

TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP STRATEGI PEMASARAN FUNDING OFFICER PADA BANK SYARIAH INDONESIA

Nurul Maisarah Burhanuddin, Hadi Daeng Mapuna, Adriana Mustafa

Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

Email: nurulmaisrhh@gmail.com

Abstrak

Pokok masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap strategi pemasaran Funding Office Pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus PT. BSI Tbk KC Makassar Veteran). Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (field Research) yaitu salah satu penelitian kualitatif, dimana peneliti turun langsung untuk mengumpulkan data, dengan pendekatan penelitian yang digunakan adalah: Yuridis dan Empiris. Selanjutnya metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan tehnik pengelolaan dan analisis data yang dilakukan adalah dengan 1 kali tahap, yaitu pengelolaan data, analisa data penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan, *Pertama*, Pemasaran *Funding Officer* pada PT. BSI Tbk KC Makassar Veteran terdiri dari dua cara yakni pertama menggunakan strategi pemasaran melalui STP (Segmentasi, Target, dan Pasar) kedua menggunakan strategi yang dilihat dari segi konsep bauran pemasarannya yakni produk, promosi, lokasi, dan harga sesuai dengan kebutuhan kebutuhan nasabah. *Kedua*, Tinjauan Hukum Islam telah sesuai dengan fatwa DSN-MUI No.115 tahun 2017, dalam hal ini akad yang dilakukan oleh nasabah antara lain mudharabah dan wadiah. Implikasi penelitian ini adalah kedua belah pihak harus lebih memahami akad, agar sistem pemasaran dalam Funding Office Jauh lebih berjalan sesuai dengan yang di inginkan.

Kata Kunci: Hukum Islam, Pemasaran, Petugas Pendanaan.

Abstract

The main problem in this study is how to review Islamic law on the Funding Office marketing strategy at Indonesian Islamic Banks (Case Study of PT. BSI Tbk KC Makassar Veteran). The type of research used in this research is field research, which is a qualitative research, where researchers go directly to collect data, with the research approaches used are: juridical and empirical. Furthermore, the data collection methods used were observation, interviews, and documentation. Meanwhile, the data management and analysis technique is carried out in one step, namely data management, data analysis, drawing conclusions. The results showed, First, the Marketing Funding Officer at PT BSI Tbk KC Makassar Veteran consisted of two ways, namely the first using a marketing strategy through STP (Segmentation, Target, and Market) the second using a strategy that was seen in terms of the concept of the marketing mix namely product, promotion, location, and price according to customer needs. Second, the

Islamic Law Review is in accordance with the DSN-MUI fatwa No.115 of 2017, in this case the contracts made by customers include mudharabah and wadiah. The implication of this research is that both parties must understand the contract better, so that the marketing system in the Funding Office is much more effective as desired.

Keywords: Funding Officer, Islamic Law, Marketing.

A. PENDAHULUAN

Manusia diciptakan oleh Allah SWT sebagai makhluk sosial yang tidak bisa hidup sendiri, artinya manusia membutuhkan interaksi yang saling membutuhkan antara satu dengan yang lain. Sehingga bagaimanapun caranya manusia diharuskan melakukan suatu usaha untuk memenuhi kebutuhannya.¹ Perkembangan dunia ekonomi dan dunia bisnis yang semakin pesat dapat dilihat dari ketatnya persaingan. Fenomena ini disebabkan oleh semakin banyaknya lembaga-lembaga keuangan Syariah yang bermunculan. Lembaga keuangan Syariah itu mampu sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi suatu Negara, sehingga peran dan keadaannya yang sangat penting dan sangat dibutuhkan.²

Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya. Sehingga dalam menjalankan usaha diperlukan adanya pengembangan melalui strategi pemasarannya.³ Selain itu, pemasaran merupakan salah satu aktivitas pokok dalam melakukan bisnis, karena pemasaran menjadi ujung tombak bagi sebuah perusahaan untuk menjual produk yang dihasilkan.

