

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kerangka Teori

1. *Personal Selling* (Penjualan Pribadi)

a. Pengertian *Personal Selling* (Penjualan Pribadi)

Kata penjualan pribadi berasal dari dua kata yaitu penjualan dan pribadi. secara etimologi, Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) penjualan adalah pengeluaran yang langsung berhubungan dengan usaha pemasaran produk.¹ sedangkan kata pribadi adalah keseluruhan sifat-sifat yang merupakan watak orang.²

Menurut Henry Simamora penjualan pribadi (*sistem jemput bola*) adalah presentasi atau penyajian lisan dalam suatu percakapan dengan satu atau lebih calon pembeli dengan tujuan agar melakukan suatu pembelian. Dalam penjualan pribadi terjadi kontak antar pribadi secara eksklusif, seseorang melakukan presentasi penjualan kepada orang atau kelompok pembeli potensial. Audiens penjualan pribadi dapat berupa pelanggan, pelanggan organisasional atau perantara pemasaran.³

Menurut Marius. P. Angipora penjualan pribadi merupakan suatu penyajian secara lisan dan tatap muka dihadapan satu calon pembeli atau lebih

¹Pengertian penjualan, dalam KBBI (online), Co.Id penjualan, Diakses Pada Tanggal 25 Februari 2018

²Pengertian Pribadi, dalam KBBI (online),Co.Id/Arti-Kata/Pribadi, Diakses Pada Tanggal 25 Februari 2018

³ Henry Simamora, *Manajemen Pemasaran Internasional Jilid II*, (Jakarta: Salemba Empat, 2000), hlm. 758.

dengan tujuan untuk menjual suatu barang.⁴ Jadi pada dasarnya penjualan pribadi adalah kegiatan yang dilakukan kepada konsumen yang dilayani dengan tujuan menjual suatu barang.

Penjualan pribadi juga mengandung nilai promosi yang dilakukan melalui pribadi-pribadi karyawan perusahaan dalam melayani serta ikut memengaruhi konsumen. Dalam dunia perbankan penjualan pribadi secara umum dilakukan oleh seluruh pegawai bank, mulai dari cleaning service, satpam sampai pejabat bank. Penjualan pribadi juga dilakukan melalui merekrut tenaga-tenaga salesman dan sales girl untuk melakukan penjualan door to door.⁵

Penjualan pribadi menawarkan sejumlah keunggulan. *Pertama*, sebagai satu-satunya teknik promosional yang memungkinkan umpan balik langsung yang segera, penjualan pribadi merupakan satu-satunya cara mengadaptasikan presentasi kepada masing-masing pelanggan. Hal ini khususnya penting tatkala perusahaan menjual produk yang membutuhkan pembiasaan atau mengandung setumpuk pertanyaan dari para pelanggan. *Kedua*, cara ini paling efektif pada saat para pelanggan ingin melihat langsung kerja produk tersebut, para wiraniaga dapat mendemonstrasikan bagaimana menggunakan produk dan menunjukkan manfaat - manfaatnya. *Ketiga*, penjualan pribadi merupakan satu - satunya cara mudah mewawancarai pelanggan yang membeli produk kompleks guna memastikan bahwa perusahaan menawarkan produk atau kumpulan produk yang tepat. *Keempat*, penjualan pribadi dapat menjadi lebih efektif untuk membujuk orang supaya melakukan pembelian. *Kelima*, para wiraniaga dapat berintegrasi dengan

⁴ Marius P Angipora, Dasar-Dasar Pemasaran,(Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1999), hlm. 233

⁵ Kasmir, *Pemasaran Bank...*, hlm. 181

para pembeli untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan dan mengatasi keberatan, mereka dapat menarget para pembeli dan mereka dapat memiliki kapasitas untuk mengakumulasi pengetahuan pasar dan memberikan umpan balik. Kelemahan terbesar penjualan pribadi adalah biayanya. Konsistensi dapat pula menjadi permasalahan dengan penjualan pribadi karena perusahaan tidak dapat memastikan bahwa setiap wiraniaga mengirimkan pesan yang sama kepada pelanggan. *Keenam*, meminimalisir risiko kesalahan dalam pelayanan, artinya wiraniaga akan lebih berhati-hati dan lebih tanggungjawab dalam mengemban tugas.⁶

Kerugian mempergunakan penjualan secara perorangan:

- 1) Biaya perkontak relatif lebih tinggi, karena pesan yang disampaikan perusahaan tidak secara massal, tetapi bersifat pribadi, hanya ke pada calon pembeli yang dikunjungi saja.
- 2) Calon pembeli yang dikunjungi oleh wiraniaga harus memberikan penjelasan - penjelasan.
- 3) Sulit mencari wiraniaga yang benar - benar ahli dalam bidangnya. Salah satu cara mengatasi ialah dengan mengadakan pelatihan kepada karyawan yang dapat menggunakan biaya dan waktu secara lebih efisien. Kemudian petugas harus mampu bertindak jujur, amanah, profesional dibidang manajemen, keikhlasan menerima kritik dan saran, bijaksana dalam mengambil segala

⁶Henry Simamora, *Manajemen Pemasaran Internasional Jilid II*, (Jakarta: Salemba Empat, 2000), hlm. 758.

keputusan penting serta mampu memberikan pelayanan terbaik kepada semua orang.⁷

Dalam operasinya, personal selling lebih fleksibel dibandingkan dengan media yang lain. Ini disebabkan karena tenaga - tenaga penjualan tersebut dapat secara langsung mengetahui keinginan, motif dan perilaku konsumen dan sekaligus dapat melihat reaksi konsumen, sehingga mereka langsung dapat mengadakan penyesuaian seperlunya. Tenaga penjualan ini dapat pula membantu manajemen dengan memberikan informasi misalnya tentang penjualan kredit, sikap konsumen dan juga sebagai petugas lapangan dalam penelitian pemasaran.⁸

Kegiatan penjualan pribadi atau *personal selling* dalam dunia perbankan penjualan pribadi secara umum dilakukan oleh seluruh pegawai bank mulai dari cleaning service, satpam sampai pejabat bank. Secara khusus personal selling dilakukan oleh petugas customer service atau service assistensi.⁹

b. Dimensi Kualitas Pelayanan

Terdapat beberapa faktor pendukung yang berpengaruh langsung terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Pelayanan yang baik harus diikuti oleh tersedianya sarana dan prasarana yang mendukung kecepatan, ketepatan dan keakuratan pekerjaan. Salah satu pendekatan kualitas jasa yang banyak dijadikan acuan dalam pelayanan adalah model *service quality*. Kualitas jasa dapat

⁷ Safitri Nur Annisa, *Persepsi Nasabah Tentang Sistem Jemput Bola Pada BMT ANDA Salatiga*, (Salatiga:Skripsi Tidak Diterbitkan, 2013), hlm. 32

⁸ Batshu Swastha, *Asaz Asaz Marketing*, (Yogyakarta: Liberty, 2002), hlm. 260.

⁹ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Press, 2014), hlm. 249.

didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima.¹⁰

Menurut Nirvana, dimensi kualitas jasa merupakan dimensi dimana setiap jasa yang ditawarkan memiliki beberapa aspek yang dapat dipergunakan untuk mengetahui tingkat kualitasnya. Aspek atau dimensi yang dapat dinilai adalah tentang keberadaan dari produk jasa yang ditunjang oleh adanya fasilitas fisik, juga orang yang menjadi bagian dari proses penyampaian jasa tersebut. Dimana dimensi pelayanan jasa dapat terdiri dari unsur *tangible* (tampilan), *reliability* (keandalan), *responsivness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (perhatian).¹¹

a) Responsiveness (cepat tanggap)

Kriteria ini dimaksudkan pada kemampuan karyawan untuk membantu nasabah menyediakan jasa dengan cepat, tidak bertele-tele, baik dan benar sesuai dengan keinginan nasabah. Diantaranya tercermin dalam hal yaitu selalu sigap untuk melayani nasabah, memberikan solusi atas kesulitan-kesulitan yang dihadapi nasabah dan berusaha semaksimalnya untuk melayani nasabah.¹²

Kriteria tersebut tidak dapat terwujud dengan sendirinya dan akan terwujudkan dengan adanya beberapa faktor pendukung, diantaranya yaitu:

¹⁰Danang Sunyoto, Fathonah Eka Susanti, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: Tri Admojo-CAPS, 2015), hlm.288

¹¹ Nirvana, *Prinsip - Prinsip Pemasaran Jasa*, (Malang: Penerbit Dioma, 2004), hlm. 29

¹² Irmayanti Hasan, *Manajemen Operasional Perspektif Integratif*, (Malang: UIN-Maliki Press, 2011), hlm.168

1) Tersedianya karyawan yang baik

Kenyamanan nasabah sangat tergantung dari karyawan yang melayaninya, karyawan harus ramah, sopan, cepat tanggap, mengerti, dan memahami kebutuhan konsumen.

