

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Pengertian Faktor**

Faktor adalah hal (keadaan, peristiwa) yang ikut menyebabkan (mempengaruhi) terjadinya sesuatu.<sup>1</sup>

Faktor- faktor yang mempengaruhi timbulnya minat, cukup banyak faktor-faktor dapat mempengaruhi timbulnya minat terhadap sesuatu, dimana secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu yang bersumber dari dalam diri individu yang bersangkutan dan yan berasal dari luar mencakup lingkungan keluarga, lingkungan sekolah, dan lingkungan masyarakat.

Beberapa faktor yang mempengaruhi minat, yaitu:<sup>2</sup>

- a. Perbedaan pekerjaan, artinya dengan adanya perbedaan pekerjaan seseorang dapat memperkirakan minatterhadap tingkat pekerjaan yang ingin dicapainya, aktivitas yang dilakukan, penggunaan waktu senggangnya, dan lain-lain.
- b. Perbedaan sosial ekonomi, artinya seseorang mempunyai sosial ekonomi tinggi akan lebih mudah mencapai apa

---

<sup>1</sup> <http://kbbi.web.id/faktor> diakses 5 mei 2017 pukul 11:43

<sup>2</sup> Malayu Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta : Bumi Aksara,2008), hlm.205.

yang diinginkannya daripada yang mempunyai sosial ekonomi rendah.

- c. Perbedaan hobi atau kegemaran, artinya bagaimana menggunakan waktu senggangnya.
- d. Perbedaan jenis kelamin, artinya minat wanita akan berbeda dengan minat pria.
- e. Perbedaan usia, artinya usia anak-anak, remaja, dewasa dan orang tua akan berbeda minatnya terhadap suatu barang, aktivitas, benda, dan seseorang.

## **B. Pengertian Dampak**

Menurut Hiro Tugiman dampak adalah sesuatu yang bersifat objektif, dampak merupakan sebuah konsep pengawasan internal sangat penting, yang dengan mudah dapat diubah menjadi sesuatu yang dipahami dan ditanggapi secara serius oleh manajemen. Sedangkan menurut Schemel (1976) Dampak adalah tingkat perusakan terhadap tata-guna tanah lainnya yang ditimbulkan oleh suatu pemanfaatan lingkungan tertentu.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> <http://www.lepank.com/2012/07/pengertian-dampak-menurut-beberapa-ahli.html> diakses 5 mei 2017 pukul 11 : 54

### C. Pengertian Nasabah/Anggota

Nasabah dapat didefinisikan sebagai orang atau badan hukum yang mempunyai rekening, baik rekening simpanan atau pinjaman pada pihak bank. Sehingga nasabah merupakan orang yang bisa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank. Sementara konsumen adalah seseorang atau sekelompok orang yang membeli suatu produk untuk dipakai sendiri dan tidak untuk dijual kembali. Konsumen dapat diartikan sebagai siapa saja yang berkepentingan dengan produk layanan yang ditawarkan oleh perusahaan. Konsumen dapat berupa individu (perorangan), pemerintah, maupun swasta. Konsumen atau nasabah merupakan salah satu indikator keberhasilan maju tidaknya suatu perusahaan.<sup>4</sup>

Perilaku Nasabah (*Consumer Behavior*) menurut Bagozzi dan Zaltman adalah tindakan-tindakan, proses, dan hubungan sosial yang ditampilkan oleh individu, kelompok, dan organisasi dalam mendapatkan atau menggunakan suatu produk atau lainnya sebagai suatu akibat dari pengalamannya dengan produk, pelayanan, dan dengan sumber-sumber lainnya.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung : Alfabeta, 2012), hlm.189.

<sup>5</sup> Herry Sutanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hlm. 306.

