

SEMIOTIKA ISTILAH ARAB AKAD
WADĪ'AH YAD AL-ḌAMĀNAH PADA PRODUK
PENGHIMPUNAN DANA BANK SYARIAH

Hendri Hermawan Adinugraha
Universitas Dian Nuswantoro Semarang, Indonesia
E-mail: hendri.hermawan@dsn.dinus.ac.id

Ana Kadarningsih
Universitas Dian Nuswantoro Semarang, Indonesia
E-mail: ana.kadarningsih@dsn.dinus.ac.id

Godham Eko Saputro
Universitas Dian Nuswantoro Semarang, Indonesia
E-mail: godham.eko@dsn.dinus.ac.id

Abstract: The purpose of this research is to know the impact and result of Arabic term semiotics on *wadi'ah yad al-ḍamānah* contract. The result of the research shows that after the experiment conducted through the training in the classroom, the comprehension ability of the respondents to the Arabic term semiotization experiment on the *wadi'ah yad al-ḍamānah* contract as one of Islamic bank fund raising products has increased significantly with an average achievement up to 78 percent. Based on observations and interviews, the most preferred by respondents was symbolic method in facilitating the understanding of Arabic terms on *wadi'ah yad al-ḍamānah* contract. The reason is because the information transformation is more simple, solid and clear. Symbolic method through the media sign or picture of gift and ribbon presumably can be creative innovation in comprehending the Arabic terms contained in *wadi'ah yad al-ḍamānah* contract.

Keywords: *Wadi'ah yad al-ḍamānah* contract; semiotization experiment.

Pendahuluan

Pada tahun 2017 yang lalu perkembangan industri keuangan syariah mengalami peningkatan cukup signifikan. Hal ini dibuktikan berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang menyebutkan

bahwa pangsa pasar (*market share*) keuangan syariah secara nasional per Agustus 2017 per keuangan syariah tercatat mencapai 8,01%. Angka tersebut sangat meningkat apabila dibandingkan dengan posisi pada akhir 2016 yang hanya mencapai 5,3%. Khusus perbankan syariah, asetnya tercatat mencapai Rp 389,74 triliun, atau menguasai pangsa pasar 5,44 persen. Pengamat ekonomi syariah dari Karim Consulting, Adiwarman Azhar Karim, memproyeksikan pertumbuhan aset perbankan syariah pada 2018 akan berada pada kisaran Rp 462,03 triliun sampai Rp 501,09 triliun atau pangsa pasarnya pada kisaran 5,84 persen sampai 6,33 persen.¹

Oleh karena itu, perbankan syariah merupakan salah satu sarana yang mempunyai peranan strategis dalam kegiatan perekonomian di Indonesia. Peran strategis tersebut terutama disebabkan oleh fungsi utama perbankan sebagai lembaga perantara antara pihak-pihak yang memiliki surplus keuangan dengan pihak yang sebaliknya atau biasa disebut dengan *financial intermediary*. Perbankan syariah merupakan implementasi praksis dari konsep ekonomi Islam,² khususnya dalam bidang keuangan yang dalam operasionalnya senantiasa berasaskan dengan nilai moral dan prinsip-prinsip syariah Islam.³ Bank yang berdasarkan prinsip syariah tentunya tidak mengenal istilah bunga dalam memberikan jasa pada penghimpunan dana maupun

¹ Binti Sholikhah dan Nidia Zuraya, “2018 Wajah Perbankan Syariah Berubah”, *Berita*, dikutip dari <http://republika.co.id/berita/ekonomi/syariah-ekonomi/17/10/31/oyoqfi383-2018-wajah-perbankan-syariah-berubah>, diakses pada tanggal 8 Februari 2018.

² Ekonomi syariah adalah salah satu sistem ekonomi yang dianut beberapa Negara di dunia, termasuk juga dengan Indonesia. Beberapa konsep ekonomi syariah mulai berkembang dan tumbuh subur di Indonesia. Mulai dari perbankan syariah, BMT, hingga wisata syariah sudah memasuki babak perkembangan sistem, dimana pada awalnya hanya berorientasi kepada prinsip konvensional (pengaturan umum yang bersumber dari sistem yang dibawa oleh kolonial Belanda) menuju sistem perbankan syariah yang bersumber dari prinsip syariat Islam. Operasional bank syariah tidak semata-mata berdasarkan pada prinsip bagi hasil (*profit sharing*), tetapi lebih ditentukan oleh pilihan nasabah terhadap produk perbankan yang mana yang diinginkannya, produk jasa dan sistem perbankan syariah telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Baca Safaruddin Munthe, “Implementasi Prinsip Ekonomi Syariah dalam Peraturan Perbankan Syariah sebagai Pencapaian dalam Hukum Islam”, *Jurnal Ilmiah “Advokasi”*, Vol. 5, No. 1 (Maret 2017), 74.

³ Muhlil Musolin, “Konsep *Wadiah* sebagai Produk Perbankan Syariah dalam Perspektif Fiqh Muamalah”, *An-Nawa: Jurnal Hukum Islam*, Vol XVIII (Januari-Juni 2016), 87.

pembiayaannya. Karena di bank syariah jasa bank yang diberikan disesuaikan dengan prinsip syariah menggunakan akad-akadnya yang adaptif dengan perkembangan zaman.⁴

Salah satu hal yang sangat penting dalam menjalankan bisnis adalah urusan mengenai akad (perjanjian/kontrak).⁵ Akad dan produk di perbankan syariah merupakan dua hal yang tidak terpisahkan karena setiap produk di perbankan syariah harus didasarkan pada akad yang sesuai dengan prinsip syariah. Inilah di antaranya yang menjadi pembeda antara perbankan syariah dan perbankan konvensional. Akad di bank syariah terbagi menjadi dua, yaitu akad *tabarru'* (*falah oriented*) dan akad *tijarah* (*profit oriented*).⁶ Pada umumnya akad *tabarru'* digunakan untuk kegiatan perbankan syariah di sektor sosial seperti sebagai produk layanan dan jasa sosial bagi nasabah (*qardh al-hasan*). Sedangkan akad *tijarah* umumnya digunakan pada produk pembiayaan.

Perbankan syariah dalam melaksanakan kegiatan penghimpunan dana biasanya melalui akad mudharabah dan *wadi'ah*. Sebagaimana dibuktikan dalam penelitiannya Dian Pramana ia menjelaskan tabungan hanya diperbolehkan melalui akad *wadi'ah* dan mudharabah dengan pembagian bonus sesuai nisbah bagi hasil.⁷ Mekanisme

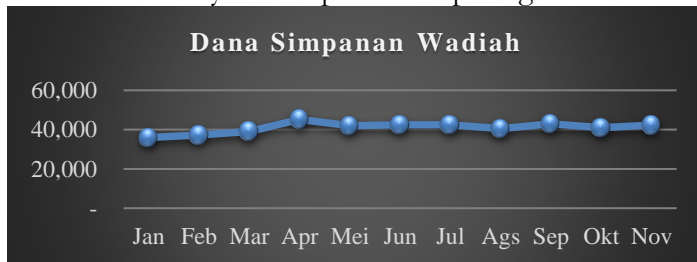
⁴ Suparno, "Persepsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala terhadap Perbankan Syariah sebagai Lembaga Keuangan Syariah", *Jurnal Telaah dan Riset Akuntansi*, Vol. 2, No. 1 (Januari 2009), 93.

⁵ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah* (Jakarta: Kencana, 2012), 71.

⁶ Pada bank syariah, akad yang dilakukan memiliki konsekuensi dunia dan akhirat karena akad yang dilakukan berdasarkan hukum Islam. Seringkali nasabah berani melanggar kesepakatan atau perjanjian yang telah dilakukan apabila hukum itu hanya berdasarkan hukum positif belaka, tapi tidak demikian bila perjanjian tersebut memiliki pertanggungjawaban sampai hari akhir nanti. Akad senantiasa mengikat kedua belah pihak yang saling bersepakat, yakni masing-masing pihak terikat untuk melaksanakan kewajiban mereka masing-masing yang telah disepakati terlebih dahulu. Apabila salah satu atau kedua belah pihak yang terikat dalam kontrak itu tidak dapat memenuhi kewajibannya, maka ia/mereka berhak menerima sanksi seperti yang sudah disepakati dalam akad. Nofinawati, "Akad dan Produk Perbankan Syariah", *Jurnal Fitrah*, Vol. 8, No. 2 (Juli-Desember 2014), 219-220.