2) Rajin, tepat waktu, dan tidak pemalas

Seorang wiraniaga (prtugas) perusahaan dituntut untuk cekatan dalam bekerja, pantang menyerah, selalu ingin tahu, tidak mudah putus asa dan tidak pemalas.

3) Mampu melayani secara cepat dan tepat

Dalam melayani nasabah karyawan diharapkan harus melakukan sesuai prosedur. Layanan yang diberikan sesuai dengan pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan dalam pelayanan yang diberikan, pelayanan harus sesuai dengan standar perusahaan dan keinginan nasabah.¹³

b) Assurance (kepercayaan)

Kriteria ini dimaksudkan pada pengetahuan dan kesopanan dari para karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan rasa percaya dan yakin.¹⁴

c) Tangible (tampilan)

Kriteria ini dimaksudkan pada fasilitas fisik, peralatan, dan penampilan dari para personil. Meliputi beberapa instrument yaitu caraa berpakaian sesuai

¹³ Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: PTRaja Grafindo Persada,2005), hlm. 34

¹⁴ Irmayanti Hasan,*Manajemen Operasional...*,hlm. 168

dengan standar berpakaian perusahaan, kebersihan tempat kerja, dan kelengkapan dalam pelayanan nasabah.¹⁵

Kriteria tersebut dapat terealisasi dengan didukung adanya beberapa hal, diantaranya yaitu:

1) Karyawan sopan santun, tutur kata, dan hormat

Dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan selalu bersikap sopan santun, tutur kata, dan hormat. Dengan begitu pelanggan akan tunduk dan hormat terhadap petugas perusahaan.

2) Selalu murah senyum

Dalam menghadapi nasabah atau tamu selalu murah senyum. Jangan sekali-kali bersikap cemberut atau murung.

3) Periang, selalu ceria, dan pandai bergaul

Dalam memberikan pelayanan, harus selalu menunjukkan sikap periang, selalu ceria, dan pandai-pandai mengakrabi pelanggan, sehingga menyebabkan pelanggan merasa cepat akrab dan merasa seperti teman lama.

4) Tersedianya sarana prasarana yang baik

Untuk melayani nasabah, salah satu hal penting yang harus diperhatikan adalah sarana dan prasarana yang baik. Peralatan yang dimiliki seperti ruang tunggu dan ruang untuk menerima tamu harus dilengkapi dengan

¹⁵ Ibid., hlm. 168

berbagai fasilitas sehingga membuat nasabah menjadi betah dalam perusahaan.¹⁶

d) Empathy (perhatian)

Kriteria ini dimaksudkan pada sejauh mana tingkat pemahaman serta perhatian secara individual yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggannya. Diantaranya yaitu peduli dengan keadaan dan masalah yang dihadapi nasabah, berusaha untuk membantu nasabah, memahami tingkah laku nasabah, dan mendengarkan nasabah.¹⁷

Kriteria tersebut tidak dapat terealisasikan dengan sendirinya, dan akan mampu terwujud dengan adanya karyawan yang kompeten, diantaranya:

1) Mampu berkomunikasi

Artinya karyawan harus mampu berbicara kepada nasabah. Karyawan juga harus mampu dengan cepat memahami keinginan nasabah. Komunikasi harus dapat membuat nasabah senang sehingga jika nasabah mempunyai masalah, nasabah tidak segan-segan mengemukakan kepada petugas.

2) Simpatik

Merupakan memberikan pelayanan yang dapat menyenangkan dan tidak menjengkelkan konsumen.

3) Fleksibel

Dalam menghadapi pelanggan, selalu memberikan pengertian dan suka mengalah kepada konsumen. Segala sesuatu dapat diselesaikan dan selalu ada jalan keluarnya dengan cara yang fleksibel.

¹⁶ Kasmir, *Etika Customer...*, hlm. 34

¹⁷ Irmayanti Hasan, *Manajemen Operasioonal...*, hlm.169

4) Berusaha memahami kebutuhan nasabah

Karyaan harus cepat tanggap terhadap apa yang dilakukan oleh nasabah. Karyawan yang lamban akan membuat nasabah lari. Petugas harus lebih dulu mengerti kemauan nasabah dengan cara penjelasan, keluhan atau kebutuhan nasabah secara baik agar pelayanan terhadap keluhan yang diharapkan nasabah tidak salah. Termasuk memberikan jalan keluar yang diinginkan.¹⁸

e) Reliability (kehandalan)

Kriteria ini dimaksudkan pada kemampuan untuk menghantarkan layanan sesuai dengan yang telah dijanjikan tanpa suatu kesalahan serta akurat.¹⁹

Kriteria tersebut dapat terealisasi dengan didukung adanya:

- 1) Seorang karyawan yang memiliki kemampuan dan pengetahuan yang baik
Karena tugas karyawan selalu berhubungan dengan manusia, karyawan perlu pelatihan khusus sesuai dengan bidangnya mengenai kemampuan dan pengetahuan untuk menghadapi nasabah. Dengan demikian ketepatan dan keakuratan pekerjaan juga akan terjamin.
- 2) Memiliki rasa tanggung jawab
Memiliki rasa tanggung jawab terhadap pekerjaannya sampai pelanggan merasa puas akan pelayanan yang diberikan.

¹⁸ Kasmir, *Etika Customer...*, hlm. 34

¹⁹ Irmayanti Hasan, *Manajemen Operasional...*, hlm. 169

3) Rasa memiliki perusahaan yang tinggi

Ketika karyawan memiliki rasa ini maka motivasi untuk melayani nasabah/anggota juga tinggi dan memiliki jiwa pengabdian, loyal, dan setia terhadap perusahaan.²⁰

c. Proses Penjualan Pribadi

Telah diketahui bahwa *face-to-face selling* merupakan salah satu aspek dalam personal selling. Berikut ini akan dibahas secara lebih mendalam tentang proses personal selling. Adapun tahap - tahap yang terdapat dalam proses personal selling adalah:

1) Persiapan sebelum penjualan

Tahap pertama dalam personal selling adalah mengadakan persiapan-persiapan sebelum melakukan penjualan. Di sini, kegiatan yang dilakukan adalah mempersiapkan tenaga penjualan dengan memberikan pengertian tentang produk yang dijualnya. Pasar yang dituju, dan teknik-teknik penjualan yang harus dilakukan. Selain itu, mereka juga lebih dulu harus mengetahui kemungkinan tentang motivasi dan perilaku dalam segmen pasar yang dituju.

2) Penentuan lokasi pembeli potensial

Dengan menggunakan data pembeli yang lalu maupun yang sekarang, penjual dapat menentukan karakteristiknya misalnya lokasi. Oleh karena itu, pada tahap kedua ini ditentukan lokasi dari segmen pasar yang menjadi sasarannya. Dari lokasi ini dapatlah dibuat sebuah daftar tentang

²⁰ Kasmir, *Etika Customer...*, hlm. 35

orang - orang atau perusahaan yang secara logis merupakan pembeli potensial dari produk yang ditawarkan. Dari nasabah yang ada dapat pula ditentukan nasabah manakah yang sudah menggunakan produk - produk saingan.

3) Pendekatan pendahuluan

Sebelum melakukan penjualan, penjual harus mempelajari semua masalah tentang individu atau perusahaan yang dapat diharapkan sebagai pembelinya. Selain itu, perlu juga mengetahui tentang produk atau merk apa yang sedang mereka gunakan dan bagaimana reaksinya. Berbagai informasi perlu dikumpulkan untuk mendukung penawaran produknya kepada pembeli.

