BAB II

LANDASAN TEORI

A. Hakikat Manajemen Pembiayaan Bank Syariah

1. Pengertian Manajemen Pembiayaan Bank Syariah

Manajemen pembiayaan bank syariah adalah sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, dan pengontrolan sumber daya yang dilakukan oleh bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dalam hal pemberian fasilitas keuangan atau finansial yang kepada pihak lain berdasarkan prinsip-prinsip syariah untuk mendukung kelancaran usaha maupun untuk investasi yang telah direncanakan. Pengertian pembiayaan menurut Kamus Pintar Ekonomi Syariah, pembiayaan diartikan sebagai penyediaan dana atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berupa: 1) transaksi bagi hasil dalam bentuk *mudharabah* dan *musyarakah*, 2) transaksi sewa-menyewa dalam bentuk ijarah atau sewa dalam bentuk *ijarah muntahiya bit tamlik*, 3) transaksi jual beli dalam bentuk piutang *murabahah, salam,* dan *istishna',* 4) transaksi pinjam meminjam dalam bentuk piutang *qardh,* 5) transaksi sewa-menyewa jasa dalam bentuk *ijarah* untuk transaksi multijasa.

Berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank syariah serta atau UUS dan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai dan atau diberi fasilitas dana untuk mengembalikan dana tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan ujrah, tanpa imbalan, atau bagi hasil.

Pembiayaan atau *financing* adalah pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga.

Jenis-jenis pembiayaan di bank syariah sebagaimana dalam bukunya Adiwarman A. Karim yang berjudul Bank Islam, Analisis Fiqih dan Keuangan antara lain yaitu pembiayaan modal kerja syariah, pembiayaan investasi syariah, pembiayaan konsumtif syariah, pembiayaan sindikasi, pembiayaan berdasarkan take over, pembiayaan letter of credit.[1]

Dalam akad pembiayaan istilah laba tidak asing lagi. Karena dalam akad pembiayaan bagi hasil tujuannya adalah saling mendapatkan keuntungan atau laba. Laba bersih adalah laba operasi bersih dikurangi (ditambah) beban (pendapatan) diluar operasional, dan dikurangi dengan pajak penghasilan badan untuk periode tersebut.[2]

2. Prinsip Analisis Pembiayaan

Prinsip analisis pembiayaan adalah pedoman-pedoman yang harus diperhatikan oleh pejabat pembiayaan bank pada saat melakukan analisis pembiayaan. Secara umum, prinsip analisis pembiayaan didasarkan pada rumus 5C, yaitu: a) *Character* yaitu sifat karakter nasabah pengambil pinjaman, b) *Capacity* yaitu kemampuan nasabah untuk menjalankan usaha dan mengembalikan pinjaman yang diambil,

---

[1] Binti Nur Asiyah, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah,* (Yogyakarta: KALIMEDIA, 2015), hal. 1.

[2] *Ibid,* hal. 139.

c) *Capital* adalah besarnya modal yang diperlukan peminjam, d) *Collateral* adalah jaminan yang telah dimiliki yang diberikan peminjam kepada bank, e) *Conditional* adalah keadaan usaha atau nasabah prospek atau tidak.

Prinsip 5C tersebut kadang-kadang ditambah dengan 1C, yaitu *Constraint*, yaitu hambatan-hambatan yang mungkin mengganggu proses usaha. Untuk bank syariah, dasar 5C belumlah cukup. Sehingga perlu memperhatikan kondisi sifat amanah, kejujuran, kepercayaan dari masing-masing nasabah.[3]

3. Tinjauan Pembiayaan Murabahah

Murabahah yang berasa dari "*ribh*" (keuntungan) adalah transaksi jual beli dimana bank menyebut jumlah keuntungannya. Bank bertindak sebagai penjual sedangkan nasabah sebagai pembeli. Harga jual adalah harga beli bank dari pemasok ditambah keuntungan. Kedua pihak harus menyepakati harga jual dan jangka waktu pembayarannya. Harga jual dicantumkan dalam akad jual beli dan jika telah disepakati tidak dapat berubah selama berlakunya akad. Dalam perbankan, murabahah lazimnya dilakukan dengan cara pembayaran cicilan *(bi tsaman ajil).* Dalam transaksi ini barang diserahkan segera setelah akad, sedangkan pembayaran dilakukan secara tangguh.

