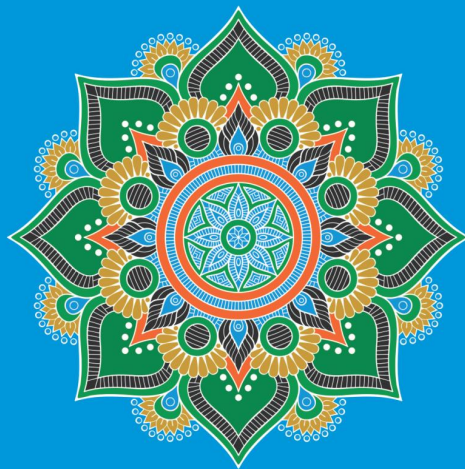


Volume 1, Nomor 2
Desember 2019

E-ISSN: 2655-2485
P-ISSN: 2655-2493

Journal of Sharia Economics

J S E



Uang dan Moneter dalam Sistem Keuangan Islam
Joko Hadi Purnomo

Strategi *Service Quality* Sebagai Media dalam Menciptakan Kepuasan
dan Loyalitas Pelanggan
Nik Haryanti, Diyanus Abdul Baqi

Laju Percepatan Perkembangan Perbankan Syariah melalui Penerapan
Tata Kelola Syariah
Rachmad Nor Firman

Prodi Ekonomi Syari'ah
Sekolah Tinggi Aqama Islam (STAI) Al Hikmah Tuban





Journal of Sharia Economics

E-ISSN: 2655-2485 P-ISSN: 2655-2493

Journal of Sharia Economics (JSE) adalah jurnal berkala ilmiah yang dikelola dan diterbitkan oleh Program Studi Ekonomi Syariah (ES) Sekolah Tinggi Agama Islam Al Hikmah Tuban. Jurnal ini mengkhususkan diri pada kajian ekonomi dan ekonomi syariah. Pengelola menyambut baik kontribusi dalam bentuk artikel dari para ilmuwan, sarjana, profesional, dan peneliti terkait kajian ekonomi syariah. Artikel akan dipublikasikan setelah melalui mekanisme seleksi naskah, telaah mitra bebestari, dan proses penyuntingan. Seluruh artikel yang dipublikasikan merupakan pandangan dan menjadi tanggung jawab penulisnya dan tidak mewakili jurnal ini atau lembaga afiliasi penulisnya. Journal of Sharia Economics (JSE) terbit dua kali dalam setahun pada bulan Juni dan Desember.

Editorial Office:

Kantor Program Studi Ekonomi Syariah
STAI Al Hikmah Tuban
Jl. PP Al Hikmah Tuban, Binangun, Singgahan, Tuban
Jawa Timur, Indonesia, 62361
Telp. 081216092942
Website: www.es.staialhikmahtuban.ac.id
URL Jurnal: <http://journal.staialhikmahtuban.ac.id/index.php/JSE>



Journal of Sharia Economics

EDITORIAL TEAM

EDITOR-IN-CHIEF

Niswatin Nurul Hidayati

(Sekolah Tinggi Agama Islam Al Hikmah Tuban, Indonesia)

EDITORS

Joko Hadi Purnomo

(Sekolah Tinggi Agama Islam Al Hikmah Tuban, Indonesia)

Ahmad Suyuthi

(Universitas Islam Lamongan, Indonesia)

Wening Purbatin Palupi Soenjoto

(STITNU Al Hikmah Mojokerto, Indonesia)

Nurul Fatma Hasan

(STITNU Al Hikmah Mojokerto, Indonesia)

Burhanatut Dyana

(Institut Agama Islam Sunan Giri Bojonegoro, Indonesia)

ADMINISTRATION & IT SUPPORT

Tatang Aulia Rahman

Najib Mahmudi



Journal of Sharia Economics

Volume 1, Nomor 2, Desember 2019

DAFTAR ISI

Uang dan Moneter dalam Sistem Keuangan Islam <i>Joko Hadi Purnomo</i>	80 – 100
Strategi <i>Service Quality</i> Sebagai Media Dalam Menciptakan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan <i>Nik Haryanti, Diyanus Abdul Baqi</i>	101 – 128
Metode Menabung Perspektif Zaman Nabi Yusuf As. <i>Agung Mandiro Cahyono</i>	129 – 145
Penerapan Model Pembelajaran <i>Quiz Team</i> Untuk Meningkatkan Hasil Belajar Ekonomi Peserta Didik Kelas XI IPS 2 SMAN 8 Kediri di Semester Ganjil Tahun Pelajaran 2018/2019 <i>Rochana Ulfiati Fadilah</i>	146 – 164
Laju Percepatan Perkembangan Perbankan Syariah Melalui Penerapan Tata Kelola Syariah <i>Rachmad Nor Firman</i>	165 – 182

UANG DAN MONETER DALAM SISTEM KEUANGAN ISLAM

Joko Hadi Purnomo
Sekolah Tinggi Agama Islam Al Hikmah Tuban
Joko.hpurnomo@gmail.com

Abstract

Money is a tool that can be used in conducting exchanges or transactions both goods and services in a certain area. Money is the standard of use found in goods and labor. Therefore, money is defined as a tool to measure the value of each item and service. There are two main policies in the economy called fiscal and monetary policies. Monetary policy is a policy that is carried out to control the supply and demand of money (money circulating in the community), the available money supply, the stability of the currency's value and the direction in which money will be allocated using appropriate monetary tools or instruments in order to achieve the objectives from monetary policy itself. The fiscal policy is a policy that is used to move the steps to obtain state income including tax revenue and control the direction of fiscal policy and control the amount of government spending and expenditure using fiscal tools, so that the objectives of the policy can be achieved fiscal itself in the economy. In this study, the author only focuses on discussing monetary policy and its implications for economic development in an Islamic perspective.

Keywords: money, monetary, Islamic finance system

A. Latar Belakang

Uang adalah sesuatu yang dapat diterima secara umum sebagai alat pembayaran hutang atau alat untuk melakukan pembelian barang dan jasa. Dengan kata lain, uang merupakan alat yang dapat digunakan dalam melakukan pertukaran atau transaksi baik barang maupun jasa dalam suatu wilayah tertentu. Uang adalah standar kegunaan yang terdapat pada barang dan tenaga. Oleh karena itu uang didefinisikan sebagai alat untuk mengukur nilai tiap barang dan jasa. Dengan uang barang, jasa dan pelayanan memiliki harga dan nilai.

Menurut Al Gazali, uang memiliki peran penting dalam kegiatan perekonomian. Uang merupakan salah satu nikmat Allah SWT dan penopang kehidupan dunia. Karena itu uang harus dimanfaatkan sesuai dengan ketentuan syara'. Dalam *Ihya' Ulum al-Din*, Al Gazali menyatakan bahwa salah satu nikmat allah adalah telah diciptakannya dinar dan dirham sehingga dengan keduanya tegakllah dunia. Dinar dan dirham adalah benda mati yang pada hakekatnya tidak

memiliki manfaat. Akan tetapi manusia membutuhkannya agar dapat mempunyai barang-barang, makanan, pakaian dan semua kebutuhan lainnya. Lebih lanjut ia juga menyatakan bahwa dinar dan dirham merupakan perantara terhadap sesuatu yang di inginkan. Didalam dinar dan dirham tidak ada manfaat manakala tidak ada keinginan terhadap sesuatu.

Selain merupakan nikmat, uang memiliki peran sebagai senjata yang memiliki daya guna yang bernilai tinggi. Al Gazali lebih lanjut menyatakan bahwa siapa yang memiliki uang, ia bagaikan memiliki semuanya. Dengan uang manusia dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhan dan keinginan-keinginannya terhadap barang dan jasa. Semakin banyak uang yang dimiliki, semakin banyak pula kebutuhan dan keinginan yang dapat dipenuhinya.

Semua hal yang tersebut di atas tentu memerlukan suatu kebijakan ekonomi yang tepat dari sisi pemerintah. Ada dua kebijakan yang utama dalam ekonomi yang disebut kebijakan fiskal dan moneter. Kebijakan moneter adalah suatu kebijaksanaan yang dilakukan untuk mengontrol penawaran dan permintaan uang (uang yang beredar di masyarakat), persediaan uang yang ada, stabilitas nilai mata uang dan arah kemana uang akan dialokasikan dengan menggunakan alat-alat atau piranti moneter yang tepat supaya dapat dicapai tujuan dari kebijakan moneter itu sendiri. Adapun kebijakan fiskal adalah suatu kebijakan yang dipakai untuk menggerakkan langkah-langkah untuk memperoleh pendapatan Negara termasuk pendapatan dari pajak serta melakukan kontrol terhadap arah kebijakan fiskal dan kontrol terhadap besaran jumlah pengeluaran dan belanja pemerintah dengan menggunakan alat-alat fiskal, supaya dapat dicapai tujuan dari kebijakan fiskal itu sendiri di dalam ekonomi. Di dalam penelitian ini, penulis hanya focus untuk membahas kebijakan moneter dan implikasinya terhadap pembangunan ekonomi di dalam perspektif Islam.

B. Uang Dalam Sistem Keuangan Islam

1. Perspektif Uang Dalam Sistem Keuangan Islam

Upaya memenuhi kebutuhan hidup, masyarakat tidak dapat melakukan semuanya secara seorang diri. Ada kebutuhan yang dihasilkan oleh pihak lain, dan untuk mendapatkannya seorang individu harus menukarnya dengan

barang atau jasa yang dihasilkannya. Namun, dengan kemajuan zaman, merupakan suatu hal yang tidak praktis jika untuk memenuhi suatu kebutuhan, setiap individu harus menunggu atau mencari orang yang mempunyai barang atau jasa yang dibutuhkannya dan secara bersamaan membutuhkan barang atau jasa yang dimilikinya. Oleh karena itu, dibutuhkan suatu sarana lain yang berfungsi sebagai media pertukaran dan satuan pengukur nilai untuk melakukan sebuah transaksi. Jauh sebelum bangsa Barat menggunakan uang dalam setiap transaksinya, dunia Islam telah mengenal alat pertukaran dan pengukur nilai tersebut, bahkan Al Quran secara eksplisit menyatakan alat pengukur nilai tersebut berupa emas dan perak dalam berbagai ayat. Para fuqaha menafsirkan emas dan perak tersebut sebagai dinar dan dirham. Uang dalam bahasa Arab disebut *Maal*, asal katanya berarti condong, yang berarti menyondongkan mereka kearah yang menarik, dimana uang sendiri mempunyai daya penarik, yang terbuat dari logam misalnya-tembaga, emas, dan perak. Menurut fiqh ekonomi Umar RA diriwayatkan, uang adalah segala sesuatu yang dikenal dan dijadikan sebagai alat pembayaran dalam muamalah manusia. Berdasarkan sejarah Islam, pada masa Rasulullah SAW. mata uang menggunakan sistem bimetallic standard (emas dan perak) demikian juga pada masa Bani Umayyah dan Bani Abassiyah. Dalam pandangan Islam mata uang yang dibuat dengan emas (dinar) dan perak (dirham) merupakan mata uang yang paling stabil dan tidak mungkin terjadi krisis moneter karena nilai intrinsik sama dengan nilai riil. Mata uang ini dipergunakan bangsa arab sebelum datangnya Islam.¹

Dalam konsep ekonomi Islam uang adalah milik masyarakat (*money is goods public*). Barang siapa yang menimbun uang atau dibiarkan tidak produktif berarti mengurangi jumlah uang beredar yang dapat mengakibatkan tidak jalannya perekonomian. Jika seseorang sengaja menumpuk uangnya tidak dibelanjakan, sama artinya dengan menghalangi proses atau kelancaran jual beli. Implikasinya proses pertukaran dalam perekonomian terhambat.² Disamping itu penumpukan uang/harta juga dapat mendorong manusia cenderung pada sifat-sifat tidak baik seperti tamak, rakus dan malas beramal

¹ Masyhuri, *Teori Ekonomi Dalam Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada 2008), 25.

² *Ibid.*, 30.

(zakat, infak dan sadaqah). Sifat-sifat tidak baik ini juga mempunyai imbas yang tidak baik terhadap kelangsungan perekonomian. Oleh karenanya Islam melarang penumpukan / penimbunan harta, memonopoli kekayaan, “*al kanzu*” sebagaimana telah disebutkan dalam QS At Taubah 34-35, yang artinya:

Hai orang-orang yang beriman, Sesungguhnya sebahagian besar dari orang-orang alim Yahudi dan rahib-rahib Nasrani benar-benar memakan harta orang dengan jalan batil dan mereka menghalang-halangi (manusia) dari jalan Allah. dan orang-orang yang menyimpan emas dan perak dan tidak menafkahkannya pada jalan Allah, Maka beritahukanlah kepada mereka, (bahwa mereka akan mendapat) siksa yang pedih, pada hari dipanaskan emas perak itu dalam neraka Jahannam, lalu dibakar dengannya dahi mereka, lambung dan punggung mereka (lalu dikatakan) kepada mereka: "Inilah harta bendamu yang kamu simpan untuk dirimu sendiri, Maka rasakanlah sekarang (akibat dari) apa yang kamu simpan itu."

Disamping itu uang yang disimpan dan tidak dimanfaatkan disektor produktif (idle asset) maka jumlahnya akan semakin berkurang karena adanya kewajiban zakat bagi umat Islam. Oleh karena itu uang harus berputar (Money as flow concept). Islam sangat menganjurkan bisnis/perdagangan, investasi disektor riil. Uang yang berputar untuk produksi akan dapat menimbulkan kemakmuran dan kesehatan ekonomi masyarakat. Teori konvensional meyakini bahwa uang saat ini lebih bernilai dibanding uang di masa depan (Economic value of time vs time value of money). Teori ini berangkat dari pemahaman bahwa uang adalah sesuatu yang sangat berharga dan dapat berkembang dalam suatu waktu tertentu. Dengan memegang uang orang dihadapkan pada risiko berkurangnya nilai uang akibat inflasi. Sedangkan jika menyimpan uang dalam bentuk surat berharga maka pemilik uang akan mendapatkan bunga yang diperkirakan diatas inflasi yang terjadi.³

Teori time value of money tampak tidak akurat, karena setiap investasi selalu mempunyai kemungkinan mendapat hasil positif, negatif bahkan tidak mendapat apa-apa. Dalam teori keuangan hal ini dikenal dengan istilah risk-return relation. Disamping itu kondisi ekonomi tidak

³ Edwin Mustafa, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Prenada Media Grup, 2010), 122.

selalu menghadapi masalah inflasi. Keberadaan deflasi yang seharusnya menjadi alasan munculnya negative time value of money diabaikan oleh teori ekonomi konvensional.

Ekonomi Islam memandang waktu yang memiliki nilai ekonomis (penting). Pentingnya waktu disebutkan Allah dalam QS. Al Ashr, yang artinya:

demi masa. Sesungguhnya manusia itu benar-benar dalam kerugian, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal saleh dan nasehat menasehati supaya mentaati kebenaran dan nasehat menasehati supaya menetapi kesabaran

Ekonomi Islam secara jelas telah membedakan antara *money* dan *capital*. Dalam Islam, *Uang* adalah *public good/milik* masyarakat, dan oleh karenanya penimbunan uang (atau dibiarkan tidak produktif) berarti mengurangi jumlah uang beredar. Implikasinya, proses pertukaran dalam perekonomian terhambat. Disamping itu penumpukan uang/harta juga dapat mendorong manusia cenderung pada sifat-sifat tidak baik seperti tamak, rakus dan malas beramal (zakat, infak dan sadaqah). Sifat-sifat tidak baik ini juga mempunyai imbas yang tidak baik terhadap kelangsungan perekonomian. Oleh karenanya Islam melarang penumpukan / penimbunan harta, memonopoli kekayaan, al kanzu sebagaimana telah disebutkan dalam al qur'an :

Hai orang-orang yang beriman, Sesungguhnya sebahagian besar dari orang-orang alim Yahudi dan rahib-rahib Nasrani benar-benar memakan harta orang dengan jalan batil dan mereka menghalang-halangi (manusia) dari jalan Allah. dan orang-orang yang menyimpan emas dan perak dan tidak menafkahnnya pada jalan Allah, Maka beritahukanlah kepada mereka, (bahwa mereka akan mendapat) siksa yang pedih, pada hari dipanaskan emas perak itu dalam neraka Jahannam, lalu dibakar dengannya dahi mereka, lambung dan punggung mereka (lalu dikatakan) kepada mereka: "Inilah harta bendamu yang kamu simpan untuk dirimu sendiri, Maka rasakanlah sekarang (akibat dari) apa yang kamu simpan itu."

Uang Dalam Pandangan al-Ghazali & Ibnu Khaldun, Jauh sebelum Adam Smith menulis buku *The Wealth of Nations* pada tahun 1766 di Eropa., Abu Hamid al-Ghazali dalam kitabnya *Ihya Ulumuddin* telah membahas fungsi uang dalam perekonomian. Beliau menjelaskan, uang berfungsi sebagai media penukaran, namun uang tidak dibutuhkan untuk uang itu sendiri. Maksudnya, adalah uang

diciptakan untuk memperlancar pertukaran dan menetapkan nilai yang wajar dari pertukaran tersebut, dan uang bukan merupakan sebuah komoditi. Menurut al-Ghazali, uang diibaratkan cermin yang tidak mempunyai warna, tetapi dapat merefleksikan semua warna. Maknanya adalah uang tidak mempunyai harga, tetapi merefleksikan harga semua barang. Dalam istilah ekonomi klasik disebutkan bahwa uang tidak memberikan kegunaan langsung (*direct utility function*), yang artinya adalah jika uang digunakan untuk membeli barang, maka barang itu yang akan memberikan kegunaan.⁴

Pembahasan mengenai uang juga terdapat dalam kitab Muqaddimah yang ditulis oleh Ibnu Khaldun. Beliau menjelaskan bahwa kekayaan suatu negara tidak ditentukan oleh banyaknya uang di negara tersebut, tetapi ditentukan oleh tingkat produksi negara tersebut dan neraca pembayaran yang positif. Apabila suatu negara mencetak uang sebanyak-banyaknya, tetapi bukan merupakan refleksi pesatnya pertumbuhan sektor produksi, maka uang yang melimpah tersebut tidak ada nilainya. Sektor produksi merupakan motor penggerak pembangunan suatu negara karena akan menyerap tenaga kerja, meningkatkan pendapatan pekerja, dan menimbulkan permintaan (pasar) terhadap produksi lainnya. Menurut Ibnu Khaldun, jika nilai uang tidak diubah melalui kebijaksanaan pemerintah, maka kenaikan atau penurunan harga barang semata-mata akan ditentukan oleh kekuatan penawaran (*supply*) dan permintaan (*demand*), sehingga setiap barang akan memiliki harga keseimbangan. Misalnya, jika di suatu kota makanan yang tersedia lebih banyak daripada kebutuhan, maka harga makanan akan murah, demikian pula sebaliknya. Inflasi (kenaikan) harga semua atau sebagian besar jenis barang tidak akan terjadi karena pasar akan mencari harga keseimbangan setiap jenis barang. Apabila satu barang harganya naik, namun karena tidak terjangkau oleh daya beli, maka harga akan turun kembali.⁵

Merujuk kepada Al-Quran, al-Ghazali berpendapat bahwa orang yang menimbun uang adalah seorang penjahat, karena menimbun uang berarti menarik uang secara sementara dari peredaran. Dalam teori moneter modern, penimbunan uang berarti memperlambat perputaran uang. Hal ini berarti memperkecil terjadinya transaksi, sehingga perekonomian menjadi lesu. Selain itu, al-Ghazali

⁴ A. Karim, *Ekonomi Makro Islami*, (Bandung: grafindo, 2008), 22.

⁵ M. Umer Chapra. *Sistem Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gema Insani press, 2000), 98

juga menyatakan bahwa mencetak atau mengedarkan uang palsu lebih berbahaya daripada mencuri seribu dirham. Mencuri adalah suatu perbuatan dosa, sedangkan mencetak dan mengedarkan uang palsu dosanya akan terus berulang setiap kali uang palsu itu dipergunakan dan akan merugikan siapapun yang menerimanya dalam jangka waktu yang lebih panjang.⁶

2. Fungsi Uang dalam Ekonomi Islam

Menurut konsep Ekonomi Syariah, uang adalah uang, bukan *capital*, sementara dalam konsep ekonomi konvensional, konsep uang tidak begitu jelas. Misalnya dalam buku *Money, Interest and Capital* karya Colin Rogers, uang diartikan sebagai uang dan *capital* secara bergantian. Sedangkan dalam konsep ekonomi Syariah uang adalah sesuatu yang bersifat *flow concept* dan merupakan *public goods*. *Capital* bersifat *stock concept* dan merupakan *private goods*. Uang yang mengalir adalah *public goods*, sedangkan yang mengendap merupakan milik seseorang dan menjadi milik pribadi (*private good*).⁷

Islam, telah lebih dahulu mengenal konsep *public goods*, sedangkan dalam ekonomi konvensional konsep tersebut baru dikenal pada tahun 1980-an seiring dengan berkembangnya ilmu ekonomi lingkungan yang banyak membicarakan masalah externalities, public goods dan sebagainya. Konsep *publics goods* tercermin dalam sabda Rasulullah Shalallahu alaihiwasalam, yakni *Tidaklah kalian berserikat dalam tiga hal, kecuali air, api, dan rumput*. Berikut ini merupakan fungsi uang berdasarkan pandangan Ekonomi Islam:

- a. Dalam penggunaannya sebagai alat pembayaran atau media untuk pertukaran dalam melaksanakan transaksi ekonomi, maka penggunaan uang sejalan dengan konsep ekonomi syariah. Dimana manfaat uang mencapai nilai optimum bila peredarannya berlaku optimal. Akibatnya segala kegiatan yang mengganggu pemakaian uang dalam transaksi ekonomi tidak sesuai dengan Syariah Islam. Sehingga pada saat emas dipakai sebagai uang, maka penyimpanan emas yang mengakibatkan peredaran uang terganggu (*kanzul maal*) dilarang oleh Syariah Islam.

⁶ Ibid., 105

⁷ Azwar Adiwarmanto. *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), 68.

- b. Dalam penggunaannya sebagai sarana untuk menyimpan nilai maka penggunaan uang tidak bertentangan dengan konsep ekonomi syariah, selama uang tersebut masih bisa dipergunakan dalam kegiatan transaksi perniagaan. Oleh karena itu diperlukan adanya pihak ketiga (dalam hal ini adalah lembaga keuangan) yang menerima simpanan uang dari pihak yang ingin menyimpan nilai dan kemudian menyalurkannya kepada pihak-pihak yang ingin melakukan transaksi sehingga uang tersebut masih dapat dipergunakan dalam transaksi walaupun nilai yang disimpan oleh pemilik asal tidak berkurang.
- c. Namun penggunaan uang untuk spekulasi sama sekali bertentangan dengan Syariah Islam, baik karena spekulasi tersebut tidak disukai maupun karena spekulasi umumnya berkaitan dengan menghalangi terjadinya mekanisme pasar yang wajar guna mendapatkan fluktuasi harga yang abnormal. Spekulasi juga mengakibatkan ketidak stabilan nilai dari mata uang itu sendiri karena fluktuasi harga pada hakekatnya adalah fluktuasi nilai (daya beli) dari uang itu sendiri.⁸

Persamaan fungsi uang dalam sistem Ekonomi Syariah dan Konvensional adalah uang sebagai alat pertukaran (*medium of exchange*) dan satuan nilai (*unit of account*). Perbedaannya adalah ekonomi konvensional menambah satu fungsi lagi sebagai penyimpan nilai (*store of value*) yang kemudian berkembang menjadi motif *money demand for speculation*, yang merubah fungsi uang sebagai salah satu komoditi perdagangan. Jauh sebelumnya, Imam al-Ghazali telah memperingatkan bahwa *Memperdagangkan uang ibarat memenjarakan fungsi uang, jika banyak uang yang diperdagangkan, niscaya tinggal sedikit uang yang dapat berfungsi sebagai uang.*⁹

Dengan demikian, dalam konsep Islam, uang tidak termasuk dalam fungsi utilitas karena manfaat yang didapatkan bukan dari uang itu secara langsung, melainkan dari fungsinya sebagai perantara untuk mengubah suatu barang menjadi barang yang lain. Dampak berubahnya fungsi uang dari sebagai alat tukar

⁸ Ibid., 80.

⁹ Chapra, M. Umer. *The Future of Economics An Islamic Perspective*, (Jakarta: terj. SEBI, 2001), 102.

dan satuan nilai mejadi komoditi dapat dirasakan saat ini, yang dikenal dengan teori *Bubble Gum Economic*.

B. Moneter Dalam Pandangan Sistem Keuangan Islam

1. Pengertian Kebijakan Moneter

Kebijakan Moneter adalah kebijakan pemerintah untuk memperbaiki keadaan perekonomian melalui pengaturan jumlah uang beredar. Untuk mengatasi krisis ekonomi yang hingga kini masih terus berlangsung, disamping harus menata sektor riil, yang tidak kalah penting adalah meluruskan kembali sejumlah kekeliruan pandangan di seputar masalah uang. Bila dicermati, krisis ekonomi yang melanda Indonesia, juga belahan dunia lain, sesungguhnya dipicu oleh dua sebab utama, yang semuanya terkait dengan masalah uang.¹⁰

- a. persoalan mata uang, dimana nilai mata uang suatu negara saat ini pasti terikat dengan mata uang negara lain (misalnya rupiah terhadap dolar AS), tidak pada dirinya sendiri sedemikian sehingga nilainya tidak pernah stabil karena bila nilai mata uang tertentu bergejolak, pasti akan mempengaruhi kestabilan mata uang tersebut.
- b. kenyataan bahwa uang tidak lagi dijadikan sebagai alat tukar saja, tapi juga sebagai komoditi yang diperdagangkan (dalam bursa valuta asing) dan ditarik keuntungan (*interest*) alias bunga atau riba dari setiap transaksi peminjaman atau penyimpanan uang.

Persoalan kedua relatif bisa selesai andai saja semua bentuk transaksi yang di dalamnya terdapat unsur riba dinyatakan dilarang. Lembaga keuangan syariah, termasuk bank syariah, menjadi satu-satunya anak tunggal yang sah beroperasi di negeri ini menggantikan bank-bank konvensional. Dengan melarang semua transaksi ribawi, berarti telah menghilangkan factor utama penyebab labilitas moneter. Sebaliknya, tetap membiarkan bank-bank konvensional berjalan (sekalipun pada saat yang sama juga beroperasi bank-bank syariah) sama saja memelihara penyakit yang sewaktu-waktu akan memporak-porandakan kembali bangunan tubuh ekonomi Indonesia. Sementara itu, persoalan pertama diatasi dengan cara mengkaji ulang mata uang kertas yng selama beberapa puluh tahun

¹⁰ Chapra M. Umer, *Sistem Moneter Islam*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2000), 55.

terakhir diterima begitu saja tanpa reserve (*taken for granted*), seolah tidak ada persoalan di dalamnya. Berapa banyak diantara kita yang menyangka bahwa uang kertas yang setiap hari ada di kantong kita menyimpan sebuah persoalan begitu mendasar.¹¹

Berkenaan dengan mata uang, Islam memiliki pandangan yang khas. Abdul Qodim Zallum mengatakan bahwa sistem moneter atau keuangan adalah sekumpulan kaidah pengadaan dan pengaturan keuangan dalam suatu negara. Yang paling penting dalam setiap sistem keuangan adalah penentuan satuan dasar keuangan (*al-wahdatu al-naqdiyatu alasiyah*) dimana kepada satuan itu dinisbahkan seluruh nilai-nilai berbagai mata uang lain. Apabila satuan dasar keuangan itu adalah emas, maka sistem keuangan/moneternya dinamakan sistem uang emas. Apabila satuan dasarnya perak, dinamakan sistem uang perak. Bila satuan dasarnya terdiri dari dua satuan mata uang (emas dan perak), dinamakan sistem dua logam. Dan bila nilai satuan mata uang tidak dihubungkan secara tetap dengan emas atau perak (baik terbuat dari logam lain seperti tembaga atau dibuat dari kertas), sistem keuangannya disebut sistem *fiat money*. Dalam sistem dua logam, harus ditentukan suatu perbandingan yang sifatnya tetap dalam berat maupun kemurnian antara satuan mata uang emas dengan perak. Sehingga bisa diukur masing-masing nilai antara satu dengan lainnya, dan bisa diketahui nilai tukarnya. Misalnya, 1 dinar emas syar'i bertanya 4,25 gram emas dan 1 dirham perak syar'iy beratnya 2,975 gram perak.

