

**KONSEP HADIAH DALAM PRODUK PERBANKAN SYARIAH
PERSPEKTIF FATWA DEWAN SYARI'AH NASIONAL DAN
APLIKASINYA DIPERBANKAN SYARIAH**

Ryan Yusuf Pradana¹ & Nur Kholis²

¹ Universitas Islam Indonesia, Jl. Kaliurang Km. 14.5 Sleman Yogyakarta 55584 Indonesia,

² Universitas Islam Indonesia, Jl. Kaliurang Km. 14.5 Sleman Yogyakarta 55584 Indonesia

Info Artikel	DOI : 10.20885/tullab.vol6.iss1.art6
<i>Artike History</i>	E-mail Address
Received: May 21, 2024 Accepted: May 22, 2024 Published: May 26, 2024	22913059@students.uii.ac.id nurkholis@uui.ac.id
ISSN: 2685-8924	e-ISSN: 2685-8681

ABSTRAK

Persaingan perbankan syariah dengan perbankan konvensional mengakibatkan perbankan syariah harus berinovasi dalam menarik nasabah untuk menyimpan dana pada perbankan syariah. Salah satu bentuk inovasi yang dilakukan oleh perbankan syariah adalah dengan melakukan inovasi atas produk yang mereka tawarkan, salah satunya adalah dengan produk perbankan berhadiah. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis terkait dengan konsep hadiah dalam produk perbankan syariah perspektif fatwa DSN-MUI serta menganalisis contoh penerapan produk ini pada perbankan syariah. Metode penelitian dalam penelitian ini menggunakan jenis kepustakaan dengan pendekatan hukum normative. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan studi kepustakaan dengan menggunakan sumber data sekunder. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konsep hadiah dalam produk perbankan syariah berdasarkan fatwa DSN-MUI haruslah mengikuti ketentuan ketentuan serta jenis jenis produk perbankan syariah yang diperbolehkan untuk memberikan hadiah. Adapun pengaplikasian produk perbankan syariah berhadiah ini telah dilakukan di beberapa perbankan syariah salah satunya Bank Muamalat Indonesia KCP Parepare.

Kata kunci : *Hadiah, Perbankan, Fatwa, DSN*

A. PENDAHULUAN

Sistem perbankan Islam saat ini sedang diterapkan di beberapa negara-negara salah satunya Indonesia, dan juga sudah menjadi proyek utama dalam membuka gerbang masa depan perbankan Islam di dunia. Hal ini terbukti bahwa telah berdirinya Lembaga keuangan Islam yang dimana di negara maju tersebut agama Islam merupakan agama minoritas, seperti halnya di Amerika Serikat, Inggris, Australia dan Prancis. Hal yang menyebabkan negara-negara tersebut mengadopsi sistem keuangan Islam adalah karena ketertarikan terhadap produk-produk dan layanan yang ada di perbankan syariah. Namun pada saat ini yang menjadi tantangan dalam dunia perbankan syariah adalah mengembangkan produk layanan yang sesuai dengan syariah (Masruron & Pancor, 2022).

Di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir perbankan syariah menunjukkan hasil yang baik dengan mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan. Berdasarkan data yang diperoleh dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) perbankan syariah memiliki aset yang terus mengalami pertumbuhan. Pada tahun 2020 nilai keuangan dari perbankan syariah mencapai sekitar Rp. 802,26 triliun atau berkembang sebesar 15,63% (yoy) diikuti juga kinerja dari perbankan syariah dalam beberapa indikator memperlihatkan performa yang lebih unggul dibandingkan dengan perbankan konvensional dimana pada tahun 2022 perbankan konvensional hanya mendapatkan pertumbuhan aset sebesar 9,50% (yoy) (Otoritas Jasa Keuangan, 2022)

Saat ini perbankan syariah dapat dijadikan sebagai salah satu lembaga keuangan yang memberikan solusi kepada masyarakat dalam bertransaksi keuangan yang sesuai dengan landasan agama Islam, terlebih lagi Indonesia merupakan negara yang memiliki mayoritas penduduknya yang beragama Islam. Hal ini menjadikan perbankan syariah semakin dilirik oleh masyarakat Indonesia (Marimin & Romdhoni, 2017). Namun disisi lain Lembaga perbankan di Indonesia masih menganut dua sistem yakni perbankan konvensional dan perbankan syariah, dalam kegiatannya perbankan syariah menjalankan sistem bunga dan sistem *profit oriented*. Berbanding terbalik dengan perbankan syariah menggunakan sistem mudharabah, sistem keuntungan dan sistem fahalah (Paramitha, 2018)

