

TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PRODUK-PRODUK BANK SYARIAH TERHADAP BAGI HASIL DAN FAKTOR-FAKTOR PENDORONG NASABAH UNTUK MENABUNG DAN PERCAYA KEPADA BANK SYARIAH
REVIEW OF ISLAMIC LAW OF SHARIA BANK PRODUCTS ON PROFIT SHARING AND ENCOURAGEMENT FACTORS TO SAVE AND BELIEVE IN SHARIA BANKS

Iko Aji Putranto, Bahariya Nataliya Maya Panorama

Program Studi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Raden Fatah Palembang
Email : ikoajiputranto140801@gmail.com
Mayapanorama_uin@radenfatah.ac.id

Abstrak

Kegiatan Bank berdasarkan prinsip bagi hasil pada dasarnya merupakan perluasan jasa perbankan bagi masyarakat yang membutuhkan dan menghendaki pembayaran imbalan yang tidak didasarkan pada sistem bunga melainkan atas dasar prinsip bagi hasil. Tingkat bunga merupakan salah satu pertimbangan seseorang untuk menabung atau menandatangani uangnya pada bank. Tingkat bunga yang tinggi akan mendorong seseorang untuk menabung atau menandatangani uangnya dan mengorbankan konsumsi sekarang untuk dimanfaatkan dimasa yang akan datang. Prinsip perhitungan bagi hasil pendapatan sangat penting untuk ditentukan diawal dan untuk diketahui oleh kedua belah pihak yang akan melakukan kesepakatan kerja sama bisnis karena apabila hal ini tidak dilakukan, maka berarti telah menjadi gharar, sehingga transaksi menjadi tidak sesuai dengan prinsip syariah. Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam pelaksanaannya Bank Syariah mengelola dana simpanan mudharabah anggota sesuai dengan prinsip mudharabah yaitu menggunakan prinsip mudharabah muthlaqah. Jadi dana simpanan mudharabah anggota penyimpan dana di Bank Syariah akan dikelola dan dimanfaatkan oleh pihak Bank Syariah dalam bentuk produk-produk pembiayaan yang ditawarkan kepada masyarakat karena pihak shahibul maal telah sepenuhnya

Tinjauan Hukum Islam terhadap Produk-produk Bank Syariah Terhadap bagi Hasil dan Faktor-faktor Pendorong Nasabah untuk Menabung dan Percaya Kepada Bank Syariah

mempercayakan simpanannya untuk dikelola oleh Bank Syariah dengan harapan untuk mendapatkan bagi hasil.

Kata Kunci : Tinjauan, Hukum Islam, Bagi Hasil, factor-factor pendorong nasabah untuk menabung, percaya kepada bank syariah

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia Tapi Indonesia bukanlah negara Islam karena Indonesia memiliki keberagaman Baik suku, agama, ras, maupun bahasa. Dominasi penduduk muslim di Indonesia Juga mempengaruhi berbagai aspek-aspek kehidupan termasuk dalam bidang Keuangan khususnya pada bidang perbankan.

Perkembangan perbankan Islam di negara-negara yang berpenduduk muslim membawa pengaruh positif yang memotivasi ke dunia perbankan Indonesia. Pada awal periode 1980 an diskusi mengenai bank Islam mulai dilakukan. Beberapa tokoh yang terlibat dalam kajian tersebut antara lain Dawam Rahardjo, A.M Saefuddin, M. Amin Aziz dan lain-lain. Beberapa uji coba dalam skala kecil telah diwujudkan dengan hasil memuaskan seperti yang telah dilaksanakan di Baitut Tamwil Salman Bandung. Sebagaimana diketahui bahwasannya masyarakat, sangat bergantung Dengan jasa lembaga keuangan bank, karena bank merupakan salah satu Urat nadi perekonomian sebuah negara. Tanpa bank, masyarakat akan Mengalami kesulitan menyimpan dan mengirimkan uang, memperoleh Tambahan modal usaha atau melakukan transaksi perdagangan Internasional secara efektif dan aman. Namun di sisi lainnya, riba dan Kontroversi mengenai bunga bank, menjadikan masyarakat membutuhkan Solusi. Solusi yang telah hadir dalam hal ini adalah didirikannya bank Syari'ah.

Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran Serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip Syari'at Islam. Untuk menghindari pengoperasian bank dengan sistem Bunga, Islam memperkenalkan prinsip-prinsip *mu'amalah* Islam. Bank Syariah lahir sebagai salah satu solusi alternatif terhadap persoalan Pertentangan antara bunga bank dengan riba.