4) Melakukan penjualan

Penjualan yang dilakukan bermula dari suatu usaha untuk memikat perhatian calon konsumen, kemudian diusahakan untuk mengetahui daya tarik mereka. Dan akhirnya penjual melakukan penjualan produknya kepada pembeli.

5) Pelayanan sesudah penjualan.

Sebenarnya kegiatann penjualan tidak berakhir pada saat pesanan dari pembeli telah dipenuhi, tetapi masih perlu dilanjutkan dengan memberikan pelayanan atau servis kepada mereka.

2. Pembiayaan

a. Pengertian Pembiayaan

Pembiayaan merupakan pemberian fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak - pihak yang merupakan *defisit unit*.²¹ Berdasarkan UU No. 7 tahun 1992, yang dimaksud pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan atau yang dapat dipersamakan dengan itu berdasarkan tujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi hutangnya setelah jangka waktu tertentu ditambah dengan sejumlah bunga, imbalan atau pembagian hasil. Sedangkan menurut PP No. 9 tahun 1995, tentang pelaksanaan simpan pinjam oleh koperasi, pengertian pinjaman adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu berdasarkan tujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara koperasi dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi hutangnya setelah jangka waktu tertentu dengan disertai pembayaran sejumlah imbalan.²²

Pembiayaan berdasarkan pasal 1 butir 12 UU No.10 Tahun 1998 jo.UU No.7 Tahun 1992 tentang Perbankan, adalah penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi

²¹ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani,2001), hlm. 160

²² Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil*,(Yogyakarta: UII Press, 2004), hlm. 163 - 164

hasil.²³ Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pembiayaan berdasarkan prinsip syariah didefinisikan sebagai penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.²⁴

Pembiayaan adalah suatu proses mulai dari analisis kelayakan pembiayaan sampai kepada realisasinya. Namun realisasi pembiayaan bukanlah tahap terakhir dari proses pembiayaan. Setelah realisasi pembiayaan maka bank syariah perlu melakukan pemantauan dan pengawasan pembiayaan, karena dalam jangka waktu pembiayaan tidak mustahil terjadi pembiayaan bermasalah dikarenakan beberapa alasan. Lembaga keuangan syariah harus mampu menganalisis penyebab pembiayaan bermasalah sehingga dapat melakukan upaya untuk melancarkan kembali kualitas pembiayaan tersebut.

Proses pemberian pembiayaan pada bank syariah maka tahapan yang dilakukan oleh bank syariah tidak jauh berbeda dengan tahapan yang dilakukan oleh lembaga keuangan non bank yang berbasis koperasi dalam memberikan kreditnya. Proses pemberian pembiayaan diawali dengan tahapan:

Tahap sebelum pemberian pembiayaan diputuskan oleh bank syariah, yaitu tahap mempertimbangkan permohonan pembiayaan calon nasabah penerima fasilitas. Tahap ini disebut tahap analisis kelayakan penyaluran dana.

²³ Faturrahman Djamil, *Penyelesaian Pembiayaan Bermasalah Di Bank Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2012), hlm. 65

²⁴ Adiwarmanto A. Karim, *Bank Islam : Analisis Fiqih Dan Keuangan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006), hlm. 361.

Tahap setelah permohonan pembiayaan diputuskan pemberiannya oleh bank syariah dan kemudian penuangan keputusan tersebut kedalam perjanjian pembiayaan (akad pembiayaan) serta dilaksanakannya pengikatan agunan untuk pembiayaan yang diberikan. Tahap ini disebut tahap dokumentasi pembiayaan.

Tahap setelah perjanjian pembiayaan (akad pembiayaan) ditandatangani oleh kedua belah pihak dan dokumentasi pengikatan agunan telah selesai dibuat serta selama pembiayaan itu digunakan oleh nasabah penerima fasilitas sampai jangka waktu pembiayaan berakhir. Tahap ini disebut tahap penggunaan pembiayaan.

Tahap setelah pembiayaan menjadi bermasalah tetapi usaha nasabah penerima fasilitas masih memiliki prospek sehingga pembiayaan yang bermasalah itu dapat diselamatkan untuk lancar kembali. Tahap ini disebut tahap penyelamatan pembiayaan.

Tahap setelah pembiayaan menjadi macet. Tahap ini disebut tahap penyelesaian pembiayaan.²⁵

Pembiayaan yang telah disetujui oleh bank syariah dan dinikmati oleh nasabah, maka peranan bank syariah lebih berat dibandingkan pada saat dana tersebut belum mengucur di tangan nasabah. Untuk menghindari terjadinya kegagalan pembiayaan maka bank syariah harus melakukan pembinaan dan pengawasan yaitu dengan cara monitoring aktif dan monitoring pasif. Monitoring aktif yaitu mengunjungi nasabah secara reguler, memantau laporan keuangan secara rutin dan memberikan laporan kunjungan nasabah kepada komite

²⁵Trisadani Prasastinah Usanti dan A. Shomad, “ *Penyelesaian Pembiayaan Bermasalah Bank Syariah* ” Laporan Penelitian, Fakultas Hukum Unair (2008), Hlm.16

pembiayaan/supervisor, sedangkan monitoring pasif yaitu monitoring pembayaran kewajiban nasabah kepada bank syariah setiap akhir bulan, bersamaan pula diberikan pembinaan dengan memberikan saran, informasi maupu pembinaan teknis yang bertujuan untuk menghindari pembiayaan bermasalah.²⁶

b. Tujuan pembiayaan

Secara umum, tujuan pembiayaan dibedakan menjadi dua kelompok besar, yaitu tujuan pembiayaan untuk tingkat makro dan tujuan pembiayaan untuk tingkat mikro. Secara makro, pembiayaan bertujuan untuk:

- a) Peningkatan ekonomi umat, artinya masyarakat yang tidak dapat akses secara ekonomi, dengan adanya pembiayaan dapat melakukan akses ekonomi, dengan demikian dapat meningkatkan taraf ekonominya.
- b) Tersedianya dana bagi peningkatan usaha, artinya untuk pengembangan usaha membutuhkan dana tambahan. Dana tambahan ini dapat diperoleh melakukan aktivitas pembiayaan . pihak yang surplus dana menyalurkan kepada pihak minus dana, sehingga dapat tergulirkan.
- c) Meningkatkan produktivitas, artinya adanya pembiayaan memberikan peluang bagi masyarakat usaha agar mampu meningkatkan daya produksinya. Sebab upaya produksi tidak akan dapat jalan tanpa adanya dana.
- d) Membuka lapangan kerja baru, artinya dengan dibukanya sektor - sektor usaha melalui penambahan dana pembiayaan, maka sektor usaha tersebut

²⁶ Budi Kolistiawan. (2014), *“Tinjauan Syariah Tentang Pembiayaan Bermasalah Di PerbankanSyariah”*, jurnal An-Nisbah Vol.01 No.01

akan menyerap tenaga kerja. Hal ini berarti menambah atau membuka lapangan kerja baru.

- e) Terjadi distribusi pendapatan, artinya masyarakat usaha produktif mampu melakukan aktivitas kerja, berarti mereka akan memperoleh pendapatan dari hasil usahanya. Penghasilan merupakan bagian dari pendapatan masyarakat. Jika ini terjadi maka akan terdistribusi pendapatan.

Adapun secara mikro, pembiayaan diberikan dalam rangka untuk:

- a) Upaya mengoptimalkan laba, artinya setiap usaha yang dibuka memiliki tujuan tertinggi, yaitu menghasilkan laba usaha. Setiap pengusaha menginginkan mampu mencapai laba maksimal. Untuk dapat menghasilkan laba maksimal perlu dukungan dana yang cukup.
- b) Upaya meminimalisir risiko, artinya usaha yang dilakukan agar mampu menghasilkan laba maksimal, pengusaha harus mampu meminimalisir risiko yang mungkin timbul. Risiko kekurangan modal usaha dapat diperoleh melalui tindakan pembiayaan.
- c) Pendayagunaan sumber ekonomi, artinya sumber daya ekonomi dapat dikembangkan dengan melakukan mixing antara sumber daya alam dengan sumber daya manusianya ada, dan sumber daya modal tidak ada. Maka dipastikan diperlukan pembiayaan. Dengan demikian, pembiayaan pada dasarnya dapat meningkatkan daya guna sumber - sumber daya ekonomi.
- d) Penyaluran kelebihan dana, artinya dalam kehidupan masyarakat ada pihak yang memiliki kelebihan sementara ada pihak yang kekurangan. Dalam kaitannya dengan masalah dana, maka mekanisme pembiayaan dapat

menjadi jembatan dalam penyeimbangan dan penyaluran kelebihan dana dari pihak yang kelebihan kepada pihak yang kekurangan dana.

