

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Telaah Pustaka

1. Penelitian yang Relevan

Penelitian yang telah dilakukan oleh penulis sebagai peneliti sangat penting untuk mengkaji pemikiran dan penelitian terdahulu. Penelitian yang relevan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu:

- a. Tresna Rahmawati, dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Produk Pegadaian Syariah (Tabungan Emas) Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Nasabah.” Fokus Penelitian ini membahas mengenai faktor yang mempengaruhi nasabah memilih produk tabungan emas di pegadaian syariah dan pengaruh produk tabungan emas terhadap peningkatan kesejahteraan nasabah. Hasil dari penelitian ini adalah tabungan emas berpengaruh secara positif dalam peningkatan kesejahteraan Nasabah sebesar 31,1%. Sedangkan sisanya Dipengaruhi faktor lain berupa pandangan masyarakat tentang emas hanya untuk perhiasan.¹

Persamaan penelitian yang ditulis oleh Tresna Rahmawati adalah sama-sama membahas mengenai produk tabungan emas di pegadaian syariah.

Perbedaannya adalah penelitian yang ditulis oleh Tresna Rahmawati

¹ Tresna Rahmawati. “Pengaruh Produk Pegadaian Syariah (Tabungan Emas) Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Nasabah”. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Pelita Bangsa. 2017.

membahas mengenai faktor yang mempengaruhi nasabah memilih produk tabungan emas di pegadaian syariah dan pengaruh produk tabungan emas terhadap peningkatan kesejahteraan nasabah, sedangkan tesis yang peneliti susun membahas mengenai bagaimana implementasi pembiayaan akad murabahah tabungan emas pada PT. Pegadaian Persero area Parepare.

- b. Siti Zohriah, dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Promosi Terhadap Jumlah Nasabah pada Produk Tabungan Emas di Pegadaian Cabang Cakranegara Mataram” Fokus penelitian ini membahas mengenai pengaruh promosi terhadap jumlah nasabah pada produk tabungan emas di pegadaian syariah cabang Cakranegara Mataram. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh promosi terhadap jumlah nasabah produk tabungan emas di pegadaian syariah cabang Cakranegara Mataram. Hasil dari penelitian ini adalah promosi berpengaruh positif terhadap jumlah nasabah produk tabungan emas dan pengaruhnya sebesar 400,3% dan sisanya 59,7% di pengaruhi oleh variabel lainnya.²

Persamaan penelitian yang ditulis oleh Siti Zohriah adalah sama-sama membahas mengenai produk tabungan emas di pegadaian syariah.

Perbedaannya adalah penelitian yang ditulis oleh Siti Zohriah membahas

² Siti Zohriah. *Pengaruh Promosi Terhadap Jumlah Nasabah pada Produk Tabungan Emas di Pegadaian Syariah Cabang CakraNegara Mataram*. Skripsi. Universitas Islam Negeri (UIN) Mataram. 2017.

mengenai pengaruh promosi terhadap produk tabungan emas di pegadaian Syariah Cakranegara, sedangkan tesis yang peneliti susun membahas mengenai Produk tabungan emas pada PT. Pegadaian Persero area Parepare (analisis Ekonomi Islam).

- c. Penelitian yang dilakukan oleh Rahmi Arrahman pada tahun 2017 dengan judul *Pelaksanaan Dana Talangan Haji Melalui Arrum Haji Pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Ujung Gurun Padang*.³ Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Rahmi Arrahman dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah sebagai berikut: Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian Rahmi Arrahman dan penelitian ini yaitu pendekatan deskriptif kualitatif dengan jenis penelitian lapangan. Peneliti mengumpulkan dan menemukan data-data yang menjadi fokus utama penelitian di lokasi penelitian kemudian temuan-temuan atau data-data tersebut dideskripsikan. Adapun perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Rahmi Arrahman dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah sebagai berikut:

Lokasi penelitian dalam penelitian Rahmi Arrahman yaitu PT. Pegadaian Syariah Cabang Ujung Gurun Padang, sedangkan lokasi penelitian dalam penelitian ini yaitu di PT Pegadaian (Persero) Area Parepare. Kemudian perbedaan yang kedua yaitu Fokus penelitian Rahmi Arrahman yaitu bentuk pelaksanaan pembiayaan *Arrtum* haji oleh PT Pegadaian Syariah

³ Rahmi Arrahman, "Pelaksanaan Dana Talangan Haji Melalui Arrum Haji Pada PT. Pegadaian Syariag Cabang Ujung Gurun Padang", diakses dari <http://scholar.unand.ac.id/35481/>, pada tanggal 10 Oktober 2020 pukul 11.00 WITA.

Cabang Ujung Gurun Padang. Selain itu, difokuskan pula perbedaan talangan haji yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri. Sedangkan fokus penelitian dalam penelitian yang akan dilakukan oleh penulis adalah bagaimana Produk Tabungan Emas Pada di PT. Pegadaian (Persero) Area Parepare berdasarkan Analisis Ekonomi Islamnya.

- d. Fanni Yunita Sri Rejeki, dalam penelitiannya yang berjudul Akad Pembiayaan *Murabahah* Dan Praktiknya Pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Manado dengan metode deskriptif kualitatif. Penelitian ini menyimpulkan bahwa prosedur dan persyaratan dalam penyaluran dana berupa Akad Pembiayaan *Murabahah* di PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Manado, tidak hanya dilakukan berdasarkan ketentuan Hukum Islam, melainkan juga berdasarkan ketentuan Hukum Perbankan Syariah, serta ketentuan khusus yang diterapkan di PT. Bank Syariah Mandiri, yakni negosiasi Pembiayaan *Murabahah* antara calon nasabah dengan Bank Syariah, kemudian dilanjutkan dengan pemenuhan kelengkapan dokumen yang diperlukan.⁴

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis adalah penelitian diatas mengenai akad murabahah dana Pensiun, sedangkan dalam penelitian yang akan dilakukan penulis adalah penerapan akad Tabungan Emas Dimana didalamnya selain menjelaskan mengenai

⁴ Rejeki, Fanny Yunita Sri, Akad Pembiayaan Murabahah Dan Praktiknya Pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Manado, *Lex Privatum*, Vol. 1 No. 2, April 2013.

mekanisme Tabungan Emas dan Analisis Ekonomi Islamnya kemudian yang kedua adalah lokasi penelitian berbeda yaitu peneliti akan melakukan penelitian di PT. Pegadaian Persero area Parepare sedangkan Penelitian relevan melakukan penelitian di Bank Syariah Mandiri cabang manado.

- e. Latifatul Hanik Barokah dalam penelitiannya yang berjudul analisis Pelaksanaan Akad *Murabahah* Pada Pembiayaan Modal Usaha Di Baitul Mal Wa Tamwil Istiqomah Karang Rejo Tulung Agung dengan metode deskriptif kualitatif. Penelitian ini menyimpulkan bahwa penerapan akad *murabahah* pada BMT Istiqomah tidak menggunakan *murabahah* murni, melainkan menggunakan perpaduan dengan akad lain yaitu wakalah. Karena pada kenyataannya pihak BMT mempunyai kelemahan dalam penyediaan barang yang diinginkan oleh nasabah. Maka dari itu pihak BMT mempunyai cara untuk memberikan uang kepada nasabah agar nasabah tersebut bisa membeli barang sesuai yang diinginkan dan pada intinya pihak BMT mempercayakan seutuhnya kepada nasabah untuk membeli barang tersebut.⁵ Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis terletak pada fokus penelitiannya. Dimana pada penelitian ini fokus penelitian adalah pelaksanaan akad *murabahah* pada pembiayaan modal usaha, sedangkan dalam penelitian yang akan dilakukan oleh penulis adalah

⁵ Barokah, Latifatul Hanik, “Pelaksanaan Akad *Murabahah* Pada Pembiayaan Modal Usaha Di Baitul Mal Wa Tamwil Istiqomah Karang Rejo Tulung Agung”. Skripsi Program Sarjana Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Tulung Agung, 2018.

Produk Tabungan Emas Analisis Ekonomi Islam kemudian yang kedua adalah lokasi penelitian berbeda yaitu peneliti akan melakukan penelitian di PT. Pegadaian Persero area Parepare sedangkan Penelitian relevan melakukan penelitian di BMT Karangrejo tulong Agung.

2. Referensi yang Relevan

- a. Mardani : *Fiqh Ekonomi Syariah Fiqh Muamalah.*
- b. Prof. Dr. Tajul Arifin, M.A : *Metode Penelitian Ekonomi Islam Muamalah*
- c. Ismail : *Perbankan Syariah*
- d. Dr. Rozalinda, M.Ag. : *Ekonomi Islam*

B. Landasan Teoritis

1. Ekonomi Islam

- a. Defenisi Ekonomi Islam

Ekonomi Islam adalah ekonomi yang didasarkan pada nilai-nilai ajaran islam. Namun dalam pengertian yang lebih luas, ekonomi islam pada hakikatnya adalah upaya pengalokasian sumber-sumber daya untuk memproduksi barang atau jasa sesuai dengan petunjuk Allah SWT dalam rangka memperoleh ridha-Nya.

