

BAB II

PRINSIP KEPERCAYAAN DALAM BANK SYARIAH DAN BANK KONVENSIONAL

A. Konsep Kepercayaan dalam Bank Syariah dan Bank Konvensional

Konsep kepercayaan pada bank syariah umumnya sama dalam konsep kepercayaan yang terjadi dalam bank konvensional, dimana kepercayaan sangat diperlukan untuk menjalin hubungan, terlebih lagi masalah hutang piutang. Kepercayaan bank kepada nasabah peminjam berupa keyakinan bahwa nasabah tersebut mampu membayar/melunasi hutangnya tepat pada waktunya, begitupun yang terjadi pada bank syariah, yang mana bank menaruh keyakinan bahwa nasabah mampu membayar bagi hasil dengan adil.

Bank sebagai lembaga kepercayaan masyarakat yang akan menjembatani potensi, dan sumber-sumber dana yang dimiliki masyarakat dengan berbagai kegiatan ekonomi/pembangunan. Dengan demikian pengelolaan bisnisnya harus berdasarkan pada norma perbankan yang sehat, tetap memperhatikan unsur sebagai agen pembangunan serta sebagai lembaga penghubung (perantara) keuangan yang dapat dipercaya masyarakat, sehingga dengan demikian mereka harus menjauhkan diri dari sikap spekulatif. Tuntutan seperti itu mengingat bisnis perbankan melibatkan dana masyarakat, serta bisnis yang berjangka panjang dengan melandaskan pada kepercayaan masyarakat.¹ Berikut penulis akan menjelaskan konsep kepercayaan dari berbagai perspektif.

¹Muhammad Djumhana, *Hukum Perbankandi Indonesia* (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2012), h. 113.

1. Pengertian Kepercayaan

Kepercayaan didefinisikan oleh Moorman, Deshpande dan Zaltman sebagai keinginan untuk menggantungkan diri pada mitra bertukar yang dipercayai. Pada penelitian ini, kepercayaan diasumsikan sebagai kepercayaan (*confidence*) terhadap orang atau pihak tertentu. Diungkapkan pula oleh Moorman, Deshpande dan Zaltman bahwa keterhubungan antara dua pihak yang melakukan pertukaran, dalam hal ini pengguna informasi penelitian dengan para peneliti, kualitas interaksi dengan peneliti, keterlibatan peneliti dalam proses penelitian, dan komitmen untuk melakukan keterhubungan. Artinya kepercayaan dan komitmen merupakan variabel-variabel yang terkait erat dengan perilaku penggunaan informasi penelitian pasar.²

Mereka berhasil mengungkapkan bahwa perilaku keterhubungan yang terjadi antara perusahaan dengan mitra mitranya banyak ditentukan oleh kepercayaan dan komitmen. Sehingga dapat diperkirakan bahwa kepercayaan akan mempunyai hubungan yang positif dengan niat ulang dan loyalitas. Kepercayaan dan komitmen adalah perantara kunci dalam membangun hubungan jangka panjang bagi pelanggan yang memiliki orientasi hubungan yang tinggi terhadap organisasi.³

Kepercayaan konsumen adalah pengetahuan konsumen mengenai suatu objek, atributnya, dan manfaatnya. Berdasarkan konsep tersebut, maka pengetahuan konsumen sangat terkait dengan pembahasan sikap karena

²Moorman, Christin, Gerald Zaltman and Rohit Deshpande, *Factors Affecting Trust in Market Research Relationship*, (Journal Marketing Research, 1993), h. 82.

³Morgan, RM and Hunt, S.D, *The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing*, (Journal of Marketing, vol 58, 1994), h. 20-38.

pengetahuan konsumen adalah kepercayaan konsumen. Kepercayaan konsumen atau pengetahuan konsumen menyangkut kepercayaan bahwa suatu produk memiliki berbagai atribut, dan manfaat dari berbagai atribut tersebut.⁴

Garbarino dan Johnson menemukan bahwa pelanggan tetap, kepercayaan dan komitmen merupakan perantara utama dalam mempengaruhi niat berperilaku dibandingkan dengan kepuasan keseluruhan.⁵

Dari paparan di atas, dapat dipahami bahwa kepercayaan adalah sikap perhatian dan harapan konsumen kepada perusahaan atas segala bentuk perlakuan yang diterima konsumen dari perusahaan, sehingga dengan adanya perlakuan yang baik diterima oleh konsumen maka dapat menumbuhkan rasa kepercayaan.