Perusahaan harus menempatkan konsumen sebagai raja dalam perusahaan, sehingga setiap elemen perusahaan harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen. Persaingan bisnis pada saat ini semakin tajam, setiap perusahaan harus lebih aktif dan lebih agresif dalam merebutposisi pasar dan memenangkan persaingan. Konsep pemasaran perusahaan telah bergeser *product oriented* menjadi *customer oriented* artinya :tidak hanya memperhatikan mutu/kualitas dari produk tetapi juga memperhatikan kepuasan nasabahnya. Konsep *customer oriented* dapat diterapkan pada perusahaan yang dapat menghasilkan produk dan mutlak diterapkan pada perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Bentuk dari konsep *customer oriented* ini adalah perusahaan harus lebih memperhatikan nasabahnya dengan cara memberikan *pelayanan prima* dan selalu menjalin hubungan yang baik sehingga memuaskan keinginan dan kebutuhan nasabah.

Dalam dunia bisnis setiap orang memiliki konsumen mereka yang membeli, menggunakan atau mendapatkan manfaat dari apapun yang diproduksi atau dihasilkan oleh perusahaan dan melayani konsumen merupakan hal paling penting yang harus dilakukan oleh perusahaan termasuk perbankan. Perusahaan harus mampu menjadikan konsumen/nasabah menganggap mereka lebih dari sekedar

penjual produk, namun mampu membangun kerjasama yang efektif antara keduanya. Konsumen berharap ada pihak yang datang untuk dapat membantu mereka mengidentifikasi masalah-masalah bisnis yang senantiasa muncul kemudian mampu memberikan solusi untuk mengatasinya dalam rangka mencapai tujuan dan sasaran yang dikehendaki.<sup>6</sup>

Seorang pelanggan yang puas adalah pelanggan yang merasa mendapat value (nilai) dari produsen atau penyedia jasa. Nilai ini bisa berasal dari produk, pelayanan, sistem, atau sesuatu yang bersifat emosi. Jika pelanggan mengatakan bahwa nilai adalah produk yang berkualitas, maka kepuasan akan terjadi kalau pelanggan mendapatkan produk yang berkualitas.

Suatu bisnis perusahaan yang sangat fokus pada pelanggan terletak pada hubungan yang sangat dekat dan erat dengan pelanggannya, melalui peningkatan pemberian dan penyerahan kepuasan pelanggan yang sekaligus dapat membentuk loyalitas pelanggan. Upaya pemasaran dalam bisnis perusahaan yang dipusatkan pada kebutuhan pelanggan, pada akhirnya dapat membentuk kepuasan pelanggannya.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran...*, hlm. 190-191.

<sup>7</sup> Sofjan Assauri, *Strategic Marketing*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm. 5.

Manfaat utama dari fokus pelanggan yang kuat dan tingkat kepuasan pelanggan adalah tercapainya tingkat loyalitas pelanggan yang tinggi. Dengan loyalitas pelanggan, prioritas yang diutamakan adalah menjaga hubungan baik dan berkelanjutan dengan para pelanggan. Suatu bisnis perusahaan dengan fokus pelanggan yang kuat akan menjadikan kedudukan terbaik bagi perusahaan untuk pengembangan dan pengimplementasian strategi dalam menyerahkan dan menyampaikan tingkat kepuasan yang tinggi dan loyalitas pelanggan.<sup>8</sup>

Loyalitas pelanggan merupakan kecenderungan pelanggan untuk memilih nilai organisasi yang ditawarkan di atas alternatif tawaran organisasi pesaing. Loyalitas pelanggan juga menunjukkan kecenderungan organisasi mendapatkan hasil imbalan dari pilihan berkelanjutan pelanggan atas tawaran tertentu. Dengan tingkat loyalitas yang diprediksi akan diperoleh suatu asumsi atas nilai waktu kehidupan pelanggan.