Yang dimaksud dengan ekonomi islam menurut Abdul Mun'in al-jamal adalah kumpulan dasar-dasar umum tentang ekonomi yang digali dari al-Qur'an al-Karim dan as-Sunnah.⁶

⁶ Muhammad Abd Al-Mun 'In Al-Jamal, *Mausu'ah al-Iqtishad Al-Islami*, (Kairo: Dar al-Kitab al-Misr, 1980), h.14.

Hakikat ekonomi islam itu merupakan penerapan syariat dalam aktivitas ekonomi. Pengertian ini sangat tepat untuk dipakai dalam menganalisis persoalan-persoalan aktivitas ekonomi di tengah masyarakat. Misalnya perilaku konsumsi masyarakat dinaungi oleh ajaran islam, kebijaksanaan fiskal, dan moneter yang dikaitkan dengan zakat, sistem kredit, dan investasi yang dihubungkan dengan pelarangan riba.⁷ Jadi ekonomi islam adalah ekonomi yang berdasarkan ketuhanan. Sistem ini bertitik tolak dari Allah, dan menggunakan sarana yang tidak lepas dari syariat Allah.

b. Tujuan Ekonomi Islam

Nabi Muhammad saw. mengatakan bahwa Islam diturunkan ke muka bumi sebagai rahmatan lil alamin, rahmat (kasih sayang) bagi seluruh alam. Oleh karena itu, ekonomi islam yang bersumber pada al-Quran dan sunnah Nabi juga bertujuan untuk menebar kasih sayang dan keadilan di muka bumi.⁸

Muhammad Abu Zahrah, salah seorang ulama dan pemikir muslim modern, menyatakan bahwa tujuan ekonomi islam antara lain:

- 1) Penyucian jiwa agar setiap muslim bisa menjadi sumber kebaikan bagi masyarakat dan lingkungannya
- 2) Tegaknya keadilan dalam masyarakat
- 3) Tercapainya masalah

Apa yang dimaksud dengan masalah Masalah adalah sebuah kondisi yang

⁷ Rozalinda, *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi*, 2014, h. 3.

⁸ Wiku Suryomurti, *Super Cerdas Investasi Syariah*, 2011, h. 22.

menjadi tujuan diturunkannya syariat islam. Masalah meliputi:

- 1) Terpeliharanya agama atau keyakinan
- 2) Terpeliharanya jiwa
- 3) Terpeliharanya keturunan
- 4) Terpeliharanya akal
- 5) Terpeliharanya harta benda

Setiap perintah dan larangan yang ada dalam ajaran islam ditujukan untuk menghindari hal-hal yang mengancam lima masalah tersebut. Kumpulan perintah dan larangan itu kemudian dikenal dengan istilah syariah, sedangkan hasil ijtihad atau penelahaan para ulama terhadap syariah disebut dengan fikih.⁹

c. Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam

Prinsip-prinsip dasar ekonomi islam merupakan implikasi dari nilai filosofis ekonomi islam yang dijadikan sebagai konstruksi sosial dan perilaku ekonomi. Nilai-nilai filosofis yang ada dalam ekonomi islam merupakan fondasi dari munculnya prinsip-prinsip ekonomi islam yang menjadi acuan dalam seluruh aktivitas ekonomi dalam islam.¹⁰ Prinsip-prinsip ekonomi islam, yaitu:

1) Tauhid

Tauhid atau keimanan merupakan segala sesuatu yang dilakukan oleh manusia merupakan sebuah wujud penghambaan kepada Allah SWT. Begitu juga

⁹ Wiku Suryomurti, *Super Cerdas Investasi Syariah*, h.22.

¹⁰ Rozalinda, *Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*, h.18.

dalam kegiatan perekonomian, baik individu maupun kelompok, serta pelaku ekonomi dan pemerintahan harus memegang erat prinsip tersebut agar perjalanan ekonomi sesuai dengan yang telah diajarkan dalam islam. Prinsip tauhid dalam ekonomi islam sangat esensial sebab prinsip ini mengajarkan kepada manusia agar dalam hubungan kemanusiaannya, sama pentingnya dengan hubungan Allah swt... dalam arti manusia dalam melakukan aktifitas ekonominya didasarkan pada keadilan sosial yang bersumber kepada al-Qur'an.

2) Akhlak

Prinsip ini merupakan bentuk dari pengalaman sifat-sifat utama yang dimiliki oleh nabi dan rasulnya dalam seluruh kegiatan ekonomi, yaitu *shidiq* (benar), *Tabligh* (menyampaikan kebenaran), *Amanah* (dapat dipercaya), dan *Fathanah* (intelektual). Semua sifat ini dipopulerkan dengan istilah STAF.

Berikut ini akan dijelaskan urgensi dari masing-masing sifat nabi dan rasul ini dalam kegiatan ekonomi.

a) *Shidiq* (benar)

Sifat benar dan harus jujur menjadi visi kehidupan seorang muslim. Dari sifat jujur dan benar ini akan memunculkan efektivitas dan efisiensi kerja seseorang. Seorang muslim akan berusaha mencapai target dari setiap pekerjaannya dengan baik dan tepat. Di samping itu, dalam melakukan setiap kegiatannya dengan benar yakni menggunakan Teknik dan metode yang efektif.

b) *Tabligh* (menyampaikan kebenaran)

Dalam kehidupan, setiap muslim mengemban tanggung jawab menyru dan menyampaikan *amar maruf nahi munkar*. Dalam kegiatan ekonomi sifat *tabligh* ini juga dapat diimplementasikan dalam bentuk transparansi, iklim keterbukaan, dan saling menasehati dengan benar.

c) *Amanah* (dapat dipercaya)

Amanah merupakan sifat yang harus menjadi misi kehidupan seorang muslim. Sifat ini akan membentuk kredibilitas yang tinggi dan sikap penuh tanggung jawab pada setiap individu muslim. Sifat *amanah* memainkan peranan yang fundamental dalam kegiatan ekonomi dan bisnis sehingga kehidupan ekonomi dapat berjalan dengan baik. Apabila setiap pelaku ekonomi mengemban *amanah* yang diserahkan kepadanya dengan baik, maka korupsi, penipuan, spekulasi, dan penyakit ekonomi lainnya tidak akan terjadi.

d) *Fathanah* (intelektual)

Fathanah, cerdas, bijaksana dan intelektual harus dimiliki oleh setiap muslim. Setiap muslim, dalam melakukan setiap aktivitas kehidupannya harus dengan ilmu. Agar setiap pekerjaan yang dilakukan efektif, dan efisien, serta terhindar dari penipuan maka ia harus mengoptimalkan potensi akal yang dianugerahkan Allah kepadanya.

3) Keseimbangan

Kegiatan ekonomi dalam islam harus didasarkan pada prinsip keseimbangan. Keseimbangan yang dimaksud bukan hanya berkaitan dengan keseimbangan antara kebutuhan duniawi dan ukhrawi, tetapi juga berkaitan dengan

keseimbangan kebutuhan individu dan kebutuhan kemasyarakatan (umum). Islam menekankan keselarasan antara lahir dan batin, individu dan masyarakat.

Pencapaian kesejahteraan dunia dan akhirat dilakukan secara bersama sama. Oleh sebab itu, sumber daya ekonomi harus diarahkan untuk mencapai kedua kesejahteraan tersebut. Islam menolak secara tegas umat manusia yang selalu rakus dengan penguasaan materi dan mengaggapnya sebagai ukuran keberhasilan ekonomi, sebagaimana tujuan ekonomi dalam sistem ekonomi kapitalis dan sosialisme. Melupakan salah satu aspek kesejahteraan di atas berarti menutup jalan kepada pencapaian kesejahteraan yang sejati. Keseimbangan dalam ekonomi islam juga mengandung makna kesimbangan dalam mendistribusikan kekayaan yang dimiliki Negara dari hasil pendapatan Negara seperti zakat, sedekah, ganimah (harta rampasan perang), fai (harta rampasan perang tidak melalui peperangan), kharaj (pajak atas daerah yang taklukan dalam perang), ushr (zakat tanaman), dan sebagainya.