⁷ Salah satu perbedaan bank syariah dan bank konvensional terletak pada jenis keuntungan yang diambil bank serta transaksi-transaksi yang dilakukan. Bank Syariah mengambil keuntungan dengan yang disebut imbalan baik jasa maupun mark-up atau profit margin serta bagi hasil. Sedangkan bank konvensional mengambil keuntungan berdasarkan bunga. Desi Kurniawati, "Analisis Penerapan Akuntansi Perbankan Syariah dalam Pengakuan Pendapatan atas Pembiayaan *Murabahah* (Studi Kasus Pada Bank BTN Syariah Pusat)", *Online Journal Systems UNPAM*, Vol. 1, No. 1 (2016), 149.

tabungan tersebut harus selalu mengacu pada ketentuan yang telah difatwakan oleh DSN MUI.⁸ Contoh sederhana dari akad *wadi'ah* ialah, diumpamakan bank syariah setuju untuk menerima titipan mobil dari nasabahnya (akad *wadi'ah*, dengan demikian bank syariah melakukan akad *tabarru'*), maka bank syariah tersebut dalam perjalanan akad tersebut tidak boleh merubah akad tersebut menjadi akad *tjārah* dengan mengambil keuntungan dari jasa *wadi'ah* tersebut.⁹ Hal ini senada dengan apa yang didefinisikan oleh Otoritas Jasa Keuangan, bahwa akad *wadi'ah* sebagai perjanjian penitipan dana atau barang dari pemilik kepada penyimpan dana atau barang dengan kewajiban bagi pihak yang menyimpan untuk mengembalikan dana atau barang titipan sewaktu-waktu.¹⁰ Berdasarkan Statistik Perbankan Syariah November 2017 dana simpanan *wadi'ah* yang berhasil dikumpulkan oleh bank syariah dapat dilihat pada grafik berikut ini:



Gambar 1. Statistik Dana Simpanan *Wadi'ah* per November 2017

Seperti yang sudah dijelaskan di awal, perkembangan *market share* pada produk perbankan syariah menjadi tolok ukur perkembangan suatu perbankan syariah, adapun salah satu produk yang mendorong peningkatan produk penghimpunan dana adalah produk tabungan haji.¹¹ Karena berdasarkan peraturan pemerintah bahwa Bank Penerima Setoran Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji yang selanjutnya disingkat BPS BPIH adalah bank syariah dan/atau bank

⁸ Dian Pramana, “Analisis Komparatif Perhitungan Bonus antara Produk Tabungan (Suku Bunga) dan Tabungan *Mudharabah* Serta Tabungan *Wadiah*”, *Jurnal Akuntansi UNESA*, Vol. 2, No. 1 (2013), 8-9.

⁹ Haqiqi Rafsanjani, “Akad *Tabarru'* dalam Transaksi Bisnis”, *Masyarif al-Syari'ah: Jurnal Perbankan Syariah*, Vol. 1, No. 1 (Mei 2016), 109.

¹⁰ Otoritas Jasa Keuangan, *Statistik Perbankan Syariah November 2017* (Jakarta: Departemen Perizinan dan Informasi Perbankan, t.th.), V.

¹¹ Aqwa Naser Daulay, “Faktor-faktor yang Berhubungan dengan Perkembangan Produk Tabungan Haji Perbankan Syariah di Indonesia”, *Jurnal Human Falah*, Vol. 4, No. 1 (Januari-Juni 2017), 105.

umum nasional yang memiliki layanan syariah.¹² Tabungan¹³ yang menerapkan akad *wadi'ah* biasanya mengikuti prinsip-prinsip *wadi'ah yad al-damanah*. Tabungan yang berdasarkan *wadi'ah yad al-damanah* ini tidak mendapatkan keuntungan dari bank syariah karena sifatnya sebagai titipan. Akan tetapi bank syariah tidak dilarang jika ingin memberikan bonus kepada nasabahnya.¹⁴ Dibalik kesuksesan produk tabungan hajinya, produk-produk bank syariah pun tidak luput dari permasalahan. Di dalam praktiknya, terdapat temuan-temuan yang bisa jadi akan mengurangi tingkat keparcayaan publik kalau saja dibiarkan berlanjut tanpa ada tindakan dari bank syariah.

Di antara permasalahan yang dihadapi oleh bank syariah adalah inovasi dan edukasi produk.¹⁵ Seperti masalah strategi *marketing* yang kurang inovatif. Masalah tersebut dapat dilakukan dengan pengembangan strategi *marketing* yang lebih inovatif yang diiringi dengan melakukan inovasi produk sesuai dengan kebutuhan masyarakat global, sehingga perbankan syariah dapat melakukan promosi yang berbasis konsep universal, yakni promosi yang isi dan pesannya memberikan pemahaman bahwa bank syariah dapat melayani semua lapisan dan golongan masyarakat.¹⁶ Oleh karenanya perlu adanya inovasi produk penghimpunan dana oleh perbankan syariah ditengah ketatnya persaingan meraih *market share* khususnya pasar dana pihak

¹² Baca Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia No. 30 Tahun 2013 Tentang Bank Penerima Setoran Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji. Kemudian baca juga Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Agama Nomor 30 Tahun 2013 Tentang Bank Penerima Setoran Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji.

¹³ Tabungan merupakan jenis simpanan yang sangat populer di lapisan masyarakat Indonesia mulai dari masyarakat kota hingga masyarakat pedesaan. Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), 74.

¹⁴ Jaka Susila, "Fiduciary dalam Produk-produk Perbankan Syariah", *al-Abkam: Jurnal Ilmu Syari'ah dan Hukum*, Vol. 1, No. 2 (2016), 140-141.

¹⁵ Pengembangan inovasi produk perbankan syariah salah satunya adalah *business development*, yaitu salah satu fungsi manajemen perusahaan dalam upaya untuk mengembangkan bisnis yang dimiliki oleh perusahaan. Ferlangga Al-Yozika dan Nurul Khalifah, "Pengembangan Inovasi Produk Keuangan dan Perbankan Syariah dalam Mempertahankan dan Meningkatkan Kepuasan Nasabah", *Jurnal Edunomika*, Vol. 1, No. 2 (Agustus 2017), 106.

¹⁶ Subandi, "Problem dan Solusi Pengembangan Perbankan Syariah Kontemporer di Indonesia", *al-Tabrir: Jurnal Pemikiran Islam*, Vol. 12, No. 1 (Mei 2012), 18.

ketiga yang merupakan sumber dana utama perbankan.¹⁷ Bank syariah, dalam berinovasi hendaknya menciptakan produk dan layanan yang mengedepankan keunikan (*uniqueness*) dari prinsip syariah dan kebutuhan nyata dari masyarakat.

Menurut Halim Alamsyah selaku Deputy Gubernur Bank Indonesia, di antara faktor yang secara signifikan mendukung perkembangan perbankan syariah di Indonesia baik dalam kegiatan penghimpunan dana maupun penyaluran pembiayaan adalah gencarnya program edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat mengenai produk dan layanan perbankan syariah semakin meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat.¹⁸ Bambang Murdadi dalam risetnya juga menyimpulkan bahwa Fatwa Dewan Syariah Nasional tentang produk-produk perbankan syariah sudah cukup jelas, namun pengkajian tentang substansi produk perlu terus ditajamkan dalam tataran praksisnya.¹⁹ Hal tersebut juga senada dengan hasil kajian yang dilakukan oleh Hendri Hermawan Adinugraha yang menyatakan bahwa urgensi inovasi produk oleh pihak perbankan syariah idealnya dibarengi oleh pemahaman nasabah mengenai produk tersebut, yang mana selalu dilabeli dengan istilah Arab. Oleh karena itu, simbolisasi dan ikonisasi dapat menjadi sebuah metode alternatif untuk mempermudah pemahaman nasabah akan istilah Arab terhadap akad-akadnya.²⁰ Karena pada dasarnya, simbol memiliki makna yang tersembunyi atau yang dapat dianalogikan dari makna harfiahnya ke makna yang lebih mendalam. Simbol sebagai sebuah sistem yang terstruktur juga memiliki logika tersendiri yang koheren dan dapat dimaknai secara universal.²¹

Artikel ini bertujuan mengetahui respons masyarakat tentang simbol/ikon istilah Arab akad *wadi'ah yad al-ḍamānah* pada produk

¹⁷ Satria Utama dan Putri Ega Handini, "Inovasi Produk Penghimpunan Dana Perbankan Syariah (Studi Kasus Tabungan Arisan BPRS Madina)", *The 5th URECOL Proceeding*, 18 February 2017 UAD, Yogyakarta, 908.

¹⁸ Halim Alamsyah, "Perkembangan dan Prospek Perbankan Syariah Indonesia: Tantangan dalam Menyongsong MEA 2015", Artikel, disampaikan dalam Ceramah Ilmiah Ikatan Ahli Ekonomi Islam (IAEI), Milad ke-8 IAEI, 13 (April 2012), 3-4.

¹⁹ Bambang Murdadi, "Menguji Kesyariahan Akad Wadiah Pada Produk Bank Syariah", *Jurnal Maksimum*, Vol. 5, No. 1 (Februari 2016), 71.