Menurut Mayer faktor-faktor yang membentuk kepercayaan seseorang terhadap yang lain ada tiga yaitu kemampuan (*ability*), kebaikan hati (*benevolence*), dan integritas (*integrity*). Ketiga faktor tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Kemampuan (*Ability*), dalam hal ini kemampuan pihak perusahaan dalam menyediakan, melayani, sampai mengamankan transaksi dari gangguan pihak lain. Sehingga konsumen merasa puas dan aman pada saat melakukan transaksi.

⁴Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), h. 165-166.

⁵Garbarino, Ellen, Mrk S Johnson, *The Different Roles of Satisfaction, Trust, and Commitment in Customer Relationship* (Journal of Marketing, Vol, 63, 1999), h. 70 – 87.

- b. Kebaikan hati (*Benevolence*), kebaikan hati merupakan kemauan dari pihak perusahaan dalam memberikan kepuasan yang saling menguntungkan antara dirinya dengan konsumen.
- c. Integritas (*Integrity*), integritas berkaitan dengan bagaimana perilaku atau kebiasaan pihak perusahaan dalam memberikan info kepada konsumen sesuai dengan fakta.

2. Konsep Kepercayaan dalam Bank Syariah

Prinsip kepercayaan adalah suatu asas yang melandasi hubungan antara bank dan nasabah bank. Bank berusaha dari dana masyarakat yang disimpan berdasarkan kepercayaan, sehingga setiap bank perlu menjaga kesehatan banknya dengan tetap memelihara dan mempertahankan kepercayaan masyarakat. Prinsip kepercayaan diatur dalam Pasal 29 ayat (4) UU No 10 Tahun 1998.⁶ Kepercayaan sebagai keinginan bank menggantungkan kepercayaan kepada nasabah, begitupun sebaliknya, Green yang dikutip oleh Fasochah menyatakan bahwa ketentuan-ketentuan kepercayaan adalah sebagai berikut :

a. Kredibilitas

Kredibilitas berarti bahwa karyawan jujur dan kata-katanya dapat dipercaya. Kredibilitas harus dilakukan dengan kata-kata, “saya dapat

⁶Republik Indonesia, *Undang-undang RI Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan*, pasal 29, ayat 4.

mempercayai apa yang dikatakannya mengenai” bentuk lain yang berhubungan adalah *believability* dan *truthfulness*.⁷

Dalam perspektif bank syariah, kejujuran adalah hal yang paling utama. Kejujuran dan keterbukaan merupakan suatu bentuk amanah terhadap nasabah. Sebagai ayat yang menerangkan sikap jujur dalam transaksi tertuang dalam Q.S Muhammad/47: 21 sebagai berikut :



Terjemahnya:

(Seharusnya, mereka memilih) ketaatan (kepada Allah) dan tutur kata yang baik. Apabila perintah (perang) ditetapkan, (mereka tidak menyukainya). Padahal, jika mereka benar (beriman dan taat) kepada Allah, niscaya yang demikian itu lebih baik bagi mereka.⁸

Adanya ketentuan dalam ayat tersebut menekankan bahwa bank syariah harus mengedepankan sikap jujur dan amanah terhadap nasabah. Sikap amanah sangat erat kaitannya dengan cara dirinya mempertahankan prinsip dan kemudian bertanggung jawab untuk melaksanakan prinsip-prinsipnya tersebut dengan tetap menjaga keseimbangan dan melahirkan nilai manfaat yang berkesesuaian. Prinsip merupakan fitnah paling mendasar bagi harga diri manusia. Menunaikan amanah dengan sebaik-baiknya merupakan ciri seorang professional.⁹

⁷Fasochah, Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada RS Darul Istiqomah Kaliwungu Kendal), (Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi, 2013), h. 1-22.

⁸Departemen Agama RI, *Al-Qur'an per Kata Warna* (Bandung: Cordoba, 2015)

⁹Toto Tasman, *Membudayakan Etos Kerja Islam* (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), h. 95.