Sistem uang dua logam inilah yang diadopsi oleh Rasulullah SAW. Ketika itu kendati menggunakan sistem uang dua logam, Rasulullah SAW memang tidak mencetak dinar dan dirham emas sendiri, tapi menggunakan dinar Romawi dan dirham Persia (ini juga menunjukkan bahwa sistem uang dua logam tidak eksklusif hanya dilakukan oleh ummat Islam). Demikian seterusnya, sistem dua logam itu diterapkan oleh para khalifah hingga masa Khalifah Abdul Malik bin Marwan (79H). Baru di masa itulah dicetak dinar dan dirham khusus dengan corak Islam yang khas. Dengan cara itu, nilai nominal dan nilai intrinsik dari mata uang dinar dan dirham akan menyatu. Artinya, nilai nominal mata uang yang berlaku akan dijaga oleh nilai instrinsiknya (nilai uang itu sebagai barang, yaitu

¹¹ An-Nabhani, Taqyuddin, *Membangun Sistem Ekonomi Alternatif Persektif Islam*, (Surabaya : Risalah Gusti, 1996), 77.

emas atau perak itu sendiri), bukan oleh daya tukar terhadap mata uang lain. Maka, seberapapun misalnya dollar Amerika naik nilainya, mata uang dinar akan mengikuti nilai dollar menghargai 4,25 gram emas yang terkandung dalam 1 dinar. Depresiasi (sekalipun semua faktor ekonomi dan non ekonomi yang memicunya ada) tidak akan terjadi. Sehingga gejolak ekonomi seperti sekarang ini Insya Allah juga tidak akan terjadi. Penurunan nilai dinar atau dirham memang masih mungkin terjadi. Yaitu ketika nilai emas yang menopang nilai nominal dinar itu, mengalami penurunan (biasa disebut inflasi emas). Diantaranya akibat ditemukannya emas dalam jumlah besar. Tapi keadaan ini kecil sekali kemungkinannya, oleh karena penemuan emas besar-besaran biasanya memerlukan usaha eksplorasi dan eksploitasi yang disamping memakan investasi besar, juga waktu yang lama. Tapi, andaipun hal ini terjadi, emas temuan itu akan segera disimpan menjadi cadangan devisa negara, tidak langsung dilempar ke pasaran. Secara demikian pengaruh penemuan emas terhadap penurunan nilai emas di pasaran bisa ditekan seminimal mungkin. Disinilah pentingnya ketentuan emas sebagai milik umum harus dikuasai oleh negara.

Secara syar'i pemanfaatan sistem mata uang dua logam juga selaras dengan sejumlah perkara dalam Islam yang menyangkut uang. Diantaranya tentang nisab zakat harta yang 20 dinar emas dan 200 dirham perak, larangan menimbun harta (*kanzu al-mal*, bukan *idzkar* atau *saving*) dimana harta yang dimaksud disitu adalah emas dan perak, sebagaimana disebut dalam Surah At Taubah 34. Juga berkaitan dengan ketetapan besarnya diyat dalam perkara pembunuhan (sebesar 1000 dinar) atau batas minimal pencurian (1/4 dinar) untuk dapat dijatuhi hukuman potong tangan. Itu semua menunjukkan bahwa standar keuangan (*monetary standard*) dalam sistem keuangan Islam adalah uang emas dan perak.

Untuk menuju sistem uang dua logam, Abdul Qodim Zallum menyarankan sejumlah hal. Diantaranya, menghentikan pencetakan uang kertas dan menggantinya dengan uang dua logam dan menghilangkan hambatan dalam ekspor dan impor emas. Pemanfaatan emas sebagai mata uang tentu akan

mendorong eksplorasi dan eksploitasi emas (mungkin secara besar-besaran) untuk mencukupi kebutuhan transaksi yang semakin meningkat.¹²

2. Prinsip Dasar Kebijakan Moneter Islam

Kebijakan moneter atau politik moneter merupakan politik negara dalam menentukan peraturan-peraturan dan tindakantindakan dalam lapangan keuangan negara.¹³ Secara lebih khusus kebijakan moneter mempunyai pengertian sebagai tindakan makro pemerintah melalui bank sentral dengan cara mempengaruhi penciptaan uang. Dengan mempengaruhi proses penciptaan uang, pemerintah bisa mempengaruhi jumlah uang beredar, yang selanjutnya pemerintah bisa mempengaruhi pengeluaran investasi, kemudian mempengaruhi permintaan agregat dan akhirnya tingkat harga⁷ sehingga tercipta kondisi ekonomi sebagaimana yang diinginkan.¹⁴

Kebijakan moneter dalam Islam berbijak pada prinsip-prinsip dasar ekonomi Islam sebagai berikut :

- a. Kekuasaan tertinggi adalah milik Allah dan Allahlah pemilik yang absolut.
- b. Manusia merupakan Pemimpin (kholifah) di bumi, tetapi bukan pemilik yang sebenarnya.
- c. Semua yang dimiliki dan didapatkan oleh manusia adalah karena seizin Allah, dan oleh karena itu saudara-saudaranya yang kurang beruntung memiliki hak atas sebagian kekayaan yang dimiliki saudarasaudaranya yang lebih beruntung.
- d. Kekayaan tidak boleh ditumpuk terus atau ditimbun.
- e. Kekayaan harus diputar.
- f. Menghilangkan jurang perbedaaan antara individu dalam perekonomian, dapat menghapus konflik antar golongan.

¹² Muhammad, *Kebijakan Fiskal dan Moneter dalam Ekonomi Islam*, (Jakarta: Salemba Empat, 2002), 106.

¹³ Taqyudin An Nabhani, *Membangun Sistem Ekonomi Alternatif Perspektif Islam* (Surabaya: Risalah Gusti, 1996), 52

¹⁴ Budiono, *Seri Sinopsis Pengantar Ilmu Ekonomi N-2. Ekonomi Makro* (Yogyakarta: BPFE, 2001), 96.

- g. Menetapkan kewajiban yang sifatnya wajib dan sukarela bagi semua individu, termasuk bagi anggota masyarakat yang miskin.¹⁵

3. Konsep Ekonomi Moneter Islam

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya bahwa kebijakan moneter adalah proses mengatur persediaan uang sebuah Negara. Biasanya otoritas moneter dipegang oleh Bank Sentral suatu negara. Dengan kata lain, kebijakan moneter merupakan *instrumen Bank Sentral yang sengaja dirancang sedemikian rupa untuk mempengaruhi variable-variabel finansial seperti suku bunga dan tingkat penawaran uang*. Sasaran yang ingin dicapai adalah memelihara kestabilan nilai uang baik terhadap faktor internal maupun eksternal. Stabilitas nilai uang mencerminkan stabilitas harga yang pada akhirnya akan mempengaruhi realisasi pencapaian tujuan pembangunan suatu negara, seperti pemenuhan kebutuhan dasar, pemerataan distribusi, perluasan kesempatan kerja, pertumbuhan ekonomi riil yang optimum dan stabilitas ekonomi.¹⁶

Secara prinsip, tujuan kebijakan moneter islam tidak berbeda dengan tujuan kebijakan moneter konvensional yaitu menjaga stabilitas dari mata uang (baik secara internal maupun eksternal) sehingga pertumbuhan ekonomi yang merata yang diharapkan dapat tercapai. Stabilitas dalam nilai uang tidak terlepas dari tujuan ketulusan dan keterbukaan dalam berhubungan dengan manusia. Hal ini disebutkan AL Quran dalam QS.Al.Anam:152, yang artinya

dan janganlah kamu dekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih bermanfaat, hingga sampai ia dewasa. dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak memikulkan beban kepada seseorang melainkan sekedar kesanggupannya. dan apabila kamu berkata, Maka hendaklah kamu Berlaku adil, Kendatipun ia adalah kerabat(mu), dan penuhilah janji Allah. yang demikian itu diperintahkan Allah kepadamu agar kamu ingat.

Kebijakan moneter sebenarnya bukan hanya mengutamakan suku bunga. Bahkan sejak zaman Rasulullah SAW dan Khulafaur Rasyidin, kebijakan moneter dilaksanakan tanpa menggunakan instrumen bunga sama sekali. Perekonomian Jazirah Arabia ketika itu adalah perekonomian dagang, bukan ekonomi yang

¹⁵ Adiwarmanto Azwar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam* (Jakarta: IIIT, 2001), 28

¹⁶ Chapra M. Umer, *Sistem Moneter Islam*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2000), 93.

berbasis sumber daya alam; Minyak bumi belum ditemukan dan sumber daya alam lainnya terbatas. Lalu lintas perdagangan antara Romawi dan India yang melalui Arab dikenal sebagai Jalur Dagang Selatan. Sedangkan antara Romawi dan Persia disebut Jalur Dagang Utara. Sedangkan antara Syam dan Yaman disebut Jalur Dagang Utara-Selatan. Perekonomian Arab di zaman Rasulullah SAW, bukanlah ekonomi terbelakang yang hanya mengenal barter, bahkan jauh dari gambaran seperti itu. Valuta asing dari Persia dan Romawi dikenal oleh seluruh lapisan masyarakat Arab. Dinar dan Dirham juga dijadikan alat pembayaran resmi. Sistem devisa bebas diterapkan, tidak ada halangan sedikit pun untuk mengimpor dinar dan dirham.

Transaksi tidak tunai diterima luas dikalangan pedagang. Cek dan promissory notes lazim digunakan. Misalnya Umar Ibnu-Khaththab ra. Beliau menggunakan instrumen ini untuk mempercepat distribusi barang-barang yang baru diimpor dari Mesir ke Madinah. Instrumen factoring (anjak piutang) yang baru populer tahun 1980-an, telah dikenal pula pada masa itu dengan nama *al-hiwalah*, tapi tentunya bebas dari unsur bunga.

Apabila para pedagang mengekspor barang, berarti dinar/dirham diimpor. Sebaliknya, bila mereka mengimpor barang. Berarti dinar/dirham diekspor. Jadi dapat dikatakan bahwa keseimbangan supply dan demand di pasar uang adalah derived market dari keseimbangan aggregate supply dan aggregate demand di pasar barang dan jasa. Nilai emas dan perak yang terkandung di dalam dinar dan dirham, sama dengan nilai nominalnya. Sehingga dapat dikatakan penawaran uang elastis sempurna terhadap tingkat pendapatan. Tidak ada larangan impor dirham dan dinar berarti penawaran uang elastis. Adapun instrumen moneter syariah adalah hukum syariah. Hampir semua instrumen moneter pelaksanaan kebijakan moneter konvensional maupun surat berharga yang menjadi *underlying*-nya mengandung unsur bunga. Oleh karena itu instrumen-instrumen konvensional yang mengandung unsur bunga (bank rates, discount rate, open market operation dengan sekuritas bunga yang ditetapkan didepan) tidak dapat digunakan pada pelaksanaan kebijakan moneter berbasis Islam. Tetapi sejumlah instrument kebijakan moneter konvensional menurut sejumlah pakar ekonomi Islam masih

dapat digunakan untuk mengontrol uang dan kredit, seperti *Reserve Requirement, overall and selecting credit ceiling, moral suasion and change in monetary base*.

Dalam ekonomi Islam, tidak ada sistem bunga sehingga bank sentral tidak dapat menerapkan kebijakan discount rate tersebut. Bank Sentral Islam memerlukan instrumen yang bebas bunga untuk mengontrol kebijakan ekonomi moneter dalam ekonomi Islam. Dalam hal ini, terdapat beberapa instrumen bebas bunga yang dapat digunakan oleh bank sentral untuk meningkatkan atau menurunkan uang beredar. Penghapusan sistem bunga, tidak menghambat untuk mengontrol jumlah uang beredar dalam ekonomi.¹⁷

4. Orientasi Sejarah Kebijakan Moneter Rasulullah

Perekonomian jazirah arabia ketika jaman rasul merupakan ekonomi dagang bukan ekonomi yang berbasis sumber daya alam. Minyak bumi belum ditemukan dan sumber daya lainnya masih terbatas. Lalu lintas perdagangan antara romawi dan India yang melalui Arab dikenal sebagai jalur dagang selatan. Sedangkan antara Romawi dan Persia disebut sebagai jalur dagang utara. Antara Syam dan Yaman disebut jalur dagang utara selatan.

Perekonomian Arab pada jaman rosululloh, bukan ekonomi terbelakang yang hanya mengenal barter, bahkan jauh dari gambaran seperti itu. Pada masa itu telah terjadi

- a. Valuta asing dari persia dan romawi yang dikenal oleh seluruh lapisan masyarakat Arab, bahkan menjadi alat bayar resminya adalah dinar dan dirham.
- b. Sistem devisa bebas ditetapkan, tidak ada halangan sedikitpun untuk mengimpor dinar dan dirham.
- c. Transaksi tidak tunai diterima secara luas dikalangan pedagang.
- d. Cek dan Promissory note lazim digunakan, misalnya Umar Bin Khottob menggunakan instrumen ini ketika melakukan impor barang-barang yang baru dari Mesir ke Madinah.

¹⁷ Sholahuddin, *Asas-asas Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2007), 140.

e. Instrumen factory (anjak utang) yang baru populer pada tahun 1980-an telah dikenal dengan nama hiwalah, tetapi tentunya bebas dari unsur riba.¹⁸

Pada masa itu, bila penerimaan akan uang meningkat, maka dinar dan dirham diimpor. Sebaliknya bila permintaan uang turun, maka komoditaslah yang diimpor. Nilai emas maupun perak yang terkandung dalam koin dinar maupun dirham sama dengan nilai nominalnya, sehingga dapatlah dikatakan bahwa penawaran uang cukup elastis. Kelebihan penawaran uang dapat diubah menjadi barang perhiasan. Kondisi ini dapat menyebabkan permintaan dan penawaran uang cukup stabil.¹⁹

Permintaan akan uang hanya untuk keperluan transaksi dan berjaga-jaga. Permintaan uang untuk spekulasi tidak ada, dan penimbunan mata uang juga dilarang. Transaksi TalaqqiRukhban dengan mencegat penjual dari kampung diluar kota untuk mendapat keuntungan dari ketidaktahuan harga juga tak diizinkan, karena akan menimbulkan distorsi harga yang kemudian menyebabkan spekulasi.²⁰

5. Strategi Kebijakan Ekonomi Islam

Dalam sebuah perekonomian Islam, permintaan terhadap uang akan lahir terutama dari motif transaksi dan tindakan berjaga-jaga yang ditentukan pada umumnya oleh tingkatan pendapatan uang dan distribusinya. Permintaan terhadap uang karena motif spekulatif pada dasarnya didorong oleh fluktuasi suku bunga pada perekonomian kapitalis. Suatu penurunan dalam suku bunga dibarengi dengan harapan tentang kenaikannya akan mendorong individu dan perusahaan untuk meningkatkan jumlah uang yang dipegang. Karena suku bunga seringkali berfluktuasi pada perekonomian kapitalis, terjadilah perubahan terus-menerus dalam jumlah uang yang dipegang oleh publik. Penghapusan bunga dan kewajiban membayar zakat dengan laju 2,5 persen per tahun tidak saja akan meminimalkan permintaan spekulatif terhadap uang dan mengurangi efek suku bunga terkunci, tetapi juga akan memberikan stabilitas yang lebih besar bagi

¹⁸ Adiwarmanto Azwar Karim, *Ekonomi Islam, Suatu Kajian Kontemporer*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), 28,

¹⁹ Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, 130.

permintaan total terhadap uang. Hal ini lebih jauh akan diperkuat oleh sejumlah faktor antara lain sebagai berikut :

- a. Aset pembawa bunga tidak akan tersedia dalam sebuah perekonomian Islam, sehingga orang yang hanya memegang dana likuid menghadapi pilihan apakah tidak mau terlibat dengan resiko dan tetap memegang uangnya dalam bentuk *cash* tanpa memperoleh keuntungan, atau turut berbagi resiko dan menginvestasikan uangnya pada aset bagi hasil sehingga mendapatkan keuntungan.
- b. Peluang investasi jangka pendek dan panjang dengan berbagai tingkatan resiko akan tersedia bagi para investor tanpa memandang apakah mereka adalah pengambil resiko tinggi atau rendah, sejauh mana resiko yang dapat diperkirakan akan diganti dengan laju keuntungan yang diharapkan.
- c. Barangkali dapat diasumsikan bahwa –kecuali dalam keadaan resesi– tak akan ada pemegang dana yang cukup irasional untuk menyimpan sisa uangnya setelah dikurangi oleh keperluan-keperluan transaksi dan berjaga-jaga selama ia dapat menggunakan sisanya yang menganggur untuk melakukan investasi pada aset bagi hasil untuk menggantikan paling tidak sebagian efek erosi zakat dan inflasi, sejauh dimungkinkan dalam sebuah perekonomian Islam.
- d. Laju keuntungan –bebeda dari laju suku bunga– tidak akan ditentukan di depan. Satu-satunya yang akan ditentukan di depan adalah rasio bagi hasil, ini tidak akan mengalami fluktuasi, seperti halnya suku bunga karena ia akan didasarkan pada konvensi ekonomi dan sosial, dan setiap ada perubahan didalamnya akan terjadi lewat tekanan kekuatan-kekuatan pasar sesudah terjadi negosiasi yang cukup lama. Jika prospek ekonomi cerah, keuntungan secara otomatis akan meningkat. Karena itu, tidak ada apa pun yang didapat dengan menunggu.²¹

3. Manajemen Moneter Islam

Dasar pemikiran ini adalah terciptanya stabilitas permintaan uang dan mengarahkan pemerintahan uang tersebut kepada tujuan yang penting dan produktif sehingga, setiap instrument yang akan mengarahkan kepada instabilitas

²¹ Muhammad, *Kebijakan Fiskal dan Moneter Dalam Ekonomi Islam*, (Jakarta: Salemba Empat, 2002), 88.

dan pengalokasian sumber dana yang tidak produktif akan di tinggalkan. Sesuai dengan ajaran Islam, manajemen moneter yang efisien dan adil tidak berdasarkan pada mekanisme bunga, melainkan dengan menggunakan instrumen utama yaitu:

- a. Value Judgement yang dapat menciptakan suasana yang memungkinkan alokasi dan distribusi sumber yang sesuai dengan ajaran Islam. Pada dasarnya sumber daya merupakan amanah dari Allah yang pemanfaatannya dilakukan secara efisien dan efektif. Berdasarkan nilai-nilai Islam, permintaan uang harus dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan dasar dan investasi yang produktif bukan untuk konsumsi yang berlebihan, pengeluaran-pengeluaran non produktif dan spekulatif.
- b. Kelembagaan yang berkaitan dengan kegiatan social ekonomi dan politik yang salah satunya dapat menciptakan mekanisme harga yang dapat meningkatkan efisiensi dalam pemanfaatan sumber.
- c. Mekanisme lembaga perantara keuangan yang beroperasi berdasarkan system bagi hasil (profit dan loss sharing). Dalam system ini permintaan uang akan dialokasikan dengan syarat hanya untuk proyek-proyek yang bermanfaat dan hanya kepada debitur yang mampu mengelola proyek secara efisien. Dengan persyaratan tersebut diharapkan dapat meminimalisasikan permintaan uang untuk pemanfaatan tidak berguna, non produktif dan spekulatif. Selain itu dapat menciptakan masyarakat yang memiliki jiwa kewirausahaan sekalipun dari golongan miskin. Karena wirausahawan dapat menghasilkan output, perluasan kesempatan kerja dan pemenuhan kebutuhan dasar.

Untuk menciptakan keseimbangan antara money demand dan money supply banyak pendekatan praktis yang dapat digunakan untuk memperkirakan permintaan uang yang konsisten dengan realisasi pencapaian tujuan sosio ekonomi dengan kerangka stabilitas harga dan kemudian memantapkan rentangan target pertumbuhan penawaran uang yang akan membantu tercapainya kecukupan permintaan ini secara memungkinkan. Pentargetan moneter sebanding dengan perputaran uang yang dapat diprediksikan secara nalar pada periode yang tepat.²²

²² Ibid., 90.

4. Kebijakan Moneter Pada Masa Rasulullah.

Seperti yang telah kita ketahui bahwa mata uang yang digunakan bangsa arab, baik sebelum atau sesudahnya, adalah dinar dan dirham. Kedua mata uang tersebut memiliki nilai uang yang tetap dan karenanya tidak ada masalah dalam perputaran uang. Walaupun demikian, dalam perkembangan berikutnya, dirham lebih umum digunakan daripada dinar. Hal ini sangat berkaitan erat dengan penaklukan tentara Islam terhadap hampir seluruh wilayah kekaisaran Persia. Sementara itu, tidak semua wilayah kekaisaran Romawi berhasil dikuasai oleh tentara Islam.

Pada masa pemerintahan Nabi Muhammad SAW ini, kedua mata uang tersebut diimpor, dinar dari Romawi dan dirham dari Persia. Besarnya volume dinar dan dirham yang diimpor dan juga barang-barang komoditas bergantung kepada volume komoditas yang diekspor ke dua negara tersebut dan wilayah-wilayah lain yang berada dibawah pengaruhnya. Lazimnya, uang akan diimpor jika permintaan uang (*money demand*) pada pasar internal mengalami kenaikan. Dan sebaliknya, komoditas akan diimpor apabila permintaan uang mengalami penurunan.²³

Karena tidak adanya pemberlakuan tarif dan bea masuk pada barang impor, uang diimpor dalam jumlah yang cukup untuk memenuhi permintaan internal. Pada sisi lain, nilai emas dan perak pada kepingan dinar dan dirham sama dengan nilai nominal (*face value*) uangnya, sehingga keduanya dapat dibuat perhiasan atau ornamen. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pada awal periode Islam, penawaran uang (*money supply*) terhadap pendapatan, sangat elastis. Frekuensi transaksi perdagangan dan jasa, menciptakan permintaan uang. Karena itu motif utama permintaan terhadap uang pada masa ini adalah permintaan transaksi (*transaction demand*). Sementara itu adanya peperangan antara kaum Quraisy dan kaum muslimin (sedikitnya terjadi 26 ghozwah dan 32 sariyah yang berarti rata-rata 5 kali perang dalam setiap tahunnya), telah

²³ M. Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), 43.

menimbulkan permintaan uang untuk berjaga-jaga (*precautionary demand*) terhadap kebutuhan yang tidak terduga. Akibatnya, permintaan terhadap uang selama periode ini secara umum bersifat permintaan transaksi dan pencegahan. Larangan penimbunan, baik uang maupun komoditas, dan *talqqi rukhban* tidak memberikan kesempatan kepada penggunaan uang dengan selain kedua motif tersebut.

Ketika penduduk arab banyak yang memeluk agama islam, jumlah populasi kaum muslimin berkembang dengan pesat. Disamping itu, harta rampasan perang (*ghonimah*) dibagikan kepada seluruh kaum muslimin, sehingga standar hidup dan pendapatan mereka meningkat. Berdasarkan semua ini, Nabi Muhammad SAW, melalui kebijakan khususnya, meningkatkan kemampuan produksi dan ketenagakerjaan kaum muslimin secara terus menerus. Keseluruhan faktor ini meningkatkan permintaan transaksi terhadap uang dalam perekonomian periode awal Islam.

Disamping itu, penawaran uang tetap elastis karena tidak ada hambatan terhadap impor uang ketika permintaan terhadapnya mengalami kenaikan. Disisi lain, ketika penawaran akan naik, penawaran berlebih (*exces supply*) akan diubah secara mudah menjadi ornament emas atau perak. Akibatnya, tidak ada penawaran atau permintaan berlebih terhadap mata uang emas dan perak sehingga pasar akan selalu tetap pada keseimbangan (*equilibrium*). Oleh karena itu, nilai uang tetap stabil.

C. Kesimpulan

Bunga sesungguhnya merupakan permasalahan yang mengakibatkan ketidakstabilan perekonomian, karena jelas dalam Al-qur'an bahwa riba itu sangat dilarang atau haram. Hikmah dari pelarangan riba ini adalah agar terjadi hubungan patnership antara pemilik modal dan usaha secara adil. Dalam perekonomian Islam, sektor perbankan tidak mengenal Instrumen suku bunga. Sistem keuangan Islam menerapkan sistem pembagian keuntungan dan kerugian (*profit and loss sharing*), bukan dengan tingkat bunga yang telah menetapkan tingkat keuntungan di muka. Besar kecilnya pembagian keuntungan yang diperoleh nasabah

perbankan Islam ditentukan besar kecilnya keuntungan yang diperoleh Bank dalam kegiatan investasi dan pembiayaan yang dilakukan pada sektor riil. Jadi, dalam keuangan Islam, hasil dari investasi dan pembiayaan yang dilakukan bank dalam sektor riil yang menentukan besar kecilnya pembagian keuntungan di sektor moneter. Artinya sektor moneter memiliki ketergantungan terhadap sektor riil.

Satu hal perlu menjadi perhatian, bahwa manajemen moneter Islam, yang selama ini dipraktikkan pada berbagai Negara, membawa efek positif pada skala periode jangka panjang, akan tetapi, sulit untuk menjadi obat mujarab bagi jangka pendek. Untuk memecahkan persoalan jangka pendek, instrument yang paling memungkinkan adalah Moral suasion (bujukan Moral) dan statutory reserve requirement, berupa peningkatan cadangan wajib.

Daftar Pustaka

- Antonio M. Syafi'i, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani Press, Tazkia Cendikia, 2001.
- Chapra M. Umer, *Masa Depan Ilmu Ekonomi Sebuah Tinjauan Islam*, Jakarta: Gema Insani Press, 2000.
- Chapra M. Umer, *Sistem Moneter Islam*, Jakarta: Gema Insani Press, Tazkia Cendikia, 2000.
- Huda, Nurul, dkk, *Ekonomi Makro Islami Pendekatan Teoritis*, Kencana, Jakarta, 2008.
- Karim, Adiwarmanto azwar. *Ekonomi Makro Islami*, Raja Grafindo Persada, Jakarta. 2008.
- Karim, adiwarmanto azwar. *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2006.
- Muhammad, *Kebijakan Fiskal dan Moneter Dalam Ekonomi Islam*, Jakarta: Salemba Empat, 2002.
- Muhammad, *Kebijakan Fiskal dan Moneter dalam Ekonomi Islam*, Salemba Empat, Jakarta, 2002.
- Nasution, Mustafa Edwin, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Prenada Media Grup, Jakarta 2010.

STRATEGI *SERVICE QUALITY* SEBAGAI MEDIA DALAM MENCiptAKAN KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN

Nik Haryanti
Institut Agama Islam Pangeran Diponegoro Nganjuk
nikharyanti1983@gmail.com

Diyanus Abdul Baqi
Pengawas Madrasah Kementerian Agama Kabupaten Blitar
abae.aqila@gmail.com

Abstract

Quality of service is one of the factors that determine customer satisfaction. The good quality of service and its effectiveness in carrying out the promotion mix will provide positive responses to customer satisfaction to remain loyal using its services. The creation of customer satisfaction can provide several benefits, including the relationship between the company and the customer to be harmonious, provide a good basis for repurchase and create customer loyalty and form word-of-mouth recommendations that benefit the company. This means that the existence of a good quality of service will be a driving factor for increasing consumer satisfaction so that there will be repeated consumption of products sold until consumer loyalty is created. This type of research uses library research or library research. Literature research is a study conducted in a library room to collect and analyze data sourced from libraries in the form of periodical books such as periodicals, periodicals, historical stories, documents and other library materials that are can be used as a reference source for compiling a scientific report. Data analysis techniques used content analysis. The results of this study prove that loyalty will be created by maintaining an image through creating a good perception of product attributes and implementing a service recovery program by apologizing for making mistakes, taking immediate action, showing remorse, providing guarantees and following up. Besides creating customer satisfaction is a variable that cannot be left behind in order to create a reason for customers to remain willing to establish long-term relationships with the company.

Keywords: service quality, satisfaction, loyalty

Pendahuluan

Konsep kualitas pelayanan telah menjadi faktor yang dominan terhadap keberhasilan suatu organisasi. *Service quality* tidak hanya diadopsi oleh lembaga penyelenggara jasa-jasa komersial, tetapi juga telah digunakan oleh lembaga-lembaga pemerintahan, yang selama ini resisten terhadap tuntutan kualitas pelayanan publik yang prima. Dengan demikian, kunci agar perusahaan tetap eksis adalah kemampuan perusahaan untuk mempertahankan pelanggannya (retensi).

Apabila pelanggan pergi (defeksi), maka eksistensi perusahaan tidak diperlukan lagi, dan sebaliknya. Oleh karena itu perusahaan perlu mendeteksi sikap pelanggannya. Pemahaman pemasar terhadap sikap pelanggan, dapat membantu pemasar untuk dapat mempengaruhi dan mengubah sikap konsumen ke arah yang positif.

Kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan. Baiknya kualitas pelayanan dan efektifnya dalam melakukan bauran promosi akan memberikan respon positif terhadap kepuasan konsumen untuk tetap loyal menggunakan jasanya. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan. Hal ini berarti bahwa eksistensi kualitas pelayanan yang baik, akan menjadi faktor pendorong untuk meningkatkan kepuasan konsumen sehingga akan terjadi konsumsi yang berulang terhadap produk yang dijual hingga terciptanya loyalitas konsumen.

