

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Pengertian BMT

1. Filosofi *Baitul Maal Wa Tamwil*

BMT merupakan suatu lembaga keuangan yang berbasis syariah. Kenapa bisa dikatakan syariah, karena semua sistem kerjanya dan peraturan-peraturan yang terdapat di dalamnya berdasarkan syariah Islam. Adapun didirikannya BMT ini sangat berpengaruh terhadap masyarakat pada umumnya, sehingga bisa dikatakan bahwa BMT ini merupakan lembaga milik masyarakat yang keberadaannya akan selalu dikontro dan diawasi oleh masyarakat.

BMT merupakan kependekan dari *Baitul Mal Wa Tamwil* atau dapat juga ditulis dengan *baitul maal wa naitul tanwil* 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 tanwil* merupakan lembaga bisnis yang bermotif laba.¹ Menurut Abdul Aziz dan Mariyah Ulfah *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) adalah lembaga keuangan mikro yang dioperasikan dengan prinsip bagi hasil, menumbuh kembangkan bisnis usaha mikro dan kecil dalam rangka mengangkat derajat dan martabat serta membela kepentingan kaum fakir miskin.

¹ Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil*, (Yogyakarta: UII Press, 2004), hal. 126

Baitul Maal Wa Tamwil merupakan lembaga ekonomi atau keuangan Syari'ah non perbankan yang sifatnya informal. Lembaga yang didirikan oleh Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM) yang berbeda dengan lembaga keuangan perbankan dan lembaga keuangan formal lainnya sehingga BMT disebut bersifat informal. Selain berfungsi sebagai lembaga keuangan, BMT juga berfungsi sebagai lembaga ekonomi. Selain BMT bertugas menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan dana kepada masyarakat. BMT berhak melakukan kegiatan ekonomi, seperti perdagangan, industri dan pertanian.² Mengenai dasar hukum dari BMT yaitu sama dengan koperasi yaitu UU No. 25 Tahun 1992 tentang perkoperasian.³

Didirikannya BMT bertujuan untuk meningkatkan kualitas usaha ekonomi untuk kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Pengertian tersebut dapat dipahami bahwa BMT berorientasi pada upaya peningkatan kesejahteraan anggota dan masyarakat. Anggota harus diberdayakan mandiri, dengan menjadi anggota BMT masyarakat dapat meningkatkan taraf hidup melalui peningkatan usahanya. BMT berasaskan Pancasila dan UUD 1945 serta berlandaskan prinsip Syariah Islam, keimanan, keterpaduan (*kaffah*), kekeluargaan/ koperasi, kebersamaan, kemandirian, dan profesionalisme.⁴

² A Djazuli dan Yadi Yanwari, *Lembaga-Lembaga Perekonomian Umat Sebuah Pengenalan*, (Jakarta: Rajawali Press, 2002), hal. 184

³ Zainul Arifin, *Memahami Bank Syariah, Peluang Tantangan dan Praktek*, (Jakarta: Alfabet, 2000), hal. 172

⁴ Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil...*, hal. 128-129

Berdasarkan uraian diatas, peneliti berpendapat bahwa BMT sangat membantu perekonomian pada masyarakatnya. Karena secara konsep BMT memainkan dua aktivitas sekaligus, yaitu aktivitas sosial dan aktivitas bisnis. Pada aktivitas sosial disini yaitu semakin bertambahnya silaturahmi antar sesama manusia, sehingga ketika seseorang mempunyai banyak aktivitas sosial maka secara tidak langsung akan memperoleh informasi-informasi yang dibutuhkan seperti berbisnis, dll. Sedangkan pada aktivitas sosial, BMT memberikan pelayanan menabung maupun meminjamkan uang kepada masyarakat luas yang melakukan peminjaman kepada BMT tersebut untuk menjalankan suatu usahanya.

2. Peran BMT

BMT bersifat terbuka, independen, berorientasi pada pengembangan tabungan dan pembiayaan untuk mendukung bisnis ekonomi yang produktif bagi anggota dan kesejahteraan sosial masyarakat sekitar terutama usaha mikro dan fakir miskin. Peran BMT dimasyarakat adalah sebagai berikut:

- a. Menjauhkan masyarakat dari praktik ekonomi non syariah. Aktif melakukan sosialisasi di tengah masyarakat tentang arti pentingnya sistem ekonomi Islam. Hal ini bisa dilakukan dengan pelatihan-pelatihan mengenai cara-cara transaksi yang Islami, misalnya bukti transaksi, dilarang mencurangi timbangan, jujur terhadap konsumen.

- b. Melakukan pembinaan dan pendanaan usaha kecil. BMT harus bersikap aktif menjalankan fungsi sebagai lembaga keuangan mikro, misalnya dengan jalan pendampingan, pembinaan, penyuluhan, dan pengawasan terhadap usaha-usaha nasabah atau masyarakat umum.
- c. Melepaskan ketergantungan pada rentenir. Masyarakat yang masih tergantung rentenir disebabkan rentenir mampu memenuhi keinginan masyarakat dalam memenuhi dana dengan negara. Maka BMT harus mampu melayani masyarakat lebih baik, misalnya tersedia dana setiap saat, birokrasi yang sederhana.
- d. Menjaga keadilan ekonomi masyarakat dengan distribusi yang merata. Fungsi BMT langsung berhadapan dengan masyarakat yang kompleks dituntut harus pandai bersikap, oleh karena itu langkah-langkah untuk melakukan evaluasi dalam rangka pemetaan skala prioritas yang harus diperhatikan, misalnya dalam pembiayaan.⁵

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti memberikan pendapat bahwa peran BMT dimasyarakat sangat membantu masyarakat luas. Karena dengan munculnya BMT kondisi masyarakat yang dulu nya sulit untuk melakukan pinjaman di lembaga keuangan sekarang menjadi mudah. Selain itu, dengan adanya BMT dapat mendorong masyarakat untuk melakukan transaksi keuangan secara Islami. Peneliti juga sangat setuju pada penjelasan melakukan pendanaan dan

⁵ Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Ekonomi Islam*, (Solo: Era Adicitra Intermedia, 2012), hal. 379-380

pengembangan pada usaha kecil. Hal tersebut dapat membantu kondisi perekonomian masyarakat dan menjadikan kualitas usaha pada masyarakat menjadi berkembang.

3. Ciri-Ciri Utama dan Khusus BMT

Berikut ini terdapat beberapa ciri-ciri utama pada BMT, diantaranya yaitu:

- a. Berorientasi bisnis, mencari laba bersama, meningkatkan pemanfaatan ekonomi paling banyak untuk anggota dan masyarakat.
- b. Bukan lembaga sosial, tetapi bermanfaat untuk mengefektifkan pengumpulan dan pencyarufan dana zakat, infaq, dan sedekah bagi kesejahteraan orang banyak.
- c. Ditumbuhkan dari bawah berlandaskan peran serta masyarakat di sekitarnya.
- d. Milik bersama masyarakat bawah bersama dengan orang kaya di sekitar BMT, bukan milik perseorangan atau orang dari luar masyarakat. pada dasarnya BMT tidak berbadan hukum perseroan.⁶

Laba atau keuntungan yang diperoleh BMT juga akan didistribusikan kepada masyarakat, sehingga maju mundurnya BMT sangat dipengaruhi oleh masyarakat di sekitar BMT selanjutnya BMT memiliki ciri-ciri khusus sebagai berikut:

⁶ Muhammad Ridwan, *Manajemen Bitul Maal Wa Tamwil (BMT)*..., hal.132

- a. Staf dan karyawan BMT bertindak proaktif, tidak menunggu tapi menjemput bola, bahkan merebut bola, baik untuk menghimpun dana anggota maupun untuk pembiayaan. Pelayanannya mengacu pada kebutuhan anggota.
- b. Kantor dibuka dalam waktu yang tertentu yang ditetapkan sesuai kebutuhan pasar.
- c. BMT mengadakan pendampingan usaha anggota. Pendampingan ini akan lebih efektif jika dilakukan secara berkelompok (Pokusma).
- d. Manajemen BMT adalah profesional Islami.
 - 1) Administrasi keuangan dilakukan berdasarkan standar akuntansi keuangan Indonesia yang disesuaikan dengan prinsip akuntansi syariah.
 - 2) Setiap bulan BMT akan menerbitkan laporan keuangan dan penjelasan dari isi laporan tersebut.
 - 3) Setiap tahun buku yang ditetapkan, maksimal sampai bulan Maret tahun berikutnya, BMT akan menyelenggarakan Musyawarah Anggota Tahunan. Forum ini merupakan forum permusyawaratan tertinggi.
 - 4) Berorientasi kepada pasar bukan pada produk. Meskipun produk menjadi penting, namun pendirian dan pengembangan BMT harus senantiasa memperhatikan aspek pasar.⁷

⁷*Ibid*, hal. 133-134

Berdasarkan penjelasan mengenai ciri-ciri utama dan ciri-ciri khusus diatas, BMT lebih memprioritaskan kepada aspek ekonomi dan manajemen keuangan. Kalau menurut peneliti, kedua aspek tersebut harus dikuasai secara maksimal, supaya dapat mencapai tujuan organisasi. Selain itu, BMT dapat menjaga keseimbangan antara tujuan yang saling bertentangan dan dapat mampu menyalurkan konflik yang akan muncul.

4. Kendala pada BMT

Kendala yang dihadapi oleh BMT dalam pengembangan BMT, diantaranya yaitu:

- a. Akumulasi kebutuhan dana masyarakat belum bisa dipenuhi oleh BMT. Hal ini menjadikan nilai pembiayaan dan jangka waktu pembayaran kewajiban dari nasabah cukup cepat.
- b. Meskipun BMT sudah banyak dikenal di masyarakat, tetapi masyarakat masih berhubungan dengan rentenir. Karena masyarakat menginginkan pelayanan yang cepat, meskipun mereka harus membayar bunga yang cukup tinggi.
- c. Beberapa BMT cenderung menghadapi masalah yang sama misalnya nasabah yang bermasalah.
- d. BMT cenderung menghadapi BMT lain sebagai pesaing yang harus dikalahkan, bukan sebagai mitra atau partner dalam upaya untuk mengeluarkan masyarakat dari permasalahan ekonomi yang dihadapi. Sehingga menyebabkan tingkat persaingan yang tidak Islami.

- e. BMT lebih mementingkan menjadi *baitul tamwil* daripada *baitul maal*. Dimana BMT lebih banyak menghimpun dana yang digunakan untuk bisnis daripada untuk mengelola zakat, infaq, dan sadaqah.⁸

Berdasarkan penjelasan terkait masalah kendala pada BMT diatas, maka peneliti berpendapat yakni sudah sangat wajar dan menyeluruh permasalahan antara lembaga satu dengan yang lainnya. Jika dilihat secara konsepsi, BMT merupakan suatu lembaga yang eksistensinya sangat dibutuhkan masyarakat terutama kalangan mikro. Akan tetapi menurut yang saya ketahui, dalam bidang operasionalnya masih memiliki banyak kelemahan. Misalnya seperti, belum memadainya sumber daya manusia yang dididik secara profesional, menyangkut manajemen SDM dan pengembangan jiwa wirausaha pada masyarakatnya. Jika dilihat dari permodalan/ dana masih relatif kecil, sehingga akan menyebabkan terbatasnya masyarakat untuk membangun usaha sendiri. Selain itu, tidak seimbang antara konsep syariah pengelolaan BMT dengan operasionalnya di lapangan.

B. Produk Pembiayaan *Murabahah*

1. Pengertian Pembiayaan

Pembiayaan pada intinya yaitu *I believe, I trust*, “saya percaya”, “saya menaruh kepercayaan”. Perkataan pembiayaan yang artinya kepercayaan (*trust*), berarti lembaga pembiayaan selaku *shahibul maal*

⁸ M.Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Ekonomi*, (Solo: PT Era Adicitra Intermedia, 2011), hal. 396-397

menaruh kepercayaan kepada seseorang untuk melaksanakan amanah yang diberikan. Dana tersebut harus digunakan dengan benar, adil dan harus disertai dengan ikatan dan syarat-syarat yang jelas, dan saling menguntungkan bagi kedua belah pihak. Menurut M. Syafi'i Antonio menjelaskan bahwa pembiayaan merupakan salah satu tugas pokok bank yaitu pemberian fasilitas dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang merupakan *deficit unit*.⁹ Sedangkan, menurut Hendry pembiayaan adalah kerjasama antara lembaga dan nasabah dimana lembaga sebagai pemilik modal (*shahibul maal*) dan nasabah sebagai fungsi untuk menghasilkan usahanya.¹⁰ Jadi, pembiayaan *murabahah* berarti suatu penjualan barang seharga barang tersebut ditambah dengan margin yang disepakati.¹¹

Berdasarkan pengertian pembiayaan menurut beberapa tokoh diatas mempunyai kesamaan pengertian yaitu sebagai penyedia fasilitas dana. Sedangkan, masyarakat/ nasabah sebagai pengelola usaha. Sehingga dengan adanya pembiayaan tersebut dari masyarakat dhuafa yang tidak tersentuh oleh bank konvensional karena tidak mampu memenuhi persyaratan yang telah ditetapkan oleh bank menjadi mampu melakukan pembiayaan seperti di BMT.

2. Tujuan Pembiayaan

Secara umum, tujuan pembiayaan dibedakan menjadi 2 kelompok besar, yaitu tujuan pembiayaan untuk tingkat makro dan tujuan

⁹ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), hal. 160

¹⁰ Arrison Hendry, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Muamalah Institute, 1999), hal. 25

¹¹ Yenti Afrida, Analisis Pembiayaan Murabahah di Perbankan Syariah, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 1, No. 2 Tahun 2016

pembiayaan untuk tingkat mikro. Secara makro dijelaskan bahwa pembiayaan bertujuan:

- a. Peningkatan ekonomi umat.
- b. Tersedianya dana bagi peningkatan usaha.
- c. Meningkatkan produktivitas.
- d. Membuka lapangan kerja baru.
- e. Terjadinya distribusi pendapatan.

Adapun secara mikro, pembiayaan bertujuan untuk:

- a. Upaya memaksimalkan laba.
- b. Upaya meminimalkan risiko.
- c. Pendayagunaan sumber ekonomi.
- d. Penyaluran kelebihan dana.¹²

Berdasarkan ciri-ciri pembiayaan secara makro dan mikro diatas, maka peneliti dapat memberikan pendapat terkait kedua ciri-ciri diatas. Pada dasarnya dengan adanya pembiayaan dalam masyarakat, maka akan meningkatkan kualitas kehidupan sosial ekonomi masyarakat bangsa Indonesia sehingga dapat mengurangi kesenjangan sosial ekonomi. Selain itu, secara tidak langsung dapat mendidik dan membimbing masyarakat untuk berfikir secara ekonomi, berperilaku bisnis serta meningkatkan kualitas hidup masyarakat.

3. Pengertian *Murabahah*

Murabahah merupakan transaksi jual beli antara nasabah yang membeli barang dari pihak Bank untuk digunakan menjalankan usahanya.