Eksistensi perbankan syariah saat ini menempati posisi yang strategis dalam menjembatani kebutuhan modal kerja dan investasi di sektor riil dengan pemilik dana atau sebagai penyedia jasa tempat menyimpan kekayaan. Dengan adanya perbankan syariah diharapkan masyarakat dapat berinvestasi dan bermuamalah sesuai dengan syariah, karena dalam hal ini banyak sekali bentuk investasi yang ternyata tidak sesuai dengan prinsip syariah Islam.

Salah satu bank milik pemerintah pertama yang melandaskan operasionalnya pada prinsip syariah yaitu Bank Syariah Mandiri (BSM). Secara struktural, BSM berasal dari Bank Susila Bakti (BSB), sebagai salah satu anak perusahaan di lingkup Bank Mandiri (ex BDN), yang kemudian dikonversikan menjadi bank syariah secara penuh.

Dalam rangka melancarkan proses konversi menjadi bank syariah, BSM menjalin kerjasama dengan *Tazkia Institute*, terutama dalam bidang pelatihan dan pendampingan konversi (Alma and Priansa 2009, 7).

Seperti halnya bank konvensional, bank syariah juga memiliki produk-produk serta jasa perbankan yang dapat dinikmati dan dimanfaatkan oleh masyarakat umum. Produk perbankan syariah tersebut secara garis besar dapat dibedakan menjadi 3 jenis produk, yaitu produk penghimpunan dana, produk penyaluran dana dan produk jasa perbankan. Bank Syariah Mandiri merupakan salah satu bank syariah terbesar di Indonesia. Bank Syariah Mandiri saat ini sudah memiliki beraneka macam produk unggulan, baik berupa penghimpunan dana, penyaluran dana maupun jasa perbankan. Seluruh produk dari Bank Syariah Mandiri terjamin dari praktik riba, karena seluruh akadnya jelas dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah salah satunya yaitu dengan menggunakan akad *mudharabah* dan akad *wadi'ah*.

Dalam hal ini Bank Syariah menerapkan prinsip bagi hasil. Bagi hasil yaitu sistem yang meliputi tata cara pembagian hasil usaha antara penyedia dana dengan pengelola dana. Penentuan bagi hasil berdasarkan *profit sharing* maupun *revenue sharing* ditentukan dengan *nisbah* yang disepakati. *Nisbah* merupakan faktor penting dalam menentukan bagi hasil yang disepakati bersama antara kedua belah pihak yang melakukan transaksi pada bank syariah (Karim 2011, 345). Adapun pengertian *nisbah* adalah besaran yang digunakan untuk pembagian keuntungan, mencerminkan imbalan yang berhak diterima oleh kedua pihak yang bermudharabah atas keuntungan yang diperoleh. *Nisbah* keuntungan harus diketahui dengan jelas oleh kedua pihak, inilah yang akan mencegah terjadinya perselisihan antara kedua belah pihak mengenai cara pembagian keuntungan. Selain menggunakan prinsip bagi hasil, Bank Syariah Mandiri juga menggunakan akad *wadi'ah* yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat-syarat yang disepakati.

Menurut Adiwarman Karim, tabungan *wadi'ah* merupakan tabungan yang dijalankan berdasarkan akad *wadi'ah*, yakni titipan murni yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat sesuai dengan kehendak pemiliknya. Berkaitan dengan produk tabungan *wadi'ah*, bank syariah menggunakan akad *wadi'ah yad adh-dhamanah* (Karim 2011, 345). Tabungan *wadi'ah* dengan akad *wadi'ah yad adh-dhamanah* adalah jasa penitipan dana dalam hal ini penitip atau nasabah dapat mengambil dana tersebut sewaktu-waktu. Dengan sistem *wadi'ah* bank dibolehkan memberikan bonus kepada nasabah sebagai bentuk kompensasi kepada nasabah atas kepercayaan nasabah menabung di bank tersebut.

PEMBAHASAN

Pengertian bagi hasil menurut terminology asing (Inggris) dikenal dengan *Profit sharing*, *profit* merupakan bagi keuntungan. Dalam kamus Ekonomi diartikan pembagian laba. Secara istilah profit adalah Perbedaan yang timbul ketika total pendapatan (*total revenue*) suatu Perusahaan lebih besar dari biaya total (*total cost*).