4) Kebebasan Individu

Kebebasan ekonomi adalah tiang utama dalam struktur ekonomi islam, karena kebebasan ekonomi bagi setiap individu akan menciptakan mekanisme pasar dalam perekonomian yang bersendikan keadilan. Kebebasan dalam ekonomi merupakan implikasi dari prinsip tanggung jawan individu terhadap aktivitas kehidupannya termasuk aktivitas ekonomi. Karena tanpa adanya kebebasan tersebut seorang muslim tidak dapat melaksanakan hak dan kewajiban dalam

kehidupan.¹¹

5) Keadilan

Allah adalah pencipta segala sesuatu, dan salah satu sifat-Nya adalah adil. Dia tidak membeda bedakan perlakuan terhadap makhluk-Nya secara zalim. Manusia sebagai khalifah di muka bumi harus memelihara hukum Allah di bumi, dan menjamin bahwa pemakaian segala sumber daya diarahkan untuk kesejahteraan manusia, supaya semua mendapat manfaat daripadanya secara adil dan baik. Dalam banyak ayat Allah memerintahkan manusia untuk berbuat adil. Islam mendefinisikan adil “tidak menzalimi dan tidak dizalimi”. Implikasi ekonomi dari nilai ini adalah bahwa pelaku ekonomi tidak dibolehkan untuk mengejar keuntungan pribadi bila hal ini merugikan orang lain atau merusak alam. Tanpa keadilan, manusia akan berkotak kotak dalam berbagai golongan. Golongan yang satu akan menzalimi golongan yang lain, sehingga terjadi eksploitasi manusia atas manusia. Masing masing berusaha mendapatkan hasil yang lebih besar daripada usaha yang dikeluarkannya karena kerakusannya.

Kata-kata keadilan sering diulang dalam Al-Qur'an setelah kata Allah dan ama'rifah (ilmu pengetahuan) lebih kurang seribu kali. Kenyataan ini menunjukkan, bahwa keadilan mempunyai makna yang dalam dan urgen dalam islam serta menyangkut seluruh aspek kehidupan. Karena itu, keadilan merupakan dasar, sekaligus tujuan semua tindakan manusia dalam kehidupan. Salah satu sumbangan terbesar dalam islam kepada umat manusia adalah prinsip keadilan dan

¹¹ Afzalur Rahman, loc.cit.

pelaksanaannya dalam setiap aspek kehidupan. Islam mendidik umat manusia bertanggung jawab kepada keluarga, kepada fakir miskin, negara, bahkan seluruh makhluk di muka bumi. Islam memberikan suatu solusi yang praktis terhadap masalah perekonomian modern. Memperbaikinya dengan jalan perbaikan akhlak semaksimal mungkin, dengan campur tangan pemerintah, serta kekuatan undang-undang.

d. Nilai-nilai dasar Ekonomi Islam

Dalam perekonomian Islam terkandung prinsip bahwa ikatan antara kepentingan pribadi dan kepentingan masyarakat adalah erat, semata-mata karena fitrah keduanya. Antara keduanya harus ada keselarasan dan keserasian, bukan persaingan. Jika seorang individu mengambil kekayaan masyarakat untuk dirinya sendiri tanpa mengindahkan hal-hal yang berhubungan dengan kepentingan umum dan tanpa mengindahkan hal-hal yang berhubungan dengan kepentingan umum dan tanpa memperhatikan ketika ia menyimpan dan menyalurkannya kecuali untuk kepentingan pribadinya, maka bahayanya pun tidak hanya menimpa individu sendiri, tetapi pada akhirnya kembali menimpa masyarakat.

Adapun secara rinci dapat dikemukakan beberapa nilai-nilai dasar ekonomi Islam. Nilai-nilai ini menjadi dasar inspirasi untuk membangun teori-teori ekonomi Islami. Rinciannya:

- 1) *Tauhid* (Keesaan Tuhan)

Tauhid merupakan fondasi ajaran Islam. Dengan tauhid manusia menyaksikan bahwa *“Tiada sesuatu pun yang layak disembah selain Allah,”* dan *“tidak ada pemilik langit, bumi dan isinya, selain daripada Allah”* karena Allah adalah pencipta alam semesta dan isinya dan sekaligus pemiliknya, termasuk pemilik manusia dan seluruh sumberdaya yang ada.

Oleh karena itu, Allah adalah pemilik hakiki. Manusia hanya diberi amanah untuk “memiliki” untuk sementara waktu, sebagai ujian bagi mereka. Dalam Islam, segala sesuatu yang ada tidak diciptakan dengan sia-sia, tetapi memiliki tujuan.

2) ‘Adl (Keadilan)

Allah adalah pencipta segala sesuatu, dan salah satu sifat-Nya adalah adil. Dia tidak membeda-bedakan perlakuan terhadap makhluk-Nya secara zalim. Manusia sebagai khalifah di muka bumi harus memelihara hukum Allah di bumi, dan menjamin bahwa pemakaian segala sumberdaya diarahkan untuk kesejahteraan manusia, supaya semua mendapat manfaat daripadanya secara adil dan baik.

Dalam banyak ayat, Allah memerintahkan manusia untuk berbuat adil. Dalam Islam adil didefinisikan sebagai “tidak menzalimi dan tidak dizalimi.” Implikasi ekonomi dari nilai ini adalah bahwa pelaku ekonomi tidak dibolehkan untuk mengejar keuntungan pribadi bila hal itu merugikan orang lain atau merusak alam. Tanpa keadilan, manusia akan terkelompok-kelompok dalam berbagai golongan.

3) *Nubuwwah* (Kenabian)

Karena *rahman*, *rahim* dan kebijaksanaan Allah, manusia tidak dibiarkan begitu saja di dunia tanpa mendapat bimbingan. Karena itu diutuslah para nabi dan rasul untuk menyampaikan petunjuk dari Allah kepada manusia tentang bagaimana hidup yang baik dan benar di dunia, dan mengajarkan jalan untuk kembali (*taubah*) ke asal muasal segala, Allah. Fungsi Rasul adalah menjadi model terbaik yang harus diteladani manusia agar mendapat keselamatan di dunia dan akhirat. Untuk umat Islam, Allah telah mengirimkan “manusia model” yang terakhir dan sempurna untuk diteladani sampai akhir zaman, Nabi Muhammad Saw. Sifat-sifat yang patut diteladani antara lain seperti: *shiddiq* (benar,jujur), *amanah* (tanggung jawab, kepercayaan, kredibilitas), *fathanah* (kecerdikan, kebijaksanaan, intelektualitas) dan *tabligh* (komunikasi, keterbukaan, pemasaran).

4) Khilafah (Pemerintahan)

Dalam al-Qur’an, Allah berfirman bahwa manusia diciptakan untuk menjadi khilafah di bumi, artinya untuk menjadi pemimpin dan pemakmur bumi. Oleh karena itu, pada dasarnya setiap manusia adalah pemimpin. Nabi bersabda: “Setiap dari kalian adalah pemimpin, dan akan dimintai pertanggungjawaban terhadap yang dipimpinnya.” Ini berlaku bagi semua manusia. Nilai ini mendasari prinsip kehidupan kolektif manusia dalam Islam (siapa memimpin siapa). Fungsi utamanya adalah agar menjaga keteraturan interaksi (mu’amalah) antar kelompok- termasuk dalam bidang ekonomi-agar kekacauan dan keributan dapat dihilangkan, atau dikurangi.

Semua ini dalam kerangka mencapai *maqashid al-syari’ah* (tujuan-tujuan

syariah), yang menurut Imam Al-Ghazali adalah untuk memajukan kesejahteraan manusia. Hal ini dicapai dengan melindungi keimanan, jiwa, akal, kehormatan, dan kekayaan manusia.

5) *Ma'ad (Hasil)*

Walaupun seringkali diterjemahkan sebagai “kebangkitan,” tetapi secara harfiah berarti “kembali”. Karena kita semua akan kembali kepada Allah. Hidup manusia bukan hanya di dunia, tetapi terus berlanjut hingga alam setelah dunia (akhirat). Pandangan dunia yang khas dari seorang muslim tentang dunia dan akhirat dapat dirumuskan sebagai : “dunia adalah ladang akhirat.” Artinya, dunia adalah wahana bagi manusia untuk bekerja dan beraktifitas (beramal soleh). Namun demikian akhirat lebih baik daripada dunia, karena itu Allah melarang kita untuk terikat pada dunia, sebab jika dibandingkan dengan kesenangan akhirat, kesenangan dunia tidaklah seberapa.

Allah menandakan bahwa manusia diciptakan di dunia untuk berjuang. Perjuangan akan mendapat ganjaran, baik di dunia maupun di akhirat. Perbuatan baik dibalas dengan kebaikan yang berlipat-lipat, perbuatan jahat akan dibalas dengan hukuman yang setimpal. Karena itu, *ma'ad* diartikan juga sebagai imbalan/ganjaran. Implikasi nilai ini dalam kehidupan ekonomi dan bisnis misalnya, diformulasikan oleh Imam Al-Ghazali yang menyatakan bahwa motivasi para pelaku bisnis adalah untuk mendapatkan laba. Laba dunia dan laba akhirat.