Dengan masih menganut dua sistem tersebut menimbulkan persaingan ketat antara perbankan syariah dengan konvensional, hal ini menjadikan kesempatan bagi perbankan syariah untuk mampu bertahan dalam industri perbankan di Indonesia. Maka dari itu agar

mampu bersaing dengan perbankan konvensional, perbankan syariah perlu melakukan pengembangan terhadap produk produk yang ditawarkan kepada masyarakat sehingga dengan itu eksistensi perbankan syariah di Indonesia akan mengungguli perbankan konvensional (Hardi, 2019). Karena itu perbankan syariah harus membuat berbagai inovasi terkait dengan pengembangan produk produk supaya nasabah tertarik dengan produk tersebut. Salah satu dari inovasi produk yang dilakukan oleh perbankan adalah dengan memberikan hadiah kepada nasabah, hadiah ini diberikan apabila nasabah bersedia membuka rekening tabungan di perbankan syariah.

Adapun dalam perbankan syariah, ada kesepakatan mengenai berbagai barang yang dijual, yang biasanya disebut sebagai akad. Dalam perbankan syariah terbanyak banyak akad yang digunakan salah satunya adalah akad mudharabah, dimana pada umumnya akad mudharabah ini adalah akad yang berupa bagi hasil berupa nisbah yang telah ditentukan setiap bulannya. Akan tetapi pada kasus lain terdapat produk perbankan yang memberikan nisbah dan hadiah diawal sebanding dengan keinginan tanpa diundi. Hadiah yang didapat berbentuk *reward* untuk deposit dari sebuah bank karena telah mengedepankan dana nya dalam waktu yang telah disepakati (Ulum, 2014)

Produk perbankan dengan sistem hadiah pada perbankan syariah semakin marak, seperti produk tabungan dengan sistem cashback atau poin reward ataupun hadiah dalam bentuk lain yang bisa ditukarkan dengan barang. Semakin ketatnya persaingan antara lembaga perbankan sehingga harus berinovasi dalam menciptakan produk yang menarik nasabah, dan dalam hal ini produk yang bagus menjadikan sebuah keunggulan bagi suatu perbankan (Sari, 2012). Beberapa penelitian telah dilakukan untuk menganalisis strategi pemasaran produk tabungan berhadiah di perbankan syariah (Bachtiar & Mallongi, 2021). Selanjutnya perbankan syariah dalam membuat inovasi produk produk perbankannya, tentunya harus diawasi dan memiliki Lembaga hukum khusus untuk memberikan izin penerapan produk tersebut. Dalam hal ini perbankan syariah memiliki beberapa Lembaga hukum dalam mengawasi antara lain seperti OJK, DPS, DSN dan lembaga-lembaga terkait (Prabowo & Jamal, 2017)

Kemudian peran lembaga lembaga tersebut yakni dalam mengatur berbagai peraturan serta perizinan terkait dengan operasi dari perbankan syariah, tidak terkecuali dalam inovasi produk perbankan syariah. Maka dari itu penelitian ini penting dilakukan

untuk mengetahui bagaimana konsep hadiah dalam perbankan syariah yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Dan juga lembaga pengawas perbankan syariah juga harus membuat ketentuan-ketentuan sehingga dapat dijadikan sebagai pedoman dalam pelaksanaannya. Hal ini bertujuan untuk terlepas dari transaksi ataupun kegiatan yang tidak dibenarkan dalam agama Islam seperti merugikan orang lain sehingga menyebabkan harta yang diperoleh menjadi tidak halal.

Berdasarkan penelusuran pustaka, penelitian yang membahas secara komprehensif tentang konsep hadiah dalam produk perbankan syariah berperspektif fatwa DSN MUI masih belum banyak diteliti. Penelitian terkait perbankan syariah banyak dilakukan, namun sebagian besar membahas produk dan mekanisme transaksi syariah, belum spesifik mengkaji perspektif fatwa tentang konsep hadiah. Padahal praktik pemberian hadiah dalam pemasaran produk bank syariah banyak diterapkan. Penelitian terkait praktik ini dalam perspektif fatwa DSN sangat penting belum dilakukan untuk memastikan kepatuhan syariah konsep hadiah. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah menganalisis secara komprehensif konsep hadiah dalam produk perbankan syariah berdasarkan fatwa-fatwa terkait serta merumuskan kaidah penerapan konsep hadiah yang sesuai prinsip syariah agar dapat menjadi acuan untuk industri perbankan. Studi ini diharapkan dapat mengisi gap yang belum diteliti sebelumnya.