Dalam pemberian fasilitas pembiayaan terdapat unsur -unsur yang harus diperhatikan diantaranya:²⁷

1) Kepercayaan

Kepercayaan yaitu suatu keyakinan pemberian suatu pembiayaan Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) bahwa pembiayaan yang diberikan baik berupa uang atau jasa yang akan diterima kembali dimasa mendatang. Kepercayaan ini diberikan oleh bank kepada calon anggota/mitra yang sebelumnya sudah dilakukan penyelidikan bagaimana situasi dan kondisi calon anggota.

2) Kesepakatan

Kesepakatan ini dituangkan dalam suatu perjanjian dimana masing-masing pihak menandatangani hak dan kewajibannya. Kesepakatan pembiayaan dituangkan dalam akad pembiayaan yang ditandatangani oleh kedua belah pihak, yaitu KJKS dan calon anggota yang disaksikan oleh notaris.

3) Jangka waktu

Jangka waktu ini mencakup masa pengembalian pembiayaan yang telah disepakati. Jangka waktu tersebut bisa berbentuk jangka pendek, jangka menengah atau jangka panjang.

²⁷ Kasmir, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), hlm. 89

4) Risiko

Adanya suatu tenggang waktu pengembalian akan menyebabkan suatu risiko tidak tertagihnya/macet pemberian pembiayaan. Semakin panjang suatu pembiayaan semakin besar risikonya begitu pula sebaliknya.

5) Balas jasa

Merupakan keuntungan atas pemberian suatu pembiayaan atau jasa tersebut. Balas jasa dalam bentuk bunga, biaya provisi dan komisi serta biaya administrasi bagi bank konvensional. Sedangkan bagi bank berdasarkan prinsip syariah balas jasanya adalah dalam bentuk bagi hasil.

c. Jenis - Jenis Pembiayaan

menurut sifat penggunaannya, pembiayaan dapat dibagi menjadi dua yaitu:²⁸

- 1) Pembiayaan produktif, yaitu pembiayaan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan produksi dalam arti luas, yaitu untuk peningkatan usaha, baik usaha produksi, perdagangan maupun investasi.
- 2) Pembiayaan konsumtif, yaitu pembiayaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi, yang akan habis digunakan untuk memenuhi kebutuhan.

Menurut keperluannya, pembiayaan produktif dapat dibagi menjadi dua hal berikut:²⁹

²⁸ Syafi'I Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, (Jakarta:Gema Insani Press, 2001), hlm. 160

²⁹ Ibid, hlm. 161

- 1) Pembiayaan modal kerja, yaitu pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan dalam peningkatan produksi serta untuk keperluan perdagangan atau peningkatan *utility of place* dari suatu barang.
- 2) Pembiayaan investasi, yaitu untuk memenuhi kebutuhan barang - barang modal (*capital goods*) serta fasilitas - fasilitas yang erat kaitannya dengan itu.

d. Penilaian Dalam Pemberian Pembiayaan

Penilaian pembiayaan oleh KJKS dapat dilakukan dengan berbagai cara untuk mendapatkan keyakinan tentang nasabahnya. Bank dalam melakukan penilaian terdapat kriteria untuk mendapatkan nasabah yang benar - benar menguntungkan dengan analisis 5C.³⁰

Adapun penjelasan untuk analisis 5C dalam pembiayaan sebagai berikut:

a) Character

Suatu keyakinan bahwa, sifat atau watak dari orang - orang yang akan diberikan pembiayaan benar- benar dapat dipercaya, hal ini tercermin dari latar belakang nasabah/anggota baik yang bersifat latar belakang pekerjaan maupun yang bersifat pribadi.

b) Capacity

Untuk melihat kemampuan nasabah/anggota dalam bidang bisnis dapat dihubungkan dengan pendidikan begitu pun kemampuan dalam menjalankan usaha, pada akhirnya dapat terlihat kemampuannya dalam mengembalikan pembiayaan yang disalurkan.

³⁰ Kasmir, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*,(Jakarta: Rajawali Press,2016), hlm.95

c) Capital

Untuk melihat penggunaan modal apakah efektif, dapat dilihat pada laporan keuangan (neraca dan laporan rugi laba) dengan melakukan pengukuran seperti dari segi likuiditas, solvabilitas, rentabilitas dan ukuran lainnya. Capital dapat juga dilihat dari sumber modal yang ada pada saat itu.

d) Collateral

Merupakan jaminan yang diberikan calon nasabah baik yang bersifat fisik maupun non fisik. Jaminan hendaknya melebihi jaminan pembiayaan yang diberikan. Jaminan harus diteliti keabsahannya sehingga jika terjadi suatu masalah maka jaminan yang dititipkan akan dapat dipergunakan secepat mungkin.

e) Condition

Dalam menilai pembiayaan hendaknya juga dinilai kondisi ekonomi, misalnya prospek usaha dari sector usaha yang ia jalankan. Penilaian prospek bidang usaha yang dibiayai hendaknya benar - benar memiliki prospek yang baik sehingga kemungkinan pembiayaan tersebut bermasalah relatif kecil.

3. Risiko Pembiayaan

a. Pengertian Risiko Pembiayaan

Risiko pembiayaan adalah risiko yang terjadi akibat kegagalan pihak lawan (*Counterparty*) dalam memenuhi kewajibannya.³¹ Risiko pembiayaan muncul jika bank maupun lembaga keuangan lainnya tidak bisa memperoleh kembali angsuran pokok dan atau bagi hasil dari pembiayaan yang diberikannya atau investasi yang dilakukannya. Penyebab utama terjadinya risiko pembiayaan adalah terlalu mudahnya lembaga keuangan dalam memberikan pinjaman atau melakukan investasi karena terlalu dituntut untuk memanfaatkan kelebihan liquiditas, sehingga dalam melakukan penilaian pembiayaan kurang cermat dalam mengantisipasi berbagai kemungkinan risiko usaha yang dibiayainya.³²

Setiap pemberian pembiayaan mengandung risiko sebagai akibat ketidakpastian dalam pengembalian. Oleh karena itu, bank perlu mencegah atau memperhitungkan kemungkinan timbulnya risiko tersebut. Risiko - risiko yang mungkin timbul adalah: Analisis pembiayaan yang tidak sempurna, Monitoring proyek - proyek yang dibiayai, Penilaian dan peninjauan agunan, Penyelesaian pembiayaan bermasalah, Penilaian pembelian surat - surat berharga, dan Penetapan limit untuk seluruh eksposur kepada setiap individu.³³

³¹ Veithzal Rivai, Arviyan Arifin, *Islamic Banking Sebuah Teori, Konsep, Dan Aplikasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), hlm.966

³² Zainul Arifin, *Dasar - Dasar Manajemen Bank Syariah*, (Jakarta: Pustaka Alvabet, 2009), hlm.263

³³ Malayu Hasibuan, *Dasar - Dasar Perbankan*, (Jakarta: Pt Bumi Aksara), hlm. 75

b. Penyebab Pembiayaan Bermasalah

Ada beberapa faktor penyebab pembiayaan bermasalah:

Faktor intern

- a) Kurang baiknya pemahaman atas bisnis nasabah
- b) Kurang dilakukan evaluasi keuangan nasabah
- c) Kesalahan setting fasilitas pembiayaan (berpeluang melakukan *sidestreaming*)
- d) Perhitungan modal kerjatidak didasarkan kepada bisnis usaha nasabah
- e) Proyeksi penjualan tidak memperhitungkan kebiasaan bisnis dan kurang memperhitungkan aspek kompetitor
- f) Aspek jaminan tidak diperhitungkan aspek marketable
- g) Lemahnya supervisi dan monitoring
- h) Terjadi erosi mental, kondisi ini dipengaruhi timbal balik antara nasabah dengan pejabat bank sehingga mengakibatkan proses pemberian pembiayaan tidak didasarkan pada praktek perbankan yang sehat

Faktor ekstern

- a) Karakter nasabah tidak amanah (tidak jujur dalam memberikan informasi dan laporan tentang kegiatannya)
- b) Melakukan *sidestreaming* penggunaan dana
- c) Usaha yang dijalankan relatif baru
- d) Tidak mampu menanggulangi masalah/ kurang menguasai bisnis
- e) Terjadi bencana alam

- f) Bidang usaha nasabah tidak jenuh
- g) Adanya kebijakan pemerintah: peraturan suatu produk atau sektor ekonomi atau industri dapat berdampak positif maupun negatif bagi perusahaan yang berkaitan dengan industri tersebut.