Tinjauan Hukum Islam terhadap Produk-produk Bank Syariah Terhadap bagi Hasil dan Faktor-faktor Pendorong Nasabah untuk Menabung dan Percaya Kepada Bank Syariah

Sistem bagi hasil merupakan sistem dimana dilakukannya kegiatan Usaha. Di dalam usaha tersebut diperjanjikan adanya pembagian hasil atau keuntungan yang akan didapat antara kedua belah pihak atau lebih. Bagi Hasil dalam sistem perbankan syariah merupakan ciri khusus yang Ditawarkan kepada masyarakat. Dalam sistem penetapan bagi hasil ada Beberapa hal yang perlu diperhatikan:

- a. Di dalam aturan syariah yang berkaitan dengan pembagian hasil usaha Harus ditentukan terlebih dahulu pada awal terjadinya kontrak (*akad*).
- b. Prosentase nisbah keuntungan harus dinyatakan dalam bentuk prosentase antara kedua belah pihak, bukan dinyatakan dalam nilai nominal Rp tertentu.

Bagi untung dan bagi rugi. Jika usaha tersebut mendapatkan keuntungan, maka pembagiannya berdasarkan nisbah, sedangkan jika:

- a. Usaha tersebut mengalami kerugian maka pembagian didasarkan Proporsi modal.
- b. Nilai nominal bagi hasil yang nyata-nyata diterima baru dapat diketahui setelah hasil pemanfaatan dana tersebut benar-benar telah ada.
- c. Nisbah bagi hasil ditentukan atas kesepakatan pihak-pihak yang Bekerja sama.
- d. Besarnya nisbah biasanya akan dipengaruhi oleh pertimbangan Kontribusi masing-masing pihak dalam bekerja sama. Prospek perolehan Keuntungan, dan tingkat risiko yang mungkin terjadi.

Produk - Produk dan Bagi Hasil

Bentuk-bentuk kontrak kerjasama bagi hasil dalam lembaga Keuangan syariah diantaranya *musyarakah* dan *mudharabah*, Dari berbagai Akad-akad bagi hasil di atas yang biasanya digunakan, khususnya pada Bank-bank syariah yang ada di Indonesia yakni pembiayaan *musyarakah* Dan pembiayaan *mudharabah*.

a) Musyarakah

Pembiayaan musyarakah yaitu kerjasama yang dilakukan antara Dua pihak atau lebih dimana kedua belah pihak sama-sama memiliki Modal (dana) untuk melakukan usaha bersama dan mengelola bersama Dalam suatu hubungan kemitraandalam menjalankan usaha, dimana masing-masing Pihak menyertakan modalnya sesuai dengan kesepakatan, dan bagi Hasil atas usaha bersama diberikan sesuai dengan kontribusi dana Atau sesuai kesepakatan bersama.

Jenis - jenis musyarakah

1) Syirkah Al-Malik

Syirkah al-Malik dapat diartikan sebagai kepemilikan Bersama antara pihak yang berserikat dan keberadaannya Muncul pada saat dua orang atau lebih secara kebetulan Memperoleh kepemilikan bersama atas suatu kekayaan tanpa Adanya perjanjian kemitraan yang resmi.

2) Syirkah Al-Uqud

Syirkah al-Uqud (contractual partnership), dapat Dianggap sebagai kemitraan yang sesungguhnya, karena para Pihak yang bersangkutan secara sukarela berkeinginan untuk Membuat suatu perjanjian investasi bersama dan berbagi Untung dan resiko.

b) *Mudharabah*

Al-Mudharabah adalah akad dua pihak atau lebih untuk Melakukan kerjasama usaha. Satu pihak akan menempatkan modal Sebesar 100% yang disebut dengan *shahibul maal*, dan pihak Lainnya sebagai pengelola usaha disebut *mudharib*. Bagi hasil dari Usaha yang dikerjasamakan dihitung sesuai dengan nisbah yang Disepakati antara pihak-pihak yang bekerjasama.

Adapun jenis – jenis Mudhrabah antara lain ;

1) *Mudharabah Muthlaqah*

Mudharabah Muthlaqah merupakan akad perjanjian Antara dua pihak yaitu *shahibul maal dan mudharib*, yang mana *shahibul maal* menyerahkan sepenuhnya atas dana yang diinvestasikan kepada *mudharib* untuk mengelola usahanya Sesuai dengan prinsip syariah. Jenis investasi *mudharabah Muthlaqah* dalam aplikasi perbankan syariah dapat ditawarkan dalam produk tabungan dan deposito.