Adapun salah satu penelitian yang pernah dilakukan oleh (Mujibno & Ulfa Nur Sakinah, 2023). Dalam penelitian ini mengemukakan bahwa terkait dengan pemberian hadiah yang diterapkan oleh salah satu perbankan yakni BMI KCP Sumenep Menyerahkan hadiah dalam bentuk produk kepada para nasabah yang menggunakan layanan Tabungan Hijrah Prima secara langsung. Sehingga menurut fatwa DSN MUI memperbolehkan pemberian hadiah tersebut yang dimana hal tersebut sesuai dengan fatwa yang telah dikeluarkan.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh (Ali, 2021) tentang Kajian Fatwa DSN MUI Nomor 01/DSN-MUI/IV/2000 Terhadap Penerapan Akad Wadiah Yad Dhamanah dalam Program Si Mantab. Temuan dari studi tersebut mengindikasikan bahwa penerapan akad wadiah yad dhamanah pada produk Tabungan Si Mantab belum keseluruhan sejalan dengan ketetapan Islam yang telah diatur, dimana lembaga keuangan masih mengiming-imingi imbalan di awal perjanjian akan tetapi dalam hal pemberian bonus atau hadiah itu

belum diterapkan sesuai dengan peraturan yang telah di keluarkan oleh DSN-MUI. Berdasarkan kedua penelitian tersebut penulis berharap pada penelitian ini dapat memberikan gambaran utuh serta pedoman konkrit bagi bank syariah terkait penerapan konsep hadiah yang sudah sejalan dengan fatwa sebagai landasan pengambilan keputusan. Hasil penelitian juga diharapkan dapat memperkuat regulasi terkait aspek hadiah pada produk perbankan syariah di Indonesia.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian hukum yang mengacu pada pendekatan Normatif atau Doktrinal. Pendekatan normatif adalah pendekatan yang mempertimbangkan manfaat dan dampak dari hadiah dalam produk perbankan syariah dengan menggunakan teori fiqh muamalah dan fatwa DSN-MUI. Penelitian hukum normatif atau studi literatur adalah jenis penelitian yang difokuskan pada analisis peraturan tertulis atau dokumen hukum lainnya. Studi ini bersifat kepustakaan, di mana data diperoleh dari sumber sekunder (Bambang Waluyo, 2008)

Metode pengumpulan data hukum normative yang dilakukan dengan studi kepustakaan terhadap bahan hukum yakni menggunakan data sekunder. Penelusuran terhadap sumber sumber data yang nantinya digunakan dalam penelitian. Adapun penelusuran data tersebut dilakukan dengan membaca, mendengar dan melihat maupun penelusuran yang didapat melalui media internet atau website.

Adapun analisis data melibatkan sejumlah kegiatan, termasuk pengkategorian, pengorganisasian, dan pengumpulan data yang bertujuan untuk mendapatkan jawaban atas masalah penelitian (Moh Kasiram, 2008). Data yang terkumpul akan diolah dalam pembahasan menggunakan metode deskriptif normatif, yang melibatkan pengumpulan data, penyajian data dari berbagai sumber seperti buku dan jurnal, serta penarikan kesimpulan. Data yang dianalisis bersumber dari dokumentasi dan studi pustaka. Selanjutnya, data akan disusun dalam bentuk tulisan hasil catatan untuk mengeksplorasi konsep hadiah dalam berbagai produk perbankan syariah, dengan mengacu pada fatwa DSN MUI Nomor 86/DSN-MUI/XII/2012.

C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Konsep Hadiah dalam Produk Perbankan Syariah Menurut Fatwa DSN MUI

Hadiah (*hadiyah*) pemberian yang mengandung sukarela dan tidak mengandung ikatan tertentu, yang bertujuan untuk memelihara kesetiaan nasabah kepada lembaga keuangan syariah. Terdapat beberapa literatur yang menjelaskan terkait istilah yang serupa dengan hadiah juga, seperti imbalan, ‘athaya dan bonus. Hadiah disebutkan oleh para ulama sebagai objek pemberian dari salah satu pihak (LKS) kepada pihak lain (nasabah) sebagai bentuk penghargaan, dan identic menggunakan akad hibah. Namun ada perbedaan antara hadiah dan bonus pada penerapannya di perbankan saat ini, akan tetapi saling berkaitan (Mubarok et al., 2016).

