

Analisa Manajemen Dana Bank Syariah Dalam Konsep Pemasaran Konvensional

Wening Purbatin Palupi Soenjoto
STITNU AL Hiikmah Trowulan Mojokerto
weningblackberry@gmail.com

Abstract

The development of banking is increasingly widespread to the corners of the village, people are beginning to understand about the more modern financial management. The conventional banking system that was first known to the public began to adapt the situation of religious issues such as the issue of sharia-based banking that began to be developed to enter the market niche of the Muslim community that promises profit and become a conventional bank marketing strategy by opening the opportunity of sharia bank as a sub-unit of marketing additionally that other conventional banks do not just as the ability to read the market but further expand the larger profits. Competition of conventional banks and sharia-based banks is getting stronger where the pattern of system of contracts and profit sharing strategies applied by sharia banking as a marketing strategy can be a major obstacle if not managed well and even become the main obstacle of sharia banking in doing competition with conventional banks.

Keywords: *Sharia Bank, Sharia Bank Fund Management, Conventional Marketing*

PENDAHULUAN

Berdasarkan data statistik perbankan syariah per januari 2017 tentang jumlah bank syariah berjumlah 474 yang tersebar di seluruh Indonesia. Tentang Tata kelola keberhasilan manajemen bank syariah sangat ditentukan oleh bagaimana bank tersebut dapat mempengaruhi masyarakat muslim. Isu syariah tentang pola akad dan bagi hasil yang dianggap sah dan jauh dari riba menjadi isu pokok yang sangat mempengaruhi pola pikir dan menjadi pola persaingan bank-bank konvensional, sehingga peranan bank syariah tersebut sebagai financial intermediary atau bank mediator secara keuangan mampu diterapkan. Apabila peranan bank syariah tersebut berjalan dengan baik maka bank syariah tersebut dapat dikatakan berhasil, itupun masih dalam proses berkelanjutan yang tidak dapat diambil kesimpulan awal hanya karena makin maraknya bank-bank basis syariah. Bagaimana bank-bank basis syariah mampu melayani para nasabah muslim maupun non muslim dengan sebaik-baiknya terutama para nasabah yang

memiliki kelebihan uang dan menyimpan uangnya dalam bentuk giro wadiah, deposito mudharabah, tabungan wadiah maupun tabungan mudharabah, serta melayani kebutuhan uang masyarakat melalui pemberian pembiayaan. Walaupun para nasabah muslim berpaham tentang perbankan syariah yang jika menabung harus betul-betul jauh dari riba seperti yang diterapkan bank konvensional yang menerapkan bunga bagi para nasabah dan ini masih menjadi isu kontroversi tentang riba namun isu tentang bebas riba menjadi poin penting yang mampu mempengaruhi para nasabah muslim dan saat ini bank-bank syariah mulai menarik para nasabah non muslim untuk menjadi nasabah di bank-bank syariah. Isu bebas riba dan mengutamakan akad saling menguntungkan menjadi strategi unggul yang menjadi kunci keberhasilan manajemen bank syariah. Dalam pembahasan ini tidak terlalu detail dalam membahas produk-produk bank syariah melainkan pada analisa manajemen dana bank syariah ditinjau dalam konsep pemasaran konvensional.

PEMBAHASAN

A. Sistem Manajemen Bank Syari'ah Sebagai Pola Unggul Pemasaran Bank Basis Syariah

Bank basis syariah bisa dikategorikan sebagai pasar oligopoli yaitu bank yang hanya terdiri dari beberapa (sedikit) bank syariah dibanding bank konvensional dan termasuk memiliki banyak nasabahnya bahkan bank syariah dianggap sebagai kompetitor yang kuat bagi bank-bank konvensional. Terdapat beberapa bank syariah yang menguasai pasar seperti bank muamalat sebagai bank berbasis syariah pertama di Indonesia bahkan menjadi bank basis syariah yang memiliki nasabah non muslim terbanyak di Indonesia. Produk-produk bank syariah yang diperjualbelikan dalam sistem akad dan bagi hasil merupakan pola homogen tetapi dapat juga berbeda corak tergantung pola kebijakan masing-masing bank syariah. Satu di antara para oligopolis merupakan *market leader* (bank syariah yang memiliki pangsa pasar yang terbesar). Yang merupakan bank-bank konvensional baik bank pemerintah maupun bank swasta yang sudah dikenal masyarakat dan membuka unit bank berbasis syariah akan lebih mudah memasuki pasar dan mendapatkan nasabah yang sebelumnya menjadi nasabah di bank sistem konvensional. Adanya suatu halangan yang cukup kuat untuk memasuki pasar tersebut bagi bank-bank syariah yang muncul awal sebagai bank syariah walaupun pola yang diterapkan hampir sama dengan bank konvensional yang berbasis syariah.

Dalam hal ini maka dapat diuraikan pola bank syariah dalam manajemen dana yang diterapkan karena pola pasar oligopoli :

- 1) Oligopoli murni, yaitu bank-bank syariah yang ditandai dengan beberapa pola kebijakan dalam menjual produk perbankan yang sifatnya homogen.

- 2) Oligopoli dengan pembedaan yaitu bank-bank syariah yang ditandai beberapa pola perbankan menjual produk yang dapat dibedakan.

Sehingga bentuk pasar persaingan tidak sempurna yang dikuasai oleh pembeli yaitu para nasabah tanpa membedakan nasabah muslim maupun non muslim karena produk perbankan syariah yang jelaskan dapat dibedakan dan dipilih nasabah non muslim maka berbeda dengan nasabah muslim, sebagai contoh produk naik haji atau umroh maka jelas produk-produk ini tidak akan dipilih oleh nasabah non muslim. Sehubungan dengan hal di atas, bab ini dirancang untuk menjelaskan beberapa hal yang terkait dengan persoalan manajemen dana bank syariah. Untuk itu topik-topik yang dibahas dalam bab ini adalah: sistem manajemen bank syariah, permasalahan-permasalahan manajemen dana di bank syariah, sumber-sumber dana bank syariah, penggunaan dana bank, sumber dan alokasi pendapatan.

