

# ANALISIS PENERAPAN AKAD MUDHARABAH DAN WADI'AH PRODUK HAJJ BUSINESS DI CIMB NIAGA SYARIAH SURABAYA

M. Valke Alfayed<sup>1</sup>, Dewi Riza Lisvi Vahlevi<sup>2</sup>

Sekolah Tinggi An-Najah Indonesia Mandiri, Indonesia  
[valkealfayed4@gmail.com](mailto:valkealfayed4@gmail.com), [dewirizalisvivahlevi@gmail.com](mailto:dewirizalisvivahlevi@gmail.com)

## ABSTRACT

### Info Artikel:

Diterima 08 September 2024

Direview 04 Oktober 2024

Disetujui 28 Oktober 2024

### Keywords:

Sharia Principles, CIMB Niaga Syariah, Sharia Sales Practices, Islamic Business Ethics..

**Purpose**– Sales Representatives play a vital role in the sales of Hajj Business products at CIMB Niaga Syariah. Their duties include promoting the products, explaining them to potential customers, and ensuring compliance with mudharabah and wadiah contracts throughout the sales process. Understanding how well Sales Representatives comprehend and apply these contracts in their sales practices is crucial for maintaining the integrity and success of Hajj Business products.

**Design/methodology**– This study employs a qualitative approach using a case study method. Primary data was obtained through direct observation and documentation of the sales process conducted by the sales team. Three data collection techniques were used: observation, case studies, and documentation, to gain a comprehensive and in-depth understanding of the Hajj package sales process.

**Findings** - The findings indicate that one key factor contributing to the stability of Hajj investments is the well-planned and meticulous management of funds. This study emphasizes the significant role of Sales Representatives in promoting and selling Hajj Business products and ensuring adherence to mudharabah and wadiah contracts at every stage of the sales process.


### Publishing Institution :

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Palembang.

Alamat : Jl. Jend. Ahmad Yani 13 Ulu Palembang Sumatera Selatan (30263)

E-Mail :

[motivasi.feb.ump@gmail.com](mailto:motivasi.feb.ump@gmail.com)

Access this article online	
Quick Response Code:	Website: <a href="http://jurnal.um-palembang.ac.id/motivasi">http://jurnal.um-palembang.ac.id/motivasi</a>
	p-ISSN:2548-1622 e-ISSN: 2716-4039Jurnal <b>MOTIVASI</b>

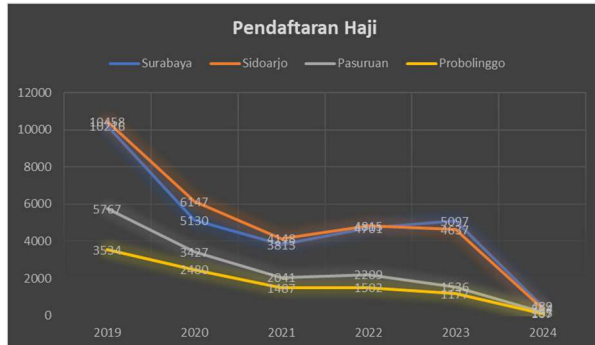
## A. PENDAHULUAN

CIMB Niaga Syariah merupakan salah satu Bank CIMB Niaga Syariah yang memiliki produk *Hajj Business* yang disesuaikan dengan akad mudharabah dan wadi'ah. Namun, dalam praktiknya, penjualan produk *Hajj Business* di CIMB Niaga Syariah perlu ditinjau lebih lanjut. Terutama, peran *Sales Representative* dalam menjalankan praktik penjualan tersebut menjadi hal yang penting untuk dikaji. Selain itu, CIMB Niaga Syariah juga menawarkan produk talangan haji yang membantu nasabah untuk dapat mendaftar haji lebih cepat dengan bantuan pembiayaan dari bank. Produk talangan haji ini

menggunakan akad ujarah sehingga tetap mematuhi ketentuan dan akad syariah dalam operasionalnya.

*Sales Representative* memiliki peran yang sangat vital dalam penjualan produk *Hajj Business*. Mereka bertanggung jawab dalam mempromosikan produk, memberikan penjelasan kepada calon nasabah, dan memastikan kepatuhan terhadap akad mudharabah dan wadi'ah dalam proses penjualan. Faktor-faktor yang bisa mempengaruhi konsumen untuk menentukan pilihannya diantaranya oleh rangsangan pemasaran, rangsangan lain, psikologi konsumen

serta karakteristik konsumen (Yudha Mahrom DS & Amadhona Syafitri, 2024). Oleh karena itu, penting untuk memahami sejauh mana *Sales Representative* memahami dan menerapkan akad mudharabah dan wadi'ah dalam praktik penjualan produk *Hajj Business* di CIMB Niaga Syariah.