Pemasaran dalam Islam merupakan suatu disiplin ilmu yang mempelajari dan mengarahkan proses perencanaan dalam penciptaan, penawaran, dan penyampaian nilai produk (idea, barang, jasa) dengan tingkat harga dan saluran yang dapat memenuhi keinginan dan kepuasan pelanggan (individu atau organisasi) serta promosi yang sesuai dengan kebenaran wahyu Allah swt

Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Dengan perkataan lain, strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.⁴ Dengan strategi pemasaran yang baik dan sesuai dengan target pasar tentu saja sangat membantu memperlancar dalam menjual produk-produknya. Semakin banyak produk terjual

¹ Ashabul Kahfi dan Nurapriani, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Gabah Dengan Pembayaran Sebelum Panen", *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Volume 2 Nomor 2* (2020), h. 47.

² Malayu Hasibuan, *Dasar-dasar Perbankan* (Jakarta: Bumi Aksara,2010), h. 32.

³ Brief, *Edukasi Profesional Syariah, Konsep dan Implementasi Bank Syariah* (Jakarta: Renaisan , 2005), h. 42.

⁴ Sofyan Assauri, SE.,M.B.A, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persad,2002), h. 154.

ke pasar akan memberikan kontribusi pada peningkatan penerimaan perusahaan, dan pada akhirnya dapat berpengaruh langsung pada pencapaian target keuntungan yang semakin meningkat pula.

Kinerja merupakan suatu kemampuan dalam menjalankan tugas dan pencapaian standar penghasilan yang ditentukan oleh instansi pada karyawan sesuai dengan job yang diberikan kepada masing-masing karyawan. Kinerja dapat diketahui dan diukur jika individu atau sekelompok karyawan telah mempunyai kriteria atau standar keberhasilan berupa target yang ditetapkan oleh organisasi, begitu juga bagi seorang *funding officer* dalam suatu bank di mana dalam kinerjanya dituntut efektif guna untuk keberhasilan kegiatan menghimpun dana.⁵

B. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu salah satu penelitian kualitatif, dimana peneliti turun langsung untuk mengumpulkan data, dengan pendekatan penelitian yang digunakan adalah: Yuridis, Emperis dan syariat. Selanjutnya metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan tehnik pengelolaan dan analisis data yang dilakukan adalah dengan satu kali tahap, yaitu pengelolaan data, analisa data penarikan kesimpulan.

C. HASIL PENELITIAN

1. Strategi Pemasaran Funding Officer pada PT. BSI KC Makassar Veteran

Setiap perusahaan dalam menjalankan aktivitas usahanya selalu menyusun rencana kegiatan yang akan dilakukannya dalam rangka pencapaian tujuan usaha yang diharapkan. Rencana yang disusun memberi arah terhadap kegiatan yang akan dijalankan untuk pencapaian tujuan. Rencana kegiatan perusahaan yang menyeluruh harus didukung dengan rencana pelaksanaan yang lebih rinci dalam bidang-bidang kegiatan yang terdapat dalam perusahaan tersebut. Dalam hal ini, sering ditemui adanya rencana produksi, rencana keuangan, dan rencana pemasaran. Rencana pemasaran yang disusun suatu perusahaan tidak lepas dari rencana kegiatan perusahaan secara menyeluruh, baik untuk jangka pendek maupun untuk jangka panjang.

Di era globalisasi dan liberasi, daya saing sebuah lembaga atau organisasi sangat perlu ditingkatkan, tidak hanya aspek produksi, tetapi juga aspek strategi pemasarannya. Meskipun setiap fungsi manajemen memiliki kontribusi masing-masing saat penyusunan strategi bagi tingkatan yang berbeda, namun rentan kendali lembaga tersebut terhadap lingkungan eksternalnya.

