

BAB II

LANDASAN TEORI

1. Mudharabah

A. Pengertian Mudharabah

Menurut Abdur Rachman L. Doi, mudharabah dalam terminologi hukum adalah suatu kontrak di mana suatu kekayaan (property) atau persediaan (stock) tertentu (Ras Al-mal) ditawarkan oleh pemiliknya atau pengurusnya (Rab Almal) kepada pihak lain untuk membentuk suatu kemitraan (joint partnership) yang di antara kedua pihak dalam kemitraan itu akan terbagi keuntungan. Pihak yang lain berhak untuk mendapatkan keuntungan karena kerjanya mengelola kekayaan itu. Orang ini disebut mudharib. Perjanjian ini adalah suatu contract of co-part-nership.¹

B. Jenis Jenis Mudharabah

Para ahli fiqh membagi mudharabah pada *mudharabah muqayyadah* dan *mudharabah muthlaqah*.

1. Mudharabah muqayyadah adalah *shahibul mal* membatasi kepada *mudharib* dengan batasan jenis usaha, waktu, atau tempat usaha
2. *Mudharabah Muthlaqah* adalah bentuk kerja antara *shahibul mal* dan *mudharib* yang cakupannya sangat luas dan tidak dibatasi oleh spesifikasi jenis usaha, waktu, dan daerah bisnis.²

C. Landasan Hukum

1. Al – Quran

وَآخِرُونَ يَضْرِبُونَ فِي الْأَرْضِ يَبْتَغُونَ مِنْ فَضْلِ اللَّهِ

(QS. Al – Muzammil ayat 20)

¹ Sutan Remi Sjahdeini, *Perbankan Islam dan Kedudukannya dalam Tata Hukum Perbankan Indonesia*, Jakarta : Temprint, 1999. hlm. 26

² Ahmad Dahlan, *Bank Syariah Teoritik, Praktik, Kritik*, Yogyakarta: Teras, 2012, hlm.

Artinya :... Sebagian dari mereka orang – orang yang berjalan di muka bumi mencari sebagian karunia Allah Swt...

Jika merujuk pada factor historis, praktik Mudharabah atau Secara umum *Syirkah* sebenarnya telah dipraktikkan oleh kebiasaan masyarakat sebelum kedatangan rasulullah Saw., dijelaskan oleh Ibrahim Fadhl al – Dabu, islam kemudian menetapkan *Syirkah* ini sebagai bagian dari muamalah islam. Penetapan syariahnya secara umum dirujuk pada dalil al – Quran³ :

وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ (QS. Shad 38 :24)

Artinya : “Sesungguhnya dia telah berbuat zalim kepadamu dengan meminta kambingmu itu untuk ditambahkan kepada kambingnya. Dan sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebahagian mereka berbuat zalim kepada sebahagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang saleh; dan amat sedikitlah mereka ini”. Dan Daud mengetahui bahwa Kami mengujinya; maka ia meminta ampun kepada Tuhannya lalu menyungkur sujud dan bertaubat.

D. Aplikasi Mudharabah Dalam Perbankan Syariah

Dalam mengaplikasikan mudharabah, penyimpan atau deposan bertindak sebagai shahibul maal (pemilik modal) dan bank sebagai mudharib (pengelola). Dana tersebut digunakan bank untuk melakukan pembiayaan mudharabah atau ijarah seperti yang telah dijelaskan terdahulu. Dapat pula dana tersebut digunakan bank untuk melakukan pembiayaan mudharabah. Hasil usaha ini akan dibagi hasilkan

³ Ibid, hlm. 130 -131.

berdasarkan nisbah yang disepakati. Bila bank menggunakannya untuk melakukan pembiayaan mudharabah, maka bank bertanggung jawab atas kerugian yang terjadi.⁴