²⁰ Hendri Hermawan Adinugraha, "Simbolisasi dan Ikonisasi: Metode Alternatif Memahami *Arabic Terms* pada Produk Perbankan Syariah", *Jurnal Equilibrium*, Vol. 5, No. 1 (2017), 67.

²¹ M. Husein A. Wahab, "Simbol-simbol Agama", *Jurnal Substantia*, Vol 12, No. 1 (April 2011), 78.

penghimpunan dana bank syariah yang dibuat oleh tim peneliti. Simbol/ikon tersebut diujikan menggunakan metode eksperimen laboratorium agar mendapatkan hasil deskripsi yang lebih valid. Adapun pendekatan penelitian ini menggunakan eksperimen laboratorium,²² karena peneliti ingin menguji efek pemberian semotik istilah Arab pada produk penghimpunan dana perbankan syariah yang menggunakan akad *wadi'ah yad al-damanah* yang diujikan kepada beberapa mahasiswa kemudian akan diuji juga kemampuan menjelaskannya terhadap produk tersebut. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 47 responden dengan menggunakan *purposive sampling*, yang kriterianya adalah mereka berstatus sebagai mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro dan belum pernah sama sekali mengetahui tentang perbankan syariah, dengan tujuan agar hasil metode eksperimen ini benar-benar terjamin validitasnya.

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan cara observasi lapangan, pengujian di dalam ruangan atau kelas, wawancara, *pre-test*, dan *post-test* untuk melihat hasil kemampuan pemahaman mahasiswa terhadap eksperimen semiotisasi istilah Arab pada produk penghimpunan dana perbankan syariah yang menggunakan akad *wadi'ah yad al-damanah*. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan teknik evaluatif/eksperimental (*pre-test* dan *post-test*) digunakan untuk mengetahui seberapa dalam pemahaman dan pengetahuan mahasiswa mengenai istilah Arab pada produk penghimpunan dana perbankan syariah yang menggunakan akad *wadi'ah yad al-damanah* setelah diberikan simbol dan ikon yang telah dimodifikasi. Karena evaluasi dan eksperimen menerapkan prosedur ilmiah yang sistematis untuk menilai rancangan pengambilan keputusan evaluasi terhadap penelitian ini. Kerangka konseptual artikel ini dapat diilustrasikan pada gambar berikut ini:



Gambar 2. Kerangka Konseptual

²² A. Eko Setyanto, "Memperkenalkan Kembali Metode Eksperimen dalam Kajian Komunikasi", *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 3, No. 1 (2005), 39.

Urgensi Semiotika

Semiotik merupakan ilmu yang mempelajari tentang tanda dalam kehidupan manusia. Dengan kata lainnya, semua yang hadir di sekitar manusia itu dilihat dari segi tanda yang harus diberi makna. Pada hakikatnya, semiotik hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memakai hal-hal (*things*), memaknai (*to signify*) dalam hal ini tidak dapat dikombinasikan dengan mengkomunikasikan (*to communicate*). Memaknai berarti bahwa objek-objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda.²³ Menurut Ferdinand de Saussure²⁴ dalam Benny H. Hoed tanda dapat dilihat sebagai pertemuan antara bentuk (yang tercipta dalam kognisi seseorang) dan makna (atau isi, yang dipahami oleh manusia pemakai tanda).²⁵ Tanda merupakan suatu yang terkait dengan warna, isyarat, objek dan sebagainya yang mempresentasikan sesuatu yang lain selain dirinya. Petanda dan penanda merupakan bagian dari semiotik signifikasi tahap pertama. Pada signifikasi tahap kedua penanda akan dikaitkan dengan mitos budaya masyarakat. Petanda dan penanda yang ada pada iklan ini meliputi dialog, visualisasi gambar berupa latar (*setting*), warna, dan pakaian.²⁶

Menurut *Brunswick's lens model*, rangsangan lingkungan menjadi terfokus lewat usaha perseptual manusia. Usaha ini dipengaruhi oleh atribut-atribut latar (*setting attributes*) yang dimiliki pengamat kemudian merekam isyarat-isyarat (*distal cues*) yang bisa ditangkap dari jauh kemudian memilah ciri-ciri objektif lingkungan dan perbedaan yang ada yang disebut isyarat-isyarat yang bisa ditangkap dari dekat (*proximal cues*) dalam mengakurasi persepsi (validitas ekologis), isyarat-isyarat ini kemudian berturut-turut digabungkan dan diproses secara berbeda sehingga terjadi pemanfaatan isyarat (*cue utilization*)

²³ Alex Sobur, *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001), 15.

²⁴ Tokoh yang dianggap sebagai pendiri semiotik adalah dua orang yang tidak saling mengenal dan mempengaruhi, yaitu Ferdinand de Saussure (1857-1913) dan Charles Sander Pierce (1839-1914). Kedua sarjana tersebut menggunakan istilah yang berbeda. Saussure menggunakan istilah semiologi sedangkan Pierce menggunakan istilah semiotika, tetapi dalam perkembangan selanjutnya istilah semiotikalah yang populer. Pierce mengatakan bahwa semiotik merupakan paduan atau sinonim kata logika. Ardi Al-Maqassary, "Pengertian Semiotik", *e-jurnal*, 2014, dikutip dari www.e-jurnal.com/2014/02/pengertian-semiotik.html

²⁵ Benny H. Hoed, *Semiotik dan Dinamika Sosial Budaya* (Jakarta: Komunitas Bambu, 2011), 3.

²⁶ Sobur, *Analisis Teks*, 63.

oleh individu dalam membuat keputusan perseptual terhadap pilihan (*preference*) yang ada, proses tersebut berlangsung dan kembali ke awal, jadi setelah ada penerimaan, informasi tersebut akan menjadi atribut-atribut latar dari benda yang dilihatnya di masa yang akan datang dan seterusnya.²⁷ Lebih jelasnya apabila diurut secara sederhana, maka teori Brunswik dapat digambarkan pada gambar berikut ini:



Gambar 3. Brunswik's Lens Model

Saat ini perkembangan dunia industri dan bisnis di Indonesia mengalami kemajuan yang signifikan. Ini dibuktikan dengan banyaknya bidang bisnis dan industri yang melakukan inovasi berstandar internasional. Setiap perusahaan dituntut untuk mampu beradaptasi dalam perubahan lingkungan dengan cepat. Sama halnya seperti proses komunikasi yang bisa terjadi pada siapa saja, kapan saja, dan dimana saja. Cara penyampaiannya pun bisa bermacam-macam, mulai melalui bertatap muka, surat, telepon atau media massa seperti radio, televisi bahkan internet. Terdapat berbagai macam bentuk iklan diberbagai media massa, baik iklan visual, audio, maupun iklan audio visual.²⁸ Karena pada hakikatnya, manusia adalah makhluk yang berbahasa,²⁹ manusia dengan perantaraan tanda-tanda dapat melakukan komunikasi dengan sesamanya. Manusia berkomunikasi dengan cara verbal dan non-verbal. Komunikasi simbolis mengandalkan kesadaran mendalam dan karena itu menuntut penyertaan bahasa. Bahasa simbolis menciptakan situasi yang simbolis

²⁷ Afifah Harisah dan Zulftria Masiming, "Persepsi Manusia terhadap Tanda, Simbol dan Spasial", *Jurnal SMARTek*, Vol. 6, No. 1 (Februari 2008), 33.

²⁸ Jahid Syaifullah, "Analisis Semiotik tentang Kekuasaan dan Maskulinitas pada Tampilan Website Gudang Garam Pria Punya Selera", *Jurnal Informa Politeknik Indonusa Surakarta*, Vol. 1, No. 3 (2016), 24

²⁹ Bahasa dalam pemakaiannya bersifat bidimensional. Disebut dengan demikian, karena keberadaan makna selain ditentukan oleh kehadiran dan hubungan antar - lambang kebahasaan itu sendiri, juga ditentukan oleh pemeran serta konteks sosial dan situasional yang melatarinya. Dihubungkan dengan fungsi yang dimiliki, bahasa memiliki fungsi eksternal juga fungsi internal. Kajian bahasa sebagai suatu kode dalam pemakaian berfokus pada karakteristik hubungan antara bentuk, lambang atau kata satu dengan yang lainnya. Lihat Aminuddin, *Semantik: Pengantar Studi tentang Makna* (Bandung: Sinar Baru, 1988), 37.

juga. Penuh dengan tanda tanya atau hal-hal yang mesti diungkapkan maksud dan arti yang terkandung di dalamnya.³⁰