Manajemen dana bank syari'ah adalah upaya yang dilakukan oleh lembaga bank syari'ah dalam mengelola atau mengatur posisi dana yang diterima dari aktivitas funding untuk disalurkan kepada aktivitas financing, dengan harapan bank yang bersangkutan tetap mampu memenuhi kriteria-kriteria likuiditas, rentabilitas dan solvabilitasnya. Sebagaimana halnya dengan bank konvensional, bank syari'ah juga mempunyai peran sebagai lembaga perantara (intermediary) antara satuan-satuan kelompok masyarakat atau unit-unit ekonomi yang mengalami kelebihan dana (surplus unit) dengan unit-unit lain yang mengalami kekurangan dana (deficit unit). Melalui bank kelebihan dana-dana tersebut dapat disalurkan kepada pihak-pihak yang memerlukan dan memberikan manfaat kepada kedua belah pihak.

Bank berbasis bunga melaksanakan peran tersebut melalui kegiatannya sebagai peminjam dan pemberi pinjaman. Para pemilik dana tertarik untuk menyimpan dana di bank berdasarkan tingkat bunga yang dijanjikan. Demikian pula bank memberikan pinjaman kepada pihak-pihak yang memerlukan dana berdasarkan kemampuan mereka membayar tingkat bunga tertentu. Hubungan antara bank dengan nasabahnya adalah hubungan antara kreditur dan debitur. Berbeda dengan bank konvensional, hubungan antara bank syari'ah dengan nasabahnya bukan hubungan antara kreditur dan debitur, melainkan hubungan kemitraan antara penyandang dana (shahib al mal) dengan pengelola dana (mudharib). Oleh karena itu tingkat laba bank syari'ah bukan saja berpengaruh terhadap tingkat bagi hasil untuk para pemegang saham, tetapi juga berpengaruh terhadap bagi hasil yang dapat diberikan kepada nasabah menyimpan dana. Dengan demikian kemampuan manajemen untuk melaksanakan fungsinya sebagai penyimpan harta, pengusaha dan pengelola investasi yang baik akan sangat menentukan kualitas usahanya sebagai lembaga intermediary dan kemampuannya menghasilkan laba (Muhammad : 2005). Paling tidak ada tiga aspek pemasaran yang dapat menjadi hambatan bagi bank-bank basis syariah memasuki pasar perbankan:

1. Merek (brand) pemain lama yaitu bank-bank konvensional baik bank pemerintah maupun bank swasta yang membuka unit bank-bank basis syariah yang sudah dikenal luas.
2. Jaringan pemasaran dan agen penjualan pemain lama telah lama dibangun.
3. Fasilitas dan pola kebijakan yang diberikan pemain lama kepada jaringan pemasaran juga telah terjalin sejalan dengan kepercayaan bisnis diantara para nasabah.
4. Besarnya hambatan masuk ini yang menyebabkan beberapa pemain baru yaitu bank-bank basis syariah yang baru dan bermunculan kemudian membuat jaringan pemasarannya sendiri bila dipandang lebih menguntungkan dalam jangka panjang.

Pemilihan jaliur distribusi alternatif juga merupakan pilihan strategi. Ada dua keuntungan dengan cara alternatif ini yaitu: 1. Akses penjualan langsung kepada pembaca tanpa melalui distribusi tradisional, 2. Pasar terekspos akan keberadaan “bank model baru” dan meningkatkan penampakan produk baru.

B. Strategi Pola Pemasaran Bank Syariah Dalam Konsep Konvensional

Perbankan merupakan suatu cara pengelolaan uang yang diterapkan secara sistem yang teroganisir yang diharapkan mampu membantu pengelolaan keuangan masyarakat dengan sistem yang modern sehingga perekonomian masyarakat, tidak hanya kemampuan keuangan secara individual tapi juga bagi masyarakat luas. Dalam peranan strategisnya, pemasaran bank syariah mencakup setiap usaha untuk mencapai kesesuaian antara penerapan kebijakan bank-bank syariah dengan lingkungannya dalam rangka mencari pemecahan atas masalah penentuan dua penentuan pokok yaitu:

1. Produk-produk bank syariah yang dihasilkan pada saat ini dan jenis bisnis apa yang dapat dimasuki dimasa yang akan datang.
2. Bagaimana bank syariah yang telah dipilih tersebut dapat dijalankan dengan sukses dalam lingkungan yang kompetitif atas dasar perspektif produk, harga, promosi, dan distribusi (bauran pemasaran) untuk melayani pasar sasaran.

Definisi Strategi Pemasaran Menurut Philip Kotler: “Strategi Pemasaran adalah pola pikir pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasarannya. Strategi pemasaran berisi strategi spesifik untuk pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran dan besarnya pengeluaran pemasaran.” Strategi pemasaran adalah alat fundamental yang sangat penting dan perlu direncanakan secara matang untuk mencapai keuntungan yang diharapkan bank-bank basis syariah dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut. Strategi pemasaran didasarkan atas 5 (lima) konsep strategi sebagai berikut :

1. Segmentasi Pasar : Tiap pasar terdiri dari bermacam-macam pembeli yang mempunyai kebutuhan dan kebiasaan yang berbeda. Bank syariah tidak mungkin dapat memenuhi kebutuhan semua nasabah. Karena itu, bank syariah harus mengelompokkan pasar yang bersifat heterogen tersebut kedalam satuan-satuan pasar yang bersifat homogen.
2. Market Positioning : bank syariah tidak mungkin dapat menguasai pasar secara keseluruhan, maka prinsip strategi pemasaran yang kedua adalah memilih pola spesifik pasar bank syariah yang akan memberikan kesempatan maksimum kepada bank syariah untuk mendapatkan kedudukan yang kuat. Dengan kata lain bank syariah harus memilih segmen pasar yang akan menghasilkan penjualan dan laba paling besar.