2. Deposito Syariah

A. Pengertian Deposito

Selain giro dan tabungan, produk perbankan syariah lainnya yang termasuk produk penghimpunan dana (*funding*) adalah deposito. Berdasarkan Undang- Undang Nomor 10 tahun 1998 tentang perubahan atas Undang- Undang nomor 7 Tahun 1992 tentang perbankan, yang dimaksud dengan Deposito berjangka adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu- waktu tertentu menurut perjanjian antara penyimpan dengan bank yang bersangkutan.⁵

Deposito adalah harta benda atau uang yang diberikan ke dalam penguasaan bank untuk pengamatan, investasi atau sebagai agunan. Bila seseorang mendepositokan uang kesuatu bank, maka uang tersebut merupakan harta milik bank dan hubungan antara bank dengan orang tersebut sama dengan hubungan antara pihak utang dengan pihak piutang.⁶

Akad

Mudharabah Mutlaqah Transaksi penanaman dana dari pemilik dana (*shahibul maal*) kepada pengelola dana (*mudharib*) untuk melakukan kegiatan usaha tertentu yang sesuai syariah, dengan pembagian hasil usaha antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang telah disepakati sebelumnya.⁷

B. Prinsip Tabungan Deposito

⁴ Heri Sudarsono, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*, Yogyakarta : Ekonisia, 2004, hlm. 59.

⁵ Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014, hlm. 363.

⁶ Ahmad Dahlan, *Bank Syariah Teoritik, Praktik, Kritik*, Yogyakarta: Teras, 2012, hlm. 150.

⁷ Sumar'in, *Konsep Kelembagaan Bank Syariah*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012, hlm. 89.

Transaksi penanaman dana dari pemilik dana (*shahibul mal*) kepada pengelola dana (*mudharib*) untuk melakukan kegiatan usaha tertentu yang sesuai syariah, dengan pembagian hasil usaha antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang telah disepakati sebelumnya.

C. Tujuan/ Manfaat

1. Bagi bank

sumber pendanaan bank baik dalam rupiah maupun valuta asing dengan jangka waktu tertentu yang lebih lama dan fluktuasi dana yang relative rendah

2. Bagi nasabah

alternative investasi yang memberikan keuntungan dalam bentuk bagi hasil.

D. Analisis dan Identifikasi Rasio

1. Risiko Likuiditas yang disebabkan oleh perbedaan *maturity gap* antara penghimpunan dana dan penyaluran dana cukup besar
2. Risiko displacement (*commercial displacement*) yang disebabkan oleh adanya potensi nasabah memindahkan dananya setelah jatuh tempo yang didorong oleh tingkat bagi hasil riil yang lebih rendah dari tingkat suku bunga
3. Risiko pasar yang disebabkan oleh pergerakan nilai tukar untuk deposito dalam valuta asing.⁸

E. Fatwa No: 03/DSN- MUI/IV/2000 tentang Deposito Menimbang, Mengingat, Memperhatikan, Memutuskan, Menetapkan: Fatwa tentang Deposito

1. *Pertama*: Tabungan ada dua jenis;

⁸ Muhamad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014, hlm. 51-53.

- a. Deposito yang tidak dibenarkan secara syariah, yaitu deposito yang berdasarkan perhitungan bunga.
 - b. Deposito yang di benarkan, yaitu Deposito yang berdasarkan prinsip *Mudharabah*
2. *Kedua*: ketentuan umum tabungan berdasarkan *Mdharabah*:
- a. Dalam transaksi ini nasabah bertindak sebagai *shahibul maal* atau pemilik dana, dan bank bertindak sebagai *mudharib* atau pengelola dana
 - b. Dalam kepastianya sebagai *mudharib*, bank dapat melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan mengembangkannya, termasuk didalamnya *mudharabah* dengan pihak lain
 - c. Modal harus dinyatakan dengan jumlahnya, dalam bentuk tunai dan bukan piutang.
 - d. Pembagian keuntungan harus dinyatakan dalam bentuk nisbah dan dituangkan dalam akad pembukaan rekening
 - e. Bank sebagai *mudharib* menutup biaya operasional deposito dengan menggunakan nisbah keuntungan yang menjadi haknya
 - f. Bank tidak diperkenankan untuk mengurangi nisbah keuntungan nasabah tanpa persetujuan yang bersangkutan.⁹