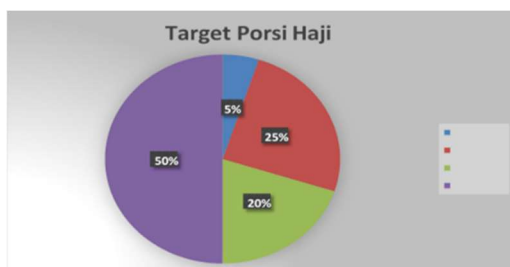


Sumber: Bank CIMB Niaga Syariah Surabaya

### Gambar 1. Pendaftaran haji di setiap daerah

Berdasarkan data pendaftar haji dari tahun 2019 hingga 2024 di Surabaya, Sidoarjo, Pasuruan, dan Probolinggo, terlihat tren penurunan jumlah pendaftar dari tahun ke tahun. Pada tahun 2019, jumlah pendaftar tercatat cukup tinggi di semua Kota, namun mengalami penurunan signifikan pada tahun 2020 dan seterusnya. Penurunan ini mungkin dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk pandemi COVID-19 yang membatasi perjalanan dan aktivitas publik.

Analisis ini menunjukkan perlunya perhatian khusus dalam meningkatkan kesadaran dan aksesibilitas layanan haji di daerah-daerah tersebut, terutama di tengah kondisi yang mungkin mempengaruhi minat masyarakat untuk mendaftar haji. Peningkatan kerjasama antara pemerintah, lembaga keagamaan, dan masyarakat dapat membantu mengatasi tantangan tersebut untuk memastikan bahwa warga dapat memenuhi kewajiban ibadah haji mereka dengan lancar dan berkualitas.



Sumber: Bank CIMB Niaga Surabaya

### Gambar 2. Porsi Haji CIMB Niaga Syariah di Setiap daerah

Dalam upaya untuk menunaikan ibadah haji, setiap daerah memiliki target porsi jamaah haji yang berbeda-beda. Di wilayah Probolinggo, target porsi jamaah haji ditetapkan sebesar 5% dari keseluruhan kuota yang tersedia. Sedangkan di Pasuruan, porsi jamaah haji yang diharapkan mencapai 25% dari total kuota. Sidoarjo juga memiliki target porsi yang signifikan, yakni sebesar 20% dari keseluruhan kuota haji yang diberikan. Sidoarjo sebagai wilayah yang padat penduduk dan memiliki minat tinggi untuk menunaikan ibadah haji, menjadi salah satu fokus dalam penyaluran kuota. Namun, porsi terbesar diperuntukkan untuk wilayah Surabaya. Sebagai Kota metropolitan terbesar di wilayah tersebut, Surabaya memiliki tanggung jawab yang besar dalam menyalurkan haji. Sebanyak 50% dari total kuota haji dialokasikan untuk calon jamaah haji yang berasal dari Surabaya.

Penentuan porsi jamaah haji ini didasarkan pada berbagai pertimbangan, termasuk populasi muslim di setiap wilayah, tingkat minat untuk menunaikan ibadah haji, serta kapasitas dan fasilitas yang dapat disediakan untuk mendukung perjalanan haji. Dengan alokasi yang tepat, diharapkan semua calon jamaah haji dari berbagai daerah dapat diberikan kesempatan yang setara untuk melaksanakan ibadah haji dengan khidmat dan lancar.

## B. KAJIAN PUSTAKA

Dalam dunia bisnis yang diatur oleh akad mudharabah dan wadi'ah, setiap tindakan dan keputusan tidak hanya berlandaskan hukum, melainkan juga mencerminkan nilai-nilai mendasar seperti keadilan, kehalalan, keberlanjutan, dan ketaatan terhadap etika Islam. Prinsip keadilan menyoroti pentingnya distribusi sumber daya dan manfaat secara merata dalam kegiatan bisnis, sementara kehalalan menegaskan bahwa setiap produk atau layanan harus sesuai dengan norma-norma agama Islam (Sampurno, 2016).

### Akad Mudharabah

Mudharabah berasal dari kata dharb yang berarti memukul atau berjalan, yang menggambarkan proses seseorang menjalankan usaha. Secara teknis, mudharabah adalah kemitraan laba di mana satu pihak menyediakan modal (shahibul maal) dan pihak lain sebagai pengelola dana mudharib (Abdullah, 2014).

Akad mudharabah merupakan salah satu bentuk akad dalam fiqh Islam yang digunakan

dalam kegiatan bisnis dan investasi. Akad ini melibatkan dua pihak, yaitu pemilik modal (shahib al-mal) dan pengelola modal (mudharib). Shahib al-mal menyediakan modal, sedangkan mudharib bertanggung jawab untuk mengelola modal tersebut dalam sebuah proyek atau usaha. Berikut adalah penjelasan terperinci mengenai akad mudharabah (Chasanah Novambar Andiyansari, 2020).

Shahib al-mal, merupakan pihak yang menyediakan modal untuk diinvestasikan dalam proyek atau usaha. Mereka adalah pemilik modal dan berhak atas bagian dari keuntungan dari hasil usaha sesuai kesepakatan.

Mudharib, merupakan pihak yang bertanggung jawab untuk mengelola modal yang diberikan oleh shahib al-mal. Mudharib tidak menyediakan modal sendiri, namun bertanggung jawab atas pengelolaan dan pengeluaran modal untuk menjalankan usaha atau proyek.

Dengan demikian, akad mudharabah merupakan perjanjian kemitraan antara pemilik modal dan pengelola modal untuk menjalankan usaha atau proyek dengan pembagian keuntungan sesuai kesepakatan, serta pembagian risiko antara kedua belah pihak.