Segmen pasar semacam ini memiliki 4 (empat) karakteristik, yaitu :

- a. Berukuran cukup besar dimana meliputi nasabah muslim maupun non muslim
- b. Mempunyai potensi untuk berkembang terus dan siap bersaing dengan bank konvensional
- c. Tidak memiliki atau bahkan dipenuhi oleh bank-bank saingan namun bank-bank basis syariah tidak hanya bersaing sesama bank syariah namun juga bank konvensional
- d. Mempunyai kebutuhan yang belum terpenuhi yang disesuaikan keadaan masing-masing bank syariah, yang mana kebutuhan tersebut dapat dipuaskan oleh bank-bank syariah yang memilih segmen pasar tersebut.
- e. *Market Entry Strategy* adalah strategi bank syariah untuk memasuki segmen pasar yang dijadikan pasar sasaran penjualan dengan memperjelas target pasar.

Sedangkan strategi memasuki suatu segmen pasar dapat dilakukan dengan cara :

- a. Membeli unit usaha syariah lain sebagai penyokong kekuatan bank syariah secara linear. Cara ini merupakan cara yang paling mudah dan cepat, cara ini ditempuh apabila :
 - 1) Bank pembeli tidak mengetahui tentang seluk beluk industri dari unit usaha syariah yang dibeli namun strategi ini justru membahayakan jika tidak lebih lanjut dikelola secara baik.
 - 2) Sangat menguntungkan untuk secepat mungkin memasuki segmen pasar yang dikuasai unit usaha syariah yang dibeli.
 - 3) Bank syariah menghadapi macam-macam penghalang untuk memasuki segmen pasar yang bersangkutan melalui internal development yaitu:

- a) Penerapan *real fianncia* misalnya patent, *economies of scale* dan saluran distribusi yang sulit dimasuki, biaya iklan yang mahal atau kesulitan bahan mentah.
 - b) Internal Development. Beberapa bank-bank syariah yang lebih suka berkembang melalui usaha sendiri yaitu melalui penelitian dan pengembangan pendirian bank syariah dengan cara inilah kepemimpinan dalam industri perbankan syariah dapat dicapai.
 - c) Kerjasama dengan bank-bank syariah lain. Keuntungan dengan cara ini ialah bahwa resiko yang dipikul bersama dan masing-masing bank syariah saling melengkapi *bank skill* dan *multi resources*.
- b. *Marketing Mix strategy* yang diterapkan bank-bank syariah adalah kumpulan variabel-variabel yang dapat dipergunakan bank-bank syariah untuk mempengaruhi tanggapan konsumen. Variabel-variabel yang dapat mempengaruhi para nasabah adalah yang disebut 7P (product, Price, Place, Promotion, Participant, Proses, dan People Physical evidence).
- c. *Timing Strategy* menjadi poin penting yang jadi titik tolak penentu gerak bank-bank syariah yaitu penentuan saat yang tepat dalam memasarkan produk-produk perbankan merupakan hal yang perlu diperhatikan. Meskipun bank syariah melihat adanya kesempatan baik menetapkan objektif dan menyusun strategi pemasaran, ini tidaklah berarti bahwa bank syariah dapat segera memulai kegiatan pemasaran.

Bank-bank syariah harus lebih dahulu melakukan persiapan-persiapan baik dibidang produksi maupun dibidang pemasaran, kemudian perusahaan juga harus menentukan saat yang tepat bagi pemasaran produk perbankan ke pasar. Strategi pemasaran dapat dinyatakan sebagai dasar tindakan yang mengarah pada kegiatan atau usaha pemasaran dari bank-bank syariah dalam kondisi persaingan dan lingkungan yang selalu berubah agar dapat mencapai tujuan yang diharapkan. Jadi dalam menetapkan strategi pemasaran yang akan dijalankan bank-bank syariah haruslah terlebih dahulu melihat situasi dan kondisi pasar serta menilai posisinya di pasar. Dengan mengetahui keadaan dan situasi serta posisinya di pasar dapat ditentukan kegiatan pemasaran yang harus dilaksanakan. Posisi bersaing dalam suatu industri perbankan syariah meliputi :

- a. Dominan (*Dominant*)
Bank syariah mampu mengendalikan pesaing-pesaing yang lain serta memiliki banyak pilihan dalam menentukan strategi.
- b. Kuat (*Strong*)
Bank syariah harus mampu bertindak bebas tanpa membahayakan posisi jangka panjangnya walaupun pesaing-pesaing berbuat apa saja yang dikehendaki.

c. Baik

Bank syariah harus memiliki kekuatan yang bisa dimanfaatkan dalam strategi-strategi tertentu serta mempunyai peluang yang lebih diatas rata-rata untuk meningkatkan posisinya. Tidak hanya isu syariah terkait akad dan bagi hasil namun pada bagaimana pemahaman masyarakat tentang penerapan syariah diperbankan.

d. Sedang (*Tenable*)

Prestasi bank syariah cukup memuaskan untuk menjamin kelangsungan usahanya. Tetapi perusahaan ini sering kalah karena ulah perusahaan yang dominant serta untuk meningkatkan posisinya ia memiliki peluang yang kurang rata-rata industri.

e. Lemah (*Weak*)

Bank-bank syariah dapat tampil dengan tidak memuaskan jika hanya isu syariah yang selalu diandalkan. Tetapi masih memiliki peluang-peluang perbaikan dalam bentuk maupun pola yang mampudipahami para nasabah. Bank syariah harus mengubah diri, kalau tidak maka ia akan terpaksa keluar dari industry perbankan.

f. Tidak ada harapan (*Non-Viable*)

Bank syariah mampu berprestasi dengan sangat tidak memuaskan jika peluang-peluang untuk perbaikan tidak dilakukan secara optimal. Setiap bank syariah atau unit usaha syariah yang dapat melihat dirinya menempati salah satu dari posisi diatas. Posisi bank syariah dalam persaingan menempati salah satu posisi di atas. Posisi bank syariah dalam persaingan sepanjang tahap daur hidup produk, akan banyak membantu proses pengambilan keputusan untuk menanam modal, bertahan, menyusut atau bahkan mundur dari kancah industri perbankan.

C. Permasalahan-permasalahan Manajemen Dana di Bank Syariah

Pokok-pokok permasalahan manajemen dana bank pada umumnya dan bank syariah pada khususnya adalah:

1. Berapa memperoleh dana dan dalam bentuk apa dengan biaya yang relative murah.
2. Berapa jumlah dana yang dapat ditanamkan dan dalam bentuk apa untuk memperoleh pendapatan yang optimal.
3. Berapa besarnya dividen yang dibayarkan yang dapat memuaskan pemilik/pendiri dan laba ditahan yang memadai untuk pertumbuhan bank syariah.