Hadiah dapat diartikan sebagai suatu perjanjian pengalihan kepemilikan dari seseorang kepada pihak lain pada masa hidupnya, tanpa mengharapkan ganti atau kompensasi apapun. Terkait dengan penjelasan hadiah adapun salah satu lembaga regulator yang mengatur terkait produk produk yang ada di lembaga keuangan syariah (Zaenal Arifin, 2021). Dewan Syariah Nasional, sebagai badan pengatur dan penegak prinsip-prinsip syariah dalam lembaga keuangan syariah di Indonesia, didirikan untuk mengakomodasi keinginan umat Islam terkait ekonomi dan untuk mendorong penerapan ajaran Islam dalam aspek keuangan sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam.(DSN MUI, 2024)

Dewan Syariah Nasional bertanggung jawab sebagai regulator produk keuangan syariah untuk mengurangi perbedaan pandangan dan persepsi terhadap produk-produk keuangan syariah yang dipersembahkan kepada masyarakat. (Abdul Mujib, 2017). Salah satu bagian dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) adalah Dewan Syariah Nasional (DSN). DSN terdiri dari ulama, praktisi, dan pakar muamalah syariah yang ditunjuk dan diangkat oleh MUI. DSN membantu lembaga terkait, seperti Departemen Keuangan, Bank Indonesia, dan lainnya, dalam merumuskan peraturan atau peraturan untuk lembaga keuangan syariah. Masa jabatan DSN sama dengan masa jabatan pengurus MUI pusat, yaitu 5 (lima) tahun. (Rafsanjani, 2021)

Produk-produk yang dihasilkan dari fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) yang menjadi acuan dalam perbankan syariah telah diperkuat oleh Bank Indonesia (BI) melalui penerbitan Peraturan Bank Indonesia Nomor 10/17/PBI/2008 mengatur tentang produk

perbankan syariah dan unit usaha syariah. Dalam peraturan ini, terdapat ketentuan mengenai regulasi, perizinan, dan pengawasan produk perbankan syariah. Khususnya pada Pasal 2 Bab II, disebutkan bahwa bank harus melaporkan rencana produk baru kepada BI agar produk tersebut dapat dianggap sah dan memenuhi syarat. Namun, kewajiban pelaporan seperti ini belum sepenuhnya diterapkan di lembaga keuangan syariah lain selain bank.

Salah satu fatwa yang dikeluarkan oleh Dewan Syariah Nasional- Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) adalah fatwa DSN MUI No: 86/DSN-MUI/XII/2012. Yang melatar belakangi difatwakan terkait hadiah dalam penghimpunan dana lembaga keuangan syariah adalah DSN-MUI melihat bahwa dalam praktik penghimpunan dana, lembaga keuangan syariah sering memberikan hadiah kepada nasabah sebagai strategi pemasaran untuk menarik minat masyarakat, sehingga pemberian hadiah ini perlu diatur agar tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah dan tidak menimbulkan keraguan di masyarakat. Sebelumnya belum ada fatwa yang secara khusus mengatur tentang hadiah dalam penghimpunan dana di lembaga keuangan syariah.

Dan juga DSN-MUI mempertimbangkan bahwa hadiah dalam penghimpunan dana lembaga keuangan syariah merupakan salah satu strategi pemasaran yang dibolehkan dalam Islam. Namun, pemberian hadiah tidak boleh mengarah kepada praktik maysir (perjudian) atau gharar (ketidakpastian) yang dilarang dalam syariah dan hadiah yang diberikan harus memenuhi prinsip-prinsip syariah, seperti keadilan, kejelasan, dan tidak menimbulkan kemudharatan. Maka dari itu diperlukan adanya batasan dan aturan yang jelas agar praktik pemberian hadiah tidak disalahgunakan atau menimbulkan keraguan di masyarakat. Adapun dalam QS. An-Nisa ayat 4 menjelaskan bahwa pemberian hadiah juga di anjurkan sehingga hukum dari hadiah ini merupakan hal yang mubah:

وَأَتُوا النِّسَاءَ صَدُقَاتِهِنَّ نِحْلَةً فَإِنْ طِبْنَ لَكُمْ عَنْ شَيْءٍ مِنْهُ نَفْسًا فَكُلُوهُ هَنِيئًا مَرِيئًا

Berikanlah mahar kepada wanita yang kamu nikahi sebagai ungkapan kerelaanmu. Jika mereka dengan sukarela memberikan sebagian dari mahar itu kepada kamu, terimalah dengan senang hati dan nikmatilah pemberian itu dengan gembira.