Menciptakan dan mempertahankan pelanggan yang loyal, merupakan jantung setiap bisnis. Manajer terus berupaya untuk membina pelanggan loyal, yang merupakan pelanggan retensi dengan kemampuan untuk dapat memberikan rekomendasi. Upaya tersebut dilakukan oleh

---

<sup>8</sup> Assauri, *Strategic Marketing...*, hlm. 7.

manajer, karena manajer yakin bahwa pelanggan merupakan dasar dari pusat laba perusahaan, sehingga perusahaan perlu lebih berorientasi pada pelanggan.<sup>9</sup>

Jika nilai bagi pelanggan adalah kenyamanan maka kepuasan akan datang apabila pelayanan yang diperoleh benar-benar dapat membuat konsumen tersebut merasa nyaman. Kalau nilai dari pelanggan adalah harga yang murah maka pelanggan akan puas kepada produsen yang memberikan harga yang paling kompetitif. Jika nilai dalam perbankan bagi pelanggan adalah kemudahan bertransaksi, maka kepuasan pelanggan akan didapat pada bank yang mampu memberikan kemudahan yang lebih dalam bertransaksi finansial yang dilakukan. Atau jika nilai bagi nasabah adalah tingkat *return*, maka tingkat *return* yang tinggi lah yang mampu memberikan kepuasan baginya.<sup>10</sup>

Terciptanya kepuasan konsumen/nasabah dapat memberikan manfaat, diantaranya :

1. Terjadinya hubungan yang harmonis antara konsumen/nasabah dengan perusahaan.
2. Terciptanya loyalitas konsumen/nasabah terhadap perusahaan, sehingga ia tidak akan berpaling kepada perusahaan lain.

---

<sup>9</sup> Assauri, *Strategic Marketing...*, hlm. 15.

<sup>10</sup> Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran...*, hlm. 194.

3. Terjadinya suatu bentuk isu public yang positif dari mulut ke mulut (word of mouth).
4. Terjadinya pembelian ulang (repeated sales).

Kepuasan pelanggan/nasabah terkait dengan kualitas pelayanan internal dan kepuasan pelayanan internal karyawan tentu akan mendorong kepuasan karyawan. Kepuasan karyawan akan mendorong bangkitnya loyalitas karyawan pada perusahaan. Selanjutnya loyalitas karyawan akan berdampak pada peningkatan produktivitas. Produktivitas karyawan akan menciptakan dan menentukan kepuasan pelanggan/nasabah. Akhirnya kepuasan pelanggan ini akan menciptakan loyalitas pelanggan/nasabah.<sup>11</sup>

Kiat-kiat menjalin hubungan dengan nasabah antara lain :

1. Ketahuilah hobi, kesukaan, dan kebiasaannya  
Untuk mengambil hati orang lain agar bank dapat disenangi serta dapat bekerjasama, ingat-ingatlah bahwa perhatian pribadi mereka itu berbeda dengan perhatian bank itu sendiri.
2. Tunjukkan rasa hormat

---

<sup>11</sup> Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran...*, hlm. 199-200.



Sempatkan diri kepada setiap karyawan bank untuk menunjukkan hormat dan perhatian. Tunjukkan bahwa bank mengetahui dan mengerti siapa nasabah tersebut sebelumnya dan tunjukkan bahwa bank menjunjung tinggi mereka. Menghormati nasabah tidak akan menghilangkan kehormatan diri bank. Misalkan senyum dan salam kepada setiap nasabah yang masuk kedalam bank.

3. Ingat pengalaman dan kebutuhannya  
Bila bank ingin mendapatkan perhatian nasabah serta meyakinkannya dekatilah nasabah melauli pengalaman hidupnya dan kebutuhannya. Apabila nasabah sudah memiliki pengalaman yang buruk dengan bank, maka ia tidak akan mau berhubungan lagi dengan bank tersebut.
4. Gunakan bahasanya  
Berbicaralah dengan bahasa pikiran dan sudut pandang nasabah, bukan menggunakan ukuran pikiran atau sudut pandang kita. Apabila nasabah yang ada dihadapi adalah nasabah dengan tingkat pendidikan yang tidak terlalu tinggi, maka jangan gunakan bahasa perbankan yang terlalu teknis.
5. Pancing nasabah agar tidak tertutup  
Cara mudah untuk mempengaruhi seseorang adalah dengan membuat mereka terkesan dengan memancing nasabah untuk berbicara mengenai urusan, permasalahan,

pengetahuan, dan pendapat mereka. Berusahalah menjadi pendengar yang baik.