2) *Mudharabah Muqayyadah*

Mudharabah muqayyadah merupakan akad kerja sama Usaha antara dua pihak yang mana pihak pertama sebagai Pemilik dana (*shahibul maal*) dan pihak kedua sebagai Pengelola dana (*mudharib*). *Shahibul maal* menginvestasikan Dananya kepada *mudharib*, dan memberi batasan atas Penggunaan dan yang diinvestasikan.

c) Rukun bagi hasil

1) Pelaku

Adalah pemilik modal maupun pelaksana usaha. Dalam Bagi Hasil harus ada minimal dua pelaku, pihak pertama bertindak Sebagai pemilik modal (*shahib al-mal*), sedangkan pihak kedua bertindak sebagai pelaksana usaha (*mudharib* atau *'amil*).

2) Objek

Pemilik modal menyerahkan modalnya sebagai objek *Mudharabah*, sedangkan pelaksana usaha menyerahkan kerjanya sebagai objek *mudharabah*.

3) *Ijab Qabul*

Kedua belah pihak harus secara rela bersepakat untuk mengikatkan diri dalam akad *mudharabah*. *Ijab qabul* harus disampaikan secara jelas atau dituliskan untuk ditandatangani oleh kedua belah pihak.

4) Nisbah keuntungan adalah rukun yang khas dalam akad *mudharabah*, yang tidak ada dalam akad jual beli

d) Syarat- syarat bagi hasil

1) Modal harus berupa uang tunai, apabila barang itu berbentuk emas atau perak batangan (*tabar*) emas hiasan atau barang dagangan lainnya, maka *mudharabah* tersebut batal.

Tinjauan Hukum Islam terhadap Produk-produk Bank Syariah Terhadap bagi Hasil dan Faktor-faktor Pendorong Nasabah untuk Menabung dan Percaya Kepada Bank Syariah

- 2) Modal harus jelas dan diketahui jumlahnya, ketidakjelasan modal akan berakibat pada ketidakjelasan keuntungan, sementara kejelasan modal merupakan syarat syah *mudharabah*.
 - 3) Modal harus tunai bukan utang, berdasarkan syarat ini *mudharabah* dengan modal berupa tanggungan utang pengelola modal kepada pemilik modal.
 - 4) Modal harus diserahkan kepada mitra kerja. (Veithzal Rivai, 2011) Dalam *mudharabah* yang sah pengusaha menjalankan tiga fungsi muamalat yaitu:
 - a. Pemegang Amanah. Pengusaha adalah pemegang amanah atas modal yang diterima dari pemilik modal dan modal itu merupakan titipan.
 - b. Wakil. Semasa melakukan usaha pengusaha adalah wakil pemilik modal.
 - c. Rekan Kongsi. Apabila pengusaha al-*mudharabah* mendapat keuntungan pengusaha adalah rekan kongsi kepada pemilik modal.
- e) Prinsip *mudharabah*
Prinsip *mudharabah* penyimpan atau deposan bertindak sebagai pemilik modal sedangkan bank bertindak sebagai pengelola dana yang tersimpan kemudian oleh "bank digunakan untuk melakukan pembiayaan, dalam hal ini apabila bank menggunakannya untuk pembiayaan *mudharabah* maka bank bertanggung jawab atas kerugian yang memungkinkan terjadi". (Muhammad, 2015)
- f) Bentuk-bentuk Akad *Mudharabah*
1. *Mudharabah* Bilateral (Sederhana)
Mudharabah bilateral adalah bentuk *mudharabah* antara satu pihak sebagai *shabibil maal* dan satu pihak lagi sebagai *mudharib*.
 2. *Mudharabah* multilateral
Mudharabah multilateral adalah bentuk *mudharabah* antara beberapa pihak sebagai *shabibil maal* dan satu pihak lagi sebagai *mudharib*.
 3. *Mudharabah* bertingkat (*Re-Mudharabah*)
Mudharabah bertingkat adalah: bentuk *mudharabah* antara tiga pihak, pihak pertama sebagai *shabibil maal*, pihak kedua sebagai *mudharib* antara dan pihak ketiga sebagai *mudharib* akhir. (Ascaria, 2007)
- Ketentuan-ketentuan dalam akad *mudharabah*:
1. Pada akad *mudharabah mutlaqah* pengelola modal tidak boleh melakukan tindakan-tindakan yang keluar dari ketentuan syara'¹.
 2. Pada akad *mudharabah muqayadah* pengelola modal dalam pengelolaan modal tidak boleh menjalankan modal di luar usaha yang telah ditentukan bersama dengan pemilik modal.
 3. Bagi pengelola modal tidak diperbolehkan mengambil atau berutang dengan menggunakan uang modal untuk keperluan lain tanpa seizin pemilik modal. (Imam Mustofa, 2016)

¹ Al-Hasni, F. (2017). Akad *Mudharabah Mutlaqah* dalam Praktik Perbankan Syariah. *Mu'amalat: Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah*, 9(2), 208-222.