Kriteria produk jasa yang berkualitas harus diukur melalui konsep kepuasan pelanggan. Hal ini karena persaingan antara penyedia layanan jasa semakin meningkat sehingga penyedia jasa harus menekankan pada kualitas jasa melalui peningkatan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan menekankan pada kepuasan konsumen karena karakteristik produk jasa merupakan sesuatu yang tidak berwujud dan tidak bisa disimpan sehingga produk jasa yang dijual merupakan pelayanan yang ditawarkan kepada konsumen yang mempengaruhi kepuasan dan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian ulang produk jasa yang ditawarkan.

Kajian Pustaka

A. *Service Quality*

Sebuah perusahaan dapat memenangkan persaingan dengan menyampaikan secara konsisten layanan yang bermutu lebih tinggi dibandingkan para pesaing dan yang lebih tinggi dari pada harapan pelanggan. Harapan-harapan itu dibentuk oleh pengalaman di masa lalu, pembicaraan dari

mulut ke mulut, dan iklan perusahaan jasa. Setelah menerima jasa itu, pelanggan membandingkan jasa yang dialami dengan jasa yang diharapkan. Jika jasa yang dialami berada dibawah jasa yang diharapkan, pelanggan tidak berminat lagi terhadap penyedia jasa itu. Jika jasa yang dialami memenuhi atau melebihi harapan, mereka akan menggunakan penyedia jasa itu lagi.

Goesth dan Davis yang dikutip Tjiptono, mengemukakan bahwa kualitas diartikan “sebagai suatu kondisi dinamis dimana yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.”¹ Kemudian Triguno juga mengungkapkan hal yang senada tentang kualitas, yang dimaksud dengan kualitas adalah, “Suatu standar yang harus dicapai oleh seseorang atau kelompok atau lembaga atau organisasi mengenai kualitas sumber daya manusia, kualitas cara kerja, proses dan hasil kerja atau produk yang berupa barang dan jasa.”² Pengertian kualitas tersebut menunjukkan bahwa kualitas itu berkaitan erat dengan pencapaian standar yang diharapkan.

Berbeda dengan Lukman yang mengartikan kualitas adalah “sebagai janji pelayanan agar yang dilayani itu merasa diuntungkan.”³ Kemudian Ibrahim melihat bahwa kualitas itu “sebagai suatu strategi dasar bisnis yang menghasilkan barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen internal dan eksternal, secara eksplisit maupun implisit.”⁴

Pengertian yang lebih rinci tentang kualitas diberikan oleh Tjiptono, setelah melakukan evaluasi dari definisi kualitas beberapa pakar, kemudian Tjiptono menarik 7 (tujuh) definisi yang sering dikemukakan terhadap konsep kualitas, definisi-definisi kualitas menurut Tjiptono tersebut, adalah sebagai berikut:

- a. Kesesuaian dengan persyaratan atau tuntutan;
- b. Kecocokan untuk pemakaian;
- c. Perbaikan atau penyempurnaan berkelanjutan;
- d. Bebas dari kerusakan atau cacat;

¹ Fandy Tjiptono dan Chandra Gregorius. *Service Quality and Satisfaction*. (Yogyakarta: Andi Offset, 2002), 51

² Triguno, *Budaya Kerja*, (Jakarta : Golden Terayon Press, 1997), 76

³ Sampara Lukman. *Manajemen Kualitas Pelayanan*, (Jakarta: STIA LAN. 2000), 11.

⁴ Ibrahim, *Prinsip-Prinsip Total Quality Service* (Yogyakarta: Andi, 1997), 1

- e. Pemenuhan kebutuhan pelanggan semenjak awal dan setiap saat;
- f. Melakukan segala sesuatu secara benar semenjak awal; dan
- g. Sesuatu yang bisa membahagiakan pelanggan.⁵

Dari pengertian tersebut tampak bahwa, disamping kualitas itu menunjuk pada pengertian pemenuhan standar atau persyaratan tertentu, kualitas juga mempunyai pengertian sebagai upaya untuk melakukan perbaikan dan penyempurnaan secara terus menerus dalam pemenuhan kebutuhan pelanggan sehingga dapat memuaskan pelanggan.

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Apabila jasa atau pelayanan yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa atau pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa atau pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan buruk.

Kualitas pelayanan dapat diukur dengan melihat tingkat kesenjangan antara harapan atau keinginan konsumen dengan persepsi mereka terhadap kinerja produk atau perusahaan yang diterima oleh konsumen yang dapat dijelaskan dalam skala service quality (Servqual scale). Penelitian menunjukkan bahwa Servqual dapat menjadi alat yang efektif dan stabil untuk mengukur service quality melalui industri jasa.⁶

Menurut Tjiptono menyatakan bahwa *service quality* adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.⁷ Dengan demikian, ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu jasa yang diharapkan (*expected service*) dan jasa yang dirasakan/dipersepsikan (*perceived service*).

⁵ Tjiptono dan Gregorius. *Service Quality ...*, 2.

⁶ A. Parasuraman Valerie Zeithaml, and L.Berry. *Servqual: Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*, Journal of Retailing, 64 (15), 1988,12-36

⁷ Tjiptono dan Gregorius. *Service Quality ...*, 52.

Pasuraman menyatakan ada lima dimensi yang digunakan oleh pelanggan untuk menilai kualitas pelayanan pada suatu industri yaitu:⁸ Keandalan (reliability) merupakan suatu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya, dimana kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yaitu ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa ada kesalahan. Ketanggapan (responsiveness) merupakan suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat kepada pelanggan. Jaminan / kepastian (assurance), yaitu pengetahuan dan keramahan karyawan serta kemampuan melaksanakan tugas secara spontan, yang dapat menjamin kinerja yang baik sehingga menimbulkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan. Empati (emphaty), yaitu memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi kepada pelanggan dan berupaya untuk memahami keinginan konsumen. Berwujud (tangibles), yaitu penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik yang dapat diandalkan, serta keadaan lingkungan sekitar sebagai bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

Menurut Parasuraman et al mengungkapkan ada 22 faktor penentu *service quality* yang dirangkum ke dalam lima faktor dominan atau lebih dikenal dengan istilah Servqual, yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangible*.⁹

1. *Reliability*

Kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan handal dan akurat. Dalam arti luas, keandalan berarti bahwa perusahaan memberikan janji-janjinya tentang penyediaan, penyelesaian masalah dan harga. Jika dilihat dalam bidang usaha jasa bioskop, maka sebuah layanan yang handal adalah ketika seorang karyawan bioskop mampu memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan dan membantu penyelesaian masalah yang dihadapi penonton dengan cepat.

. 2. *Responsiveness*

Kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat. Dimensi ini menekankan pada perhatian dan ketepatan ketika

⁸ Parasuraman et al, *Servqual: Multiple Item Scale ...*, 24.

⁹ *Ibid.*, 32.

berurusan dengan permintaan, pertanyaan, dan keluhan pelanggan. Kemudian jika dilihat lebih mendalam pada layanan yang cepat tanggap di sebuah bioskop, bisa dilihat dari kemampuan karyawan bioskop yang cepat memberikan pelayanan kepada pengunjung/penonton dan cepat menangani keluhan mereka.

3. *Assurance*

Pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan. Dimensi ini mungkin akan sangat penting pada jasa layanan yang memerlukan tingkat kepercayaan cukup tinggi. Contohnya seperti bank, asuransi, dan broker. Tentu saja dalam sebuah jasa bioskop, kepastian menjadi hal yang penting untuk dapat diberikan kepada para penontonnya seperti jaminan keamanan dan keselamatan selama menonton di dalam bioskop.

4. *Emphaty*

Kepedulian dan perhatian secara pribadi yang diberikan kepada pelanggan. Inti dari dimensi empati adalah menunjukkan kepada pelanggan melalui layanan yang diberikan bahwa pelanggan itu spesial, dan kebutuhan mereka dapat dimengerti dan dipenuhi. Dalam menjaga hubungan baik, tentu saja layanan yang diberikan oleh para karyawan harus dapat menunjukkan kepedulian mereka kepada penonton.

5. *Tangible*

Berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, *staff*, dan bangunannya. Dimensi ini menggambarkan wujud secara fisik dan layanan yang akan diterima oleh konsumen. Contohnya seperti keadaan studio bioskop, fasilitas bioskop, desain bioskop, dan kerapian penampilan karyawan.

B. Kepuasan Pelanggan

1. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kata kepuasan atau *satisfaction* berasal dari bahasa latin "*satis*" (artinya cukup baik, memadai) dan "*facio*" (melakukan atau membuat). Secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu yang memadai. Dalam konsep kepuasan pelanggan, terdapat dua

elemen yang mempengaruhinyaitu harapan dan kinerja. Kinerja adalah persepsi konsumen terhadap apa yang diterima setelah mengkonsumsi produk. Harapan adalah perkiraan konsumententang apa yang akan diterima apabila ia mengkonsumsi produk (barang atau jasa).

Kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting bagi penyelenggara jasa, karena pelanggan akan menyebarluaskan rasa puasnyakepada calon pelanggan, sehingga akan menaikkan reputasi pemberi jasa. Menurut Kotler dalam Lupiyoadi “Kepuasan pelangganyaitu tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan ataskinerja produk atau jasa yang diterima sesuai yangdiharapkan”.¹⁰

Adapun menurut Kotler dan Keller kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorangyang timbulkarena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akanpuas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang.¹¹

Menurut Howard dan Sheth dalam Tjiptono Kepuasan pelanggan adalah situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesepadanan atau ketidaksepadanan antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan”.¹²

Kepuasan pelanggan adalah suatu tanggapan emosional pada evaluasi suatu pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi alternative yang dipilih sekurang-kurangnya melampaui harapan pelanggan. Seperti yang dikemukakan Engel dkk bahwa kepuasan pelanggan adalah respon efektif terhadap pengalaman melakukan konsumsi yang spesifik atau evaluasi kesesuaian

¹⁰ R. Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. (Jakarta: Salemba Empat, 2006), 192.

¹¹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. diterj. Bob Sabran. (Jakarta: Erlangga. 2008), 139

¹² Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*. (Yogyakarta: Andi Offset. 2011), 43

atau ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja actual produk setelah pemakaian.¹³

Kepuasan pelanggan dapat menjadi dasar menuju terwujudnya konsumen yang loyal atau setia. Kotler dan Armstrong mengemukakan bahwa: “Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapan”.¹⁴ Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan ialah merupakan respon konsumen terhadap ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan pemakainya. Jadi pada dasarnya kepuasan konsumen mencakup perbedaan terhadap harapan terhadap hasil yang dirasakan oleh konsumen atau pelanggan.

Adapun mengenai kepuasan ini Cravens yang dikutip oleh Samuel dan Foedjiwati lebih mengemukakan pemuasan pelanggan harus disertai dengan pemantauan terhadap kebutuhan dan keinginan mereka.¹⁵ Kepuasan pelanggan akan dipengaruhi oleh sistem pengiriman produk, performa produk atau jasa, citra perusahaan/produk/merek, nilai harga yang dihubungkan dengan nilai yang diterima pelanggan, prestasi karyawan, keunggulan dan kelemahan pesaing.

Hal ini sesuai dengan yang dikatakan Philip Kotler yang menyatakan kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan pelanggan. Pelanggan yang puas akan :

1. Melakukan pembelian ulang
2. Mengatakan hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain (rekomendasi).
3. Kurang memperhatikan merek dan iklan produk pesaing.

¹³ Engel. James F., Roger D. Blackwell, Paul .W Miniad. *Perilaku Membeli*, (Jakarta: Binarupa Aksara, 1993), 54.

¹⁴ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1*, (Jakarta: Erlangga, 2008), 57.

¹⁵ Hatane Samuel dan Foedjiawati. “Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Kesetiaan Merek (Studi Kasus Restoran The Prime Steak & Ribs Surabaya)” *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan Vol. 7 tahun 2003*. Surabaya: UKP Surabaya. 2005.

4. Membeli produk lain dari perusahaan yang sama.¹⁶

Menurut Fandy Tjiptono kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif dipilih sekurang-kurangnya memberi hasil yang sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan pelanggan timbul ketika hasil (*outcome*) yang tidak sesuai dengan harapan.¹⁷ Seorang konsumen mungkin mengalami berbagai tingkat kepuasan yaitu bilamana kinerja produk tidak sesuai dengan harapannya setelah dikonsumsi maka konsumen itu akan merasa tidak puas sehingga dari pembelajaran tersebut konsumen akan kecewa. Namun bila terjadi sebaliknya yaitu kinerja produk sesuai dengan persepsi konsumen maka konsumen akan merasa sangat puas sehingga di waktu yang akan datang konsumen bergairah untuk mengkonsumsi produk tersebut kembali.

Perusahaan sudah selayaknya memberikan tingkat kepuasan yang tinggi terhadap para konsumennya, sebab konsumen yang mendapatkan kepuasan yang cukup hanya akan bertahan sementara waktu dan dapat mudah beralih pada perusahaan/produk sejenis yang lain yang memberikan penawaran yang lebih baik. Pelanggan yang memberikan tingkat kepuasan yang tinggi akan memiliki ikatan pada merek produk, bukan hanya preferensi rasional dan akhirnya semua ini akan membangun loyalitas pelanggan.

Pelanggan yang tidak mendapat kepuasan akan kabur bahkan tidak akan pernah kembali. Pelanggan memilih berganti produk atau merek karena hal-hal seperti: tidak puas dengan produk yang tersedia, munculnya produk lain yang lebih baik, pengaruh teman atau kerabat, pelanggan yang ingin benar-benar berpindah merek, ketidakpuasan dengan perilaku pemilik, manajer atau perilaku karyawan perusahaan. Menurut Handito satu dari lima orang mendapat cerita ketidakpuasan akan menceritakan kembali kepada dua puluh kerabat atau orang terdekat. Selanjutnya tujuh dari sepuluh orang konsumen yang keluhannya ditanggapi dan ditangani pada saat itu juga maka 95% konsumen akan tetap loyal terhadap produk

¹⁶ Kotler dan Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran...*, 98

¹⁷ Tjiptono, *Manajemen Jasa...*, 54

tersebut.¹⁸ Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis untuk menciptakan pelanggan yang merasa puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang, terciptanya loyalitas pelanggan terhadap suatu produk tertentu dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan.

Dari berbagai pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah hasil perbandingan atas kinerja prodk atau jasa yang dipersepsikan dari seleksi spesifik yang berkenaan dengan kesepadanan atau ketidaksepadanan yang didapatkan denganpengorbanan yang dilakukan.

2. Komponen Kepuasan Pelanggan

Menurut Giese & Cole (2000), skalipun banyak definisi kepuasan pelanggan, namun secara umum tetap mengarah kepada tiga komponen utama, yaitu:

a. Respon: tipe dan identitas

Kepuasan pelanggan merupakan respon emosional dan juga kognitif. Intesitas responnya mulai dari sangat puas dan menyakiti produk sampai sikap yang apatis terhadap produk tertentu.

b. Fokus

Fokus pada performansi objek disesuaikan pada beberapa standar. Nilai standar ini secara langsung berhubungan dengan produk, komsumsi, keputusan berbelanja, penjual dan toko.

c. Waktu Respon

Respon terjadi pada waktu tertentu, antara lain: setelah konsumsi, setelah pemilihan produk atau jasa, berdasarkan pengalaman akumulatif. Durasi kepuasan kepada berapa lama respon kepuasan itu berakhir.¹⁹

¹⁸ Handito Hadi, *Intisari, Jangan Sekedar Service*, (Jakarta: Gramedia, 2003), 69

¹⁹ Giese & Cote *Academy of Marketing Science Review. Defining Consumer Satisfaction* Volume 2000 No. 1 . (2000). Available: <http://www.amsreview.org/articles/giese01-2000.pdf>

3. Dimensi Kepuasan Pelanggan

Menurut Barnes ada lima dimensi kepuasan yaitu sebagai berikut:²⁰

- a. Kepuasan terhadap wujud pelayanan itu sendiri sebagai elemen yang paling mendasar.
- b. Kepuasan terhadap layanan pendukung atas jasa yang ditawarkan.
- c. Kepuasan terhadap konsistensi pelayanan, antara janji – janji perusahaan dengan faktanya.
- d. Kepuasan terhadap elemen-elemen yang berperan dalam interaksi dengan pelanggan.
- e. Kepuasan terhadap seluruh dimensi pelayanan akan menciptakan kepuasan emosional, yaitu tingkat kepuasan pelanggan yang sesungguhnya (secara umum/ojek secara umum).

4. Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Kotler, *et al* dalam Tjiptono mengidentifikasi empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu sebagai berikut:

a. Sistem Keluhan dan Saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customeroriented*) perlu memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang diletakkan di tempat-tempat strategis (yang mudah dijangkau atau dilewati pelanggan), kartu komentar (yang bisa diisi langsung maupun yang bisa dikirim melalui via pos kepada perusahaan), saluran telepon khusus bebas pulsa, dan lain-lain. Informasi-informasi yang diperoleh melalui metode ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan yang berharga kepada perusahaan, sehingga memungkinkan untuk bereaksi dengan tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul.

²⁰ Barnes G. James, *Secrets of Customer Relation ship Management (Rahasia. Manajemen Hubungan Pelanggan)*. (Yogyakarta : Andi, 2000), 67-73.

b. *Ghost Shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan/pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Kemudian mereka melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut.

c. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan seyogyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah memasok agar dapat memahami mengapa hal ini terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan/penyempurnaan selanjutnya.

d. Survei kepuasan pelanggan

Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan yang dilakukan dengan penelitian survai, baik melalui survei pos, telepon, maupun wawancara pribadi. Melalui survei perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpanbalik secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.²¹

C. Loyalitas Pelanggan

Loyalitas adalah suatu komitmen yang mendalam untuk membeli kembali atau berlangganan suatu produk dan jasa secara konsisten dimasa yang akan datang sehingga dapat menyebabkan pengulangan pembelian merek yang sama walaupun ada pengaruh situasi dan berbagai usaha pemasaran yang berpotensi untuk menyebabkan tindakan perpindahan merek.²²

Loyalitas pelanggan merupakan hal yang sangat penting bagi kelangsungan suatu usaha. Karena loyalitas pelanggan dapat membentuk

²¹ Tjiptono, *Manajemen Jasa...*, 34.

²² Oliver, Richard L dan Jhon E Swan, *Consumer Perceptions of Interpersonal Equity and Satisfaction in Transaction: a Field Survey Approach*, Journal Marketing, 1993, 34.

pasar yang merupakan salah satu sumber bagi perusahaan untuk memasarkan produknya.

Dengan terciptanya loyalitas pelanggan terhadap suatu usaha, akan memudahkan perusahaan untuk menjaga kontinuitas usahanya. Loyalitas pelanggan mempunyai karakteristik, sesuai dengan tingkatan loyalitas itu sendiri. Karakteristik inilah yang menjadi tolak ukur, sejauh mana loyalitas pelanggan yang ada di perusahaan, sehingga perusahaan dapat menentukan kebijakan berdasarkan karakteristik tersebut. Menurut Griffin menjelaskan bahwa konsumen yang loyal memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Melakukan pembelian produk secara teratur
2. Membeli antar lini produk dan jasa
3. Mereferensikan kepada orang lain.
4. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing.²³

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian *library research* atau penelitian pustaka. Penelitian pustaka yaitu suatu penelitian yang dilakukan di ruang perpustakaan untuk menghimpun dan menganalisis data yang bersumber dari perpustakaan baik berupa buku-buku periodikal-periodikal seperti majalah-majalah ilmiah yang diterbitkan secara berkala, kisah-kisah sejarah, dokumen-dokumen dan materi perpustakaan lainnya yang dapat dijadikan sumber rujukan untuk menyusun suatu laporan ilmiah.²⁴ *Library research* ini menggunakan pendekatan kualitatif yaitu pendekatan yang merupakan pendekatan yang melakukan penelitian yang berorientasi pada fenomena atau gejala yang bersifat alami.²⁵ Bersifat alami disini dimaksudkan peneliti adalah tidak melakukan penelitian di laboratorium.

²³ Jill Griffin, *Customer Loyalty : Menumbuhkan Dan Mempertahankan. Pelanggan*. (Jakarta: Erlangga, 2003), 31.

²⁴ Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006), 95

²⁵ Muhammad Ali, *Strategi Penelitian Pendidikan*. (Bandung: Angkasa, 2009), 159

Dalam penelitian ini bersifat deskriptif, artinya setiap data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar dan bukan berupa angka-angka. Semua data yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti. Penelitian ini berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan. Dalam penelitian ini di titik beratkan untuk menjawab pertanyaan “mengapa”, “bagaimana”, atau “alasan apa”.²⁶ Dalam penelitian ini, peneliti hanya memaparkan data yang berupa kata-kata atau uraian yang tertulis. Dengan demikian data yang diperoleh berupa kutipan-kutipan sudah dapat memberikan gambaran penyajian laporan ini. Pertanyaan yang digunakan hanya “apa/apa saja”, dan “bagaimana” agar pembahasan ini mudah difahami.

Sumber Data

Sumber data menurut Arikunto adalah dari mana data dapat diperoleh. Data yang diperoleh peneliti bersumber dari kitab-kitab atau buku-buku, dokumen-dokumen dan literatur-literatur yang terkait lainnya.²⁷ Penelitian ini merupakan penelitian kepustakaan ada dua sumber data yang akan dipakai dalam penelitian ini. *Pertama*, sumber data primer yakni buku-buku referensi yang menjadi sumber utama dalam penelitian. *Kedua*, sumber data sekunder adalah sumber referensi pendukung dalam penelitian ini.

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode dokumentasi. Metode dokumentasi adalah mengumpulkan data dengan melihat atau mencatat suatu laporan yang sudah tersedia.²⁸ Data yang sudah tersedia tersebut peneliti ambil dari beberapa buku dan majalah.

Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

- a. Menggali literatur-literatur seperti kitab-kitab tafsir, majalah, dan artikel yang terkait lainnya.

²⁶ Ahmad Tanzeh, *Metode Penelitian Praktis*, (Jakarta: PT. bina ilmu, 2004), 42.

²⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian “Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta Rineka Cipta, 2011), 107

²⁸ *Ibid.*, 130

- b. Menganalisis buku bacaan pluralisme agama yang ditawarkan literatur-literatur tersebut.
- c. Mengorganisir konsep-konsep tersebut lalu menyusunnya secara sistematis sesuai dengan sistematika penelitian yang akan dijelaskan dari sistematika pembahasan.

Teknik Analisis Data

Metode yang lebih mengedepankan pada pengungkapan aspek isi (esensi) dari beberapa proposisi yang ada.²⁹ Lebih lanjut metode ini merupakan watak dari peninjauan berbagai teori dan analisis.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

A. Menciptakan kepuasan pelanggan melalui *service quality*

Menciptakan pelayan yang berkualitas diperlukan juga peranan dan para karyawan yang dimana mereka juga sebagai pelaku utama yang secara langsung berhadapan dengan konsumen untuk memberikan pelayanan. Karyawan merupakan bagian integral perusahaan yang mewakili perusahaan dalam berinteraksi dengan konsumen karenanya kinerja karyawan akan menentukan apakah penyedia jasa tersebut mampu memberikan suatu jaminan atau assurance akan tercapainya keinginan konsumen.³⁰ Perusahaan jasa berbeda dengan usaha manufaktur. Proses transaksi jasa nyaris sepenuhnya dihantarkan oleh manusia. Bahkan ada beberapa bidang jasa yang memerlukan keterlibatan pelanggan dalam proses transfer jasa. Keberhasilan dalam industri jasa kinerja diukur melalui kualitas hubungan interaksi antara karyawan dengan pelanggan.

Karyawan merupakan aset penting bagi perusahaan jasa oleh karena itu kemampuan elemen ini untuk menciptakan perbedaan yang dapat menciptakan kepuasan dan loyalitas konsumen. kinerja karyawan terutama karyawan lini depan sangat diperlukan untuk menentukan bagaimana proses pertukaran atau penambahan nilai tersebut berlangsung.

²⁹ Muhajir Noeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Telaah Positifistik, Rasionalistik, Realisme Metaphisik*, (Yogyakarta: Rake Sarasin, Cet. IV, 2009), 50.

³⁰ S. Pantja Djati, dan M. Khusaini. *Kajian terhadap kepuasan kompensasi, komitmen organisasi, dan prestasi kerja. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 5(1), 2003

Ketanggapan, empati, jaminan dan kehandalan karyawan selama proses transfer menjadi stimulus bagi pembentukan persepsi konsumen akan kinerja jasa.

Pada perusahaan yang bergerak di bidang jasa, khususnya jasa perbankan, keunggulan bersaing sering diupayakan dalam bentuk pelayanan yang unggul.³¹ Menurut Wahles yang dikutip oleh Anggoro menyatakan bahwa strategi yang tepat dan akurat dalam kualitas layanan merupakan faktor penting yang mempengaruhi keunggulan bersaing bila direncanakan dan diimplementasikan dengan tepat. Dalam jasa bank, kualitas produk yang diukur adalah kualitas layanan. Parasuraman et al mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai layanan yang diterima konsumen telah sesuai dengan harapan konsumen akan kualitas.³² Dalam hal ini, untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan yang diterima konsumen telah sesuai dengan harapan konsumen, didapatkan melalui angket ataupun wawancara mengenai komplain konsumen. Hal pokok yang mendasari kualitas pelayanan adalah indikator-indikatornya yang dapat digunakan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan, tanpa memandang jenis layanan. Kualitas jasa dapat didefinisikan sebagai perbedaan antara harapan atau keinginan dengan persepsi konsumen.

Dalam mengukur persepsi konsumen terhadap kualitas jasa dapat dilakukan menggunakan teori service quality (SERVQUAL). Instrumen ini tersusun oleh lima dimensi dan mengukur persepsi konsumen berdasarkan pengalamannya dari jasa yang telah diterimanya apakah sesuai dengan ekspektasinya atau tidak. Berry dan Parasuraman menyatakan bahwa terdapat lima dimensi atau ukuran kualitas jasa atau pelayanan, yaitu: *tangible* (fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (cepat tanggap), *assurance* (kepastian), dan *emphaty* (empati).³³

³¹ R Agustinus Pribadi Anggoro, dkk. Strategi Membangun Kualitas. Pelayanan Perbankan untuk Menciptakan Kepuasan Nasabah Berorientasi. Loyalitas pada BRI Cabang Blora dan Unit onlinenya. 1994.

³² Parasuraman et al, *Servqual: Multiple Item Scale ...*, 26.

³³ *Ibid.*, 26.

Dalam menciptakan kepuasan nasabah, perusahaan harus dapat meningkatkan nilai nasabah (*customer value*) maupun keunggulan produknya. Nilai nasabah dapat diciptakan melalui kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada para pelanggannya. Semakin baik kualitas pelayanannya, akan semakin tinggi pula nilai pelanggan terhadap perusahaan tersebut. Tingginya kualitas pelayanan juga tidak lepas dari dukungan internal perusahaan, terutama dukungan dari sumber daya manusianya. Bank adalah bentuk perusahaan yang berorientasi pada kepuasan nasabah. Kepuasan ini menyangkut kredibilitas bank dimata nasabah. Kepuasan timbul dari suatu proses yang lama sampai kedua belah pihak saling memberikan timbal balik. Jika kepuasan sudah timbul antara bank dan nasabah, maka usaha untuk membina kerja sama akan lebih mudah sehingga akan memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak.

B. Menciptakan loyalitas pelanggan melalui *service quality*

Seorang konsumen dikatakan setia atau loyal apabila menunjukkan perilaku pembelian secara teratur atau terdapat suatu kondisi dimana mewajibkan pelanggan membeli paling sedikit dua kali dalam selang waktu tertentu. Kondisi seperti ini menempatkan konsumen sebagai pelanggan.³⁴ Jika, perusahaan telah mampu menjadikan konsumen menjadi pelanggan perusahaan, maka hal mutlak yang harus dilakukan perusahaan adalah usaha untuk tetap mempertahankan pelanggan agar menjadi pelanggan yang loyal.

Menurut Polyorat telah mengidentifikasi kualitas layanan sebagai penentu loyalitas pelanggan. Menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan, semakin besar kemungkinan para pelanggan akan menjadi setia pada perusahaan. Jika pelanggan merasakan hal tersebut dapat dipahami karena layanan yang diberikan perusahaan baik, maka konsumen akan kembali menggunakan produk atau jasa tersebut.³⁵

³⁴ Griffin. *Customer Loyalty...*, 30.

³⁵ Kawpong Polyorat dan Sophonsiri Suvenus. The Influence of Service. Dimensions Customer. Vol 6. No 2. Journal of Global Business and Technology (2010), 67.