Pada tahap pemasaran dilakukan identifikasi pasar dan segmentasi yaitu menentukan daerah pemasaran dan siapa saja yang akan dituju dalam pelaksanaan pemasaran PT. BSI KC Makassar Veteran. Dalam rangka mencapai tujuan PT. BSI KC Makassar Veteran, maka harus mengorganisir seluruh kegiatan yang telah direncanakan. Adapun pengorganisasian ini meliputi pemberian tugas kepada masing-masing *funding officer*, serta mengkoordinir kerja setiap pegawai dalam satu tim yang solid dan terorganisir. Demi kelancaran seluruh pelaksanaan

⁵ Dermawan, *Manajemen Kinerja*, (Jakarta: Ghalia Indonesi 2008), h. 32.

pemasaran PT. BSI KC Makassar Veteran. Masing-masing karyawan harus mempunyai target dan strategi, untuk menyukseskan pemasaran PT. BSI KC Makassar Veteran.

Ketatnya persaingan perbankan syariah saat ini, dikarenakan banyaknya bank konvensional yang membuka layanan syariah yang mempengaruhi pada pendapatan dan omset bank syariah itu sendiri. Oleh karena itu bank syariah harus memperluas *market shared-nya* agar tidak kalah dengan bank lain. Dalam mempertahankan kelangsungan hidup suatu usaha dibutuhkan strategi pemasaran yang efisien dan sesuai, pemasaran menjadi salah satu hal terpenting dalam kelangsungan suatu usaha, sehingga dapat mencapai tujuan-tujuan dari suatu usaha tersebut, begitu juga yang dilakukan oleh Bank BNI Syariah Makassar. Adapun strategi yang digunakan yaitu:

a. Dilihat dari strategi pemasaran melalui STP (*Segmentation, Targetting, Positioning*):

1) *Segmentation* (Segmentasi)

PT. BSI KC Makassar Veteran telah membagi pasar berdasarkan kebutuhannya dan keunggulan secara layanan yang diberikan juga disesuaikan dengan kebutuhannya.

2) *Targetting* (Target)

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Andi Reza selaku Funding & Transactional Staff Beliau mengatakan bahwa:” Target untuk tabungan dan giro ini lebih mengarah kepada institusi pendidikan, sedangkan untuk depositonya lebih mengarah kepada nasabah perorangan atau instansi/perusahaan yang menginginkan nilai investasi yang lebih besar.”⁶

3) *Positioning* (Pasar)

Segmentasi dan target telah ditentukan, selanjutnya yaitu menentukan posisi pasar. Dalam hal ini berarti bicara mengenai bagaimana PT. BSI KC Makassar Veteran telah membedakan produknya dibanding produk yang lain dalam benak konsumen atau masyarakat. Adapun langkah yang diambil oleh PT. BSI KC Makassar Veteran dalam hal ini adalah mengenali keunggulan-keunggulan yang dapat ditampilkan dalam hubungan dengan perbankan yang lain tentunya disampaikan secara efektif pada target.

b. Dilihat dari segi konsep Bauran Pemasarannya (*Marketing Mix*)

Adapun bauran pemasaran yang dilihat dari segi konsep yakni, sebagai berikut:

1) Produk (*Product*)

Produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan produsen untuk diperhatikan, dibeli, diminta, dicari, digunakan atau dikonsumsi yang memiliki nilai suatu pasar sasaran, dimana kemampuannya memberikan manfaat dan kepuasan. Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Andi Reza selaku Funding & Transactional Staff Beliau

⁶ Andi Reza, FO Bank Syariah Indonesia cabang veteran Makassar, *Wawancara*, Makassar, 15 september 2021.

mengatakan bahwa: “ Dalam segi produknya, mereka sudah menerapkan sesuai dengan strategi mix, yaitu produk ditawarkan sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh nasabah.”⁷

2) Harga (*Price*)

Harga merupakan bauran pemasaran yang memberikan pemasukan dan pendapatan bagi perusahaan, dari sudut pandang pemasaran, harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh kepemilikan atas penggunaan suatu barang atau jasa.