Berdasarkan dalil diatas menjelaskan bahwa dalam ayat ini, kata "*nihlatan*" yang berarti "pemberian" atau "hadiah" merujuk pada mahar atau maskawin yang diberikan oleh suami kepada istri saat menikah. Ayat ini memerintahkan untuk memberikan mahar kepada istri dengan penuh kerelaan dan keikhlasan. Meskipun ayat ini secara spesifik membahas tentang mahar dalam konteks pernikahan, namun prinsip-prinsip yang terkandung di dalamnya dapat diterapkan secara umum dalam pemberian hadiah, yaitu harus didasari keikhlasan, kerelaan, serta membawa kebaikan dan keberkahan bagi pihak yang memberi dan menerima hadiah.

Aplikasi Hadiah dalam Produk Perbankan Syariah

1. Produk Perbankan Syariah yang Menggunakan Hadiah

Hadiah merupakan komponen penting dalam strategi promosi atau pemasaran produk, termasuk dalam industri keuangan syariah. Dalam upaya meningkatkan daya saing dan menarik minat masyarakat, industri perbankan syariah di Indonesia menerapkan strategi pemasaran dengan memberikan hadiah kepada nasabah. Pemberian hadiah ini dilakukan pada beberapa produk penghimpunan dana maupun produk pembiayaan yang ditawarkan oleh bank syariah. Berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh DSN Nomor 86/DSN-MUI/XII/2012, praktik pemberian hadiah kepada nasabah oleh lembaga keuangan syariah diperbolehkan selama memenuhi ketentuan dan batasan yang telah diatur dalam fatwa tersebut. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Mubarok et al., 2016) terdapat beberapa produk perbankan dan lembaga keuangan syariah lainnya yang telah menggunakan hadiah sebagai promosinya kepada nasabah, antara lain yaitu:

1. Undian adalah proses penentuan penerima hadiah, biasanya dilakukan untuk pemilik dana pihak ketiga yang memiliki tabungan, deposito, atau giro dengan jumlah dan jangka waktu tertentu. Pemenang undian berkesempatan mendapatkan hadiah materiil seperti umrah, kendaraan roda empat, atau roda dua.
2. Gimmick atau hadiah langsung adalah hadiah yang diberikan oleh bank kepada setiap individu yang membuka rekening tabungan, deposito, atau giro baru. Jenis hadiah ini biasanya berupa barang-barang non-materiil seperti payung, pulpen, topi, atau kaos.

3. Individual merujuk pada hadiah yang diberikan oleh bank kepada nasabah spesifik yang diminta untuk menempatkan dana mereka di bank. Hadiah ini umumnya bersifat materiil.
4. Bonus atau athaya adalah istilah untuk hadiah yang diberikan oleh bank kepada nasabah yang menyetor dana mereka di bank, dalam bentuk tabungan atau giro wadiah. Umumnya, bonus ini bersifat non-materiil.
5. Diskon adalah bentuk hadiah yang diberikan oleh bank kepada nasabah sebagai potongan dari jumlah pembayaran karena membayar lebih awal dari jatuh tempo. Dari sudut pandang bank, diskon ini adalah pengurangan atau penghapusan sebagian dari hak.

Adapun dalam penerapan di lembaga keuangan lain terkait dengan produk hadiah ini telah diterapkan pada lembaga keuangan syariah lainnya, seperti Baitul Maal Wat Tamwil (BMT). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Ainol Yaqin, 2020) dan juga (Rohmah & Fauzi, 2021) pemberian hadiah pada salah satu BMT NU Situbondo, pihak BMT memiliki produk hadiah sajadah dengan bentuk wadiah yakni simpanan berjangka, dimana deposit menerima *reward* langsung tidak melalui undian, sejalan dengan jumlah nominalnya, dan dapat ditarik dalam jangka waktu tertentu sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Namun pihak BMT mengalami permasalahan dalam pemberian hadiah ini. Namun dalam produk hadiah yang di terapkan dalam BMT NU Situbondo ini terdapat ketentuan khusus dan prosedur yang harus diikuti oleh nasabah dan menyepakati dengan deposit minimum dan periode tertentu. Adapun produk ini merupakan jenis tabungan berjangka memungkinkan nasabah untuk menarik uang yang disimpan hanya pada akhir periode atau pada saat jatuh tempo simpanan. Dan juga hadiah yang didapat nasabah beragam tergantung dengan jumlah deposit yang disetorkan pada awal waktu dan nantinya akan disesuaikan dengan barang yang akan diberikan kepada nasabah sebagai hadiah.