Dari permasalahan yang ada di atas, maka manajemen dana mempunyai tujuan sebagai berikut: 1. Memperoleh profit yang optimal, 2. Menyediakan aktiva cair dan kas yang memadai, 3. Menyimpan cadangan, 4. Mengelola kegiatan-kegiatan lembaga ekonomi dengan kebijakan yang pantas bagi seseorang yang bertindak sebagai pemelihara dana-dana orang lain, 5. Memenuhi kebutuhan masyarakat akan pembiayaan.

Dari tujuan-tujuan di atas, bila diamati akan didapat kontradiksi antara tujuan yang satu dengan yang lainnya. Misalnya, di satu sisi bertujuan untuk memperoleh laba yang sebesar-besarnya, tentunya ini bisa direalisasi dengan memberikan pembiayaan yang sebesar-besarnya, namun di sisi lain kita juga harus menyediakan dana kas untuk memenuhi kewajiban-kewajiban segera dibayar, yang harus didukung oleh tersedianya dana yang memadai (Muhammad:2014).

Bank syariah dirancang untuk melakukan fungsi pelayanan sebagai lembaga keuangan bagi para nasabah dan masyarakat. Untuk itu bank syariah harus mengelola dana yang dapat digolongkan sebagai berikut:

1. Kekayaan bank syariah dalam bentuk:
 - a. Kekayaan yang menghasilkan (Aktiva Produktif) yaitu pembiayaan untuk debitur serta penempatan dana di bank atau investasi lain yang menghasilkan pendapatan.
 - b. Kekayaan yang tidak menghasilkan yaitu kas dan investaris (harta tetap).
2. Modal bank syariah, berasal dari:
 - a. Modal sendiri yaitu simpanan pendiri (modal), cadangan dan hibah, infaq/shadaqah.
 - b. Simpanan/hutang dari pihak lain.
3. Pendapatan usaha keuangan bank syariah berupa bagi hasil atau mark up dari pembiayaan yang diberikan dan biaya administrasi serta jasa tabungan bank syariah di bank.
4. Biaya yang harus dipikul oleh bank syariah yaitu biaya operasi, biaya gaji, manajemen, kantor dan bagi hasil simpanan nasabah penabung.

Untuk mengatasi hal tersebut pihak bank syariah dapat melakukan kegiatan manajemen sebagai berikut: a. Rencana keuangan (budgeting) dan b. Batasan dan pengukuran atas: Struktur modal, pemeliharaan likuiditas, pengawasan efisiensi, Rentabilitas, ativa produktif (pembiayaan) (Muhammad:2014)

D. Sumber-sumber Dana Bank Syariah

Pertumbuhan setiap bank sangat dipengaruhi oleh perkembangan kemampuannya menghimpun dana masyarakat, baik berskala kecil maupun besar, dengan masa pengendapan yang memadai. Sebagai lembaga keuangan, maka dana merupakan masalah bank yang paling utama. Tanpa dana yang cukup, bank tidak dapat berbuat apa-apa, atau dengan kata lain, bank menjadi tidak berfungsi sama sekali. Dana adalah uang tunai yang dimiliki atau dikuasai oleh bank dalam bentuk tunai, atau aktiva lain yang dapat segera diubah menjadi uang tunai. Uang tunai yang dimiliki atau dikuasai oleh bank tidak hanya berasal dari para pemilik bank itu sendiri, tetapi juga berasal dari titipan atau penyertaan dana orang lain atau pihak lain yang sewaktu-waktu atau pada

suatu saat tertentu akan ditarik kembali, baik sekaligus ataupun secara berangsur-angsur. Berdasarkan data empiris selama ini, dana yang berasal dari para pemilik bank itu sendiri, ditambah cadangan modal yang berasal dari akumulasi keuntungan yang ditanam kembali pada bank, hanya sebesar 7 sampai 8% dari total aktiva bank. Bahkan di Indonesia rata-rata jumlah modal dan cadangan yang dimiliki oleh bank-bank belum pernah melebihi 4% dari total aktiva. Ini berarti bahwa sebagian besar modal kerja bank berasal dari masyarakat, lembaga keuangan lain dan pinjaman likuiditas dari bank sentral.

Dalam pandangan syariah, uang bukanlah merupakan suatu komoditi melainkan hanya sebagai alat untuk mencapai pertambahan nilai ekonomis (*economic added value*). Hal ini bertentangan dengan perbankan berbasis bunga di mana “uang mengembangbiakkan uang”, tidak peduli apakah uang itu dipakai dalam kegiatan produktif atau tidak. Untuk menghasilkan keuntungan, uang harus dikaitkan dengan kegiatan ekonomi dasar (*primary economic activities*), baik secara langsung melalui transaksi seperti perdagangan, *industry manufaktur*, sewa-menyewa dan lain-lain, atau secara tidak langsung melalui penyertaan modal guna melakukan salah satu atau seluruh kegiatan usaha tersebut.

Berdasarkan prinsip tersebut bank syariah dapat menarik dana pihak ketiga atau masyarakat dalam bentuk:

1. Titipan (*wadiah*) simpanan yang dijamin keamanan dan pengembaliannya (*guaranteed deposit*) tetapi tanpa memperoleh imbalan atau keuntungan
2. Partisipasi modal berbagi hasil dan berbagi resiko (*non guaranteed account*) untuk investasi umum (*mudharabah mutlaqah*) dimana bank akan membayar bagian keuntungan secara proporsional dengan portofolio yang didanai dengan modal tersebut
3. Investasi khusus (*mudharabah muqayyadah*) dimana bank bertindak sebagai manajer investasi untuk memperoleh fee. Jadi bank tidak ikut berinvestasi sedangkan investor sepenuhnya mengambil resiko atas investasi itu.