- g) Hukum yang Berkaitan dengan Mudharabah
"Konsep akad mudharabah terdapat dalam fatwa DSN MUI No:07/DSN-MUI/IV/2000 tentang pembiayaan *mudharabah* dalam kontek tersebut adalah *Mudharabah* yang diterapkan oleh lembaga Keuangan Syariah. Penentuan fatwa tersebut berdasarkan kepada Al-Qur'an dan Hadist". (Imam Mustofa, 2016)
- h) Berakhirnya akad Mudharabah
Akad *mudharabah* dapat berakhir karena hal-hal berikut:
1. Dalam hal *mudharabah* tersebut dibatasi waktunya, maka *mudharabah* berakhir pada waktu yang ditentukan.
 2. Salah satu pihak memutuskan mengundurkan diri.
 3. Salah seorang akad meninggal dunia.
 4. Salah seorang akad Gila.
 5. Pemilik modal murtad.
 6. Modal rusak di tangan pengusaha. *Mudharabah* dianggap rusak jika modal diberikan kepada orang lain atau dihabiskan sehingga tidak tersisa untuk diusahakan. (Rozalinda, 2018)
- i) Sistem Tabungan Mudharabah
Sistem perbankan syariah dalam mengaplikasikan akad *mudharabah* dalam produk tabungan sebagai berikut:
1. Di dalam praktik perjanjian dilaksanakan dalam bentuk perjanjian buku. Hal ini bersifat membatasi atas kebersihan kontrak. Adanya, pembatasan dimaksud, berkaitan dengan kepentingan umum agar perjanjian buku itu diatur dalam undang-undang atau setidaknya tidaknya diawasi oleh pihak Dewan Pengawas Syariah Nasional.
 2. Bentuk akad produk tabungan *mudharabah* di bank syariah dimaksud, dituangkan dalam bentuk tertulis yang disebut perjanjian bagi hasil.
 3. Dalam perjanjian tertulis perjanjian tabungan *mudharabah* disebutkan nisbah bagi hasil pemilik dana dan pengelola dana. Nisbah bagi hasil ini berlaku sampai berakhirnya perjanjian. Perjanjian ini mengikat dan merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan dengan syarat-syarat dan ketentuan umum.
 4. Pelaksanaan akad tabungan mudharabah terjadi apabila ada calon nasabah yang akan menabung atau meminjam modal dari bank syariah. (Rozalinda, 2018)
- Dalam akad perjanjian tersebut "sebelum ditandatangani oleh calon nasabah, terlebih dahulu mempelajari dan apabila calon nasabah menyetujui perjanjian dimaksud, maka calon nasabah mentandatangani perjanjian". (Zainuddin Ali, 2008)

FAKTOR- FAKTOR PENDORONG NASABAH

Faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah memilih tabungan mudharabah adalah:

Dalam system penarikan dana tabungan mudharabah ini, prosedur penarikannya adalah dapat ditarik setiap saat pada jam kerja. Penarikan harus dilakukan oleh nasabah yang bersangkutan langsung. Apabila nasabah yang bersangkutan tidak dapat datang langsung ke kantor bank ini untuk menarik dananya, maka boleh diwakilkan pada orang lain dengan ketentuan adanya surat kuasa penarikan demi menjaga keamanan dana nasabah.

Tabungan akad *mudharabah* memiliki kegunaan yaitu memiliki bagi hasil dari bentuk investasi yang dijalankan oleh pihak bank, dapat disetorkan dan ditarik sewaktu-waktu serta dana tabungan mudharabah ini merupakan sumber dana bagi pihak bank yang jumlahnya bervariasi. Selain itu keunggulan dari tabungan akad mudharabah ini adalah tidak dikenakan biaya administrasi dan biaya pajak. Jadi tidak akan ada pemotongan dana nasabah dalam rekening tabungan nasabah.

Kepercayaan Nasabah

Kepercayaan nasabah dapat dipahami sebagai kesediaan satu pihak untuk menerima resiko dari tindakan pihak lain berdasarkan harapan bahwa pihak lain akan melakukan tindakan penting untuk pihak yang mempercayainya, terlepas dari kemampuan untuk mengawasi dan mengendalikan tindakan pihak dipercaya. Kepercayaan merupakan penilaian hubungan seseorang dengan orang lain yang akan melakukan transaksi tertentu sesuai dengan harapan dalam sebuah lingkungan yang penuh ketidakpastian.