Karena itu konsep profit mendapatkan legitimasi dalam Islam.¹²

2. Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu faktor yang terpenting untuk memajukan perusahaan khususnya perusahaan yang bergerak dalam bidang barang dan jasa. Kesuksesan perusahaan banyak ditentukan oleh prestasi di bidang pemasaran. Pemasaran merupakan proses mempelajari kebutuhan dan keinginan konsumen dan memuaskan konsumen dengan produk dan pelayanan yang baik. Aktivitas pemasaran sering diartikan sebagai aktivitas menawarkan produk dan menjual produk, tapi bila ditinjau lebih lanjut ternyata makna pemasaran bukan hanya sekedar menawarkan atau menjual produk saja, melainkan aktivitas yang menganalisa dan mengevaluasi tentang kebutuhan dan keinginan konsumen. Seiring berjalannya waktu, masyarakat ikut berkembang, tidak hanya berkembang dalam tingkatan pendidikan, teknologi, dan gaya hidup, masyarakat pun ikut berkembang. Dengan demikian perusahaan harus bisa mengikuti perkembangan tersebut.

Menurut Kotler dan Armstrong menyatakan *The process by which companies create value for customers and build strong customer relationships in order to capture value from customers in return*. Definisi tersebut mengartikan bahwa, Pemasaran adalah proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi

¹² Adiwarmanto Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), h.34.

pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, dengan tujuan menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya.¹³

Kegiatan pemasaran pada dasarnya lebih menitikberatkan atau berorientasi pada konsumen dibandingkan pesaing. Kegiatan pemasaran perusahaan harus memberikan kepuasan kepada konsumen jika perusahaan ingin usahanya berjalan terus dan konsumen mempunyai pandangan yang lebih baik terhadap perusahaan.¹⁴ Pemasaran islami merupakan bisnis strategi yang sesuai dengan akad serta prinsip-prinsip al-Qur'an dan hadis. Secara umum pemasaran islamu merupakan strategi bisnis yang membawahi segala aktivitas dalam sebuah perusahaan, meliputi seluruh proses, menciptakan, menawarkan, pertukaran nilai dari seorang produsen atau sebuah perusahaan yang sesuai dengan ajaran Islam.

Menurut Hair Jr, pemasaran merupakan proses perencanaan dan pelaksanaan konsep pemberian harga, promosi dan pendistribusian produk, pelayanan, dan ide yang ditujukan untuk menciptakan kepuasan diantara perusahaan dan para pelanggannya. Menurut Shimp, pemasaran merupakan sekumpulan aktivitas dimana bisnis dan organisasi lainnya menciptakan pertukaran nilai diantara bisnis dan perusahaan itu sendiri dan para pelanggannya.¹⁵

¹³ Philip Kotler dan G. Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta; Erlangga, 1997)

¹⁴ Veithzal Rivai, *Islamic Marketing Membangun dan Mengembangkan Bisnis dengan Praktik Marketing Rasulullah saw* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012), h. 6-8.

¹⁵ Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 341.

Proses pemasaran itu terjadi atau dimulai jauh sejak sebelum barang-barang tersebut diproduksi. Keputusan-keputusan dalam pemasaran harus dibuat untuk menentukan produk dan pasarnya, harganya, dan promosinya. Kegiatan pemasaran tidak bermula pada saat penjualan dilakukan. Perusahaan harus dapat memberikan kepuasan kepada konsumen jika mengharapkan usahanya dapat berjalan terus, atau konsumen mempunyai pandangan yang baik terhadap perusahaan. Jadi, jaminan yang baik atas barang dan jasa dapat dilakukan sesudah penjualan.¹⁶ Pemasaran dapat dikatakan sebagai suatu proses kegiatan yang dipengaruhi oleh beberapa faktor sosial, budaya, politik, ekonomi dan manajerial. Akibat dari pengaruh berbagai faktor tersebut adalah masing-masing individu maupun kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan dengan menciptakan, menawarkan dan menukarkan produk bisnis yang mempunyai nilai-nilai komoditas dalam masyarakat. Berdasarkan pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa pemasaran merupakan proses dari seluruh perencanaan yang terdiri atas konsep, harga, promosi dan pendistribusian dalam menciptakan suatu produk atau jasa sebagai langkah dalam menciptakan kepuasan pelanggan dan mencapai tujuan bisnis perusahaan.

a. Strategi Pemasaran

Pemasaran atau yang lebih sering dikenal dengan istilah *marketing*. *Marketing* berasal dari kata benda *market* yang artinya pasar. Sedangkan kata kerja *to market* berarti memasarkan. Pengertian pemasaran secara sederhana adalah seluruh kegiatan

¹⁶ Basu Swasta dan Ibnu Sukotjo, *Pengantar Bisnis Modern* (Yogyakarta: Liberty, 2002), h. 178-179.

yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui sarana dan proses pertukaran berupa barang dan jasa dari produsen ke konsumen dengan cara yang paling efisien.¹⁷ Pengertian tersebut menunjukkan bahwa strategi pemasaran mengandung aspek sosial baik secara individu maupun berkelompok untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya, akibat adanya keinginan dan kebutuhan tersebut maka terciptalah suatu interaksi yang disebut transaksi pertukaran barang dan jasa. Tujuannya adalah bagaimana memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen baik terhadap individu maupun kelompok.

Pemasaran sangatlah penting untuk dilakukan, hal ini dikarenakan pemasaran menjadi salah satu cara dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat dalam suatu produk dan jasa. Hal ini dikarenakan pemasaran merupakan ujung tombak keberhasilan suatu bisnis. Artinya, aspek pemasaran merupakan salah satu faktor penting yang menjamin kelangsungan hidup suatu perusahaan.¹⁸

Dalam hal pemasaran hal yang biasanya terjadi adalah adanya ketidaksesuaian antara apa yang telah dijanjikan dan produknya. Inilah yang harus dibuktikan dalam pemasaran khususnya pemasaran yang berprinsip syariah baik pada penjualan produk barang atau jasa, bahwa pemasaran yang berprinsip syariah bukanlah dunia yang

¹⁷ Suyadi Prawirosentono, *Filosofi Baru Tentang Manajemen Mutu Terpadu Abad 21: Kiat membangun Bisnis Kompetitif* (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), h. 153.

¹⁸ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 5-6.

penuh janji manis ataupun dengan tipu menipu tetapi pemasaran yang prinsip-prinsipnya berlandaskan syariah.¹⁹

Pemasaran merupakan aktivitas untuk melakukan penjualan dan pembelian, sehingga terjadi transaksi kesepakatan dengan saling menguntungkan dan memberikan manfaat dari produk yang dijualbelikan. Membahas strategi pemasaran maka konsep bauran pemasaran (*marketing mix*) senantiasa penting diperhatikan. Bauran pemasaran dapat diartikan sebagai perpaduan seperangkat alat pemasaran yang sifatnya dapat dikendalikan oleh perusahaan sebagai bagian dalam upaya mencapai tujuan pada pasar sasaran.²⁰ Pada strategi pemasaran, terdapat strategi acuan/bauran pemasaran (*Marketing Mix*) yang menetapkan komposisi terbaik dari keempat variabel pemasaran, untuk dapat mencapai sasaran pasar yang dituju sekaligus mencapai tujuan dan sasaran perusahaan. Keempat unsure Bauran Pemasaran yaitu: Strategi produk, Strategi harga, Strategi penentuan lokasi dan strategi promosi.²¹

Konsep bauran pemasaran dibagi menjadi beberapa unsur yaitu 4 P (*Product, Price, Promotion dan Place*), Kotler mendefinisikan bauran pemasaran sebagai suatu set peralatan pemasaran yang digunakan oleh suatu perusahaan untuk mencapai obyek pemasaran yang ditetapkan dalam pasar sasaran sesuai produk.

¹⁹ Suyadi Prawirosentono, *Filosofi Baru Tentang Manajemen Mutu Terpadu Abad 21: Kiat membangun Bisnis Kompetitif* (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), h. 152.

²⁰ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 5-6.

²¹ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran: Dasar, konsep dan strategi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), h. 198.

Model bauran pemasaran dapat digambarkan sebagai berikut :

1) Produk

Produk (product), adalah mengelola unsur produk termasuk perencanaan dan pengembangan produk atau jasa yang tepat untuk dipasarkan dengan mengubah produk atau jasa yang ada dengan menambah dan mengambil tindakan yang lain yang mempengaruhi bermacam-macam produk atau jasa.

2) Harga

Harga (price), adalah suatu sistem manajemen perusahaan yang akan menentukan harga dasar yang tepat bagi produk atau jasa dan harus menentukan strategi yang menyangkut potongan harga, pembayaran ongkos angkut dan berbagai variabel yang bersangkutan.