¹² Agung Eka Saifudin, “Praktek Pembiayaan Murabahah dan Penanganan Pembiayaan Bermasalah pada Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Baitul Izza Sejahtera Kabupaten Tulungagung”, (Tulungagung, Jurnal Ekonomi Syariah, 2017)

Murabahah menekankan adanya pembelian komunitas berdasarkan permintaan konsumen dan proses penjualan kepada konsumen dengan harga jual yang sudah merupakan tambahan profit. Bank tidak meminjamkan uang kepada nasabah untuk membeli sesuatu, akan tetapi pihak bank lah yang wajib membelikan suatu pesanan nasabah berupa barang untuk digunakan menjalankan usaha si nasabah sesuai harga yang telah disepakati oleh kedua belah pihak.

Secara bahasa, kata *murabahah* berasal dari bahasa Arab dengan akar kata *ribh* yang artinya “keuntungan”. Sedangkan secara istilah menurut Lukman Hakim, *murabahah* merupakan akad jual beli atas barang tertentu, dimana penjual menyebutkan harga jual yang terdiri atas harga pokok barang dan tingkat keuntungan tertentu atas barang, dimana harga jual tersebut disetujui pembeli.¹³

Menurut Antonio *ba'i murabahah* adalah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Dalam jual beli *murabahah*, penjual harus memberi tahu harga produk yang dibeli dan menentukan suatu tingkat keuntungan sebagai tambahannya.¹⁴ Sedangkan, menurut Sutan Remi Sjahdeni *murabahah* adalah jasa pembiayaan dengan mengambil bentuk transaksi jual beli dengan cicilan. Pada perjanjian *murabahah*, bank mempunyai pembelian barang atau asset yang dibutuhkan oleh nasabahnya membeli barang itu dari pemasok barang dan kemudian menjualnya kepada nasabah tersebut dengan

¹³ Lukman Hakim, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam...*, hal. 117

¹⁴ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah; Dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), hal. 101

menambahkan suatu keuntungan.¹⁵ Perbankan konvensional sebagai pemain lama telah menawarkan berbagai produk unggulan perbankan, diantaranya kredit kepemilikan baik rumah kendaraan bermotor atau yang lainnya. Oleh karena itu, dalam hal untuk melengkapi produk unggulannya dan juga untuk dapat mengakomodasi keinginan dari para nasabahnya untuk dapat memiliki rumah, kendaraan bermotor dll, maka bank syariah menggunakan skim *ba'i al-murabahah*.

Murabahah sebagai wujud dari kegiatan muamalah tentu memiliki rukun dan syarat, agar kegiatannya bisa sah menurut syariat Islam. Dibawah ini ada beberapa point mengenai rukun dan syarat pembiayaan *murabahah* :

a. Rukun *Murabahah*

- 1) Pihak yang berakad: penjual dan pembeli
- 2) Objek yang diakadkan: barang yang diperjualbelikan dan harga
- 3) Sighat/ Akad: serah ((ijab) dan terima (qabul)

b. Syarat *Murabahah*

- 1) Pihak yang berakad:
 - a) Sebagai keabsahan suatu perjanjian (akad) para pihak harus cakap hukum.
 - b) Sukarela (ridho), tidak dalam keadaan terpaksa/ dipaksa dan tidak dibawah tekanan.
- 2) Obyek yang diperjualbelikan:

¹⁵ Rahmat Syafe'i, *Fiqh Muamalah untuk UIN, STAIN, PTAIS dan Umum*, (Bandung: Pustaka Setia, 2006), hal. 70

- a) Barang yang diperjualbelikan tidak termasuk barang yang dilarang (haram) dan bermanfaat serta tidak menyembunyikan adanya cacat barang.
- b) Merupakan hak milik penuh pihak yang berakad.
- c) Sesuai spesifikasinya antara yang diserahkan penjual dan yang diterima pembeli.

3) Sighat:

- a) Harus jelas dan disebutkan secara spesifik (siapa) para pihak yang berakad.
- b) Antara ijab qabul (serah terima) harus selaras dan transparan baik dalam spesifikasi barang (penjelasan fisik barang) maupun harga yang disepakati (memberitahu biaya modal kepada pembeli).
- c) Tidak mengundang klausul yang bersifat menggantung keabsahan transaksi pada kejadian yang akan datang.¹⁶

4. Bentuk-Bentuk Pembiayaan *Murabahah*

Bentuk pembiayaan *murabahah* memiliki beberapa ciri/elemen dasar, dan yang paling utama adalah bahwa barang dagangan harus tetap dalam tanggungan bank selama transaksi antara bank dan nasabah belum diselesaikan. Berikut ini ciri/ elemen pokok pembiayaan *murabahah*:

- a. Pembiayaan *murabahah* bukan pinjaman yang diberikan dengan bunga. Pembiayaan *murabahah* adalah jual beli komoditas dengan

¹⁶ Lukman Haryoso, Penerapan Prinsip Pembiayaan Syariah (*Murabahah*) pada BMT Bina Usaha di Kabupaten Semarang, Jurnal Law and Justice, Vol. 2, No. 1 Tahun 2017

harga tangguh yang termasuk margin keuntungan di atas biaya perolehan yang disetujui bersama.

- b. Sebagai bentuk jual beli, dan bukan bentuk pinjaman.
- c. *Murabahah* tidak dapat digunakan sebagai bentuk pembiayaan, kecuali ketika nasabah memerlukan dana untuk membeli suatu barang.
- d. Pemberi pembiayaan harus telah memiliki komoditas/barang sebelum dijual kepada nasabahnya.
- e. Barang harus sudah dalam penguasaan pemberi pembiayaan secara fisik atau konstruktif.
- f. Jual beli tidak dapat berlangsung kecuali komoditas/ barang telah dikuasai oleh penjual, tetapi penjual dapat berjanji untuk menjual meskipun barang belum berada dalam kekuasaannya.
- g. LKS dapat meminta nasabah untuk menyediakan keamanan sesuai permintaan untuk pembayaran yang tepat waktu dari harga tangguh. LKS juga dapat meminta nasabah untuk menandatangani *promissory note* “nota kesanggupan”.
- h. Jika terjadi *default* “wan prestasi” oleh pembeli (nasabah) dalam pembayaran yang jatuh waktu, harga tidak boleh dinaikkan.¹⁷

Berikut ini terdapat bentuk-bentuk akad *murabahah* antara lain:

a. *Murabahah* sederhana

Murabahah sederhana adalah bentuk akad *urabahah* ketika penjual memasarkan barangnya kepada pembeli dengan harga sesuai harga perolehan ditambah margin keuntungan yang diinginkan.

¹⁷ Ascarya, *Akad & Produk Bank Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), hal. 88

b. *Murabahah* kepada pemesan

Bentuk *murabahah* ini melibatkan tiga pihak, yaitu pemesan, pembeli dan penjual. *Murabahah* ini juga melibatkan pembeli sebagai perantara karena keahliannya atau karena kebutuhan pemesan akan pembiayaan.¹⁸

5. Prinsip-Prinsip Pembiayaan Islam dalam *Murabahah*

Perbedaan pokok antara bank konvensional dengan bank syariah terletak pada landasan falsafah yang dianutnya. Bank syariah tidak melaksanakan sistem bunga dalam seluruh aktivitasnya, sedangkan bank konvensional sebaliknya. Selain menghindari transaksi bunga, maka transaksi yang dikembangkan adalah jual beli serta kemitraan yang diimplementasikan dalam bentuk bagi hasil.¹⁹

Pada pembiayaan *murabahah*, nasabah yang mengajukan permohonan harus memenuhi syarat sah perjanjian, yaitu syarat subjektif harus berumur 21 tahun atau telah/ pernah menikah, sehat jasmani dan rohani. Objek *murabahah* tersebut juga harus tertentu dan jelas serta merupakan milik yang penuh dari pihak bank. Dalam pelaksanaannya, pembelian objek *murabahah* dapat dilakukan oleh pembeli *murabahah* sebagai wakil dari pihak bank dengan akad *wakalah* atau perwakilan.