F. Jenis-jenis Deposito

1. Deposito berjangka (DB)

Merupakan deposito yang diterbitkan menurut jangka waktu tertentu. Jangka waktu deposito biasanya bervariasi mulai dari 1, 2, 3, 6, 12, 18, sampai dengan 24 bulan. Deposito berjangka diterbitkan atas nama baik perorangan maupun lembaga. Artinya, didalam bilyer deposito tercantum nama seseorang atau lembaga. bunga deposito dapat ditarik setiap bulan atau setelah jatuh tempo (jangka waktu) sesuai

⁹ Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah*, Jakarta: Sinar Grafika, 2008, hlm. 245-246.

jangka waktunya, baik ditarik tunai maupun non tunai (pemindah bukuan) dan dikenakan pajak dari jumlah bunga yang diterima.

2. Sertifikat Deposito

Merupakan deposito yang diterbitkan dengan jangka waktu 2,3,6,12, dan 12 bulan. Sertifikat deposito diterbitkan atas unjuk dana dalam bentuk sertifikat dan dapat diperjual belikan atau dipindah tangankan kepada pihak lain. Pencairan bunga sertifikat deposito dapat dilakukan dimuka, baik tunai maupun non tunai. Penerbitan nilai sertifikat deposito sudah tercetak dalam nominal dan biasanya dalam jumlah bulat. Dengan demikian, nasabah dapat membeli dalam lembaran banyak untuk jumlah nominal yang sama.

3. *Deposito On Call (DOC)*

Merupakan deposito yang berjangka waktu minimal 7 hari dan paling lama kurang dari 1 bulan, dan diterbitkan atas nama dan biasanya dalam jumlah yang besar. Misalnya 50juta rupiah (tergantung bank yang bersangkutan). Pencairan bunga dilakukan pada saat pencairan deposito *on call*. Sebelum deposit *on call* dicairkan, terlebih dahulu 3hari sebelumnya nasabah sudah memberitahukan bank penerbit. besarnya bunga biasanya dihitung perbulan dan biasanya untuk menentukan bunga dilakukan negosiasi antara nasabah dan pihak bank.¹⁰

G. Referensi

1. PBI No.7/10/PBI/2001 tentang Penerapan Prinsip Mengenai Nasabah (*Know your customer principles*) beserta ketentuan perubahanya
2. PBI No.7/6/PBI/2005 tentang Transparansi Informasi Produk Bnak dan Penggunaan Data Pribadi Nasabah beserta ketentuan dan perubahanya

¹⁰ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2016, hlm. 75-76.

3. PBI No.9/19/PBI /2007 tentang pelaksanaan prinsip syariah dalam kegiatan penghimpunan dana dan penyaluran dana serta pelayanan jasa bank syariah beserta ketentuan perubahannya

H. Perlakuan akuntansi

1. PSAK No.105. tentang akuntansi mudharabah
2. PAPSI yang berlaku
Berlaku bagi bank umum syariah, unit usaha syariah dan bank pembiayaan rakyat syariah.¹¹