Hal yang sejalan dalam bank konvensional. Dalam bank konvensional, ketentuan kredibilitas tetap harus diutamakan sehingga menghasilkan kepercayaan (*trust*) dari nasabah.

b. Reliabilitas

Reliabilitas berarti sesuatu yang bersifat *reliable* atau dapat diandalkan. Ini berarti berhubungan dengan kualitas individu/organisasi. Reliabilitas harus dilakukan dengan tindakan, “saya dapat memercayai apa yang akan dilakukannya”. bentuk lain yang berhubungan adalah *predictability* dan *familiarity*.¹⁰

Kepercayaan atau *trust* sering kali muncul ketika ada sesuatu hal yang diandalkan terhadap obyek. Kepercayaan selalu melibatkan kualitas. Jika bank mengedepankan kualitas dalam menghimpun dana nasabah, maka bersamaan dengan itu nasabah akan tertarik untuk menanamkan kepercayaannya dengan baik. Kualitas nasabah dapat mencakup pelayanan, tingkat persaingan suku bunga dengan bank lain dan sebagainya.¹¹

c. *Intimacy*

Kata yang berhubungan adalah integritas yang berarti karyawan memiliki kualitas sebagai karyawan yang memiliki prinsip moral yang kuat. Integritas menunjukkan adanya *internal consistency*, ada kesesuaian

¹⁰Fasochah, Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada RS Darul Istiqomah Kaliwungu Kendal), (Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi, 2013), h. 1-22.

¹¹Fasochah, Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada RS Darul Istiqomah Kaliwungu Kendal), (Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi, 2013), h. 1-22.

antara apa yang dikatakan dan dilakukan, ada konsistensi antara pikiran dan tindakan. Selain itu integritas menunjukkan adanya ketulusan.¹²

Integritas seringkali berhubungan dengan prinsip seseorang dalam melakukan sesuatu kegiatan. Integritas yang tinggi memungkinkan tidak adanya cela bagi seseorang untuk merusak moralitas. Dalam lembaga perbankan syariah integritas sangat ditanamkan dan diaktualisasikan. Misalnya seorang karyawan bank dilarang menerima imbalan berupa uang sebagai suapan/sogokan ataupun bahkan tanda terima kasih dari nasabah dalam bentuk apapun sebab itu merupakan perbuatan dosa.

3. Konsep Kepercayaan dalam Bank Konvensional

Indonesia saat ini terdapat beberapa jenis perbankan, jenis perbankan dapat dilihat dari cara menentukan harga jual dan harga beli atau dengan kata lain caranya mencari keuntungan. Ditinjau dari cara menentukan harga, saat ini bank terbagi dalam 2 (dua) kelompok besar, yaitu bank konvensional dan bank syariah. Bank konvensional menggunakan prinsip konvensional (barat), sedangkan bank syariah menggunakan prinsip syariah Islam yang berlandaskan pada Al-Quran dan Sunnah Rasul.¹³

Kepercayaan yang terjalin antara nasabah dengan pihak bank konvensional yang mempengaruhi umumnya sama. Ketika terjalin komunikasi yang baik dan intensif, yang mana bank mampu memberikan pelayanan dan mengerti kebutuhan-kebutuhan nasabah, maka dapat memunculkan

¹²Fasochah, Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada RS Darul Istiqomah Kaliwungu Kendal), (Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi, 2013), h. 1-22..

¹³Kasmir. *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana, 2005)

kepercayaan bank. Sebagaimana konsep di atas, kepercayaan merupakan aspek psikologis yang antara kedua pihak yang mana keduanya dapat saling memberikan manfaat.

B. Upaya Menjaga Kepercayaan pada Bank Syariah dan Bank Konvensional

Bank yang selalu berusaha menjaga kinerjanya dengan baik terutama tingkat profitabilitas yang tinggi dan mampu membagikan dividen dengan baik serta prospek usahanya dapat selalu berkembang dengan baik, maka kemungkinan nilai saham dari bank yang bersangkutan di pasar sekunder dan jumlah dana dari pihak ketiga yang berhasil dikumpulkan akan naik. Kenaikan nilai saham dan jumlah dana pihak ketiga ini merupakan salah satu indikator naiknya kepercayaan masyarakat kepada bank yang bersangkutan.

