapat membantu dalam menjamin risiko terhadap produk yang dibeli dan penjual produk.¹⁹

4) Masyarakat (Publik)

Publik merupakan seluruh kelompok yang mempunyai peran penting yang dapat berdampak pada kekuatan perusahaan dalam

¹⁷ Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, hlm. 113.

¹⁸ Ngatno, *Manajemen Pemasaran*, hlm. 73.

¹⁹ Abdullah and Tantri, *Manajemen Pemasaran*, hlm. 84.

mencapai tujuan. Sepeti, masyarakat keuangan yaitu bank, pemegang saham dan masyarakat dalam lingkungan kelompok yaitu organisasi konsumen dan yang lainnya.²⁰

- a) Publik keuangan, yaitu masyarakat yang dapat mempengaruhi perusahaan dalam mendapatkan dana seperti lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan lainnya.
- b) Publik media, yaitu sebuah perusahaan yang menyediakan layanan jasa seperti meliput berita dalam bentuk surat kabar, televisi, majalah, radio dan bentuk yang lainnya.²¹
- c) Publik pemerintah, perbankan harus *update* tentang perkembangan dengan kebijakan dari pemerintah. *Marketer* harus mengusahakan untuk konsultasi dengan pengacara perusahaan mengenai isu-isu keamanan produk, fakta dalam pengiklanan dan hal lainnya.²²
- d) Publik umum, yaitu publik yang berada pada lokasi tertentu.
- e) Publik lokal, merupakan publik yang berada pada di lokasi sekitar.

²⁰ Satriadi et al., *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: Penerbit SamudraBiru, 2021), hlm. 27.

²¹ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, hlm. 203.

²² Ngatno, *Manajemen Pemasaran*, hlm. 73.

- f) Publik internal, merupakan pegawai sebuah perusahaan yang terkait terhadap sebuah proses manajemen lembaga atau perusahaan.

5) Pesaing

Pesaing yang dimaksud dalam bank merupakan kompetitor dari perusahaan lain yang menawarkan produk yang sama dengan bank kita pada tempat tertentu.²³ Pesaing terdiri dari:

- a) Kompetitor generik merupakan kompetitor yang menyiapkan produk yang sangat berbeda namun mempunyai tujuan yang sama yaitu untuk menciptakan kepuasan dari nasabah atas pemenuhan kebutuhan dasar dari nasabah.²⁴
- b) Kompetitor merek merupakan kompetitor yang mempunyai produk dengan fitur, manfaat dan harga yang sama untuk dipasarkan.
- c) Kompetitor dalam bentuk produk merupakan kompetitor yang menunjukkan banyak jenis produk sebagai pemuasan keinginan dari nasabah.
- d) Kompetitor umum merupakan kompetitor dari bank lain yang dapat memenuhi kebutuhan dari pelanggan atau nasabah bank.²⁵

²³ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, hlm. 202.

²⁴ Ngatno, *Manajemen Pemasaran*, hlm. 67.

²⁵ Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, hlm. 114.

b. Lingkungan makro

Lingkungan makro adalah setiap komponen dari perusahaan atau bank yang beroperasi dalam kekuatan lingkungan yang lebih besar sehingga dapat menciptakan peluang dan juga dapat menimbulkan ancaman bagi perusahaan atau bank.²⁶ Adapun yang termasuk dalam komponen lingkungan makro yaitu:

- 1) Lingkungan demografis, merupakan lingkungan yang terkait mengenai populasi. Terkait ukuran jumlah populasi, lokasi wilayah penduduk, golongan usia dari sebuah populasi, pendapatan kerja, rata-rata pendidikan penduduk, jenis kelamin penduduk, agama dan penduduk yang bertransmigrasi. Lingkungan ini sangat penting karena orang-orang dalam hal ini akan membentuk pasar.²⁷
- 2) Lingkungan ekonomi, merupakan keadaan yang dapat memberikan dampak pada daya beli dan paradigma belanja konsumen. Daya beli masyarakat dapat dilihat dari tingkat perubahan penghasilan nasabah dan perubahan tingkat pertumbuhan harga produk dan jasa.²⁸

²⁶ Abdullah and Tantri, *Manajemen Pemasaran*, hlm. 88.

²⁷ M. Ma'ruf Abdullah, *Manajemen Bisnis Syariah* (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2014), hlm. 288.

²⁸ Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, hlm. 114.

- 3) Lingkungan alam, merupakan sesuatu yang dibutuhkan berasal dari sumber daya alam karena adanya pengaruh dari kegiatan *marketing*.²⁹
- 4) Lingkungan politik dan undang-undang, merupakan badan yang bertugas dalam pengawasan perusahaan atau bank. Misalnya, lembaga pemerintah, organisasi pengatur yang berpengaruh dan dapat memberikan batasan ruang gerak dari sebuah perusahaan dan individu dalam kalangan masyarakat. Seperti munculnya Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM).³⁰
- 5) Lingkungan teknologi, merupakan kekuatan yang paling teatrik (menggemparkan) yang dapat membentuk kehidupan masyarakat. Dengan teknologi baru yang muncul dapat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi. Namun teknologi yang ditemukan tidak muncul secara merata setiap waktu.
- 6) Lingkungan kultural, merupakan lingkungan tempat seseorang tumbuh yang dapat membentuk kepercayaan, norma-norma dan tata nilai. Hal ini dapat menentukan hubungan seseorang dengan diri sendiri, orang lain, dengan perusahaan dan dengan alam semesta.³¹

²⁹ Ngatno, *Manajemen Pemasaran*, hlm. 79.

³⁰ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, hlm. 204.

³¹ Abdullah and Tantri, *Manajemen Pemasaran*, hlm. 107.

C. Strategi Marketing Bank Syariah

Strategi *marketing* aktivitas-aktivitas yang dipadukan merupakan yang berkaitan dengan *marketing*, *advertising*, *sales*, *public relation* dan *networking*. Pada setiap komponen yang ada pada strategi *marketing* saling melengkapi dan pada setiap komponennya mempunyai maksud dan manfaat-manfaat tersendiri secara khusus. Dengan seiring waktu komponen ini berguna untuk memperbanyak dan memperluas *image* perusahaan, memperkuat merek, dan dapat meyakinkan produk dari perusahaan tersebut mempunyai keunikan sendiri.³²

Proses yang ditempuh setiap pihak pada strategi *marketing* bisa menjadi bermacam-macam disesuaikan dengan kemampuan dan karakter dari setiap pihak. Namun tujuan akhir dari strategi *marketing* ini tetap kepada kepuasan dari nasabah perusahaan tersebut.³³

Pada bank untuk menghadapi pasar sasaran banyak terdapat kesulitan seperti semakin banyaknya bank-bank baru yang muncul, pertumbuhan teknologi yang semakin canggih, semakin mudahnya untuk melakukan transaksi, banyaknya promosi serta bonus yang ditawarkan oleh bank, dan kesulitan lainnya.

Sebagai upaya dalam meningkatkan jumlah nasabah dan mempertahankan nasabah yang sudah ada, efisiensi laba dan stabilitas.

³² Saida Zainurossalamia, *Manajemen Pemasaran: Teori Dan Strategi* (Lombok Tengah: Forum Pemuda Aswaja, 2020), hlm. 26.

³³ Usman Moonti, *Dasar-Dasar Pemasaran* (Yogyakarta: Interpena, 2015), hlm. 17.

Marketing dalam bank dapat melakukan dua cara yaitu tetap fokus menjalani pasar yang sudah ada. Selain itu bank juga dapat melakukan cara yang kedua yaitu bank dapat mendirikan perusahaan cabang pada beberapa tempat yang strategis untuk melakukan penawaran produk-produk yang ada pada bank. Dalam menjalankan dua cara tersebut, bank harus memperhatikan setiap perkembangan dan tren pada masa sekarang. Baik perkembangan pesaing, pelayanan, teknologi yang dapat memudahkan nasabah dalam bertransaksi atau melakukan pemanfaatan produk-produk bank lainnya dan perkembangan lainnya.³⁴

Strategi *marketing* pada bank syariah berdasarkan prinsipnya terbagi menjadi lima macam yaitu:

1. Strategi penetrasi pasar (*market penetration*)

Penetrasi atau penerobosan pasar adalah upaya bank yang tetap menyediakan produk yang sudah ada untuk nasabah, tetapi bank akan melakukan peningkatan jumlah penjualan dari nasabah baik secara kualitas atau kuantitas dan bank akan berupaya mengambil nasabah dari para kompetitor yang lain.³⁵

2. Strategi pengembangan produk (*product development*)

Strategi pengembangan produk pada perbankan adalah upaya dalam meningkatkan nasabah dengan cara melakukan pengembangan dan mengenalkan produk-produk baru pada perbankan. Kekreatifan dan inovasi dalam menciptakan sebuah produk baru merupakan kunci

³⁴ Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, hlm. 78.

³⁵ Anita Rahmawaty, *Spiritual Motivation on Syariah Marketing* (Yogyakarta: IDEA Press, 2016), hlm. 126.

yang utama pada strategi ini. Perusahaan atau bank selalu berupaya untuk melakukan pembaharuan dan pengenalan produk baru untuk kemudahan nasabah dalam melakukan transaksi. Bank tidak pernah berhenti melakukan investigasi terhadap yang dibutuhkan dalam pasar untuk pemenuhan kebutuhan pasar. Tujuan strategi pengembangan produk yaitu³⁶:

- a. Pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan yang seiring perkembangan zaman terus berubah-ubah.
 - b. Kembali membangkitkan perkembangan dari produk simpanan yang telah lesu.
 - c. Mengimbangi perusahaan pesaing dalam penawaran produk baru kepada nasabah.
 - d. terus melakukan pemanfaatan terhadap teknologi baru.
3. Strategi pengembangan pasar (*market expansion*)

Strategi ini adalah jasa yang dimodifikasi untuk dikembangkan dan dijual pada pasar yang ada pada masa sekarang. Seperti perbankan yang mengenalkan dan menawarkan fasilitas baru mereka yaitu *internet banking* kepada nasabah untuk memudahkan mereka dalam melakukan transaksi.³⁷

Dengan terus berkembangnya perilaku manusia dalam memenuhi kehidupan hidup yang diiringi dengan inovasi produk teknologi. Digitalisasi pada revolusi industri 4.0 yang mengakibatkan

³⁶ Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, hlm. 79.