6. Jadikanlah nasabah orang penting

Tunjukkan kepada nasabah apabila kita menganggap nasabah orang yang penting, perhatikan bahwa kita benar-benar menyukainya dan tertarik kepadanya.

7. Jagalah harga dirinya

Bila kita harus menyampaikan berita jelek atau yang akan mengecewakan nasabah, hati-hatilah melindungi harga dirinya. Selamatkan harga diri seseorang, hindari keinginan kita untuk merasa/ingin menunjukkan bahwa kita lebih pandai dan lebih penting.

8. Bunuhlah rasa sombong anda

Bunuhlah rasa sombong dengan menanamkan keyakinan bahwa masih banyak orang lain yang lebih baik dari kita dan manusia itu adalah makhluk yang memiliki banyak kekurangan.

9. Biarlah penghargaan datang sendirinya

Kita mungkin sudah berbuat sesuatu buat nasabah, namun janganah kita meminta penghargaan, tetapi biarkanlah penghargaan itu datang dengan sendirinya dan jangan terlalu diharapkan. Berbuatlah sesuatu kepada nasabah dan

berpikirlah bahwa mereka tidak akan memberikan sesuatu.<sup>12</sup>

#### **D. Pengertian Produk**

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan, atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk mencakup lebih dari sekedar barang berwujud (dapat dideteksi pancaindra). Kalau didefinisikan secara luas, produk meliputi objek secara fisik, pelayanan, orang, tempat, organisasi, gagasan, atau bauran dari semua wujud di atas.<sup>13</sup>

Produk yang dijual oleh perusahaan merupakan sarana untuk mencapai tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan oleh konsumen. Misalkan nasabah yang menggunakan layanan prioritas dalam suatu bank, maka yang ingin dicapai oleh nasabah tersebut adalah kemudahan atau kenyamanan pelayanan dalam transaksi yang lebih dari yang didapat oleh nasabah biasa baik pelayanan yang sifatnya lebih cepat atau lebih mudah prosedurnya. Dengan layanan prioritas, bantuan yang akan diberikan kepada nasabah adalah

---

<sup>12</sup> Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran...*, hlm. 202-204.

<sup>13</sup> Thamrin Abdullah, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 2013), hlm. 153.

kemudahan dalam bertransaksi, nasabah prioritas tidak perlu antri apabila hendak bertransaksi sebab mempunyai suatu lokettersendiri sehingga mempercepat dan mempermudah proses transaksi.<sup>14</sup>

#### Kasifikasi produk :

##### 1. Produk Konsumen

Produk konsumen adalah apa yang dibeli oleh konsumen akhir untuk konsumen pribadi. Pemasar biasanya mengklasifikasikan lebih jauh barang-barang ini berdasarkan pada cara konsumen membelinya.

##### 2. Produk Industri

Produk Industri adalah barang yang dibeli untuk diproses lebih lanjut atau untuk dipergunakan dalam menjalankan bisnis. Jadi, perbedaan antara produk konsumen dan produk industri didasarkan pada tujuan produk tersebut dibeli.

##### 3. Mutu Produk

Mutu adalah salah satu alat penting bagi pemasar untuk menetapkan posisi. Mutu mempunyai dua dimensi, yaitu tingkat dan konsistensi. Ketika mengembangkan suatu produk, pemasar mula-mula harus memilih tingkat mutu yang akan mendukung posisi produk dipasar sasaran.