Dengan demikian sumber dana bank syariah terdiri dari:

1. Modal inti (*core capital*)

Modal ini adalah dana modal sendiri yaitu dana yang berasal dari para pemegang saham bank, yakni pemilik bank. Pada umumnya dana modal inti terdiri dari:

- a. Modal yang disetor oleh para pemegang saham, sumber utama dari modal perusahaan adalah saham. Sumber dana ini hanya akan timbul apabila pemilik menyertakan dananya pada bank melalui pembelian saham, dan untuk penambahan dana berikutnya dapat dilakukan oleh bank dengan mengeluarkan dan menjual tambahan saham baru.

- b. Cadangan, yaitu sebagian laba bank yang tidak dibagi, yang disisihkan untuk menutup timbulnya resiko kerugian di kemudian hari.
- c. Laba ditahan, yaitu sebagian laba yang seharusnya dibagikan kepada para pemegang saham, tetapi oleh para pemegang saham sendiri (melalui Rapat Umum Pemegang Saham) diputuskan untuk ditanam kembali dalam bank. Laba ditahan ini juga merupakan cara untuk menambah dana modal lebih lanjut (Muhammad : 2005).

2. Kuasi ekuitas (*mudharabah account*)

Bank menghimpun dana berbagi hasil atas dasar prinsip *mudharabah*, yaitu akad kerjasama antara pemilik dana (*shahib al maal*) dengan pengusaha (*mudharib*) untuk melakukan suatu usaha bersama, dan pemilik dana tidak boleh mencampuri pengelolaan bisnis sehari-hari. Keuntungan yang diperoleh dibagi antara keduanya dengan perbandingan (*nisbah*) yang telah disepakati sebelumnya. Kerugian financial menjadi beban pemilik dana sedangkan pengelola tidak memperoleh imbalan atas usaha yang dilakukan.

Berdasarkan prinsip ini, dalam kedudukannya sebagai *mudharib*, bank menyediakan jasa bagi para investor berupa:

- a. Rekening investasi umum, dimana bank menerima simpanan dari nasabah yang mencari kesempatan investasi atas dana mereka dalam bentuk investasi berdasarkan prinsip *mudharabah mutlaqah*. Simpanan diperjanjikan untuk jangka waktu tertentu. Bank dapat menerima simpanan tersebut untuk jangka waktu 1, 3, 6 bulan dan seterusnya. Dalam hal ini bank bertindak sebagai *mudharib* dan nasabah bertindak sebagai *shahib al maal*, sedang keduanya menyepakati pembagian laba yang dihasilkan dari penanaman tersebut dengan *nisbah* tertentu.
- b. Rekening investasi khusus, dimana bank bertindak sebagai manajer investasi bagi nasabah institusi atau nasabah korporasi untuk menginvestasikan dana mereka pada unit-unit usaha atau proyek-proyek tertentu yang mereka setuju atau yang mereka kehendaki. Rekening ini dioperasikan berdasarkan prinsip *mudharabah muqayyadah*. Bentuk investasi dan *nisbah* pembagian keuntungannya biasanya dinegosiasikan secara kasus per kasus.
- c. Rekening tabungan *mudharabah*, prinsip *mudharabah* juga digunakan untuk jasa pengelolaan rekening tabungan. Salah satu syarat *mudharabah* adalah bahwa dana harus dalam bentuk uang, dalam jumlah tertentu dan diserahkan kepada *mudharib*. Oleh karena itu, tabungan *mudharabah* tidak dapat ditarik sewaktu-waktu sebagaimana tabungan *wadiah*. Dengan demikian, tabungan *mudharabah* biasanya tidak diberikan fasilitas ATM, karena penabung tidak dapat menarik dananya dengan leluasa. Dalam aplikasinya bank syariah melayani tabungan *mudharabah* dalam *targeted saving*, seperti tabungan korban, tabungan haji atau tabungan lain

yang dimaksudkan untuk suatu pencapaian target kebutuhan dalam jumlah dan atau jangka waktu tertentu.

Tidak seperti bank konvensional, bank syariah tidak menjamin pembayaran kembali nilai nominal dari investasi mudharabah. Bank syariah juga tidak menjamin keuntungan atas investasi mudharabah. Mekanisme pengaturan realisasi pembagian keuntungan final atas investasi mudharabah tergantung pada kinerja bank, berlainan dengan bank konvensional yang menjamin keuntungan atas deposito berdasarkan tingkat bunga tertentu dengan mengabaikan *performance*-nya

3. Titipan (*wadiah*) atau simpanan tanpa imbalan.

Selain bank menerima dana investasi, juga menerima dana titipan. Dana titipan adalah dana pihak ketiga yang dititipkan pada bank, yang umumnya berupa giro atau tabungan. Pada umumnya motivasi utama orang menitipkan dana pada bank adalah untuk keamanan dana mereka dan memperoleh keleluasaan untuk menarik kembali dananya sewaktu-waktu. Menurut Zainul Arifin, dana titipan wadiah ini dikembangkan dalam bentuk rekening giro wadiah dan rekening tabungan wadiah. Dengan penjelasan sebagai berikut:

a. Rekening Giro Wadiah

Bank islam dapat memberikan jasa simpanan giro dalam bentuk rekening wadiah. Dalam hal ini bank islam menggunakan prinsip *wadiah yad dhamamah*. Dengan prinsip ini bank sebagai custodian harus menjamin pembayaran kembali nominal simpanan wadiah. Dana tersebut dapat digunakan oleh bank untuk kegiatan komersial dan bank berhak atas pendapatan yang diperoleh dari pemanfaatan harta titipan tersebut dalam kegiatan komersial. Pemilik simpanan dapat menarik kembali simpanannya sewaktu-waktu, baik sebagian atau seluruhnya. Bank tidak boleh menyatakan atau menjanjikan imbalan atau keuntungan apapun kepada pemegang rekening wadiah, dan sebaliknya pemegang rekening juga tidak mengharapkan atau meminta imbalan atau keuntungan atas rekening wadiah. Setiap imbalan atau keuntungan yang dijanjikan dapat dianggap riba. Namun demikian bank, atas kehendaknya sendiri, dapat memberikan imbalan berupa bonus (*hibah*) kepada pemilik dana.