³⁷ Rahmawaty, *Spiritual Motivation on Syariah Marketing*, hlm. 126.

berubahnya perilaku bisnis. Perbankan terus mengembangkan produk dan pasar untuk meraup pangsa pasar yang lebih tinggi, sehingga akan mendapatkan loyalitas pelanggan. Salah satu inovasi yang dilakukan oleh perbankan yaitu terhadap penggunaan *internet banking* dimana untuk melakukan transaksi secara non tunai dapat menggunakan *cashless* dan *cardless* yang dapat memudahkan nasabah, aman dan juga praktis.

Transaksi pada *cashless* dilakukan tanpa menggunakan uang kartal ataupun logam, tetapi melakukan transaksi melalui Anjungan Tunai Mandiri (ATM), kartu kredit, kartu debit dan transaksi lainnya yang menggunakan teknologi.

Untuk transaksi *cardless* merupakan bentuk transaksi yang dilakukan tanpa menggunakan kartu sama sekali. Pada transaksi ini yang dibutuhkan hanya PIN dan bahkan sidik jari yang lebih personal. Pada transaksi era *cardless* selangkah melebihi dari era *cashless*. Dengan transaksi ini dapat mengurangi risiko kehilangan kartu atau mengantri.³⁸

4. Strategi integrasi (*integration*)

Strategi integrasi adalah sebuah strategi pilihan yang terakhir. Strategi ini biasanya digunakan saat bank mendapatkan kesulitan terhadap likuiditas yang sangat parah. Dalam hal ini bank akan

³⁸ Lina Marlina, Ahmad Mundzir, and Herda Pratama, "Cashless Dan Cardless Sebagai Perilaku Transaksi Di Era Digital: Suatu Tinjauan Teoretis Dan Empiris," *Jurnal Co Management* 3, no. 2 (2021): 533–542.

melakukan diversifikasi horizontal, yaitu melakukan penggabungan bank-bank (merger).³⁹

Adapun bank pada saat ini yang melakukan penggabungan atau merger dengan penandatanganan *Conditional Merger Agreement* (CMA) adalah Bank Syariah Indonesia (BSI) pada Oktober 2020 dengan gabungan tiga bank yaitu Bank Syariah Mandiri (BSM), Bank Negara Indonesia Syariah (BNIS) dan Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRIS) dan resmi mendapatkan izin dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK), pada tanggal 27 Januari 2021 perizinan pembentukan BSI keluar. Merger ini digunakan untuk meningkatkan nilai bagi pemegang saham dan juga dapat meningkatkan nilai bagi pemangku kepentingan lain seperti industri perbankan syariah, dunia usaha (UMKM), dunia pendidikan, pengelolaan dana haji dan bagi pengembangan ekosistem ekonomi syariah dalam arti luas serta sebagai strategi pemerintah menjadikan Indonesia sebagai salah satu pusat keuangan syariah dunia.⁴⁰

5. Strategi diversifikasi (*diversification*)

Strategi diversifikasi merupakan jasa yang baru yang akan ditawarkan pada pasar baru. Seperti pembukaan lembaga pegadaian syariah oleh perbankan syariah.⁴¹

³⁹ Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, hlm. 80.

⁴⁰ Alif Ulfa, "Dampak Penggabungan Tiga Bank Syariah Di Indonesia," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 2 (2021): 1101–1106.

⁴¹ Rahmawaty, *Spiritual Motivation on Syariah Marketing*, hlm. 126.

D. Etika *Marketing* Bank Syariah

Etika atau “*Ethic*” merupakan kata yang berasal dari bahasa Yunani “*Ethos*” memiliki arti sebuah kebiasaan yang menjadi karakter seseorang atau adat istiadat. Etika ialah ilmu mengenai hal yang baik dan hal yang tidak baik diikuti oleh masyarakat.

Etika merupakan hal yang sangat mempengaruhi kehidupan masyarakat. Dengan etika seseorang dapat menentukan sikap atau mengambil keputusan yang dapat mengarahkan seseorang bertindak secara tepat dan etika sangat diperlukan dalam penerapan pada setiap aspek dalam kehidupan.⁴² Etika dalam bisnis sama halnya mempelajari yang baik dan yang buruk, benar atau salah dalam dunia bisnis sesuai dengan prinsip moralitas.⁴³

Pada *marketing* syariah sangat berpegang erat pada etika dalam melakukan pemasaran kepada calon nasabah. Ada beberapa yang harus dihindari dalam *marketing* syariah yaitu kebohongan, promosi yang terlalu berlebihan, memelihara kejujuran dan janji. *marketing* syariah bertentangan dengan syariat Islam.⁴⁴

Etika perbankan itu sendiri yaitu proses kegiatan *marketing* yang benar memiliki kebijakan yang benar, adil dan memegang erat nilai-nilai dalam bisnis.

⁴² Nihayatul Masykuroh, *Etika Bisnis Islam* (Banten: Media Karya Publishing, 2020), hlm. 7.

⁴³ Faisal Badroen and Dkk, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Jakarta: Kencana, 2015), hlm. 70.

⁴⁴ Huda et al., *Pemasaran Syariah*, hlm. 73.

Dalam strategi *marketing* pada bank syariah harus diterapkan secara selaras dan bijaksana, serta tetap memegang erat kepada ketetapan-ketetapan atau aturan yang telah ditetapkan oleh Bank Indonesia. Bank harus memakai sistem manajemen yang terpadu dan terbuka sehingga tidak membuat nasabah merasa dirugikan.⁴⁵

Marketing syariah mempunyai sembilan jenis etika yang tenaga pemasaran harus miliki, sembilan jenis etika itu ialah:

1. Mempunyai jiwa spiritual (bertakwa)

Setiap orang memiliki kesibukan masing-masing, namun bagi seorang muslim diperintahkan dalam kondisi apapun harus mengingat Allah SWT. Seperti seorang muslim harus berhenti dalam kegiatan bisnis nya ketika adzan berkumandang.⁴⁶ Sebagaimana Allah berfirman:

“Hai orang-orang beriman, apabila diseru untuk menunaikan salat jumat, maka bersegerahlah kamu kepada mengingat Allah dan tinggalkan jual beli. Yang demikian itu lebih baik bagimu jika kamu mengetahui. Apabila telah ditunaikan salat, maka bertebarlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung. (QS. Al-Jumu’ah:9-10)

Hakikat manusia yang sesuai persyaratan yang telah Allah SWT tetapkan yaitu manusia yang bertakwa. Sedangkan hakikat takwa

⁴⁵ Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, hlm. 208.

⁴⁶ Tafsir Web, “Surah Al-Jumu’ah Ayat 9-10,” *Tafsirweb.Com*, accessed October 20, 2022, <https://tafsirweb.com/37714-surat-al-jumuah-ayat-9-10.html>.

yaitu manusia yang berhati-hati dan taat dalam menjalankan perintah dan ketetapan Allah SWT.⁴⁷

2. Mempunyai pribadi yang baik dan simpatik (*shiddiq*)

Islam selalu mengajarkan untuk berwajah manis, berperilaku baik dan ramah.⁴⁸ Seperti firman Allah:

“Janganlah sesekali kamu menunjukkan pandanganmu kepada kenikmatan hidup yang telah kami berikan kepada beberapa golongan diantara mereka (orang-orang kafir itu), dan janganlah kamu bersedih hati terhadap mereka dan berendah dirilah kamu terhadap orang-orang yang beriman.” (QS. Al-Hijr:88)

Begitupun bagi Muslim yang ingin menjual barang dengannya harus bersenang hati, ikhlas, dan harus berkesan baik terhadap konsumen. Seperti yang dijelaskan dalam hadis:

“Allah mengasihi orang yang bermurah hati waktu menjual, waktu membeli dan waktu menagih piutang.” (HR. Bukhari, dalam Mukhtashor Shahih al-Bukhari: 280)⁴⁹

Seorang *marketer* tidak boleh mempunyai sikap yang sombong, *marketer* harus bersikap baik, serta amanah agar dapat bertanggung jawab atas produknya yang dijual kepada nasabah.⁵⁰

⁴⁷ Asnawi and Fanani, *Pemasaran Syariah: Teori, Filosofi Dan Isu-Isu Kontemporer*, hlm. 209.

⁴⁸ Tafsir Web, “Surah Al-Hijr Ayat 88,” *Tafsirweb.Com*, accessed October 20, 2022, <https://tafsirweb.com/4238-surat-al-hijr-ayat-88.html>.

⁴⁹ HadeethEnc, “Hadis: Allah Merahmati Seseorang Yang Bermurah Hati Jika Ia Menjual, Membeli, Dan Menagih (Utang),” *HadeethEnc.Com*, accessed October 20, 2022, <https://hadeethenc.com/id/browse/hadith/3716>.

3. Mempunyai sikap yang adil dalam berbisnis (*al- 'adl*)

Dalam Islam melakukan bisnis dengan adil merupakan hal yang wajib. Orang-orang yang berlaku adil akan senantiasa dicintai oleh Allah SWT. Sedangkan orang yang berbuat zalim, akan dilaknat oleh Allah SWT.⁵¹ Adapun firman Allah SWT:

Dan siapakah yang lebih zalim dari pada orang yang membuat-buat dusta terhadap Allah? Mereka itu akan dihadapkan kepada Tuhan mereka, dan para saksi akan berkata: "Orang-orang inilah yang telah berdusta terhadap Tuhan mereka". Ingatlah, kutukan Allah (ditimpahkan) atas orang-orang yang zalim. (QS. Hud:18)

Orang yang adil adalah orang yang tidak berpihak, orang yang adil akan meletakkan hak kepada orang yang berhak menerima hak tersebut dengan tidak ada yang kurang sedikitpun.⁵²

4. Melayani dengan rendah hati dan senyum

Sikap utama yang harus dimiliki *marketer* adalah sikap melayani nasabah. Dalam bisnis sebuah pelayanan merupakan faktor yang sangat penting.⁵³ Firman Allah tentang rendah hati, yaitu:

⁵⁰ Kurniawan and Abidin, *Pengantar Pemasaran Bank: Konsep Etika, Strategi Dan Implementasi*, hlm. 129.