---

<sup>14</sup> Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran...*, hlm. 191-192.

#### 4. Sifat-sifat Produk

Suatu produk ditawarkan dengan berbagai sifat. Sifat adalah alat bersaing untuk membedakan produk perusahaan dari produk pesaing.

#### 5. Rancangan Produk

Cara lain untuk menambah nilai bagi pelanggan adalah lewat rancangan produk yang membedakan. Rancangan adalah konsep yang lebih luas ketimbang gaya. Gaya hanya menguraikan tampilan produk.<sup>15</sup>

### **E. Simpanan**

Simpanan/tabungan syariah adalah tabungan yang dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Dalam hal ini, Dewan Syariah Nasional telah mengeluarkan fatwa yang menyatakan bahwa tabungan yang dibenarkan adalah tabungan yang berdasarkan prinsip wadi'ah dan mudharabah.<sup>16</sup> Simpanan tabungan mengizinkan nasabah menyimpan dan menarik kembali uangnya kapan saja, dan tidak mensyaratkan saldo minimum didalam rekening simpanan. Simpanan tabungan tidak mempunyai tanggal jatuh tempo apapun, sehingga uang tunai dapat di tarik kembali

---

<sup>15</sup> Abdullah, *Manajemen Pemasaran...*, hlm. 155-159.

<sup>16</sup> Adiwarman Karim, *Bank Islam*, (Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 2014), hlm.357

kapan saja berdasarkan tuntutan nasabah. Umumnya, lembaga-lembaga keuangan islam menstrukturkan rekening-rekening simpanan tabungan mereka berdasarkan prinsip-prinsip Syariah, baik dalam bentuk simpanan tabungan qardh, wadi'ah yad dhamanah, ataupun mudharabah.<sup>17</sup>

Tabungan juga dapat diartikan simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan atau alatlainnya yang dipersamakan dengan itu. Nasabah jika hendak mengambil simpanannya dapat datang langsung ke bank dengan membawa buku tabungan, slip penarikan, atau melalui fasilitas ATM.<sup>18</sup>

Ada beberapa alasan secara umum yang menyebabkan seseorang menabung di perbankan, yaitu :

- a. Sebagai dana yang disiapkan untuk bisa ditarik kapan saja dan dimana saja.
- b. Untuk membangun kenyamanan dan keamanan karena tersimpan diempat yang terjamin, serta membangun administrasi yang terkontrol.

---

<sup>17</sup> Asyraf Wajdi, *Sistem Keuangan Islam*, (Jakarta : Rajawali Pers,2015), hlm.358.

<sup>18</sup> Khotibul Umam, *Perbankan Syariah*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2016), hlm. 88.

- c. Sebagai penyisihan dana untuk masa depan dengan keuntungan bunga yang bersifat tetap (fixed).<sup>19</sup>

## F. Akad Simpanan *Wadi'ah*

Tabungan *wadi'ah* adalah titipan pihak ketiga dari bank syariah yang penarikannya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati dengan kuitansi, kartu ATM, sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan cara pemindah bukuan.<sup>20</sup> Tabungan *wadi'ah* merupakan tabungan yang dijalankan berdasarkan akad *wadi'ah*, yakni titipan murni yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat sesuai dengan kehendak pemiliknya.<sup>21</sup>

*Wadi'ah* dapat diartikan sebagai titipan dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penyimpan menghendakinya. Tujuan dari perjanjian tersebut adalah untuk menjaga keselamatan barang dari suatu kehilangan, kemusnahan, kecurian dan sebagainya. Yang dimaksud dengan “barang” disini adalah suatu yang berharga seperti

---

<sup>19</sup> Irham Fahmi, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta : Mitra Wacana Media, 2015)

<sup>20</sup> Wiroso, *Penghimpunan Dana dan Distribusi Hasil Usaha Bank Syariah*, (Jakarta : PT Grasindo, 2005), hlm. 22.