Kualitas pembiayaan ditetapkan menjadi 5 (lima) golongan yaitu lancar, dalam perhatian khusus, kurang lancar, diragukan dan macet, yang dikategorikan pembiayaan bermasalah adalah kualitas pembiayaan yang mulai masuk golongan dalam perhatian khusus sampai golongan macet. Lembaga keuangan syariah wajib untuk menggolongkan kualitas aktiva produktif sesuai dengan kriterianya dan dinilai secara bulanan, sehingga jika lembaga keuangan tersebut tidak melakukannya maka akan dikenakan sanksi administratif.³⁴

c. Macam - Macam Risiko

Dalam mengelola unit bisnis, selalu dihadapkan dengan risk return (risiko dan pendapatan). Adanya beberapa risiko yang berhubungan dengan bisnis perbankan, diantaranya:

1) Risiko Pembiayaan

Risiko pembiayaan adalah risiko yang timbul akibat kegagalan (*default*) dari pihak lain (nasabah/anggota/debitur/mudharib) dalam memenuhi kewajibannya.

³⁴Amiliskina.(2017), “ *Mekanisme Penanganan Pembiayaan Murabahah Bermasalah Studi Pada BMT Syariah Pare*”, Jurnal An-Nisbah Vol 03, N0. 02.

2) Risiko pasar

Risiko pasar adalah risiko yang timbul terjadi akibat adanya perubahan variabel pasar berupa suku bunga, nilai tukar, harga equity dan harga komoditas sehingga nilai portofolio/asset yang dimiliki lembaga keuangan menurun. Dalam hal ini bank islam hanya perlu mengelola risiko pasar yang terkait dengan perubahan nilai tukar yang dapat menyebabkan kerugian bank.³⁵

3) Risiko likuiditas

Risiko likuiditas adalah risiko yang antara lain disebabkan bank tidak mampu memenuhi kewajiban yang telah jatuh tempo.

4) Risiko operasional

Risiko operasional adalah risiko yang disebabkan oleh ketidakcukupan atau tidak berfungsinya proses internal, human error, kegagalan sistem atau adanya problem eksternal yang mempengaruhi operasional bank.³⁶

5) Risiko hukum

Risiko hukum adalah risiko yang disebabkan oleh adanya kelemahan aspek yuridis seperti adanya tuntutan hukum, ketiadaan peraturan perundang - undangan yang mendukung atau kelemahan perikatan (perjanjian) seperti tidak terpenuhinya syarat keabsahan suatu kontrak atau pengikatan agunan yang tidak sempurna.

³⁵M. Sulhan &Ely Siswanto, *Manajemen Bank: Konvensional & Syariah*, (Malang: UIN MalangPress, 2008), hlm. 152 - 154

³⁶ Veitzal Rivai, Sofyan Basir, Sarwono Sudarsono, Arifiandy Permata Veitzal, *Commercial Bank Management: Manajemen Perbankan Dari Teori Ke Praktik*,(Jakarta: Rajawali Press,2013), hlm. 576 - 579.

6) Risiko reputasi

Risiko reputasi adalah risiko yang antara lain disebabkan oleh adanya publikasi negatif yang terkait dengan kegiatan bank atau adanya persepsi negatif terhadap bank.

7) Risiko strategis

Risiko strategis adalah risiko yang antara lain disebabkan oleh adanya penetapan dan pelaksanaan strategi bank yang tidak tepat, pengambilan keputusan bisnis yang tidak tepat atau bank tidak mematuhi/ tidak melaksanakan perubahan perundang - undangan dan ketentuan lain yang berlaku. Pengelolaan risiko kepatuhan dilakukan melalui penerapan sistem pengendalian internal secara konsisten. Disisi lain risiko strategis ini dapat dilihat dari kegagalan dalam mencapai target bisnis yang telah ditetapkan, baik target keuangan maupun non - keuangan.

8) Risiko kepatuhan

Risiko kepatuhan adalah risiko yang disebabkan oleh tidak dipatuhinya ketentuan - ketentuan yang ada, baik ketentuan internal maupun ketentuan eksternal, seperti:

- a) ketentuan giro wajib minimum, Non Performing Financing dan batas maksimum pemberian pembiayaan.
- b) Ketentuan dalam pemberian pembiayaan
- c) Ketentuan dalam akad dan kontrak.³⁷

³⁷ Adiwarmarman Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih Dan Keuangan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006), hlm.274 - 277.

d. Kebijakan Pengendalian Risiko Pembiayaan

Pengendalian pembiayaan mutlak dilaksanakan untuk menghindari terjadinya pembiayaan macet dan penyelesaian pembiayaan bermasalah. Pengendalian pembiayaan adalah usaha - usaha untuk menjaga pembiayaan yang diberikan tetap lancar, produktif dan tidak macet.

Tujuan pengendalian pembiayaan, antara lain:³⁸

- a) Menjaga agar pembiayaan yang disalurkan tetap aman.
- b) Mengetahui apakah pembiayaan yang disalurkan lancar atau tidak.
- c) Melakukan tindakan pencegahan dan penyelesaian pembiayaan macet atau pembiayaan bermasalah.
- d) Mengevaluasi apakah prosedur penyaluran pembiayaan yang dilakukan telah baik atau masih perlu disempurnakan.
- e) Memperbaiki kesalahan - kesalahan karyawan dalam analisis pembiayaan dan mengusahakan agar kesalahan tidak terulang kembali.
- f) Meningkatkan moral dan tanggung jawab karyawan analisis pembiayaan.

Jenis - jenis pengendalian pembiayaan, antara lain:³⁹

- 1) *Preventive Control Of Credit* adalah pengendalian pembiayaan yang dilakukan dengan tindakan pencegahan sebelum pembiayaan tersebut macet.
- 2) *Repressive Control Of Credit* adalah pengendalian pembiayaan yang dilakukan melalui tindakan penagihan/penyelesaian setelah pembiayaan tersebut macet.

³⁸ Malayu Hasibuan, *Dasar - Dasar Perbankan*, (Jakarta: PT Bumi Aksara), hlm. 104-105.

³⁹ Ibid, hal.106

a) Preventif control of credit

Preventive control of credit atau PCC dilakukan dengan cara:

1) Penentuan plafond pembiayaan

Plafond pembiayaan atau batas maksimum pemberian pembiayaan adalah batas maksimum pembiayaan yang diberikan bank yang dapat dipinjam oleh debitor bersangkutan. Plafond pembiayaan mutlak harus ditetapkan dan disetujui oleh kedua belah pihak sebelum penyaluran pembiayaan dilakukan. Analisis pembiayaan harus dilakukan oleh orang - orang yang jujur, ahli, cakap, dan bebas dari Korupsi, Kolusi dan Nepotisme (KKN).

2) Pemantauan debitor

Pemantauan debitor ini dimaksudkan bank harus memonitoring perkembangan perusahaan debitor setelah pembiayaan diberikan, apakah maju atau menurun. Jika perusahaan maju, pembiayaan akan lancar. Sebaliknya jika menurun, hendaknya penagihan lebih ditingkatkan sebelum pembiayaan tersebut macet.