Setelah akad *wakalah*, pembeli *murabahah* bertindak untuk dan atas nama bank untuk melakukan pembelian objek *murabahah* tersebut. Setelah akad *wakalah* selesai dan objek *murabahah* tersebut secara prinsip telah menjadi hak milik bank, maka terjadi akad kedua antara bank

¹⁸*Ibid*, hal. 89

¹⁹ Tim Penuli DSN MUI, *Himpunan Fatwa Dewan Syariah Nasional*, (Jakarta: DSN MUI dan Bank Indonesia), hal. 25

dengan pembeli, yaitu akad *murabahah*. Hal ini memungkinkan dan tidak menyalahi syariah Islam seperti dijelaskan dalam Fatwa DSN MUI No. 04/DSN-MUI/IV/2000 bahwa jika bank hendak mewakilkan kepada nasabah untuk membeli barang dari pihak ketiga. Akad jual beli *murabahah* harus dilakukan setelah barang secara prinsip menjadi milik bank.²⁰

Di dalam fatwa DSN MUI No. 04/DSN-MUI/IV/2000 terdapat beberapa ketentuan pokok, diantaranya yaitu:

- a. Ketentuan umum *murabahah* dalam Bank Syariah.
- b. Ketentuan *murabahah* kepada nasabah.
- c. Jaminan dalam *murabahah*.
- d. Utang dalam *murabahah*.
- e. Penundaan pembayaran dalam *murabahah*.
- f. Bangkrut dalam *murabahah*.²¹

Berdasarkan penjelasan mengenai prinsip-prinsip pembiayaan *murabahah* secara Islam diatas, maka peneliti dapat memberikan pendapat yakni pada prinsipnya di dalam Lembaga Keuangan Syariah barang yang diperjual belikan tidak diharamkan oleh Islam seperti bebas dari unsur riba. Pada mekanisme pembiayaannya melakukan sistem bagi hasil yang telah sesuai dengan kesepakatan bersama. Selanjutnya, untuk persyaratan pembiayaan *murabahah* yang sudah dijelaskan diatas, maka sudah tidak diragukan lagi kejelasan dalam transaksi tersebut. Karena Bank

²⁰*Ibid*, hal. 25

²¹ Agung Eka Saifudin, "Praktek Pembiayaan *Murabahah* Dan Penanganan Pembiayaan Bermasalah Pada Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah Baitul Izza Sejahtera Kabupaten Tulungagung", (Tulungagung, Jurnal Ekonomi Syariah, 2017)

membayai sebagian atau seluruh harga pembelian barang yang telah disepakati kualifikasinya. Bank membeli barang yang diperlukan nasabah atas nama Bank sendiri, kemudian Bank menjualnya kepada nasabah dan akan dilunasi sesuai dengan jangka waktu yang telah disepakati. Untuk mencegah terjadinya penyalahgunaan atau kerusakan akad tersebut, pihak Bank dapat mengadakan perjanjian khusus dengan nasabah. Sehingga, banyak dari masyarakat yang melakukan pembiayaan *murabahah* untuk menjalankan suatu usaha. Karena pembiayaan *murabahah* tidak memberatkan nasabah dan sangat membantu untuk keberlangsungan suatu usaha.

6. Mekanisme Pembiayaan *Murabahah*

Berikut ini akan dijelaskan bagan proses pembiayaan *murabahah* dapat dilihat pada Gambar berikut ini:

Gambar 2.1

Mekanisme Pembiayaan *Murabahah*



Lembaga Keuangan Syariah (LKS) dapat menggunakan *murabahah* sebagai bentuk pembiayaan dengan mengadopsi prosedur sebagai berikut:²²

- a. Nasabah dan LKS menandatangani perjanjian umum ketika LKS berjanji untuk menjual dan nasabah berjanji untuk membeli komoditas/ barang tertentu dari waktu ke waktu pada tingkat margin tertentu yang ditambahkan dari biaya perolehan barang. Perjanjian ini dapat menetapkan batas waktu fasilitas pembiayaan ini.
- b. Ketika komoditas tertentu dibutuhkan oleh nasabah, LKS menunjuk nasabah sebagai agennya untuk membeli komoditas dimaksud atas nama LKS, dan perjanjian keagenan ditandatangani kedua belah pihak.
- c. Nasabah membeli komoditas/ barang atas nama LKS dan mengambil alih penguasaan barang sebagai agen LKS.
- d. Nasabah menginformasikan kepada LKS bahwa dia telah membeli komoditas/ barang atas nama LKS, dan pada saat yang sama menyampaikan penawaran untuk membeli barang tersebut dari LKS.
- e. LKS menerima penawaran tersebut dan proses jual beli selesai ketika kepemilikan dan risiko komoditas/ barang telah beralih ke tangan nasabah.

Kelima tahapan diatas diperlukan untuk menghasilkan *murabahah* yang sah. Jika LKS membeli komoditas/ barang langsung dari *supplier* (hal ini lebih disukai), maka perjanjian keagenan tidak

²² Ascarya, *Akad & Produk Bank Syariah...*, hal. 86

diperlukan. Dalam hal ini, tahap kedua tidak diperlukan dan pada tahap ketiga LKS akan membeli komoditas/ barang langsung dari *supplier*, dan tahap keempat nasabah menyampaikan penawaran untuk membeli komoditas/ barang tersebut.²³ Pada akad *murabahah*, penyerahan barang dilakukan pada saat transaksi. Sementara pembayarannya bisa dilakukan secara tunai, tangguh ataupun dicicil.²⁴

C. Pengertian Kualitas Pelayanan

1. Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan merupakan tingkatan atau sebuah hasil yang dicapai oleh suatu lembaga untuk melayani nasabah guna mewujudkan sesuatu. Kualitas pelayanan ini sangat penting, karena membawa dampak langsung terhadap suatu lembaga tersebut. kualitas pelayanan yang baik akan menjadi sebuah keuntungan bagi lembaga. Karena apabila suatu lembaga sudah memperoleh nilai positif di mata masyarakat. Maka masyarakat tersebut akan memberikan *feedback* yang baik dan akan menjadi pelanggan yang tetap.

Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa baik tingkat yang diberikan mampu sesuai dengan harapan pelanggan. Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi

²³ *Ibid*, hal.87

²⁴ Muhamad Turmudi, Penentuan Margin Ba'i Al-Murabahah pada Program Pembiayaan Perbankan Syariah di Indonesia, Jurnal Al-'Adl, Vol. 7, No. 1 Tahun 2014

keinginan pelanggan.²⁵ Sedangkan, menurut Stamatis kualitas pelayanan yaitu sistem manajemen strategis dan integratif yang melibatkan semua manajer dan karyawan serta menggunakan metode-metode kuantitatif untuk memperbaiki secara berkesinambungan atas proses-proses organisasi agar dapat memenuhi dan melebihi kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan.²⁶

Apabila jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya apabila jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.²⁷

Dari beberapa definisi diatas, maka dapat diambil kesimpulan tentang kualitas pelayanan yaitu segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau *service* yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramah-tamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen.²⁸

²⁵ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2002), hal. 137

²⁶ Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi Ketiga. (Yogyakarta: Andi Offset, 1997), hal. 140

²⁷ Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2005), hal. 16

²⁸ Husein Umar, *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003), hal. 3

Seringkali pada proses pelayanan memiliki beberapa kendala yang akan secara langsung berpengaruh terhadap kualitas pelayanan. Hal ini tidak terlepas adanya perbedaan antara konsumen dan pihak penyedia jasa. Loelock dan Wright menyatakan bahwa terdapat tujuh faktor yang berpengaruh langsung terhadap kualitas pelayanan, yaitu:

- a) Kesenjangan pengetahuan, perbedaan antara keyakinan penyedia jasa tentang harapan konsumen dan kebutuhan serta harapan konsumen yang sebenarnya.
- b) Kesenjangan ukuran, perbedaan antara persepsi manajemen tentang harapan konsumen dan ukuran kualitas dalam penyampaian jasa.
- c) Kesenjangan penyampaian, perbedaan antara spesifikasi ukuran penyampaian dan kinerja aktual penyedia jasa.
- d) Kesenjangan komunikasi internal, perbedaan antara iklan yang ditawarkan tentang kinerja, kualitas pelayanan dan fasilitas pelayanan, dengan kinerja yang sudah dilaksanakan.
- e) Kesenjangan persepsi, perbedaan antara proses penyampaian dan persepsi yang akan konsumen terima dari sebuah pelayanan jasa.
- f) Kesenjangan interpretasi, perbedaan antara informasi yang akan diberikan oleh penyedia jasa dengan informasi yang diterima oleh konsumen.

- g) Kesenjangan pelayanan, perbedaan antara apa yang menjadi harapan akan dirasakan konsumen dan persepsi tentang pelayanan yang diterima.²⁹

Berikut ini terdapat beberapa dimensi yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan, diantaranya yaitu:

- a) Dimensi Keandalan (*reliable*) berkenaan dengan kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan secara terpercaya dan akurat. Pelayanan akan dapat dikatakan *reliable* apabila dalam perjanjian telah diungkapkan dicapai secara akurat. Ketepatan dan keakuratan inilah yang akan menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap lembaga penyedia layanan jasa.
- b) Dimensi Daya Tanggap (*responsiveness*) berkenaan dengan kesediaan atau kemauan pegawai dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada konsumen. Kecepatan dan ketepatan pelayanan berkenaan dengan profesionalitas. Dalam artian seorang pegawai yang profesional akan dapat memberikan pelayanan secara tepat dan cepat. Profesionalitas ini ditunjukkan melalui kemampuannya dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.³⁰
- c) Dimensi Jaminan (*assurance*) berkenaan dengan pengetahuan atau wawasan, kesopanan, kepercayaan diri dari pemberi layanan, serta aspek terhadap konsumen. *Assurance* ini akan meningkatkan kepercayaan, rasa aman, bebas dari risiko atau bahaya, sehingga

²⁹ Lovelock, Wright, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: PT Indeks, 2005), hal. 97

³⁰ Dorothea Wahyu Ariani, *Pengendalian Kualitas Statistik*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2004), hal. 8

membuat konsumen merasa puas dan akan loyal terhadap lembaga penyedia layanan.

- d) Dimensi Empati (*empathy*) berkenaan dengan kemauan pegawai untuk peduli dan memberi perhatian secara individu kepada konsumen. Kemauan ini ditunjukkan melalui hubungan, komunikasi, memahami dan perhatian terhadap kebutuhan serta keluhan konsumen. Perwujudan dari sikap empati ini akan membuat konsumen merasa kebutuhannya terpuaskan karena dirinya dilayani dengan baik. Pernyataan ini sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an An-Nahl: 90 yang artinya:

“Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran”.

- e) Dimensi Bukti Fisik (*tangibles*) dapat berupa fasilitas fisik seperti gedung, ruangan yang nyaman, dan sarana prasaranan lainnya. Dalam konsep Islam pelayanan yang berkenaan dengan tampilan fisik hendaknya tidak menunjukkan kemewahan. Fasilitas yang membuat konsumen merasa nyaman memang penting, namun bukanlah fasilitas yang menunjukkan kemewahan. Pernyataan ini sebagaimana yang dinyatakan dalam Al-Qur'an surat At-Takatsur ayat 1-5 yang artinya, yaitu:

“Bermegah-megahan telah melalaikan kamu, sampai kamu masuk kedalam kubur. Janganlah begitu, kelak kamu akan mengetahui

(akibat perbuatan itu) dan janganlah begitu, kelak kamu akan mengetahui. Janganlah begitu, jika kamu mengetahui dengan pengetahuan yang yakin”.³¹

Selain terdapat beberapa dimensi diatas, kualitas pelayanan juga mempunyai komponen-komponen penting seperti bersedia mendengarkan pelanggan, suatu perusahaan melakukan hubungan dengan pelanggan dengan cara memenuhi harapan serta memberikan perhatian kepada pelanggan. Menurut Grontos secara nyata dapat tercermin dalam dimensi jasa dan dapat dibagi menjadi dua dimensi kualitas, yaitu:

- 1) *Technical Quality* adalah komponen yang berkaitan dengan kualitas produk jasa yang diterima oleh pelanggan. pada dasarnya *technical quality* dapat dirinci menjadi beberapa bagian, antara lain:
 - a. *Search Quality*, yaitu kualitas yang dapat dievaluasi oleh pelanggan sebelum membeli.
 - b. *Experience Quality*, yaitu kualitas yang hanya dapat dievaluasi setelah pelanggan membeli atau mengkonsumsi jasa.
 - c. *Credence Quality*, yaitu kualitas yang sukar dievaluasi oleh pelanggan, meskipun sudah mengkonsumsi jasa.
- 2) *Functional Quality* adalah komponen yang berkaitan dengan kualitas jasa penyampaian suatu jasa, dalam penerapan dan

³¹*Ibid*, hal. 10

penggunaan teknologi informasi yang berkaitan dengan produk jasa yang diberikan. Dimana kualitas fungsi meliputi dimensi kontak pelanggan, sikap, perilaku pelanggan, hubungan internal, penampilan dan rasa melayani.³²

2. Pelayanan Dalam Islam

Dalam berbisnis dilandasi oleh dua hal pokok kepribadian yang amanah dan terpercaya, serta mengetahui dan ketrampilan yang bagus.³³

- a. *Shidiq* yaitu benar dan jujur, tidak pernah berdusta dalam melakukan berbagai macam transaksi bisnis. Larangan berdusta, menipu, mengurangi takaran timbangan dan mempermainkan kualitas akan menyebabkan kerugian yang sesungguhnya.
- b. Kreatif, berani dan percaya diri. Ketiga hal tersebut mencerminkan kemauan berusaha untuk mencari dan menemukan peluang bisnis yang baru, prospektif, dan berwawasan masa depan, namun tidak mengabaikan prinsip kekinian. Hal ini hanya mungkin dapat dilakukan bila seorang pebisnis memiliki kepercayaan diri dan keberanian untuk berbuat sekaligus siap menanggung berbagai macam risiko.
- c. *Amanah* dan *fathonah* merupakan kata yang sering diterjemahkan dalam nilai bisnis dalam manajemen dan bertanggung jawab,

³² Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hal. 156

³³ Didin Hafidudin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syari'ah Dalam Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2003), hal. 56

transparan, tepat waktu, memiliki manajemen bervisi, manajer dan pemimpin yang cerdas, sadar produk dan jasa.