<sup>21</sup> Karim, *Bank Islam...*, hlm. 357.

uang, dokumen, sura berharga dan barang lain yang berharga di sisi islam.<sup>22</sup>

Wadi'ah terdiri dari dua jenis, yaitu *wadi'ah yad al amanah* dan *wadi'ah yad al dhamanah*.

1. *Wadi'ah yad al amanah* dengan karakteristik yaitu merupakan titipan murni dimana barang yang dititipkan tidak boleh digunakan (diambil manfaatnya) oleh penitip, dan sewaktu titipan dikembalikan harus dalam keadaan utuh baik nilai maupun fisik barangnya, serta jika dalam penitipan terjadi kerusakan maka pihak yang menerima titipan tidak dibebani tanggung jawab sedangkan sebagai kompensasi atas tanggung jawab pemeliharaan dapat dikenakan biaya titipan.
2. *Wadi'ah yad al dhamanah* dengan karakteristik yaitu merupakan pengembangan dari wadi'ah yad al amanah yang di sesuaikan dengan aktifitas perekonomian. Penerima titipan diberi izin untuk menggunakan dan mengambil manfaat dari titipan tersebut (tidak idle). Penyimpanan mempunyai kewajiban untuk bertanggung jawab terhadap kehilangan/kerusakan barang tersebut. Semua keuntungan yang diperoleh dari titipan tersebut menjadi hak penerima titipan. Sebagai imbalan kepada

---

<sup>22</sup> Wiroso, *Penghimpunan Dana dan Distribusi...*, hlm. 20.



pemilik barang/dana dapat diberikan semacam intensif berupa bonus yang tidak disyaratkan sebelumnya.<sup>23</sup>

*Wadi'ah* dipraktikkan di bank-bank yang menggunakan sistem syariah dengan menggunakan sistem *wadi'ah yad al-dhamabnah*, yaitu titipan dengan resiko ganti rugi. Dengan konsep tersebut, bank syariah menerima titipan dana dari nasabah dan nasabah mengizinkan bank menggunakan dana tersebut untuk di investasikan dengan syarat bila terjadi resiko maka bank memberikan ganti rugi. Konsekuensi dari *wadi'ah yad al-dhamanah* adalah jika uang itu dikelola pihak bank syariah dan mendapat keuntungan, maka seluruh keuntungan menjadi milik bank.<sup>24</sup>

Berdasarkan fatwa DSN-MUI ini tabungan yang dibenarkan secara syariah adalah yang berdasarkan prinsip *wadi'ah*, dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. Bersifat simpanan
- b. Simpanan bisa diambil kapan saja (on call) atau berdasarkan kesepakatan

---

<sup>23</sup> Wiroso, *Penghimpunan Dana dan Distribusi...*, hlm. 22-23.

<sup>24</sup> Sutan Remy, *Perbankan Syariah*, (Jakarta : Prenadamedia Group,2014), hlm. 357.

- c. Tidak ada imbalan yang disyaratkan, kecuali dalam bentuk pemberian ('athaya) yang bersifat suka rela dari pihak bank.<sup>25</sup>

### Dasar Hukum Wadi'ah (Penitipan Barang)

Adapun dalil dibolehkannya melakukan transaksi wadi'ah adalah ayat dan Hadits sebagai berikut : firman Allah Swt. yang berbunyi :

﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ۝﴾

Artinya :

*“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”. (QR. An-Nisa :58)*

Hadits Nabi Saw

---

<sup>25</sup> Umam, *Perbankan Syariah...*, hlm. 92.