2. Mekanisme Pemberian Hadiah dalam Produk Perbankan Syariah

Berdasarkan fatwa DSN No. 86/DSN-MUI/XII/, terdapat beberapa jenis jenis produk perbankan syariah yang memberikan hadiah antara lain yakni seperti tabungan,

deposito, giro, wadiah, mudharabah dan lainnya. Adapun ketentuan hukum terkait dengan pemberian hadiah ini LKS diizinkan untuk menyajikan atau memberikan hadiah sebagai bagian dari promosi produk pengumpulan dana, dengan mematuhi ketentuan yang tercantum dalam fatwa DSN Nomor 86/DSN-MUI/XII/2012.

Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) Nomor 86/DSN-MUI/XII/2012 tentang Hadiah dalam Penghimpunan Dana Lembaga Keuangan Syariah juga menjelaskan ketentuan-ketentuan terkait pemberian hadiah. Dalam fatwa tersebut disebutkan bahwa hadiah promosi yang diberikan oleh Lembaga Keuangan Syariah (LKS) kepada nasabah harus berbentuk barang atau benda yang berwujud nyata (haqiqi) maupun benda yang berwujud tidak nyata (hukmi), atau dalam bentuk jasa, dan ini diperbolehkan (mubah/halal). Jika dalam akad wadiah, LKS dapat memberikan hadiah tersebut kepada nasabah sebelum akad wadiah terjadi. Adapun syarat-syarat yang ditetapkan oleh LKS kepada nasabah agar dapat menerima hadiah tersebut harus tidak mengandung unsur-unsur yang tidak diperbolehkan dan tidak sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Kemudian, selain dari ketentuan terkait dengan hadiah promosi dan wadiah dalam fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) No. 86/DSN-MUI/XII/2012 ini juga menjelaskan terkait dengan ketentuan hadiah dalam simpanan DPK (Dana yang dihimpun dari masyarakat) dalam ketentuan ini LKS Boleh memberikan insentif untuk simpanan nasabah dengan memenuhi beberapa syarat yang tercantum dalam fatwa fatwa No. 86/DSN-MUI/XII/2012 yakni pertama, hadiah tersebut tidak diperjanjikan kepada nasabah oleh pihak LKS, sesuai dengan Fatwa DSN-MUI Nomor: 01/DSN-MUI/IV tahun 2000 tentang Giro, dan Nomor: 02/DSN-MUI/IV tahun 2000 tentang Tabungan. Kedua, Transaksi tidak boleh melibatkan praktik riba yang tersembunyi. Selain itu, tidak boleh menjadi kebiasaan atau norma (urf).

3. Kesesuaian Praktik Pemberian Hadiah dengan Fatwa Dewan Syariah Nasional

Sebagai lembaga keuangan yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah, perbankan syariah di Indonesia harus senantiasa memastikan kegiatan operasionalnya, termasuk praktik pemberian hadiah, telah sesuai dengan ketentuan dan fatwa yang dikeluarkan oleh Dewan Syariah Nasional (DSN). Fatwa DSN merupakan pedoman dan landasan hukum bagi industri keuangan syariah dalam menjalankan kegiatan usahanya

agar tetap berada dalam koridor syariah. Salah satu fatwa Aturan terkait pemberian hadiah kepada nasabah oleh lembaga keuangan syariah diatur dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 86/DSN-MUI/XII/2012 tentang Hadiah dalam Penghimpunan Dana Lembaga Keuangan Syariah. Fatwa ini menjadi acuan bagi perbankan syariah dalam menerapkan strategi pemasaran melalui pemberian hadiah kepada nasabah.