Sekilas Pengenalan *Wadī'ah Yad al-Damānah*

Suwandi dan Khoirul Hidayah menjelaskan bahwa saat ini prinsip *wadī'ah* dan *mudārabah* menjadi isu sentral dalam aktivitas penghimpunan dana oleh bank syariah.³¹ Secara etimologi, menurut Wahbah al-Zuhayli *wadī'ah* berasal dari bahasa Arab yaitu *al-tark* atau berarti meninggalkan. Dikatakan demikian karena pemilik harta meninggalkan hartanya kepada orang lain.³² Sayyid Sabiq menjelaskan kata *wadī'ah* berasal dari kata *wada'a al-asha* yang berarti meninggalkannya. Dinamai sesuatu yang ditinggalkan seseorang pada orang lain untuk dijaga dengan sebutan *wadī'ah* lantaran ia meninggalkannya pada orang yang menerima titipan.³³

Secara terminologi, *wadī'ah* berarti mewakili penjagaan suatu harta yang spesial atau bernilai tertentu dengan cara tertentu. Menurut Warkum Sumitro *wadī'ah* adalah perjanjian antara pemilik barang dengan penyimpan dimana pihak penyimpan bersedia untuk menyimpan dan menjaga keselamatan barang yang dititipkan kepadanya.³⁴ Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah, yang dimaksud dengan akad *wadī'ah* adalah akad penitipan barang atau uang antara pihak yang mempunyai barang atau uang dan pihak yang diberi kepercayaan dengan tujuan untuk menjaga keselamatan, keamanan, serta keutuhan barang atau uang.³⁵ Dengan demikian, dapat disimpulkan *wadī'ah* merupakan transaksi titipan, dimana satu pihak menitipkan barang kepada pihak lain. Contohnya ialah tabungan *wadī'ah*,³⁶ giro *wadī'ah*

³⁰ Diah Lukita Sari, "Analisis Semiotika Logo Ades", *Parimara IITKP The School of Advertising*, No. 2, Vol. XI (2015), 1.

³¹ Suwandi dan Khoirul Hidayah, "Prinsip *Ibābah* sebagai Solusi Hukum terhadap Kelemahan Prinsip *Wadī'ah* dan *Mudārabah* dalam Undang-undang Perbankan Syari'ah", *Ay-Syir'ab: Jurnal Ilmu Syari'ah dan Hukum*, Vol. 48, No. 1 (Juni 2014), 73.

³² Wahbah al-Zuhayli, *al-Fiqh al-Islāmī wa Adillatuh*, Vol. 5 (Kairo: Dār al-Fikr, 1985), 37.

³³ Sayid Sabiq, *Fiqh Sunnah 13* (Bandung: PT Alma'arif, 1987), 74.

³⁴ Warkum Sumitro, *Asas-asas Perbankan Islam dan Lembaga Terkait* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1996), 31.

³⁵ Pasal 19 ayat 1 huruf a Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah, 43.

³⁶ Tabungan *Wadī'ah* adalah titipan dana yang tiap waktu dapat ditarik pemilik atau anggota dengan cara mengeluarkan semacam surat berharga pemindahbukuan atau

dan *safe deposit box*.³⁷ Pada prinsipnya *wadi'ah* merupakan akad untuk membantu pihak penitip, dan pihak yang dititipi posisinya sebagai pihak penolong. Karena itulah, sifat dari *wadi'ah* adalah amanah.³⁸ Karena mulanya *wadi'ah* merupakan titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penitip jika ia menghendaki.³⁹ Hal ini senada dengan pendapat dari Muhammad Syafi'i Antonio yang menjelaskan bahwa *wadi'ah* dapat diartikan sebagai titipan murni dari satu pihak ke pihak yang lain, baik individu maupun badan hukum, yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja penitip menghendaki.⁴⁰

Dilihat dari segi akadnya terdapat dua bentuk *wadi'ah* yaitu: *Pertama, wadi'ah yad al-amānah* yang merupakan akad penitipan barang/uang di mana penerima titipan tidak diperkenankan menggunakan barang/uang yang dititipkan dan tidak bertanggung jawab atas kerusakan atau kehilangan barang/uang titipan yang bukan diakibatkan perbuatan atau kelalaian penerima titipan; *Kedua, wadi'ah yad al-ḍamānah* yaitu akad penitipan barang/uang dimana pihak penerima titipan dengan atau tanpa izin pemilik barang/uang dapat memanfaatkan barang/uang dan harus bertanggung jawab atas kehilangan atau kerusakan barang/uang titipan.⁴¹

Dalam penerapannya,⁴² produk bank syariah dengan akad *wadi'ah* menerapkan prinsip *wadi'ah yad al-amānah* dan *wadi'ah yad al-ḍamānah*.

transfer dan perintah membayar lainnya. Tabungan *wadi'ah* dikenakan biaya administrasi namun oleh karena dana dititipkan diperkenankan untuk diputar maka oleh bank syariah kepada penyimpan dana dapat diberikan bonus sesuai dengan jumlah dana yang ikut berperan di dalam pembentukan laba bagi bank syariah. Vidya Fatimah, "Pengaruh Perkembangan Jumlah Tabungan dan Bagi Hasil terhadap Jumlah Pembiayaan yang Diberikan oleh Perbankan Syariah di Sumatra Utara", *Jurnal Ilman*, Vol. 5, No. 1 (Februari 2017), 42.

³⁷ Tim Pengembangan Perbankan Syariah Institut Bankir Indonesia, *Konsep Produk dan Implementasi Operasional Bank Syariah* (Jakarta: Djambatan, 2003), 73

³⁸ Siti Aisyah, "Penghimpunan Dana Masyarakat dengan Akad Wadiah dan Penerapannya pada Perbankan Syariah", *Jurnal Syari'ah*, Vol. V, No. 1 (April 2016), 109.

³⁹ Adiwarmān Azhar Karim, *Bank Islam, Analisis Fiqh, dan Keuangan* (Jakarta: IIT Indonesia, 2003), 95.

⁴⁰ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek* (Jakarta: Gema Insani, 2001), 85.

⁴¹ Musolin, "Konsep *Wadiah*", 118.

⁴² Dalam perkembangannya *wadi'ah* tidak terjadi hanya antar-individu, namun juga melibatkan lembaga, seperti perbankan. *Wadi'ah* perbankan menurut kebanyakan fukaha kontemporer adalah utang piutang, bukan *wadi'ah* dalam arti fikih yang

Terkait dengan kedua produk tersebut, dalam pelaksanaannya bank syariah lebih menerapkan prinsip *wadi'ah yad al-damanah*. Dari prinsip *wadi'ah yad al-amanah* (tangan amanah) kemudian berkembang menjadi prinsip *wadi'ah yad al-damanah* (tangan penanggung) yang berarti pihak penitip bertanggung jawab atas segala kerusakan atau kehilangan yang terjadi pada barang (aset) titipan.⁴³ Dalam hal ini berarti pihak tertitip (bank syariah) telah mendapatkan izin untuk mempergunakan barang (aset) yang dititipkan tersebut untuk aktivitas perekonomian tertentu, dengan catatan bahwa pihak tertitip/bank akan mengembalikan barang (aset) titipan secara utuh pada saat penitip (nasabah) menghendaki. Hal ini sesuai dengan anjuran Islam agar aset selalu diusahakan agar tidak *idle* atau tidak didiamkan (tujuan produktif). Dengan prinsip ini, pihak tertitip (bank syariah) boleh mencampurkan aset penitip dengan aset penyimpan atau aset penitip yang lain, dan kemudian digunakan untuk tujuan produktif mencari keuntungan. Pihak penyimpan berhak atas keuntungan berhak atas keuntungan yang diperoleh dari pemanfaatan aset titipan dan bertanggung jawab penuh atas risiko kerugian yang mungkin timbul.

Berdasarkan penelitian Mufti Afif, sebagian orang menyatakan *wadi'ah yad al-damanah* sebagai kontrak titipan nasabah kepada lembaga keuangan syariah/bank syariah yang diizinkan untuk dikelola dalam usaha riil sepanjang dana tersebut belum diambil oleh pemiliknya. Mengingat dana tersebut dapat dikelola, maka sepantasnya lembaga memberikan kelebihan berupa “bonus” kepada penitip, meski tidak ada larangan jika bank syariah tidak memberikan bonus tersebut.⁴⁴ Ilustrasi pada akad *wadi'ah yad al-damanah* ini bank syariah (sebagai

selama ini dikenal. Ini dikarenakan bank mentasharufkannya, dan mempunyai kewajiban mengganti rugi atas titipan tersebut, baik karena kelalaian maupun tidak, begitujuga *wadi'ah* tersebut hilang karena disengaja maupun tidak disengaja. Selain itu dalam akad, ibarat yang dilihat adalah tujuan dan maknanya, bukan lafalnya. Atep Hendang Waluya, “Hakikat *al-Wadi'ah al-Mashrifiyah*”, *Journal of Islamic Economics Lariba*, Vol. 3, No. 2 (2017), 95.