Ciri-ciri giro wadiah adalah sebagai berikut:

- 1) Bagi pemegang rekening disediakan cek untuk mengoperasikan rekeningnya.
- 2) Untuk membuka rekening diperlukan surat referensi nasabah lain atau pejabat bank, dan menyetor sejumlah dana minimum sebagai setoran awal.
- 3) Calon pemegang rekening tidak terdaftar dalam daftar hitam bank Indonesia.
- 4) Penarikan dapat dilakukan setiap waktu dengan cara menyerahkan cek atau intruksi tertulis lainnya.

- 5) Tipe rekening: Rekening perorangan, Rekening pemilik tunggal, Rekening bersama, Rekening organisai atau perkumpulan yang tidak berbadab hukum, Rekening perusahaan yang berbadan hukum, Rekening kemitraan, Rekening titipan.
 - 6) Servis lainnya: Cek istimewa, Intruksi siaga, Transfer dana otomatis, Kepada pemegang rekening akan diberikan salinan rekening dengan rincian transaksi setiap bulan, Konfirmasi saldo dapat dikirimkan oleh bank kepada pemegang rekening setiap enam bulan atau periode yang dikehendaki oleh pemegang rekening.
- b. Rekening Tabungan Wadiah

Prinsip wadiah yad dhamamah ini juga dipergunakan oleh bank dalam mengelola jasa tabungan, yaitu simpanan dari nasabah yang memerlukan jasa penitipan dana dengan tingkat keleluasaan tertentu untuk menarik kembali. Bank memperoleh izin dari nasabah untuk menggunakan dana tersebut selama mengendap di bank. Nasabah dapat menarik sebagian atau seluruh saldo simpanannya sewaktu-waktu atau sesuai dengan perjanjian yang disepakati. Bank menjamin pembayaran kembali simpanan mereka. Semua keuntungan atas pemanfaatan dana tersebut adalah milik bank, tetapi, atas kehendaknya sendiri, bank dapat memberikan imbalan keuntungan yang berasal dari sebagian keuntungan bank. Bank menyediakan buku tabungan dan jasa-jasa yang berkaitan dengan rekening tersebut.

Ciri-ciri rekening tabungan wadiah adalah sebagai berikut:

- 1) Menggunakan buku atau kartu ATM.
- 2) Besarnya setoran pertama dan saldo minimum yang harus mengendap, tergantung pada kebijakan masing-masing bank.
- 3) Penarikan tidak dibatasi, berapa saja dan kapan saja.
- 4) Tipe rekening: Rekening perorangan, Rekening bersama, Rekening organisasi atau perkumpulan yang tidak berbadan hukum, Rekening perwakilan (yang dioperasikan oleh orang tua atau wali dari pemegang rekening), Rekening jaminan (untuk menjamin pembiayaan).
- 5) Pembayaran bonus (hibah) dilakukan dengan cara mengkredit rekening tabungan.

Berbeda dengan jenis tabungan mudharabah, bank syariah tidak memperjanjikan bagi hasil atas tabungan wadiah, walaupun atas kemauannya sendiri bank dapat memberikan bonus kepada para pemegang rekening wadiah. Besarnya pemberian bonus kepada para nasabah pemegang rekening titipan maupun tabungan wadiah adalah tergantung pada kebijakan manajemen bank. Bonus, “biasanya” hanya diberikan apabila

bank mengalami surplus pendapatan, setelah dikurangi pembagian bagi hasil kepada pemegang rekening tabungan dan deposito mudharabah (Muhammad : 2014).

E. Penggunaan Dana Bank

Setelah dana pihak ketiga telah dikumpulkan oleh bank, maka sesuai dengan fungsi intermediary-nya maka bank berkewajiban menyalurkan dana tersebut untuk pembiayaan. Dalam hal ini, bank harus mempersiapkan strategi penggunaan dana-dana yang dihimpunnya sesuai dengan rencana alokasi berdasarkan kebijakan yang telah digariskan. Alokasi dana ini mempunyai beberapa tujuan yaitu:

1. Mencapai tingkat profitabilitas yang cukup dan tingkat resiko yang rendah
2. Mempertahankan kepercayaan masyarakat dengan menjaga agar posisi likuiditas tetap aman.

Untuk mencapai kedua keinginan tersebut maka alokasi dana-dana bank harus diarahkan sedemikian rupa agar pada saat diperlukan semua kepentingan nasabah dapat terpenuhi. Alokasi penggunaan dan bank syariah pada dasarnya dapat dibagi dalam dua bagian penting dari aktiva bank, yaitu: Aktiva yang menghasilkan dan aktiva yang tidak menghasilkan. Aktiva yang dapat menghasilkan adalah asset bank yang digunakan untuk menghasilkan pendapatan. Asset ini disalurkan dalam bentuk investasi yang terdiri atas: a. Pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (*mudharabah*), b. Pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan (*musyarakah*), c. Pembiayaan berdasarkan prinsip jual beli (*al bai'*), d. Pembiayaan berdasarkan prinsip sewa (*ijarah* dan *ijarah wa iqtina/ijarah muntahiah bi tamlik*), e. Surat-surat berharga syariah dan investasi lainnya.

Pembiayaan merupakan fungsi bank dalam menjalankan fungsi penggunaan dana. Dengan kaitannya dengan perbankan maka ini merupakan fungsi yang terpenting. Dari pembiayaan yang dikeluarkan atau disalurkan bank diharapkan dapat mendapatkan hasil. Tingkat penghasilan dari pembiayaan merupakan tingkat penghasilan tertinggi bagi bank. Sesuai dengan karakteristik dari sumber dananya, pada umumnya bank komersial memberikan pembiayaan berjangka pendek dan menengah, meskipun beberapa jenis pembiayaan dapat diberikan dengan jangka waktu yang lebih panjang. Tingkat penghasilan dari setiap jenis pembiayaan juga bervariasi, tergantung pada prinsip pembiayaan yang digunakan dan sektor usaha yang dibiayai.