### **Akad Wadi'ah**

Al Wadi'ah adalah penitipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum, yang harus dijaga dan dapat dikembalikan kapan saja si penyimpan menginginkannya. Barang titipan dalam fiqih dikenal sebagai wadi'ah, yang secara bahasa berarti sesuatu yang ditempatkan untuk dijaga, dan juga dapat merujuk pada menerima harta dari orang lain untuk dijaga (Desminar, 2019).

Dalam konteks fiqih, istilah untuk barang titipan ini disebut "wadi'ah", yang secara harfiah berarti sesuatu yang ditempatkan pada seseorang selain pemiliknya untuk dijaga. Ini mengindikasikan bahwa wadi'ah melibatkan dua aspek, yaitu pemberian untuk dijaga dan penerimaan aset tersebut. Jadi, secara sederhana, Al Wadi'ah adalah istilah untuk menyatakan penyimpanan murni, dimana pihak satu menitipkan aset kepada pihak lain untuk dijaga dan dikembalikan kapan pun diperlukan, dengan istilah bahasa yang memiliki makna memberikan untuk dijaga dan pada saat penerimaan (Basri & Azman, 2011).

Objek wadi'ah adalah barang atau Dana yang dititipkan oleh muwadi'ah kepada mawwad dalam sebuah akad wadi'ah. Objek wadi'ah dapat berupa berbagai hal, seperti Dana tunai, barang

berharga, dokumen, atau benda lainnya yang memiliki nilai dan dapat disimpan serta dijaga oleh pihak yang menerima titipan.

Dengan demikian, akad wadi'ah menjadi instrumen penting dalam menyediakan produk simpanan yang sesuai dengan Akad mudharabah dan wadi'ah dalam industri perbankan syariah. Ini memungkinkan nasabah untuk menyimpan dan menjaga Dana mereka dengan aman sambil memastikan kepatuhan terhadap akad mudharabah dan wadi'ah hukum Islam.

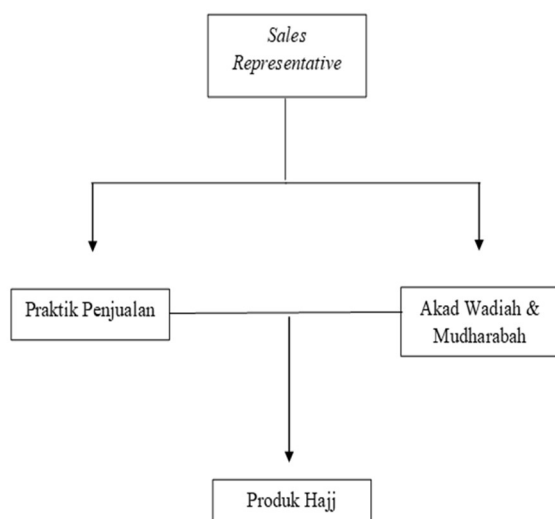
Tantangan utama *Sales Representative* adalah menjelaskan dengan jelas kompleksitas produk, membangun kesadaran dan minat calon nasabah, serta menciptakan pengalaman interaksi yang positif. Mereka tidak hanya berperan sebagai penjual, tetapi juga sebagai penjamin hubungan antara Bank CIMB Niaga Syariah dan calon nasabah, memastikan bahwa setiap transaksi tidak hanya mematuhi akad mudharabah dan wadi'ah tetapi juga menciptakan pengalaman pelanggan yang memuaskan.

Dengan menerapkan etika bisnis syariah, Bank CIMB Niaga Syariah bukan hanya menjalankan operasional sesuai dengan ajaran Islam, tetapi juga membangun fondasi bisnis yang berkelanjutan. Tanggung jawab sosial dalam etika bisnis syariah mencakup kontribusi positif terhadap masyarakat dan lingkungan. Transparansi dalam penyampaian informasi bisnis menjadi prinsip integral, mendukung terciptanya hubungan yang kuat dan saling percaya antara pelaku bisnis dan konsumen.

### **C. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan merujuk pada studi kasus. Fokus utamanya adalah analisis penerapan Akad mudharabah dan wadi'ah dalam praktik penjualan produk *Hajj* di CIMB Niaga Syariah melalui studi kasus pada *Sales Representative*. Penelitian kualitatif ditandai oleh eksplorasi mendalam fenomena yang dikaji, dan dalam konteks ini, penelitian akan mengeksplorasi secara rinci bagaimana *Sales Representative* mengimplementasikan Akad mudharabah dan wadi'ah dalam praktik penjualan produk *Hajj*. Studi kasus *Sales Representative* pada CIMB Niaga Syariah dijadikan fokus untuk memahami konteks spesifik dan kompleks dari organisasi tersebut, terutama terkait dengan praktik penjualan produk *Hajj*. Pendekatan kualitatif memungkinkan analisis kontekstual (Fadli,