- d. *Tablig* yaitu mampu berkomunikasi dengan baik, istilah ini diterjemahkan dalam bahasa manajemen sebagai supel, cerdas, deskripsi tugas, delegasi wewenang, cepat tanggap, koordinasi, kendali dan supervise.
- e. *Istiqomah* yaitu secara konsisten menampilkan dan mengimplementasikan nilai-nilai diatas walau mendapatkan godaan dan tantangan. Hanya dengan *istiqomah* peluang-peluang bisnis yang prospektif dan menguntungkan akan selalu terbuka lebar.³⁴

Dari uraian yang sudah dijelaskan diatas terkait dengan kualitas pelayanan menurut Islam, maka peneliti memberikan pendapat yakni memberikan pelayanan itu dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa harus memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas kepada orang lain. Dari uraian diatas menjelaskan sifat yang pokok dimiliki seseorang yakni kepribadian yang amanah dan terpercaya. Dengan adanya 2 sifat pokok tersebut, maka kemungkinan kecil seseorang berbuat curang. Selain itu terdapat sifat *tabligh*, *sidiq*, dan *istiqomah* yang sangat disukai oleh Allah SWT. Jadi, selain sukses memberikan pelayanan yang baik maka akan memperoleh pahala ketika mampu mengamalkan sifat-sifat tersebut.

³⁴*Ibid*, hal. 56

3. Ciri-Ciri Pelayanan yang Baik

Dalam praktiknya, pelayanan yang baik memiliki ciri-ciri tersendiri dan terdapat beberapa faktor yang berpengaruh langsung terhadap mutu pelayanan yang diberikan. Berikut ini beberapa ciri pelayanan yang baik dan harus diikuti oleh karyawan yang bertugas melayani nasabah atau pelanggan:

- a. Tersedianya Karyawan yang Baik.
- b. Tersedianya Sarana dan Prasarana yang Baik.
- c. Bertanggung Jawab Kepada Nasabah Sejak Awal Sampai Selesai.
- d. Mampu Melayani Secara Cepat dan Tepat.
- e. Mampu Berkomunikasi.
- f. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi.
- g. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik.
- h. Berusaha memahami kebutuhan nasabah.
- i. Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah.³⁵

Berdasarkan uraian ciri-ciri pelayanan yang baik diatas, maka peneliti memberikan pendapat yakni pelayanan akan berjalan dengan lancar apabila suatu lembaga yang memberikan pelayanan faham dan menguasai terlebih dahulu apa yang dibutuhkan nasabah. Makadari itu, terlepas dari sifat-sifat yang sudah dijelaskan sebelumnya sudah seharusnya orang yang memberikan pelayanan harus pandai menyikapi masalah dan bisa membangun kepercayaan kepada nasabah.

³⁵ Chindra Ayu Elita, "Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Penerapan Prinsip-Prinsip Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di PT Prudential Life Assurance Cabang Tulungagung", (Tulungagung, Jurnal Ekonomi Syariah, 2017)

D. Minat

1. Pengertian Minat

Minat dapat diartikan sebagai suatu kondisi dimana seseorang menunjukkan keinginan ataupun kebutuhan yang ada dalam dirinya, maka hal tersebut dapat terlihat dari ciri-ciri yang muncul pada diri mereka. Sehingga, minat itu merupakan suatu dorongan yang timbul karena adanya perasaan senang terhadap sesuatu.

Pengertian minat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah memiliki arti kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, keinginan. Jadi harus ada sesuatu yang ditimbulkan, baik dari dalam dirinya maupun dari luar untuk menyukai sesuatu.³⁶

Pengertian minat menurut Shaleh Abdul Rahman adalah suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang atau gembira. Sedangkan menurut Prof. Dr. Iskandarwasid dan Dr. H. Dadang Sunendar, minat adalah perpaduan antara keinginan dan kemauan yang dapat berkembang. Minat merupakan salah satu faktor yang cukup penting dalam mempengaruhi preferensi nasabah dalam menabung. Terdapat tiga batasan minat yakni: suatu sikap yang dapat memikat perhatian seseorang ke arah objek tertentu secara selektif, suatu perasaan bahwa aktivitas dan kegemaran terhadap objek tertentu sangat berharga bagi individu, dan sebagai bagian dari motivasi

³⁶ Kamus Besar Bahasa Indonesia

atau kesiapan yang membawa tingkah laku ke suatu arah atau tujuan tertentu.

Minat juga dipengaruhi pada diri sendiri dan dari luar (lingkungan). Faktor yang paling dominan berpengaruh bagi nasabah adalah faktor lingkungan. Dalam hal ini dipertegas dengan pendapat Bloom bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat diantaranya pekerjaan, sosial ekonomi, bakat, jenis kelamin, pengalaman, kepribadian, dan faktor lingkungan.³⁷

Dalam melakukan fungsinya kehendak itu berhubungan erat dengan pikiran dan perasaan. Pikiran mempunyai kecenderungan bergerak dalam sektor rasional analisis, sedang perasaan yang bersifat halus tajam mendambakan kebutuhan. Sedangkan akal berfungsi sebagai pengingat perasaan dan fikiran. Terdapat beberapa tahapan faktor-faktor munculnya minat, diantaranya yaitu:³⁸

- a. Informasi yang jelas sebelum menjadi nasabah.
- b. Pertimbangan yang matang sebelum menjadi nasabah.
- c. Keputusan menjadi nasabah.

Pada prinsipnya perilaku pembelian atau minat menabung nasabah seringkali diawali dan dipengaruhi oleh banyaknya rangsangan dari luar dirinya, baik berupa rangsangan pemasaran maupun dari lingkungannya.³⁹ Dari informasi yang telah diketahui tentang apa yang memuaskan nasabah, bank syariah lalu mencoba menciptakan produk

³⁷ Iskandarwasid dan Dadang Sunendar, *Strategi Pembelajaran Bahasa*, Cet. 3, (Bandung: Rosda, 2011), hal. 113

³⁸ Sukanto M.M, *Nafsiologi*, (Jakarta: Integritas Press, 1985), hal. 120

³⁹ Sukardi dan Anwari, *Manfaat Menabung dalam Tabanas dan Taska*, (Jakarta: Balai Aksara, 1984), hal. 75

jasa yang dapat memuaskan nasabah, pihak bank syariah harus terus mengubah, menyesuaikan dan mengembangkan produknya untuk mengikuti perubahan dalam keinginan dan selera nasabah. Terdapat beberapa faktor yang sangat berpengaruh bagi nasabah dalam proses mempertimbangkan, memilih hingga menggunakan jasa perbankan syariah. Secara garis besar faktor-faktor tersebut dapat dibagi menjadi tiga yaitu: faktor bauran pemasaran, faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi.⁴⁰

2. Pengertian Tabungan

Menabung adalah tindakan yang dianjurkan oleh Islam, karena dengan menabung berarti seorang muslim mempersiapkan diri untuk pelaksanaan masa depan sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan. Islam juga menganjurkan untuk hemat dalam pengeluaran. Sehingga Islam menetapkan aturan-aturan perekonomian dalam hal menyimpan dan menabung. Aturan-aturan tersebut diantaranya yaitu:

- a. Menyimpan kelebihan setelah kebutuhan primer terpenuhi.
- b. Menyimpan kelebihan untuk menghadapi kesulitan.
- c. Hak harta generasi mendatang.
- d. Tidak menimbun harta.
- e. Pengembangan harta harus dilakukan dengan baik dan halal.⁴¹

Dari uraian penjelasan terkait pengertian minat menabung diatas, maka peneliti memberikan pendapat yakni dengan adanya keinginan

⁴⁰ Roni Andespa, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menabung di Bank Syariah*, Jurnal Syariah, Vol. 2, No. 1 Tahun 2017

⁴¹ Khotibul Umam, *Perbankan Syariah: Dasar-Dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), hlm. 75-89

seseorang menaruh perhatian terhadap sesuatu, maka minat akan menjadi motif yang kuat untuk melakukan tindakan. Seperti halnya dengan minat seseorang untuk menabung, hal tersebut dipengaruhi oleh pemasaran dan kondisi perekonomian. Rangsangan tersebut kemudian diproses dalam diri sesuai dengan karakteristik pribadinya, sebelum akhirnya diambil keputusan menabung.