⁵¹ Tafsir Web, "Surah Hud Ayat 18," *Tafsirweb.Com*, accessed October 20, 2022, <https://tafsirweb.com/3510-surat-hud-ayat-18.html>.

⁵² Asnawi and Fanani, *Pemasaran Syariah: Teori, Filosofi Dan Isu-Isu Kontemporer*, hlm. 212.

⁵³ Tafsir Web, "Surah Al-Furqan Ayat 63," *Tafsirweb.Com*, accessed October 20, 2022, <https://tafsirweb.com/6319-surat-al-furqan-ayat-63.html>.

“Adapun hamba-hamba Allah Tuhan yang maha pengasih itu adalah orang-orang yang berjalan di bumi dengan rendah hati dan apabila orang-orang bodoh menyapa mereka (dengan kata-kata yang menghina), mereka mengucapkan (salam)” (Al-Furqan:63)

Memberikan pelayanan kepada nasabah harus dilakukan dengan baik, rendah hati, rama terhadap nasabah dan juga tidak sombong. Sikap pelayanan seperti ini dapat memajukan *marketing* Islam.⁵⁴

5. Selalu menepati janji dan tidak curang (*tathfif*)

Seorang yang menjadi perwakilan dari sebuah perusahaan yang menjadi pemasar syariah harus dapat menjaga amanah yang telah diberikan dalam pemasaran produk dan promosi.⁵⁵ Allah SWT berfirman:

“Dan jika kamu dalam perjalanan sedang kamu tidak mendapatkan seorang penulis, maka hendaklah ada barang jaminan yang dipegang. Tetapi, jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (utangnya) dan hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhannya. Dan janganlah kamu menyembunyikan kesaksian, karena barangsiapa menyembunyikannya, sungguh, hatinya kotor (berdosa). Allah

⁵⁴ Kurniawan and Abidin, *Pengantar Pemasaran Bank: Konsep Etika, Strategi Dan Implementasi*, hlm. 129.

⁵⁵ Tafsir Web, “Surah Al-Baqarah Ayat 283,” *Tafsirweb.Com*, accessed October 20, 2022, <https://tafsirweb.com/1049-surat-al-baqarah-ayat-283.html>.

Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.” (QS. Al-Baqarah:283)

Adapun sikap curang (*tathfif*), sikap yang muncul saat penentuan harga produk, ukuran dan penimbangan. Rasulullah dalam etika *marketing* tidak pernah membohongi pembeli baik kuantitas (besaran) maupun kualitas.⁵⁶ Allah SWT berfirman:

“Sempurnahkanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan. Dan timbanglah dengan timbangan yang lurus. Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan”

(QS. As-Syu'ara:181-183)

Janji sering dikatakan sebagai utang (*alwa'du dainun*). Utang yang diketahui adalah selalu berupa uang atau barang. Namun pada dasarnya utang tidak selalu tentang uang dan barang. Orang yang telah membuat janji adalah termasuk orang yang mempunyai utang sampai janjinya terpenuhi.⁵⁷

⁵⁶ M Resky S, “Surah Asy-Syu'ara Ayat 181-184; Terjemahan Dan Tafsir Al-Qur'an,” *Pecihitam.Org*, last modified 2020, accessed October 20, 2022, <https://pecihitam.org/surah-asy-syuara-ayat-181-184-terjemahan-dan-tafsir-al-quran/>.

⁵⁷ Asnawi and Fanani, *Pemasaran Syariah: Teori, Filosofi Dan Isu-Isu Kontemporer*, hlm. 216.

6. Jujur dan terpercaya (amanah)

Muslim yang jujur mempunyai nilai kerja yang bagus, dimana semua aktivitasnya ditujukan untuk memperoleh ridha Allah SWT.⁵⁸

Seperti sabda Rasulullah SAW:

Dari Abu Sa'id dari Nabi SAW bersabda: "pedagang yang jujur dan terpercaya akan bersama para nabi, para shiddiqin, orang-orang yang meninggal syahid dalam peperangan dan orang-orang yang saleh." (HR. Tirmidzi, dalam Maushu'ah al hadis al syarif Versi 2, 1991-1997)

Seorang *marketer* harus memiliki sifat yang amanah, karena seorang muslim dalam berbisnis tidak boleh menzalimi kepercayaan dari nasabah.⁵⁹

7. Tidak suka berburuk sangka (*su'uzhon*)

Salah satu pengajaran dari Rasulullah SAW yang harus diterapkan pada bisnis modern yaitu sikap menghormati sesama.⁶⁰ Firman Allah SWT:

"Wahai orang-orang yang beriman! Jauhilah banyak dari prasangka, sesungguhnya sebagian prasangka itu dosa dan janganlah kamu mencari-cari kesalahan orang lain dan janganlah ada di antara kamu yang menggunjing sebagian yang lain. Apakah ada di antara kamu yang suka memakan

⁵⁸ *Ibid.*, hlm. 217.

⁵⁹ Rahmawaty, *Spiritual Motivation on Syariah Marketing*, hlm. 88.

⁶⁰ Tafsir Web, "Surah Al-Hujurat Ayat 12," *Tafsirweb.Com*, accessed October 20, 2022, <https://tafsirweb.com/9782-surat-al-hujurat-ayat-12.html>.

daging saudaranya yang sudah mati? Tentu kamu merasa jijik. Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Penerima tobat, Maha Penyayang. (QS. Al-Hujurat:12)

8. Tidak menjelek-jelekan (*ghibah*)

Seorang pemasar dalam pasar syariah tidak diperbolehkan untuk menjelekan pesaing bisnisnya untuk dijadikan senjata dalam meningkatkan bisnis. Baik menjelekan dengan fakta yang benar maupun menjelekan pesaing dengan fakta yang tidak benar, semua cara itu tidak diperbolehkan.⁶¹ Seperti firman Allah SWT:

“Sesungguhnya orang-orang yang ingin agar (berita) perbuatan yang amat keji itu tersiar di kalangan orang-orang yang beriman, bagi mereka azab yang pedih di dunia dan akhirat. Dan Allah mengetahui, sedang, kamu tidak mengetahui.”

(QS. An-Nur:19)

Kita harus senantiasa menjaga lisan kita, agar kita dapat mengetahui yang kita ucapkan termasuk *ghibah* atau tidak. Karena untuk menjadi seorang muslim yang sejati kita harus dapat menjaga tangan serta lisan agar tidak menyakiti orang lain.⁶²

⁶¹ Tafsir Web, “Surah An-Nur Ayat 19,” *Tafsirweb.Com*, accessed October 20, 2022, <https://tafsirweb.com/6147-surat-an-nur-ayat-19.html>.

⁶² Asnawi and Fanani, *Pemasaran Syariah: Teori, Filosofi Dan Isu-Isu Kontemporer*, hlm. 221.

9. Tidak melakukan suap (*risywah*)

Menerima suap termasuk memakan harta kepunyaan orang lain dengan cara yang batil, dalam Islam menyuap dan memakan suap hukumnya adalah haram.⁶³ Seperti firman Allah SWT:

“Dan janganlah kamu makan harta di antara kamu dengan jalan yang batil, dan (janganlah) kamu menyuap dengan harta itu kepada para hakim, dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui.” (QS. Al-Baqarah:188)

Terdapat juga sabda Rasulullah SAW:

“Rasulullah SAW melaknat penyuap, penerima suap, dan yang menjadi perantaranya.” (HR. Ahmad dan Hakim, Ahmad bin Hanbal II: 164)⁶⁴

⁶³ Tafsir Web, “Surah AL-Baqarah Ayat 188,” *Tafsirweb.Com*, accessed October 20, 2022, <https://tafsirweb.com/699-surat-al-baqarah-ayat-188.html>.

⁶⁴ Abu Ismail Muslim Al-atsari, “Suap, Mengundang Laknat,” *Almanhaj*, accessed October 20, 2022, <https://almanhaj.or.id/7004-suap-mengundang-laknat.html>.

BAB V

KOMUNIKASI BISNIS BANK SYARIAH

A. Definisi Komunikasi Bisnis Islam

Komunikasi adalah sebuah upaya yang dapat mendorong agar pihak lain menjelaskan yang menjadi keinginan dari seseorang sehingga adanya keselarasan dan saling mengerti. Untuk keberhasilan komunikasi tergantung proses yang dilalui. Komunikasi sangat penting untuk kehidupan sehari-hari dan dunia bisnis, dengan adanya komunikasi dapat dengan efektif menciptakan hubungan yang baik dan harmonis. Pada bank seorang bankir dituntut untuk memiliki kemampuan dan cakap dalam berkomunikasi sebagai penunjang dalam pekerjaan. Yang terkait dalam komunikasi bank yaitu seperti mengirim data, memberikan informasi untuk kepentingan nasabah dan perusahaan, kerjasama dengan sesama rekan kerja.¹

Dalam perbankan hal yang paling utama adalah yang diharapkan (*expectation*) nasabah dan layanan yang diterima (*perceived performance*) oleh nasabah untuk mendapatkan kepuasan nasabah.² Untuk mencapai kepuasan dan kenyamanan nasabah diperlukannya komunikasi yang baik antara pihak bank dan nasabah.

Adapun yang dimaksud dengan komunikasi yang berasal dari bahasa latin, yaitu “*communicare*” yang mempunyai arti berbagi atau

¹ Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bisnis Bank Syariah* (Jakarta Pusat: PT Gramedia Pustaka Utama, 2018), hlm. 68.

² Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, hlm. 193.

yang menjadikan bersifat umum (*to share* atau *to make common*). Komunikasi didefinisikan oleh Pearson dan Nealson, komunikasi merupakan “*the process of understanding and sharing meaning*” atau sebuah proses dalam memahami dan berbagi makna. Secara terminologis komunikasi yaitu proses dalam menyampaikan pesan kepada orang lain, dalam komunikasi yang terlibat merupakan manusia.³

Bank harus mempunyai kemampuan dalam memberikan pelayanan yang sangat baik agar dapat memperoleh efek yang positif dari *word of mouth*. Efek dari cara ini jauh lebih efektif jika dibandingkan dengan iklan dimedia massa.⁴

Komunikasi bermaksud untuk menyampaikan informasi dari pihak pemberi informasi kepada pihak yang akan menerima informasi agar setiap pihak mempunyai pandangan yang sama atas apa yang diinformasikan.⁵

Berkomunikasi adalah kegiatan dasar pada kehidupan manusia sebagai makhluk sosial. Bahkan pada agama Islam dikatakan manusia pertama yang diciptakan oleh yaitu Nabi Adam, sudah belajar nama-

³ Zainal Mukarom and Muhibudin Wijaya Laksana, *Manajemen Public Relation (Panduan Efektif Pengelolaan Hubungan Masyarakat)* (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2015), hlm. 76.

⁴ Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, hlm. 194.

⁵ Josua dan Swenjadi Yenawan Tarigan, *Business and Personal Development* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2013), hlm. 87.

nama benda. Hal ini dapat dimaknai bahwa manusia telah mengerti bahasa dan kegiatan manusia tidak terlepas dari kegiatan komunikasi.⁶

Bisnis menurut *Business Dictionary* merupakan organisasi-organisasi atau sistem ekonomi yang mana jasa dan barang saling menukarkan dengan satu sama lain untuk memperoleh uang. Bisnis juga dapat diartikan sebagai sebuah lembaga yang melakukan kegiatan produksi dan penjualan barang dan jasa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen agar dapat memperoleh keuntungan.

Bisnis akan dapat berjalan jika adanya sebuah interaksi atau komunikasi dilakukan oleh dua orang atau lebih. Bisnis dapat dilakukan oleh satu orang. Namun, bisnis biasanya mempunyai sebuah badan yang berbentuk kerjasama satu sama lain. Agar dapat mencapai tujuan yang ditentukan.⁷

B. Kecakapan Komunikasi Interpersonal

1. Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal merupakan ikatan interaktif antara satu orang dengan orang yang lainnya secara tatap muka, yang kemungkinan pelaku interaksi dapat menangkap reaksi dari lawan bicaranya baik secara verbal maupun nonverbal.⁸

⁶ Suwatno, *Komunikasi Bisnis* (Jakarta Selatan: Salemba Empat, 2019), hlm. 1-3.

⁷ Rudi Setiadi, Fahrizal Nurzaman, and Rika Yanuarty, *Komunikasi Bisnis Dan Public Relation* (Banten: CV. AA. Rizki, 2021), hlm. 34.

⁸ Ponco Dewi Karyaningsih, *Ilmu Komunikasi* (Yogyakarta: Samudra Biru, 2018), 30.

pesan yang digunakan dalam komunikasi ini yaitu bahasa. komunikasi interpersonal biasanya ini memiliki tujuan, misalnya untuk meminta saran serta pendapat kepada lawan bicara.

Pada komunikasi ini yang diterapkan yaitu komunikasi dua arah, orang ke orang baik secara verbal maupun nonverbal untuk bertukar informasi yang mereka ketahui satu sama lain dan perasaan antar-individu atau dengan kelompok kecil. Pada dasarnya komunikasi interpersonal ini dapat mengalihkan sikap dan perilaku diri sendiri dan orang lain. Komunikasi ini adalah proses yang dapat memengaruhi orang lain, mengubah pendapat seseorang dan juga dapat membantu seseorang tersebut.

Komunikasi dalam kehidupan secara garis besar dibagi menjadi dua jenis yaitu komunikasi aktif dan juga komunikasi pasif. Komunikasi aktif merupakan komunikasi yang berhubungan dengan penyampai informasi oleh seseorang atau suatu pihak. Untuk komunikasi pasif itu sendiri merupakan komunikasi yang berhubungan dengan pihak penerima pesan atau informasi.

Selama terjadi perbincangan oleh dua pihak atau lebih, pihak yang memberikan pesan atau informasi disebut sebagai komunikator.⁹

⁹ Tarigan, *Business and Personal Development*, 92.

Dalam proses komunikasi interpersonal melibatkan beberapa unsur, yaitu:

- a. Sensasi, kesan singkat melalui pancaindra manusia terutama penglihatan dan pendengaran seseorang sangat penting untuk proses penangkapan informasi baik secara verbal atau nonverbal.¹⁰
- b. Persepsi, merupakan proses yang berawal dari apa yang dilihat kemudian akan membentuk sebuah tanggapan oleh individu, sehingga individu menyadari hal-hal yang ada dalam lingkungannya melalui indera yang dimiliki individu.¹¹
- c. Memori, proses untuk menyimpan penemuan informasi, pengaturan dan gaya oleh pembicara itu disebut dengan memori. Untuk proses mengingat kembali informasi disebut dengan *recalling*.¹²
- d. Berpikir, sebuah proses mengolah dan merekayasa agar dapat terpenuhi kebutuhan dan dapat menyelesaikan masalah. Pada proses ini meliputi beberapa hal, seperti pengambilan keputusan, pemecahan masalah, dan pemikiran yang kreatif.

¹⁰ Alizamar Nasbahry Couto, *Psikologi Persepsi & Desain Informasi; Sebuah Kajian Psikologi Persepsi Dan Prinsip Kognitif Untuk Kependidikan Dan Desain Komunikasi Visual* (Yogyakarta: media akademi, 2016), hlm. 36.

¹¹ Elva Ronaning Roem, *Komunikasi Interpersonal* (Malang: CV IRDH, 2019), hlm. 87.

¹² Poppy Ruliana and Puji Lestari, *Teori Komunikasi*, 1st ed. (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2019), hlm. 148.

2. Fungsi komunikasi interpersonal

Fungsi komunikasi interpersonal ini merupakan sebagai tujuan dimana komunikasi itu digunakan untuk mencapai tujuan itu. Untuk fungsi utamanya yaitu untuk pengendalian lingkungan agar dapat memperoleh balasan tertentu yang dapat berupa dalam bentuk fisik, sosial dan ekonomi.

Adapun yang dimaksud dengan balasan atau sebuah imbalan yaitu ketika seseorang mendapatkan perolehan fisik ekonomi dan juga sosial. Sebagai contoh yaitu, seorang pegawai yang dapat mengendalikan perilakunya sehingga mempunyai prestasi kerja yang baik, rajin dan jujur sehingga ia mendapatkan kenaikan gaji, pada contoh ini kenaikan gaji disebut balasan ekonomi dalam bentuk fisik yang berupa uang. Sedangkan pimpinan perusahaan akan memperoleh balasan berupa kepuasan terhadap kinerja bawahannya dan hal ini bisa disebut dengan balas atau imbalan sosial.¹³

3. Tujuan komunikasi interpersonal

Adapun yang menjadi tujuan dari komunikasi interpersonal yaitu¹⁴:

- a. Untuk memperoleh tanggapan atau *feedback*. Cara ini dapat menjadi tanda untuk melihat efektivitas dalam proses komunikasi.

¹³ Muhammad Budyatna and Leila Mona Ganiem, *Teori Komunikasi Antarpribadi* (Jakarta: Kencana, 2014), hlm. 27.

¹⁴ Herri Zan Pieter, *Pengantar Komunikasi Dan Konseling Dalam Praktik Kebidanan* (Jakarta: Kencana, 2012), hlm. 96.

- b. Sebagai antisipasi setelah melakukan evaluasi tanggapan dan juga *feedback* dari lawan komunikasi.
- c. Sebagai kontrol terhadap lingkungan sosial yaitu, seperti kita dapat mengubah perilaku orang lain dengan cara mempengaruhi dan meyakinkan orang lain.

C. Etika Islam dalam Komunikasi Bisnis Bank Syariah

Yang menjadi perbedaan Islam dengan yang lain yaitu Islam selalu mengaitkan etika dengan ekonomi. Dalam Islam etika merupakan hal yang sangat penting dalam segala hal. baik dalam komunikasi, politik, ilmu, bisnis dan yang lainnya.¹⁵

Etika merupakan hal yang penting sebagai analisis kritis terhadap perilaku komunikasi dalam berbagai hal. Isu etika muncul dalam setiap jenis komunikasi. Seperti komunikasi organisasi, komunikasi interpersonal, komunikasi politik, media berita dan media iklan.¹⁶

Etika perbankan merupakan proses dimana kegiatan *marketing* kebijakan secara benar, adil, dan berpedoman yang kuat terhadap nilai-nilai dalam kegiatan bisnis.

Perilaku karyawan bank terutama bagi staf pelayanan, menggunakan etika pelayanan dalam berkomunikasi atau menyampaikan yang dibutuhkan atau yang diinginkan oleh nasabah

¹⁵ Mardani, *Hukum Bisnis Syariah*, hlm. 25.

¹⁶ Brent D Ruben and Lea P. Stewart, *Komunikasi Dan Perilaku Manusia* (Jakarta, 2013), hlm. 96.

dengan memberitahukan yang mana baik atau benar dan yang mana yang buruk atau salah.¹⁷

Dalam melakukan komunikasi atau pelayanan, ada beberapa karakter yang harus dimiliki oleh petugas bank, yaitu:

1. Tidak berbuat tercela.
2. Selalu memegang amanah.
3. Selalu menjaga nama baik bank dan juga nasabah.
4. Mempunyai iman dan tanggung jawab moral.
5. Sabar namun juga tegas dalam menghadapi permasalahan, seperti dalam menghadapi keluhan nasabah.
6. Bertindak secara jujur dan benar atau harus mempunyai integritas.
7. Tidak boleh bertindak egois, harus disiplin dan tidak kasar.

Etika sangat penting dalam melakukan praktik bisnis perusahaan. Yang harus terlibat dalam etika ini adalah semua pihak. Dalam melakukan pelayanan pihak bank harus mengikuti kaidah yang ada dalam Islam¹⁸:

1. Menanamkan kepercayaan dan citra, kepercayaan nasabah pada bank akan semakin tinggi saat petugas bank seperti *Customer Service* dapat menerapkan etika yang baik pada saat melakukan pelayanan.¹⁹

¹⁷ Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, hlm. 208.