3) Distribusi

Distribusi (place), yakni memilih dan mengelola saluran perdagangan yang dipakai untuk menyalurkan produk atau jasa dan juga untuk melayani pasar sasaran, serta mengembangkan sistem distribusi untuk pengirim dan perniagaan produk secara fisik.

4) Promosi

Promosi (promotion), adalah suatu yang digunakan untuk memberitahukan dan membujuk pasar tentang produk atau jasa yang baru pada perusahaan melalui iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, maupun publikasi.

b. Karakter Pemasaran Syariah

Kertajaya menyatakan bahwa karakter pemasaran syariah terdiri dari beberapa unsur yaitu ketuhanan, etis, realistis, dan humanistik:²²

1) Ketuhanan (Rabbaniyah)

Theistis atau ketuhanan atau *rabbaniyah* adalah satu keyakinan yang bulat, bahwa semua gerak-gerik manusia selalu berada di bawah pengawasan Allah swt. Oleh sebab itu, semua insane harus berperilaku sebaik mungkin, tidak berperilaku licik, suka menipu, mencuri milik orang lain, suka memakan harta orang lain dengan jalan yang batil dan sebagainya. Kondisi tersebut sangat diyakini oleh umat Muslim, sehingga menjadi pegangan hidup, tidak tergoyahkan.²³

Ketuhanan (*rabbaniyah*) merupakan salah satu ciri khas *marketing* syariah yang tidak dimiliki dalam pemasaran konvensional yang dikenal selama ini adalah sifatnya yang religious (*dinniyah*). Kondisi ini tercipta dari kesadaran akan nilai-nilai religious yang dipandang penting sehingga senantiasa mewarnai segala aktivitas dalam pemasaran. Ketuhanan (*rabbaniyah*) ini adalah yang paling adil, paling sempurna, paling artinya seorang syariah *marketer* meyakini bahwa Allah swt., selalu dekat dan mengawasinya ketika dia sedang melaksanakan segala macam bentuk bisnis, juga.

²² Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2016), h. 350-351.

²³ Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2016), h. 350.

yakin bahwa Allah swt., akan meminta pertanggungjawaban darinya atas pelaksanaan syariat itu di hari kiamat.²⁴

Hal ini dapat membentuk sifat para pemasar menjadi yang paling adil, paling sempurna, paling selaras dengan segala kebaikan, paling mencegah dalam kerusakan, paling mampu mewujudkan kebenaran, memusnahkan kebatilan dan menyebarkan kemaslahatan. Selain itu, pemasaran syariah haruslah memiliki nilai (*value*) yang lebih tinggi dan lebih baik, karena bisnis syariah adalah bisnis kepercayaan, bisnis berkeadilan dan bisnis yang tidak mengandung tipu muslihat didalamnya. Maka dalam pemasaran syariah seseorang harus senantiasa menjauhi hal-hal yang dilarang dalam syariah Islam.²⁵

Untuk itu, suatu pekerjaan atau bisnis pasti didasari oleh niat dan tujuan yang ingin dicapai. Ketika perusahaan melakukan kegiatan pemasarannya, niat yang ada adalah mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin. Namun, dalam prinsip marketing syaria, kegiatan tersebut harus dilandasi oleh semangat ibadah kepada Tuhan Sang Maha Pencipta, berusaha semaksimal mungkin dengan tujuan untuk mencapai kesejahteraan bersama, bukan untuk kepentingan golongan apalagi untuk kepentingan diri sendiri.²⁶

2) Menjungjung Tinggi Akhlak Mulia (*akhlaqiyyah*)

²⁴ Nurul Huda dkk, *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi* (Jakarta: Kencana, 2017), h.52-53.

²⁵ Nurul Huda dkk, *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi* (Jakarta: Kencana, 2017), h.53.

²⁶ Nurul Huda dkk, *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi* (Jakarta: Kencana, 2017), h.53.

Karakteristik yang kedua dari pemasaran syariah adalah sifatnya yang mengedepankan akhlak (moral dan etika) dalam seluruh aspek kegiatan pemasaran dan menjadi pedoman dalam bisnis. Oleh karena itu, dalam pemasaran syariah tidak dibenarkan untuk menghalalkan segala cara demi mendapat keuntungan financial sebesar mungkin.²⁷

Etis atau *akhlaqiah* artinya semua perilaku berjalan di atas norma etika yang berlaku umum. Etika adalah kata hati, dan kata hati ini adalah kata yang sebenarnya. Oleh sebab itu, ini menjadi panduan para marketer syariah selalu memelihara setiap tutur kata, perilaku dalam berhubungan bisnis dengan siapa saja, konsumen, penyalur, toko, pemasok ataupun saingannya.²⁸

Pemasaran syariah merupakan konsep pemasaran yang sangat mengedepankan nilai-nilai moral dan etika adalah nilai yang bersifat universal yang diajarkan oleh semua agama. Semakin beretika seseorang dalam berbisnis, maka dengan sendirinya dia akan menemui kesuksesan. Karena itu, sudah sepatutnya akhlak dapat menjadi panduan bagi seorang marketer untuk selalu memelihara nilai-nilai moral dan etika dalam setiap tutur kata, perilaku dan keputusan-keputusannya.²⁹

3) Realistis (*waqi'iyah*)

²⁷ Nurul Huda dkk, *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi* (Jakarta: Kencana, 2017), h.54

²⁸ Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2016), h. 350.

²⁹ Nurul Huda dkk, *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi* (Jakarta: Kencana, 2017), h.54

Mewaspadaai keadaan pasar yang selalu berubah (*waqi'iyah/realistis*), karena pemasaran syariah merupakan konsep pemasaran yang professional dan fleksibel, sebagaimana keluasan dan keluwesan syaria Islam yang melandasinya. Syariah marketing bukanlah konsep yang eksklusif, fanatis, anti modernitas dan kaku. Akan tetapi, syariah marketing adalah konsep pemasaran yang fleksibel, sebagaimana keluasan dan keluwesan syariah Islam yang melandasinya. Fleksibel berarti tidak kaku dan eksklusif dalam bersikap, berpenampilan dan bergaul. Namun tetap harus bekerja dengan professional serta mengedepankan nilai-nilai religius, kesalehan, aspek moral dan kejujuran dalam segala aktivitas. Fleksibel atau kelonggaran sengaja diberikan oleh Allah swt., agar penerapan syariah senantiasa realistis dan dapat mengikuti perkembangan zaman.³⁰

Realistis atau *al-waqiyyah* yang artinya sesuai dengan kenyataan, jangan mengada-ada apalagi yang menjurus kepada kebohongan. Semua transaksi yang dilakukan harus berlandaskan pada realita, tidak mebeda-bedakan orang, suku, warna kulit. Semua tindakan penuh dengan kejujuran. Bahkan ajaran Rasulullah saw., tentang sifat realistis ini ialah jika anda menjual barang ada cacatnya maka katakana kepada calon pembeli, bahwa barang ini ada sedikit cacat. Jika pembeli setelah diberitahu masih tetap ingin memiliki barang tersebut, itu lebih baik.³¹

4) Humanistis (*al-insyaniyyah*)

³⁰ Nurul Huda dkk, *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi* (Jakarta: Kencana, 2017), h.54-55.

³¹ Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2016), h. 351.

Salah satu keistimewaan dari pemasaran syariah adalah sifatnya yang humanistik universal. Pengertian humanistik adalah bahwa syariah diciptakan untuk manusia agar derajatnya terangkat, sifat kemanusiaannya terjaga dan terpelihara serta sifat-sifat keahliannya dapat terkekang dengan panduan syariah. syariah Islam yang bersifat humanistik (*insaniyyah*), yang diciptakan untuk manusia sesuai dengan kapasitasnya tanpa membedakan ras, warna kulit, kebangsaan maupun status. Dengan memiliki nilai-nilai humanistik, manusia dapat terkontrol dan seimbang (*tawazun*), bukan menjadi manusia yang serakah, yang menghalalkan segala cara untuk meraih keuntungan sebesar mungkin, bukan pula menjadi manusia yang bahagia diatas penderitaan orang lain. Hal inilah yang membuat syariah memiliki sifat universal sehingga menjadi syariah humanistik universal.³²

3. Tabungan Emas

Menabung adalah tindakan yang dianjurkan dalam islam, karena dengan menabung berarti seorang muslim mempersiapkan diri untuk pelaksanaan perencanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan. Dalam Al Qur'an terdapat ayat- ayat yang secara tidak langsung telah memerintahkan kaum muslimin untuk mempersiapkan hari esok secara lebih baik. Berikut firman Allah SWT yang berkaitan dengan anjuran menabung :

QS. Al-Hasyr : 18

³²Nurul Huda dkk, *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi* (Jakarta: Kencana, 2017), h.55.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ
خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya :

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan”³³

Dari ayat tersebut Allah SWT memerintahkan kita untuk bersiap-siap dan mengantisipasi masa depan keturunan, baik secara rohani (iman/taqwa) maupun secara ekonomi harus dipikirkan langkah-langkah perencanaannya. Salah satu langkah perencanaan adalah dengan menabung.³⁴

Tabungan emas yaitu layanan dan penjualan emas dengan fasilitas titipan dengan harga yang terjangkau. Layanan ini memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk berinvestasi emas. Dengan harga emas yang masih relative tinggi untuk masyarakat menengah kebawah dengan harga tersebut tidak bisa memiliki emas tetapi dengan adanya produk tabungan emas yang ada pada Pegadaian dengan harga murah, proses cepat, dan pelayanan yang profesional maka masyarakat sudah bisa memiliki emas dengan menggunakan produk tabungan emas.