3) Pembinaan debitor

Pembinaan debitor dimaksudkan memberikan penyuluhan kepada debitor mengenai manajemen dan administrasi agar ia lebih mampu mengelola perusahaannya. Karena jika perusahaan maju maka pembayaran pembiayaan akan lancar.

b) Repressive control of credit

Repressive control of credit adalah tindakan pengamanan atau penyelesaian pembiayaan macet dengan cara rescheduling, reconditioning, restructuring, dan liquidation. Pembiayaan yang telah macet harus diselesaikan dengan cara menyita agunan pembiayaan yang bersangkutan untuk membayar pinjaman debitur.

Pembiayaan macet adalah pembiayaan yang diklasifikasikan pembayarannya tidak lancar dilakukan oleh debitur bersangkutan. Pembiayaan macet harus secepatnya diselesaikan agar kerugian yang lebih besar dapat dihindari dengan cara berikut

1) Rescheduling

Rescheduling atau penjadwalan ulang adalah perubahan syarat pembiayaan yang hanya menyangkut jadwal pembayaran atau jangka waktu termasuk masa tenggang dan perubahan besarnya angsuran pembiayaan.

Debitur yang dapat diberikan fasilitas penjadwalan ulang adalah nasabah yang menunjukkan iktikad baik dan karakter yang jujur serta ada keinginan untuk membayar serta menurut lembaga keuangan, usahanya tidak memerlukan tambahan dana atau likuiditas.

2) Reconditioning

Reconditioning atau persyaratan ulang adalah perubahan sebagian atau seluruh syarat - syarat pembiayaan meliputi

perubahan jadwal pembayaran, jangka waktu, tingkat bagi hasil, penundaan sebagian atau seluruh bagi hasil dan persyaratan - persyaratan lainnya.

Persyaratan ulang diberikan kepada debitor yang jujur, terbuka dan kooperatif yang usahanya sedang mengalami kesulitan keuangan tetapi diperkirakan masih dapat beroperasi dengan menguntungkan, pembiayaan dapat dipertimbangkan untuk dilakuka persyaratan ulang.

3) Restructuring

Restructuring atau penataan ulang adalah perubahan syarat pembiayaan yang menyangkut Penambahan dana lembaga, Konversi sebagian/seluruh tunggakan bunga menjadi pokok pembiayaan baru, atauKonversi sebagian atau seluruhh pembiayaan menjadi penyertaan bank atau mengambil partner lain untuk menambah penyertaan.

4) Liquidation

Likuidasi adalah penjualan barang - barang yang dijadikan agunan dalam rangka pelunasan utang. Pelaksanaan likuidasi dilakukan terhadap kategori pembiayaan yang menurut bank benar-benar sudah tidak dapat dibantu untuk disehatkan kembali, atau usaha nasabah sudah tidak memiliki prospek untuk dikembangkan.

4. Baitul Maal Wa Tamwil

a. Pengertian BMT

BMT merupakan kependekatan dari *Baitul Mal wa Tamwil* atau dapat juga ditulis dengan *baitul maal wa baitul tamwil*. Secara harfiah atau *lughawi* *baitul maal* berarti rumah dana dan *baitul tamwil* berarti rumah usaha. *Baitul Maal* dikembangkan berdasarkan sejarah perkembangannya, yakni dari masa nabi sampai abad pertengahan perkembangan islam. Dimana *baitul maal* berfungsi untuk mengumpulkan sekaligus *mentasyarufkan* dana sosial. Sedangkan *baitul tamwil* merupakan lembaga bisnis yang bermotif laba.

Dari pengertian tersebut dapat ditarik suatu pengertian berperan sosial. peran yang menyeluruh bahwa BMT merupakan organisasi bisnis yang juga berperan sosial. Peran sosial BMT terlihat dari definisi *baitul maal*, sedangkan peran bisnis BMT terlihat dari definisi *baitul tamwil*. Sebagai lembaga sosial, *baitul maal* memiliki kesamaan fungsi dan peran sebagai Lembaga Amil Zakat (LAZ), oleh karenanya, *baitul maal* ini harus didorong agar mampu berperan secara profesional menjadi LAZ yang mapan. Fungsi tersebut paling tidak meliputi upaya pengumpulan dana zakat, infaq, sedekah, wakaf dan sumber dana-dana sosial lain, an upaya *pensyarufan* zakat kepada golongan yang paling berhak sesuai dengan ketentuan asnabiyah (UU Nomor 38 tahun 1999).

Sebagai lembaga bisnis, BMT lebih mengembangkan usahanya pada sektor keuangan, yankni simpan-pinjam. Usaha ini seperti usaha perbankan yakni menghimpun dana anggota dan calon anggota (nasabah) serta

menyalurkannya kepada sektor ekonomi yang halal dan menguntungkan. Namun demikian, terbuka luas bagi BMT untuk mengembangkan lahan bisnisnya pada sektor riil maupun sektor keuangan lain yang dilarang dilakukan oleh lembaga keuangan bank. Karena BMT bukan bank, maka ia tidak tunduk pada aturan perbankan. Pada dataran hukum di Indonesia, badan hukum yang paling mungkin untuk BMT adalah Koperasi, baik serba usaha (KSU) maupun simpan-pinjam (KSP). Namun demikian, sangat mungkin dibentuk perundangan tersendiri, mengingat, sistem operasional BMT tidak sama persis dengan perkoperasian, semisal LKM (Lembaga Keuangan Mikro) Syariah, dll.⁴⁰

BMT dapat didirikan dan dikembangkan dengan suatu proses legalitas hukum yang bertahap. Awalnya dapat dimulai sebagai kelompok swadaya masyarakat dengan mendapatkan sertifikat operasi atau kemitraan dari PINBUK (Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil dan Menengah) dan jika telah mencapai nilai asset tertentu segera menyiapkan diri kedalam badan hukum koperasi.⁴¹ BMT mendampingi atau mendukung PINBUK ((Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil) yang ada di berbagai daerah. PINBUK merupakan lembaga primer yang mengemban misi menetasakan usaha kecil. Pada kenyataannya terjadi perputaran *output*, PINBUK menetasakan BMT diseluruh Indonesia. Sedangkan BMT menetasakan Usaha Kecil (UK). Tidak berarti bahwa proses penetasan (*incubation*) UK merupakan tugas sepenuhnya dari BMT. PINBUK juga bertugas untuk mengembangkan UK yang telah ada

⁴⁰ Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil...* hlm. 126-127

⁴¹ Djoko Muljono, *Buku Pintar...* hlm. 472

dengan jalan, antara lain, menyediakan sumber daya manusia, informasi, dan manajemen.⁴²

b. Visi Misi dan sifat BMT

Visi BMT harus mengarah pada upaya untuk mewujudkan BMT menjadi lembaga yang mampu meningkatkan kualitas ibadah anggota (ibadah dalam arti luas), sehingga mampu berperan sebagai wakil pengabdian Allah SWT, memakmurkan kehidupan anggota khususnya dan masyarakat pada umumnya. Titik tekan perumusan visi BMT adalah mewujudkan lembaga yang profesional dan dapat meningkatkan kualitas ibadah. Jadi masing-masing BMT dapat saja merumuskan visinya sendiri. Karena visi sangat dipengaruhi oleh lingkungan bisnisnya, latar belakang masyarakatnya serta visi para pendirinya. Namun demikian, prinsip perumusan visi harus sama dan tetap dipegang teguh. Karena visi sifatnya jangka panjang, maka perumusannya harus dilakukan dengan sungguh-sungguh.

Misi BMT adalah membangun dan mengembangkan tata ekonomi dan struktur masyarakat madani yang adil berkemakmuran-berkemajuan dan harus berlandaskan syariat Allah SWT. Misi BMT bukan semata-mata mencari keuntungan dan penumpukan laba modal pada golongan orang kaya saja, tetapi lebih berorientasi pada pendistribusian laba yang merata dan adil, sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Jadi kesimpulannya masyarakat ekonomi kelas bawah-mikro

⁴² Nur Yasin, *Hukum Ekonomi Islam*, (Malang: UIN-Malang Press, 2009), hlm. 105

harus didorong untuk berpartisipasi dalam modal melalui simpanan penyertaan modal, sehingga mereka dapat menikmati hasil-hasil BMT.