[3] Muhammad, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah,* (Yogyakarta: UPP AMPYKPN, 2005), hal. 60.

Murabahah adalah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Dalam murabahah, penjual harus memberitahu harga produk yang ia beli dengan menentukan suatu tingkat keuntungan sebagai tambahan.[4]

Tingkat keuntungan dalam murabahah bisa dalam bentuk lumpsum atau presentase tertentu dari biaya perolehan. Pembayaran bisa dilakukan secara *spot* (tunai) atau bisa dilakukan di kemudian hari yang disepakati bersama. Oleh karena itu, murabahah tidak dengan sendirinya mengandung konsep pembayaran tertunda (*deferred payment)*, seperti yang secara umum dipahami oleh sebagian orang yang mengetahui murabahah hanya dalam hubungannya dengan transaksi pembiayaan di perbankan syariah, tetapi yidak memahami fikih Islam.[5]

B. Hakikat Kepuasan Anggota

1. Pengertian Kepuasan Anggota

Teori kepuasan mengemukakan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan konsumen merupakan dampak dari harapan konsumen sebelum pembelian dengan kinerja produk yang sesungguhnya. Ketika membeli suatu produk konsmen memiliki harapan tentang bagaimana kinerja produk tersebut. Menurut Kotler kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara hasil kerja

---

[4] Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: dari Teori Praktek,* (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), hal. 97.

[5] Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah,* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hal. 82.

produk/ jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan. Sedangkan menurut Engel kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternative yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil *(outcome)* sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan. secara umum kepuasan dapat diartikan sebagai adanya kesamaan antara kinerja produk dan pelayanan yang diterima dengan kinerja produk dan pelayanan yang diharapkan konsumen.[6]

Menurut Kotler sebagaimana dikutip dalam bukunya Sangadji, kepuasan adalah sejauh mana sesuatu tingkat produk dipersepsikan sesuai dengan harapan pelanggan. Kepusan konsumen diartikan sebagai suatu keadaan di mana harapan konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen. Jika produk tersebut jauh di bawah harapan, kosumen akan kecewa. Sebaliknya, jika produk tersebut memenuhi harapan, konsumen akan puas. Harapan konsumen dapat diketahui dari pengalman mereka sendiri saat menggunakan produk tersebut, informasi dari orang lain, dan informasi yang diperoleh dari iklan atau promosi lainnya.[7]

Kotler dan Keller mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai perasaan senang atau kecewa seorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil) terhadap

---

[6] Fitri Madona, Dalam Skripsi *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang,* (Palembang : UIN Raden Fatah Palembang, 2017), hal 29-30.

[7] *Ibid,* hal. 180-181.

ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektas, pelanggan akan sangat puas atau senang.[8]

2. Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Ada empat metode yang banyak digunakan dalam mengukur kepuasan pelanggan antara lain: a) Sistem keluhan dan saran, setiap perusahaan jasa berorientasi pada pelanggan wajib memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, kritik, pendapat dan keluhan mereka. b) Ghost/ mystery shopping, salah satu metode untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan sebagai pelanggan potensial jasa perusahaan pada perusahaan itu sendiri maupun perusanaan jasa pesaing. Mereka diminta melaporkan berbagai temuan penting berdasarkan pengalamannya mengenai kekuatan dan kelemahan jasa perusahaan dibandingkan dengan jasa pesaing. c) Lost customer analysis, perusahaan seyogyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti menggunakan jasa atau telah beralih ke perusahaan jasa lainnya, tujuannya agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya perusahaan dapat mengambil kebijakan selanjutnya untuk perbaikan maupun

[8] Philip Kotler dan Kevin lane Keller, *Marketing Manajemen thirteenth edition, terj. Bob Sabran Jilid 1,* (Jakarta: Erlangga, 2009), hal. 138-139.

penyempurnaan. d) Survey kepuasan pelanggan, umumnya sebagian besar penelitian mengenai kepuasan pelanggan menggunakan metode survey, baik via pos, telepon, e-mail, maupun wawancara langsung. Melalui survey, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik langsung dari pelanggan dan juga sebagai sinyal positif pada pelanggan bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap mereka.[9]