Emas merupakan salah satu tolak ukur kekayaan seseorang yang memiliki emas, dan harga emas dari tahun ketahun mengalami kenaikan, emas juga dapat digunakan

³³ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Surabaya: Pustaka Agung Harapan, 2010), 420.

³⁴ Muhammad Syaff'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik* (Gema Insani: Jakarta, 2001), 153.

sebagai sarana investasi yang aman. Kesadaran dan antusias masyarakat Indonesia dengan investasi emas belakangan ini patut diperhitungkan, sebab sudah banyak dari masyarakat yang sadar akan pentingnya investasi atau menabung emas. Mayoritas masyarakat memilih investasi emas untuk tujuan mengamankan kekayaan mempertahankan nilai beli dimasa yang akan datang. Mencukupi rencana masa depan, dan juga untuk menambah kekayaannya. Investasi logam mulia emas memang selalu menjadi primadona karena karakteristik emas yang kebal akan inflasi dan guncangan ekonomi pada suatu negara, salah satunya keadaan ekonomi politik yang terjadi di Indonesia pada akhir- akhir ini.

4. Akad Murabahah

a. Pengertian Akad Murabahah

Menurut para ulama fiqih, akad adalah hubungan antara ijab dan qobul sesuai dengan kehendak syariat yang menetapkan adanya pengaruh (akibat) hukum dalam objek perikatan. Menurut ulama kompilasi hukum ekonomi syariah, akad adalah kesepakatan dalam suatu perjanjian antara dua pihak atau lebih untuk melakukan dan /atau tidak melakukan perbuatan hukum tertentu.³⁵

Murabahah disebut juga *ba'itsmanil ajil*. Secara bahasa *murabahah* diambil dari kata *rabiha* – *yarbahu* – *ribhan* – *warabahan* – *warabahan* yang berarti beruntung atau memberi keuntungan. Sedang kata *ribh* itu sendiri berarti suatu

³⁵ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah Fiqh Muamalah* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2012),h. 71-72

kelebihan yang diperoleh dari produksi atau modal (profit). Murabahah berasal dari masdar yang berarti “keuntungan, laba, atau *faedah*”. Menurut ulama terdahulu murabahah adalah jual beli dengan modal ditambah keuntungan yang diketahui. Para fuqaha mensifati murabahah sebagai bentuk jual beli atas dasar kepercayaan (*dhaman buyu” al-amanah*).

Murabahah dalam istilah *fiqh* ialah akad jual beli atas barang tertentu dimana penjual menyebutkan dengan jelas barang yang diperjualbelikan termasuk harga pembelian dan keuntungan yang diambil, sedangkan murabahah dalam teknis perbankan adalah akad jual beli antara bank selaku penyedia barang dengan nasabah yang memesar untuk membeli barang.³⁶

Menurut Dewan Syariah Nasional, murabahah yaitu menjual suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih sebagai laba.³⁷

Akad murabahah adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (margin) yang disepakati oleh penjual dan pembeli. Akad ini merupakan salah satu bentuk natural certainty contract, karena dalam murabahah ditentukan berapa required rate profit-nya (keuntungan yang ingin diperoleh). Karena dalam definisinya disebut adanya “keuntungan yang disepakati”, karakteristik

³⁶ Lina Maulidiana, “Penerapan Prinsip-Prinsip Murabahah Dalam Perjanjian Islam”. *Jurnal Keadilan Progresif*, Vol. 3 No. 2 (September 2012), h.158.

³⁷ Fatwa DSN No. 04/DSN-MUI/IV/2000 Tentang *Murabahah*.

murabahah adalah si penjual harus memberi tahu pembeli tentang harga pembelian barang dan menyatakan jumlah keuntungan yang ditambahkan pada biaya tersebut.³⁸

b. Dasar Hukum Murabahah

1) Al-Qur'an

a) QS. Al-Baqarah ayat 275

الْمَسِيئِينَ مِنَ الشَّيْطَانِ يَتَخَبَّطُهُ الَّذِي يَقُومُ كَمَا إِلَّا يَقُومُونَ لَا الرِّبَا يَأْكُلُونَ الَّذِينَ
جَاءَهُ فَمَنْ الرِّبَا وَحَرَّمَ النَّبِيْعَ اللهُ وَأَحَلَّ الرِّبَا مِثْلَ النَّبِيْعِ إِنَّمَا قَالُوا بِأَنَّهُمْ ذَلِكَ
فَأُولَئِكَ عَادَ وَمَنْ ۗ اللهُ إِلَى وَأَمْرَهُ سَلَفٌ مَا فَلَهُ فَاَنْتَهَى رَبِّهِ مِنْ مَوْعِظَةٍ
خُلِدُونَ فِيهَا هُمْ ۗ النَّارِ أَصْحَابُ

Artinya:

“Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka Berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah Telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang Telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang Telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalam”.

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Seakan-akan Allah memberikan perbandingan antara jual beli dengan riba. Jual

³⁸ Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih Dan Keuangan* (Jakarta: PT. Raja Garafindo Persada, 2009), h. 113.

beli ada pertukaran dan penggantian yang seimbang yang dilakukan oleh penjual dan pembeli, serta ada manfaat dan keuntungan yang diperoleh dari kedua belah pihak, dan ada pula kemungkinan mendapat keuntungan yang wajar sesuai dengan usaha yang telah dilakukan. Pada riba tidak ada pertukaran dan penggantian yang seimbang itu, dimana hanya ada pemerasan yang tidak langsung yang dilakukan oleh pihak yang mempunyai terhadap pihak yang sedang memerlukan yang waktu meminjam itu dalam keadaan terpaksa.³⁹

b) QS. An-Nisa ayat

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ
بِكُمْ رَحِيمًا

Terjemahannya:

*“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.*⁴⁰

³⁹ Departemen Agama RI, *Al-Qur’an dan Tafsirnya jilid II Juz 1,2,3* (Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Wakaf, 1990),

⁴⁰ Departemen Agama RI, *Al-Qur’an dan Tafsirnya jilid II Juz 1,2,3* (Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Wakaf, 1990), h. 65.

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah melarang hamba-Nya untuk mengambil harta orang lain dengan jalan yang tidak benar, kecuali dengan berniaga tanpa paksaan. Allah juga melarang hamba-Nya untuk membunuh diri sendiri dan orang lain, dimana membunuh orang lain berarti membunuh diri sendiri, sebab setiap orang yang membunuh akan dibunuh sesuai dengan hokum Qisas. Hal tersebut dilarang karena hal tersebut termasuk perbuatan putus asa dan tidak percaya kepada rahmat Allah.⁴¹

2) As-Sunnah

Dari Su'aib Ar Rumi r.a, bahwa Rasulullah bersabda:

أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ وَسَلَّمَ قَالَ: ثَلَاثٌ فِيهِنَّ الْبَرَكَاتُ: الْبَيْعُ إِلَى أَجَلٍ، وَالْمُقَارَضَةُ، وَخَلْطُ الْبُرِّ بِالشَّعِيرِ لِلْبَيْتِ لَا لِلْبَيْعِ (رواه ابن ماجه عن صهيب

Terjemahanya:

“Tiga perkara yang di dalamnya terdapat keberkatan yaitu: jual beli secara tangguh, muqaradhah (nama lain dari mudharabah), dan mencampur gandum dengan tepung untuk keperluan rumah, bukan untuk dijual”. (HR. Ibnu Majjah).⁴²

Hadist diatas menjelaskan bahwa adanya 3 kegiatan yang mengandung kebaikan dari Allah SWT, yaitu pertama jual beli dengan pembayaran kredit/tangguh karena didalamnya terdapat unsur saling baik hati, saling mempermudah urusan dan

⁴¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Tafsirnya jilid II Juz 4,5,6* (Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Wakaf, 1990), h. 159-160.