Sifat BMT yaitu bersifat usaha bisnis, mandiri ditumbuh kembangkan secara swadaya dan dikelola secara profesional. Aspek *baitul maal* dikembangkan untuk kesejahteraan anggota terutama dengan penggalangan dana ZISWA (zakat, infaq, sedekah, Waqaf, dll) seiring dengan penguatan kelembagaan BMT. Sifat usaha BMT yang berorientasi pada bisnis (*bisnis oriented*) yang dimaksudkan supaya pengelolaan BMT dapat dijalankan secara profesional, sehingga mencapai tingkat efisiensi yang tinggi. Dari sinilah BMT akan mampu memberikan bagi hasil yang kompetitif kepada para deposannya serta mampu meningkatkan kesejahteraan para pengelolanya sejajar dengan lembaga lain.

c. Asas dan landasan

BMT berasaskan Pancasila dan UUD 1945 serta berlandaskan prinsip syari'ah Islam, keimanan, keterpaduan (kaffah), kekeluargaan (koperasi), kebersamaan, kemandirian dan profesionalisme. Dengan demikian keberadaan BMT menjadi organisasi yang syah dan legal. Sebagai lembaga keuangan syari'ah, BMT harus berpegang teguh pada prinsip-prinsip syariah. Keimanan menjadi landasan atas keyakinan untuk tumbuh dan berkembang. Keterpaduan mengisyaratkan adanya harapan untuk mencapai sukses. Kekeluargaan dan kebersamaan berupaya untuk mencapai kesuksesan tersebut diraih bersama. Kemandirian berarti BMT tidak dapat hidup hanya

dengan bergantung pada uluran tangan pemerintah, tetapi harus berkembang dari meningkatnya partisipasi anggota dan masyarakat.

d. Prinsip utama BMT

Dalam melaksanakan usahanya BMT, berpegang teguh pada prinsip utama sebagai berikut: (1) keimanan dan ketaqwaan kepada Allah SWT dengan mengimplementasikannya pada prinsip-prinsip syari'ah dan muamalah islam dalam kehidupan nyata; (2) keterpaduan, yakni nilai-nilai spiritual dan moral menggerakkan dan mengarahkan etika bisnis yang dinamis, proaktif, progresif, adil dan berakhlak mulia; (3) kekeluargaan, yakni mengutamakan kepentingan bersama diatas kepentingan pribadi; (4) kebersamaan, yakni kesesuaian pola pikir, sikap dan cita-cita antar semua elemen BMT; (5) kemandirian, yakni mandiri atas semua golongan politik. Mandiri berarti tidak bergantung dengan dana-dana pinjaman dan bantuan tetapi senantiasa proaktif untuk menggalang dana masyarakat sebanyak-banyaknya; (6) profesionalisme, yakni semangat kerja yang tinggi ('*amalus sholih* atau *ahsanl amala*), yakni dilandasi dengan dasar keimanan; begitu juga (7) istiqomah, konsisten, konsekuen, kontinuitas (berkelanjutan) tanpa berhenti dan tanpa pernah putus asa.⁴³

e. Fungsi BMT

Dalam rangka mencapai tujuannya, BMT dapat berfungsi sebagai: (1) mengidentifikasi, memobilisasi, mengorganisasi, mendorong dan mengembangkan potensi serta kemampuan potensi ekonomi anggota,

⁴³ Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil...*, hlm. 129-130

kelompok anggota muamalat (pokusma) dan daerah kerjanya, (2) meningkatkan kualitas SDM anggota dan pokusma menjadi lebih profesional dan islami sehingga makin utuh dan tangguh dalam menghadapi persaingan global, (3) menggalang dan memobilisasi potensi masyarakat dalam rangka meningkatkan kesejahteraan anggota, (4) menjadi perantara keuangan (*financial intermediary*) antara agniya sebagai shahibul maal dengan du'afa sebagai mudharib, terutama untuk dana-dana sosial seperti: zakat, infaq, sedekah, wakaf, hibah, dll).⁴⁴

f. Ciri - Ciri BMT

Sebagai lembaga keuangan informal, BMT memiliki ciri-ciri sebagai berikut: (1) berorientasi bisnis, mencari laba bersama, meningkatkan kemanfaatan ekonomi paling banyak untuk anggota dan masyarakat, (2) bukan lembaga sosial tetapi bermanfaat untuk mengefektifkan pengumpulan dan pentasyarufan dana zakat, infaq dan sedekah bagi kesejahteraan orang banyak, (3) ditumbuhkan dari bawah berdasarkan peran serta masyarakat disekitarnya, (4) milik bersama masyarakat bawah, bersama dengan orang kaya disekitar BMT, bukan milik perseorangan atau orang dari luar masyarakat. Atas dasarnya ini BMT tidak dapat berbadan hukum perseroan. Selain ciri umum BMT juga mempunyai ciri-ciri khusus karena BMT merupakan lembaga milik masyarakat, sehingga keberadaannya akan selalu dikontrol dan diawasi oleh masyarakat. Laba atau keuntungan yang diperoleh

⁴⁴ Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil...*, hlm. 130-131

BMT juga akan didistribusikan kepada masyarakat, sehingga maju mundurnya BMT sangat dipengaruhi oleh masyarakat disekitar BMT berada.

Selanjutnya BMT memiliki ciri khusus sebagai berikut: (1) staf dan karyawan BMT bertindak proaktif, tidak menunggu tetapi menjemput bola, bahkan merebut bola, baik untuk menghimpun dana anggota maupun pembiayaan, (2) kantor dibuka dalam waktu tertentu yang ditetapkan sesuai kebutuhan pasar, waktu buka kasnya tidak terbatas pada siang hari saja, tetapi dapat saja malam atau sore hari tergantung pada kondisi pasarnya, (3) BMT mengadakan pendampingan usaha anggota. Pendampingan ini akan lebih efektif jika dilakukan secara berkelompok (poskusma).

Dalam pendampingan ini akan dilakukan pengajian rutin di rumah, masjid atau sekolah, kemudian dilanjutkan dengan berbincangan mengenai bisnis dan lain-lain, dan (4) manajemen BMT adalah profesional islam, yang meliputi: (a) administrasi keuangan dilakukan berdasarkan standar akuntansi keuangan Indonesia yang sesuai dengan prinsip akuntansi syariah; (b) setiap bulan BMT akan menerbitkan laporan keuangan penjelasan dari isi laporan tersebut; (c) setiap tahun buku yang ditetapkan, maksimal sampai bulan Maret tahun berikutnya, BMT akan menyelenggarakan musyawarah anggota tahunan; (d) aktif menjemput bola, berprakarsa, kreatif-inovatif, menemukan masalah dan memecahkannya; (e) berpikir, bersikap, dan bertindak “*ahsanu ‘amala*” atau *service exelence*; dan yang terakhir (f) berorientasi kepada pasar bukan pada produk. Meskipun produk menjadi penting namun pendirian dan

pengembangan BMT harus senantiasa memperhatikan aspek pasar, baik dari sisi lokasi, potensi pasar, tingkat persaingan serta lingkungan bisnisnya.⁴⁵

B. Peneliti Terdahulu

Penelitian yang berkaitan dengan sistem layanan jemput bola dan risiko pembiayaan bukanlah yang pertama yang pernah dilakukan, ada beberapa penelitian yang dilakukan dan mempunyai relevansi dengan penelitian ini. Diantara penelitian - penelitian tersebut yang memiliki kemiripan dengan penelitian sekarang adalah penelitian yang dilakukan oleh Mega Fareza Dellameta, Safitri Nur Annisa, Zumrotun Nasikhah, Hendri Triandini, Laili Maulistina dan Ihwan Tohari.