Loyalitas pelanggan sebagai kekuatan hubungan antara sikap relatif individu terhadap suatu kesatuan (merek, jasa, toko, atau pemasok) dan pembelian ulang. Loyalitas pelanggan merupakan suatu sikap yang menggambarkan perilaku aktual dari pelanggan yang tidak ditampakkan atau tidak disadari, tetapi analisis dan gambaran yang benar secara jelas diperlukan untuk mendasari struktur sikap dari pelanggan.

Kualitas pelayanan (*Service Quality*) yang terdiri atas *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* yang positif berpengaruh langsung dengan indikator loyalitas pelanggan (*Customer Loyalty*) yaitu mengatakan hal yang positif (*say positive things*), memberikan rekomendasi kepada orang lain (*recommend friend*) dan melakukan pembelian terus-menerus (*continue purchasing*).

Atribut Pembentuk Loyalitas Menurut Griffin ada 4 atribut dari loyalitas, yaitu:

1. Makes regular repeat purchase, melakukan pembelian secara berulang dalam periode tertentu.
 2. Purchase across product and service line, pelanggan yang loyal tidak hanya membeli satu macam produk saja melainkan membeli lini produk dan jasa lain pada badan usaha yang sama.
 3. Refers other, merekomendasikan pengalaman mengenai produk dan jasa kepada rekan atau pelanggan yang lain agar tidak membeli produk dan jasa dari badan usaha yang lain.
 4. Demonstrates an immunity to the pull of the competition, menolak produk lain karena menganggap produk yang dipilihnya adalah yang terbaik.³⁶
- C. Strategi meningkatkan kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) melalui kualitas pelayanan (*service quality*)

Kepuasan merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi kepuasan hidup, karena sebagian besar waktu manusia dihabiskan di tempat kerja. Kepuasan dapat didefinisikan sebagai suatu perasaan positif tentang pekerjaan seseorang yang merupakan hasil dari sebuah evaluasi

³⁶ Griffin. *Customer Loyalty...*, 31.

karakteristiknya. Seseorang dengan tingkat kepuasan yang tinggi memiliki perasaan-perasaan positif tentang pekerjaan tersebut, sementara seseorang yang tidak puas memiliki perasaan-perasaan yang negatif tersebut.

Konsumen yang loyal mempunyai kecenderungan yang pasti dalam membeli apa dan dari siapa. Pembelian yang dilakukan bukan pembelian yang bersifat acak, loyalitas juga dapat juga dianggap sebagai suatu kondisi yang berhubungan dengan rentang waktu dalam melakukan pembelian tidak lebih dari dua kali dalam mempertimbangkannya.

Unit keputusan dapat diartikan sebagai suatu keputusan pembelian yang dapat dilakukan oleh lebih dari satu orang. Mereka yang dapat dikategorikan sebagai konsumen yang setia adalah mereka yang sangat puas dengan kualitas produk tertentu sehingga mereka mempunyai antusiasme untuk memperkenalkan pada yang mereka kenal, selanjutnya tahap berikutnya ialah konsumen yang loyal tersebut akan memenuhi kesetiaan mereka dengan produk-produk lain buatan produk yang sama pada akhirnya mereka adalah konsumen yang setia kepada produsen tertentu untuk selamanya.

Menurut Oliver yang oleh Ratih Hurriyati (2005:129) loyalitas adalah: *Customer loyalty is deeply held commitment to rebuy or repatronize a preferred vice consistently in the future, despite situasional influences and marketing efforts having the potential to cause switching behavior.* Dari definisi di atas terlihat bahwa loyalitas pada dasarnya merupakan suatu sikap dari konsumen atau konsumen yang melakukan pembelian berulang untuk produk atau jasa yang sama secara konsisten yang ditawarkan oleh perusahaan atau produsen, dimana komitmen konsumen terhadap produk/jasa tersebut positif dan melalui suatu proses evaluasi.

Kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) melalui kualitas pelayanan (*service quality*) dapat direbut dan dipertahankan dengan beberapa pendekatan sebagai berikut :

1. Memperkecil kesenjangan-kesenjangan yang terjadi antara pihak manajemen dengan pelanggan. Riset konsumen untuk menyerap persepsi pelanggan mengenai kualitas pelayanan dapat dilakukan dengan metoda

customer focus group, mengedarkan angket pelayanan setiap periode tertentu, atau menggunakan pegawai front office untuk mengamati adanya perbedaan persepsi. Sedangkan penelitian mengenai perilaku pegawai dilakukan dengan mengamati pelaksanaan pelayanan.

2. Perusahaan harus mampu membangun komitmen bersama untuk menciptakan visi dalam perbaikan proses pelayanan. Komitmen bersama dalam hal ini adalah memperbaiki cara berpikir, perilaku, kemampuan, dan pengetahuan dari semua sumberdaya manusia yang ada, baik dari manajemen tingkat atas, menengah, sampai karyawan pelayanan. Sarana penunjang yang digunakan untuk mempertahankan komitmen dengan pelanggan internal diantaranya adalah metoda brainstorming, management by walking around, kotak saran, dan sebagainya.
3. Memberi kesempatan kepada pelanggan untuk menyampaikan keluhan. Sarana yang dapat digunakan antara lain, perusahaan dapat mengadakan hotline bebas pulsa, atau dapat mengadakan ghost shopping, yaitu perusahaan mencari informasi mengenai catatan baik buruknya pembeli potensial ketika membeli produk perusahaan pesaing. Perusahaan dapat juga menerapkan lost customer analysis untuk menghubungi pelanggan yang tidak pernah lagi menggunakan produk perusahaan.
4. Mengembangkan dan menerapkan accountable, proactive, dan partnership marketing sesuai dengan situasi pemasaran. Accountable marketing adalah usaha perusahaan untuk menghubungi pelanggan dalam waktu yang tidak terlalu lama setelah memberikan jasa untuk mengetahui kepuasan dan harapan pelanggan. Proactive marketing adalah usaha perusahaan untuk menghubungi pelanggan dari waktu ke waktu untuk mengetahui perkembangan pelayanan kepada pelanggannya. Partnership marketing adalah perusahaan membangun kedekatan dengan pelanggan, yang bermanfaat untuk meningkatkan citra dan posisi perusahaan di pasar.

Dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu:

1. Kualitas Produk: pelanggan akan puas bila hasil evaluasinya menunjukkan bahwa produk yang dinikmati atau digunakan berkualitas.
2. Kualitas Pelayanan : pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.
3. Harga: produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.
4. Personal Factors seperti emosional pelanggan, dimana pelanggan akan merasa bangga dan mendapat keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadapnya bila dia dapat menggunakan produk atau jasa tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
5. Situasional Factors, seperti kondisi cuaca yang tidak mendukung, atau pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu lebih untuk mendapatkan suatu produk atau jasa. Sehingga dari faktor-faktor tersebut sangatlah jelas bahwa *service quality* (kualitas pelayanan) sangat mempengaruhi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh para pelanggan.³⁷

Pada prinsipnya perlu dilakukan berbagai strategi kepuasan pelanggan yang akan menyebabkan setiap penjual jasa untuk bekerja keras dalam usahanya memperebutkan pelanggan dan memenuhi berbagai harapan yang diinginkan pelanggan terhadap jasa. Harapan pelanggan dibentuk dan didasarkan oleh beberapa faktor, di antaranya pengalaman berbelanja di masa lampau, opini teman dan kerabat, serta informasi dan janji-janji perusahaan dan para pesaing.

Dari pernyataan diatas ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* dan *perceived service*. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan (*expcted service*), maka kualitas jasa dipersepsikan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan buruk. Oleh karena itu

³⁷ Zeithaml, V.A., & Bitner, M. J., *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. Second Edition. New York: The McGraw-Hill Companies. 1996.

setiap penyedia jasa harus senantiasa memberikan kualitas jasa yang sesuai atau bahkan melebihi dari harapan pelanggan, sehingga setiap pengguna jasa akan mendapatkan kepuasan yang maksimal atas jasa yang telah merasakan dari perusahaan tersebut.

D. Strategi Pengelolaan *Service Quality* dalam meningkatkan loyalitas pelanggan

Sebuah perusahaan dapat memenangkan persaingan dengan menyampaikan secara konsisten layanan yang bermutu lebih tinggi dibandingkan para pesaing dan yang lebih tinggi dari pada harapan pelanggan. Harapan-harapan itu dibentuk oleh pengalaman di masa lalu, pembicaraan dari mulut ke mulut, dan iklan perusahaan jasa. Setelah menerima jasa itu, pelanggan membandingkan jasa yang dialami dengan jasa yang diharapkan. Jika jasa yang dialami berada dibawah jasa yang diharapkan, pelanggan tidak berminat lagi terhadap penyedia jasa itu. Jika jasa yang dialami memenuhi atau melebihi harapan, mereka akan menggunakan penyedia jasa itu lagi.

Kualitas pelayanan dapat diukur dengan melihat tingkat kesenjangan antara harapan atau keinginan konsumen dengan persepsi mereka terhadap kinerja produk atau perusahaan yang diterima oleh konsumen yang dapat dijelaskan dalam skala *service quality*. Pasuraman menyatakan ada lima dimensi yang digunakan oleh pelanggan untuk menilai kualitas pelayanan pada suatu industri yaitu : Keandalan (*reliability*) merupakan suatu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya, dimana kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yaitu ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa ada kesalahan.³⁸

Ketanggapan (*responsiveness*) merupakan suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat kepada pelanggan. Jaminan / kepastian (*assurance*), yaitu pengetahuan dan keramahan karyawan serta kemampuan melaksanakan tugas secara spontan, yang dapat menjamin kinerja yang baik sehingga menimbulkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan.

³⁸ Pasuraman, A., Zethmal, Valerie, Leonard L. Berry, Reassessment of expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality, 1994.

Empati (*emphaty*), yaitu memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi kepada pelanggan dan berupaya untuk memahami keinginan konsumen. Berwujud (*tangibles*), yaitu penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik yang dapat diandalkan, serta keadaan lingkungan sekitar sebagai bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

Loyalitas pelanggan merupakan reaksi atau akibat dari terciptanya kepuasan pelanggan sebagai implementasi dari keberhasilan pelayanan yang berkualitas dalam memenuhi harapan pelanggan. Pelanggan yang loyal adalah mereka yang antusiasme terhadap merek atau prouk yang digunakannya. Pelanggan yang loyal kepada keputusan pembeliannya tidak lagi mempertimbangkan faktor-faktor yang berpengaruh dalam penentuan pilihan seperti tingkat harga, jarak, kualitas, dan atribut lainnya, karena telah tertanam dalam dirinya bahwa produk atau jasa yang dibeli sesuai dengan harapan dan mampu memenuhi kebutuhan.

Pelanggan yang loyal atau setia adalah seseorang yang melakukan pembelian ulang dari perusahaan yang sama, memberitahukan kekonsumen potensial yang lain dari mulut ke mulut. Loyalitas adalah suatu perilaku pembelian pengulangan yang menjadi kebiasaan, yang mana telah ada keterkaitan dan keterlibatan tinggi pada pilihannya terhadap obyek tertentu, dan bercirikan dengan ketiadaan pencarian informasi eksternal dan evaluasi alternative.³⁹

Pelanggan yang loyal sangat besar artinya bagi perusahaan, begitu juga pelanggan layanan internet *Flash Unlimited* yang loyal sangat penting bagi perusahaan. Karena pelanggan yang loyal berarti kelangsungan hidup perusahaan, dan tentu saja meningkatkan profitabilitas perusahaan. Pemahaman loyalitas pelanggan sebenarnya tidak hanya dilihat dari transaksinya saja atau pembelian berulang.

Ada beberapa ciri suatu pelanggan dianggap loyal:

1. Pelanggan yang melakukan pembelian ulang secara teratur.
2. Pelanggan yang membeli produk yang lain di tempat yang sama.
3. Pelanggan yang mereferensikan kepada orang lain.

³⁹ Engel. et.al. *Perilaku Membeli...*, 98.

4. Pelanggan yang tidak dapat dipengaruhi pesaing untuk pindah.

Loyalitas konsumen merupakan manifestasi dan kelanjutan dari kepuasan konsumen dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, serta untuk tetap menjadi konsumen dari perusahaan tersebut. Di dalam pasar yang persaingannya sangat ketat, banyak alternative merek, harga bervariasi, dan banyak produk pengganti, maka loyalitas merek pada umumnya cenderung menurun. Oleh karenanya perusahaan yang ingin tetap bertahan perlu mengembangkan strategi pemasaran, dengan harapan konsumen tetap memiliki loyalitas terhadap produk dari perusahaan tersebut. Hal ini sangat penting, karena menurut Reichard dan Sasser dalam hasil penelitiannya menunjukkan bahwa setiap peningkatan 5% pada kesetiaan pelanggan dapat meningkatkan keuntungan 25% - 85% dengan demikian dapat dikatakan bahwa keberhasilan suatu perusahaan ditentukan oleh loyalitas pelanggan.⁴⁰ Loyalitas dapat dicapai melalui dua tahap:

1. Perusahaan harus mempunyai kemampuan dalam memberikan kepuasan kepada konsumennya agar konsumen mendapatkan suatu pengalaman positif.
2. Perusahaan harus mempunyai cara untuk mempertahankan hubungan yang lebih jauh dengan konsumennya dengan menggunakan kesetiaan yang dipaksa (*Forced Loyalty*) supaya konsumen ingin melakukan pembelian ulang.⁴¹

Dalam jangka panjang, loyalitas pelanggan menjadi tujuan bagi perencanaan pasar strategik. Selain itu juga dijadikan dasar untuk pengembangan keuntungan kompetitif yang berkelanjutan (Dick dan Basu Swastha, 1994), yaitu keunggulan yang dapat direalisasikan melalui upaya-upaya pemasaran. Dalam lingkungan persaingan global yang semakin ketat dengan masuknya produk-produk inovatif ke pasaran di satu sisi, dan kondisi pasar yang jenuh untuk produk-produk tertentu di sisi lain, tugas mengelola loyalitas pelanggan menjadi tantangan manajerial yang tidak ringan.

⁴⁰ Reichheld dan Sasser. Zero Defections: Quality Comes To Services. Harvard Business Review, 68(5), 1990. p.105-11.

⁴¹ Kotler dan Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran...*, 102

Sedangkan menurut (Jacoby dan Olson) mengutarakan pengertian loyalitas pelanggan menekankan pada runtutan pembelian, proporsi pembelian, atau dapat juga probabilitas pembelian.⁴² Dalam lingkungan bisnis dimana persaingan berlangsung sangat ketat seperti saat ini, upaya memenangkan persaingan tidak hanya didasarkan pada mutu produk atau jasa yang tinggi, harga jual bersaing, tetapi juga upaya terpadu untuk memberikan kepuasan pada pelanggan dan memenuhi kebutuhan lebih baik sesuai dengan yang diharapkan pelanggan. Pelanggan yang setia bisa menjadi partner dalam mengembangkan produk baru. Mereka mempertahankan dan membela pelayanan perusahaan yang ada.

Kesimpulan

Mempertahankan pelanggan telah dianggap oleh banyak penyedia jasa sebagai variabel penting dalam memenangkan persaingan. Dengan terciptanya loyalitas pelanggan akan mengarahkan pada profitabilitas yang lebih besar dan pertumbuhan. Penelitian ini membuktikan bahwa loyalitas akan tercipta dengan mempertahankan citra melalui penciptaan persepsi yang baik akan atribut-atribut produk dan menerapkan program service recovery dengan jalan meminta maaf bila melakukan kesalahan, mengambil tindakan dengan segera, menunjukkan penyesalan, memberikan garansi dan melakukan tindak lanjut. Selain itu menciptakan kepuasan pelanggan merupakan variabel yang tidak dapat ditinggalkan dalam rangka menciptakan alasan bagi pelanggan untuk tetap bersedia menjalin hubungan jangka panjang dengan perusahaan.

Perusahaan harus melakukan pengelolaan service quality untuk dapat merebut dan mempertahankan kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*). Kualitas pelayanan memiliki esensi penting bagi strategi perusahaan untuk mempertahankan diri dan mencapai sukses dalam menghadapi persaingan. Karena kualitas pelayanan yang lebih tinggi menghasilkan kepuasan pelanggan yang lebih tinggi. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai

⁴² Jacob Jacoby and Jerry C. Olson, *AN Attitudinal Model of Brand Loyalty: Conceptual Underpinnings and Instrumentation Research*, Purdue Papers in Consumer Psychology 159, Purdue University, 1970

dengan yang diharapkan (expcted service), maka kualitas jasa dipersepsikan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan buruk. Lebih jauh lagi, perusahaan juga harus membuat pelanggan bukan hanya sekedar merasakan kepuasan (satisfaction). Karena pelanggan yang puas masih terbuka kemungkinan untuk beralih ke produk perusahaan lain atau produk pesaing. Sehingga perusahaan harus dapat menciptakan perasaan dan pengalaman yang menyenangkan bagi konsumen (customer delight)

Saran

Hendaknya suatu perusahaan senantiasa menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan dengan melalui kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah tingkat dimana persepsi kualitas pelayanan sesuai dengan harapan pelanggan. Untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas, maka perusahaan harus lebih meningkatkan kualitas pelayanan. Untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan, maka pihak perusahaan harus dapat meningkatkan fasilitas untuk pelanggan.

Daftar Pustaka

- Agustinus, R. Pribadi Anggoro, dkk. Strategi Membangun Kualitas. Pelayanan Perbankan untuk Menciptakan Kepuasan Nasabah Berorientasi. Loyalitas pada BRI Cabang Blora dan Unit onlinenya. 1994.
- Ali, Muhammad. *Strategi Penelitian Pendidikan*. Bandung: Angkasa, 2009.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian "Suatu Pendekatan Praktek"*, Jakarta Rineka Cipta, 2011.
- Djati, S. Pantja dan M. Khusaini. *Kajian terhadap Kepuasan Kompensasi, Komitmen Organisasi, dan Prestasi Kerja*. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 5(1), 2003
- Fathoni, Abdurrahmat. *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006.
- Giese & Cote *Academy of Marketing Science Review*. *Defining Consumer Satisfaction* Volume 2000 No. 1 . (2000). Available: <http://www.amsreview.org/articles/giese01-2000.pdf>
- Griffin, Jill. *Customer Loyalty: Menumbuhkan Dan Mempertahankan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga, 2003.
- Hadi, Handito. *Intisari, Jangan Sekedar Service*, Jakarta: Gramedia, 2003.
- Ibrahim. *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*, Yogyakarta: Andi, 1997.
- Jacob Jacoby and Jerry C. Olson, *AN Attitudinal Model of Brand Loyalty: Conceptual Underpinnings and Instrumentation Research*, *Purdue Papers in Consumer Psychology* 159, *Purdue University*, 1970
- James F., Engel. Roger D. Blackwell, Paul .W Miniad. *Perilaku Membeli*, Jakarta: Binarupa Aksara, 1993.
- James, Barnes G. *Secrets of Customer Relation ship Management (Rahasia. Manajemen Hubungan Pelanggan)*. Yogyakarta: Andi, 2000.
- Jurnal Manajemen & Kewirausahaan Vol. 7 tahun 2003*. Surabaya: UKP Kesetiaan Merek (Studi Kasus Restoran The Prime Steak & Ribs Surabaya)"
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. diterj. Bob Sabran. Jakarta: Erlangga. 2008.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1*, Jakarta: Erlangga, 2008.
- Lukman, Sampara. *Manajemen Kualitas Pelayanan*, Jakarta: STIA LAN. 2000.
- Lupiyoadi, R. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat, 2006.
- Noeng, Muhajir. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Telaah Positifistik, Rasionalistik, Realisme Metaphisik*, Yogyakarta: Rake Sarasin, Cet. IV, 2009.
- Oliver, Richard L. dan Jhon E. Swan, *Consumer Perceptions of Interpersonal Equity and Satisfaction in Transaction: a Field Survey Approach*, *Journal Marketing*, 1993.
- Parasuraman, A. Valerie Zeithaml, and L.Berry. *Servqual: Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*, *Journal of Retailing*, 64 (15), 1988.
- Pasuraman, A., Zethmal, Valerie, Leonard L. Berry, Reassessment of expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality, 1994.

- Polyorat, Kawpong dan Sophonsiri Suvenus. The Influence of Service. Dimensions Customer. Vol 6. No 2. Journal of Global Business and Technology (2010)
- Reichheld dan Sasser. Zero Defections: Quality Comes To Services. Harvard Business Review, 68(5), 1990. p.105-11.
- Samuel, Hatane dan Foedjiawati. "Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Surabaya. 2005.
- Tanzeh, Ahmad. *Metode Penelitian Praktis*, Jakarta: PT. bina ilmu, 2004.
- Tjiptono, Fandy dan Chandra Gregorius. *Service Quality and Satisfaction*, Yogyakarta: Andi Offset, 2002.
- Tjiptono, Fandy. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset. 2011.
- Triguno. *Budaya Kerja*, Jakarta: Golden Terayon Press, 1997.
- Zeithaml, V.A., & Bitner, M. J., *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. Second Edition. New York: The McGraw-Hill Companies. 1996.

METODE MENABUNG PERSPEKTIF ZAMAN NABI YUSUF AS.

Agung Mandiro Cahyono
Institut Agama Islam Pangeran Diponegoro Nganjuk
mandiroagung@gmail.com

Abstract

Saving is an activity to prepare future costs so that all the necessities of life remain stable and orderly. Mental preparation before saving is to be frugal. Without this it is very difficult to save. Various methods of saving, including saving at home, saving in the bank. The author examines the method of saving the number of perspectives in the time of the Prophet Joseph (as). that is, setting aside more of the earth's savings than allocating consumptive needs. As a result, when a famine occurs / economic crisis, the savings can meet the conditions of a famine that are met in a stable and orderly manner. Saving for 7 years, the savings can meet the needs for the next 7 years during famine. Writing this with the literature method, which uses the approach of interpretive studies and then analyzed and applied in the present age. The results of the analysis that the theory of saving is a quota of more savings the money from income than expenditure.

Keywords: Saving, Age of the Prophet Joseph

A. Pendahuluan

Menabung merupakan bagian dari mempersiapkan perencanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan. Secara teknis, cara menabung yaitu menyisihkan harta yang dimiliki saat ini untuk memenuhi kebutuhan masa depan. Para pakar keuangan sering kali mengatakan bahwa cara terbijak untuk menabung yaitu mengambil di muka sebesar 10% - 20% dari pendapatan. Berarti uang yang disimpan bukanlah sisa dari konsumsi, melainkan alokasi terencana di muka karena diambilkan sebelum pemenuhan kebutuhan konsumsi.¹ Islam melarang konsumsi yang berlebihan dan penimbunan kekayaan, karenanya dana perlu diorganisasi dengan cara yang baik agar terus berkembang dan

¹ Dwi Suwikyo, *Ayat-Ayat Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), 176

berkelanjutan. Aset tidak akan habis dikonsumsi tetapi harus ditabung atau diinvestasikan.²

Untuk pengeluaran yang bersifat konsumtif, yang dinamakan nafkah, Ibnu Sina berpendapat bahwa yang termasuk segala belanja untuk kebutuhan hidup manusia terutama makan, tempat tinggal, belanja rumah tangga, belanja untuk istri, dan belanja untuk anak. Karena macamnya banyak sekali dan mempunyai ukuran berbeda-beda, Ibnu Sina menganjurkan supaya dalam semua belanja konsumtif itu harus hemat dan sederhana, tidak berlebihan dan pula berkekurangan. Adapun ukuran untuk menetapkan sederhana dan hemat itu ialah pendapat umum. Akan tetapi ada pula perbelanjaan yang mempunyai ukuran tersendiri yang tidak dapat menggunakan ukuran pendapat umum. Dalam hal ini dianjurkan supaya memakai pertimbangan sendiri yang sehat dengan tetap berpegang pada prinsip sederhana dan hemat.³

B. Lembaga Keuangan

Lembaga keuangan adalah badan usaha yang bergerak dibidang keuangan yang bertugas untuk mengumpulkan aset dalam bentuk dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat. Beberapa lembaga (institusi) atau perantara pasar keuangan yang ada di Indonesia yaitu:

1. Lembaga keuangan bank

Bank merupakan lembaga keuangan yang menawarkan baik jasa simpanan, pinjaman (kredit) atau jasa keuangan lainnya yang dapat dilayani oleh bank umum (komersil) maupun bank perkreditan rakyat (BPR). Jenis bank dilihat dari segi mencari keuntungan dewasa ini terdiri dari bank yang beroperasi berdasarkan prinsip konvensional (barat) dan syariah (Islam). Bank menyediakan berbagai produk

² Ilfi Nur Diana, *Hadis-Hadis Ekonomi*, (Malang: UIN Maliki Press, 2012), 117

³ Abdullah Zaky Al Kaaf, *Ekonomi Dalam Perspektif Islam*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2002), 184

keuangan, baik dalam bentuk simpanan (rekening), pinjaman (kredit), valuta asing, maupun jasa keuangan lainnya, baik yang bersifat jangka pendek, maupun jangka panjang. Bahkan perbankan juga dapat menjadi perantara antara lembaga keuangan untuk melakukan transaksi keuangan. Fungsi bank antara lain:

- a. *Agent of trust* yaitu lembaga yang landasannya adalah kepercayaan.
- b. *Agent of development* yaitu lembaga yang memobilisasi dana untuk pembangunan ekonomi.
- c. *Agent of service* yaitu lembaga yang memobilisasi jasa untuk pembangunan ekonomi. Jasa ini antara lain dapat berupa jasa-jasa pengiriman uang, penitipan barang berharga, pemberian jaminan bank dan penyelesaian tagihan.

2. Bursa efek

Bursa efek, merupakan tempat diperjualbelikannya modal jangka panjang seperti saham dan obligasi. Dalam bursa efek terdiri dari dua pasar, yaitu pasar primer (*primary market*) dan pasar sekunder (*secondary market*). Pasar primer yaitu pasar yang menangani pertama kali emisi sekuritas suatu perusahaan. Pasar sekunder yaitu pasar yang melayani sehari-hari transaksi perdagangan sekuritas yang telah beredar, setelah masa penjualan pasar primer berakhir.

3. Asuransi

Asuransi merupakan usaha pertanggungan terhadap suatu resiko yang akan terjadi. Pertanggungan ini terdiri dari perusahaan asuransi sebagai penanggung dengan nasabah sebagai tertanggung. Perusahaan asuransi menerima premi yang dibayarkan oleh tertanggung dan apabila tertanggung menderita kerugian seperti yang telah diperjanjikan, maka perusahaan asuransi sebagai penanggung akan menggantikannya. Perusahaan asuransi juga memberikan asuransi untuk beasiswa di mana nasabah penyetor sejumlah uang dan uang tersebut dapat diambil setelah jangka waktu tertentu. Dana yang terkumpul di perusahaan asuransi biasanya diinvestasikan kembali bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

4. Dana pensiun

Dana pensiun, merupakan perusahaan yang memungut dana bagi karyawan suatu perusahaan. Artinya perusahaan memotong dana (gaji karyawan suatu perusahaan) dengan jumlah tertentu yang kemudian disetorkan ke perusahaan dana pensiun. Dana yang terkumpul oleh perusahaan digunakan atau diinvestasikan kembali. Setelah memasuki pensiun, maka perusahaan dana pensiun di karyawan dapat mengambil uangnya kembali sesuai perjanjian yang telah dibuat.⁴

C. Peranan Uang

Merujuk kepada Mu'jam Al-Muhfaras (Kamus Al-Quran) oleh Fuad Abdul Baqi, kata *mal* (uang) terulang dalam Al-Quran sebanyak 25 kali (dalam bentuk tunggal) dan *amwal* (dalam bentuk jamak) sebanyak enam puluh satu kali. Diamati oleh Hassan Hanafi sebagaimana dikemukakan dalam bukunya Ad-Din wa Ats-Tsaurah bahwa kata tersebut mempunyai dua bentuk.

Pertama, tidak dinisbahkan kepada "pemilik", dalam arti dia berdiri sendiri. Ini menurutnya adalah sesuatu yang logis karena memang ada harta yang tidak menjadi objek kegiatan manusia, tetapi berpotensi untuk itu. Kedua, dinisbahkan kepada sesuatu, seperti "harta mereka", harta anak-anak yatim, "harta kamu" dan lain-lain. Ini adalah harta yang menjadi objek kegiatan. Dan bentuk inilah yang terbanyak digunakan dalam Al-Quran.

Dalam pandangan Al-Quran, uang merupakan modal serta salah satu faktor produksi yang penting, tetapi "bukan yang terpenting". Manusia menduduki tempat di atas modal disusul sumber daya alam. Pandangan ini berbeda dengan pandangan sementara pelaku ekonomi modern yang memandang uang sebagai segala sesuatu, sehingga tidak jarang manusia atau sumber daya alam dianiaya atau ditelantarkan.