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan ada lima komponen yang dapat menentukan tingkat kepuasan pelanggan, yaitu sebagai berikut: a) kualitas produk , konsumen atau pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas, b) kualitas pelayanan, komponen pembentuk kepuasan pelanggan ini terutama untuk industri jasa. Pelanggan akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan, c) faktor emosional, konsumen yang akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu akan cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. kepuasan bukan karena kualitas dari produk tersebut tetapi nilai sosial yang membuat pelanggan menjadi uas terhadap merek produk tertentu, d) harga, produk yang mempunyai

[9] Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa,* (Yogyakarta: Banyumedia Publishing, 2011), hal. 369-370.

kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya. Jelas bahwa faktor harga juga merupakan faktor yang penting bagi pelanggan untuk mengevaluasi tingkat kepuasann, e) biaya dan kemudahan untuk mendapatkan produk atau suatu jasa. Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa akan cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut. ATM adalah contoh dimana pelanggan merasa puas karena mudah dalam mendapatkan pelayanan perbankan.[10]

Total kepuasan pelanggan akan bergantung pada evaluasi pelanggan terhadap masing-masing komponen tersebut. Selain itu, pelanggan juga akan memberikan bobot yang berbeda-beda untuk setiap komponen tersebut. Dalam hal inilah, perusahaan perlu jeli untuk melihat kopnen manakah yag perlu lebih dimainkan dan mengatur performa untuk kelima komponen kepuasan pelanggan tersebut.

C. Hakikat Tingkat Margin

1. Pengertian *Margin*

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, *margin* adalah laba kotor atau tingkat selisih antara biaya produksi dan harga jual.[11] Menurut Kamus Ekonomi, *margin* adalah sejumlah uang yang disetor (sebagai

[10] Handi Irawan, *Indonesian Customer Satisfaction Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan Merek Pemenang ICSA,* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2003), hal. 22-23.

[11] Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Balai Pustaka, 2008), hal. 879.

uang muka) dari total harga jual yang diajukan kepada bank tersebut sebagai penjamin pihak bank dari kemungkinan terjadinya kerugian.[12] Menurut kotler, *margin* adalah proses yang digunakan seorang anggota untuk memilih mengorganisasi, dan menginterpretasikan masukan-masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti.[13] Menurut Gozali, *margin* adalah selisih antara harga beli dan haga jual yang merupakan keuntungan kotor dalam transaksi jual beli barang. *Margin* tidak sama dengan bunga karena margin harus sudah ditentukan pada awal perjanjian dan tidak dapat berubah ditengah jalan.[14]

Menurut Karim pengertian *margin* keuntungan adalah persentase tertentu yang telah ditetapkan per tahun, perhitungan margin keuntungan secara harian, maka jumlah hari dalam setahun ditetapkan sebanyak 360 hari, perhitungan *margin* secara bulanan maka ditetapkan sebanyak 12 bulan. [15]

Pada umumnya, nasabah pembiayaan melakukan pembayaran secara angsuran. Tagihan yang timbul dari transaksi jual beli, sewa, berdasarkan akad murabahah, salam, istishna' atau ijarah disebut sebagai piutang. Besarnya piutang tergantung pada plafon pembiayaan,

---

[12] Sudarsono, *Kamus Ekonomi: Uang & Bank,* (Jakarta: Rineka Cipta, 2007), hal. 185.

[13] Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran edisi Milenium 1,* (Jakarta: PT Prenhalindo, 2002)

[14] Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Dengan Program SPSS,* (Semarang: UNDIP, 2006), hal. 80.

[15] Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan Edisi Ketiga,* (Jakarta: PT Rajawali Pers, 2009), hal. 280.

yakni jumlah pembiayaan (besar *margin* keuntungan ditambah harga pokok) yang tercantum di dalam perjanjian pembiayaan.[16]

Perlakuan *margin* ini sangat berbeda dengan bunga bank. Karena *margin* ini diperoleh melalui akad yang dilakukan oleh kedua belah pihak yang berdasarkan prinsip keadilan. Serta penetapan atau tingkat *margin* ini tergantung dari jenis barang, pembanding, reputasi dan alat ukur yang digunakan.[17]