Dari Hakim bin Hizam radhiyallahu ‘anhu, Nabi shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda:

الْبَيْعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَفْتَرَقَا فَإِنْ صَدَقَا وَبَيَّنَّا بُورِكَ لَهُمَا فِي بَيْعِهِمَا وَإِنْ كَتَمَا وَكَذَبَا مُحِقَّتِ الْبَرَكَةُ مِنْ بَيْعِهِمَا

Artinya:

“Penjual dan pembeli masing-masing memiliki hak pilih (khiyar) selama keduanya belum berpisah. Bila keduanya berlaku jujur dan saling terus terang, maka keduanya akan memperoleh keberkahan dalam transaksi tersebut. Sebaliknya bila mereka berlaku dusta dan saling menutup-nutupi, niscaya akan hilanglah keberkahan bagi mereka pada transaksi itu.”⁸

3) Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan cara langsung atau tidak langsung untuk mempengaruhi dan menarik minat konsumen terhadap produk-produk *funding* yang ditawarkan serta berkeinginan untuk membeli produk tersebut. Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Andi Reza selaku Funding & Transactional Staff Beliau mengatakan bahwa: “media yang digunakan untuk promosi yaitu dengan menyebarkan brosur dan memasang spanduk, kerja sama dengan berbagai instansi, media elektronik, dan menjadi sponsor pada *event-event* tertentu.”⁹

4) Lokasi (*Place*)

Lokasi PT. BSI KC Makassar Veteran ini terletak Jl. Veteran Utara No. 295b, Maricaya Baru, Kec. Makassar, Kota Makassar, Sulawesi Selatan. Sasaran kami adalah masyarakat Makassar.

5) Orang (*People*)

Dalam melakukan pemasaran, karyawan sudah mempunyai bagian masing-masing tugas yang berbeda, tapi dalam hal ini karyawan mempunyai tugas yang sama yaitu sebagai *marketing*. Setiap karyawan harus bisa menjawab apabila ada nasabah yang menanyakan tentang produk-produk yang dimiliki oleh PT. BSI KC Makassar Veteran.

⁷ Andi Reza, FO Bank Syariah Indonesia cabang veteran Makassar, *Wawancara*, Makassar, 15 september 2021.

⁸ Ali Ahmad, *Buku Besar Shahih Al-Bukhari* (Alita Aksara Media; Jakarta, 2013)

⁹ Andi Reza, FO Bank Syariah Indonesia cabang veteran Makassar, *Wawancara*, Makassar, 15 september 2021.

2. Sistem dan Strategi Pemasaran Dalam Hukum Islam

Dalam ajaran Islam telah diberikan jalan hidup bagi seluruh umat tanpa membedakan antara suku, agama, ras dan lain sebagainya. Makanya dalam Islam itu sendiri perbuatan atau pekerjaan harus bernilai ibadah dan harus sesuai petunjuk dari Allah swt. Al-Quran diyakini sebagai kitab yang sempurna yang tidak ada keraguan didalamnya, al-Quran diturunkan sebagai pedoman umat Islam dalam menata hidup dan kehidupan dimuka bumi, al-Quran mengandung petunjuk bagi manusia dan penjelasan dari petunjuk-petunjuk itu.¹⁰ Hukum Islam merupakan hukum yang bersumber dari al-Quran dan hadis sebagai sumber primer.¹¹

Bank sebagai suatu lembaga keuangan yang salah satu fungsinya adalah menghimpun dana masyarakat harus memiliki suatu sumber penghimpun dana sebelum disalurkan ke masyarakat kembali. Dalam bank syariah, sumber dana berasal dari modal inti (*core capital*) dan dana pihak ketiga, yaitu terdiri dari dana titipan (*wadi'ah*) dan kuasi ekuitas (*mudharabah account*). Penggunaan istilah syariah dan islam bertujuan untuk menunjukkan konsepsi dan institusi ekonomi berbasis ajaran islam yang mengarah kepada sebuah sistem ekonomi yang berbasis syariat islam.¹²

Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu Andi Febriana selaku BO, Beliau mengatakan bahwa: “sebagaimana halnya dengan bank konvensional, bank syariah juga mempunyai peran sebagai lembaga perantara antara satu kelompok masyarakat yang mempunyai dana lebih, dengan yang mengalami kekurangan dana”.¹³ Melalui bank, kelebihan dana-dana tersebut akan disalurkan kepada pihak-pihak yang memerlukan dan memberikan manfaat kepada kedua belah pihak. Dana pihak ketiga tersebut terdiri dari sebagai berikut:

- a. Titipan atau *Wadi'ah* yaitu dana titipan masyarakat yang dikelola oleh bank. Menetapkan permintaan mengganti posisi pemilik harta untuk menjaganya.
- b. Investasi atau *mudharabah*, adalah dana masyarakat yang diinvestasikan.

Pada dasarnya, dilihat dari sumbernya, dana bank syariah terdiri atas: modal, titipan, investasi.

- a. Modal

Modal adalah dana yang diserahkan oleh oara pemilik (*owner*) pada akhir periode tahun buku, setelah dihitung keuntungan yang didapat pada tahun tersebut pemilik modal akan memperoleh bagian dari hasil usaha yang biasa dikenal dengan *deviden*.

- b. Titipan

¹⁰Hadi Daeng Mapuna, “Islam dan Negara”, *al-Daulah: Jurnal Hukum Tata Negara Fakultas Syariah dan Hukum*, Vol. 6 No. 1 (Juni 2017), h. 224. <http://103.55.216.56/index.php/al-daulah/artcle/view/4872>

¹¹Supardin, “Produk Pemikiran Islam di Indonesia”, *al-Qaday: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum*, Vol. 2 No. 2 (2017), h.224. <http://doi.org/10.24252/al-qadau.v4i2.5695>

¹² Abdi Wijaya, “Hukum Islam Dan Sengketa Ekonomi Syariah”, *Al-daulah vol. 7 No. 1* (2018), h. 132. <http://scholar.google.co.id/>

¹³ Andi Febriana, BO Bank Syariah Indonesia cabang veteran Makassar, *Wawancara*, Makassar, 15 september 2021.

Salah satu prinsip yang digunakan bank syariah dalam memobilisasi dana adalah dengan menggunakan prinsip titipan. Adapun akad yang sesuai dengan prinsip ini ialah al-wadi'ah merupakan titipan murni yang setiap saat dapat diambil jika pemiliknya menghendaki.

c. Investasi

Prinsip lain yang digunakan adalah prinsip investasi. Akad yang sesuai dengan prinsip ini adalah mudharabah. Tujuan dari mudharabah adalah kerjasama antara pemilik dana (shahibul maal) dan pengelola dana (mudharib).

Adapun landasan hukum islam terkait pemasaran funding officer yaitu:

1. Al-Qur'an

Muamalah adalah kegiatan yang berhubungan manusia dengan manusia serta hubungan manusia dengan lingkungannya. Kegiatan ini sama halnya dengan transaksi salah satunya seperti jual beli.¹⁴ Dalam kegiatan muamalah ekonomi islam melarang adanya keberadaan riba dalam setiap perilaku ekonomi.¹⁵ Bagi kaum muslimin penting untuk membedakan mana yang syariah mana yang konvensional dalam ekonomi, untuk itu kita harus berpegang pada prinsip dasar ekonomi islam yaitu berdasarkan Al-Qur'an dan Al-Hadist yang merupakan kitab suci kaum muslimin.¹⁶ Adapun landasan hukum islam terkait pemasaran funding officer yang diatur sebagai berikut:

a. Q.S Al-Nisa' /4:58

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

Terjemahnya:

“Sungguh, Allah menyuruhmu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia hendaknya kamu menetapkannya dengan adil. Sungguh, Allah sebaik-baik yang memberi pengajaran kepadamu. Sungguh, Allah Maha Mendengar, Maha Melihat.¹⁷

b. Q.S Al-baqarah:283

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهْنَ مَقْبُوضَةً فَإِنْ أَتَىٰ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمَانَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا تَكُونُوا الشَّاهِدَةَ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ أَتَمَّ قَلْبُهُ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ

Terjemahnya:

“Dan jika kamu dalam perjalanan sedang kamu tidak mendapatkan seorang penulis, maka hendaklah ada barang jaminan yang dipegang. Tetapi, jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (utangnya) dan hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhannya. Dan janganlah kamu

¹⁴ Nila Sastrawati dan Muh Anzar Azis, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Mekanisme Pemberian Kredit Produk Amanah Di Pegadaian Syariah”, *Iqtishaduna: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum*, Vol. 2 No. 1 (2021), h. 42.

¹⁵ Mahmuda Mulia Muhammad, “Social Entrepreneurship Mewujudkan Kesejahteraan Masyarakat Berdasarkan Prinsip-Prinsip Ekonomi Syariah”, *El-Iqtishady* Vol. 2 No. 2 (2020): h. 74

¹⁶ Sohrah, “prinsip ekonomi dalam islam”, *Jurnal Al-Qadau* vol. 11 No. 2 (2014), h. 77.

¹⁷ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, h. 87.

menyembunyikan kesaksian, karena barangsiapa menyembunyikannya, sungguh, hatinya kotor (berdosa). Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.”¹⁸

c. Q.S Yusuf: 55

قَالَ اجْعَلْنِي عَلَى خَزَائِنِ الْأَرْضِ إِنِّي حَفِيظٌ عَلَيْمُ

Terjemahnya:

“Dia (Yusuf) berkata, “Jadikanlah aku bendaharawan negeri (Mesir); karena sesungguhnya aku adalah orang yang pandai menjaga, dan berpengetahuan.”¹⁹”

2. Fatwa Ulama

a. Ketentuan akad mudharabah dalam hukum islam diatur dalam fatwa DSN-MUI No.115/DSN-MUI/IX/2017 tentang akad mudharabah dengan penjelasan sebagai berikut.²⁰

- 1) Akad mudharabah adalah akad kerja sama suatu usaha antara pemilik modal (malik/shahib al-mal) yang menyediakan seluruh modal dengan pengelola (‘amil/mudharib) dan keuntungan usaha dibagi di antara mereka sesuai nisbah yang disepakati dalam akad.
- 2) Shahib al-mal/malik adalah pihak penyedia dana dalam usaha kerja sama usaha mudharabah, baik berupa orang (syakhshiyah thabi’iyah) maupun yang dipersamakan dengan orang, baik berbadan hukum maupun tidak berbadan hukum (syakhshiyah I’tibariah/syakhshiyah hukmiyah)
- 3) ‘amil/mudharib adalah pihak pengelola dana dalam usaha kerja sama usaha mudharabah, baik berupa orang (syakhshiyah thabi’iyah) maupun yang disamakan dengan orang, baik berbadan hukum maupun tidak berbadan hukum (syakhshiyah I’tibariah/syakhshiyah hukmiyah).
- 4) Ra’s mal al-mudharabah adalah modal usaha dalam usaha kerja sama mudharabah.

b. Ketentuan akad wadi’ah dalam hukum islam diatur dalam Fatwa DSN No. 36/DSN-MUI/X/2002 tentang sertifikat wadi’ah bank indonesia dengan penjelasan sebagai berikut.²¹

- 1) Bank indonesia selaku bank sentral boleh menerbitkan instrument moneter berdasarkan prinsip syariah yang dinamakan Sertifikat Wadi’ah Bank Indonesia (SWBI), yang dapat dimanfaatkan oleh bank syariah untuk mengatasi kelebihan likuiditasnya.
- 2) Akad yang digunakan untuk instrument SWBI adalah akad wadi’ah sebagaimana diatur dalam Fatwa DSN No. 01/DSN-MUI/IV/2000 tentang Giro dan Fatwa DSN No. 02/DSN-MUI/IV/2000 tentang Tabungan.