¹⁸ Asnawi and Fanani, *Pemasaran Syariah: Teori, Filosofi Dan Isu-Isu Kontemporer*, hlm. 254.

¹⁹ Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, hlm. 209.

2. Dalam pelayanan bank hindari hal promosi berlebihan yang dapat menciptakan perilaku konsumtif dari nasabah.²⁰
3. Menghindar terjadinya bahaya rush dan kejahatan-kejahatan lainnya seperti kejahatan kerah putih (*white collar crime*) yang sering melibatkan karyawan dan juga pejabat bank.²¹

Kasus *white collar crime* yang terjadi pada saat ini yaitu banyaknya aksi tindak kejahatan yang memberikan informasi palsu di jejaring sosial yang mengatasnamakan pihak bank, dengan cara mengirim pesan singkat, gambar tangkapan layar yang berisi surat dan tautan tentang perubahan biaya administrasi ATM BRI Rp. 150.000 per bulan dengan unlimited transaksi di berbagai aplikasi.²²

Kejahatan lainnya yang terjadi pada perbankan yaitu²³:

- a) *Card skimming* yaitu kejahatan yang dilakukan dengan mencuri data kartu ATM atau debit dengan cara menyalin informasi yang terdapat pada strip magnetis secara illegal.

²⁰ Asnawi and Fanani, *Pemasaran Syariah: Teori, Filosofi Dan Isu-Isu Kontemporer*, hlm. 255.

²¹ Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, hlm. 209.

²² Official Account of PT Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk, "Contact BRI," 2022.

²³ Sikapi uangmu, "Kejahatan Perbankan Digital," *Sikapiuangmu.Ojk.Go.Id*, accessed January 28, 2023, <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/20661>.

- b) *Phising* yaitu kejahatan *phising* ini dilakukan menggunakan saluran internet banking untuk mendapatkan data dari kartu kredit.
- c) *Carding* yaitu kegiatan berbelanja *online* dengan menggunakan data kartu kredit yang diperoleh secara ilegal melalui *marketing* palsu dan pencatatan data-data sensitif pada *merchant*.

D. Bentuk-Bentuk Komunikasi Bisnis Bank Syariah

Komunikasi mempunyai beberapa bentuk, yaitu:

1. Komunikasi lisan atau komunikasi verbal

Bentuk dari komunikasi verbal ini, dalam menyampaikan informasi dilakukan oleh komunikator secara lisan atau perkataan. Tidak hanya sebuah perkataan yang disampaikan, namun pada komunikasi ini tulisan juga termasuk komunikasi verbal. Pada komunikasi verbal ini terkait erat dengan bahasa. Misalnya, sapaan dari pegawai bank kepada nasabah bang, penyampaian informasi oleh akun resmi bank melalai *chatting*.²⁴ Contoh komunikasi verbal pada bank syariah. Misalnya, pihak bank yang membuat surat untuk dikirim kepada nasabah sebagai peringatan atas tunggakan dari nasabah, surat untuk menawarkan harga dari

²⁴ Roem, *Komunikasi Interpersonal*, hlm. 46.

produk, surat mengenai kontrak kerja dengan lembaga lain dan sebagainya.²⁵

2. Komunikasi nonverbal

Pada komunikasi nonverbal ini yang digunakan adalah *gestures* (isyarat), *movement* (gerak-gerik), benda, cara dalam berpakaian atau segala sesuatu yang dapat menunjukkan *expression* (perasaan) pada saat penting. Misalnya, sedih, khawatir, bahagia dan perasaan lainnya.

Komunikasi nonverbal ini mempunyai beberapa fungsi, yakni²⁶:

- a. Mengulang dari pesan yang telah disampaikan (*repetition*).
- b. Penyangkalan dari suatu pesan atau informasi (*contradiction*).
- c. Pengganti dari pesan atau informasi (*substitution*).
- d. Pelengkapan dari pesan atau informasi verbal (*complementing*).
- e. Garis bawah atau penekanan terhadap pesan atau informasi (*accenting*).

Adapun cobntoh dari komunikasi nonverbal dalam bank adalah seorang *customer service* yang memakai seragam juga termasuk dalam komunikasi nonverbal. Seperti yang disampaikan Stone, ia mengatakan pakaian yang dipakai dapat menjadi alat sebagai

²⁵ Rohayati, "Aktivitas Bisnis Perbankan Syariah Dalam Perspektif Komunikasi Dakwa," *Idarotuna* 2, no. 1 (2019): 40.

²⁶ Zaenal Mukarom and Rusdiana. A, *Komunikasi Dan Teknologi Informasi Dan Pendidikan* (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2017), hlm. 37.

penyampaian pesan yang bisa dilihat sebelum penyampaian menggunakan perkataan.²⁷

3. Komunikasi personal

Komunikasi personal adalah komunikasi yang dilakukan oleh diri individu atau antar individu, untuk komunikasi personal ini terbagi menjadi dua, yaitu:

- a. Komunikasi intrapersonal yaitu komunikasi oleh seseorang saat sendiri. Komunikasi intrapersonal ini terjadi saat penyampai dan penerima informasi adalah orang yang sama.²⁸
- b. Komunikasi antarpersonal adalah komunikasi yang dilakukan oleh seorang dengan seorang lainnya yang saling memberi pengaruh dan juga saling mengakrabkan diri.²⁹

Salah satu bentuk dari komunikasi personal ini yaitu seperti seorang *marketer* yang melakukan promosi produk dari bank syariah kepada satu atau banyak nasabah dengan maksud untuk menarik minat nasabah agar menggunakan produk dari bank tersebut.³⁰

²⁷ Agia Dwi Vici Utami et al., "Pola Komunikasi Pelayanan Customer Service Bank Jabar-Banten Selama Pandemi Covid-19," *Jurnal Riset Komunikasi* 5, no. 1 (2022): 86–98.

²⁸ Ruliana and Lestari, *Teori Komunikasi*, hlm. 104.

²⁹ Roem, *Komunikasi Interpersonal*, hlm. 7.

³⁰ Ismail Marjuki, "Pengaruh Komunikasi Pemasaran Yang Terpadu Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Pada Tabungan Siaga PT Bank Bukopin Cabang Pekanbaru," *MENARA Ilmu* 12, no. 80 (2018): 67–75, <https://jurnal.umsb.ac.id/index.php/menarailmu/article/view/644/577>.

4. Komunikasi kelompok

Komunikasi kelompok ini merupakan komunikasi yang dilakukan oleh sekumpulan orang yang melakukan interaksi untuk mencapai tujuan yang sama.³¹

Komunikasi kelompok dapat dilakukan saat sedang berada dalam sebuah forum yang kecil maupun yang besar, seperti:

- a. Komunikasi dalam kelompok kecil. Misalnya, saat diskusi dalam kelas, seminar, forum kajian dan yang lainnya.
- b. Komunikasi dalam kelompok yang besar. Misalnya, pada saat melakukan kampanye di lapangan, pidato di lapangan dan yang lainnya.

5. Komunikasi massa

Komunikasi massa adalah komunikasi yang menyampaikan informasi, pesan dan sikap kepada yang menerima (komunikan) dengan berbagai cara dengan menggunakan media dalam jumlah yang banyak. Komunikasi ini cukup sulit, karena yang menerima komunikasi ini adalah khalayak ramai.³²

Contoh pemanfaatan komunikasi massa yaitu seperti pemberian informasi oleh pihak bank kepada nasabah bank melalui email atau pesan tentang informasi mengenai bank.³³

³¹ Karyaningsih, *Ilmu Komunikasi*, hlm. 30.

³² Ruliana and Lestari, *Teori Komunikasi*, hlm. 158.

³³ Nekie Jocom, "Peran Smartphone Dalam Menunjang Kinerja Karyawan Bank Prismadana (Studi Pada Karyawan Bank Prismadana Cabang Airmadidi) Nekie," *Journal "Acta Diurna"* 1, no. I (2013): 1–24.

6. Komunikasi Media

Komunikasi media adalah komunikasi yang dilakukan dengan menggunakan media. Seperti, telepon, *pamphlet*, spanduk dan yang lainnya.³⁴

Contoh dari komunikasi ini ialah komunikasi yang dilakukan dengan menggunakan media baik media sosial ataupun media visual. Seperti, promosi produk bank syariah menggunakan media sosial twitter atau memanfaatkan spanduk dengan tulisan yang dapat membuat nasabah tertarik dan penasaran pada produk yang ditawarkan.³⁵



³⁴ Setiadi, Nurzaman, and Yanuarty, *Komunikasi Bisnis Dan Public Relation*, hlm. 20.

³⁵ Cut Devi Maulidasari and Yusnaldi Yusnaldi, "Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Pada PT. Bank Aceh Melalui Pendekatan Teori AIDA," *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen* 2, no. 2 (2019): 73–84.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pada buku ini membahas mengenai bisnis-bisnis yang ada dalam Islam serta bisnis dalam lembaga keuangan bank Islam atau yang dikenal bank syariah. Bisnis dalam Islam mempunyai ketentuan-ketentuan yang harus sesuai dengan syariat, dengan ketentuan itu ada beberapa bisnis yang diperbolehkan seperti, *wadiah*, *syirkah*, *al-bay'*, dan *ijarah*. Dalam bisnis ada yang tidak sesuai dengan ketentuan syariat Islam sehingga menyebabkan praktek bisnis tersebut tidak diperbolehkan atau termasuk praktek bisnis yang haram untuk dilakukan. Seperti, *gharar*, *al-maysir*, *riba*, *ihtikar*, *bai'najasy* dan penjualan semua jenis barang haram.