Di samping penggunaan dana untuk pembiayaan, bagi bank syariah juga dapat mengalokasikan dananya untuk investasi pada surat-surat berharga. Porsi terbesar berikutnya dari fungsi penggunaan dana bank adalah berupa investasi pada surat-surat berharga. Selain untuk tujuan memperoleh penghasilan, investasi pada surat berharga ini dilakukan sebagai salah satu media pengelolaan likuiditas, di mana bank harus menginvestasikan dana yang ada seoptimal mungkin, tetapi dapat dicairkan sewaktu-waktu bila bank membutuhkan dengan tanpa atau sedikit sekali mengurangi nilainya.

Tingkat penghasilan dari investasi pada surat-surat berharga itu pada umumnya lebih rendah dari pada *yield on financing*.

Sementara itu, asset bank yang lain adalah asset yang tergolong tidak memberikan penghasilan atau disebut *non earning assets*. Pada *non earning asset* terdiri dari:

a. Aktiva dalam bentuk tunai (*cash assets*).

Aktiva dalam bentuk tunai terdiri dari uang tunai dalam *vault*, cadangan likuiditas yang harus dipelihara dalam bank sentral. Dari aktiva tunai ini bank tidak memperoleh penghasilan, dan walaupun ada sangat kecil dan tidak berarti. Namun demikian investasi pada *cash assets* adalah penting untuk mendukung fungsi simpanan pada bank, dan dalam beberapa hal juga diperlukan untuk memenuhi kebutuhan layanan dari bank koresponden yang berkaitan dengan pembiayaan investasi. Bank harus memelihara uang tunai dalam *vault* yang terdiri dari uang kertas dan uang logam. Bank harus dapat memenuhi kebutuhan dari para nasabah penyimpanan dana yang ingin menarik dananya dalam bentuk tunai, meskipun bank juga harus membatasi jumlah investasi dalam bentuk uang tunai, karena bila terlalu banyak dapat mengurangi tingkat penghasilan bank.

Bank juga harus memelihara *cash assets* sebagai cadangan dalam bentuk rekening pada bank sentral. Biasanya bank sentral menetapkan kewajiban ini berdasarkan jumlah dan tipe simpanan nasabah bank. Bank menggunakan cadangan ini untuk memproses cek yang ditarik melalui kliring. Bank juga memelihara saldo dalam jumlah tertentu pada bank koresponden sebagai kompensasi atas servis yang diperoleh seperti cek kliring, layanan yang berkaitan dengan proses pembiayaan, investasi dan partisipasi dalam sindikasi pembiayaan. Saldo pada bank koresponden dapat juga digunakan untuk memenuhi kebutuhan cadangan bagi bank yang tidak menjadi anggota lembaga kliring.

b. Pinjaman (*qard*)

Sebagaimana diuraikan pada pembahasan sebelumnya, pinjaman *qard al hasan* adalah merupakan salah satu kegiatan bank syariah dalam mewujudkan tanggung jawab sosialnya sesuai dengan ajaran Islam. Untuk kegiatan ini bank tidak memperoleh penghasilan karena bank dilarang untuk meminta imbalan apapun dari para penerima *qard*.

c. Penanaman dana dalam aktiva tetap dan inventaris

Penanaman dana dalam bentuk ini juga tidak menghasilkan pendapatan bagi bank, tetapi merupakan kebutuhan bank untuk memfasilitasi pelaksanaan fungsi kegiatannya. Fasilitas itu terdiri dari bangunan gedung, kendaraan dan peralatan lainnya yang dipakai oleh bank dalam rangka penyediaan layanan kepada nasabahnya. Gambaran tentang pola penghimpunan dana dan pengalokasiannya dapat dilakukan melalui (1) pendekatan pusat pengumpulan dana, yaitu dengan

melihat sumber-sumber dana dan penempatannya, dan (2) pendekatan alokasi aktiva, yaitu penempatan masing-masing jenis dana kedalam aktiva bank (Muhammad : 2005).

F. Sumber dan Alokasi Pendapatan

Sebagaimana telah dijelaskan dalam bab bagi hasil, bahwa dana yang telah diperoleh bank akan dialokasikan untuk menghasilkan pendapatan. Dari pendapatan tersebut, kemudian didistribusikan kepada para nasabah penyimpan. Dalam hal ini perlu dipertimbangkan sumber-sumber pendapatan yang diperoleh bank syariah.

1. Sumber Pendapatan Bank Syariah

Sesuai dengan akad-akad penyaluran pembiayaan di bank syariah, maka hasil penyaluran dana tersebut dapat memberikan pendapatan bank. Hal ini dikatakan sebagai sumber-sumber pendapatan bank syariah. Dengan demikian, sumber pendapatan bank syariah dapat diperoleh dari:

- a. Bagi hasil atas kontrak mudharabah dan kontrak musyarakah
- b. Keuntungan atas kontrak jual beli
- c. Hasil sewa atas kontrak ijarah dan ijarah wa iqtina dan
- d. Fee dan biaya administrasi atas jasa-jasa lainnya.

2. Pembagian Keuntungan

Pendapatan-pendapatan yang dihasilkan dari kontrak pembiayaan, setelah dikurangi dengan biaya-biaya operasional, harus dibagi atau didistribusikan antara bank dengan para penyandang dana, yaitu nasabah investasi, para penabung dan para pemegang saham sesuai dengan nisbah bagi hasil yang diperjanjikan. Dalam hal ini bank dapat menegosiasikan nisbah bagi hasil atau investasi mudharabah sesuai dengan tipe yang ada, baik sifatnya maupun jangka waktunya. Bank juga dapat menentukan nisbah bagi hasil yang sama atas semua tipe, tetapi menetapkan bobot yang berbeda-beda atas setiap tipe investasi yang dipilih oleh nasabah. Berdasarkan kesepakatan mengenai nisbah bagi hasil antara bank dengan para nasabah tersebut, bank akan mengalokasikan penghasilannya dengan tahap-tahap sebagai berikut:

- a. Tahap pertama bank menetapkan jumlah relative masing-masing dana simpanan yang berhak atas bagi hasil usaha bank menurut tipenya, dengan cara membagi setiap tipe dana-dana dengan seluruh jumlah dana-dana yang ada pada bank dikalikan 100%.
- b. Tahap kedua bank menetapkan jumlah pendapatan bagi hasil bagi masing-masing tipe dengan cara mengalikan presentase (jumlah relatif) dari masing-masing dana simpanan pada huruf a dengan jumlah pendapatan bank.
- c. Tahap ketiga bank menetapkan porsi bagi hasil untuk masing-masing tipe dana simpanan sesuai dengan nisbah yang diperjanjikan.