Menurut hasil perhitungan M. Quraih Shihab, bentuk pertama ditemukan sebanyak 23 kali, sedang bentuk kedua sebanyak 54 kali. Dari

⁴ V. Wiratna Sujarweni, *Manajemen Keuangan*, (Yogyakarta: PT. Pustaka Baru, tt), 63-65

jumlah ini yang terbanyak dibicarakan adalah harta dalam bentuk objek, dan ini memberi kesan bahwa seharusnya harta atau uang menjadi objek kegiatan manusia. Kegiatan tersebut adalah aktivitas ekonomi.

Modal tidak boleh diabaikan, manusia berkewajiban menggunakannya dengan baik, agar ia terus produktif dan tidak habis digunakan. Karena itu seorang wali yang menguasai harta orang-orang yang tidak atau belum mampu mengurus hartanya, diperintahkan untuk mengembangkan harta yang berada dalam kekuasaannya itu dan membiayai kebutuhan pemiliknya yang tidak mampu itu, dari keuntungan perputaran modal, bukan dari pokok modal. Ini dipahami dari redaksi surat Al-Nisa' (4): 5, yaitu:

وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ الَّتِي جَعَلَ اللَّهُ لَكُمْ قِيَمًا وَارْزُقُوهُمْ فِيهَا وَاكْسُوهُمْ وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا ۝

“Dan janganlah kamu serahkan kepada orang yang belum sempurna akalnya, harta (mereka yang dalam kekuasaan) kamu yang dijadikan Allah sebagai pokok kehidupan. Berilah mereka belanja dan pakaian (dari hasil harta itu) dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang baik.” (QS. An-Nisa’: 5)

Dinyatakan *Warzuquhum fiha* bukan *Warzuquhum minha*. "*Minha*" artinya "dari modal", sedang "*fiha*" berarti "di dalam modal", yang dipahami sebagai ada sesuatu yang masuk dari luar ke dalam (keuntungan) yang diperoleh dari hasil usaha. Karena itu pula modal tidak boleh menghasilkan dari dirinya sendiri, tetapi harus dengan usaha manusia. Ini salah satu sebab mengapa membungakan uang, dalam bentuk riba dan perjudian, dilarang oleh Al-Quran. Salah satu hikmah pelarangan riba, serta pengenaan zakat sebesar 2,5% terhadap uang (walau tidak diperdagangkan) adalah untuk mendorong aktivitas ekonomi, perputaran dana, serta sekaligus mengurangi spekulasi serta penimbunan.

Bagi pemilik uang yang tidak atau kurang mampu mengelola uangnya, para ulama mengembangkan cara-cara yang direstui oleh Al-Quran dan Sunnah Nabi, antara lain melalui apa yang dinamai murabahah, mudharabah atau musyarakah. Murabahah adalah pembelian barang menurut rincian yang ditetapkan oleh pengutang, dengan keuntungan dan waktu pembayaran yang disepakati. Mudharabah adalah bergabungnya

tenaga kerja dengan pemilik modal, sebagai mitra usaha dan keuntungan yang dibagi sesuai rasio yang disepakati. Musyarakah adalah memadukan modal untuk bersama-sama memutarinya, dengan kesepakatan tentang rasio laba yang akan diterima.⁵

D. Sumber Pemasukan dan Anggaran Pengeluaran

1. Pemasukan

Ibnu Sina berpendapat mengenai sumber pemasukan, yaitu Sesungguhnya rezeki kekayaan yang cukup merupakan perhiasan hidup yang paling indah bagi manusia, tetapi tergantung pada berhak tidaknya ia terhadap kekayaan tersebut. Jika cara mengusahakan kekayaan itu tepat, barulah ia mendapatkan kekayaan hidup, dan keindahan itu semakin bertambah manakala caranya, sangat akrab dan paling menepati hukum. Adapun cara usaha yang paling tepat ialah melakukan usaha menurut cara yang paling bersih, suci, dan jauh dari sifat tamak dan rakus, dan jauh dari loba yang keji dan kotor. Apabila terjadi sebaliknya, rezeki kekayaan itu akan kehilangan keindahannya, bahkan menjadi keji.

Sesungguhnya segala kekayaan yang diperoleh dengan paksaan, kesombongan, kekerasan, dan bujukan, tidaklah sah untuk dinamakan kebaikan. Begitu juga keuntungan/laba yang didapat dengan jalan dosa dan aib, dan membawa pada sebutan-sebutan yang jelek dan pencakapan yang tidak pantas adalah keuntungan/laba yang tidak bernilai. Jalan yang demikian sebaiknya di jauhi. Sering terjadi, kekayaan diperoleh dengan menjatuhkan air muka dan merendahkan hidup, dan akibatnya mencemarkan nama dan mengotori kehormatan. Tidak disangsikan lagi bahwa baik jalan ini maupun jalan di atas, keduanya menjadikan merosotnya keuntungan/laba tersebut dan menodai kesuciannya.⁶

⁵ M. Quraih Shihab, *Wawasa al-Qur'an*, (Bandung: Mizan, 1996), 411-412

⁶ Abdullah Zaky Al Kaaf, *Ekonomi Dalam Perspektif Islam*, 180

Oleh karena itu, penilaian yang paling pantas dipakai terhadap sesuatu usaha, yaitu bagaimana cara mendapatkannya, jadi bukan berapa tinggi harganya dan berapa banyak jumlah barangnya karena harga dan banyaknya itu akan merosot kalau menggunakan cara yang tidak baik. Hakikat yang sebenarnya adalah segala rezeki kakayaan yang halal serta bersih dari dosa tentu lebih sedap untuk dinikmati, lebih menyenangkan, lebih besar berkahnya, dan lebih bersih penggunaannya, meskipun jumlahnya sedikit dan harganya/timbangannya rendah.

Untuk pengaturan anggaran, Ibnu Sina menganjurkan penghitungan anggaran secara cermat, baik mengenai pemasukan maupun pengeluarannya. Terhadap pengeluaran yang tidak wajib, setiap orang harus bersikap hati-hati agar tidak terjadi pengeluaran uang yang percuma. Pengeluaran wajib adalah:

- a. Nafkah, yaitu segala perongkosan yang diperlukan bagi hidupnya, misalnya perumahan, pakaian, makanan, belanja rumah tangga, biaya pendidikan, dan lain-lain.
- b. Amal kebajikan, yaitu segala perbuatan amal untuk orang lain, baik masyarakat maupun negara.⁷

2. Pengeluaran

- a. Pengeluaran konsumtif harus dikeluarkan sehemat mungkin.

Dalam persoalan perbelanjaan hidup sehari-hari (yang bersifat konsumtif), haruslah diperhatikan beberapa syarat dalam pengeluarannya, yaitu pada jalan yang benar dan jauh dari keborosan dan kesesatan. Jalan benar yang demikian adalah sederhana dan hemat dalam segala perbelanjaan. Harus dihindari pembelian yang tidak perlu. Haruslah berdiri di tengah-tengah antara royal dan kikir, antara pemborosan dan kikir.⁸

- b. Pengeluaran untuk masyarakat dan negara

⁷ Abdullah Zaky Al Kaaf, *Ekonomi Dalam Perspektif Islam*, 182

⁸ Abdullah Zaky Al Kaaf, *Ekonomi Dalam Perspektif Islam*, 183

Di samping perongkosan yang dinamakan nafkah, adalah kewajiban lain di antaranya adalah:

- 1) Zakat, yaitu pengeluaran wajib dari kekayaan, baik berupa kekayaan diri seperti emas dan perak, uang atau berupa kekayaan perusahaan, seperti hasil-hasil pertanian, peternakan, perdagangan dan lain-lain.
- 2) Sedekah, yaitu pengeluaran yang amat mulia untuk membantu fakir miskin atau usaha-usaha sosial lainnya, misalnya akibat bencana alam, kelaparan, dan sebagainya.
- 3) Amal kebajikan, yaitu bantuan secara umum, yang diberikan kepada semua orang atau segala badan yang memerlukannya.⁹

E. Tafsir Surah Yusuf Ayat 47-48

Perspektif zaman nabi Yusuf as. dalam hal menabung, terlihat pada redaksi ayat-ayatnya menabung secara makro (tugas negara). Walaupun makro, ini dapat diterapkan secara mikro (individu). Berikut QS. Yusuf ayat 47-48:

قَالَ تَزْرَعُونَ سَبْعَ سِنِينَ دَأْبًا فَمَا حَصَدْتُمْ فَذَرُوهُ فِي سُنْبُلِهِ إِلَّا قَلِيلًا مِّمَّا تَأْكُلُونَ ٤٧
ثُمَّ يَأْتِي مِنْ بَعْدِ ذَلِكَ سَبْعَ شِدَادٍ يَأْكُلْنَ مَا قَدَّمْتُمْ لَهُنَّ إِلَّا قَلِيلًا مِّمَّا تَحْصِنُونَ ٤٨

“Dia berkata, “ Kamu bercocok tanam tujuh tahun sebagaimana biasa, maka apa yang kamu tuai hendaklah kamu biarkan di bulirnya kecuali sedikit untuk kamu makan. Kemudian, sesudah itu akan datang tujuh yang amat sulit, yang menghabiskan apa yang amat sulit, yang menghabiskan apa yang kamu simpan untuk menghadapinya kecuali sedikit dari apa yang kamu simpan”. (QS. Yusuf: 47-48)

Mendengar pertanyaan yang diajukan atas nama raja dan pemuka-pemuka masyarakat itu, tanpa menunggu seusai dengan harapan penanya langsung saja dia, yakni Nabi Yusuf as., berkata seakan-akan berdialog dengan mereka semua. Karena itu, beliau menggunakan bentuk jamak, “Mimpi memerintahkan *kamu*, wahai masyarakat Mesir, melalui raja, agar

⁹ Abdullah Zaky Al Kaaf, *Ekonomi Dalam Perspektif Islam*, 186

kamu terus menerus *bercocok tanam selama tujuh tahun sebagaimana biasa* kamu bercocok tanam, yakni dengan memperhatikan keadaan cuaca, jenis tanaman yang ditanam, pengairan dan sebagainya atau selama tujuh tahun berturut-turut dengan bersungguh-sungguh. *Maka apa yang kamu tuai* dari hasil panen sepanjang masa itu *hendaknya kamu biarkan di bulirnya* agar dia tetap segar tidak rusak karena biasanya gandum Mesir hanya bertahan dua tahun demikian pendapat pakar tafsir Abu Hayyan. *Kecuali sedikit* yaitu yang tidak perlu kamu simpan dan biarkan di bulirnya yaitu yang kamu butuhkan *untuk kamu makan*. Kemudian, *sesudah* masa tujuh tahun itu, *akan datang tujuh tahun yang amat sulit* akibat terjadinya paceklik di seluruh negeri *yang menghabiskan apa yang kamu simpan untuk menghadapinya*, yakni untuk menghadapi tahun sulit itu yang dilambangkan oleh tujuh bulir gandum yang kering itu *kecuali sedikit dari apa*, yakni bibit gandum, *yang kamu simpan*. Itulah takwil mimpi raja.

Nabi Yusuf as. memahami *tujuh ekor sapi* sebagai tujuh tahun masa pertanian. Boleh jadi, karena sapi digunakan membajak, kemudian sapi adalah lambang kesuburan, sedang *sapi kurus* adalah masa sulit di bidang pertanian, yakni masa paceklik. *Bulir-bulir gandum* lambang pangan yang tersedia. Setiap bulir dengan setahun. Demikian juga sebaliknya.

Thabathabai pakar tafsir menilai bahwa mimpi tersebut adalah isyarat kepada raja untuk mengambil langkah-langkah guna menyelamatkan masyarakatnya dari krisis pangan. Yaitu hendaklah dia mengemukakan tujuh ekor sapi agar dimakan oleh sapi kurus dan menyimpan sebagian besar dari bahan pangan yang telah dituai tetap dalam bulirnya agar tetap segar dan tidak rusak oleh faktor cuaca dan sebagainya. Dengan demikian, Nabi Yusuf as menyampaikan apa yang akan terjadi dan bagaimana menghadapinya, yaitu hendaklah bersungguh-sungguh menanam serta menyimpan sebagian besar hasil panen.¹⁰

¹⁰ M. Quraish Shihab, *Tafsir al-Mishbah*, (Jakarta: Lentera Hati, 2009), 111-112, Vol. 6

Keterangan atas QS Yusuf ayat 47-48 ada pada ayat-ayat sebelumnya sebagai latar belakangnya. Dijelaskan mulai dari ayat 43 hingga 46, bahwa raja pada suatu ketika bermimpi yang sangat ajaib sekali dan sangat mengelisahkan hatinya. Belum pernah raja bermimpi seperti itu selama hidupnya. Maka dikumpulkannya semua orang cerdas pandainya, juru-juru tenun dan pembesar-pembesar kerajaannya, lalu raja berkata,

وَقَالَ الْمَلِكُ إِنِّي أَرَى سَبْعَ بَقَرَاتٍ سِمَانٍ يَأْكُلُهُنَّ سَبْعٌ عِجَافٌ وَسَبْعٌ سُنبُلَاتٍ خُضْرٍ وَأُخَرَ
يَابِسَاتٍ يَا أَيُّهَا الْمَلَأُ أَفْتُونِي فِي رُؤْيَايَ إِن كُنْتُمْ لِلرُّؤْيَا تَعْبُرُونَ ٤٣

Raja berkata, “ Sesungguhnya aku bermimpi melihat tujuh ekor sapi betina yang gemuk-gemuk dimakan oleh tujuh yang kurus-kurus, dan tujuh bulir-bulir hijau dan yang lain kering-kering, Wahai, orang-orang yang terkemuka! Terangkanlah kepadaku tentang takwil mimpiku itu jika kamu dapat menakwilkan mimpi. “Mereka menjawab, Itu adalah mimpi-mimpi yang kosong dan sekali-kali bukanlah kami menyangkut penakwilan mimpi-mimpi kosong orang-orang yang ahli. (QS. Yusuf: 43)

Ternyata, tidak seorang pun dari mereka yang dapat memberikan tabir mimpi raja itu. Kemudian ada tukang siram kebun raja yang memberitahukan seorang pemuda yang berada di dalam penjara mempunyai kedalaman ilmu, Yusuf namanya. Raja pun mengutus tukang siram kebun itu menemui Yusuf. Saat bertemu dengan Yusuf, tukang siram kebun menayakan perihal mimpi raja. Karena itu, dalam QS Yusuf ayat 47 tersebut di atas. Yaitu untuk bertanam tujuh tahun lamanya seperti biasanya. Maka apa yang sudah kamu panen biarkan tetap saja ditangkainya, kecuali sedikit untuk dimakan yaitu untuk cadangan makanan ketika datang masa sulit selama tujuh tahun. Dan Yusuf lah yang berhasil menerangkan tabir mimpi raja itu dengan jelas dan benar. Inilah prinsip yang menjelaskan pentingnya menyisihkan harta pada saat berkelimpahan untuk digunakan pada saat kekurangan.¹¹

F. Tafsir Surah Yusuf ayat 58-61

¹¹ Dwi Suwikyo, *Ayat-Ayat Ekonomi*, 178-179

وَجَاءَ إِخْوَةُ يُوسُفَ فَدَخَلُوا عَلَيْهِ فَعَرَفَهُمْ وَهُمْ لَهُ مُنْكَرُونَ ٥٨ وَلَمَّا جَهَّزَهُمْ بِجَهَّازِهِمْ
قَالَ ائْتُونِي بِأَخٍ لَكُمْ مِنَ أَبِيكُمْ أَلَا تَرَوْنَ أَنِّي أُوْفِي الْكَيْلَ وَأَنَا خَيْرُ الْمُنْزِلِينَ ٥٩ فَإِنْ
لَمْ تَأْتُونِي بِهِ فَلَا كَيْلَ لَكُمْ عِنْدِي وَلَا تَقْرَبُون ٦٠ قَالُوا سَنُرَوِّدُ عَنْهُ أَبَاهُ وَإِنَّا لَفَاعِلُونَ

٦١

“Dan datanglah saudara-saudara Yusuf, lalu mereka masuk kepadanya, maka, dia langsung mengenal mereka, sedang mereka terhadapnya benar-benar asing. Dan tatkala dia menyiapkan untuk mereka bahan makanan mereka, dia berkata, “Bawalah saudaramu kepadaku saudara kamu yang seayah dengan kamu,. Tidaklah kamu melihat bahwa aku menyempurnakan sukatan dan aku adalah sebaik-baik penerima tamu? Jika kamu tidak membawakan kepadaku, maka kamu tidak akan mendapat sukatan lagi dariku dan janganlah kamu mendekatiku, “Mereka berkata, “Kami akan membujuk ayahnya dan sesungguhnya kami benar-benar akan menjadi pelaksana-pelaksana” (QS Yusuf: 58-61)

Waktu berjalan lama. Kini mimpi raja terbukti dalam kenyataan. Masa paceklik melanda daerah Mesir dan sekitarnya. Ya'kub as. beserta anak-anaknya yang tinggal tidak jauh dari Mesir, yakni di Palestina. Mengalami juga masa sulit. Mereka mendengar bahwa di Mesir pemerintahannya membagikan pangan untuk orang-orang butuh atau menjualnya dengan harga yang sangat murah. Agaknya jatah itu bersifat perorangan. Karena itu, Ya'kub as. memerintahkan semua anaknya menuju ke Mesir, kecuali Benyamin / saudara kandung Yusuf as.

Ayat-ayat di atas mengesankan bahwa Yusuf as. terlibat langsung serta aktif dalam upaya pembagian makanan dan pengawasannya, tidak melimpahkan pekerjaan itu kepada bawahannya. Ini terbukti dari pertemuannya dengan saudara-saudaranya di lokasi pembagian itu serta masuknya mereka untuk menemuinya di tempat tersebut. Apa yang dilakukan Yusuf as. ini menunjukkan betapa besar tanggung jawab beliau. Dan itu juga merupakan pelajaran yang sangat berharga bagi siapa pun dalam menjalankan tugas.¹²

G. Kiat-Kiat Untuk Menabung

¹² M. Quraish Shihab, *Tafsir al-Mishbah*, (Jakarta: Lentera Hati, 2009), 137-139, Vol. 6

1. Berprinsip hidup hemat, hal ini meliputi hemat dalam makanan, minuman, dan segala macam kebutuhan untuk tidak berlebihan. Allah berfirman pada surah al-‘Araf ayat 31:

﴿يٰٓاَيُّهَا اٰدَمُ خُذْ زِيْنَتَكَمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَشَرِبُوْا وَّلَا تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ

۳۱

“Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan” (QS. Al-‘Araf: 31)

Penekanan ayat di atas adalah *Kuluu wasyrabuu wa laa Tusrifuu Innahuu Laa Yuhibbul Musfrifin* (makan dan minumlah dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan). Saat makan dan minum harus tetap bijak dengan tidak berlebih-lebihan. Sering kali rasa lapar dan haus menjadikan manusia terdorong untuk memuaskan dirinya sendiri. Mestinya lebih bijak dengan tidak berlebih-lebihan seperti membatasi makan dan minum sesuai dengan kebutuhan tubuh dan tidak pula melampaui batas-batas yang diharamkan. Jangan berlebihan dengan cara tidak benar dalam agama hanya karena hawa nafsu yang menyesatkan. Berlebih-lebihan merupakan perbuatan yang dapat merugikan manusia dalam jangka panjang. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.¹³

Perintah makan dan minum, lagi tidak berlebih-lebihan, yakni tidak melampaui batas, merupakan tuntunan yang harus disesuaikan dengan kondisi setiap orang. Ini karena kadar tertentu yang dinilai cukup untuk seseorang, boleh jadi telah dinilai melampaui batas atau belum cukup buat orang lain. Atas dasar itu, kita dapat berkata bahwa penggalan ayat tersebut mengajarkan sikap proporsional dalam makan dan minum. Dalam konteks berlebih-lebihan ditemukan konsep Nabi Muhammad saw, “Tidak ada wadah yang dipenuhi manusia lebih buruk dari perut. Cukuplah bagi putra-putri Adam beberapa suap yang

¹³ Dwi Suwikyo, *Ayat-Ayat Ekonomi*, 151

dapat menegakkan tubuhnya. Kalau pun harus (memenuhi perut), hendaklah sepertiga untuk makanannya, sepertiga untuk minumannya, dan sepertiga untuk pernafasannya. “ (HR. At-Tirmidzi, Ibn Majah, dan Ibn Hibban melalui Miqdam Ibn Ma’dikarib). Ditemukan juga pesan yang menyatakan: “Termasuk berlebih-lebihan bila Anda makan apa yang selera Anda tidak tertuju padanya.”¹⁴

Pemborosan dan sikap konsumtif dapat menimbulkan kelangkaan barang-barang yang dapat menimbulkan ketidakseimbangan akibat kenaikan harga-harga. Dalam rangka memelihara keseimbangan itu, Islam menugaskan Pemerintah untuk mengontrol harga, bahkan melakukan

langkah-langkah yang diperlukan untuk menjamin agar paling tidak bahan-bahan kebutuhan pokok dapat diperoleh dengan mudah oleh seluruh anggota masyarakat.¹⁵

2. Etos Kerja Yang Tinggi

حَدَّثَنَا قُتَيْبَةُ بْنُ سَعِيدٍ عَنْ مَالِكِ بْنِ أَنَسٍ فِيَمَا قُرِئَ عَلَيْهِ عَنْ نَافِعٍ عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عُمَرَ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ وَهُوَ عَلَى الْمِنْبَرِ وَهُوَ يَذْكُرُ الصَّدَقَةَ وَالتَّعَفُّفَ عَنِ الْمَسْأَلَةِ الْيَدُ الْعُلْيَا خَيْرٌ مِنَ الْيَدِ السُّفْلَى وَالْيَدُ الْعُلْيَا الْمُنْفِقَةُ وَالسُّفْلَى السَّائِلَةُ (رواه مسلم)¹⁶

Telah menceritakan Qutaibah ibn Sa’id dari Malik ibn Anas dibacakan padanya dari Nafi’ dari Abdullah ibn ‘Umar sesungguhnya Rasulullah saw bersabda di atas mimbar beliau menyebut tentang sedekah dan menahan diri dari meminta-minta, sabda beliau: “Tangan yang di atas lebih baik daripada tangan yang di bawah. Tangan di atas adalah tangan pemberi, sementara tangan yang di bawah adalah tangan peminta-minta

¹⁴ M. Quraish Shihab, *Tafsir al-Mishbah*, (Jakarta: Lentera Hati, 2009), 87-88, Vol.

¹⁵ M. Quraih Shihab, *Wawasan al-Qur’an*, (Bandung: Mizan, 1996), 405.

¹⁶ Muslim, *Shahih Muslim*, (Takhrij Hadis Digital, No Hadis 1715)

Maksud hadis tersebut tidak berarti memperbolehkan memintaminta, tetapi memotivasi agar seorang muslim mau berusaha dengan keras agar dapat menjadi tangan di atas, yaitu orang yang mampu membantu dan memberi sesuatu pada orang lain dari hasil jerih payahnya. Bagaimana mungkin dapat membantu orang lain jika untuk memenuhi dirinya sendiri saja tidak mencukupi. Bagaimana mungkin dapat mencukupi kebutuhannya sendiri jika tidak mau berusaha keras. Seseorang akan dapat membantu sesama apabila dirinya telah berkecukupan. Seseorang dikatakan berkecukupan jika ia mempunyai penghasilan yang lebih. Seseorang akan dapat penghasilan lebih jika berusaha keras dan baik. Karenanya dalam bekerja harus disertai etos kerja tinggi.¹⁷

H. Analisa

Isyarat QS Yusuf ayat 47 terutama pada redaksi *Fi Sumbulihitangkai*. Sebuah isi pohon yang dibiarkan pada tangkainya dan disimpan akan lebih terjamin keamanannya. Jika buah tersebut di putus dari tangkainya lalu disimpan, keamanannya tidak kuat. Pelajaran yang tersirat dari metode penyimpanan buah yang tidak dilepas dari tangkainya. Yakni manusia menyimpan uang, tempat penyimpanan pun bermacam-macam. Ada yang berupa *celengan* dari kaleng/tanah liat, dompet yang disimpan di lemari, tabungan arisan, tabungan di bank, dan lain-lain. Misal nabung di bank sebesar Rp 1.000.000,- dan di celengan kaleng juga Rp 1.000.000,-. Pemilik tabungan tersebut jika akan mengambil yang di bank cenderung berfikir berkali-kali, karena rumitnya peraturannya. Berbeda dengan pemilik yang punya celengan kaleng ketika akan mengambil uangnya cenderung langsung di buka, karena tidak ada aturan yang rumit.

Pengeluaran yang bersifat wajib / konsumtif sehemat mungkin untuk dianggarkan. Dengan kata lain penyimpanan lebih banyak di banding dengan pengeluarannya. Maka efeknya pada saat tidak ada sumber

¹⁷ Ilfi Nur Diana, *Hadis-Hadis Ekonomi*, 202

penghasilan, tabungan tersebut menjadi sumber penghasilannya. Digambarkan pada zaman Nabi Yusuf as. umatnya bekerja selama tujuh tahun dan penghasilannya untuk disimpan/ditabungkan lebih banyak daripada untuk kebutuhan pangan. Walhasil ketika paceklik selama tujuh tahun, masyarakat tidak mempunyai sumber penghasilan, kecuali peran/fungsi simpanan terdahulu bisa sebagai sumber penghasilan selama paceklik yaitu tujuh tahun.

Contoh gaji bulanan Rp 800.000,-. Separu darinya 400.000. yang disimpan minimal 450.000. anggaran buat nafkah 350.000 dalam satu bulan. Maka per hari $350.000 : 30 = 11,666$ dibulatkan 11.650. ketika bulan berikutnya nganggur tetap bisa menganggarkan 11.650 per harinya.

Cerita pada zaman nabi Yusuf as. adalah menyimpan hasil bumi bukan mata uang. Disisi lain ada larangan menimbun barang. Kedua hal tersebut prakteknya sama, tetapi tujuannya berbeda. Yang dilarang adalah ada niat dan sengaja menimbun untuk mempermainkan harga/ mencari keuntungan yang sebesar-besarnya.

Islam melarang penimbunan atau hal-hal yang menghambat pendistribusian barang sampai ke konsumen. Menimbun adalah membeli barang dalam jumlah yang banyak kemudian menyimpannya dengan maksud untuk menjualnya dengan harga tinggi. Penimbunan dilarang agar harta tidak beredar hanya dikalangan orang-orang tertentu sebagaimana misi Islam. Sebuah hadis yakni:

حَدَّثَنَا سُرَيْجٌ حَدَّثَنَا أَبُو مَعْشَرَ عَنْ مُحَمَّدِ بْنِ عَمْرٍو بْنِ عَلْقَمَةَ عَنْ أَبِي سَلَمَةَ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مَنْ احْتَكَرَ حُكْرَةً يُرِيدُ أَنْ يُغْلِي بِهَا عَلَى الْمُسْلِمِينَ فَهُوَ خَاطِئٌ

“Telah menceritakan Suraij telah menceritakan Abu Ma’syarin dari Muhammad Ibn Umar Ibn ‘Alqamata dari Abi Salamah dari Abi Hurairah berkata, “Rasulullah telah bersabda: Siapa saja yang melakukan penimbunan untuk mendapatkan harga yang paling tinggi, dengan tujuan mengecoh orang Islam maka ternasuk perbuatan yang salah.”

Hadis tersebut mengisyaratkan bahwa perbuatan yang salah, yaitu menyimpang dari peraturan jual beli atau perdagangan dalam sistem ekonomi Islam yang berdasarkan al-Qur'an dan Hadis.¹⁸

Pada zaman kita (umat nabi Muhammad saw) berbeda dengan zaman nabi Yusuf as. umat nabi Muhammad saw selain pengeluaran biaya untuk kebutuhan konsumtif juga pengeluaran harta yang bersifat wajib, seperti zakat mal dan fitrah, dan pergi Haji yang merupakan rukun Islam ke 5. Zaman nabi Yusuf as terlihat pada QS Yusuf ayat 47-48 pengeluaran biaya untuk pangan saja. Untuk penerapan metode tabungan zaman nabi Yusuf as diduga keras akan sulit. Titik tekan pada isyarat ayat di atas adalah menghemat kebutuhan pangan / konsumtif lalu sisanya ditabungkan.

Analisa pada surah Yusuf ayat 58-61, bahwa fungsi penyimpanan hasil bumi selama 7 tahun di subsidi / dibagikan kepada rakyat yang membutuhkan ketika benar-benar terjadi paceklik. Perekonomian waktu itu sangat mensejahterakan rakyat. Hal tersebut tak lepas dari sang pengaturnya yaitu Nabi Yusuf as. yang sangat pandai mengatur, merencanakan, mengalokasikan hasil bumi. Zaman sekarang dengan adanya keberadaan Bank, fungsi dan peranannya juga sangat mensejahterakan rakyat.