¹⁸ Kementerian Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahan*, h. 49.

¹⁹ Kementerian Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahan*, h. 242.

²⁰ Fatwa DSN-MUI No.115/DSN-MUI/IX/2017

²¹ Fatwa DSN No. 36/DSN-MUI/X/2002

3. Dalam SWBI tidak boleh ada imbalan yang disyaratkan, kecuali dalam bentuk pemberian (*'athaya*) yang bersifat sukarela dari piha Ban Indonesia.

D. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa, Pemasaran Funding Office pada Bank Syariah Indoensia Tbk KC Makassar Veteran terdiri dari dua acara yakni menggunakan, Pertama strategi pemasaran melalui STP (Segmentasi, Target, dan Pasar), dan Kedua menggunakan Strategi yang dilihat dari segi konsep pemasarannya (Produk, Promosi, Lokasi, dan Harga) sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan oleh nasabah, Sistem dan strategi pemasaran dalam hukum Islam berdasarkan al-quran dan fatwa DSN-MUI No. 115/DSN-MUI/IX/2017 sesuai dengan akad yang biasa digunakan oleh nasabah seperti akad wadiah, mudharabah, serta murabahah, dengan demikian kesimpulan utama pada permasalahan ini ialah seluruh kebijakan dan ketentuan dari akad tersebut telah sesuai dengan landasan hukum Islam.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Ahmad, Ali. *Buku Besar Shahih Al-Bukhari*. Jakarta: Alita Aksara Media, 2013.
- Assauri, Sofyan. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persad, 2002.
- Brief. *Edukasi Profesional Syariah, Konsep dan Implementasi Bank Syariah*. Jakarta: Renaisan, 2005.
- Dermawan. *Manajemen Kinerja*. Jakarta: Ghalia Indonesi, 2008.
- Hasibuan, Malayu. *Dasar-dasar Perbankan*. Jakarta: Bumi Aksara, 2010.

Jurnal:

- Azis, Muh Anzar dan Nila Sastrawati. "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Mekanisme Pemberian Kredit Produk Amanah Di Pegadaian Syariah". *Iqtishaduna: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* Vol. 2 No. 1 (2021).
- Mapuna, Hadi Daeng. "Islam dan Negara", *al-Daulah: Jurnal Hukum Tata Negara*, Vol. 6 No. 1 (Juni 2017).
- Muhammad, Mulia Mahmudah. "Social Entrepreneurship Mewujudkan Kesejahteraan Masyarakat Berdasarkan Prinsip-Prinsip Ekonomi Syariah". *El-Iqtishady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* Vol. 2 No. 2 (Desember 2020).
- Nurapriani, dan Ashabul Kahfi. "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Gabah Dengan Pembayaran Sebelum Panen". *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Jurusan Hukum Ekonomi Syariah* Volume 2 Nomor 2 (2020).
- Sohrah. "Prinsip Ekonomi Dalam Islam". *Jurnal Al-Qadau: Peradilan dan Hukum Keluarga Islam* Vol. 11 No. 2 (2014).
- Supardin. "Produk Pemikiran Islam di Indonesia", *Jurnal al-Qadau: Peradilan dan Hukum Keluarga Islam* Vol. 2 No. 2 (2017).
- Wijaya, Abdi. "Hukum Islam Dan Sengketa Ekonomi Syariah". *Al-daulah* Vol. 7 No. 1 (2018).

Wawancara:

- Febriana, Andi. BO Bank Syariah Indonesia cabang veteran Makassar, Wawancara, Makassar, 15 september 2021.
- Reza, Andi. FO Bank Syariah Indonesia cabang veteran Makassar, Wawancara, Makassar, 15 september 2021.

Fatwa:

- Fatwa DSN No. 36/DSN-MUI/X/2002
- Fatwa DSN-MUI No.115/DSN-MUI/IX/2017