Terkait dengan bisnis yang ada pada bank syariah, bank mempunyai tiga fungsi utama yaitu sebagai penghimpun dana dari masyarakat, sebagai penyaluran dana dan sebagai penyedia dana bagi masyarakat yang membutuhkan. Pada tiga fungsi utama bank tersebut ada transaksi-transaksi yang ada pada setiap fungsi. Pada penghimpunan dana terdapat transaksi giro, deposito dan tabungan. Dalam giro, deposito dan tabungan terdapat dua macam yaitu *wadiah* dan *mudharabah*. Untuk fungsi penyaluran dana terdapat transaksi yang berdasarkan prinsip jual beli, prinsip sewa dan prinsip bagi hasil.

Sedangkan untuk fungsi sebagai pelayanan jasa terdapat transaksi, *wakalah, hiwalah, kafalah, sharf* dan *qard*.

Pada bisnis, baik dalam bisnis bank atau bisnis yang lain mempunyai suatu hal yang harus dilakukan dengan baik agar bisnis tersebut dapat berkembang dengan sangat baik. Suatu hal tersebut yaitu *marketing*. Dengan *marketing* yang baik produk dari bank syariah dapat dikenal oleh masyarakat dan dapat memancing masyarakat untuk menggunakan produk yang ada pada bank syariah. Namun, dalam proses *marketing* bank harus memperhatikan lingkungan *marketing* seperti lingkungan internal maupun lingkungan eksternal baik ruang lingkup yang mikro maupun makro. Untuk mengembangkan bisnis bank syariah juga harus mempunyai strategi dan etika yang baik dalam *marketing*. Etika pada *marketing* bank syariah harus berlandaskan dengan Al-qur'an dan hadis, karena dengan berlandaskan Al-qur'an dan hadis pegawai bank syariah akan melakukan *marketing* kepada nasabah dengan sikap sesuai dengan yang dianjurkan dalam Islam. Sehingga pegawai bank syariah tidak melakukan hal-hal yang akan membuat nasabah kurang nyaman dengan sikap yang mereka berikan.

Tugas dari pihak bank syariah adalah melayani nasabah, untuk melakukan pelayanan kepada nasabah yang baik, pihak bank atau pegawai bank diharuskan untuk mempunyai kemampuan berkomunikasi yang baik agar nasabah dapat memahami apa yang ada pada bank syariah. Seorang yang bertugas melayani nasabah harus

mempunyai kecakapan dalam komunikasi interpersonalnya sehingga nasabah bisa mendapatkan informasi dengan baik dan akan merasa nyaman dengan pelayanan pada bank syariah tersebut. Sama halnya dengan melakukan *marketing* dalam berkomunikasi juga harus mempunyai etika agar tidak menyinggung atau membuat pihak manapun merasa tidak nyaman. Pada bank ada beberapa bentuk komunikasi yang sering digunakan seperti komunikasi verbal, komunikasi nonverbal, komunikasi personal, komunikasi kelompok, komunikasi massa dan komunikasi media.

B. Saran

1. Untuk pemerintah, agar dapat melihat dan lebih memperhatikan peran serta proses dalam menjalankan bisnis yang ada pada bank syariah.
2. Untuk pengelola Lembaga Keuangan Syariah Bank, agar dapat lebih bertanggung jawab terhadap bisnis yang ada dalam bank syariah. Terkhususnya dalam proses menjalankan bisnis bank syariah sesuai ketentuan Islam.
3. Untuk masyarakat, terkhusus untuk masyarakat muslim, agar dapat mengetahui serta memahami bisnis-bisnis yang ada pada bank syariah serta ketentuan-ketentuan yang ada dalam menjalankan bisnis sesuai dengan syariat Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Karim, Adiwarmam. *Bank Islam: Analisis Fiqih Dan Keuangan*. Cetakan ke. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013.
- A. Karim, Adiwarmam, and Oni Sahroni. *Riba Gharar Dan Kaidah-Kaidah Ekonomi Syariah: Analisis Fikih Dan Ekonomi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2016.
- Abdullah, M. Ma'ruf. *Manajemen Bisnis Syariah*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2014.
- Abdullah, Thamrin, and Francis Tantri. *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2021.
- Al-atsari, Abu Ismail Muslim. "Suap, Mengundang Laknat." *Almanhaj*. Accessed October 20, 2022. <https://almanhaj.or.id/7004-suap-mengundang-laknat.html>.
- Andrianto, Didin Fatihudin, and M. Anang Firmansyah. *Manajemen Bank*. Surabaya: CV Penerbit Qiara Media, 2019.
- Andrianto, and M. Anang Firmansyah. *Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori Dan Praktek)*. Jakarta: Qiara Media, 2019.
- Arif, M. Nur Rianto Al. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Asmuni, and Siti Mujiatun. *Bisnis Syariah*. Medan: Perdana Publishing,

2016.

Asnawi, Nur, and Muhammad Asnan Fanani. *Pemasaran Syariah: Teori, Filosofi Dan Isu-Isu Kontemporer*. 1st ed. Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2017.

Badroen, Faisal, and Dkk. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Kencana, 2015.

Budyatna, Muhammad, and Leila Mona Ganiem. *Teori Komunikasi Antarpribadi*. Jakarta: Kencana, 2014.

Couto, Alizamar Nasbahry. *Psikologi Persepsi & Desain Informasi; Sebuah Kajian Psikologi Persepsi Dan Prinsip Kognitif Untuk Kependidikan Dan Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: media akademi, 2016.

Dahlan, Ahmad. *Bank Syariah Teoritik, Praktik, Kritik*. Yogyakarta: Kalimedia, 2012.

Djuwaini, Dimyauddin. *Pengantar Fiqh Muamalah*. 3rd ed. Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2015.

DSN MUI. “Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI Nomor 1 Tahun 2004 Tentang Bunga (Interest/Fa’idah),” 2004.

———. “Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor : 01/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Giro,” 2000.

- . “Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor : 07/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Pembiayaan Mudharaba (Qiradh),” 2000.
- . “Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor : 10/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Wakalah,” 2000.
- . “Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor : 11/DSN-MUI/VI/2000 Tentang Kafalah,” 2000.
- . “Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor: 02/Dsn-Mui/Iv/2000 Tentang Tabungan,” 2000.
- . “Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor: 03/Dsn-Mui/Iv/2000 Tentang Deposito,” 2000.
- . “Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor: 04/DSNMUI/IV/2000 Tentang Jual Beli Murabahah,” 2000.
- . “Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor: 08/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Pembiayaan Musyarakah,” 2000.
- . “Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor: 12/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Hawalah,” 2000.
- . “Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor: 27/DSN-MUI/III/2002 Tentang Ijarah Muntahiyah Bittamlik,” 2002.
- . “Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor: 28/DSN-MUI/III/2002 Tentang Jual Beli Mata Uang (Al-Sharf),” 2002.

- . “Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 05/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Jual Beli Istishna’,” 2000.
- . “Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 05/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Jual Beli Salam,” 2000.
- . “Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 05/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Pembiayaan Ijarah,” 2000.
- . “Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 19/DSN-MUI/IV/2001 Tentang Al-Qard,” 2001.
- Farid Muhammad, Wafiq Azizah. “Manajemen Risiko Dalam Perbankan Syariah.” *Muhasabatuna Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam* 3, no. 4 (2021): 124–134.
- Fasa, Muhammad Iqbal. “Manajemen Risiko Perbankan Syariah Di Indonesia.” *Li Falah Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam* I, no. 2 (2016): 36–53.
- HadeethEnc. “Hadis: Allah Merahmati Seseorang Yang Bermurah Hati Jika Ia Menjual, Membeli, Dan Menagih (Utang).” *HadeethEnc.Com*. Accessed October 20, 2022. <https://hadeethenc.com/id/browse/hadith/3716>.
- Al Hadi, Abu Azam. *Fikih Muamalah Kontemporer*. Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2017.

- Haryanto, Rudy. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Pamekasan: Duta Media Publishing, 2021.
- Hasan, Akhmad Farroh. *Fiqh Muamalah Dari Klasik Hingga Kontemporer*. Malang: UIN-Maliki Press, 2018.
- Hasan, Nurul Ichasan. *Pengantar Perbankan Syariah*. Ciputat: Referensi GP Press Group, 2014.
- Huda, Nurul, Khamim Hudori, Rizal Fahlevi, Badrusa'diyah, Dea Mazaya, and Dian Sugiarti. *Pemasaran Syariah*. Depok: Kencana, 2017.
- Ibrahim, Azharsyah, Erika Amelia, Akbar Nashr, Nur Kholis, Suci Apriliani Utami, and Nofrianto. *Pengantar Ekonomi Islam*. Jakarta: Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah- Bank Indonesia, 2021.
- Indonesia, Ikatan Bankir. *Memahami Bisnis Bank Syariah*. Jakarta Pusat: PT Gramedia Pustaka Utama, 2018.
- Irfan. *Analisis Pembiayaan Mudharabah Perbankan Syariah Di Indonesia*. Lhokseumawe: Unimal Press, 2018.
- Ismail. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2018.
- . *Perbankan Syariah*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2016.
- Junaedi, I Wayan Ruspendi, Firmasn Syakri Pribadi, Adi Sofyan Latif,

- Poniah Juliawati, I Made Sumartana, Nurdiana, Abdurohim, et al. *Manajemen Pemasaran: Implementasi Strategi Pemasaran Di Era Society 5.0*. Jawa Tengah: Eureka Media Aksara, 2022.
- Kara, Muslimin, and Rahmawati Muin. *Ekonomi Syariah Dan Lembaga Keuangan Syariah*. Sulawesi Selatan: Pusaka Almada, 2020.
- Karyaningsih, Ponco Dewi. *Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Samudra Biru, 2018.
- Kasmir. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2015.
- Kholis, Nur, and Amir Mu'allim. *Transaksi Dalam Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Program Pascasarjana FIAI Universitas Islam Indonesia, 2018.
- Khosyi'ah, Siah. *Fiqh Muamalah Perbandingan*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2014.
- Khotibul, Umam, and Setiawan Budi Utomo. *Perbankan Syariah: Dasar-Dasar Dan Dinamika Perkembangannya Di Indonesia*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2017.
- Kurniawan, Dhika Amalia, and Muhammad Zaenal Abidin. *Pengantar Pemasaran Bank: Konsep Etika, Strategi Dan Implementasi*. Jawa Timur: Unida gontor Press, 2018.