⁴³ Pada awalnya, *wadi'ah* muncul dalam bentuk *yad al-amanah* (tangan amanah) yang kemudian dalam perkembangannya memunculkan *yad al-damanah* (tangan penanggung). Akad *wadi'ah yad al-damanah* ini akhirnya banyak dipergunakan dalam produk-produk perbankan syariah. Lihat Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 42.

⁴⁴ Mufti Afif, “Tabungan: Implementasi Akad *Wadi'ah* atau *Qard*? (Kajian Praktik *Wadi'ah* di Perbankan Indonesia)”, *Jurnal Hukum Islam (JHI)*, Vol. 12, No. 2 (Desember 2014), 259.

penerima titipan) mendapat manfaat atas sesuatu yang dititipi, maka bank syariah dapat memberikan bonus kepada penitip dari hasil pemanfaatannya dengan syarat: 1) Bonus merupakan kebijakan (hak prerogatif) dari bank sebagai penerima titipan; dan 2) Bonus tidak disyaratkan sebelumnya dan jumlah yang diberikan, baik dalam persentase maupun nominal tidak ditetapkan dimuka.⁴⁵ Prinsip ini diaplikasikan dalam bentuk giro dan tabungan,⁴⁶ namun perlu ditekankan di sini bahwa bank syariah tidak memperjanjikan hasil dari benda titipan yang dimanfaatkan tersebut kepada nasabah. Pemberiaan hasil hanya sebagai bonus dari kebijakan dan tidak ditentukan atau disebutkan dalam akad.

Sementara karakteristik *wadi'ah yad al-ḍamānah* adalah sebagai berikut: 1) Harta atau benda yang dititipkan diperbolehkan untuk dimanfaatkan oleh penyimpan; 2) Apabila ada hasil pemanfaatan harta atau benda titipan, maka hasil tersebut menjadi hak dari penyimpan (bank syariah); dan 3) Tidak ada kewajiban dari penyimpan untuk memberikan hasil tersebut kepada penitip sebagai pemilik harta atau benda tersebut.⁴⁷

Adapun landasan syariah *wadi'ah yad al-ḍamānah* antara lain termaktub dalam Firman Allah Q.S. al-Nisā' [4]: 29: Hai orang yang beriman! janganlah kalian saling memakan (mengambil) harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan sukarela di antaramu. Q.S. al-Nisā' [4]: 58: "Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada

⁴⁵ Dalam kaitan dengan ini, para ulama fiqh sepakat menyatakan bahwa status *wadi'ah* ditangan orang yang dititipi bersifat amanah (titipan murni tanpa ganti rugi), tetapi dikembangkan dalam bentuk *yad al-ḍamānah* (dengan risiko ganti rugi) oleh bank syariah dan mendapat keuntungan, maka seluruh keuntungan menjadi milik bank. Di samping itu, atas kehendak bank syariah, tanpa adanya persetujuan sebelumnya dengan pemilik barang/dana dapat memberikan semacam "bonus" kepada nasabah *wadi'ah*. Sofyan Syafri Harahap, dkk., *Akuntansi Perbankan Syariah* (Jakarta: LPEE Usakti, 2010), 131.

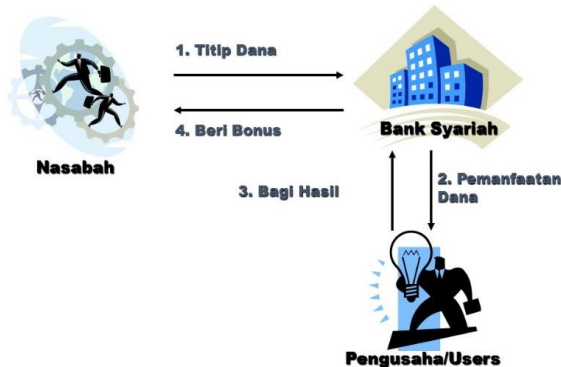
⁴⁶ Prinsip ini sesuai dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah yang menyatakan bahwa tabungan merupakan simpanan berdasarkan akad *wadi'ah* atau investasi dana berdasarkan akad *muḍārabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan/atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.

⁴⁷ Gemala Dewi, *Aspek-aspek Hukum dalam Perbankan dan Perasuransiaan Syariah di Indonesia* (Jakarta: Kencana, 2007), 82.

yang berhak menerimanya”. Kemudian dalam Q.S. al-Baqarah [2]: 283: “Akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Rabbnya.”

Analisis Semiotik Akad *Wadi'ah Yad al-Damānah* di Bank Syariah

Kegiatan usaha Bank Umum Syariah dalam Undang-Undang perbankan syariah tahun 2008 di antaranya ialah menghimpun dana dalam bentuk simpanan berupa giro, tabungan, atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu berdasarkan akad *wadi'ah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.⁴⁸ Aplikasi akad *wadi'ah* pada produk giro dan tabungan di bank syariah ialah bank syariah menerima titipan amanah dalam menyimpan serta menyalurkan dana umat agar dapat bermanfaat secara optimal.⁴⁹ Dalam penghimpunan dana bank syariah biasanya biasanya mempergunakan dua prinsip yang salah satunya adalah *wadi'ah yad al-damānah* yang diaplikasikan pada giro *wadi'ah* dan tabungan *wadi'ah*. Hal ini diperkuat oleh penelitian Bagus Ahmadi yang menyatakan bahwa akad *wadi'ah* banyak digunakan dalam penghimpunan dana di perbankan syariah, baik dalam tabungan maupun giro.⁵⁰ Berikut ini gambar skema prinsip *wadi'ah yad al-damānah*:



Gambar 4. Skema Prinsip *Wadi'ah Yad al-Damānah*

⁴⁸ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah, 11.

⁴⁹ Mushlih Candrakusuma dan Mohammad Ghozali, “Analisa Kritis Implementasi Akad Wadiah dalam Perbankan Syariah”, *EKSYAR: Jurnal Ekonomi Syaria'ah*, Vol. 3, No. 1 (Juni 2016), 1.

⁵⁰ Bagus Ahmadi, “Akad Bay', Ijarah dan Wadiah Perspektif Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES)”, *Jurnal Epistemé*, Vol. 7, No. 2 (Desember 2012), 311.

Inovasi produk perbankan syariah di Indonesia saat ini masih kurang dan masih jauh tertinggal.⁵¹ Produk bank syariah masih dinilai monoton dan terkesan kurang fleksibel atau kurang dinamis.⁵² Padahal dengan perkembangan bank syariah saat ini, secara otomatis kebutuhan terhadap pengembangan produk juga semakin bertambah guna memenuhi kebutuhan pasar global perbankan syariah yang semakin kompetitif. Melalui inovasi produk yang *continued*, maka seyogianya bank syariah mampu bersaing dalam skala nasional bahkan internasional.⁵³ Karena sesungguhnya meningkatkan pengetahuan syariah dan menciptakan inovasi produk serta layanan kreatif dengan tetap patuh pada aturan Dewan Syariah Nasional (DSN) dalam perspektif perbankan syariah merupakan bentuk kepatuhan syariah bank syariah di Indonesia.⁵⁴

Semiotika istilah Arab akad *wadi'ah yad al-damanah* pada produk penghimpunan dana bank syariah yang dilakukan menggunakan metode *experimental research laboratory* merupakan salah satu terobosan menarik dalam rangka fleksibilitas pemahaman masyarakat terhadap produk bank syariah. Berdasarkan analisis eksperimen yang telah dilakukan terhadap 47 responden maka diperoleh data *pre-test* dan *post-test* sebagai berikut:

Tabel 1.
Hasil *Pre-test* Eksperimen Semiotika Istilah Arab Akad *Wadi'ah Yad al-Damanah* (WYD) pada Produk Penghimpunan Dana Bank Syariah

No.	Instrumen	Tingkat Pemahaman			
		Benar		Salah	
		Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase

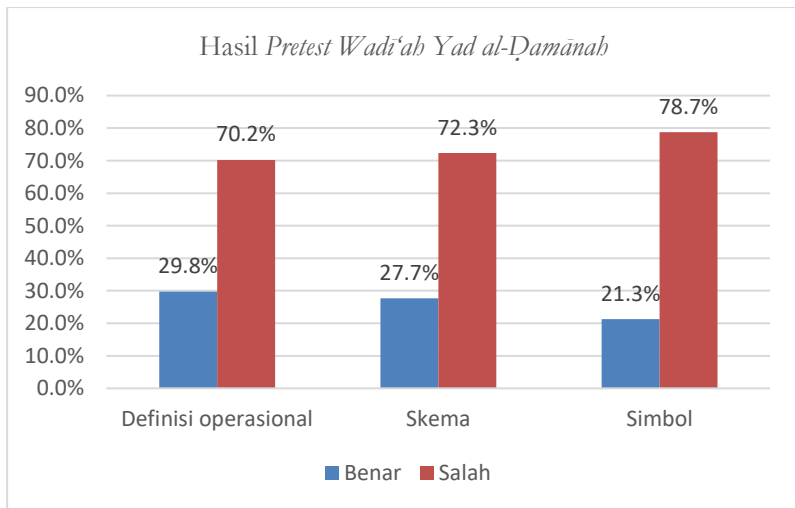
⁵¹ Adanya inovasi produk bank syariah tidak bisa dilepaskan dari latar belakang sosial dan nilai-nilai yang dipegangnya. Hal ini menunjukkan bahwa bank syariah bukan saja sebuah entitas bisnis semata, namun lebih jauh dari itu bank syariah adalah bagian integral dari sebuah sistem Islam yang sempurna (*ka'ffah*). AM. M. Hafidz MS, "Keterlekatan Sosial Inovasi Produk Bank Syariah di Indonesia", *Jurnal Hukum Islam (JHI)*, Vol. 13, No. 2 (Desember 2015), 70.