I. Implementasi prinsip mudharabah dalam produk deposito perbankan syariah

1. Bank bertindak sebagai pengelola dana (*mudharib*) dan nasabah bertindak sebagai pemilik dana (*Shahibul maal*)
2. Pengelolaan dana oleh bank dapat dilakukan sesuai batasan – batasan yang ditetapkan oleh pemilik dana (*Mudharabah muqayyadah*) atau dilakukan dengan tanpa batasan – batasan dari pemilik dana (*Mudharabah mutlaqah*)
3. Bank wajib menjelaskan kepada nasabah mengenai karakteristik produk, serta hak dan kewajiban nasabah sebagaimana diatur dalam ketentuan bank Indonesia mengenai transparansi informasi produk bank dan penggunaan data pribadi nasabah
4. Bank dan nasabah wajib menuangkan kesepakatan atas pembukaan dan penggunaan produk tabungan dan deposito atas dasar akad *mudharabah*, dalam bentuk perjanjian tertulis
5. Dalam akad *mudharabah muqayyadah* harus dinyatakan secara jelas syarat – syarat dan batasan tertentu yang ditentukan oleh nasabah
6. Pembagian keuntungan dinyatakan dalam bentuk nisbah yang disepakati

¹¹ Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014, hlm. 54.

7. Penarikan dana oleh nasabah hanya dapat dilakukan sesuai waktu yang ditentukan
8. Bank dapat membebankan kepada nasabah biaya administrasi berupa biaya – biaya yang terkait langsung dengan biaya pengelolaan rekening antara lain (biaya materai, cetak laporan, transaksi, dan saldo rekening, pembukaan dan penutupan rekening)
9. Bank tidak diperbolehkan mengurangi bagian keuntungan nasabah tanpa persetujuan nasabah yang bersangkutan.¹²

J. Sifat-sifat Deposito

1. Deposito mudharabah atau lebih tepatnya deposito investasi mudharabah merupakan investasi melalui tabungan pihak ketiga (perseorangan atau badan hukum) yang penarikannya hanya dapat dilakukan dalam jangka waktu tertentu jatuh tempo, dengan mendapatkan imbalan bagi hasil.
2. Imbalan dibagi dalam bentuk berbagai pendapatan (*revenue sharring*) atas penggunaan dan tersebut secara syariah dengan proporsi pembagian katakanlah 70 : 30, 70% untuk deposan dan 30% untuk bank.
3. Jangka waktu Deposito mudharabah berjangka berkisar antara 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan dan 12 bulan.¹³

K. Strategi Pemasaran Deposito

1. Strategi Produk (Product)

Strategi produk secara umum diartikan sebagai sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Artinya apa pun wujudnya, selama itu dapat memenuhi keinginan pelanggan dan kebutuhan kita katakan sebagai produk. Menurut Simorangkir (1992) yang dikutip Dendrawijaya (2001 : hal 72), Produk perbankan adalah

¹² Khotibul Umam, *Perbankan Syariah: Dasar-dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia*, Jakarta, PT RajaGrafindo Persada, 2016, hlm. 97-98

¹³ Karnaen A. Perwataatmadja dan Muhammad Syafi'I Antonio, *Apa dan Bagaimana Bank Islam*, Yogyakarta, Dana Bhakti Wakaf, 1992, hlm. 20-21.

instrumen atau perangkat yang dibeli dan dijual oleh bank sangat banyak jumlahnya, karena bank dapat menciptakan berbagai jenis produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah. Produk yang diinginkan pelanggan adalah produk yang berkualitas tinggi. Artinya produk yang ditawarkan oleh bank ke nasabahnya memiliki nilai yang lebih baik dibandingkan dengan produk pesaing. Selain itu, kelengkapan jenis produk bank yang ditawarkan sangat tergantung dari kemampuan bank itu sendiri. Semakin lengkap produk yang ditawarkan akan semakin

baik sehingga untuk memperoleh produk bank, nasabah cukup mendatangi satu bank saja. Dalam strategi produk bank harus dapat memodifikasi produk yang sudah ada menjadi lebih menarik. Atau bank pun dapat menciptakan produk baru. Strategi produk biasanya dimulai dari penciptaan logo dan motto yang dibuat semarak mungkin. Kemudian menciptakan merek terhadap produk yang ditawarkan. Strategi produk merupakan strategi pemasaran lainnya. Yang perlu diperhatikan dalam strategi produk ini adalah mengembangkan produk baru, hal ini harus dilakukan karena persaingan antar bank yang semakin ketat disebabkan nasabah sudah cukup kritis dan pandai membandingkan-bandingkan produk bank yang satu dengan yang lainnya.