Menurut Ayun Sekar Widowati dalam sekripsinya yakni, Bank merupakan badan usaha yang menghimpun / menyimpan / mengumpulkan dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, dan menyalurkan kepada masyarakat untuk meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Apabila dilihat dari sejarahnya, kegiatan perbankan pada awalnya dimulai dari jasa penukaran uang (Kasmir, 2013: 27). Kegiatan operasional perbankan kemudian berkembang lagi menjadi tempat penitipan uang yang sekarang disebut dengan kegiatan simpanan. Uang yang disimpan oleh masyarakat pada bank dipinjamkan kembali kepada masyarakat yang membutuhkannya. Jasa-jasa bank lainnya menyusul sesuai dengan perkembangan zaman dan kebutuhan masyarakat yang semakin beragam. Perkembangan dunia perbankan di Indonesia cukup signifikan dari waktu ke waktu. Berdasarkan

¹⁸ Ilfi Nur Diana, *Hadis-Hadis Ekonomi*, 64

data Statistik Perbankan per Desember 2017, jumlah bank umum di Indonesia tercatat sebanyak 115 bank dengan jumlah kantor bank umum yang meningkat sebanyak 2.340 dari tahun 2012.¹⁹

I. Kesimpulan

Menabung adalah suatu program terencana mempunyai visi dan misi. Prinsip hemat harus diterapkan agar program tabungan sukses. Jenis barang untuk disimpan pada kajian tafsir QS Yusuf ayat 47-48 adalah buah / hasil bumi. Guna simpanan / tabungan tersebut sebagai sumber penghasilan untuk memenuhi kebutuhan masa paceklik di zaman nabi Yusuf as. Isyarat tersebut dapat diterapkan untuk menyimpan uang. Karena uang adalah alat tukar-menukar. Guna simpanan / tabungan tidak hanya untuk masa paceklik tetapi untuk investasi, biaya pendidikan tinggi, biaya darurat yang tak terduga, dan lain-lain. Lembaga keuangan seperti bank fungsinya pun bermacam-macam, salah satunya adalah dana untuk pembangunan ekonomi, hal ini mirip fungsi tabungan pada zaman nabi Yusuf as.

Daftar Pustaka

- Muslim, *Shahih Muslim*, Takhrij Hadis Digital
Nur Diana, Ilfi, *Hadis-Hadis Ekonomi*, Malang: UIN Maliki Press, 2012
Shihab, M. Quraish, *Tafsir al-Mishbah*, Jakarta: Lentera Hati, 2009
-----, *Wawasan Al-Qur'an*, Bandung: Mizan, 1996
Sujarweni, V. Wiratna, *Manajemen Keuangan*, Yogyakarta: PT. Pustaka Baru, tt
Suwikyo, Dwi, *Ayat-Ayat Ekonomi*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010
Widowati, Ayun Sekar, *Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, dan Persepsi Nasabah mengenai suku bunga simpanan terhadap keputusan menabung nasabah*, Yogyakarta: Sekripsi, 2018
Zaky Al Kaaf, Abdullah, *Ekonomi Dalam Perspektif Islam*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2002

¹⁹ Ayun Sekar Widowati, *Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, dan Persepsi Nasabah mengenai suku bunga simpanan terhadap keputusan menabung nasabah*, (Yogyakarta: Sekripsi, 2018), 1

**PENERAPAN MODEL PEMBELAJARAN *QUIZ TEAM* UNTUK
MENINGKATKAN HASIL BELAJAR EKONOMI PESERTA DIDIK
KELAS XI IPS 2 SMAN 8 KEDIRI DI SEMESTER GANJIL TAHUN
PELAJARAN 2018/2019**

**Rochana Ulfiati Fadilah
SMAN 8 Kediri
Rocha.fadilah@yahoo.com**

Abstract

Economic Learning in SMAN 8 Kediri specifically in class XI IPS 2, so far it is still being agreed by the teacher. The student's questioning activity is still low. Mostly, students do not understand the concepts and the interrelationships between economic concepts. The researcher chose the Quiz Team learning method. Researchers chose the Quiz learning model because learning with the opinion of Silberman. The Quiz Team is a technique to increase participants' responsibility for what they do in a fun and non-scary way. This active learning type of Quiz Team is a technique to increase the responsibility of students towards what they improve through fun and non-frightening ways. In this study, researchers used the action research design model Kemmis and Mc. In the research design there are four stages of research namely planning (planning), action (implementation), observation (observing) and reflection (reflection). In cycle 1, researchers divided 3 large groups, A, B, and C, each group consisting of 11 students. The researcher chooses three topics which will be presented in three segments. The results of the study increased the number of students who achieved minimal completeness in each cycle. In cycle 2, researchers divided the group into smaller ones, in cycle II there were 6 groups, A, B, C, D, E and F. In cycle II, researchers divided into 6 national income calculation concepts namely the concept: Gross Domestic Product (GDP), Gross National Product (GNP), Net National Product (NNP), Net National Income (NNI), Personal Income (PI), Disposable Income (DI). Indicators Success in improving student learning outcomes in this study was seen from 80% of students completing KKM (with a value of 77). The results of the study increased the number of students who achieved minimal completeness in each cycle. At the 42% level (14) students complete KKM. In cycle 1 Approximately 61% (20) of students have completed KKM. In cycle 2, around 82% or 26 students completed KKM. The data has increased from pre-cycle to cycle 2.

Keywords: Learning Outcomes, Class XI IPS 2, National Revenue, Quiz Team.

A. Pendahuluan

Pendidikan dapat dimaknai sebagai proses mengubah tingkah laku anak didik, agar menjadi manusia dewasa yang mampu hidup mandiri dalam lingkungan alam sekitar dimana individu berada. Dengan demikian pendidikan merupakan sarana dalam membangun watak bangsa melalui proses mengubah tingkah laku anak didik agar menjadi manusia dewasa yang mampu hidup mandiri dan menyesuaikan diri terhadap lingkungan tempat tinggalnya. Mulyasa mengungkapkan bahwa pendidikan memberikan kontribusi yang sangat besar terhadap kemajuan suatu bangsa dan merupakan wahana dalam menerjemahkan pesan-pesan konstitusi serta sarana dalam membangun watak bangsa. Untuk itu, pembangunan pendidikan nasional merupakan upaya bersama seluruh komponen pemerintah dan masyarakat yang dilakukan secara terencana dan sistematis untuk mewujudkan peserta didik secara aktif mengembangkan potensinya¹.

Perubahan kurikulum dari tahun ke tahun merupakan kebijakan yang diambil pemerintah. Alasan pemerintah melakukan perubahan kurikulum pendidikan yang baru adalah untuk meningkatkan mutu pendidikan di Indonesia. Kurikulum yang berlaku di SMAN 8 Kediri adalah kurikulum 2013. Salah satu prinsip pelaksanaan kurikulum 2013 menurut Permendikbud No 81A tahun 2013 adalah pelaksanaan kurikulum didasarkan pada pandangan bahwa pengetahuan tidak dapat dipindahkan begitu saja dari guru ke peserta didik. Peserta didik adalah subjek yang memiliki kemampuan untuk secara aktif mencari, mengolah, mengkonstruksi, dan menggunakan pengetahuan. Untuk itu pembelajaran harus berkenaan dengan kesempatan yang diberikan kepada peserta didik untuk mengkonstruksi pengetahuan dalam proses kognitifnya. Agar benar-benar memahami dan dapat menerapkan pengetahuan, peserta didik perlu didorong untuk bekerja memecahkan masalah, menemukan segala sesuatu untuk dirinya, dan berupaya keras mewujudkan ide-idenya.

¹ E. Mulyasa. *Manajemen Berbasis Sekolah*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012), 4

Belajar merupakan kegiatan Utama dari keseluruhan proses pendidikan di sekolah .Belajar bertujuan untuk menghasilkan perubahan tingkah laku meliputi aspek kognitif , afektif , dan psikomotorik,Kegiatan pembelajaran di kelas memerlukan adanya kreatifitas belajar siswa,partisipasi siswa dalam pembelajaran dan komunikasi interaktif siswa dengan guru. Aktivitas belajar perlu dirancang sedemikian rupa sehingga dapat mencapai tujuan pembelajaran yang telah ditentukan.Peneliti sejalan dengan pendapat,

Belajar ialah proses usaha yang dilakukan seseorang untuk memperoleh suatu perubahan tingkah laku yang baru secara keseluruhan sebagai hasil pengalamannya sendiri dalam interaksi dengan lingkungannya.Perubahan yang dimaksud adalah perubahan yang terjadi secara sadar,bersifat kontinu,positif dan aktif,permanen, bertujuan dan terarah, serta mencakup seluruh aspek tingkah laku² .

Guru dalam menyampaikan materi dikelas dapat dibantu dengan menggunakan metode pembelajaran yang tepat sesuai dengan karakter mata pelajaran yang diajarkan . Metode pembelajaran yang tepat akan menarik perhatian siswa dan mendorong munculnya partisipasi ,keaktifan serta interaksi siswa. Peniliti juga sejalan dengan pendapat Uno Hamzah, metode pembelajaran didefinisikan sebagai cara yang digunakan guru yang dalam menjalankan fungsinya merupakan alat untuk mencapai tujuan pembelajaran³.

Pembelajaran Ekonomi di SMAN 8 Kediri khususnya kelas XI IPS 2, selama ini masih didominasi oleh guru. Sementara itu peserta didik diposisikan sebagai objek. Keadaan ini tentunya menciptakan kurangnya interaksi di antara peserta didik sehingga kelas tampak pasif serta suasana belajar terkesan kaku dan membosankan. Aktivitas bertanya peserta didik masih sangat rendah, dilihat dari pertanyaan yang diajukan oleh peserta didik dan aktivitas bertanya peserta didik masih jarang bahkan peserta didik tidak mengajukan pertanyaan sama sekali. Kemampuan peserta didik dalam menanggapi atau menjawab pertanyaan dari guru pun masih sangat rendah.

² Slameto. *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2013), 5

³ Hamzah Uno. *Assesment Pembelajaran*. (Jakarta Bumi Aksara, 2009), 2

Peserta didik kurang aktif dan cenderung bermalas-malasan seperti tidur-tiduran dalam kelas, tidak mendengarkan penjelasan guru, tidak mengajukan pertanyaan ketika diberi kesempatan bertanya bahkan ada juga yang berbicara sendiri dengan teman sebangkunya.

Selain masalah di atas, masalah lain yang dapat dilihat adalah pembelajaran masih kurang efektif. Sebagian besar materi pelajaran masih dihapal peserta didik, sehingga peserta didik kurang memahami konsep dan keterkaitan antar konsep ekonomi. Pada saat peserta didik diberikan soal latihan atau pekerjaan rumah, peserta didik malas mengerjakannya, karena kurang menyenangkan mata pelajaran Ekonomi. Peserta didik terlihat resah dan kurang bersemangat mengikuti pelajaran serta ingin cepat selesai ketika proses pembelajaran. Akibatnya, mempengaruhi hasil belajar yang dicapai peserta didik. Terlihat dari nilai mata pelajaran Ekonomi yang belum memenuhi Kriteria Ketuntasan Minimal (KKM) yaitu 77. Dari 33 peserta didik kelas XI IPS 2 hanya 14 (42%) peserta didik yang nilainya memenuhi syarat KKM.

Jika dibiarkan terus berlangsung maka hasil belajar peserta didik semakin rendah. Peserta didik tidak akan mampu memenuhi KKM yang telah ditetapkan sekolah. Guru sebagai salah satu komponen utama dalam pembelajaran diharapkan mampu memiih dan menciptakan pembelajaran yang menyenangkan serta mengaktifkan peserta didik untuk berpartisipasi dalam mengikuti proses pembelajaran untuk meningkatkan pemahaman konsep peserta didik. Salah satu dapat diterapkan adalah model pembelajaran *Quiz Team*. Menurut Silberman bahwa pembelajaran aktif tipe *Quiz Team* ini merupakan teknik meningkatkan tanggung jawab peserta didik terhadap apa yang mereka pelajari melalui cara yang menyenangkan dan tidak menakutkan. Peneliti memilih sebuah metode pembelajaran *Quiz Team*⁴. Karena peneliti sejalan dengan menakutkan. Peneliti sejalan dengan pendapat Suprijono menjelaskan bahwa model pembelajaran *Quiz Team* mampu meningkatkan kemampuan siswa bertanggung jawab terhadap apa

⁴ Melvin L. Silberman. *Active Learning: 101 Strategi Belajar Mengajar*. (Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2013), 163

yang mereka pelajari melalui cara yang menyenangkan dan tidak menakutkan. Model pembelajaran *Quiz Team* ini digunakan untuk menggerakkan diskusi, dan untuk meningkatkan kemampuan siswa dalam menentukan, menilai, dan memecahkan masalah yang dihadapi dalam kehidupannya dengan cara yang bersahabat dan menarik⁵.

Dalam desain penelitian tindakan model Kemmis dan Mc. Taggart terdapat empat tahapan penelitian tindakan yaitu perencanaan (planning), tindakan (implementing), pengamatan (observing) dan refleksi (reflecting). Peneliti melakukan penelitian Tindakan Class (Classroom Action Research) mengacu pada model spiral Kemmis dan Mc. Taggart⁶.

B. Model Pembelajaran *Quiz Team*

Quiz Team adalah salah satu tipe dari *Active learning*. *Active learning* adalah proses pembelajaran dimana peserta didik dituntut untuk selalu aktif. Peserta didik harus aktif baik dalam hal menyampaikan pendapat ataupun memecahkan masalah yang berkaitan dengan materi yang sedang diajarkan. Peserta didik dilibatkan pada aktivitas berpikir yang lebih kompleks dimana peserta didik terlibat dan memahami apa yang mereka kerjakan. Materi yang ada dapat pula dikaitkan dengan persoalan nyata yang benar-benar terjadi dalam kehidupan sehari-hari sehingga seolah-olah mereka menjadi bagian dari hal tersebut.

Suprijono menjelaskan bahwa model ini mampu meningkatkan *kemampuan* siswa bertanggung jawab terhadap apa yang mereka pelajari melalui cara yang menyenangkan dan tidak menakutkan. Model pembelajaran *Quiz Team* ini digunakan untuk menggerakkan diskusi, dan untuk meningkatkan kemampuan siswa dalam menentukan, menilai, dan memecahkan masalah yang dihadapi dalam kehidupannya dengan cara yang bersahabat dan menarik⁷.

⁵ Suprijono. *Cooperative Learning*. (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2015), 114

⁶ Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), 3

⁷ Suprijono. *Cooperative Learning*. (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2015), 114

Silberman (2013) menjelaskan bahwa prosedur model *Quiz Team* sebagai berikut: a) guru memilih topik yang dapat dipresentasikan dalam beberapa bagian; b) peserta didik membentuk tim belajar dan masing-masing tim akan mendapatkan tugas untuk membahas satu bagian dari topik yang telah ditentukan; c) guru menjelaskan aturan main dan prosedur *Quiz Team*; d) guru menyajikan topik bahasan secara sekilas; e) diskusi dimulai dan tim pertama akan menyiapkan kuis jawaban singkat tentang topik yang dibahas, sementara tim lain akan menyiapkan diri dan memeriksa catatan mereka; f) kuis dimulai dengan tim pertama sebagai pemimpin kuis, tim pertama memberikan pertanyaan kepada tim kedua. Jika tim tersebut tidak dapat menjawab, tim ketiga dan seterusnya diberi kesempatan untuk segera menjawab; g) tim pertama melanjutkan kuis dengan memberikan pertanyaan selanjutnya kepada tim kedua lalu ulangi prosesnya secara bergantian; h) ketika kuis selesai, lanjutkan ke bagian kedua kuis dan tunjukkan tim kedua sebagai pemimpin kuis, ulangi proses kuis seperti pada kuis bagian pertama; i) begitu seterusnya hingga semua tim mendapat giliran.

C. Metode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di SMAN 8 Kediri. Penelitian tindakan kelas ini dilaksanakan di kelas XI IPS 2 SMAN 8 Kediri. Peserta didik kelas XI IPS 2 berjumlah 33 peserta didik. Penelitian ini dilaksanakan pada semester ganjil tahun pelajaran 2018/2019. Penelitian ini merupakan penelitian tindakan kelas. Penelitian Tindakan Kelas merupakan suatu bentuk penelitian yang berbentuk reflektif dengan melakukan tindakan tertentu untuk memperbaiki dan meningkatkan praktik pembelajaran di kelas secara lebih berkualitas sehingga peserta didik dapat memperoleh hasil belajar yang lebih baik⁸.

Penelitian ini menggunakan metode spiral dari Kemmis dan Taggart. Dalam desain penelitian tindakan model Kemmis dan Mc. Taggart terdapat empat tahapan penelitian tindakan yaitu perencanaan, tindakan, pengamatan dan refleksi. Perencanaan dalam penelitian ini yaitu peneliti menyusun

⁸ Wina Sanjaya. *Penelitian Tindakan Kelas*. (Jakarta: Prenada Media, 2016), 16

Rencana Pelaksanaan Pembelajaran (RPP) dengan materi pendapatan nasional. Materi ini terdapat dalam Kompetensi Dasar (KD 3.1 Memahami konsep, metode, dan manfaat perhitungan pendapatan nasional; dan 4.1 Menyajikan hasil penghitungan pendapatan nasional). RPP yang disusun menggunakan metode pembelajaran *Quiz Team*. Pelaksanaan pembelajaran sesuai dengan RPP yang telah disusun menggunakan metode pembelajaran *Quiz Team*. Proses pembelajaran dimulai dari kegiatan awal, seperti guru memberi salam dan mengajak peserta didik berdoa. Kemudian mengabsen kehadiran peserta didik, memotivasi dengan pertanyaan singkat, serta menyampaikan tujuan pembelajaran.

Kegiatan inti dimulai dari guru menjelaskan bahwa metode pembelajaran menggunakan *Quiz Team*. Peserta didik memilih topik yang akan disajikan dalam tiga segmen. Peserta didik dibagi ke dalam tiga kelompok besar A, B, dan C. Masing-masing kelompok berisi 11 peserta didik. Guru menyajikan materi pelajaran sekaligus menyiapkan kuis, sementara tim A, B dan tim C menggunakan waktu untuk memeriksa catatan mereka. Tim A memberikan kuis kepada tim B, jika tim B tidak dapat menjawab pertanyaan, maka soal akan di lemparkan kepada tim C. Tim A mengarahkan pertanyaan berikutnya kepada anggota tim C, dan mengulang proses tersebut. Ketika kuisnya selesai, lanjutkan segmen kedua dari pelajaran dan mintalah tim B sebagai pemandu kuis. Setelah tim B menyelesaikan kuisnya, lanjutkan dengan segmen ketiga dari pelajaran dan tunjukkan tim C sebagai pemandu kuis. Kegiatan akhir dimulai dari guru dan peserta didik menyimpulkan hasil pembelajaran. Kemudian peserta didik mengisi lembar posttest dan guru menutup kegiatan pembelajaran.

Penelitian tindakan kelas ini bertujuan untuk melakukan peningkatan hasil belajar Ekonomi peserta didik kelas XI IPS 2 SMAN 8 Kediri. Kriteria pada penelitian ini dinyatakan berhasil apabila lebih dari 80% peserta didik kelas XI IPS 2 SMAN 8 Kediri memiliki nilai tuntas KKM (KKM 77).

D. Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Nilai hasil belajar awal peserta didik sebelum tindakan masih rendah. Hal ini diketahui setelah diadakan tes prasiklus, didapat hanya sebesar 42% peserta didik saja yang memiliki nilai tuntas KKM. Perolehan data hasil belajar tahap prasiklus dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1. Data hasil belajar prasiklus

No	Keterangan	Prasiklus
1	Jumlah peserta didik tuntas KKM	14
2	Jumlah peserta didik tidak tuntas KKM	19
3	Pesentase peserta didik tuntas KKM	42%
4	Rata-rata nilai peserta didik	70,3

Berdasarkan tabel 1 diketahui hanya 42% peserta didik yang tuntas KKM atau berjumlah 14 peserta didik dari total 33 peserta didik. Data tersebut menunjukkan bahwa nilai hasil belajar peserta didik masih cukup rendah. Nilai rata-rata yang didapat dalam tes prasiklus adalah sebesar 70,3 atau masih di bawah nilai KKM. Nilai KKM yang ditetapkan dalam pelajaran Ekonomi kelas XI IPS 2 SMAN 8 Kediri adalah 77.

Siklus 1

Kegiatan pembelajaran dimulai dari membuka kegiatan pembelajaran. Guru memberi salam kepada peserta didik. Dilanjutkan dengan berdoa sebelum dimulai pelajaran. Guru mengabsen kehadiran peserta didik serta mengamati kesiapan peserta didik dalam proses pembelajaran. Guru memberikan pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan materi yang disampaikan pada hari ini untuk memotivasi peserta didik. Guru menyampaikan tujuan pembelajaran. Sebelum memulai pelajaran, guru memberitahu nilai peserta didik yang didapat dari tes prasiklus yang dilakukan pada pertemuan sebelumnya. Hanya ada 42% atau 14 peserta didik yang tuntas KKM. Guru menyarankan agar peserta didik belajar lebih baik lagi.

Kegiatan inti dimulai dari guru memberitahukan bahwa proses pembelajaran akan menerapkan metode pembelajaran *Quiz Team*. Guru

menjelaskan singkat pengertian dan langkah-langkah pembelajaran metode pembelajaran *Quiz Team* ini. Peserta didik terlihat masih kebingungan dengan langkah-langkah metode yang dijelaskan guru. Peserta didik masih malu dan kurang percaya diri ingin bertanya kepada guru. Guru meminta peserta didik memilih topik yang akan disajikan dalam tiga segmen. Kemudian peserta didik dibagi ke dalam tiga kelompok besar A, B, dan C. Setiap kelompok berisi 11 peserta didik. Guru menyajikan materi pelajaran sekaligus menyiapkan kuis. Terlihat ada beberapa peserta didik yang tidak memperhatikan penjelasan guru. Sementara tim A, B dan tim C menggunakan waktu untuk memeriksa catatan mereka. Diskusi dimulai dan setiap tim menyiapkan pertanyaan dan jawaban singkat mengenai materi yang dibahas yang akan digunakan sebagai kuis. Guru berkeliling untuk membimbing jalannya diskusi.

Setelah selesai, tim A memberikan kuis kepada tim B, jika tim B tidak dapat menjawab pertanyaan, maka soal akan di lemparkan kepada tim C. Tim A mengarahkan pertanyaan berikutnya kepada anggota tim C, dan mengulang proses tersebut. Ketika kuisnya selesai, lanjutkan segmen kedua dari pelajaran dan mintalah tim B sebagai pemandu kuis. Setelah tim B menyelesaikan kuisnya, lanjutkan dengan segmen ketiga dari pelajaran dan tunjukkan tim C sebagai pemandu kuis. Terlihat peserta didik masih belum mempersiapkan diri dengan baik ketika guru akan memulai kuis antar tim. Peserta didik tampak kurang percaya diri dan takut jika kelompoknya tidak bisa menjawab pertanyaan dari kelompok lain. Ketika kuis mulai berjalan, peserta didik terlihat mulai bersemangat dalam pembelajaran tetapi masih ada yang ramai. Ketika kuis berlangsung, guru berkeliling mengawasi dan memberikan arahan ketika ada kendala. Di akhir kuis, guru mulai membahas satu persatu pertanyaan kuis yang jawabannya masih salah dan kurang tepat.

Kegiatan pembelajaran ditutup dengan guru dan peserta didik menyimpulkan hasil pembelajaran. Setelah itu guru memberikan soal posttest kepada setiap peserta didik untuk dikerjakan secara individu. Guru menutup kegiatan pembelajaran dengan salam.

Pada siklus 1 ini jumlah peserta didik yang berani bertanya dan menjawab pertanyaan dari guru masih rendah. Sebagian dari jumlah keseluruhan peserta didik tampak antusias belajar tetapi juga beberapa peserta didik masih berbicara dengan temannya, bercanda, menyahut asal – asalan, dan bermain-main sendiri. Peserta didik belum percaya diri seperti ketika saat guru meminta untuk membacakan pertanyaan kuisnya dan menjawab pertanyaan. Belum banyak peserta didik yang aktif dalam pembelajaran. Ketika diskusi berlangsung, peserta didik tampak menghargai hasil diskusi temannya. Dalam pembelajaran tidak ditemukan peserta didik yang tidur – tiduran dan terlambat masuk kelas.

Tabel 2. Data hasil belajar siklus 1

No	Keterangan	Prasiklus
1	Jumlah peserta didik tuntas KKM	20
2	Jumlah peserta didik tidak tuntas KKM	13
3	Pesentase peserta didik tuntas KKM	61%
4	Rata-rata nilai peserta didik	77,58

Berdasarkan data pada tabel 2, maka terdapat 61% (20) peserta didik yang memiliki nilai tuntas KKM di tahap siklus 1. Rata-rata nilai peserta didik di siklus 1 adalah 77,58. Berdasarkan data di atas maka hasil tes belum memenuhi indikator keberhasilan, maka penelitian dilanjutkan pada siklus selanjutnya.

Pelaksanaan pembelajaran Ekonomi sudah sesuai dengan RPP yang menerapkan metode pembelajaran *Quiz Team* telah selesai. Setelah dilakukan analisis terhadap nilai posttest maka didapat peningkatan nilai hasil belajar peserta didik. Pada siklus 1 peserta didik yang tuntas KKM ada 61% atau 22 peserta didik. Hal ini sudah menunjukkan perbaikan dari tahap sebelumnya. Selain itu nilai rata-rata juga meningkat menjadi 76,1 atau sudah melampaui batas KKM. Akan tetapi berdasarkan data di atas belum mencapai indikator keberhasilan, yaitu 80% peserta didik memiliki nilai di atas KKM. Oleh karena itu guru harus melakukan perbaikan pada siklus 2 supaya mencapai hasil yang lebih optimal. Refleksi hasil

observasi pada siklus 1 dilakukan perbaikan terhadap strategi pembelajaran, RPP, dan sikap guru dan peserta didik.

Perbaikan yang perlu dilakukan pada siklus selanjutnya adalah sebagai berikut: a) guru yang menentukan materi. Hal ini dilakukan agar suasana kelas dapat kondusif daripada peserta didik yang memilih materi; b) biarkan peserta didik yang membuat pertanyaan untuk kelompok lain. Kegiatan ini dilakukan untuk melatih kemandirian peserta didik dan agar giat mempelajari materi; c) guru harus mampu mengkondisikan kelas yang ramai; d) guru berkeliling mengamati aktivitas semua peserta didik; e) guru memotivasi peserta didik untuk meningkatkan keaktifan f) peserta didik tidak boleh mengganggu kelompok lain; g) semua anggota dalam kelompok harus terlibat.

Siklus 2

Kegiatan pembelajaran dimulai dari membuka kegiatan pembelajaran. Guru memberi salam kepada peserta didik. Dilanjutkan dengan berdoa sebelum dimulai pelajaran. Guru mengabsen kehadiran peserta didik, memberikan pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan materi yang disampaikan pada hari ini untuk memotivasi peserta didik serta mengamati kesiapan peserta didik dalam proses pembelajaran. Guru menyampaikan tujuan pembelajaran. Sebelum memulai pelajaran, guru memberitahu nilai peserta didik yang didapat dari tes siklus 1 yang dilakukan pada pertemuan sebelumnya. Sudah ada 61% atau 20 peserta didik yang tuntas KKM. Guru menyarankan agar peserta didik belajar lebih baik lagi.

Kegiatan inti dimulai dari guru memberitahukan bahwa proses pembelajaran akan masih menerapkan metode pembelajaran *Quiz Team*. Pada siklus 2 ini guru kembali menjelaskan langkah-langkah metode pembelajaran yang diterapkan. Peserta didik terlihat memahami semua penjelasan guru. Pada siklus 2 peneliti membagi kelompok menjadi lebih kecil, pada siklus II peneliti membagi kelompok menjadi 6 kelompok, A, B, C, D, E dan F. Kelompok A, B dan C terdiri 5 siswa, sedang

kelompok D, E, dan F terdiri 6 siswa. Pada siklus II peneliti membagi menjadi 6 konsep perhitungan pendapatan nasional : Gross Domestic Product (GDP), Gross National Prroduct (GNP),Net National Product (NNP), Net National Income (NNI), Personal Income (PI),Disposable Income (DI),terdapat 82% ,26 peserta didik tuntas KKM. Data tersebut memperlihatkan terjadi peningkatan dari prasiklus sampai siklus 2 . Guru telah menyiapkan daftar nama peserta didik dalam satu tim. Penentuan peserta didik dalam tim ini didasarkan pada kemampuan kognitif peserta didik (tinggi sedang, rendah). Peserta didik membentuk tim sesuai arahan dari guru. Tampak suasana kelas tenang dan peserta didik terlihat senang. Setiap tim mulai menyiapkan pertanyaan dan jawaban untuk kuis. Guru berkeliling membimbing jalannya diskusi. Peserta didik terlihat lebih siap dan tenang dalam menyusun pertanyaan kuisnya.