Adapun seperti contoh praktik yang telah di paparkan sebelumnya terkait dengan produk perbankan dengan pemberian hadiah, seperti yang di lakukan oleh perbankan syariah dengan berbagai metode pemberian hadiah yakni dengan undian, hadiah langsung, hadiah berupa bonus dan berbagai bentuk lainnya. Berdasarkan salah satu penelitian yang dilakukan oleh (Setiawan et al., 2019) pada salah satu lembaga perbankan syariah yakni Bank Muamalat Indonesia KCP Parepare, dimana pada penelitian tersebut menjelaskan bahwa praktik pemberian hadiah yang di lakukan oleh BMI merupakan suatu metode yang digunakan bank untuk meningkatkan loyalitas nasabah dan meningkatkan sertifikasi produk, namun pemberian hadiah yang dilakukan oleh BMI dengan cara tidak diundi melainkan diberikan secara langsung kepada nasabah. Produk perbankan yang digunakan BMI dalam memberikan hadiah ini adalah pada produk tabungan yakni tabungan prima hadiah dan tabungan berencana hadiah.

Kemudian kesesuaian praktik pemberian hadiah yang dilakukan oleh BMI telah memenuhi dari Aturan-aturan yang termuat dalam Fatwa Nomor 86/DSN-MUI/XII/2012 yang mengatur ketentuan-ketentuan terkait pemberian hadiah oleh lembaga keuangan syariah kepada nasabahnya. Adapun kesesuaian tersebut berupa, pertama bentuk hadiah yang diberikan Bank Muamalat Indonesia (BMI) kepada nasabah merupakan bentuk balas jasa bank untuk meningkatkan loyalitas nasabah. Hadiah yang diberikan berupa barang, bukan uang tunai, sesuai dengan ketentuan bentuk hadiah dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 86/DSN-MUI/XII/2012.

Selanjutnya berkaitan dengan jenis hadiah yang diberikan, hadiah dapat berupa benda berwujud seperti smartphone, TV, laptop, motor, hingga mobil. Bentuk hadiah yang diberikan kepada nasabah disesuaikan dengan proporsi dana yang disimpan atau diinvestasikan oleh nasabah tersebut. Kemudian penggunaan akad yang digunakan dalam pemberian hadiah oleh BMI adalah akad mudharabah, hadiah diberikan setelah akad itu sudah disetujui oleh kedua pihak, selain mendapat hadiah nasabah juga memperoleh bagi

hasil dari akad yang digunakan. BMI juga memberikan beberapa syarat kepada nasabah untuk memperoleh hadiah, dimana persyaratan yang diberikan tidak melanggar dan menjurus ke praktik riba. Dalam menentukan penerima hadiah, pihak BMI akan memberikan sejumlah hadiah kepada nasabah yang sudah memenuhi persyaratan dan ketentuan yang di berikan oleh pihak bank. Sehingga Tindakan tersebut dapat terjauhi dari praktik maisir, gharar dan riba, pemberian hadiah kepada nasabah dilakukan secara langsung setelah nasabah menyimpan dana ke salah satu dari dua produk tabungan yang telah disebutkan diatas.

D. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa konsep hadiah dalam produk perbankan syariah perspektif fatwa DSN-MUI dan aplikasinya di perbankan syariah mencakup beberapa aspek penting sebagai berikut:

1. Menurut perspektif Fatwa DSN-MUI, konsep hadiah dalam produk Perbankan syariah merupakan komponen penting dalam mempromosikan barang dan jasa dalam sektor keuangan syariah. Dalam upaya meningkatkan daya saing dan menarik minat masyarakat, industri perbankan syariah di Indonesia menerapkan strategi pemasaran dengan memberikan hadiah kepada nasabah. Pemberian hadiah ini dilakukan pada beberapa produk penghimpunan dana maupun produk pembiayaan yang ditawarkan oleh bank syariah. Sesuai dengan Fatwa DSN No. 86/DSN-MUI/XII/2012, praktik pemberian hadiah diperbolehkan dengan memenuhi ketentuan dan batasan yang telah ditetapkan.
2. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Parepare menerapkan produk perbankan syariah berhadiah dengan mengikuti ketentuan Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 86/DSN-MUI/XII/2012. Bank ini memiliki produk tabungan prima hadiah dan tabungan berencana hadiah yang digunakan untuk memberikan hadiah kepada nasabah. Salah satu kesesuaian produk dengan fatwa tersebut adalah terkait ketentuan hadiah berupa barang berwujud seperti elektronik dan kendaraan. Jenis hadiah yang diberikan disesuaikan dengan jumlah dana yang depositkan oleh nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Mujib. (2017). Dewan Pengawas Syariah (DPS) pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah di Wilayah Jawa Tengah. *Az Zarqa*, 9(1).
- Ainol Yaqin. (2020). Persepsi Kiai Dan Tokoh Nahdhatul Ulama Terhadap Akad Dan Produk Al-Qardhal-Hasan, Rahndan Hadiahdi Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syari'ah Baitul Mal Wa Tamwil (KSPPS BMT NU) Jawa Timur Di Gapura Sumenep. *Profit: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan*, 4(1).
- Ali, M. (2021). Kajian Fatwa Dewan Syari'ah Nasional Majelis Ulama Indonesia Nomor: 02/DSN-MUI/IV/2000 Terhadap Penerapan Akad Wadi'ah Yad Dhamanah dalam Program SI-MANTAB. *An-Nawazil: Jurnal Hukum dan Syariah Kontemporer*, 2(1).
- Bachtiar, W., & Mallongi, S. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Prima Berhadiah Terhadap Kenaikan Dana Pihak Ketiga di Bank Muamalat Indonesia Cabang Makassar. *Jurnal Iqtishoduna*, 7(2).
- Bambang Waluyo. (2008). *Penelitian Hukum Dalam Praktik*. Sinar Grafika.
- DSN MUI. (2024). Profil Dewan Syariah Nasional. *Sekilas Tentang DSN MUI*.
- Hardi, E. A. (2019). Fatwa DSN MUI Dan Perkembangan Produk Perbankan Syariah di Indonesia. *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 6(1), 82–105. <https://doi.org/10.21274/an.2019.6.1.82-105>
- Marimin, A., & Romdhoni, A. H. (2017). Perkembangan Bank Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 1(2). <https://doi.org/10.29040/jiei.v1i02.30>
- Masruron, M., & Pancor, I. H. N. (2022). Analisis Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia di Masa Pandemi Covid-19. *Al Birru: Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah*, 1(1).
- Moh Kasiram. (2008). *Metodologi Penelitian*. UIN Malang Press.
- Mubarok, J., Hasanudin, H., & Sanrego, Y. D. (2016). Fatwa Tentang Hadiah di Lembaga Keuangan Syariah. *Miqot: Jurnal Ilmu-ilmu Keislaman*, 37(2). <https://doi.org/10.30821/miqot.v37i2.86>
- Mujibno & Ulfa Nur Sakinah. (2023). IMPLEMENTASI PEMBERIAN HADIAH PADA TABUNGAN HIJRAH PRIMA BERHADIAH MENURUT FATWA DSN-MUI. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 6(1).
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia*. Departemen Perbankan Syariah.
- Paramitha, D. A. (2018). Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Pada Bank Syariah dan Bank Konvensional. *Jurnal Akuntansi*, 3(2).
- Prabowo, B. A., & Jamal, J. B. (2017). Peranan Dewan Pengawas Syariah terhadap Praktik Kepatuhan Syariah dalam Perbankan Syariah di Indonesia. *Jurnal Hukum Ius Quia Iustum*, 24(1), 113–129. <https://doi.org/10.20885/iustum.vol24.iss1.art6>
- Rafsanjani, H. (2021). Peran Dewan Pengawas Syariah (DPS) Pada Lembaga Keuangan Syariah. *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 6(2).
- Rohmah, A., & Fauzi, R. A. (2021). Analisis Pemberian Hadiah dalam Produk Tabungan Berjangka Wadi'ah Berhadiah (SAJADAH) di BMT NU Situbondo. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 4(2), 197. <https://doi.org/10.30595/jhes.v4i2.11320>

- Sari, N. (2012). Manajemen Marketing (Pemasaran) Produk Jasa Keuangan Perbankan dalam Perspektif Islam. *Media Syari'ah: Wahana Kajian Hukum Islam dan Pranata Sosial*, 14(2), 199. <https://doi.org/10.22373/jms.v14i2.1876>
- Setiawan, M. R., Rahmawati, R., & Wahidin, W. (2019). Implementasi Fatwa DSN-MUI No: 86/ DSN-MUI/ XII/ 2012 Tentang Hadiah dalam Penghimpunan Dana. *Banco: Jurnal Manajemen dan Perbankan Syariah*, 1(1), 23–44. <https://doi.org/10.35905/banco.v1i1.693>
- Ulum, F. (2014). Inovasi Produk Perbankan Syariah di Indonesia. *Al-Qanun: Jurnal Pemikiran Dan Pembaharuan Hukum Islam*, 17(1).
- Zaenal Arifin. (2021). *Akad Mudharabah (penyaluran dana dengan prinsip bagi hasil)* (Cetakan Pertama). Adab (CV. Adanu Abimata).