E. Penelitian Terdahulu

Ada beberapa penelitian sebelumnya mengenai kualitas pelayanan dan pembiayaan *murabahah*, diantaranya:

1. Muhamad Turmudi, penentuan margin ba'i al-murabahah pada program pembiayaan perbankan syariah di Indonesia, Jurnal Al-'Adl, Vol. 7, No. 1 Tahun 2014. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penentuan margin ba'i al-murabahah. Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kualitatif dan bersifat deskriptif analisis. Tujuannya adalah menggambarkan secara tepat sifat individu, gejala, keadaan atau kelompok tertentu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat penentuan margin ba'i al-murabahah pada program pembiayaan perbankan syariah di Indonesia. Persamaan dengan penelitian saya yaitu kedua peneliti menggunakan metode analisis deskriptif, serta membahas terkait transaksi yang terjadi pada pembiayaan murabahah. Perbedaan dengan penelitian saya yaitu peneliti terdahulu lebih terfokuskan kepada margin dari pembiayaan murabahah. Sedangkan,

pada peneliti sekarang membahas tentang kualitas pelayanan, pembiayaan murabahah dan minat anggota.⁴²

2. Lukman Haryoso, penerapan prinsip pembiayaan syariah (*murabahah*) pada BMT Bina Usaha di Kabupaten Semarang, tahun 2015. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui prinsip pembiayaan *murabahah* pada BMT Bina Usaha di Kabupaten Semarang. Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kualitatif dan bersifat deskriptif analisis. Tujuannya yaitu menggambarkan secara tepat sifat individu, gejala, keadaan atau kelompok tertentu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan pembiayaan *murabahah* sudah mengacu pada prinsip-prinsip syariah. Persamaan dari penelitian ini adalah keduanya sama-sama meneliti tentang pembiayaan *murabahah* pada koperasi syariah. Sedangkan perbedaan dengan penelitian saya adalah kalau penelitian terdahulu hanya menjelaskan terkait pembiayaan *murabahah* saja. Sedangkan pada penelitian sekarang terdapat pembiayaan *murabahah*, kualitas pelayanan dan minat anggota.⁴³

3. Listya Surya Dewi, analisis modal, nilai dan sikap kewirausahaan terhadap pendapatan nasabah di BMT Pahlawan Pokusma Notorejo Tulungagung, tahun 2016. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh modal, nilai, dan sikap kewirausahaan terhadap pendapatan nasabah di BMT Pahlawan Pokusma Notorejo Tulungagung.

⁴² Muhamad Turmudi, Penentuan Margin Ba'i *Al-Murabahah* pada Program Pembiayaan Perbankan Syariah di Indonesia, Jurnal Al-'Adl, Vol. 7, No. 1 Tahun 2014

⁴³ Lukman Haryoso, Penerapan Prinsip Pembiayaan Syariah (*Murabahah*) pada BMT Bina Usaha di Kabupaten Semarang, Jurnal Law and Justice, Vol. 2, No. 1 Tahun 2017

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kualitatif dan bersifat deskriptif analisis. Tujuannya adalah menggambarkan secara tepat sifat individu, gejala, keadaan atau kelompok tertentu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa beberapa jenis produk pada BMT Pahlawan terdapat salah satu produk pembiayaan yang di pakai penulis untuk penelitian yaitu pembiayaan *murabahah*. Penulis juga membandingkan perkembangan pembiayaan *murabahah* dari tahun ke tahun. Persamaan dengan penelitian saya yaitu kedua peneliti menggunakan metode analisis deskriptif, serta membahas terkait transaksi yang terjadi di BMT Pahlawan. Perbedaan dengan penelitian saya yaitu peneliti terdahulu lebih terfokuskan kepada modal, nilai dan sikap kewirausahaan terhadap pendapatan nasabah di BMT Pahlawan. Sedangkan, pada peneliti sekarang membahas tentang kualitas pelayanan, pembiayaan *murabahah* dan minat anggota.⁴⁴

4. Yenti Afrida, Analisis Pembiayaan *Murabahah* di Perbankan Syariah, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol. 1, No. 2 Tahun 2016. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan kejelasan terkait dengan analisis pembiayaan *murabahah*. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian analisis deskriptif kualitatif, yang digunakan untuk menganalisis pembiayaan *murabahah* di Perbankan Syariah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa untuk menjamin agar terlaksananya pembiayaan *murabahah* sesuai konsep

⁴⁴ Listya Surya Dewi, “Analisis Modal, Nilai dan Sikap Kewirausahaan terhadap Pendapatan Nasabah di BMT Pahlawan Pokusma Notorejo Tulungagung”, (Tulungagung, Jurnal Skripsi Publikasi, 2016)

syariah, maka diperlukannya pengawasan ketat dari Dewan Pengawas Syariah atau Dewan Syariah Nasional. Persamaan dengan penelitian saya adalah keduanya memakai metode analisis deskriptif. Selain itu, kedua peneliti membahas tentang praktik pembiayaan *murabahah*. Perbedaan dengan penelitian saya adalah kalau peneliti terdahulu hanya menjelaskan pembiayaan *murabahah* saja. Sedangkan pada peneliti sekarang menjelaskan terkait pembiayaan *murabahah*, kualitas pelayanan dan minat anggota.⁴⁵

5. W. Eliyawati, Kualitas Pelayanan dan Tingkat Kepuasan Anggota Koperasi Unit Desa Suraberata Kecamatan Selemadeg Barat, Jurnal Manajemen Agribisnis, Vol. 4, No. 1 Tahun 2016. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan kejelasan terkait dengan kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan anggota koperasi tersebut. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian analisis deskriptif kualitatif, yang digunakan untuk menganalisis kualitas pelayanan koperasi unit Desa Suraberata, dengan lima indikator yaitu indikator kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik. Hasil penelitian ini memnunjukkan bahwa dari ke lima indikator tersebut berpengaruh terhadap kepuasan minat anggota koperasi untuk melakukan pembiayaan. Persamaan dengan penelitian saya adalah keduanya sama-sama meneliti tentang kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan anggota koperasi. Sedangkan perbedaan dengan penelitian saya adalah kalau penelitian terdahulu hanya menjelaskan

⁴⁵ Yenti Afrida, Analisis Pembiayaan *Murabahah* di Perbankan Syariah, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol. 1, No. 2 tahun 2016

terkait kualitas pelayanan dan kepuasan anggota koperasi. Sedangkan, pada peneliti sekarang dijelaskan produk yang terdapat pada koperasi yaitu *murabahah*, kualitas pelayanan dan minat anggota.⁴⁶

6. Chindra Ayu Elita, Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Penerapan Prinsip-Prinsip Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di PT Prudential Life Assurance Cabang Tulungagung, tahun 2017. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan kejelasan apa saja pengaruh promosi, kualitas pelayanan dan penerapan prinsip-prinsip syariah terhadap keputusan menjadi nasabah Di PT Prudential Life Assurance Cabang Tulungagung. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi, kualitas pelayanan dan penerapan prinsip-prinsip syariah sangat berpengaruh satu sama lain. Faktor-faktor tersebut akan mendorong seseorang untuk berfikir dan mempertimbangkan keputusan untuk menjadi nasabah pada sebuah asuransi syariah tersebut atau tidak. Persamaan dengan penelitian saya yaitu kedua peneliti membahas terkait dengan kualitas pelayanan lembaga keuangan terhadap nasabah. Perbedaan dengan penelitian saya yaitu, pada peneliti dahulu lebih fokus kepada promosi dan prinsip-prinsip syariah yang dipakai sebagai keputusan nasabah.