Setelah selesai, kuis antar tim dimulai. Kuis dimulai dengan tim A memberikan kuis kepada tim B, jika tim B tidak dapat menjawab pertanyaan, maka soal akan dilemparkan kepada tim C. Jika tim C tidak dapat menjawab tim A mengarahkan pertanyaan berikutnya kepada anggota tim D, bila tim D tidak dapat menjawab tim A akan mengarahkan pertanyaan kepada tim E ,bila tim E jugat tidak dapat menjawab maka tim A mengarahkan pertanyaan kepada tim F. Ketika kuisnya selesai, lanjutkan konsep kedua dari pelajaran dan mintalah tim B sebagai pemandu kuis. Setelah tim B menyelesaikan kuisnya, dilanjutkan dengan konsep ketiga dari pelajaran dan ditunjuklah tim C sebagai pemandu kuis.Pada konsep keempat tim D sebagai pemandu Quis. Pada konsep kelima tim E sebagai pemandu Quiz untuk konsep yang keenam tim F sebagai pemandu kuis. Jalannya kuis tampak lancar dan semua peserta didik terlihat aktif dan bersemangat menjawab kuis dari tim lain. Ketika kuis berlangsung, guru berkeliling mengawasi dan memberikan arahan ketika ada kendala. Di akhir kuis, guru membahas satu persatu pertanyaan kuis yang jawabannya masih salah dan kurang tepat. Guru juga memberikan pertanyaan-pertanyaan lain kepada peserta didik untuk menguatkan dan memperluas pemahaman materi.

Kegiatan pembelajaran ditutup dengan guru menyampaikan rencana pembelajaran pada pertemuan berikutnya. Setelah itu, guru memberikan soal posttest kepada setiap peserta didik untuk dikerjakan secara individu. Sebelum menutup kegiatan pembelajaran, guru dan peserta didik bertanya jawab singkat dengan peserta didik terkait materi yang telah dipelajari. Guru menutup kegiatan pembelajaran dengan salam.

Pada siklus 2 ini jumlah peserta didik yang berani bertanya dan menjawab pertanyaan dari guru sudah tinggi. Sebagian dari jumlah keseluruhan peserta didik tampak antusias belajar, hanya sedikit peserta didik yang berbicara dengan temannya, bercanda, menyahut asal – asalan, serta bermain – main sendiri. Peserta didik sudah percaya diri ketika guru meminta membacakan jawabannya. Peserta didik juga sudah aktif saat diskusi dan mau menanggapi teman yang lain saat presentasi. Tidak ditemukan peserta didik yang tidur-tiduran dan terlambat masuk kelas dalam siklus 2 ini.

Tabel 3. Data hasil belajar siklus 2

No	Keterangan	Prasiklus
1	Jumlah peserta didik tuntas KKM	27
2	Jumlah peserta didik tidak tuntas KKM	6
3	Pesentase peserta didik tuntas KKM	82%
4	Rata-rata nilai peserta didik	85,45

Berdasarkan data pada tabel 3, maka terdapat 82% (27) peserta didik yang memiliki nilai tuntas KKM di tahap siklus 2. Rata-rata nilai peserta didik di siklus 1 adalah 85,45 atau sudah di atas nilai KKM. Berdasarkan data di atas maka hasil tes telah memenuhi indikator keberhasilan, maka penelitian dihentikan pada siklus 2 ini.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan pada siklus 2, pelaksanaan pembelajaran Ekonomi sudah sesuai dengan RPP yang menerapkan metode pembelajaran *Quiz Team* telah selesai. Setelah dilakukan analisis terhadap nilai posttest maka didapat peningkatan nilai hasil belajar peserta didik. Pada siklus 2 peserta didik yang tuntas KKM ada 82% atau 27 peserta didik. Hal ini sudah menunjukkan perbaikan dari

tahap sebelumnya. Selain itu nilai rata-rata juga meningkat menjadi 85,45 atau sudah melampaui batas KKM. Berdasarkan data observasi terhadap kegiatan pembelajaran, observer masih memberikan beberapa masukan yang dapat dijadikan acuan untuk meningkatkan kualitas pembelajaran.

Pelaksanaan pembelajaran pada siklus 2 sudah sesuai dengan RPP, juga termasuk alokasi waktu sudah baik. Metode pembelajaran yang digunakan efektif. Guru sudah membimbing dengan baik. Guru telah berhasil memotivasi peserta didik untuk berani bertanya. Peserta didik nampak senang dan antusias belajar dengan diterapkan metode pembelajaran ini.

Pembahasan

Penelitian tindakan kelas ini difokuskan untuk membuktikan apakah ada peningkatan pada hasil belajar Ekonomi melalui penerapan metode pembelajaran *Quiz Team* bagi peserta didik kelas XI IPS 2 SMAN 8 Kediri. Dengan analisis ini akan diketahui apakah terjadi peningkatan hasil belajar peserta didik dalam setiap siklus PTK atau tidak, dengan cara melihat ketercapaian peserta didik dalam KKM yaitu 77. Untuk mengetahui persentase ketercapaian KKM peserta didik di setiap siklus, rumus yang digunakan adalah:

$$\frac{\text{jumlah peserta didik tuntas KKM}}{\text{jumlah peserta didik keseluruhan}} \times 100\%$$

Tabel. 4. Rekapitulasi nilai hasil belajar peserta didik

No	Keterangan	Prasiklus	Siklus 1	Siklus 2
1	Jumlah peserta didik tuntas	14	20	27
2	Jumlah peserta didik tidak tuntas	19	13	6
3	Persentase peserta didik tuntas	42%	61%	82%
4	Rata-rata nilai peserta didik	70,3	77,58	85,45

Tabel 4 memperlihatkan kenaikan jumlah peserta didik yang mencapai ketuntasan minimal di setiap siklus. Pada tahap prasiklus terdapat 42% peserta didik yang memiliki nilai tuntas KKM. Jumlah peserta didik yang tuntas pada tahap prasiklus adalah 14 peserta didik dan 19 peserta didik tidak tuntas

KKM. Nilai rata-rata pada prasiklus adalah 70,3 atau masih di bawah nilai KKM, yaitu 77.

Tahap prasiklus hanya 14 dari 33 peserta didik yang tuntas. Kemudian pada siklus 1 meningkat menjadi 20 dari 33 peserta didik yang tuntas. Lalu pada siklus 2 kembali meningkat menjadi 27 dari 33 peserta didik yang tuntas. Persentase pada tahap prasiklus hanya 42% peserta didik yang tuntas. Pada siklus 1 ketuntasan meningkat menjadi 61%, dan pada siklus 2 kembali meningkat menjadi 82% peserta didik yang tuntas.

Nilai rata-rata yang didapat peserta didik dalam setiap siklus. Pada prasiklus nilai rata-rata peserta didik adalah 70,3 atau di bawah KKM. Pada siklus 1 nilai rata-rata peserta didik adalah 77,58 atau di atas KKM. Pada siklus 2 nilai rata-rata peserta didik meningkat menjadi 85,45 atau di atas KKM.

Pada proses penelitian siklus 1, guru menerapkan model *Quiz Team* dalam proses pembelajaran Ekonomi. Proses pembelajaran dimulai dari guru menjelaskan bahwa model pembelajaran menggunakan *Quiz Team*. Peserta didik memilih topik yang akan disajikan dalam tiga segmen. Peserta didik dibagi ke dalam tiga kelompok besar A, B, dan C. Masing-masing kelompok berisi 11 peserta didik. Guru menyajikan materi pelajaran sekaligus menyiapkan kuis, sementara tim A, B dan tim C menggunakan waktu untuk memeriksa catatan mereka. Tim A memberikan kuis kepada tim B, jika tim B tidak dapat menjawab pertanyaan, maka soal akan di lemparkan kepada tim C. Tim A mengarahkan pertanyaan berikutnya kepada anggota tim C, dan mengulang proses tersebut. Ketika kuisnya selesai, lanjutkan segmen kedua dari pelajaran dan mintalah tim B sebagai pemandu kuis. Setelah tim B menyelesaikan kuisnya, lanjutkan dengan segmen ketiga dari pelajaran dan tunjukkan tim C sebagai pemandu kuis. Guru mengevaluasi pembelajaran. Kemudian diakhiri dengan peserta didik mengerjakan soal posttest.

Setelah dilakukan pembelajaran selama 3 kali pertemuan di tahap siklus 1 dengan menerapkan metode pembelajaran *Quiz Team* nilai hasil belajar menunjukkan peningkatan. Hal ini terlihat dari persentase peserta didik yang tuntas KKM adalah 61% peserta didik tuntas KKM. Pada siklus 1

terdapat 20 peserta didik tuntas KKM dan 13 peserta didik tidak tuntas KKM. Hal ini menunjukkan peningkatan, meskipun belum mencapai indikator keberhasilan, yaitu 80% peserta didik tuntas KKM.

Namun beberapa permasalahan di atas kemudian diperbaiki pada siklus 2. Kegiatan pembelajaran di siklus 2 dimulai dari guru menjelaskan bahwa metode pembelajaran menggunakan *Quiz Team* kemudian memilih topik yang akan disajikan dalam enam konsep. Peserta didik dibagi ke dalam 6 kelompok, kelompok A, B, dan C berisi 5 peserta didik, sedang kelompok D, E dan F terdiri 6 peserta didik. Guru menyajikan materi pelajaran. Guru meminta tim A untuk menyiapkan kuis jawaban singkat, sementara tim B, C, D, E dan tim F menggunakan waktu untuk memeriksa catatan mereka. Peserta didik diberikan kesempatan bertanya mengenai materi. Tim A memberikan kuis kepada tim B, jika tim B tidak dapat menjawab pertanyaan, maka soal akan di lemparkan kepada tim C. jika tim C tidak dapat menjawab pertanyaan, maka soal akan di lemparkan kepada tim D jika tim D tidak dapat menjawab pertanyaan, maka soal akan di lemparkan kepada tim E jika tim E tidak dapat menjawab pertanyaan, maka soal akan di lemparkan kepada tim F, dan mengulang proses tersebut. Ketika kuisnya selesai, melanjutkan konsep kedua dari pelajaran dan mintalah tim B sebagai pemandu kuis. Setelah tim B menyelesaikan kuisnya, melanjutkan dengan konsep ketiga dari pelajaran dan tunjuklah tim C sebagai pemandu kuis. Setelah tim C selesai memandu Quiz,

Dilanjutkan oleh tim D sebagai pemandu Quiz konsep yang keempat setelah menyelesaikan kuisnya, selanjutnya tim E sebagai pemandu Quiz konsep yang kelima dari pelajaran. Berikutnya ditunjuklah tim F sebagai pemandu Quiz konsep yang ke 6 dari pelajaran. Guru memberikan kesimpulan dan menjelaskan kembali materi apabila ada jawaban peserta didik yang kurang benar. Kegiatan pembelajaran diakhiri dengan peserta didik mengerjakan soal post test.

Setelah dilakukan pembelajaran selama 3 kali pertemuan di tahap siklus 2 dengan menerapkan metode pembelajaran *Quiz Team* nilai hasil belajar menunjukkan peningkatan. Hal ini terlihat dari persentase peserta didik yang tuntas KKM adalah 82% peserta didik tuntas KKM. Pada siklus 2

terdapat 27 peserta didik tuntas KKM dan 6 peserta didik tidak tuntas KKM. Hal ini menunjukkan peningkatan, dan telah mencapai indikator keberhasilan, yaitu lebih dari 80% peserta didik memiliki nilai tuntas KKM.

Pembelajaran dengan menggunakan model pembelajaran *Quiz Team* dapat dijadikan salah satu alternatif untuk meningkatkan hasil belajar peserta didik terhadap pelajaran sehingga pembelajaran berjalan dengan lebih baik dan optimal. Oleh karena itu, metode pembelajaran ini disarankan untuk diterapkan oleh guru dalam proses pembelajaran karena memberikan daya tarik peserta didik untuk belajar lebih sungguh-sungguh. Penggunaan model pembelajaran *Quiz Team* dapat meningkatkan nilai hasil belajar peserta didik kelas XI IPS 2 SMAN 8 Kediri dalam pelajaran Ekonomi materi pendapatan nasional di semester ganjil tahun pelajaran 2018/2019.

E. Kesimpulan

Pembelajaran Ekonomi di SMAN 8 Kediri khususnya kelas XI IPS 2, selama ini masih didominasi oleh guru. Keadaan ini tentunya menciptakan kurangnya interaksi di antara peserta didik sehingga kelas tampak pasif serta suasana belajar terkesan kaku dan membosankan. Aktivitas bertanya peserta didik masih sangat rendah, dilihat dari pertanyaan yang diajukan oleh peserta didik dan aktivitas bertanya peserta didik masih jarang bahkan peserta didik tidak mengajukan pertanyaan sama sekali. Peserta didik kurang aktif dan cenderung bermalas-malasan. Sebagian besar materi pelajaran masih dihapal peserta didik, sehingga peserta didik kurang memahami konsep dan keterkaitan antar konsep ekonomi. Pada saat peserta didik diberikan soal latihan atau pekerjaan rumah, peserta didik malas mengerjakannya, karena kurang menyenangkan mata pelajaran Ekonomi. Akibatnya, mempengaruhi hasil belajar yang dicapai peserta didik.

Perbaikan proses pembelajaran dapat dilakukan dengan menerapkan strategi pembelajaran yang sesuai. Salah satu strategi yang dapat mengatasi masalah tersebut adalah dengan menerapkan model pembelajaran aktif *Quiz Team*. Strategi pembelajaran ini bertujuan untuk memberikan dampak positif bagi peserta didik dalam menerima materi yang dibahas. Penggunaan model

pembelajaran aktif *Quiz Team* diharapkan dapat meningkatkan kemampuan menyelesaikan soal secara kritis dan membiasakan peserta didik untuk bersaing secara sehat. Dengan demikian peserta didik akan lebih menghargai dan menerima satu sama lain sehingga peserta didik akan lebih percaya diri. Peserta didik akan tertantang dan bersemangat untuk bekerjasama menjawab soal yang diberikan karena ingin menjadi tim yang terbaik.

Berdasarkan seluruh kegiatan penelitian tindakan kelas yang dilakukan di kelas XI IPS 2 SMAN 8 Kediri pada pelajaran Ekonomi materi pendapatan nasional di semester ganjil tahun pelajaran 2018/ 2019 dapat disimpulkan bahwa penelitian tindakan kelas dengan menerapkan model pembelajaran *Quiz Team* dapat meningkatkan hasil belajar peserta didik. Hal ini terbukti dari peningkatan nilai rata-rata hasil belajar peserta didik sebelum tindakan yang menunjukkan rata-rata sebesar 70,3. Kemudian pada siklus 1 meningkat menjadi 77,58. Kemudian meningkat kembali pada siklus 2 yaitu menjadi 85,45. Persentase ketuntasan belajar sebelum dilaksanakan tindakan adalah 14 dari 33 peserta didik yang nilainya tuntas KKM mencapai (42%). Setelah dilakukan tindakan, ketuntasan klasikal meningkat menjadi 20 dari 33 peserta didik yang nilainya tuntas KKM mencapai (61%) pada siklus 1. kemudian pada siklus 2 ketuntasan kembali meningkat menjadi 27 dari 33 peserta didik yang nilainya tuntas KKM mencapai (82%). Hal ini sudah memenuhi indikator keberhasilan yaitu lebih dari 80% nilai peserta didik tuntas KKM. Nilai KKM yang ditetapkan pada pelajaran Ekonomi kelas XI IPS 2 adalah 77.

Dapat disimpulkan bahwa model pembelajaran *Quiz Team* mampu meningkatkan hasil belajar peserta didik kelas XI IPS 2 SMAN 8 Kediri pada pelajaran Ekonomi materi pendapatan nasional di semester ganjil tahun pelajaran 2018/2019.

Daftar Pustaka

- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta, 2013.
- Mulyasa, E. *Manajemen Berbasis Sekolah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012.
- Sanjaya, Wina. *Penelitian Tindakan Kelas*. Jakarta: Prenada Media, 2016.
- Silberman, Melvin L. *Active Learning: 101 Strategi Belajar Mengajar*. Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2013.
- Suprijono. *Cooperative Learning*. Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2015.
- Slameto. 2013. *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Uno, Hamzah, *Assesment Pembelajaran*. Jakarta: Bumi Aksara, 2009.

LAJU PERCEPATAN PERKEMBANGAN PERBANKAN SYARIAH MELALUI PENERAPAN TATA KELOLA SYARIAH

Rachmad Nor Firman
STAI Shalahuddin Pasuruan
rachmadfirman2@gmail.com

Abstract

Indonesian sharia banking industry's growth chart shows a rising, albeit decelerating. Islamic banking accounted for 4.81% of market share to achieve the growth assets 11.97% as of June 2018. At the global level, the Islamic financial services sector including banking, control of 3% and together with Qatar, Saudi Arabia, Malaysia, United Arab Emirates and Turkey the driving force of Islamic finance in the future. One of the strategic issues that are a barrier is a public misperception of the Islamic banking, either on contract, products and services that are considered not compliant with Islamic principles. Implementation of governance is an effort to accelerate the growth of Islamic banking.

Keywords: Islamic Banking, Governance, Acceleration of Growth

Pendahuluan

Salah satu isu strategis perbankan syariah di Indonesia adalah pertumbuhannya yang berjalan lambat, apabila dibandingkan dengan potensi pangsa pasar yang sangat besar, mengingat Indonesia adalah negara dengan mayoritas penduduk muslim terbesar. Saat ini, pangsa pasar perbankan syariah baru mencapai 4,81 % atau kurang dari 5 % dengan total aset sebesar Rp. 306,23 Triliun per Juni 2018¹. Di sisi lain, peluang Indonesia untuk menjadi pendorong industri keuangan syariah global terbuka lebar, mengingat saat ini Indonesia secara internasional dipandang sebagai kekuatan dan memiliki potensi besar keuangan syariah global, yakni salah satu diantara 10 negara terbesar di bidang keuangan syariah, bersama Malaysia, Arab Saudi, Iran, UEA, Kuwait, Qatar, Bahrain, Turki dan Bangladesh. Menyadari potensi tersebut, pemerintah melalui BAPPENAS telah meluncurkan Master Plan Arsitektur Keuangan Syariah Indonesia dan telah memasukkan keuangan syariah dalam arus utama strategi nasional yang akan membantu pemerintah mencapai tujuan pembangunan. Master plan ini bertujuan untuk meningkatkan infrastruktur dan

¹ Nurhisam Luqman, *Kepatuhan Syariah (Sharia Compliance) Dalam Industri Keuangan Syariah*, (Jurnal Hukum IUS QUIA IUSTUM, 2016) Vol.23 No.1, 78.

kemampuan sistem keuangan syariah, mengatasi kesenjangan yang ada, memperbaiki kinerja kelembagaan, menciptakan peluang baru di pasar domestik dan internasional dan memposisikan Indonesia sebagai pemain utama dalam keuangan syariah di dunia.²

Salah satu hambatan utama dalam pertumbuhan industri keuangan syariah, khususnya perbankan adalah kurangnya transparansi dan tata kelola yang baik. Tidak optimalnya transparansi dan tatakelola ini terlihat dalam beberapa isu strategis antara lain : produk yang tidak variatif dan pelayanan yang belum sesuai dengan ekspektasi masyarakat; kuantitas dan kualitas sumber daya manusia yang belum memadai; pemahaman dan kesadaran masyarakat yang masih rendah sehingga menimbulkan mispersepsi masyarakat berkaitan dengan istilah, akad dan produk; pandangan bahwa perbankan syariah berbiaya mahal, serta pengaturan dan pengawasan yang belum optimal. Pandangan keliru tersebut dapat diatasi melalui implementasi tatakelola yang baik pada perbankan syariah.

Perbankan syariah merupakan bagian dari sektor jasa keuangan yang dalam aktivitasnya, khususnya produk, akad dan layanannya, selain bertumpu pada prinsip kehati-hatian (*prudential banking principles*) juga wajib mematuhi prinsip syariah³. Berdasarkan Pasal 1 Angka 7 UU No: 21 tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah (UU Perbankan Syariah) , yang dimaksud dengan Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Bank umum syariah adalah Bank syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran; sedangkan BPRS adalah Bank syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Selain itu, UU Perbankan mengenal Unit Usaha Syariah (UUS) yaitu unit kerja dari kantor pusat Bank Umum Konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor atau unit

² BAPPENAS, *Masterplan Arsitektur Keuangan Syariah Indonesia, Cetakan Kedua* (Jakarta: BAPPENAS, 2018), 3.

³ Berdasarkan Pasal 1 Angka 12 UU No : 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah , yang dimaksud dengan Prinsip Syariah adalah “prinsip hukum Islam dalam kegiatan Perbankan berdasarkan Fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syariah”.

yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, yaitu prinsip hukum Islam berdasarkan Fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan Fatwa di bidang syariah.⁴ Dengan demikian, berdasarkan sistem hukum Indonesia, Fatwa yang dikeluarkan oleh Dewan Syariah Nasional (DSN) merupakan sumber hukum dalam pembentukan regulasi perbankan syariah, khususnya bagi Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Bank Indonesia dalam menerbitkan peraturan. Implementasi prinsip syariah inilah yang menjadi pembeda antara perbankan konvensional dan perbankan syariah. Selain itu, Pasal 34 UU Perbankan Syariah mewajibkan penerapan tata kelola yang baik dalam menjalankan kegiatan usahanya. Dalam perspektif hukum keuangan Islam, tata kelola berbasis prinsip syariah ini wajib diimplementasikan untuk memastikan kepatuhan terhadap prinsip syariah. Hal ini dikemukakan dalam *working group* yang diselenggarakan oleh *Islamic Financial Services Board (IFSB)*⁵ bahwa konsep *governance* tidak hanya berkaitan dengan pertanggungjawaban terhadap sesama manusia, namun pada akhirnya pertanggungjawaban kepada Allah⁶.

Aktivitas perbankan syariah tidak hanya berlandaskan pada kontrak dan peraturan perundang-undangan, namun tunduk pada pedoman dan etika yang diturunkan dari Al Quran, antara lain kejujuran, dapat dipercaya (amanah), perolehan pendapatan yang tidak berasal dari penipuan atau kecurangan, dan tindakan-tindakan yang tidak patut. Dalam tataran perbankan global, prinsip dan etika yang bersumber pada prinsip syariah tersebut dielaborasi dalam pedoman tentang *good corporate governance* yang dikeluarkan oleh *Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD)* dan *Bank for International Settlement (BIS)* yang juga menjadi acuan bagi perbankan syariah. Setidaknya terdapat 5 elemen penting dalam tatakelola berdasarkan prinsip syariah, yaitu: *good board practices; control environment and*

⁴ Lembaga yang berwenang menetapkan Fatwa adalah Dewan Syariah Nasional (DSN)-Majelis Ulama Indonesia (MUI).

⁵ Islamic Financial Services Board (IFSB), is an international standard setting body of regulatory and supervisory agencies that have vested interest in ensuring the soundness and stability of the Islamic financial services (IFS) industry.

⁶ Madzlan Mohamad Hussain, *Corporate Governance Of Institutions Offering Islamic Financial Services (IIFS): An insight of the Islamic Financial Services Board's Initiatives* (Aman Jordan: IIFS, 2005), 10

*processes; disclosure and transparency; shareholder rights dan commitment*⁷.

Berdasarkan garis besar dari pedoman yang dikeluarkan oleh OECD, tata kelola sektor jasa keuangan Islam menekankan pada pentingnya *accountability, transparency and trustworthines*⁸. Pada tahun 2015 telah dilakukan pertemuan *G20 Finance Ministers and Central Bank Governor* yang mengaggas adanya revisi prinsip-prinsip *Good Corporate Governance*. Prinsip-prinsip tersebut tertuang melalui beberapa rekomendasi yang dikeluarkan G20/OECD yaitu: peran kerangka kerja untuk mendorong pasar yang wajar dan terbuka; hak dan perlakuan yang sama bagi pemegang saham; pemenuhan insentif yang baik bagi investor dan lembaga lainnya; peran pemangku kepentingan serta keterbukaan dan transparansi.

Berdasarkan guidelines yang telah dikemukakan diatas, dapat disimpulkan bahwa prinsip tata kelola yang diatur dalam PBI 11/33/PBI/2009 Tentang Pelaksanaan *Good Corporate Governance* bagi Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah pada dasarnya sudah mengikuti standar Internasional, hanya saja "*trustworthy*" tidak secara eksplisit muncul dalam prinsip tata kelola Indonesia. Pada dasarnya, *trustworthy* melekat pada fungsi perbankan sebagai *agent of trust*, mengingat kegiatan bank bertumpu pada adanya kepercayaan masyarakat. Mengacu pada PBI tersebut, tatakelola pada Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS) wajib menerapkan prinsip keterbukaan (*transparency*), akuntabilitas (*accountability*), pertanggungjawaban (*responsibility*), profesional (*professional*) dan kewajaran (*fairness*).⁹ Selanjutnya, pelaksanaan tata kelola tersebut wajib memenuhi prinsip-prinsip syariah sebagaimana ditetapkan dalam undang-undang Perbankan syariah, yaitu kegiatan usaha yang tidak mengandung unsur *riba, maysir, gharar, haram dan zalim*¹⁰.

⁷ Jahanara Sajjad Ahmad, *Corporate Governance in Islamic Banks*, Hawkamah The Institute for corporate governance. (2010), 3.

⁸ Nasser Saidi, *Corporate Governance in Islamic Finance*, Hawkamah, the institute for corporate Governance, 434

⁹ Lihat Pasal 1 Angka 10 PBI 11/33/PBI/2009 Tentang Pelaksanaan Good Corporate Governance bagi Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah.

¹⁰ Rincian dari 5 prinsip syariah tersebut dapat dilihat dalam Penjelasan Pasal 2 UU No : 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah

Pelaksanaan tata kelola yang baik dalam industri perbankan syariah merupakan salah satu upaya untuk melindungi kepentingan *stakeholders* dan meningkatkan kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku serta nilai-nilai etika yang berlaku secara umum serta prinsip syariah. Berdasarkan sistem hukum Indonesia, prinsip-prinsip syariah yang terkandung dalam Qur'an dan hadist ini diterjemahkan dalam Fatwa yang dikeluarkan oleh DSN, yang selanjutnya menjadi sumber dalam pembentukan perundang-undangan yang mengatur aktivitas keuangan syariah di Indonesia. Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji urgensi penerapan tatakelola perusahaan berdasarkan prinsip syariah (*sharia good governance*) guna meningkatkan kepercayaan masyarakat dan mengubah persepsi yang keliru tentang perbankan syariah, yang pada gilirannya dapat mendorong percepatan pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia.

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan, dapat diidentifikasi permasalahan utama yang akan dikaji dan dianalisa, yaitu bagaimana implementasi tata kelola berdasarkan prinsip syariah sebagai upaya untuk mempercepat pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian yang bersifat deskriptif analitis yaitu menggambarkan dan menganalisis data yang diperoleh berdasarkan data sekunder, baik bahan hukum primer, sekunder dan tersier. Sedangkan metode pendekatan yang digunakan adalah yuridis normatif, yang lebih menitikberatkan pada studi kepustakaan, yang selanjutnya dianalisa secara yuridis kualitatif.

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

1. Beberapa Perbedaan Mendasar Antara Perbankan Syariah Dan Perbankan Konvensional

Sebagaimana telah diuraikan sebelumnya, bahwa salah satu isu strategis yang menjadi hambatan tumbuh kembang perbankan syariah adalah mispersepsi masyarakat terhadap praktik perbankan syariah, yang

dianggap tidak berbeda dengan konvensional. Dalam praktik, aktivitas yang dilakukan oleh bank syariah, belum sepenuhnya mematuhi prinsip-prinsip syariah. Contoh sederhana dalam praktik misalnya, dalam pembiayaan perumahan melalui akad Musyarakah Mutanaqisah (MMQ) atau akad Murabahah, bank seharusnya terlebih dahulu memiliki properti/aset yang menjadi objek kontrak. Selama itu tidak dapat dibuktikan sulit menyebutkan bahwa kontrak tersebut adalah kontrak pembiayaan perumahan berdasarkan prinsip syariah. Beberapa pertanyaan seperti “mengapa bertransaksi di perbankan syariah justru biayanya lebih mahal?”, atau “mengapa dalam transaksi perbankan syariah, persentase keuntungan telah ditetapkan di awal?”, menunjukkan bagaimana pandangan masyarakat tentang perbankan syariah. Diperlukan pemahaman yang utuh untuk dapat memberikan jawaban yang memuaskan dan memberikan pengertian bagaimana hal itu dapat terjadi. Oleh karena itu diperlukan berbagai upaya untuk memberikan pemahaman yang komprehensif dan benar mengenai perbedaan antara perbankan syariah dan konvensional, salah satunya melalui peningkatan kuantitas dan kualitas sumber daya manusia yang kompeten tentang perbankan syariah, khususnya untuk mewujudkan visi perbankan syariah Indonesia yang berkontribusi signifikan bagi pertumbuhan ekonomi berkelanjutan, pemerataan pembangunan dan stabilitas sistem keuangan serta berdaya saing tinggi¹¹ Pemahaman tentang aktivitas perbankan syariah yang komprehensif antara lain dengan terlebih dahulu mengenali perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional, yang mencakup 3 level, yaitu : *conceptual and socio-religious level; business model and governing framework level; dan product implementation model*. Berikut adalah perbedaan kunci antara bank syariah dan konvensional¹²

¹¹ *Roadmap Syariah Indonesia 2015-2019*, 17.