Kepercayaan nasabah adalah pengetahuan nasabah mengenai objek, atributnya, dan manfaatnya. Berdasarkan konsep tersebut, maka pengetahuan nasabah sangat terkait dengan pembahasan sikap karena pengetahuan nasabah adalah kepercayaan nasabah. Kepercayaan nasabah atau pengetahuan nasabah menyangkut kepercayaan bahwa suatu produk memiliki berbagai atribut, dan manfaat dari berbagai atribut tersebut. Kepercayaan nasabah adalah sejumlah keyakinan spesifik terhadap kejujuran pihak yang dipercaya dan kemampuan menepati janji (*integrity*), perhatian dan motivasi yang dipercaya untuk bertindak sesuai dengan kepentingan yang mempercayai mereka (*benevolence*), kemampuan pihak yang dipercaya untuk melaksanakan kebutuhan yang mempercayai (*competency*) dan konsistensi perilaku pihak yang dipercaya (*predictability*). Kepercayaan akan meningkat bila informasi yang diterima dinilai akurat, relevan, dan lengkap, Tingkat kepercayaan juga dipengaruhi oleh pengalaman di masa lalu, pengalaman positif yang konsisten di masa lalu dengan suatu pihak akan meningkatkan rasa saling percaya sehingga akan menumbuhkan harapan akan hubungan yang baik di masa yang akan datang, Menurut Soetomo ada lima tindakan yang menunjukkan suatu kepercayaan:

- (1) menjaga hubungan,
- (2) menerima pengaruh,
- (3) terbuka dalam komunikasi,
- (4) mengurangi pengawasan,
- (5) kesabaran akan faham.

Dwyer dan Oh dalam *Gassenheimer dan Chris Manolis* menyatakan bahwa mempercayai adalah keinginan untuk mencapai tujuan yang berlangsung dalam jangka panjang. Kegagalan terbesar dalam membina hubungan antara penjual dan konsumen adalah kurangnya kepercayaan, kepercayaan sendiri di bagi pada dua bahasan :

- (1) Trust in partner's honesty (Kepercayaan terhadap kejujuran mitra/perusahaan).
- (2) Trust in partner's benevolence (Kepercayaan terhadap niat baik perusahaan).

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa kepercayaan nasabah adalah suatu keyakinan dari seorang nasabah bahwa orang yang dipercayainya/bank yang dipercayai tersebut akan memenuhi segala kewajibannya secara baik sesuai yang diharapkan.

Karakteristik Kepercayaan Nasabah

Kepercayaan Nasabah dibangun atas sejumlah karakteristik. Berbagai karakteristik yang berkenaan dengan kepercayaan nasabah adalah:

- a. Menjaga Hubungan Nasabah yang percaya akan senantiasa menjaga hubungan yang baik antara dirinya dengan perusahaan karena ia menyadari bahwa hubungan yang baik akan memberikan dampak yang menguntungkan bagi dirinya, baik saat ini maupun di masa yang akan datang.
- b. Menerima Pengaruh Nasabah yang memiliki kepercayaan yang tinggi akan mudah untuk dipengaruhi sehingga biaya perusahaan/pemasar untuk program pemasaran menjadi semakin murah.
- c. Terbuka dalam Komunikasi Nasabah yang memiliki kepercayaan tinggi terhadap perusahaan akan memberikan informasi yang konstruktif bagi perusahaan sehingga arus informasi menjadi tidak tersandat yang memudahkan perusahaan / pemasar untuk bertindak dengan cepat.
- d. Mengurangi Pengawasan Nasabah yang percaya biasanya jarang mengkritik sehingga ia mengurangi fungsi pengawasannya terhadap perusahaan/pemasar.
- e. Kesabaran Nasabah yang percaya akan memiliki kesabaran yang berlebih dibandingkan dengan nasabah biasa.
- f. Memberikan Pembelaan Nasabah yang percaya akan memberikan pembelaan kepada perusahaan/pemasar ketika produk yang dikonsumsi dikritik oleh kompetitor atau bahkan pengguna lainnya yang tidak suka.
- g. Memberi Informasi yang Positif Nasabah yang percaya akan selalu memberikan informasi yang positif dan membangun bagi perusahaan.