Mega dalam penelitiannya yang berjudul *Penerapan Personal Selling (Penjualan Pribadi) Untuk Meningkatkan Penjualan* yang bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan penerapan personal selling sehingga dapat meningkatkan penjualan di PT Adira Quantum Multifinance Point of Sales Dieng Computer Square Malang. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) penerapan personal selling (penjualan pribadi) sebagai salah satu media komunikasi yang tepat dalam strategi pemasaran perusahaan yang dilakukan dengan tepat sasaran untuk mencapai target yang dipenuhi. 2) PT tersebut mempunyai langkah-langkah yang dilakukan personal selling untuk menarik minat beli calon konsumen, dengan melakukan pendekatan pendahuluan, presentasi dan peragaan, mengatasi keberatan, menutup penjualan. 3) dengan melakukan kunjungan terhadap calon konsumen maupun yang sudah

⁴⁵*Ibid*, hlm. 132-133

menjadi konsumen dengan cara selalu memberikan penjelasan mengenai produk dan jasa kredit yang ditawarkan untuk mencapai penjualan yang meningkat terhadap perusahaan.⁴⁶

Penelitian Safitri Nur Annisa dengan tujuan untuk mengetahui persepsi nasabah terhadap sistem jemput bola pada BMT tersebut dengan mendatangi nasabah. Metode penelitian yang digunakan merupakan penelitian hubungan. Penelitian hubungan atau korelasi adalah penelitian yang dimaksudkan untuk mencari atau menguji hubungan antar variabel. Yang mana dalam hasil penelitian sistem jemput bola ini barimbas pada kesetiaan seseorang sebagai anggota, kesesuaian tim marketing terhadap standar operasional prosedur yang diberlakukan dan juga peningkatan kas masuk pada BMT ANDA Salatiga.⁴⁷

Penelitian Zumrotun Nasikhah, bertujuan untuk mengetahui penerapan prinsip kehati hatian dan untuk mengetahui analisis prinsip kehati hatian guna meminimalkan risiko pembiayaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan prinsip kehati - hatian pada pembiayaan di KJKS BTM Pemalang meliputi aspek batas maksimum pemberian kredit dan prinsip 6 C dan 1S menjadi pedoman pemberian pembiayaan. Meskipun dalam praktiknya yang digunakan hanya 3C (*character, capacity, collateral*) dan 1S. selain itu belum

⁴⁶ Mega Fareza Dellamita Dan Ahmad Fauzi. Dkk, (2014), *Penerapan Personal Selling (Penjualan Pribadi) Untuk Meningkatkan Penjualan*, Jurnal Administrasi Bisnis Vol.9 No. 2 April

⁴⁷ Skripsi Safitri Nur Annisa, *Persepsi Nasabah Terhadap Sistem Jemput Bola Pada BMT ANDA Salatiga*, (STAIN SALATIGA, 2013)

menerapkan sistem denda sehingga menjadi salah satu penyebab tingkat kenaikan NPF dari tahun 2012 - 2015 meningkat.⁴⁸

Jurnal yang ditulis oleh Hendri Triandini dengan judul pengaruh layanan jemput bola produk funding terhadap DPK dan jumlah nasabah: studi pada BPRS Artha Karimah Irsyadi.⁴⁹ Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan uji hipotesis dan uji regresi dummy variabel. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan DPK dan jumlah nasabah yang signifikan tersebut, bukan disebabkan oleh layanan jemput bola secara independen tetapi faktor lain, yaitu margin dan KPMM. Namun, meskipun layanan jemput bola belum berpengaruh secara independen, besar kemungkinan untuk layanan jemput bola menjadi berpengaruh terhadap kenaikan DPK dan jumlah nasabah secara independen.

Penelitian Laili Maulistina dengan judul strategi penyelesaian pembiayaan bermasalah terhadap akad murabahah dalam perspektif ekonomi islam. Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan dengan metode kualitatif deskriptif, data yang digunakan adalah data primer dan sekunder dengan pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi. Dari penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa dalam penyelesaian pembiayaan murabahah bermasalah, diselesaikan dengan strategi 1). Penagihan secara intensif, 2) memberikan teguran tertulis atau surat peringatan Is/d III, 3) penjadwalan kembali, 4) persyaratan

⁴⁸ Skripsi Zumrotun Nasikhah, *Penerapan Prinsip Kehati - Hatian (Prudential Principle) Dalam Meminimalkan Risiko Pembiayaan: Study Kasus Di KJKS BTM Pemalang*, (Semarang: UIN WALISONGO Semarang, 2015)

⁴⁹ Hendri Triandini, "Pengaruh Layanan Jemput Bola Produk Funding Terhadap DPK Dan Jumlah Nasabah: Studi Pada BPRS Artha Karimah Irsyadi", *Jurnal Etikonomi* Vol. 12 No. 2 Oktober 2013, Hal. 16

kembali, 5) penataan kembali, 6) penghapusbukuan, 7) kemudian diselesaikan melalui jalur hukum pengadilan agama/umum. Penyelesaian yang dilakukan sudah sesuai dengan perspektif ekonomi islam dan fatwa-fatwa DSN-MUI.⁵⁰

Penelitian Ihwan Tohari dengan judul *service excellence* dalam menciptakan loyalitas nasabah (studi atas sistem layanan jemput bola di Baitul Maal wa Tamwil usaha gabungan terpadu sidogiri kantor cabang pembantu kanigoro blitar). Penelitian ini memfokuskan pada kajian tentang inovasi pelayanan yang diterapkan BMT UGT Sidogiri Capem Kanigoro dalam upaya pemberian pelayanan secara prima, dimana pelayanan tersebut sangat berpengaruh terhadap loyalitas anggota (nasabah). Sistem pelayanan yang diterapkan oleh lembaga yaitu melalui konsep sistem pelayanan jemput bola. Pelayanan terbaik harus memenuhi dimensi dan kriteria kualitas pelayanan yang terdiri dari responsiveness (cepat tanggap), assurance (kepercayaan), tangible (tampilan), emphaty (perhatian), dan reability (kehandalan), sehingga mampu menciptakan loyalitas anggota BMT UGT Sidogiri Blitar.⁵¹

Dari beberapa penelitian terdahulu diatas terdapat satu penelitian yang hampir sama dan mirip dengan penelitian yang sedang peneliti lakukan yaitu penelitian yang dilakukan oleh saudara Ihwan Tohari dengan judul *service excellence* dalam menciptakan loyalitas nasabah (studi atas sistem layanan jemput bola di Baitul Maal wa Tamwil usaha gabungan terpadu sidogiri kantor cabang

⁵⁰ Skripsi Laili Maulistina, *Strategi Penyelesaian Pembiayaan Bermasalah Terhadap Akad Murabahah Dalam Perspektif Ekonomi Islam: Studi Kasus Pada BPRS Bandar Lampung*, (Bandar Lampung: UIN Raden Intan Lampung, 2017).

⁵¹ Skripsi Ihwan Tohari, *Service Excellence Dalam Menciptakan Loyalitas Nasabah (Studi Atas Sistem Layanan Jemput Bola Di Baitul Maal Wa Tamwil Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri Kantor Cabang Pembantu Kanigoro Blitar)*, (Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2017)

pembantu kanigoro blitar). Persamaan mendasar antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang sedang peneliti lakukan yaitu sama-sama menganalisis strategi layanan yang dilakukan melalui sistem jemput bola pada lembaga keuangan masing-masing. Kemudian yang menjadi pembeda dan menjadi ciri khas penelitian sekarang yaitu pada penelitian sekarang menggunakan analisis membandingkan (komparasi) kedua lembaga dan variabel bebas nya berpengaruh dalam meminimalisir risiko pembiayaan.

C. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir adalah pandangan atau model pola pikir yang menunjukkan permasalahan yang akan diteliti yang sekaligus mencerminkan jenis dan jumlah rumusan masalah yang perlu dijawab melalui penelitian.⁵² Dalam penelitian ini masalah yang akan diteliti adalah layanan melalui personal selling dalam meminimalisir risiko pembiayaan, dimana layanan yang baik harus mampu memenuhi kriteria dalam kualitas pelayanan yang mana mencakup lima kualitas pelayanan yaitu *responsiveness, assurance, tangibles, empathy, reliability*. Oleh karena itu apabila mampu memenuhi kriteria tersebut akan efektif dijalankan dalam upaya meminimalkan risiko pembiayaan.

⁵² Sugiono, *Metode Administrasi*, (Bandung: Alfabeta, 2006), hlm. 43

Secara skematis digambarkan seperti pada gambar 2.1 dibawah ini