⁴² Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana, h. 136.

memberikan pertolongan kepada orang yang berhutang dengan cara penundaan pembayaran. Kedua, kegiatan kerjasama dengan sistem bagi hasil antara pemilik modal dan pengelola modal, dimana adanya tolong menolong antara pihak yang hanya memiliki ketrampilan tanpa memiliki modal dengan pihak yang memiliki modal yang membutuhkan orang lain untuk mengelola modalnya. Ketiga, kegiatan tidak memperjualbelikan gandum dan tepung, melainkan untuk kebutuhan rumah tangga.⁴³

3) Kaidah Ushul Fiqih

الأَصْلُ فِي الشُّرُوطِ فِي الْمَعَامَلَاتِ الْجُلِّ وَالْإِبَاحَةُ إِلَّا بِدَلِيلٍ

Terjemahannya :

“Pada dasarnya semua bentuk muamalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya”.

4) Ijma

Ijma para sahabat nabi yang mengizinkan transaksi murabahah yang dinarasikan oleh ibn Mas’ud dan dilaporkan oleh Al-Kasani, bahwa: “tidak ada ruginya untuk memberitahukan harga pokok dan laba dari transaksi jual beli”.⁴⁴

5) Fatwa DSN-MUI NO: 04/IV/2000 Tentang Pembiayaan *Murabahah*⁴⁵

⁴³ Muhammad Farid, “Murabahah Dalam Perspektif Fikih Empat Mazhab”. *Episteme*, Vol.8 No.1 (Juni 2013), h.120.

⁴⁴ Nurul Ichsan Hasan, *Perbankan Syariah Sebuah Pengantar* Jakarta: Referensi, 2014., h. 233.

⁴⁵ Fatwa DSN-MUI NO: 04/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Murabahah.

Ketentuan umum akad *Murabahah* dalam Bank Syari'ah:

- a) Bank dan nasabah harus melakukan akad *murabahah* yang bebas riba.
- b) Barang yang diperjualbelikan tidak diharamkan oleh syari'ah Islam.
- c) Bank membiayai sebagian atau seluruh harga pembelian barang yang telah disepakati kualifikasinya.
- d) Bank membeli barang yang diperlukan nasabah atas nama bank sendiri, dan pembelian ini harus sah dan bebas riba.
- e) Bank harus menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian, misalnya jika pembelian dilakukan secara utang.
- f) Bank kemudian menjual barang tersebut kepada nasabah (pemesan) dengan harga jual senilai harga beli plus keuntungannya. Dalam kaitan ini Bank harus memberitahu secara jujur harga pokok barang kepada nasabah berikut biaya yang diperlukan.
- g) Nasabah membayar harga barang yang telah disepakati tersebut pada jangka waktu tertentu yang telah disepakati.
- h) Untuk mencegah terjadinya penyalahgunaan atau kerusakan akad tersebut, pihak bank dapat mengadakan perjanjian khusus dengan nasabah.
- i) 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.

- 6) Ketentuan Akad Murabahah menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES)

KHES adalah Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah yang keberadaannya berdasarkan Peraturan Mahkamah Agung Republik Indonesia Nomor 02 Tahun 2008 Tentang Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah. dalam konsideran Perma tersebut, KHES dilahirkan untuk kelancaran pemeriksaan dan penyelesaian sengketa ekonomi syariah sebagaimana dimaksud Pasal 49 huruf I beserta Penjelasan, Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2006 Tentang Peradilan Agama, Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2008 Tentang Surat Berharga Syariah Negara, Pasal 55 Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah.⁴⁶

Dalam Pasal 1 Ayat (1) Perma menyebutkan bahwa KHES digunakan oleh hakim pengadilan dalam lingkungan peradilan agama sebagai pedoman dalam memeriksa, mengadili, dan menyelesaikan perkara yang berkaitan dengan ekonomi syariah. Meskipun demikian, hakim tetap diberi keleluasan dan bertanggung jawab untuk menggali dan menemukan hukum untuk menjamin putusan yang adil dan benar sebagaimana disebutkan Pasal 1 Ayat (2).

⁴⁶ Peraturan Mahkamah Agung Republik Indonesia Nomor 02 Tahun 2008 Tentang Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.

Berkaitan dengan murabahah, KHES memberikan pengertian murabahah sebagai berikut:

“Murabahah adalah pembiayaan saling menguntungkan yang dilakukan oleh shahib al-mal dengan pihak yang membutuhkan melalui transaksi jual beli dengan penjelasan bahwa harga pengadaan barang dan harga jual terdapat nilai lebih yang merupakan keuntungan atau laba bagi shahib al-mal dan pengembaliannya dilakukan secara tunai atau angsur.”⁴⁷

Berdasarkan landasan di atas, dapat dikatakan bahwa hukum jual beli murabahah adalah boleh dengan berbagai syarat dan ketentuan yang berlaku. Artinya, jual beli semacam ini diperbolehkan apabila memenuhi syarat dan rukunnya.⁴⁸

c. Rukun dan Syarat Murabahah

1) Rukun murabahah adalah sebagai berikut:

- a) Pelaku akad, yaitu ba“i (penjual) adalah pihak yang memiliki barang untuk dijual, dan musytari (pembeli) adalah pihak yang memerlukan dan akan membeli barang.
- b) Objek akad, yaitu mabi“(barang dagangan) dan tsaman (harga)
- c) Shighah, yaitu ijab dan qabul.⁴⁹

2) Syarat murabahah

Beberapa syarat murabahah:

- a) Penjual memberitahu biaya modal kepada nasabah.

⁴⁷ Buku II Tentang Akad Bab I Ketentuan Umum Pasal 20 Ayat (6) Peraturan Mahkamah Agung Republik Indonesia Nomor 02 Tahun 2008 Tentang Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.

⁴⁸ Imam Mustofa, *Fiqh Mu“amalah Kontemporer* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h.68.

⁴⁹ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Bandung: PT Raja Grafindo Persada, 2002), h. 70.

- b) Kontrak pertama harus sah sesuai dengan rukun yang di tetapkan.
- c) Kontrak harus bebas dari riba.
- d) Penjual harus menjelaskan kepada pembei bila terjadi cacat atas barang sesudah pembelian.
- e) Penjual harus menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian, misalnya jika pembelian dilakukan secara utang.

Secara prinsip, jika (1), (4) dan (5) tidakdipenuhi, pembeli memiliki pilihan:

- a) Melanjutkan Pembelian seperti apa adanya.
- b) Kembali kepada penjual dan menyatakan ketidak setujuan atas barang yang di jual.
- c) Membatalkan kontrak. Syarat orang yang berakad, yaitu:⁵⁰
 - i. Faham, yaitu baligh dan berakal, baik agamanya dan hartanya.
Maka tidak diadakan akad jual belinya anak kecil meskipun telah diuji, begitu juga orang gila dan orang yang dicegah bertasarruf karena dia bodoh.
 - ii. Tidak ada pemaksaan dengan jalan yang tidak benar, maka tidak sah akad orang yang dipaksa pada barangnya tanpa hak.

⁵⁰ Muhammad Safe'i Antonio, "Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek" (Jakarta: Gema Insani, 2001), h.102

- iii. Islam
- iv. Hendaknya pembeli bukan orang kafir yang diperangi.

Syarat barang yang diakadkan, yaitu:

- a) Objek suci
- b) Barang dapat diambil manfaatnya secara syara⁶
- c) Barangnya dapat diserahkan
- d) Barang dimiliki oleh penjual secara sempurna.

Beberapa syarat pokok murabahah, antara lain sebagai berikut:

- a) Jual beli murabahah harus dilakukan atas barang yang telah dimiliki (hak kepemilikan telah berada ditangan si penjual). Artinya keuntungan dan risiko barang tersebut ada pada penjual sebagai konsekuensi dari kepemilikan yang timbul dari akad yang sah. Ketentuan ini sesuai dengan kaidah, bahwa keuntungan yang terkait dengan risiko dapat mengambil keuntungan.
- b) Adanya kejelasan informasi mengenai besarnya modal dan biaya-biaya lain yang lazim dikeluarkan dalam jual beli pad suatu komoditas, semuanya harus diketahui oleh pembeli saat transaksi. Ini merupakan suatu syarat sah murabahah.