Tinjauan Hukum Islam terhadap Produk-produk Bank Syariah Terhadap bagi Hasil dan Faktor-faktor Pendorong Nasabah untuk Menabung dan Percaya Kepada Bank Syariah

- h. Menerima Risiko Nasabah yang percaya akan menerima resiko apapun ketika ia memutuskan untuk menggunakan produk yang dihasilkan oleh perusahaan sehingga ia tidak akan mudah dan mengkritik ketika mengkonsumsi produk.
- i. Kenyamanan Nasabah yang percaya akan melakukan pembelian secara berulang-ulang karena ia percaya bahwa perusahaan memberikannya kenyamanan untuk mengkonsumsi produk dalam jangka pendek maupun jangka panjang.
- j. Kepuasan Nasabah yang percaya akan mudah untuk diberikan kepuasan daripada konsumen yang tidak percaya. Dengan demikian, maka kepuasan nasabah dapat diwujudkan oleh perusahaan dengan lebih mudah.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan Nasabah

Kepercayaan secara jelas sangat bermanfaat dan penting untuk membangun *relationship*, walaupun menjadi pihak yang dipercaya tidaklah mudah dan memerlukan usaha bersama. Faktor-faktor berikut memberikan kontribusi bagi terbentuknya menurut Peppers dan Rogers, sebagaimana dikutip oleh Donni Juni Priansa adalah sebagai berikut:

- a. *Berbagi Nilai (Shared Value)* Nilai-nilai merupakan hal yang mendasar bagi terbentuknya kepercayaan. Pihak-pihak dalam *relationship* yang memiliki perilaku, ketentuan dan kebijakan yang sama akan mempengaruhi kemampuan mengembangkan kepercayaan. Pihak-pihak yang terlibat sulit untuk saling percaya apabila ide masing-masing pihak tidak konsisten.
- b. *Ketergantungan (Interdependence)* Ketergantungan pada pihak lain mengimplikasikan kerentanan. Untuk mengurangi risiko, pihak yang tidak percaya akan membina *relationship* dengan pihak yang dapat dipercaya.

Kualitas Komunikasi (Quality of Communication)

Komunikasi yang terbuka dan teratur, apakah formal atau informal, dapat meluruskan harapan, memecahkan persoalan, dan meredakan ketidakpastian dalam pertukaran. Komunikasi yang dilakukan untuk menghasilkan kepercayaan harus dilakukan secara teratur dan berkualitas tinggi, atau dengan kata lain, harus relevan, tepat waktu, dan reliable. Komunikasi masa lalu yang positif akan menimbulkan kepercayaan, dan pada gilirannya akan menjadi komunikasi yang lebih baik. Menurut Hoffman dan Bateson dalam Sherren dan Hartiwi menyatakan beberapa strategi dalam membangun kepercayaan pelanggan, yakni:

- a. Perlindungan informasi yang rahasia.
- b. Menahan diri untuk tidak membuat komentar yang meremehkan tentang pelanggan dan pesaing lainnya
- c. Memberikan informasi kepada pelanggan yang sebenarnya, walaupun itu sangat menyakitkan.
- d. Menyediakan pelanggan dengan informasi yang penuh baik secara pro dan kontra.

- e. Menjadi perusahaan yang bisa diandalkan, sopan dan penuh perhatian kepada pelanggan.
- f. Aktif dan terlibat dalam urusan masyarakat.

Kepercayaan Dalam Persepektif Islam

Imam Al-Qusairi mengatakan bahwa kata *shadiq* 'orang yang jujur' berasal dari kata *shidiq* 'kejujuran'. Kata *shiddiq* adalah bentuk penekanan (*mubalaghah*) dari *shadiq* dan berarti orang yang mendominasi kejujuran. Dengan demikian, di dalam jiwa seseorang yang jujur.