2021), di mana penelitian akan berusaha memahami peran konteks organisasi dan lingkungan dalam membentuk praktik penjualan yang mematuhi Akad mudharabah dan wadi'ah. Dalam kerangka konseptual, penelitian ini juga akan mengeksplorasi bagaimana *Sales Representative* menginterpretasikan dan menerapkan Akad mudharabah dan wadi'ah dalam praktik penjualan mereka. Pendekatan kualitatif memberikan fleksibilitas untuk menanggapi perubahan arah penelitian yang mungkin muncul selama proses pengumpulan data. Penelitian ini juga berpotensi berkaitan dengan pengembangan teori grounded, di mana teori dikembangkan dari data yang diperoleh selama penelitian. Dengan demikian, melalui pendekatan kualitatif, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mendalam tentang implementasi Akad mudharabah dan wadi'ah dalam praktik penjualan produk *Hajj* di CIMB Niaga Syariah, khususnya melalui perspektif dan pengalaman *Sales Representative*.



**Gambar 3. Kerangka Berpikir**

Dalam penelitian ini, kerangka berpikir yang digunakan adalah kerangka konseptual yang dirancang untuk menguraikan hubungan antara variabel *Sales Representative*, Praktik Penjualan, dan Akad mudharabah dan wadi'ah dengan tujuan memahami kompleksitas dinamika yang memengaruhi pemasaran Produk *Hajj* sesuai Akad mudharabah dan wadi'ah. *Sales Representative*, sebagai elemen utama dalam proses pemasaran, memiliki peran krusial dalam membentuk Praktik Penjualan. Keterampilan, pengetahuan, dan sikap *Sales Representative* diyakini memainkan peran penting dalam membentuk pengalaman pelanggan dan persepsi terhadap produk. Faktor-faktor ini

mencakup kemampuan *Sales Representative* untuk mengkomunikasikan informasi tentang Produk *Hajj* dengan jelas, memberikan pemahaman yang mendalam tentang akad mudharabah dan wadi'ah, dan membangun hubungan yang berkelanjutan dengan pelanggan.

#### D. HASIL PENELITIAN

Tabungan Haji CIMB Niaga Syariah adalah salah satu produk utama yang ditawarkan. Tabungan ini dikhususkan untuk nasabah yang ingin menyiapkan Dana untuk perjalanan haji mereka. Dengan tabungan ini, nasabah dapat dengan mudah menyisihkan dan mengelola Dana mereka. Menggunakan akad Wadi'ah, tabungan ini menjamin keamanan Dana yang disimpan, sehingga nasabah tidak perlu khawatir mengenai keamanan Dana mereka. Tabungan Haji CIMB Niaga Syariah memberikan fleksibilitas bagi nasabah untuk menyetor dan menarik Dana sesuai dengan kebutuhan, serta mempersiapkan biaya haji dengan lebih baik.

Bagi nasabah yang memerlukan dukungan finansial tambahan, CIMB Niaga Syariah menyediakan Pembiayaan Haji. Produk ini memberikan fasilitas pembiayaan untuk melengkapi Dana yang sudah ada, membantu nasabah yang membutuhkan Dana tambahan untuk melaksanakan ibadah haji. Pembiayaan ini menggunakan akad Murabahah atau akad lain yang sesuai dengan prinsip syariah, memungkinkan nasabah untuk memperoleh Dana tambahan dan membayarnya dalam cicilan yang telah disepakati. Ini adalah solusi yang ideal bagi nasabah yang sudah menabung tetapi memerlukan tambahan Dana untuk biaya haji mereka.

Akan dilakukan serangkaian wawancara yang melibatkan beberapa individu kunci untuk mendapatkan wawasan mendalam mengenai layanan haji yang ditawarkan oleh perusahaan. Pertama, wawancara dilakukan dengan Pak Syukri, yang menjabat sebagai Manager HBSR. Dalam sesi ini, Pak Syukri membahas berbagai aspek penting mengenai pengelolaan dan strategi operasional HBSR, termasuk tantangan yang dihadapi serta langkah-langkah yang diambil untuk meningkatkan kualitas layanan perusahaan.

**Tabel I. Nama Informan dan Posisi**

No	Nama	Posisi
1	Syukri Hari Sudrajat	Manager HBSR CIMB Niaga Syariah
2	Lilis Indriyani Rosanti	Sales <i>Hajj</i> CIMB Niaga Syariah
3	Dian Ayu Fitri Anida	Sales <i>Hajj</i> CIMB Niaga Syariah
4	Bapak Fiqi	Sales <i>Hajj</i> CIMB Niaga Syariah
5	Bapak Syafiq	Sales <i>Hajj</i> CIMB Niaga Syariah
6	Bapak Sucipto	Nasabah CIMB Niaga Syariah

Selanjutnya, wawancara akan dilaksanakan dengan Pak Viki, Bapak Syafiq, Mbak Lilis dan Mbak Dian, keempatnya berperan sebagai Sales *Hajj*. Mereka berbagi pengalaman dalam menjual paket haji, menjelaskan proses penawaran dan pendaftaran, serta bagaimana mereka menangani berbagai permintaan dan kebutuhan calon jamaah haji. Diskusi ini juga mencakup teknik pemasaran yang digunakan, strategi untuk mencapai target penjualan, dan tantangan yang dihadapi di lapangan.