⁵² M. Nasyah Agus Saputra, "Kegiatan Usaha Perbankan Syariah di Indonesia", *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol. 2, No. 1 (2017), 1.

⁵³ Fahrur Ulum, "Inovasi Produk Perbankan Syariah di Indonesia", *Jurnal al-Qanun*, Vol. 17, No. 1 (Juni 2014), 57.

⁵⁴ Agus Waluyo, "Kepatuhan Bank Syariah terhadap Fatwa Dewan Syariah Nasional Pasca Transformasi ke dalam Hukum Positif", *Inferensi: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, Vol. 10, No. 2 (Desember 2016), 535.

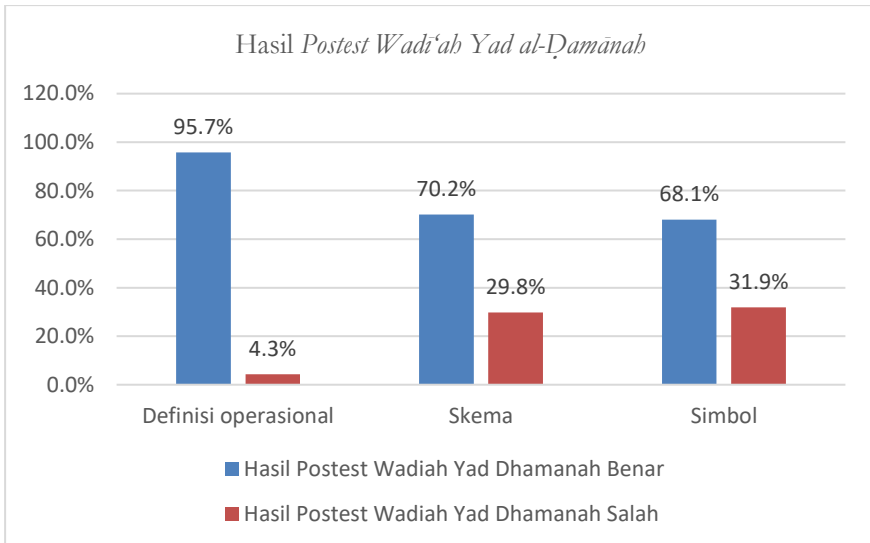
1	Pengetahuan mengenai pengertian WYD	14	29.8%	33	70.2%
2	Pengetahuan tentang skema WYD	13	27.7%	34	72.3%
3	Pengetahuan tentang simbol WYD	10	21.3%	37	78.7%



Tabel 2.

Hasil *Post-test* Eksperimen Semiotika Istilah Arab Akad *Wadi'ah Yad al-Damānah* (WYD) pada Produk Penghimpunan Dana Bank Syariah

No	Instrumen	Tingkat Pemahaman			
		Benar		Salah	
		Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
1	Pengetahuan tentang WYD	45	95.7%	2	4.3%
2	Pengetahuan tentang skema WYD	33	70.2%	14	29.8%
3	Pengetahuan tentang simbol WYD	32	68.1%	15	31.9%



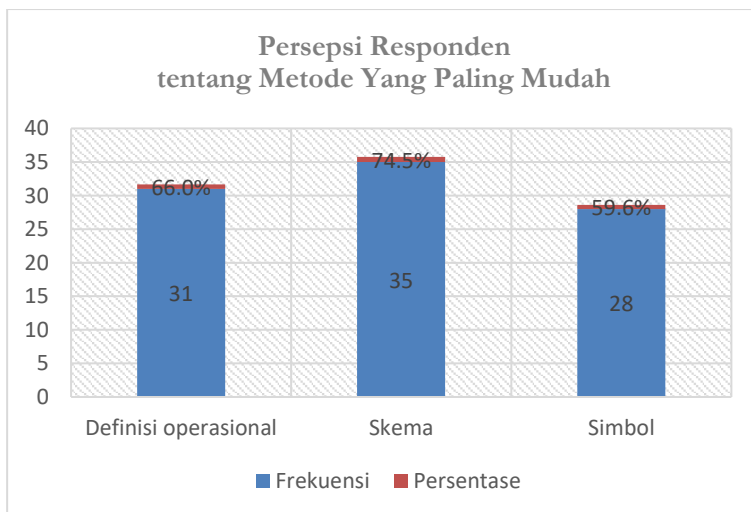
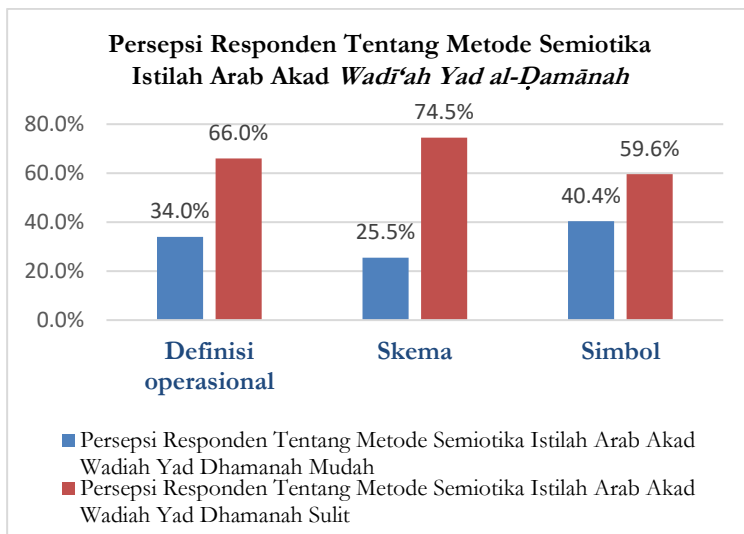
Data di atas menunjukkan bahwa setelah para responden diberikan pelatihan tentang pengertian *wadi'ah yad al-Ḍamānah*, pemahaman tentang skema dan simbol *wadi'ah yad al-Ḍamānah* maka kemampuan responden mengenai pengetahuan semiotika istilah Arab *wadi'ah yad al-Ḍamānah* pada bank syariah terdapat peningkatan. Hal ini dapat dilihat dari hasil *pretest* dan *posttest* yang telah diolah sebagaimana terlihat pada tabel 5 dan 6. Oleh karenanya, peran edukasi pihak bank syariah bagi masyarakat amatlah penting.⁵⁵

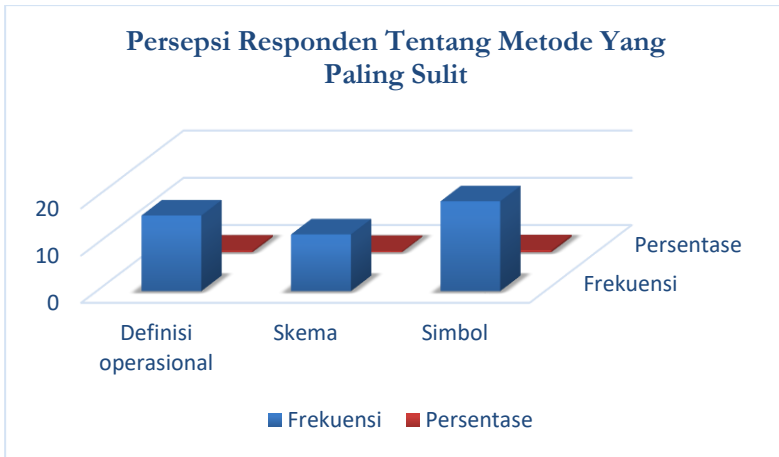
Temuan ini senada dengan pernyataan yang dingkapkan oleh Halim Alamsyah selaku Deputy Gubernur Bank Indonesia dalam Ceramah Ilmiah Ikatan Ahli Ekonomi Islam (IAEI), Milad ke-8 IAEI, 13 April 2012 dengan tema “Perkembangan dan Prospek Perbankan Syariah Indonesia: Tantangan dalam Menyongsong MEA 2015”. Salah satu strategi pengembangan bank syariah di Indonesia adalah dengan peningkatan promosi dan sosialisasi terhadap produk-produk bank syariah melalui metode yang mudah dipahami oleh masyarakat secara efektif.