⁴⁶ W. Eliyawati dan N. Sutjipta, Kualitas Pelayanan dan Tingkat Kepuasan Anggota Koperasi Unit Desa Suraberata Kecamatan Selemadeg Barat, Jurnal Manajemen Agribisnis, Vol. 4, No. 1 Tahun 2016

Sedangkan, pada peneliti sekarang fokus kepada pembiayaan *murabahah*, kualitas pelayanan dan minat anggota.⁴⁷

7. Agung Eka Saifudin, praktek penanganan pembiayaan bermasalah pada koperasi simpan pinjam dan pembiayaan syariah Baitul Izza Sejahtera kabupaten Tulungagung, pada tahun 2017. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan kejelasan tentang praktek pembiayaan *murabahah* dan penanganan pembiayaan bermasalah pada koperasi simpan pinjam dan pembiayaan syariah Baitul Izza Sejahtera Kabupaten Tulungagung. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif (*field research*). Peneliti melakukan pola deskriptif analitik untuk membandingkan temuan dengan teori yang ada disertai dengan kreasi peneliti dalam proses penelitian. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa menurut Fatwa DSN dan dalam praktiknya sesuai dengan prinsip-prinsip dan nilai-nilai Islam. Selanjutnya, hasil dari penelitian tersebut ditemukan praktik pembiayaan *murabahah* yang sudah sesuai dengan teori yang ada. Persamaan dengan penelitian saya yaitu kedua peneliti memakai metode analisis deskriptif. Selain itu, kedua peneliti membahas tentang praktik pembiayaan *murabahah*. Perbedaan dengan penelitian saya yaitu pada peneliti dahulu terdapat pembiayaan bermasalah. Sedangkan pada peneliti sekarang fokus

⁴⁷ Chindra Ayu Elita, "Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Penerapan Prinsip-Prinsip Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di PT Prudential Life Assurance Cabang Tulungagung", (Tulungagung, Jurnal Skripsi Publikasi, 2017)

kepada pembiayaan *murabahah*, kualitas pelayanan dan minat anggota.⁴⁸

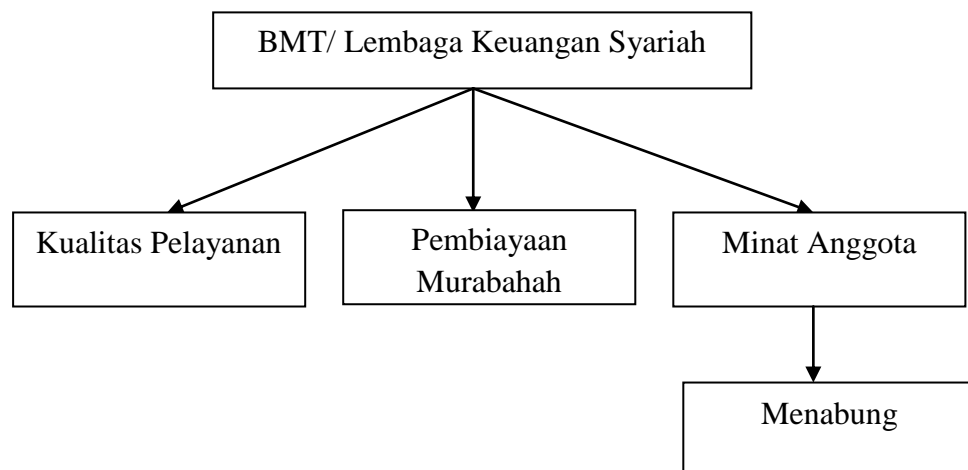
8. Roni Andespa, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menabung di Bank Syariah, Jurnal Syariah, Vol. 2, No. 1 Tahun 2017. Tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menabung di Bank. Sehingga, setelah ditelusuri dari berbagai macam faktor yang sangat berpengaruh bagi nasabah untuk mengambil keputusan dalam menabung adalah usia dan siklus hidup, keyakinan dan sikap, motivasi, kepribadian dan konsep diri, gaya hidup, kelas sosial, produk, harga, promosi serta budaya. Metodologi penelitian ini bersifat kuantitatif. Dimana yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Perbankan Syariah di Sumatra Barat. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam mengambil keputusan menabung di bank syariah karena adanya faktor *marketing mix*, faktor budaya, faktor sosial, serta faktor pribadi. Persamaan dengan penelitian saya yaitu kedua peneliti membahas tentang minat anggota untuk melakukan pembiayaan di lembaga keuangan. Perbedaan dengan penelitian saya yaitu pada peneliti terdahulu hanya terfokus kepada faktor yang mempengaruhi minat anggota untuk melakukan pembiayaan. Sedangkan, pada peneliti

⁴⁸ Agung Eka Saifudin, "Praktek Pembiayaan *Murabahah* Dan Penanganan Pembiayaan Bermasalah Pada Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah Baitul Izza Sejahtera Kabupaten Tulungagung", (Tulungagung, Jurnal Skripsi Publikasi, 2017)

sekarang fokus kepada pembiayaan *murabahah*, kualitas pelayanan dan minat anggota.⁴⁹

D. Kerangka Berpikir

Kerangka konseptual atau kerangka berrfikir merupakan model konseptual terkait dengan bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi. Suatu kerangka pemikiran akan menghubungkan secara teoretis antar variabel penelitian. Agar penelitian ini lebih terarah sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang ingin dicapai, maka kerangka konseptual dibangun dengan sebagai berikut:



Gambar 3.1 Kerangka Berpikir

Kehadiran Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) dan lembaga keuangan syariah lainnya yang muncul dan berkembang ditengah-tengah masyarakat. Dengan kehadirannya tersebut sangat diharapkan dapat membantu mereka dalam mengatasi permasalahan modal, terutama dalam mengatasi permodalan dbidang mikro. Oleh karena itu, BTM Surya Madinah dan BMT

⁴⁹ Roni Andespa, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menabung di Bank Syariah*, Jurnal Syariah, Vol. 2, No. 1 Tahun 2017

Pahlawan memberikan pelayanan yang baik dan bisa diterima oleh masyarakat luas pada umumnya. Tujuannya supaya masyarakat merasa nyaman dan aman dalam melakukan pembiayaan di lembaga tersebut. Sehingga, BTM Surya Madinah dan BMT Pahlawan menyediakan fasilitas berupa pembiayaan *Ba'i Bitsaman Wa Ajil* dan pembiayaan *murabahah* sebagai upaya dalam membantu perekonomian masyarakat luas. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik dan produk pembiayaan yang dibutuhkan oleh masyarakat luas terpenuhi, maka tidak menutup kemungkinan apabila minat dari masyarakat menjadi semakin banyak. Karena, selain dapat memudahkan untuk melakukan pembiayaan, masyarakat juga mempunyai keinginan untuk menabung di lembaga keuangan tersebut.

Berdasarkan pemaparan diatas, kualitas pelayanan dan fasilitas pembiayaan sangat mendukung minat masyarakat luas untuk melakukan pembiayaan dan menabung. Dengan adanya minat masyarakat untuk melakukan pembiayaan tersebut dapat menjadi penangkal resiko masalah permodalan.