Mardani. *Fiqh Ekonomi Syariah: Fiqh Muamalah*. Jakarta:

Prenadamedia Group, 2019.

———. *Hukum Bisnis Syariah*. Jakarta: Kencana, 2014.

Marjuki, Ismail. “Pengaruh Komunikasi Pemasaran Yang Terpadu Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Pada Tabungan Siaga PT Bank Bukopin Cabang Pekanbaru.” *MENARA Ilmu* 12, no. 80 (2018): 67–75.

<https://jurnal.umsb.ac.id/index.php/menarailmu/article/view/644/577>.

Marlina, Lina, Ahmad Mundzir, and Herda Pratama. “Cashless Dan Cardless Sebagai Perilaku Transaksi Di Era Digital: Suatu Tinjauan Teoretis Dan Empiris.” *Jurnal Co Management* 3, no. 2 (2021): 533–542.

Masykuroh, Nihayatul. *Etika Bisnis Islam*. Banten: Media Karya Publishing, 2020.

Maulidasari, Cut Devi, and Yusnaidi Yusnaidi. “Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Pada PT. Bank Aceh Melalui Pendekatan Teori AIDA.” *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen* 2, no. 2 (2019): 73–84.

Misra, Isra, Muhammad Ragil, and Muhammad Iqbal Fachreza.

Manajemen Perbankan Syariah: Konsep Dan Praktik Perbankan

- Syariah Di Indonesia*. Yogyakarta: K-Media, 2021.
- Moonti, Usman. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Yogyakarta: Interpena, 2015.
- Mubarok, Jaih, Khotibul Umam, Destri Budi Nugraheni, Veri Antoni, Kesumawati Syafei, and Shandy Primandasetio. *Ekonomi Syariah: Bagi Perguruan Tinggi Hukum Strata*. Jakarta: Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah- Bank Indonesia, 2021.
- Mufid, Moh. *Kaidah Fikih Ekonomi Dan Keuangan Kontemporer: Pendekatan Tematis Dan Praktis*. Jakarta: Kencana, 2019.
- Muhamad. *Manajemen Dana Bank Syariah*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2015.
- Muhammad, Azzam Abdul Aziz. *Fiqh Muamalat Sistem Transaksi Dalam Islam*. Jakarta: Amzah, 2017.
- Muhammad, Fauzi, and Baharuddin Ahmad. *Fikih Bisnis Syariah*. Jakarta: Kencana, 2021.
- Mukarom, Zaenal, and Rusdiana. A. *Komunikasi Dan Teknologi Informasi Dan Pendidikan*. Bandung: CV. Pustaka Setia, 2017.
- Mukarom, Zainal, and Muhibudin Wijaya Laksana. *Manajemen Public Relation (Panduan Efektif Pengelolaan Hubungan Masyarakat)*. Bandung: CV. Pustaka Setia, 2015.

- Muslich, Ahmad Wardi. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Amzah, 2017.
- Mustofa, Imam. *Fiqh Muamalah Kontemporer*. Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2019.
- Nekie Jocom. “Peran Smartphone Dalam Menunjang Kinerja Karyawan Bank Prismadana (Studi Pada Karyawan Bank Prismadana Cabang Airmadidi) Nekie.” *Journal “Acta Diurna”* 1, no. I (2013): 1–24.
- Ngatno. *Manajemen Pemasaran*. Bukit Agung: EF Press Digimedia, 2018.
- Nikensari, Indah Sri. *Perbankan Syariah: Prinsip Sejarah Dan Aplikasinya*. Semarang: PT Pustaka Rizki Putra, 2012.
- Ningsih, Prilia Kurnia. *Fiqh Muamalah*. Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2021.
- Official Account of PT Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk. “Contact BRI,” 2022.
- Pieter, Herri Zan. *Pengantar Komunikasi Dan Konseling Dalam Praktik Kebidanan*. Jakarta: Kencana, 2012.
- Rahim, Abd. Rahman. *Manajemen Bisnis Syariah Muhammad SAW*. Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar, 2016.

- Rahmawaty, Anita. *Spiritual Motivation on Syariah Marketing*. Yogyakarta: IDEA Press, 2016.
- Roem, Elva Ronaning. *Komunikasi Interpersonal*. Malang: CV IRDH, 2019.
- Rohayati. “Aktivitas Bisnis Perbankan Syariah Dalam Perspektif Komunikasi Dakwa.” *Idarotuna* 2, no. 1 (2019): 40.
- Rozalinda. *Fikih Ekonomi Sayraiah*. Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2016.
- Ruben, Brent D, and Lea P. Stewart. *Komunikasi Dan Perilaku Manusia*. Jakarta, 2013.
- Ruliana, Poppy, and Puji Lestari. *Teori Komunikasi*. 1st ed. Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2019.
- Rusby, Zulkifli. *Manajemen Bank Syariah*. Pekanbaru: Pusat Kajian Pendidikan Islam UIR, 2017.
- S, M Resky. “Surah Asy-Syu’ara Ayat 181-184; Terjemahan Dan Tafsir Al-Qur’an.” *Pecihitam.Org*. Last modified 2020. Accessed October 20, 2022. <https://pecihitam.org/surah-asy-syuara-ayat-181-184-terjemahan-dan-tafsir-al-quran/>.
- Sahir, Syafrida Hafni. *Pemasaran Global*. Yogyakarta: KBM Indonesia, 2020.

- Sahroni, Oni. *Ushul Fikih Muamalah: Kaidah-Kaidah Ijtihad Dan Fatwa Dalam Ekonomi Islam*. Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2019.
- Sahroni, Oni, and M Hasanuddin. *Fikih Muamalah: Dinamika Teori Akad Dan Implementasi Dalam Ekonomi Syariah*. Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2017.
- Satriadi, Wanawir, Eka Hendrayani, Siwiyanti Leonita, Nursaidah, Moh Suardi, Miftachul Huda, and Fendi. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit SamudraBiru, 2021.
- Setiadi, Rudi, Fahrizal Nurzaman, and Rika Yanuarty. *Komunikasi Bisnis Dan Public Relation*. Banten: CV. AA. Rizki, 2021.
- Sikapi uangmu. "Kejahatan Perbankan Digital." *Sikapiuangmu.Ojk.Go.Id*. Accessed January 28, 2023. <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/20661>.
- Simanjuntak, Augustinus. *Hukum Bisnis*. Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2019.
- Siregar, Hariman Surya, and Koko Khoerudin. *Fikih Muamalah: Teori Dan Implementasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2019.
- Soemitra, Andri. *Hukum Ekonomi Syariah Dan Fiqh Muamalah*. Jakarta Timur: Prenadamedia Group, 2019.

- Sudiarti, Sri. *Fiqh Ekonomi*. Medan: Wal Ashri Publishing, 2019.
- Suhendi, Hendi. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2016.
- Suwatno. *Komunikasi Bisnis*. Jakarta Selatan: Salemba Empat, 2019.
- Syafe'i, Rachmat. *Fiqh Muamalah*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2020.
- Syaikhu, Ariyadi, and Norwili. *Fikih Muamalah Memahami Konsep Dan Dialektika Kontemporer*. Yogyakarta: K-Media, 2020.
- Tarigan, Josua dan Swenjadi Yenawan. *Business and Personal Development*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2013.
- Triyanta, Agus. *Hukum Perbankan Syariah*. Malang: Setara Press, 2016.
- Tuasikal, Muhammad Abduh. "Hukum Jual Beli Khamar (Miras)." *Rumaysyo*. Last modified 2014. Accessed October 18, 2022. <https://rumaysyo.com/6300-hukum-jual-beli-khamar-miras.html>.
- Ulfa, Alif. "Dampak Penggabungan Tiga Bank Syariah Di Indonesia." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 2 (2021): 1101–1106.
- Utami, Agia Dwi Vici, Dasrun Hidayat, Suci Nujiana, and Mega Mutia Maeskina. "Pola Komunikasi Pelayanan Customer Service Bank Jabar-Banten Selama Pandemi Covid-19." *Jurnal Riset Komunikasi* 5, no. 1 (2022): 86–98.

- Wahid, Nur. *Perbankan Syariah: Tinjauan Hukum Normatif Dan Hukum Positif*. Jakarta: Kencana, 2021.
- Wajdi, Farid, and Suhrawardi K Lubis. *Hukum Ekonomi Islam*. Jakarta: Sinar Grafika, 2020.
- Web, Tafsir. "Surah AL-Baqarah Ayat 188." *Tafsirweb.Com*. Accessed October 20, 2022. <https://tafsirweb.com/699-surat-al-baqarah-ayat-188.html>.
- . "Surah Al-Baqarah Ayat 283." *Tafsirweb.Com*. Accessed October 20, 2022. <https://tafsirweb.com/1049-surat-al-baqarah-ayat-283.html>.
- . "Surah Al-Furqan Ayat 63." *Tafsirweb.Com*. Accessed October 20, 2022. <https://tafsirweb.com/6319-surat-al-furqan-ayat-63.html>.
- . "Surah Al-Hijr Ayat 88." *Tafsirweb.Com*. Accessed October 20, 2022. <https://tafsirweb.com/4238-surat-al-hijr-ayat-88.html>.
- . "Surah Al-Hujurat Ayat 12." *Tafsirweb.Com*. Accessed October 20, 2022. <https://tafsirweb.com/9782-surat-al-hujurat-ayat-12.html>.
- . "Surah Al-Jumu'ah Ayat 9-10." *Tafsirweb.Com*. Accessed October 20, 2022. <https://tafsirweb.com/37714-surat-al-jumuah-ayat-9-10.html>.

———. “Surah An-Nur Ayat 19.” *Tafsirweb.Com*. Accessed October 20, 2022. <https://tafsirweb.com/6147-surat-an-nur-ayat-19.html>.

———. “Surah Hud Ayat 18.” *Tafsirweb.Com*. Accessed October 20, 2022. <https://tafsirweb.com/3510-surat-hud-ayat-18.html>.

Widodo, Sugeng. *Akuntansi Perbankan Islam: Teori Dan Praktik*. Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2020.