*“Laksanakanlah amanat dari orang yang memberi amanat tersebut kepadamu dan janganlah kamu mengkhianati orang yang telah mengkhianatimu”*.(HR. abu Dawud)

### **Rukun dan Syarat Wadi’ah**

Rukun *wadi’ah* menurut Hanafiyah adalah ijab dan kabul dengan ungkapan “saya titipkan barang ini kepada anda” atau dengan kalimat “saya minta anda memelihara barang ini”, atau dengan kalimat yang semakna dengan hal ini kemudian pihak lain menerimanya. Rukun *wadi’ah* menurut jumhur ada tiga, yaitu dua orang yang berakad yang terdiri dari penitip dan penerima titipan (*wadi’* dan *muwadi’*), sesuatu yang dititipkan (*wadi’ah* atau *muwada’*), dan *sighat* (*ijab* dan  *kabul*).

Sedangkan syarat-syarat *wadi’ah* adalah:<sup>26</sup>

- a. Dua orang yang berakad (orang yang menitipkan dan yang menerima titipan). Disyaratkan berakal dan *mumayiz* meskipun ia belum baligh, maka tidak sah *wadi’ah* terhadap anak kecil yang belum berakal dan orang gila. Menurut Hanafiyah terhadap orang yang

---

<sup>26</sup> Rozalinda, *Fikih Ekonomi Syariah*,(Jakarta : Rajawali Pers,2016), hlm. 161-162.

melakukan akad *wadi'ah* tidak disyaratkan baligh, maka sah *wadi'ah* terhadap anak kecil yang diizinkan bergadang karena dia telah mampu menjaga harta titipan. Begitu juga dengan menerima titipan dari anak kecil yang mendapat izin. Adapun anak kecil yang *diharju*, dia tidak sah menerima titipan karena ketidakmampuannya untuk memelihara harta titipan. Menurut jumbuhur, apa yang disyaratkan dalam *wadi'ah* sama dengan apa yang disyaratkan dalam wakalah berupa baligh, berakal, dan cerdas.

- b. *Wadi'ah* (sesuatu yang dititipkan). Disyaratkan berupa harta yang bisa diserahterimakan, maka tidak sah menitipkan burung yang ada diudara. Benda yang dititipkan harus benda yang mempunyai nilai (*qimah*) dan dipandang sebagai *mal*.
- c. *Sighat* (ijab dan kabul), seperti “Saya titipkan barang ini kepadamu”. Jawabannya “saya terima”. Namun, tidak disyaratkan lafalkabul, cukup dengan perbuatan menerima barang titipan, atau diam. Diamnya, sama dengan kabul sebagaimana dalam *mu'athah* pada jual beli.

### Sifat akad wadi'ah

Para ulama sepakat, menerima *wadi'ah* hukumnya sunah dan memelihara barang titipan mendapat pahala. Akad *wadi'ah* adalah *amanah* bukan *dhaman* (jaminan/ganti). Orang yang menerima titipan bertanggung jawab memelihara barang yang dititipkan kepadanya. Titipan atau *wadi'ah* merupakan amanah terhadap orang yang menerima titipan. Orang yang menerima titipan wajib mengembalikan barang titipan kepada orang yang menitipkan barang ketika diminta. Apabila pemilik barang meminta barang titipan, kemudian orang yang menerima titipan mengatakan bahwa barang tersebut hilang atau rusak, orang yang menerima titipan menggantinya karena dia telah melampaui batas amanahnya. Perkataan orang yang menerima titipan tersebut bisa diterima dengan syarat dia bersumpah, beriringan dengan itu dia wajib mengembalikan barang *wadi'ah* kepada pemiliknya. Karena Allah SWT telah memerintahkan untuk menyerahkan amanat kepada orang yang berhak menerimanya.<sup>27</sup>

---

<sup>27</sup> Rozalinda, *Fikih Ekonomi Syariah...*, hlm. 162-163.