Terakhir, wawancara diakhiri dengan Pak Sucipto, seorang nasabah yang telah menggunakan layanan haji dari HBSR. Pak Sucipto memberikan perspektif pribadi mengenai pengalaman dan kepuasan terhadap layanan yang diterima, termasuk aspek-aspek seperti proses pendaftaran, pelayanan sebelum dan selama pelaksanaan ibadah haji, serta umpan balik mengenai area yang mungkin perlu diperbaiki. Wawancara ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai keseluruhan pengalaman layanan haji dari sudut pandang manajerial, penjualan, dan nasabah.

Tempat penelitian ini difokuskan di Surabaya dan Sidoarjo, dua wilayah yang terletak di Provinsi Jawa Timur. Penelitian ini berada dalam konteks Kementerian Agama, yang menambah dimensi penting terkait dengan aspek keagamaan, terutama ketika berbicara tentang penerapan Akad mudharabah dan wadi'ah dalam praktik penjualan produk *Hajj*.

Kedua lokasi tersebut, Surabaya sebagai pusat perkotaan dan Sidoarjo sebagai wilayah suburban, memberikan keragaman dalam hal populasi, tingkat aksesibilitas, dan karakteristik sosio-ekonomi. Ini dapat memberikan wawasan

yang lebih lengkap tentang bagaimana Sales *Representative* di berbagai konteks ini memahami dan mengimplementasikan Akad mudharabah dan wadi'ah dalam praktik penjualan produk *Hajj*.

### Hasil Wawancara

Wawancara dengan Manager HBSR CIMB Niaga Syariah

#### Akad

Akad mudharabah dan wadi'ah memiliki konsep yang cukup kompleks dan memerlukan pemahaman mendalam baik dari pihak sales maupun nasabah. Banyak sales yang belum sepenuhnya memahami teknis dan implikasi hukum dari kedua akad ini.

#### Edukasi Nasabah

Salah satu tantangan terbesar adalah memberikan edukasi kepada nasabah mengenai perbedaan antara akad mudharabah dan wadi'ah, serta bagaimana kedua akad tersebut berfungsi dalam produk *Hajj Business*.

#### Kepatuhan Syariah

Memastikan bahwa semua transaksi dan operasional sesuai dengan prinsip syariah bisa menjadi tantangan. Ini memerlukan koordinasi yang ketat antara *team compliance* dan sales untuk menghindari pelanggaran.

#### Stigma Bank Konvensional

Banyak masyarakat masih memiliki stigma bahwa bank-bank, termasuk yang berbasis syariah, terikat dengan praktik konvensional yang kurang transparan. Hal ini mempengaruhi tingkat kepercayaan mereka terhadap produk perbankan syariah, termasuk produk *Hajj Business*.

Wawancara dengan Sales CIMB Niaga Syariah:

#### Pemahaman Produk

Banyak sales yang merasa perlu pelatihan tambahan untuk memahami sepenuhnya produk dengan akad mudharabah dan wadi'ah. Ini bisa mempengaruhi kemampuan mereka untuk menjelaskan produk secara efektif kepada nasabah.

#### Komunikasi dengan Nasabah

Menjelaskan konsep syariah yang terkandung dalam akad mudharabah dan wadi'ah kepada nasabah kadang sulit, terutama jika nasabah tidak memiliki latar belakang pengetahuan yang cukup tentang keuangan syariah.



### **Stigma Bank Konvensional**

Beberapa nasabah masih skeptis terhadap bank, termasuk bank syariah, karena anggapan bahwa praktik mereka tidak sepenuhnya berbeda dari bank konvensional yang kurang transparan. Hal ini mengurangi kepercayaan nasabah terhadap produk yang ditawarkan.

Wawancara dengan Nasabah CIMB Niaga Syariah

#### **Kurangnya Informasi**

Kadang informasi yang diberikan oleh bank kurang mendalam atau sulit dipahami, membuat saya ragu dalam mengambil keputusan.

#### **Pelayanan Sales**

Ada beberapa sales yang kurang dapat menjelaskan produk dengan baik, membuat saya bingung mengenai detail dan manfaat produk.

### **Stigma Bank Konvensional**

Saya masih memiliki kekhawatiran bahwa bank syariah tidak sepenuhnya berbeda dari bank konvensional dalam praktiknya, terutama terkait transparansi dan kejujuran dalam pengelolaan Dana. Ini membuat saya lebih berhati-hati dalam memilih produk perbankan syariah.

### **Pembahasan**

Dalam dunia perbankan syariah, dua akad yang sangat penting dan sering digunakan adalah Akad Mudharabah dan Akad Wadiah. Masing-masing akad ini memiliki karakteristik, penerapan, dan tujuan yang berbeda, namun keduanya bertujuan untuk mematuhi prinsip-prinsip syariah dan memberikan manfaat yang adil bagi semua pihak yang terlibat (lin Prasetyo, Sri Sudiarti, 2024). Akad Mudharabah merupakan bentuk kerjasama antara dua pihak, di mana salah satu pihak menyediakan modal, sementara pihak lainnya menyediakan keahlian dan usaha untuk mengelola modal tersebut. Pihak yang menyediakan modal dikenal sebagai shahibul mal, dan pihak yang mengelola dana tersebut disebut mudharib (Maruta, 2016).