⁵⁵ Hasil survei Bank Indonesia yang dilakukan di Jawa Barat mengungkapkan bahwa masyarakat yang belum menjadi nasabah bank syariah, kemudian diberi penjelasan tentang produk/jasa bank syariah mempunyai kecenderungan yang kuat untuk memilih bank syariah. Baca Hafidh Munawir, “Perencanaan Strategi Pengembangan Bank Syariah di Indonesia”, *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, Vol. 4, No. 1 (Agustus 2005), 45.

Tabel 3.
Analisis Persepsi Responden tentang Metode yang Paling Mudah

Metode	Mudah	Sulit
Definisi Operasional	16	31
Skema	12	35
Simbol	19	28





Berdasarkan data analisis *experimental research laboratory* yang telah dilakukan terhadap 47 responden tersebut maka dapat dijelaskan bahwa temuan penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Abdul Ghani yang menyatakan bahwa secara umum masyarakat Kota Yogyakarta lebih menginginkan penggunaan deskripsi *finance schema* yang dipaparkan dengan istilah berbahasa Indonesia dibandingkan dengan penggunaan *arabic terms* (istilah-istilah arab) dalam pemasaran dan sosialisasi produk-produk bank syariah.⁵⁶ Sedangkan pada penelitian ini menyatakan bahwa 19 (40.4%) responden menganggap pemahaman istilah Arab akad *wadi'ah yad al-damanah* pada produk penghimpunan dana bank syariah menggunakan metode simbol lebih mudah, dan 16 (34.0%) responden menganggap metode definisi operasional lebih mudah, serta 12 (25.5%) responden menganggap metode skema lebih mudah.

Temuan artikel ini dikuatkan oleh penelitian Kamaluddin Tajibu dan Syafriana,⁵⁷ Lia Kian,⁵⁸ dan Stephen W. Littlejohn dan Karen A.

⁵⁶ Abdul Ghani, "Konasi Masyarakat terhadap Penggunaan *Arabic Terms* dan Deskripsi *Finance Scheme* dalam Pemasaran Produk Bank Syariah (Analisa Pada Masyarakat Kota Yogyakarta)", *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, Vol. 2, No. 2 (Desember 2012), 164.

⁵⁷ Setelah mereka menganalisis data iklan kosmetik Wardah versi "kisah di balik cantik" untuk mencari makna pesan dakwah pada iklan kosmetik Wardah, mereka menyimpulkan bahwa petanda dan penanda dalam iklan Wardah versi kisah di balik cantik ditemukan berupa simbol-simbol yang bisa dimaknai sebagai *brand image* (citra produk) kosmetik Muslimah. Kamaluddin Tajibu dan Syafriana, "Pesan Dakwah pada Iklan Kosmetik Wardah "Sebuah Kajian Semiotika"", *Jurnal al-Khitabah*, Vol. 3, No. 1 (Juni 2017), 15.

Foss. Menurut Stephen W. Littlejohn dan Karen A. Foss semiotika atau penyelidikan simbol-simbol, membentuk tradisi pemikiran yang penting dalam teoriteori komunikasi. Tradisi semiotika terdiri atas sekumpulan teori tentang bagaimana tanda-tanda merepresentasikan benda, ide, keadaan, situasi, perasaan, dan kondisi di luar tanda-tanda itu sendiri. Penyelidikan tanda tidak hanya memberikan cara untuk melihat komunikasi, melainkan memiliki pengaruh kuat pada hampir semua perspektif yang sekarang diterapkan pada teori komunikasi.⁵⁹

Adapun alasan para responden menganggap pemahaman istilah Arab akad *wadi'ah yad al-damanah* pada produk penghimpunan dana bank syariah menggunakan metode simbol lebih mudah adalah karena simbol lebih simpel (sederhana), singkat, jelas dan padat sehingga mudah diingat karena dari tanda simbol masyarakat bisa mudah mengingat dan menjelaskannya. Hal ini senada dengan teorinya Ferdinand de Saussure yang menyatakan bahwa tanda merupakan suatu yang terkait dengan warna, isyarat, objek dan sebagainya yang mempresentasikan sesuatu yang lain selain dirinya dan teorinya Brunswik yang menyatakan bahwa rangsangan lingkungan menjadi terfokus lewat usaha perseptual manusia.

Penutup

Setelah dilakukan evaluasi terhadap hasil observasi lapangan, pengujian di dalam ruangan atau kelas, wawancara, *pre-test*, dan *post-test* untuk melihat hasil kemampuan pemahaman responden terhadap eksperimen semiotisasi istilah Arab pada akad *wadi'ah yad al-damanah* sebagai salah satu produk penghimpunan dana bank syariah maka dapat diketahui bahwa sebelum diberikan eksperimen pengetahuan mereka terhadap definisi operasional, skema dan simbol akad *wadi'ah yad al-damanah* sangat rendah karena jawaban yang benar tidak mencapai 30% sedangkan setelah dilakukan eksperimen pengetahuan responden meningkat signifikan dengan kenaikan mencapai 95.7%

⁵⁸ Lia Kian menyatakan bahwa pengembangan dan inovasi produk dan merupakan satu bagian dari fungsi *research* dan *development* serta *brand experience* yang mampu memberi wawasan yang intens pada masyarakat tentang produk syariah. Baca Lia Kian, "Shariah Compliance Untuk Pengembangan Inovasi Produk Perbankan Syariah di Indonesia", *Artikel*, <https://www.researchgate.net/publication/321197350> (2016), 12.

⁵⁹ Stephen W. Littlejohn dan Karen A. Foss, *Teori Komunikasi Edisi 9* (Jakarta: Salemba Humanika, 2009), 53. Syaifullah, "Analisis Semiotik", 24.

untuk kemampuan deskripsi pengertian *wadi'ah yad al-ḍamānah*, 70.2% untuk kemampuan deskripsi skema *wadi'ah yad al-ḍamānah*, dan 68.1% untuk kemampuan deskripsi simbol *wadi'ah yad al-ḍamānah*. Ketika dilakukan eksperimen, observasi dan interview mengenai metode apa yang mereka anggap mudah dalam memahami istilah Arab yang terdapat pada akad *wadi'ah yad al-ḍamānah*, mayoritas atau 19 (40.4%) responden berpendapat bahwa metode simbol paling mudah karena transformasi informasinya lebih simpel, padat dan jelas. Artikel ini menyimpulkan bahwa peran edukasi dan sosialisasi dari pihak perbankan syariah sangat diperlukan dalam rangka transfer *knowledge* kepada masyarakat awam akan esensi akad pada setiap produknya. Metode simbol melalui media tanda atau gambar kado dan pita ini kiranya dapat menjadi tawaran menarik sebagai modifikasi gaya baru dalam memahami istilah Arab yang terdapat pada akad *wadi'ah yad al-ḍamānah*. Penelitian eksperimental ini hanya sebagian kecil dari penelitian lanjutan tentang semiotika istilah Arab pada seluruh akad produk penghimpunan dana bank syariah yang dilakukan oleh penulis dan anggota tim penelitiannya.

Daftar Rujukan

- Adinugraha, Hendri Hermawan. "Simbolisasi dan Ikonisasi: Metode Alternatif Memahami *Arabic Terms* pada Produk Perbankan Syariah", *Jurnal Equilibrium*, Vol. 5, No. 1, 2017.
- Afif, Mufti. "Tabungan: Implementasi Akad *Wadi'ah* atau *Qard?* (Kajian Praktik *Wadi'ah* di Perbankan Indonesia)", *Jurnal Hukum Islam (JHI)*, Vol. 12, No. 2, Desember 2014.
- Ahmadi, Bagus. "Akad *Bay'*, *Ijarah* dan *Wadi'ah* Perspektif Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES)", *Jurnal Epistemé*, Vol. 7, No. 2, Desember 2012.
- Aisyah, Siti. "Penghimpunan Dana Masyarakat dengan Akad *Wadi'ah* dan Penerapannya pada Perbankan Syariah", *Jurnal Syari'ah*, Vol. V, No. 1, April 2016.
- Alamsyah, Halim. "Perkembangan dan Prospek Perbankan Syariah Indonesia: Tantangan dalam Menyongsong MEA 2015", Artikel, disampaikan dalam Ceramah Ilmiah Ikatan Ahli Ekonomi Islam (IAEI), Milad ke-8 IAEI, 13 April 2012.
- Al-Yozika, Ferlangga dan Khalifah, Nurul. "Pengembangan Inovasi Produk Keuangan dan Perbankan Syariah dalam