Perilaku yang jujur adalah perilaku yang diikuti oleh sikap tanggung jawab atas apa yang diperbuatnya tersebut atau integritas. Kejujuran dan integritas bagaikan dua sisi mata uang. Seseorang tidak cukup hanya memiliki keikhlasan dan kejujuran, tetapi dibutuhkan juga nilai pendorong lainnya, yaitu integritas. Akibatnya, mereka siap menghadapi risiko dan seluruh akibatnya dia hadapi dengan gagah berani, kebanggaan, dan penuh suka cita, dan tidak pernah terpikirkan untuk melemparkan tanggung jawabnya kepada orang lain. Jujur dan terpercaya (amanah) adalah akhlak yang harus ada dalam bisnis. Amanah artinya dapat "dipercaya, bertanggung jawab, dan kredibel". Konsekuensi amanah adalah mengembalikan setiap hak kepada pemilikinya. Sedikit atau banyak, tidak mengambil lebih banyak daripada yang ia miliki, dan tidak mengurangi hak orang lain, baik itu berupa hasil penjualan, *fee*, jasa atau upah buruh. Dalam Islam, hubungan antara kejujuran dan keberhasilan kegiatan ekonomi menunjukkan hal yang positif. Setiap bisnis yang didasarkan pada kejujuran akan mendapatkan kepercayaan pihak lain. Kepercayaan ini akan menambah nilai transaksi kegiatan bisnis dan pada akhirnya meningkatkan keuntungan. Dalam kepercayaan terdapat dimensi *reliable*. Dimensi *reliable* (kehandalan) yang berkenaan dengan kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan secara terpercaya dan akurat. Pelayanan akan dapat dikatakan *reliabel* apabila dalam perjanjian yang telah diungkapkan dicapai secara akurat. Ketepatan dan keakuratan inilah yang akan menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap lembaga penyedia layanan jasa. Dalam konteks ini, Allah juga menghendaki setiap umatNya untuk menepati janji yang telah dibuat dan dinyatakan, sebagaimana yang dinyatakan dalam Al-Qur'an surat (An-Nahl ayat 91) Artinya: *dan tepatilah Perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah(mu) itu, sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpahmu itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat.* (Q.S. An-Nahl: 91)²⁹

Hubungan Kepercayaan antara Nasabah dan Bank

Pentingnya kepercayaan terhadap nasabah telah menciptakan hubungan kepercayaan antara bank dengan nasabahnya menjadi penting. Hal ini terjadi karena bank memiliki status yang unik di tengah masyarakat, selain bank sebagai sandaran suatu kepercayaan bank juga menempati posisi khusus sebagai tempat yang aman. Di

Tinjauan Hukum Islam terhadap Produk-produk Bank Syariah Terhadap bagi Hasil dan Faktor-faktor Pendorong Nasabah untuk Menabung dan Percaya Kepada Bank Syariah

samping itu, dalam menjalankan kegiatan usahanya bank juga terlibat dengan masalah-masalah internal perusahaan dan individu sehingga peranan bank telah melampaui hubungan debitur dan kreditur. Karakteristik demikian itu, maka hubungan antara bank dengan nasabah adalah hubungan kepercayaan. Hal ini lebih dipertegas lagi dalam praktik perbankan modern yang melibatkan struktur yang sangat kompleks dan seringkali menyebabkan bank berperan sebagai penasehat keuangan (*financial adviser*) bagi nasabahnya sehingga menciptakan hubungan kepercayaan dan kerahasiaan (*confidentiality*) yang pada gilirannya menghasilkan suatu *fiduciary duty* terhadap bank ketika berurusan dengan nasabahnya. "Dengan hubungan yang demikianitu, maka bank memiliki kewajiban untuk mengungkapkan (*a duty to disclose*) seluruh fakta material kepada nasabahnya, apabila bank memilikipengetahuan yang mungkin sangat penting bagi nasabah".

DAFTAR PUSTAKA

- Arini Mar'atul Husnah. *"Skripsi Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan. Kepercayaan. Dan Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Survei Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Kudus"*. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2015.
- Ascarya. *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2015.
- Cholid Narbuko dan Abu Achmadi. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara, 2016.
- Darsono. L.I. dan Dharmmesta. B.S.. *"Kontribusi Involvement dan Thrust in Brand dalam Membangun Loyalitas Pelanggan"*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia. No 3. Vol 20. 2005:
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Bandung: Diponegoro, 2005.
- Doni Juni Priansa. *Perilaku Konsumen*. Bandung. Alfabeta: 2017.
- Endang Tri Wahyuni. *"Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Perbankan Syariah"*. dalam Jurnal Perbankan. Yogyakarta: Universitas PGRI Yogyakarta.
- Gassenheimer. J.B. and Manolis. Chris. *"The Influence Of Product Customization and Supplier Selection On Future Intention: The Mediating Effects Of Salesperson And Organizational Trust"*. Journal Of managerial Issues XIII. No.4. 2001
- Herry Sutanto dan Khaerul Umam. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Bandung. Pustaka Setia., 2013.
- Ridwan202. *Kualitas Pelayanan Dalam Islam*. <https://ridwan202.wordpress.com/2013/02/11/kualitas-pelayanan-dalam-islam>.
- Al-Hasni, Fariz. "Akad Mudharabah Mutlaqah dalam Praktik Perbankan Syariah." *Mu'amalat: Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah* 9.2 (2017): 208-222.