- c) Adanya informasi yang jelas tentang keuntungan, baik nominal maupun persentase sehingga diketahui oleh pembeli sebagai salah satu syarat sah murabahah.
- d) Dalam sistem murabahah, penjual boleh menetapkan syarat pada pembeli untuk menjamin kerusakan yang tidak tampak pada barang, tetapi lebih baik syarat seperti itu tidak ditetapkan, karena pengawasan barang merupakan kewajiban penjual di samping untuk menjaga kepercayaan yang sebaik-baiknya.⁵¹

5. Akad Wadiah

a. Pengertian Akad Wadiah

Dalam fiqh Islam, prinsip titipan atau simpanan dikenal dengan prinsip *wadi'ah*. Sedangkan pengertian *wadi'ah* adalah titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja saat diminta oleh sipenitip.⁵²

Ada dua definisi yang dikemukakan oleh ahli fikih. Pertama ulama mazhab Hanafi mendefinisikan wadiah dengan, “mengikutsertakan orang lain dalam mengelola harta, baik dengan ungkapan yang jelas, melalui tindakan, maupun

⁵¹ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah Fiqh Muamalah*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2012.h. 109

⁵² Dumairi Nor, *Op. Cit.* h. 18

melalui isyarat. “misalnya, seseorang berkata pada orang lain, saya titipkan tas ini kepada anda, lalu orang itu menjawab, “saya terima,” maka sempurna adalah akad wadiah; atau seseorang menitipkan buku kepada orang lain dengan mengatakan, “saya titipkan buku saya ini kepada anda, lalu orang yang dititipkan diam saja (tanda setuju). Kedua, ulama mazhab Maliki, mazhab Syafi’I, dan mazhab Hanbali, mendefinisikan wadiah dengan, mwakilkan orang lain untuk memelihara harta tertentu dengan cara tertentu.”⁵³

Dalam bahasa Indonesia wadiah berarti “titipan” . Wadiah adalah akad atau kontrak antara dua pihak, yaitu antara pemilik barang dan kustodian dari barang tersebut. Barang tersebut dapat berupa apa saja yang berharga atau memiliki nilai.

b. Jenis-jenis Wadiah

Wadiah dapat dibagi dalam dua jenis, yaitu: Wadiah Yad Amanah (*Trustee Safe Custody*) dan Wadiah Yad Dhamanah (*Guarantee Safecustody*). Penjelasan mengenai kedua jenis wadiah tersebut adalah sebagai berikut.

1) Wadiah Yad Amanah (*Trustee Safe Custody*)

Bank bertindak sebagai *Trustee* dan menjaga barang tersebut. Bank tidak menjamin pengembalian barang tersebut dalam hal barang tersebut hilang atau rusak karena pencurian, kebakaran, banjir atau musibah alam lainnya asalkan bank sudah melakukan semua tindakan yang diperlukan untuk mengamankan barang tersebut. Custodian atau bank wajib melindungi barang titipan tersebut dengan cara:

⁵³ Sutan Remy Sjahdeini, *op.cit.* h. 351

- i. Tidak mencampurkan atau menyatukan barang titipan tersebut dengan barang lain yang berada dibawah titipan bank tersebut.
- ii. Tidak menggunakan barang tersebut.
- iii. Tidak membebankan fee apapun untuk penyimpanan barang tersebut. Barang titipan tersebut harus dijaga sedemikian rupa sehingga tidak akan hilang atau rusak. Antara jenis barang yang dititipkan tidak boleh dicampur, tetapi dipisahkan penyimpanannya. Misalnya, barang berupa uang hendaknya terpisah dengan barang berupa emas atau perak.

2) Wadiah Yad Dhamanah (*Guarantee Safecustody*)

Bank sebagai bank custodian menjamin barang yang dititipkan tetap berada didalam penyimpanan custodian. Dalam hal ini, bank sebagai custodian mengganti barang yang dititipkan itu kepada pemiliknya itu apabila barang tersebut itu hilang atau rusak. Berdasarkan perjanjian antara bank dengan nasabah, nasabah memperkenankan bank bank untuk menggunakan barang yang dititipkan itu asalkan penggunaannya harus sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dengan syarat bank harus mengganti keuntungan dan kerugian yang merupakan akibat dari penggunaan barang itu menjadi milik dan tanggung jawab bank. Bank dapat memberikan insentif kepada nasabah dalam bentuk bonus asalkan jumlahnya tidak disetujui

sebelumnya dan harus diberikan oleh bank kepada nasabah secara sukarela.

Mengenai pemberian bonus tersebut.⁵⁴

c. Landasan Hukum Wadiah

a) Firman Allah SWT dalam Surat An-Nisaa Ayat 58

بِالْعَدْلِ تَحْكُمُوا أَنْ النَّاسَ بَيْنَ حَكْمَتِكُمْ وَإِذَا أَهْلَبَهَا إِلَى الْأَمْنِ تَوَدُّوا أَنْ يَأْمُرَكُمْ اللَّهُ إِنَّ
بَصِيرًا سَمِيعًا كَانَ اللَّهُ إِنَّ ۖ بِهِ يَعِظُكُمْ نِعَمًا اللَّهُ إِنَّ

Terjemahannya:

”*Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat*⁵⁵”

b) Firman Allah SWT dalam Surat Al-Baqarah Ayat 283

فَلْيُؤَدِّ بَعْضًا بَعْضًا بِعَظْمِكُمْ آمِنَ ۖ فَإِنْ مَقْبُوضَةٌ فَرَهُنْ كَاتِبًا تَجِدُوا وَآمَ سَفَرٍ عَلَى كُنْتُمْ وَإِنْ
قَلْبُهُ آتَمَّ فَإِنَّهُ يَكُنْمَهَا وَمَنْ الشَّهَادَةَ تَكْتُمُوا وَلَا ۖ رَبَّهُ اللَّهُ وَلِيَتَّقِ أَمَانَتَهُ أَوْثَمِنَ الَّذِي
عَلَيْمٌ تَعْمَلُونَ بِمَا وَاللَّهُ

Terjemahannya:

⁵⁴ *Ibid.* h. 352

⁵⁵ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Tafsirnya jilid II Juz 1,2,3* (Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Wakaf, 1990),

“Jika kamu dalam perjalanan (dan bermu’amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). Akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. Dan barangsiapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan”⁵⁶

- c) Adapun Landasan Syariah Tabungan Wadiah juga terdapat pada Fatwa DSN MUI NO.02/DSN-MUI/IV/2000 tentang tabungan.

Ketentuan tabungan berdasarkan akad wadiah:⁵⁷

- 1) Bersifat simpanan.
- 2) Simpanan bisa diambil kapan saja (on call) atau berdasarkan kesepakatan.
- 3) Tidak ada imbalan yang disyaratkan, kecuali dalam bentuk pemberian (‘athaya) yang bersifat sukarela dari pihak bank.

- d) Ketentuan Akad Wadiah menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES)

Demi tercapainya tujuan akad *wadiah*, maka aturan tentang *wadiah* ini telah diatur sedemikian rupa dalam KHES (Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah), tepatnya dalam Bab XIV pasal 370-390.⁵⁸

⁵⁶ Departemen Agama RI, *Al-Qur’an dan Tafsirnya jilid II Juz 1,2,3* (Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Wakaf, 1990),

⁵⁷ Fatwa DSN-MUI NO: 02/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Tabungan.

⁵⁸ Peraturan Mahkamah Agung Republik Indonesia Nomor 02 Tahun 2008 Tentang Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.

Berikut ini merupakan penjelasan lebih lanjut mengenai aturan yang ada dalam pasal tersebut:

- 1) Rukun dan syarat *wadiah*, rukun *wadiah* antara lain harus adanya penitip, penerima titipan, harta atau objek titipan, dan *ijab kabul*. Sedangkan syarat dari akad *wadiah* yaitu harus adanya kecakapan hukum bagi kedua belah pihak yang melakukan akad, objek *wadiah* merupakan milik sah pihak penitip, dan kedua belah pihak diberikan kesempatan untuk membatalkan akad sesuai dengan kesepakatan yang mereka buat.
- 2) Jenis-jenis akad *wadiah*, di mana *wadiah* terbagi dua, yaitu *wadiah amanah* dan *wadiah dhamanah*.
- 3) Penjagaan atau perawatan barang, di mana barang *wadiah* harus dijaga dengan baik agar tidak rusak atau pun hilang, pihak yang menerima titipan tidak boleh memberikan barang titipan kepada orang lain. Apabila barang yang disimpan tersebut dikhawatirkan tidak dapat bertahan lama, maka penerima titipan dapat menjualnya bila penitip tak kunjung mengambil barang titipannya, setelah dijual maka uang hasil penjualan tersebut harus disimpan dengan baik, layaknya barang titipan tadi. Jika barang titipan rusak dengan sendirinya, maka penerima titipan tidak harus bertanggung jawab atas kerusakan tersebut, kecuali bila kerusakan yang timbul akibat dari kelalaiannya.

- 4) Pengembalian barang titipan, barang titipan dapat diambil sesuai dengan ketentuan yang telah dibuat oleh kedua belah pihak, setiap biaya yang harus dikeluarkan dari proses pengembalian barang, maka biaya tersebut akan ditanggung oleh penitip.



C. Bagan Kerangka Pikir