Upaya membangkitkan kepercayaan masyarakat terhadap pelayanan publik menurut David Osborne adalah sebagai berikut :¹⁴

1. Masyarakat perlu diyakinkan bahwa birokrasi bukanlah gambaran tentang “keboboran” dan pemerintah harus dipandang
2. Sebagai suatu mekanisme manajemen yang mampu mewujudkan aspirasi-aspirasi masyarakat.
3. Masyarakat perlu diyakinkan bahwa untuk meningkatkan kualitas budaya secara menyeluruh dibutuhkan pemerintah yang efektif, produktif dan efisien, kondisi ekonomi yang semakin sehat dan fungsi pemerintah semakin meluas.

¹⁴Zaenal Mukharom, Manajemen Pelayanan Publik, (Bandung, CV Pustaka Setia, 2015), h. 152-153.

4. Masyarakat perlu diyakinkan bahwa kondisi SDM (aparatur pemerintah) bukan suatu sentral permasalahan dalam kayanan publik, melainkan permasalahan terletak pada sistem.
5. Masyarakat harus diyakinkan bahwa pandangan liberalisme adalah tradisional atau liberalisme konservatif dan skrip liberalism perlu mendapat tempat lebih besar dan kinerja pelayanan publik. Jadi, perlu pertimbangan yang dapat diterima oleh masyarakat secara menyeluruh.
6. Masyarakat perlu diyakinkan bahwa setiap anggota memiliki peluang yang sama untuk mendapatkan pelayanan publik pada berbagai bidang publik.

Upaya menjaga kepercayaan nasabah terhadap bank konvensional dan bank syariah umumnya sama yakni berusaha menampilkan kualitas pelayanan dengan baik. Pelayanan yang baik dan konsisten akan mempertahankan kepercayaan nasabah. Yang pada intinya akibat dari kepercayaan nasabah ke bank akan memberikan dampak peningkatan terhadap profitabilitas bank, semakin banyak nasabah yang loyal, maka semakin banyak pula dana yang dapat dikelola, begitupun sebaliknya, semakin sedikit nasabah yang loyal, maka semakin sedikit pula dana yang dikelola. Sedangkan besar kecilnya profitabilitas dapat ditentukan dari besar kecilnya dana yang dapat dijlankan.

C. Konsekuensi Hukum atas Ketidakpercayaan Bank Syariah dan Bank Konvensional

Pada prinsipnya hubungan antara bank dan nasabah penyimpan dananya dilandasi hubungan kepercayaan, yang lazimnya disebut *fiduciary relation*. Bank terutama bekerja dengan dana dari masyarakat yang disimpan padanya atas dasar

kepercayaan, sehingga setiap bank perlu terus menjaga kesehatannya dengan tetap memelihara dan mempertahankan kepercayaan masyarakat padanya. Kemauan masyarakat untuk menyimpan sebagian uangnya di bank, semata-mata dilandasi oleh kepercayaan bahwa uangnya akan dapat diperolehnya kembali pada waktu yang diinginkan yang disertai dengan imbalan pula. Apabila kepercayaan nasabah penyimpan dana terhadap suatu bank telah berkurang, tidak tertutup kemungkinan akan terjadi rush terhadap dana yang disimpannya.¹⁵

Ketidakpercayaan pada industri perbankan dapat menjadikan industri tersebut ambruk dalam waktu sekejap. Saat ini Indonesia sedang merasakan betul arti penting kepercayaan pada dunia perbankan: sebuah pelajaran yang harus dibayar dengan mahal. Sesungguhnya hubungan antara bank dan nasabah penyimpan dana bukan sekadar hubungan kontraktual biasa antara debitur (bank) dan kreditor (nasabah penyimpan dana) yang diliputi oleh asas-asas umum dari hukum perjanjian, tetapi juga hubungan kepercayaan yang diliputi asas kepercayaan. Pengakuan tersebut membawa konsekuensi bahwa hubungan antara bank tidak boleh hanya memperhatikan kepentingannya sendiri semata-mata, tetapi juga harus memperhatikan kepentingan nasabah penyimpan dana.¹⁶ Jika nasabah menunda-nunda pembayaran dengan sengaja, atau jika salah satu pihak tidak menunaikan kewajibannya, maka penyelesaiannya dilakukan melalui Badan Arbitrasi Syari'ah setelah tidak tercapai kesepakatan melalui musyawarah.¹⁷

¹⁵S. Gazali Djoni dan Rachmadi Usman, *Hukum Perbankan*, Cet.ke-1, (Jakarta: Sinar Grafika, 2010), h. 566.