**G. Syarat dan Ketentuan Umum Simpanan Wadiah BMT  
Marhamah Cabang Kalibawang Wonosobo**

1. Umum
  - a. Setiap data, keterangan, tanda tangan yang tercantum dalam dokumen pembukaan rekening simpanan wadi'ah dan dokumen lain yang terkait dengan simpanan dan kuasa yang diberikan anggota kepada pihak ketiga (jika ada) adalah benar dan sah mengikat.
  - b. Simpanan tidak boleh dijaminkan dalam bentuk dan dengan cara apapun kepada pihak lain, kecuali dengan persetujuan BMT.
  - c. Anggota wajib memberitahukan kepada BMT secara tertulis terhadap perubahan identitas diri, termasuk namun tidak terbatas pada nama, alamat, nomor telpon, NPWP, tanda tangan dan hal lain yang menyimpang atau berbeda dari data/ keterangan yang pernah diberikan.
  - d. Anggota dengan ini menyatakan bahwa sumber dana tidak berasal dari sesuatu yang dilarang oleh syariah dan /atau peraturan perundang-undangan yang berlaku.

- e. Anggota dan BMT sepakat untuk melaksanakan ketentuan dan persyaratan ini, berikut penambahannya dan perubahannya.
2. Pengembalian Dana
- a. BMT berjanji dan dengan ini mengikatkan diri untuk mengembalikan kepada anggota, seluruh jumlah dana titipan yang menjadi hak anggota.
  - b. Setiap pembayaran kembali oleh BMT kepada anggota atas titipan yang diberikan oleh anggota dilakukan di kantor BMT atau ditempat lain yang ditunjuk BMT, atau dilakukan melalui rekening yang dibuka oleh dan atas anggota BMT.
3. Biaya, Potongan dan Pajak
- a. Anggota berjanji dan bersedia menanggung biaya administrasi yang diperlukan berkenaan dengan pelaksanaan titipan ini yang akan ditentukan kemudian.
  - b. BMT tidak berkewajiban dan/ atau bertanggung jawab kepada anggota atas setiap pengurangan karena pajak/ bea dan/ atau kewajiban-kewajiban dan/ atau biaya-biaya yang ditetapkan pemerintah atau

penyusutan nilai atau penyitaan yang bersifat apapun dan/ atau sebab-sebab lainnya diluar kekuasaan BMT.

#### 4. Penyelesaian Perselisihan

- a. Dalam hal terjadi perbedaan pendapat atau penafsiran atas hal-hal yang tercantum di dalam syarat dan ketentuan umum ini atau terjadi perselisihan atau sengketa dalam pelaksanaannya, maka para pihak sepakat untuk menyelesaikannya secara musyawarah untuk mufakat, mediasi dan pengadilan agama pada wilayah hukum setempat.
- b. Mengenai syarat dan ketentuan umum ini dengan segala akibat hukumnya, para pihak sepakat memilih tempat kediaman hukum yang tetap dan tidak berubah di Kantor Pengadilan Agama Kota/ Kab. Wonosobo.

#### 5. Penutup

- a. Apabila ada hal-hal yang belum diatur atau belum cukup diatur dalam persyaratan dan ketentuan ini, maka anggota dan BMT akan mengaturnya bersama secara musyawarah untuk mufakat dalam suatu addendum.



- b. Tiap addendum dari perjanjian ini merupakan satu kesatuan yang tidak terpisahkan dari syarat dan ketentuan umum ini.
- c. BMT tanpa perlu persetujuan anggota berhak untuk menawarkan, mengalihkan atau mengoperkan hak dan kewajibannya berdasarkan perjanjian dan dokumen lain yang berkaitan dengan syarat dan ketentuan umum ini, baik sebagian maupun keseluruhan. Hal tersebut cukup diberitahukan kepada Anggota, dan untuk tujuan tersebut diatas BMT diperkenankan untuk menyampaikan informasi tentang Anggota kepada lembaga keuangan atau pihak lain, tanpa harus membebankan biaya kepada Anggota sehubungan dengan transaksi tersebut.<sup>28</sup>

---

<sup>28</sup> Brosur KSPPS Marhamah