Sementara itu, Akad Wadiah adalah bentuk penitipan di mana satu pihak menitipkan barang atau Dana kepada pihak lain untuk disimpan. Pihak yang menyimpan barang atau Dana, dikenal sebagai wadi', bertanggung jawab untuk menjaga dan merawat barang atau Dana tersebut. Sementara itu, pihak yang menitipkan barang atau dana disebut mu'adi (Desminar, 2019).

Keunggulan dari akad wadiah adalah prinsip keamanannya dan kesesuaiannya dengan prinsip syariah yang menghindari riba atau bunga. Namun, karena tidak ada imbalan atau keuntungan langsung dari dana atau barang yang dititipkan, pihak yang menyimpan harus memastikan adanya kompensasi yang adil jika terjadi kerugian atau kehilangan sesuai dengan kesepakatan (Lutfi, 2020).

Di tengah persaingan ketat industri perbankan, salah satu hambatan utama yang dihadapi oleh beberapa bank di Indonesia adalah kurangnya kepercayaan dari masyarakat. Salah satu alasan utamanya adalah karena bank syariah ini masih beroperasi dalam satu entitas dengan bank konvensional. Bagi banyak nasabah, terutama mereka yang sangat memperhatikan akad mudharabah dan wadi'ah, adanya hubungan dengan bank konvensional menimbulkan keraguan mengenai kehalalan dan integritas operasional bank tersebut. Keberadaan unit syariah yang beroperasi di bawah entitas yang sama dengan bank konvensional menimbulkan keraguan (Rahmanti, 2019).

Namun, hambatan ini sebenarnya dapat diatasi dengan beberapa langkah strategis. Salah satunya adalah dengan meningkatkan transparansi operasional. Bank harus mampu menunjukkan dengan jelas bahwa unit syariahnya beroperasi secara independen dari unit konvensional, baik dari sisi manajemen maupun aliran Dana. Edukasi yang efektif dan komunikasi yang transparan kepada publik sangat penting dalam membangun kepercayaan ini. Dengan demikian, nasabah merasa lebih tenang dan yakin bahwa Dana mereka dikelola sesuai dengan akad mudharabah dan wadi'ah.

Dukungan modal yang kuat juga memainkan peran penting dalam membangun kepercayaan. Bank CIMB Niaga ini, yang merupakan salah satu dari 5 bank terbesar di Indonesia, memiliki kekuatan modal yang besar dan reputasi yang baik di industri perbankan. Modal yang kuat ini memberikan stabilitas dan keamanan yang sangat dibutuhkan oleh nasabah. Bank dapat menggunakan keunggulan ini untuk memperkuat citra mereka sebagai lembaga keuangan yang aman dan dapat diandalkan. Investasi dalam teknologi, peningkatan layanan pelanggan, dan diversifikasi produk keuangan dapat menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan kepercayaan dan loyalitas nasabah. Modal yang kuat adalah salah satu elemen kunci bagi stabilitas dan keamanan sebuah bank (Rustendi, 2019).

Dengan modal yang kuat, bank tidak hanya lebih mampu menghadapi dan bertahan dalam berbagai situasi ekonomi yang sulit, tetapi juga lebih mampu untuk mengoptimalkan peluang pertumbuhan dan ekspansi yang ada. Ini membuat bank tersebut menjadi pilihan yang lebih stabil dan terpercaya bagi nasabah, investor, dan regulator.

Dengan mengatasi hambatan kepercayaan melalui transparansi dan edukasi, memanfaatkan kekuatan modal yang besar, serta fokus pada keberlanjutan operasional dan investasi jangka panjang, bank ini dapat memperkuat posisinya di pasar dan membangun kepercayaan yang lebih kuat dari masyarakat. Kepercayaan ini menjadi pondasi yang kokoh bagi pertumbuhan dan perkembangan bank di masa depan.

Dalam dunia perbankan syariah, penerapan Akad Mudharabah dan Akad Wadiah memainkan peran penting dalam menyediakan berbagai produk keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Meskipun kedua akad ini menawarkan berbagai keuntungan, penerapannya juga membawa sejumlah tantangan dan dampak yang perlu diperhatikan (ROHADI, 2022).

### **Dampak Penerapan Akad Mudharabah dan Wadiah Mudharabah**

Akad Mudharabah memberikan peluang kepada pengelola usaha untuk mengeksplorasi ide-ide baru dan meningkatkan kreativitas. Karena keuntungan dibagi sesuai dengan hasil yang diperoleh, pengelola usaha termotivasi untuk mencari cara-cara inovatif guna memaksimalkan profitabilitas. Ini menciptakan lingkungan yang kondusif untuk pertumbuhan dan perkembangan usaha.

Salah satu keunggulan utama dari akad Mudharabah adalah pembagian risiko. Penyedia modal menanggung risiko kerugian, sementara pengelola usaha bertanggung jawab atas pengelolaan. Ini berarti pengelola usaha dapat fokus pada pengembangan bisnis tanpa terbebani oleh risiko finansial yang berat, asalkan pengelolaan dilakukan dengan penuh tanggung jawab (Ummy et al., 2023).