¹⁶S. Gazali Djoni dan Rachmadi Usman, *Hukum Perbankan*, Cet.ke-1 (Jakarta: Sinar Grafika, 2010), h. 568.

¹⁷DSN-MUI, Fatwa DSN-MUI No: 04/DSN-MUI/IV/2000, pasal 5, ayat 3 (17 Oktober 2018)

Bentuk penanganan nasabah yang bermasalah pada bank syariah adalah dengan dimusyawarahkan, namun jika belum terjadi kesepakatan, maka diselesaikan melalui Badan Arbitrase Syariah. Sedangkan pada bank konvensional, musyawarah dilakukan dengan melakukan *maintenance* kepada pihak nasabah terkait kesanggupan bayar nasabah. Jalan keluar terhadap kendala nasabah yang susah membayar angsuran ada beberapa, melalui restrukturisasi, *rescheduling*, rekondisi dan sebagainya. Namun, ketika jalan itu tidak menyelesaikan masalah, maka sebagai bank yang tentunya mengupayakan untuk tidak rugi maka jalan terakhir adalah melelang jaminan.

Dalam Kasmir Penyelamatan terhadap kredit macet dilakukan dengan cara antara lain:¹⁸

1. *Rescheduling*

a. Memperpanjang jangka waktu kredit

Dalam hal ini si debitur memberikan keringanan dalam masalah jangka waktu kredit misalnya perpanjangan jangka waktu kredit dari 6 bulan menjadi 1 tahun sehingga si debitur mempunyai waktu yang lebih lama untuk mengembalikan.

b. Memperpanjang jangka waktu angsuran

Memperpanjang angsuran hampir sama dengan jangka waktu kredit. Dalam hal ini jangka waktu angsuran kreditnya di perpanjang pembayarannya pun misalnya dari 36 kali menjadi 48 kali dan hal ini tentu

¹⁸Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada), 2008, h. 131.

saja jumlah angsuran pun menjadi mengecil seiring dengan penambahan jumlah angsuran.

2. *Reconditioning*

Dengan cara mengubah berbagai persyaratan yang ada seperti :

- a. Kapasitas bunga, yaitu bunga dijadikan hutang pokok.
- b. Penundaan pembayaran bunga sampai waktu tertentu.

Dalam hal ini penundanaan pembayaran bunga sampai waktu tertentu, maksudnya hanya bunga yang dapat ditunda pembayarannya, sedangkan pokok pinjamannya tetap harus dibayar seperti biasa.

- c. Penurunan suku bunga

Penurunan suku bunga dimaksud agar lebih meringankan beban nasabah. Penurunan suku bunga akan mempengaruhi jumlah angsuran yang semakin mengecil, sehingga diharapkan dapat membantu meringankan nasabah.

- d. Pembebasan bunga

Dalam pembebasan suku bunga diberikan kepada nasabah dengan pertimbangan nasabah sudah akan mampu lagi membayar kredit tersebut. Akan tetapi nasabah tetap mempunyai kewajiban membayar pokok pinjamannya sampai lunas.

3. *Restructuring*

Restructuring merupakan tindakan bank kepada nasabah dengan cara menambah modal nasabah dengan pertimbangan nasabah memang

membutuhkan tambahan dana dan usaha yang dibiayai memang masih layak. Tindakan ini dengan menambah jumlah kredit, dengan menambah *equity*.

4. Kombinasi

Merupakan kombinasi dari ketiga jenis yang diatas.

5. Penyitaan jaminan

Penyitaan jaminan merupakan jalan terakhir apabila nasabah sudah benar-benar tidak punya etiked baik ataupun sudah tidak mampu lagi untuk membayar semua hutang-hutangnya.