¹² Ethica Institute of Islamic Finance, *Handbook of Islamic Finance*, 2017 Edition.

a. Level konseptual dan *socio-religious*

Perbankan Islam (syariah) tidak bertumpu pada pinjam meminjam uang, melainkan pada perdagangan dan investasi, sedangkan perbankan konvensional berbasis pinjam meminjam berbasis bunga. Selain itu, perbankan syariah bekerja berdasarkan pedoman sosio-religius yang melarang riba, transaksi spekulatif dan jual beli utang, sedangkan dalam aktivitas perbankan konvensional tidak ada larangan sosio-religius, mengingat bunga merupakan tulang punggung dalam sistem konvensional. Selanjutnya, perbankan syariah tidak mengizinkan pembiayaan untuk industri yang dilarang berdasarkan prinsip syariah atau yang berbahaya bagi masyarakat. Perbankan konvensional dapat membiayai semua jenis industri kecuali yang dilarang oleh peraturan perundang-undangan.

b. Level model bisnis dan kerangka kerja;

Model bisnis perbankan syariah berbasis perdagangan, sehingga terlibat secara aktif dalam proses dan aktivitas produksi, sedangkan dalam perbankan konvensional, bank tidak terlibat dalam aktivitas, kecuali sebagai kreditor. Selain itu, perbankan syariah memerlukan persetujuan dari Dewan Pengawas Syariah untuk akad, produk dan jasa untuk memastikan kepatuhan terhadap prinsip syariah.

c. Level implementasi produk;

Produk perbankan syariah harus bertumpu pada aset riil, sewa menyewa aset dan kerjasama berdasarkan pembagian untung-rugi, sedangkan perbankan konvensional memperlakukan uang sebagai objek transaksi. Perbankan syariah dapat mempertimbangkan pinjam meminjam non komersial dan harus bebas dari bunga, sedangkan perbankan konvensional sebagian besar produknya berbasis pinjaman.

Mengacu pada perbedaan di atas, maka dapat dilihat bahwa hubungan antara bank dan nasabah pada bank konvensional adalah

hubungan antara kreditor dan debitor, dan keuntungan baik bagi bank maupun customer bergantung pada naik turunnya suku bunga, sedangkan dalam bank Islam, hubungan antara bank dan nasabah berdasarkan model pembiayaan dan sifat fasilitas yang diberikan. Selanjutnya, peran bank dan nasabah antara bank syariah dan bank konvensional dapat dilihat dalam tabel di bawah ini:

Bank Konvensional			Bank Islam	
	Peran (Bank – Nasabah)	Kompensasi	Peran (Bank – Nasabah)	Kompensasi
Penempatan (simpanan)	Debitor Kreditor	– Bunga	Mudharib – sahib al mal	Keuntungan dari bagi hasil
Pembiayaan		Bunga	Penjual – Pembeli Yang menyewakan Penyewa Mitra Agen-Prinsipal	Harga Sewa Keuntungan Komisi

Sumber : Ethica Institute, *Handbook of Islamic Finance*, 2018

Berdasarkan tabel di atas, bank konvensional memperoleh kompensasi hanya dari bunga, tanpa mempertimbangkan risiko, sebagaimana menjadi prinsip dalam aktivitas bank syariah, yaitu “*no gain can be without risk*”. Dengan memahami perbedaan karakteristik antara bank konvensional, dapat diketahui bahwa diperlukan upaya untuk dapat memberikan pemahaman pada masyarakat, sehingga mispersepsi dapat diminimalisasi dan selanjutnya kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah akan meningkat. Dalam tataran praktis, prinsip-prinsip syariah ini akan menjelma dalam implementasi tata kelola yang baik.

2. Tata Kelola yang Baik (*good governance*) pada Perbankan Syariah.

Tata kelola yang baik bagi perbankan syariah tentu berbeda dengan tata kelola bank konvensional, karena tujuan akhir dari aktivitas bank syariah tidak dapat dilepaskan dari *maqasid* syariah, yaitu tujuan utama yang ingin diwujudkan oleh syariah, yaitu “*obligation of the shariah is to provide the well being of all humankind*”.

*Which lies in safeguarding their faith, their human self (nafs), their intellect (aql), their progeny (nasl) and their wealth (mal)*¹³ Penerapan tata kelola yang baik, konsisten dan berkelanjutan selain bertujuan untuk melindungi kepentingan *stakeholders*, juga meningkatkan kepatuhan terhadap prinsip syariah. Kepatuhan terhadap prinsip syariah ini yang akan menjadi pembeda antara lingkup, urgensi, dan penerapan tata kelola di perbankan syariah. Prinsip syariah ini selanjutnya akan terlihat dari prinsip dasar operasional perbankan syariah dimana modal bank dan simpanan disalurkan melalui transaksi pembiayaan berbasis bagi hasil, komisi dan marjin. Selain itu, bank syariah memiliki fungsi sosial sebagai penampung dana zakat dan juga pemberi pinjaman kebajikan/dana talangan (*qard dan qardulhasan*) yang tidak dikenal dalam perbankan konvensional. Dari sisi tujuan, prinsip syariah mencirikan karakteristik yang lebih mengedepankan kesejahteraan umat dan terciptanya pertumbuhan berkelanjutan dengan fokus pada sektor riil yang menciptakan nilai tambah. Itu sebabnya sistem governance pada perbankan syariah dianggap lebih kompleks daripada perbankan konvensional karena selain harus memperhatikan regulasi secara umum, juga harus mematuhi prinsip syariah yang berasal dari hukum Islam untuk dapat berkompetisi dalam pasar.¹⁴ Sebagai bagian dari sistem perbankan syariah, tata kelola perbankan syariah di Indonesia akan sangat dipengaruhi oleh sistem hukum Indonesia yang lebih dipengaruhi oleh sistem hukum civil law, dimana peraturan perundang-undangan menjadi sumber utama, sehingga prinsip syariah yang tertuang dalam Fatwa DSN harus terlebih dahulu diterjemahkan ke dalam hukum positif, khususnya peraturan yang dikeluarkan oleh otoritas jasa keuangan baik OJK maupun Bank Indonesia. Kerjasama ke dua otoritas ini diperlukan untuk menghindari duplikasi dan saling melengkapi pengaturan

¹³ Mehmet Asutay, *An Introduction to Islamic Moral Economy, Durham Islamic Finance Summer School 2013*, (Durham, UK, 2013)

¹⁴ Frederick V. Perry, *The Corporate Governance of Islamic Banks : A Better Way of Doing Business?*, (Michigan State: Journal of International Law, 2018) Vol.19:2, 266.

perbankan syariah khususnya¹⁵.

3. Implementasi *Shariah Governance* Sebagai Upaya Meningkatkan Pertumbuhan Perbankan Syariah

Pertumbuhan perbankan syariah tidak dapat dilepaskan dari keberhasilannya menjalankan fungsinya sebagai *agent of services* dan *agent of trust*. Menjaga dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk dan layanan perbankan yang patuh terhadap prinsip syariah merupakan salah satu cara untuk mempercepat pertumbuhan perbankan syariah. Isu strategis berupa mispersepsi dan rendahnya tingkat kepercayaan masyarakat terhadap perbankan syariah dapat diubah melalui implementasi kebijakan perbaikan kuantitas dan kualitas sumber daya manusia. Sumber daya manusia yang kompeten merupakan implementasi prinsip akuntabilitas, yang mengandung unsur kejelasan fungsi dalam organisasi dan cara mempertanggungjawabkannya. Pelaku perbankan syariah harus dapat mempertanggungjawabkan kinerjanya secara transparan dan wajar. Untuk itu bisnis syariah harus dikelola secara benar, terukur dan sesuai dengan stakeholder. Selain itu, akuntabilitas merupakan prasyarat yang diperlukan untuk mencapai bisnis yang berkesinambungan. Berdasarkan pemikiran tersebut, maka diperlukan hal sebagai berikut :

- a. Perbankan syariah harus memiliki sumber daya manusia yang menguasai prinsip syariah untuk memastikan bahwa aktivitas, produk, dan layanan perbankan patuh terhadap prinsip syariah;
- b. Menetapkan kewajiban dan tanggung jawab setiap sumber daya manusia secara jelas.

Selanjutnya, untuk mengimbangi profesionalisme sumber daya manusia, baik otoritas maupun perbankan syariah wajib melakukan edukasi melalui peningkatan literasi dan preferensi masyarakat, serta penyediaan informasi yang jelas, sehingga terdapat pengetahuan yang seimbang dan selaras antara bank syariah sebagai institusi dan masyarakat. Kegiatan ini sejalan dengan makna yang terkandung dalam

¹⁵ Otoritas Jasa Keuangan, *Booklet Perbankan Indonesia, Edisi 3* (Jakarta: OJK, 2016), 5.

prinsip transparansi, yaitu adanya unsur pengungkapan dan penyediaan informasi yang mudah diakses oleh seluruh pemangku kepentingan. Transparansi sangat diperlukan bagi perbankan syariah agar dapat menjalankan kegiatannya secara objektif dan sehat. Transparansi disini berarti perbankan syariah mempunyai kewajiban :

- a. Menyediakan informasi tepat waktu, memadai, jelas, akurat serta mudah diakses oleh semua pemangku kepentingan sesuai dengan haknya.
- b. Tidak mengurangi kewajiban bank syariah untuk memenuhi kewajiban kerahasiaan bank, rahasia jabatan dan perlindungan hak pribadi.
- c. Menyediakan pedoman perilaku yang telah disepakati;
- d. Meyakini bahwa semua prosedur, akad, produk dan layanan telah sesuai dengan prinsip syariah yaitu halal, tayib ikhsan dan tawazun.

Selanjutnya, selain mengubah persepsi dan meningkatkan kepercayaan masyarakat, untuk menjaga pertumbuhan, perbankan syariah wajib menerapkan prinsip tanggung jawab untuk menjaga keberlanjutan usaha dan mendapat pengakuan sebagai pelaku bisnis yang baik. Oleh karena itu, bank syariah perlu melakukan hal berikut :

- a. Berpegang pada prinsip kehati-hatian dan memastikan kepatuhan terhadap prinsip syariah dan peraturan perundang-undangan, serta peraturan internal bank.
- b. Melaksanakan akad yang telah dibuat;
- c. Melaksanakan tanggung jawab sosial, khususnya terhadap lingkungan dan masyarakat setempat melalui zakat, infaq dan sadaqah.

Selanjutnya, melalui penerapan prinsip independensi, perbankan syariah diharapkan dapat istiqamah, berpegang teguh pada kebenaran dan tidak dapat diintervensi oleh pihak manapun, sehingga dapat memberikan jaminan bagi masyarakat bahwa dalam melakukan kegiatannya, senantiasa memperhatikan kepentingan seluruh

stakeholder, melalui implementasi *good corporate governance*, mispersepsi dapat diubah, kepercayaan masyarakat dapat ditingkatkan, dan tujuan prinsip syariah untuk menciptakan kesejahteraan dan bisnis yang berkelanjutan dapat dicapai. Terakhir, implementasi prinsip kewajaran dan kesetaraan mengandung unsur kesamaan perlakuan, dan manifestasi adil dalam dunia bisnis. Dalam melaksanakan kegiatannya, perbankan syariah harus memperhatikan kepentingan pemangku kepentingan.

Salah satu yang membedakan perbankan syariah dengan perbankan konvensional adalah kewajiban Bank syariah dan Bank konvensional yang memiliki Unit Usaha Syariah untuk membentuk Dewan Pengawas Syariah (DPS), yang diangkat oleh Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) atas rekomendasi Majelis Ulama Indonesia (MUI)¹⁶. Dewan Pengawas Syariah (DPS) ini bertugas memberikan nasihat dan saran kepada direksi serta mengawasi kegiatan Bank agar sesuai dengan prinsip syariah yaitu prinsip hukum Islam di bidang perbankan syariah yang tertuang dalam bentuk fatwa Dewan Syariah Nasional MUI, termasuk memastikan implementasi tata kelola berbasis syariah. Tugas dan tanggung jawab DPS meliputi¹⁷:

- a. Menilai dan memastikan pemenuhan prinsip syariah atas pedoman operasional dan produk yang dikeluarkan bank;
- b. Mengawasi proses pengembangan produk baru bank agar sesuai dengan fatwa DSN- MUI;
- c. Meminta fatwa kepada DSN-MUI
- d. Melakukan review secara berkala atas pemenuhan prinsip syariah terhadap mekanisme penghimpunan dana dan penyaluran dana serta pelayanan jasa Bank;
- e. Meminta data dan informasi terkait dengan aspek syariah dari satuan kerja Bank dalam rangka pelaksanaan tugasnya.

¹⁶ Lihat Pasal 32 UU No : 21 Tahun 2018 Tentang Perbankan Syariah.

¹⁷ Lihat PBI No : 11/33/PBI/2018 Tentang Pelaksanaan Tatakelola Perusahaan Yang Baik oleh Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah

Apabila melihat tugas dan tanggung jawab DPS diatas, maka dapat disimpulkan bahwa tugas utama DPS hanya memastikan pemenuhan prinsip syariah, baik proses, produk dan layanan, bukan pada pertumbuhan dan pemasaran bank syariah. Mengacu pada kedudukan DPS dalam struktur perbankan syariah, diperlukan jaminan bahwa pengawasan yang dilakukan sesuai dengan tujuan prinsip syariah. Potensi benturan kepentingan dapat terjadi mengingat DPS merupakan bagian dari struktur organisasi bank syariah, yang diangkat oleh RUPS, sementara tugasnya melakukan pengawasan terhadap pengurusan yang dilakukan oleh Direksi. Independensi DPS diperlukan untuk memastikan kepatuhan terhadap prinsip syariah bagi kepentingan seluruh stakeholder dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perbankan syariah. Salah satu cara untuk menghindari benturan kepentingan tersebut adalah memperkuat independensi DPS. Dalam praktik di beberapa negara, struktur DPS akan berkoordinasi langsung dengan unit atau departemen pengembangan produk dan departemen kepatuhan terhadap syariah, untuk memastikan bahwa seluruh fungsi-fungsi bank mematuhi prinsip syariah. Selain struktur DPS, independensi DPS dapat diwujudkan melalui kompetensi anggota DPS, yang dapat dipenuhi melalui kewajiban berikut:

- a. Anggota DPS wajib melalui proses sertifikasi yang dikeluarkan oleh lembaga yang ditunjuk. Saat ini tidak ada kualifikasi standar, sertifikasi atau standar akreditasi untuk anggota DPS yang dapat menjamin kualitas dan menjaga perkembangan, termasuk perbankan syariah¹⁸
- b. Anggota dewan pengawas tidak saja menguasai prinsip syariah, melainkan juga menguasai perbankan, dan bidang-bidang lain yang diperlukan untuk pengembangan produk dan layanan perbankan syariah.
- c. Proses rekrutmen anggota DPS wajib bersifat terbuka, dan memenuhi persyaratan yang

¹⁸ BAPPENAS, *Masterplan Arsitektur Keuangan Syariah Indonesia, Cetakan Kedua*, (Jakarta: BAPPENAS, 2018), 145.

ditetapkan, termasuk kalangan akademisi yang bersertifikasi.

Ketiga hal diatas diperlukan untuk mengatasi konsep umum yang keliru bahwa Anggota DPS hanya diwakili oleh ahli syariah saja. Pendekatan yang tepat adalah memasukkan beragam ahli seperti akuntan, manajemen bisnis dan ahli hukum. Saat ini, penetapan anggota DPS mengacu pada PBI No: 14/6/PBI/2012 yang menetapkan uji dasar kelayakan dan kepatutan untuk anggota DPS bank dan Unit Usaha Syariah. Namun demikian, PBI tersebut masih bersifat umum dan tidak secara spesifik menyediakan prosedur yang kokoh untuk penunjukan anggota DPS. Satu hal yang perlu diperhatikan dalam menetapkan standar adalah, pedoman yang digunakan IFSB dan AAOIFI bahwa audit syariah merupakan bagian penting dalam kerangka tata kelola syariah untuk lembaga keuangan yang menawarkan produk dan layanan berbasis syariah.

Selanjutnya, keberhasilan implementasi tata kelola syariah tidak dapat dilepaskan dari peran pemerintah, kesiapan regulasi, pelaku usaha dan masyarakat. Oleh karena itu keberhasilan implementasi tatakelola pada bank syariah akan sangat ditentukan oleh optimalisasi ke 4 pilar ini.

- a. **Political will pemerintah** untuk mendukung dan memfasilitasi industri keuangan syariah menjadi pendorong bagi percepatan pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia, mengingat karakteristik pertumbuhan perbankan syariah bersifat bottom up, dibangun dari bawah, sehingga perkembangannya sejalan dengan kebutuhan dan kesadaran masyarakat. Faktanya, pertumbuhan perbankan syariah Indonesia semakin baik seiring dengan perhatian dan keinginan pemerintah untuk memfasilitasi dan mengatur secara baik, termasuk menyediakan kelembagaan yang akan mendukung tumbuh kembang industri perbankan syariah, serta melakukan pengawasan dan penegakan hukum untuk menciptakan industri perbankan yang sehat dan kokoh. Political will pemerintah semakin menguat dengan dibentuknya Komite Nasional Pengembangan Keuangan Syariah Indonesia , kordinasi antara pemerintah dan

otoritas jasa keuangan. Selain itu, otoritas jasa keuangan mendorong peningkatan kesadaran masyarakat terhadap industri keuangan syariah melalui program literasi keuangan dan edukasi masyarakat secara intensif dan berkelanjutan.

- b. **Regulasi yang kokoh dan penyelesaian sengketa yang tepat**, sebagai dasar pelaksanaan aktivitas perbankan syariah yang dapat menjamin kepastian dan perlindungan hukum baik bagi pelaku usaha dan masyarakat. Saat ini perbankan syariah merupakan industri keuangan yang paling siap dari sisi regulasi, dengan diterbitkannya UU No : 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah. Disamping itu, peraturan yang dikeluarkan oleh OJK dan Bank Indonesia yang dibentuk berdasarkan Fatwa DSN-MUI senantiasa mengikuti perkembangan industri perbankan syariah, khususnya mengenai pengembangan produk dan akad yang ditawarkan oleh perbankan syariah. Otoritas jasa keuangan telah menyiapkan lembaga yang akan memberikan jaminan dan perlindungan hukum bagi masyarakat dengan menerbitkan 2 POJK , yaitu POJK No : 1/POJK.07/2013 Tentang Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan, yang menganut prinsip transparansi, perlakuan yang adil , keandalan, kerahasiaan dan keamanan data/ informasi konsumen dan penanganan pengaduan serta penyelesaian sengketa konsumen secara sederhana, cepat, dan biaya terjangkau, dan POJK No :1 /POJK.07/2014 Tentang Lembaga Alternatif Penyelesaian Sengketa Sektor Jasa Keuangan, yang bertujuan untuk memfasilitasi penyelesaian sengketa yang cepat, murah, adil, dan efisien. Ke dua POJK tersebut diharapkan dapat menjaga keberlangsungan industri keuangan syariah, dan mendorong naiknya tingkat kepercayaan masyarakat terhadap sektor jasa keuangan syariah, dengan sifat penyelesaian sengketa yang bertumpu pada win-win solution dan kehendak sukarela para pihak.

c. Kesiapan industri perbankan syariah dalam penyediaan produk dan layanan yang patuh pada prinsip syariah.

Berdasarkan data, hingga tahun 2016, jumlah pelaku perbankan syariah terdiri dari 13 Bank Umum Syariah (BUS), 21 Unit Usaha Syariah (UUS) dan 163 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) dengan 2.163 jaringan kantor BUS dan UUS, sementara market share perbankan syariah baru mencapai 4,81 %¹⁹. Kondisi ini tentu masih jauh dari target optimis yang sudah dicanangkan sejak diluncurkannya UU Perbankan Syariah. Bahkan berdasarkan data yang dikeluarkan OJK, perbankan syariah mengalami perlambatan pertumbuhan sejak tahun 2014, dari market share 4,85 % menjadi 4,83 % ditahun 2015. Sementara itu, tingkat global, Indonesia memperoleh pengakuan internasional sebagai pendorong keuangan syariah di masa depan. Oleh karena itu, diperlukan upaya-upaya untuk mendorong percepatan pertumbuhan perbankan syariah guna memanfaatkan peluang global. Pemerintah sudah mempersiapkan infrastruktur hukum dengan menerbitkan roadmap perbankan syariah nasional 2015-2019 yang berisi rencana pengembangan sektor perbankan syariah yang megacu pada Masterplan Sektor Jasa Keuangan Indonesia, dan secara khusus telah menerbitkan Masterplan Arsitektur Keuangan Syariah Indonesia, yang dapat menjadi referensi bagi *stakeholder* perbankan syariah dalam pengembangan industri perbankan syariah.

Berikut kebijakan yang dapat mendorong perubahan persepsi dan menaikkan tingkat kepercayaan masyarakat baik langsung maupun tidak langsung

Arah kebijakan perbankan syariah

No	Arah Kebijakan	Tujuan
1	Memperkuat sinergi kebijakan antara otoritas dengan pemerintah dan stakeholder lainnya	Optimalisasi dukungan terhadap industri perbankan dan keuangan syariah
2	Memperkuat permodalan bank dan skala usaha serta memperbaiki efisiensi	Ekspansi dan mengubah persepsi bahwa perbankan syariah diperuntukkan bagi segmen atau ukuran pasar tertentu

¹⁹ Departemen Perbankan Syariah, *Roadmap Perbankan Syariah Indonesia 2015-2019*, (Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan, 2018), 12.

3	Memperbaiki struktur dana untuk perluasan segmen pembiayaan	Pemberian poris berimbang pada segmen komersial dan korporasi, serta dukungan aktivitas perdagangan lintas negara
4	Memperbaiki kualitas dan layanan produk	Antisipasi kecenderungan yang mempengaruhi pengembangan produk ke depan
5	Meningkatkan kualitas dan kuantitas sumber daya manusia, teknologi informasi serta infrastruktur lainnya	Mendorong keberhasilan pengembangan perbankan syariah, terutama untuk menghasilkan produk dan layanan yang sesuai dengan ekspektasi masyarakat
6	Meningkatkan literasi dan preferensi masyarakat	Meningkatkan literasi atau pengenalan masyarakat terhadap produk, akad dan layanan perbankan syariah
7	Memperkuat serta harmonisasi pengaturan dan pengawasan	Menjawab perubahan dan dinamika perekonomian global, menciptakan <i>fairness</i> untuk pelaku industri, serta lebih harmonis dalam pengaturan yang bersifat <i>cross sectoral</i> .

Sumber : Roadmap Perbankan Syariah Indonesia 2015-2019

Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan diatas, maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Pertumbuhan perbankan syariah Indonesia mengalami perlambatan yang diakibatkan oleh beberapa isu strategis, diantaranya rendahnya kuantitas dan kualitas sumber daya manusia yang mampu memastikan kepatuhan terhadap prinsip syariah, serta mispersepsi dan rendahnya tingkat kepercayaan masyarakat terhadap produk dan layanan perbankan syariah.
2. Implementasi tata kelola merupakan hal penting dalam industri perbankan syariah untuk memastikan kepatuhan terhadap prinsip syariah guna mencapai tujuan akhir perbankan syariah, serta menjamin kepastian dan perlindungan bagi bank syariah dan masyarakat.
3. Implementasi tata kelola yang terintegrasi melalui fungsi pemerintah dan otoritas, kesiapan infrastruktur legal, peran Dewan Pengawas Syariah dan tingginya tingkat pemahaman masyarakat, dapat mendorong percepatan pertumbuhan perbankan syariah Indonesia.

Daftar Pustaka

- Ahmad, Jahanara Sajjad. *Corporate Governance in Islamic Banks*, Hawkamah The Institute for corporate governance, Juni, 2018
- Asutay, Mehmet. *An Introduction to Islamic Moral Economy*, United Kingdom: Durham Islamic Finance Summer School, 2013
- BAPPENAS. *Masterplan Arsitektur Keuangan Syariah Indonesia, Cetakan Kedua*, Jakarta: BAPPENAS, 2018.
- Departemen Perbankan Syariah, *Roadmap Perbankan Syariah Indonesia 2015-2019*, Jakarta: OJK, 2018.
- Ethica Institute of Islamic Finance, 2017, *Handbook of Islamic Finance*, 2017 Edition
- Luqman, Nurhisam. *Kepatuhan Syariah (Sharia Compliance) Dalam Industri Keuangan Syariah*, Jurnal Hukum IUS QUIA IUSTUM Vol.23 No.1, Hlm.78. , 2016
- Mohamad Hussain, Madzlan. *Corporate Governance Of Institutions Offering Islamic Financial Services (IIFS): An insight of the Islamic Financial Services Board's Initiative*, Aman Jordan: IIFS,2005. Perry, Frederick V. *The Corporate Governance of Islamic Bank: A Better Way of Doing Business?*, Michigan State: Journal of International Law, Vol.19:2, 2018.
- Otoritas Jasa Keuangan. *Booklet Perbankan Indonesia 2016, Edisi 3*, Jakarta: OJK, 2016.
- PBI No : 11/33/PBI/2009 Tentang Pelaksanaan Tatakelola Perusahaan Yang Baik oleh Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 175DPbS)
- Saidi, Nasser. *Corporate Governance in Islamic Finance*, Hawkamah, The Institute for Corporate Governance
- Undang-Undang No : 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 94 dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4867)

PEDOMAN PENULISAN ARTIKEL
JOURNAL OF SHARIA ECONOMICS (JSE)
PRODI EKONOMI SYARIAH STAI AL HIKMAH TUBAN

1. Artikel merupakan tulisan konseptual atau hasil penelitian tentang Ekonomi dan Ekonomi Syariah yang belum pernah diterbitkan dalam media cetak lain.
2. Artikel ditulis dalam bahasa Indonesia baku atau bahasa Inggris dengan spasi 1,5 cm pada kertas ukuran A4 dan dikirim ke alamat email: ekonomi.syariah.staisa@gmail.com. Panjang tulisan 15-25 halaman. Artikel diserahkan paling lambat dua bulan sebelum jurnal diterbitkan.
3. Nama penulis artikel (tanpa gelar akademik, jabatan, atau kepangkatan) dicantumkan disertai alamat kotrespondensi, alamat e-mail, dan atau nomor telepon kantor, rumah atau telepon seluler.
4. Artikel konseptual atau hasil penelitian memuat judul, nama dan identitas penulis, abstrak (\pm 250 kata), kata kunci, pendahuluan, isi atau pembahasan, penutup, daftar rujukan.
5. Artikel yang memenuhi syarat diseleksi dan diedit penyunting untuk penyeragaman format dan gaya penulisan tanpa mengubah isinya.
6. Penulisan catatan kaki/*footnote* dan daftar rujukan berbeda. Perbedaannya dapat diketahui.
 - a. Catatan kaki/*footnote*. Teknik penulisan catatan kaki sebagai berikut : Nama Pengarang, Koma, Judul Rujukan (dengan huruf miring/*italic*), Kurung Buka, Tempat Terbit, Titik Dua, Nama Penerbit, Koma, Tahun Penerbit, Kurung Tutup, Koma, Nomor Halaman.

¹Hasan Langgulung, *Beberapa Pemikiran tentang Pendidikan Islam* (Bandung: Al Ma'arif, 2000), 215.

²Philip K Hitti, *History of the Arab* (London: the Macmillan Press Ltd., 1970), 87.
 - b. Daftar Rujukan

Langgulung, Hasan. *Beberapa Pemikiran tentang Pendidikan Islam*, Bandung: Al Ma'arif, 2000.

Hitti, Philip K. *History of the Arab*, London: the Macmillan Press Ltd., 1970.

Editorial Office:

Program Studi Ekonomi Syariah STAI Al Hikmah Tuban
Jl. PP Al Hikmah Nomor 1-3, Binangun, Singgahan, Tuban
Jawa Timur, Indonesia 62361
Telp. 0812 1609 2942
www.es.staialhikmahtuban.ac.id
<http://journal.staialhikmahtuban.ac.id/index.php/JSE>