### **Wadi'ah**

Akad Wadiah memastikan bahwa Dana yang disimpan dalam rekening atau dititipkan dikelola dengan aman. Nasabah dapat merasa tenang karena Dana mereka disimpan dengan baik dan sesuai dengan prinsip syariah, tanpa risiko kerugian finansial dari pengelolaan Dana.

Akad Wadiah memastikan bahwa semua transaksi dilakukan sesuai dengan prinsip syariah, tanpa melibatkan riba atau bunga. Ini memberikan rasa aman bagi nasabah yang ingin memastikan bahwa Dana mereka dikelola sesuai dengan prinsip-prinsip keuangan halal.

Nasabah dapat dengan mudah menyimpan Dana untuk tujuan tertentu, seperti untuk ibadah haji atau umrah. Bank bertanggung jawab untuk menjaga dan mengelola Dana tersebut hingga saatnya digunakan, memberikan kemudahan bagi nasabah dalam merencanakan dan mengelola keuangan mereka.

CIMB Niaga Syariah telah meluncurkan layanan inovatif yang memberikan kemudahan luar biasa bagi calon jamaah haji, yakni layanan daftar haji jemput ke rumah. Layanan ini dirancang untuk memberikan kenyamanan maksimal bagi para pelanggan, yang kini tidak perlu lagi repot-repot datang ke Kantor Kementerian Agama (Kemenag) atau cabang bank untuk melakukan pendaftaran haji. Layanan daftar haji jemput ke rumah dari CIMB Niaga Syariah dirancang untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan maksimal bagi calon jamaah haji. Berikut adalah penjelasan tentang bagaimana layanan ini bekerja, termasuk langkah-langkah yang dilakukan oleh petugas bank saat datang ke rumah pelanggan. Selain kemudahan dan kenyamanan, layanan ini juga memberikan sentuhan pribadi yang membuat pelanggan merasa lebih dihargai. Petugas bank yang datang langsung ke rumah memberikan pelayanan yang lebih personal dan perhatian khusus, yang sangat penting dalam membangun hubungan baik dengan pelanggan. Pengalaman positif ini meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan, membuat mereka merasa diutamakan dan dilayani dengan baik.

Kepuasan pelanggan yang tinggi inilah yang membuat CIMB Niaga Syariah unggul dibandingkan bank-bank lain. Dengan menawarkan layanan yang unik dan inovatif ini, CIMB Niaga Syariah tidak hanya menarik lebih banyak calon jamaah haji tetapi juga membedakan dirinya dari kompetitor. Pelayanan yang luar biasa ini tidak hanya meningkatkan reputasi bank tetapi juga mendorong loyalitas pelanggan, yang penting untuk keberlanjutan bisnis jangka panjang (Dion Yanuarmawan, 2017).

## **E. KESIMPULAN DAN SARAN**

Dalam menghadapi tantangan penerapan akad wadiah dan mudharabah dalam penjualan

produk *Haji Business* di CIMB Niaga Syariah, *sales representative* menghadapi berbagai hambatan yang memengaruhi efektivitas mereka. Salah satu tantangan utama adalah pemahaman yang mendalam tentang akad tersebut. *Sales representative* perlu memiliki pengetahuan yang cukup untuk menjelaskan dengan jelas kepada pelanggan mengenai bagaimana akad wadiah dan mudharabah berfungsi, serta manfaatnya. Kurangnya pemahaman ini bisa membuat mereka kesulitan dalam menyampaikan informasi yang akurat dan meyakinkan. Selain itu, pelanggan yang mungkin kurang familiar atau kurang percaya pada akad syariah juga menjadi hambatan. Beberapa pelanggan mungkin merasa ragu dan membutuhkan penjelasan tambahan mengenai manfaat dan kehalalan produk yang ditawarkan. Oleh karena itu, *sales representative* perlu melakukan usaha ekstra untuk meyakinkan mereka.

Keterbatasan sumber daya seperti pelatihan, materi promosi, atau dukungan teknis juga bisa mempengaruhi kemampuan *sales representative* dalam mempromosikan produk dengan akad syariah secara efektif. Kinerja karyawan dapat tercapai apabila dalam perusahaan memberlakukan disiplin kerja yang baik (Kholilah, Amrah Muslimin, Dira Bitu, 2024). Keterbatasan ini memerlukan perhatian dan dukungan dari institusi untuk memastikan bahwa *sales representative* dapat mengatasi tantangan ini dengan baik. Di sisi lain, penerapan akad wadiah dan mudharabah dapat memberikan dampak positif terhadap kepercayaan konsumen. Akad-akad ini yang sesuai dengan prinsip syariah dapat meningkatkan rasa percaya di kalangan konsumen yang sangat mementingkan aspek kehalalan dan kepatuhan syariah dalam produk haji.