- d. Tahap keempat bank harus menghitung jumlah relative biaya operasional terhadap volume dana, kemudian mendistribusikan beban tersebut sesuai dengan porsi dana dari masing-masing tipe simpanan.
- e. Tahap kelima bank mendistribusikan bagi hasil untuk setiap pemegang rekening menurut tipe simpanannya sebanding dengan jumlah simpanannya (Muhammad : 2005).

PENUTUP

Dewasa ini perbankan menjadi penyokong pembangunan sebuah negara dalam hal pengelolaan keuangan yang bersifat modern dan meluas. Pertumbuhan setiap bank baik bank konvensional maupun syariah dipengaruhi oleh kemampuan menghimpun dana dari masyarakat baik skala kecil maupun besar, dengan masa pengendapan dana yang memadai serta pola kebijakan maupun strategi pemasaran yang dilakukan setiap bank.

Dalam pandangan *syari'ah*, uang bukanlah merupakan suatu komoditas, melainkan hanya sebagai alat untuk mencapai pertambahan ekonomis melainkan kepada interaksi saling menguntungkan dengan akad yang saling dipahami dan bagi hasil yang tidak merugikan semua pihak. Hanya saja penerapan syariah di perbankan syariah masih bersifat abu-abu bahkan masyarakat masih belum percaya sepenuhnya dengan sistem bagi hasil yang menghilangkan sifat riba yang biasa diterapkan bank konvensional dalam bentuk pemberian bunga.

Untuk dapat menghasilkan keuntungan uang harus dikaitkan dengan kegiatan dasar ekonomi baik secara langsung maupun tidak langsung seperti perdagangan, industri, sewa menyewa atau secara tidak langsung seperti pengerahan modal untuk melakukan kegiatan usaha. Perbankan *syari'ah* menarik pihak ketiga dalam bentuk *wadi'ah*, *mudlarabah mutlaqah* dan *mudlarabah muqayyadah*.

Dalam sistem pembiayaan perbankan *syari'ah*, menggunakan sistem pembiayaan modal kerja produktif, pembiayaan investasi dan pembiayaan konsumtif baik primer maupun sekunder. Dalam penerapan di perbankan syariah yang menjadi isu kekuatan pemasaran secara konvensional maka pola-pola pembiayaan dengan sistem bagi hasil sesuai dengan kesepakatan, pembiayaan modal kerja dengan prinsip akad jual beli, prinsip *istisna'*, prinsip *salam*, prinsip *murabahah* dan pembiayaan modal kerja dengan prinsip *ijarah*. Dalam hal investasi maka perbankan syariah menerapkan dengan prinsip *musharakah* dan *mudlarabah*, bagi nasabah yang memiliki keahlian usaha tetapi tidak memiliki modal usaha dan penyertaan modal bank syariah bersama nasabah dengan prinsip bagi hasil sesuai dengan proporsi penyertaan modalnya. Dalam kehidupan masyarakat luas maka perbankan syariah menerapkan pembiayaan konsumtif, pembiayaan yang diberikan diluar usaha dan pada umumnya bersifat perorangan. Pembiayaan konsumtif diperlukan oleh pengguna dana untuk memenuhi kebutuhan

konsumsi dan akan habis dipakai untuk memenuhi kebutuh bagian tersebut. Dan hanya lazim untuk memenuhi kebutuhan sekunder, bagi nasabah yang tidak mampu, hanya maksimal diberi pinjaman kebajikan (*al-Qardl al-Hasan*), yaitu pinjaman dengan pengembalian pinjaman pokoknya saja. Dalam pemasaran yang bersifat konvensional isu-isu ini bisa menarik para nasabah namun diusahakan bukan menjadi pola kapitalisasian syariah dalam perbankan terutama dalam sistem pembiayaan yang dikembangkan perbankan syariah karena dalam pengelolaan dana di perbankan syariah sangat membutuhkan tata kelola yang optimal sehingga kepercayaan masyarakat mampu terus dikembangkan selain menjadi strategi bersaing terhadap bank-bank konvensional sehingga pada intinya mampu menampung semua lapisan nasabah tanpa kecuali dari yang terbesar sampai yang terkecil semua mendapatkan kesempatan pembiayaan tanpa terkecuali nasabah muslim maupun non muslim.

DAFTAR PUSTAKA

- A.Karim, Adiwarman. *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*. Edisi Kelima, Jakarta: PT.RajaGrafindo Persada, 2011.
- A.Karim, Adiwarman. *Bank Islam Analisis Fiqh Dan Keuangan*.Edisi Keenam, Jakarta: PT.RajaGrafindo Persada, 2013.
- A.Karim, Adiwarman.*Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*. Edisi Kedua,Jakarta: PT.RajaGrafindo Persada, 2004.
- Ismail. *Perbankan Syari'ah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013.
<http://dianasafitrii.blogspot.co.id/2013/08/sistem-pembiayaan-bank-syariah.html>, Diana Irma Safitri, *Sistem Pembiayaan Bank Syari'ah*, diakses tanggal, 14 April 2016, jam, 09.18 WIB.
- Muhammad.*Manajemen Dana Bank Syari'ah*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2014.
- Mu'allim, Amir. *Jurnal Al-Mawarid*. Edisi XI Tahun 2004.
- Mardani, *Hukum Perikatan Syari'ah Indonesia*, Jakarta; Sinar Grafika, 2013.
- Muhammad, *manajemen bank syariah* (Yogyakarta:UPP AMPYKPN,2005,)262
- Nawawi, Ismail. *Fiqh Mu'amalah Hukum Ekonomi, Bisnis dan Sosial*. Surabaya: Putra Media Nusantara, 2010.
- Supriyadi, Ahmad. *Jurnal Al-Mawarid*. Edisi X Tahun 2003.
- Syafi'i Antonio, Muhammad. *Bank Syari'ah Dari Teori Ke Praktek*. Jakarta: Gema Insani, 2001.