- Mempertahankan dan Meningkatkan Kepuasan Nasabah”, *Jurnal Edunomika*, Vol. 1, No. 2, Agustus 2017.
- Aminuddin. *Semantik: Pengantar Studi tentang Makna*. Bandung: Sinar Baru, 1988.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*. Jakarta: Gema Insani, 2001.
- Ascarya. *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Candrakusuma, Mushlih dan Ghozali, Mohammad. “Analisa Kritis Implementasi Akad Wadiah dalam Perbankan Syariah”, *EKSYPAR: Jurnal Ekonomi Syari'ah*, Vol. 3, No. 1, Juni 2016.
- Daulay, Aqwa Naser. “Faktor-faktor yang Berhubungan dengan Perkembangan Produk Tabungan Haji Perbankan Syariah di Indonesia”, *Jurnal Human Falah*, Vol. 4, No. 1, Januari-Juni 2017.
- Dewi, Gemala. *Aspek-aspek Hukum dalam Perbankan dan Perasuransiaan Syariah di Indonesia*. Jakarta: Kencana, 2007.
- Fatimah, Vidya. “Pengaruh Perkembangan Jumlah Tabungan dan Bagi Hasil terhadap Jumlah Pembiayaan yang Diberikan oleh Perbankan Syariah di Sumatra Utara”, *Jurnal Ilman*, Vol. 5, No. 1, Februari 2017.
- Ghani, Abdul. “Konasi Masyarakat terhadap Penggunaan *Arabic Terms* dan Deskripsi *Finance Scheme* dalam Pemasaran Produk Bank Syariah (Analisa Pada Masyarakat Kota Yogyakarta)”, *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, Vol. 2, No. 2, Desember 2012.
- Hafidz MS, AM. M. “Keterlekatan Sosial Inovasi Produk Bank Syariah di Indonesia”, *Jurnal Hukum Islam (JHI)*, Vol. 13, No. 2, Desember 2015.
- Harahap, Sofyan Syafri dkk. *Akuntansi Perbankan Syariah*. Jakarta: LPEE Usakti, 2010.
- Harisah, Afifah dan Masiming, Zulfitri. “Persepsi Manusia terhadap Tanda, Simbol dan Spasial”, *Jurnal SMARTek*, Vol. 6, No. 1, Februari 2008.
- Hoed, Benny H. *Semiotik dan Dinamika Sosial Budaya*. Jakarta: Komunitas Bambu, 2011.
- Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011.
- Karim, Adiwarmanto Azhar. *Bank Islam, Analisis Fiqh, dan Keuangan*. Jakarta: IIT Indonesia, 2003.
- Kuangan, Otoritas Jasa. *Statistik Perbankan Syariah November 2017*. Jakarta: Departemen Perizinan dan Informasi Perbankan, t.th.

- Kian, Lia. “Shariah Compliance Untuk Pengembangan Inovasi Produk Perbankan Syariah di Indonesia”, *Artikel*, <https://www.researchgate.net/publication/321197350> (2016).
- Kurniawati, Desi. “Analisis Penerapan Akuntansi Perbankan Syariah dalam Pengakuan Pendapatan atas Pembiayaan *Murabahah* (Studi Kasus Pada Bank BTN Syariah Pusat)”, *Online Journal Systems UNPAM*, Vol. 1, No. 1, 2016.
- Littlejohn, Stephen W. dan Foss, Karen A. *Teori Komunikasi Edisi 9*. Jakarta: Salemba Humanika, 2009.
- Mardani. *Fiqh Ekonomi Syariah*. Jakarta: Kencana, 2012.
- Munawir, Hafidh. “Perencanaan Strategi Pengembangan Bank Syariah di Indonesia”, *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, Vol. 4, No. 1, Agustus 2005.
- Munthe, Safaruddin. “Implementasi Prinsip Ekonomi Syariah dalam Peraturan Perbankan Syariah sebagai Pencapaian dalam Hukum Islam”, *Jurnal Ilmiah “Advokasi”*, Vol. 5, No. 1, Maret 2017.
- Murdadi, Bambang. “Menguji Kesyariahan Akad Wadiah Pada Produk Bank Syariah”, *Jurnal Maksimum*, Vol. 5, No. 1, Februari 2016.
- Musolin, Muhlis. “Konsep *Wadiah* sebagai Produk Perbankan Syariah dalam Perspektif Fiqh Muamalah”, *An-Nawa: Jurnal Hukum Islam*, Vol XVIII, Januari-Juni 2016.
- Nofinawati. “Akad dan Produk Perbankan Syariah”, *Jurnal Fitrah*, Vol. 8, No. 2, Juli-Desember 2014.
- Pengembangan Perbankan Syariah Institut Bankir Indonesia, Tim. *Konsep Produk dan Implementasi Operasional Bank Syariah*. Jakarta: Djambatan, 2003.
- Pramana, Dian. “Analisis Komparatif Perhitungan Bonus antara Produk Tabungan (Suku Bunga) dan Tabungan *Mudharabah* Serta Tabungan *Wadiah*”, *Jurnal Akuntansi UNESA*, Vol. 2, No. 1, 2013.
- Rafsanjani, Haqiqi. “Akad *Tabarru’* dalam Transaksi Bisnis”, *Masyarif al-Syari’ah: Jurnal Perbankan Syariah*, Vol. 1, No. 1, Mei 2016.
- Sabiq, Sayid. *Fiqh Sunnah 13*. Bandung: PT Alma’arif, 1987.
- Saputra, M. Nasyah Agus. “Kegiatan Usaha Perbankan Syariah di Indonesia”, *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol. 2, No. 1, 2017.
- Sari, Diah Lukita. “Analisis Semiotika Logo Ades”, *Parivara IITKP The School of Advertising*, No. 2, Vol. XI, 2015.

- Setyanto, A. Eko. “Memperkenalkan Kembali Metode Eksperimen dalam Kajian Komunikasi”, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 3, No. 1, 2005.
- Sobur, Alex. *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001.
- Subandi. “Problem dan Solusi Pengembangan Perbankan Syariah Kontemporer di Indonesia”, *al-Tabrir: Jurnal Pemikiran Islam*, Vol. 12, No. 1, Mei 2012.
- Sumitro, Warkum. *Asas-asas Perbankan Islam dan Lembaga Terkait*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1996.
- Suparno. “Persepsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala terhadap Perbankan Syariah sebagai Lembaga Keuangan Syariah”, *Jurnal Telaah dan Riset Akuntansi*, Vol. 2, No. 1, Januari 2009.
- Susila, Jaka. “*Fiduciary* dalam Produk-produk Perbankan Syariah”, *al-Abkam: Jurnal Ilmu Syari’ah dan Hukum*, Vol. 1, No. 2, 2016.
- Suwandi dan Hidayah, Khoirul. “Prinsip *Ibabah* sebagai Solusi Hukum terhadap Kelemahan Prinsip *Wadi’ah* dan *Mud’arabah* dalam Undang-undang Perbankan Syari’ah”, *Asy-Syir’ab: Jurnal Ilmu Syari’ah dan Hukum*, Vol. 48, No. 1, Juni 2014.
- Syaifullah, Jahid. “Analisis Semiotik tentang Kekuasaan dan Maskulinitas pada Tampilan Website Gudang Garam Pria Punya Selera”, *Jurnal Informa Politeknik Indonusa Surakarta*, Vol. 1, No. 3, 2016.
- Tajibu, Kamaluddin dan Syafriana. “Pesan Dakwah pada Iklan Kosmetik Wardah “Sebuah Kajian Semiotika””, *Jurnal al-Khitabah*, Vol. 3, No. 1, Juni 2017.
- Ulum, Fahrur. “Inovasi Produk Perbankan Syariah di Indonesia”, *Jurnal al-Qānūn*, Vol. 17, No. 1, Juni 2014.
- Utama, Satria dan Handini, Putri Ega. “Inovasi Produk Penghimpunan Dana Perbankan Syariah (Studi Kasus Tabungan Arisan BPRS Madina)”, *The 5th URECOL Proceeding*, 18 February 2017 UAD, Yogyakarta.
- Wahab, M. Husein A. “Simbol-simbol Agama”, *Jurnal Substantia*, Vol 12, No. 1, April 2011.
- Waluya, Atep Hendang. “Hakikat *al-Wadi’ah al-Masbrifiyyah*”, *Journal of Islamic Economics Lariba*, Vol. 3, No. 2, 2017.

Waluyo, Agus. “Kepatuhan Bank Syariah terhadap Fatwa Dewan Syariah Nasional Pasca Transformasi ke dalam Hukum Positif”, *Inferensi: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, Vol. 10, No. 2, Desember 2016.

Zuhaylī (al), Wahbah. *al-Fiqh al-Islāmī wa Adillatuh*, Vol. 5. Kairo: Dār al-Fikr, 1985.