Transparansi dan akuntabilitas yang ditawarkan oleh akad wadiah dan mudharabah juga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen. Konsumen merasa lebih yakin pada produk yang menunjukkan kepatuhan terhadap prinsip syariah dan jelas dalam hal hak serta kewajiban. Namun, potensi kelemahan muncul jika *sales representative* tidak mampu menjelaskan akad dengan baik atau jika ada kekurangan dalam penerapan akad tersebut. Kejelasan dalam penerapan dan penjelasan akad sangat penting untuk memastikan bahwa konsumen merasa yakin. Penerapan akad

wadiah dan mudharabah juga dapat mendorong edukasi lebih lanjut di kalangan konsumen mengenai prinsip-prinsip syariah. Konsumen yang lebih teredukasi tentang akad ini cenderung memiliki kepercayaan yang lebih tinggi terhadap produk dan institusi yang menyediakannya.

Secara keseluruhan, penerapan akad wadiah dan mudharabah dalam penjualan produk *Haji Business* di CIMB Niaga Syariah memiliki tantangan yang signifikan, namun juga menawarkan potensi untuk meningkatkan kepercayaan konsumen jika diterapkan dengan baik. Keberhasilan penerapan akad ini bergantung pada kemampuan *sales representative* dalam menjelaskan dan mengedukasi konsumen, serta dukungan yang memadai dari institusi untuk mengatasi tantangan yang ada.

## F. DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T. (2014). *Bank dan Lembaga Keuangan* (pp. 1–43). Jakarta: Rajawali Pers.
- Basri, A., & Azman. (2011). The Application of Wadi,,ah Contract By Some Financial Institutions in Malaysia. *International Journal of Business and Social Science*, 2(3), 256.
- Chasanah Novambar Andiyansari. (2020). Akad Mudharabah dalam Perspektif Fikih dan Perbankan Syariah. *SALIHA: Jurnal Pendidikan & Agama Islam*, 3(2), 42–54. <https://doi.org/10.54396/saliha.v3i2.80>
- Desminar. (2019). Akad Wadiah Dalam Perspektif Fiqih Muamalah. *Menara Ilmu*, XIII(3), 25–35.
- Dion Yanuarmawan, Y. B. (2017). Penghitungan Tabungan dan Deposito Bank Syariah. *JURNAL INDEKS (ILMU PENGETAHUAN DAN TEKNOLOGI TERINTEGRASI)*, 2(1), 5–8.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1>.
- lin Prasetyo, Sri Sudiarti, N. Y. (2024). Analisis Penerapan Akad Wadi'ah-Mudharabah dalam Perspektif Al-'Uqud Al-Murakkabah pada Produk Tabungan Rencana Syariah (Studi Kasus BSI Kantor Cabang Medan). *Mumtaz: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(1), 2828–3848.
- Kholilah, Amrah Muslimin, Dira Bitu, F. (2024). FAKTOR-FAKTOR YANG



- MEMPENGARUHI KINERJA KARYAWAN J&T EKSPRESS. In *MOTIVASI Jurnal Manajemen dan Bisnis* (Vol. 9, Issue 1, pp. 19–28). [https://scholar.google.com/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=en&user=uprZO-oAAAAJ&pagesize=100&citation\\_for\\_view=uprZO-oAAAAJ:5nxA0vEk-isC](https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=uprZO-oAAAAJ&pagesize=100&citation_for_view=uprZO-oAAAAJ:5nxA0vEk-isC)
- Lutfi, M. (2020). Penerapan Akad Wadiah di Perbankan Syariah. *Madani Syariah*, 3(2), 132–146. <https://drive.google.com/file/d/1-KZNXFlcHmU0KDxYHOI3PB8HqmeBRwVB/view?usp=sharing>
- Maruta, H. (2016). Akad Mudharabah, Musyarakah, dan Murabahah Serta Aplikasinya Dalam Masyarakat. *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 5(2), 80–106.
- Rahmanti, V. N. (2019). Mengapa Perbankan Syariah Masih Disamakan Dengan Perbankan Konvensional? *IMANENSI: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi Islam*, 1(1), 62–74. <https://doi.org/10.34202/imanensi.1.1.2013.62-74>
- ROHADI, D. A. (2022). PENERAPAN AKAD WADIAH PADA TABUNGAN EASY WADIAH DI BANK SYARIAH INDONESIA KANTOR CABANG PEMBANTU BINTARO SEKTOR III. *FAKULTAS AGAMA ISLAM UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA*, 1–74.
- Rustendi, T. (2019). Pengaruh Kecukupan Modal Terhadap Stabilitas Keuangan Bank Perkreditan Rakyat. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 7(3), 531–544.
- Sampurno, W. M. (2016). Penerapan Etika Bisnis Islam dan Dampaknya Terhadap Kemajuan Bisnis Industri Rumah Tangga. *Journal of Islamic Economics Lariba*, 2(1), 13–18.
- Ummy, D., Agustin, F., & Wijaya, M. R. (2023). Pandangan Ulama Terhadap Dampak dari Akad Mudharabah dan Pembiayaan Mudharabah Sebagai Salah Satu Produk Ekonomi Syariah. *Jurnal Tafsirul Iqtishodiyah (JTI)*, 3(1), 45–52.
- Yudha Mahrom DS, T. R., & amadhona Syafitri, G. H. (2024). PENGARUH PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BEDAK PADAT MAKE OVER PADA MAHASISWI. *MOTIVASI Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 9(1), 68–78.