2. Strategi Harga (Price)

Harga salah satu aspek penting dalam kegiatan marketing mix. Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya produk dan jasa perbankan. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan. Dalam perbankan penetapan harga adalah penetapan tingkat suku bunga yang terdiri dari bunga tabungan dan bunga kredit. Bunga tabungan merupakan biaya dana yang harus dikeluarkan kepada nasabah sedangkan bunga pinjaman merupakan pendapatan yang diterima dari nasabah.

Penentuan harga oleh suatu bank dimaksudkan untuk berbagai tujuan yang hendak dicapai. Secara umum tujuan penentuan harga adalah sebagai berikut (Kasmir 2003 : hal 198) :

a. Untuk Bertahan Hidup

Dalam hal ini bank menentukan harga semurah mungkin dengan maksud produk atau jasa yang ditawarkan laku dipasaran.

b. Untuk Memaksimalkan Laba

Tujuan harga ini dengan mengharapkan penjualan yang meningkat sehingga laba dapat ditingkatkan. Penentuan harga biasanya dapat dilakukan dengan harga murah atau tinggi.

c. Untuk Memperbesar *Market Share*

Penentuan harga ini dengan harga yang murah sehingga diharapkan jumlah pelanggan meningkat dan diharapkan pula pelanggan pesaing beralih ke produk yang ditawarkan seperti penentuan suku bunga tabungan yang lebih tinggi dari pesaing.

d. Mutu Produk

Tujuan adalah untuk memberikan kesan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan memiliki kualitas yang tinggi dan biasanya harga jual ditentukan setinggi mungkin.

e. Karena Pesaing

Dalam hal ini penentuan harga dengan melihat harga pesaing. Tujuannya adalah agar harga yang ditawarkan jangan melebihi harga pesaing artinya bunga tabungan diatas pesaing dan bunga pinjaman di bawah pesaing.

3. Strategi Lokasi (Place)

Penentuan lokasi bagi industri perbankan lebih ditekankan kepada lokasi cabang. Penentuan lokasi kantor cabang bank dilakukan untuk cabang utama, cabang pembantu atau kantor kas. Penentuan lokasi kantor beserta sarana dan prasarana pendukung menjadi sangat penting, hal ini disebabkan agar nasabah mudah

menjangkau setiap lokasi bank yang ada. Demikian pula sarana dan prasarana harus memberikan rasa yang nyaman dan aman kepada seluruh nasabah yang berhubungan dengan bank. Pemilihan lokasi sangat penting mengingat apabila salah dalam menganalisis akan berakibat meningkatnya biaya yang akan dikeluarkan nantinya. Lokasi yang tidak strategis akan mengurangi minat nasabah untuk berhubungan dengan bank.

4. Strategi Promosi (Promotion)

Promosi merupakan kegiatan marketing mix yang terakhir. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan ketiga kegiatan diatas, baik produk, harga, dan lokasi. Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung. Tanpa promosi jangan diharapkan nasabah dapat mengenal bank. Oleh karena itu promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru.

Kasmir (2003 : hal 213) menyatakan bahwa ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh setiap bank dalam mempromosikan baik produk maupun jasanya yaitu :

- a. Periklanan (Advertising)
- b. Promosi Penjualan (Sales Promotion)
- c. Publisitas (Publicity)
- d. Penjualan Pribadi (Personel Selling)
- e. Customer Service.¹⁴

¹⁴ <https://sonny86.wordpress.com/2009/03/13/strategi-pemasaran-tabungan-studi-kasus-pada-bank-tabungan-negara-cabang-padang/> diakses pada tanggal 3 mei 2017 pukul 20:30 Wib