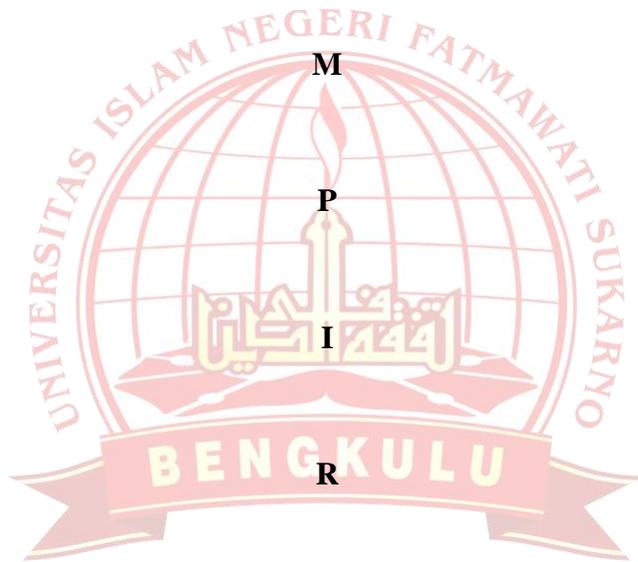
Yuliana, Sa’adah, Nurlina Tarmiz, and Maya Panorama. *Transaksi Ekonomi Dan Bisnis Dalam Tinjauan Fiqh Muamalah*. Yogyakarta: Idea Press Yogyakarta, 2017.

Zainurossalamia, Saida. *Manajemen Pemasaran: Teori Dan Strategi*. Lombok Tengah: Forum Pemuda Aswaja, 2020.



L

A



A

N



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172

FORM VALIDASI TEMA TUGAS AKHIR

A. Identitas Mahasiswa

Nama : Tenti Dwiyani
N I M : 191140016
Prodi : Perbankan Syariah
Semester : 7. (Ganjil)

B. Pilihan Tugas Akhir:

- Skripsi
 Jurnal Ilmiah
 Buku
 Pengabdian Kepada Masyarakat
 Program Kreativitas Mahasiswa (Karya di Bidang Kewirausahaan)

C. Tema Yang Diajukan sesuai prodi :

Tema :
Bisnis dalam Islam

Penunjukkan Dosen RTA (Rencana Tugas Akhir Skripsi):

Nama : Adi Setiawan M.Ed
NIP/NIDN : 198603312019031005

Ko.Prodi.....

Debby Arisandi, MBA
NIP: 198609192019032012

D. Konsultasi Judul sesuai tema dan Prodi

1. Validasi RTA oleh Dosen Rencana Tugas Akhir (Disertai Proposal Mini)

Catatan

Semi pedua ya!
kms di pengantar/akhir 3 kelas

Dosen Rencana Tugas Akhir

Adi Setiawan M.Ed
NIP: 198603312019031005

2. Konsultasi kesesuaian tema prodi untuk Persetujuan RTA

Catatan

Sampaikan Pak Adi

Sekretaris Jurusan

Aan, S.H., M.M.
NIP: 1983068062019031008

E. Judul Yang Disahkan

Penunjukkan Dosen Penyeminan (Tugas Akhir Skripsi):

Nama :

NIP/NIDN :

Bengkulu, 01 September 2022

Mengesahkan

Kajur Ekis/Manajemen

Yenti Sumarni

Yenti Sumarni, SE, MM

NIP: 197904162007012020

Mahasiswa

Terti Ruyani

Terti Ruyani



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.uinfasbengkulu.ac.id

SURAT PENUNJUKAN

Nomor: 1043/Un.23/ F.IV/PP.00.9/09/2022

Dalam rangka penyelesaian akhir studi mahasiswa maka Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Fatmawati Sukarno Bengkulu dengan ini menunjuk Dosen :

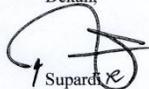
1. N A M A : Dr. Asnaini, M. A.
NIP : 197304121998032003
Tugas : Pembimbing Tugas Akhir
2. N A M A : Adi Setiawan, M. E. I.
NIP : 198803312019031005
Tugas : Pembimbing Tugas Akhir

Untuk membimbing, mengarahkan, dan mempersiapkan hal-hal yang berkaitan dengan penyusunan draft buku, kegiatan penyusunan buku ini dilakukan sampai persiapan ujian tugas akhir bagi mahasiswa yang namanya tertera di bawah ini :

N A M A : Tenti Dwiyani
NIM : 1911140016
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Tugas Akhir : Mengenal Bisnis dalam Bank Syariah
Keterangan : Buku

Demikian surat penunjukkan ini dibuat untuk diketahui dan dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Bengkulu
Pada Tanggal : 8 September 2022
Dekan,


Supardi

Tembusan :

1. Wakil Rektor I
2. Dosen yang bersangkutan;
3. Mahasiswa yang bersangkutan;
4. Arsip.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK
INDONESIA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211 Telepon

LEMBAR BIMBINGAN

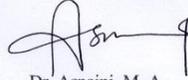
Nama Mahasiswa : Tenti Dwiyani
NIM : 1911140016
Program Studi : Perbankan Syariah
Nama Pembimbing 1/2 : Dr. Asnaini, M. A.
Judul Buku : Business of Islamic Bank

No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan	Paraf
1	Rabu/14-9 2022	Rencana Buku	Wiringa disesuaikan by pesan judul sub-sub yg penting dimainkan	A
2	Senin/ 11 ¹¹ 2022	Draf Buku lengkap	tele pemhisan: efektif & perhati kan SP0k - sumbernya hrs jelas	A
#			- first note thti paboman	A
3	Selasa/22- Nov 2022	Draf buku lengkap	lanjutkan ke ISBN & Rencana Cetak	A

4	selasa/21-11-2022	Draf buku yg Mau ditr Gif	- Menunggu proses ISBN - lanjutkan ujian	A
---	-------------------	---------------------------	---	---

Bengkulu, 21-11-2022
H

Pembimbing I/E



Dr. Asnaini, M. A.
NIP 197304121998032003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK
INDONESIA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211 Telepon

LEMBAR BIMBINGAN

Nama Mahasiswa : Tenti Dwiyani
NIM : 1911140016
Program Studi : Perbankan Syariah
Nama Pembimbing 2/2 : Adi Setiawan, M. E. I,
Judul Buku : Mengenal Bisnis dalam Bank Syariah

No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan	Paraf
1	12 / 2022 / September	Konsultasi Rancangan Isi Buku	Pada rancangan transaksi bab II, dibuat akad dibuat dalam 3 bentuk berdasarkan fungsi bank	
2	13 / 2022 / September	Konsultasi Isi Bab-bab Buku	*. Menorekan bentuk halaman tentang isi bab buku sesuai arahan	
3	17 / 2022 / Oktober	Konsultasi Isi Bab-bab Buku I-IV	- Tambahkan referensi - Referensi dari ayat Quran - Penjelasan menjadi makalah komparasi bank referensinya	
4	31 / 2022 / Oktober	Bimbingan Isi buku	- Tambahkan referensi untuk akad- akad transaksi dari buku fiqh Muamalah	
5	4 / 2022 / November	Bimbingan Isi buku	Perbanyak referensi dari buku-buku yang lain	

6	14 / 2022 November	Acc	Lanjutan ke Pembimbing 1	JK
7				
8				
9				

Bengkulu, ~~14 November 2021~~
H

Pembimbing 2/2



Adi Setiawan, M. E. I.
NIP 198803312019031005

**BUSINESS
OF ISLAMIC BANK**

Penulis : Tenti Dwiyani & Adi Setiawan, M.E.I

ISBN : 978-623-09-1045-6

Editor : Dr. Asnaini, M.A

Penerbit : Koperasi Konsumen Al Muawanah Syariah

Redaksi : Jl. Raden Fatah, Gedung B6 UIN FAS Bengkulu.

Website : kks.al-muawanah.com

Email : kkalmuawanahsyariah@gmail.com

Cetakan Pertama, November 2022

Hak cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan cara apapun tanpa izin tertulis dan cara apapun tanpa izin tertulis dari penerbit.



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU**

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.uinfasbengkulu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIARISME

Nomor: 148/SKLP-FEBI/02/11/2022

Ketua Tim Uji Plagiarisme Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu menerangkan bahwa mahasiswa berikut:

Nama : Tenti Dwiyani
NIM : 1911140016
Program Studi : Perbankan Syariah
Jenis Tugas Akhir : Buku
Judul Tugas Akhir : *Business Of Islamic Bank*

Dinyatakan lulus uji cek plagiasi menggunakan turnitin dengan hasil **18%**. Surat keterangan ini digunakan sebagai prasyarat untuk mengikuti ujian tugas akhir.

Demikian surat keterangan ini disampaikan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Bengkulu, 6 Desember 2022
Ketua TIM / Wakil Dekan I

Dr. Nurul Hak, MA
NIP. 196606161995031002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172 Faksimili (0736) 51171-51172
Website www.uinfasbengkulu.ac.id

LEMBAR SARAN TIM PENGUJI

Nama Mahasiswa : Tenti Dwiyani
NIM : 191110016
Judul Skripsi : Business of Islamic Bank

NO	Tanggal	Masalah	Saran
1	24/1/2023	Tanda ken fatwa 3 by and	petg pag

Bengkulu, 24 JANUARI 2023
Penguji (1)

ADWAL B. MA
NIP 198307092009121005



LEMBAR SARAN TIM PENGUJI

Nama Mahasiswa
NIM
Judul Skripsi

..... TENTI DWIYANI
..... 1911140016
..... BUSINESS OF ISLAMIC BANK

NO	Tanggal	Masalah	Saran
1	24/1 2023	Business Uang / Dugi? Resiko? - Kenapa didalam Resiko / Dugi yang anda tulis tidak ada dibahas tentang Resiko Bisnis sehingga didalam tulisan kita dapat mengandung manfaat ketika orang membacanya - Harus memasukkan ISO Aktual tentang Bisnis Bank Syariah	Perbaiki sebagai Mahasiswa

Bengkulu, 24 Januari 2023
Penguji I/II

Fatah Dinnardika, M.G.I.
NIP 19880722020121003