Tingkat biaya pembiayaan (*margin* keuntungan) berpengaruh terhadap jumlah permintaan pembiayaan. Bila tingkat *margin* keuntungan lebih rendah daripada rata-rata suku bunga di perbankan konvensional, maka pembiayaan di koperasi syariah semakin kompetitif. Dengan demikian, semakin rendah tingkat *margin* keuntungan yang diambil oleh koperasi syariah, maka akan semakin besar pembiayaan yang diminta masyarakat atau dengan maksud semakin besar pula pembiayaan yang dapat disalurkan oleh koperasi syariah.[18]

2. Indikator Dalam Penentuan Tingkat Margin

Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam penetapan *margin* antara lain adalah: a) Komposisi pendanaan, bagi bank syariah yang pendanaannya sebagian besar diperoleh dari dana giro dan tabungan,

---

[16] *Ibid,* hal. 280.

[17] Muhammad, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah, (*Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2008), hal. 140.

[18] Ummi Sholihah, Dalam Skripsi *Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Kualitas Pelayanan, dan Margin Keuntungan Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah (Studi Kasus pada BMT Karima Karangpandang),* (Surakarta: IAIN Surakarta, 2016), hal. 36.

yang nisbah nasabah tidak setinggi deposito (bahwa bonus/ *athaya* untuk giro cukup rendah karena diserahkan sepenuhnya pada kebijakan bank syariah), maka penentuan keuntungan (margin atau bagi hasil bagi bank) akan lebih kompetetif jika dibandingkan suatu bank yang pendanaannya porsi terbesar dari deposito. b) Tingkat persaingan, jika tingkat persaingan ketat, porsi keuntungan bank tipis, sedangkan pada tingkat persaingan masih longgar bank dapat mengambil keuntungan lebih tinggi. c) Risiko pembiayaan, pada pembiayaan pada sektor yang beresiko tingi, bank dapat mengambil keuntungan lebih tinggi dibandingkan dengan yang beresiko sedang. d) Jenis nasabah, adalah nasabah prima dan biasa. Bagi nasabah prima, dimana usahanya besar dan kuat, bank cukup mengambil keuntungan yang tipis, sedangkan untuk pembiayaan kepada nasabah biasa diambil keuntungan yang lebih tinggi. e) Kondisi perekonomian, siklus ekonomi meliputi kondisi: *revival*, *boom*/ *peak* puncak, resesi dan depresi. Jika perekonomian secara umum berada pada dua kondisi pertama, dimana usaha berjalan lancar, maka bank dapat mengambil kebijakan pengambilan keuntungan yang lebih longgar. Namun pada kondisi lainnya (resesi dan depresi) bank tidak merugipun sudah bagus keuntungan sangat tipis. f) Tingkat keuntungan yang diharapkan bank, secara kondisional, hal ini (*spread bank*) terkait dengan masalah keadaan perekonomian pada umumnya dan juga risiko atas suatu sektor pembiayaan, atau pembiayaan terhadap debitur dimaksud. Namun demikian, apapun kondisinya serta siapapun

debiturnya bank dalam operasionalnya, setiap tahun tertentu telah menetapkan berapa besar keuntungan yang dianggarkan. Anggaran keuntungan inilah yang akan berpengaruh pada kebijakan penentuan besarnya margin ataupun nisbah bagi hasil untuk bank. [19]

Menurut Karim, menetapkan *margin* keuntungan mempertimbangkan beberapa hal diantaranya: 1) *Direct Competitor's Market Rate* (DCMR), yang dimaksud *Direct Competitor's Market Rate* (DCMR) adalah tingkat *margin* keuntungan rata-rata perbankan syariah, atau tingkat *margin* keuntungan rata-rata beberapa bank syariah yang ditetapkan dalam rapat ALCO *(Asset Liability Commite)* sebagai kelompok kompetitor langsung, atau tingkat *margin* keuntungan bank syariah tertentu yang ditetapkan dalam rapat ALCO sebagai kompetitor langsung terdekat. 2) *Indirect Competitor's Market Rate* (ICMR), yang dimaksud *Indirect Competitor's Market Rate* (ICMR) adalah tingkat suku bunga rata-rata perbankan konvensional, atau tingkat rata-rata suku bunga beberapa bank konvensional yang dalam rapat ALCO ditetapkan sebagai kelompok kompetitor tidak langsung, atau tingkat rata-rata suku bunga bank konvensional tertentu yang dalam rapat ALCO ditetapkan sebagai kompetitor tidak langsung yang terdekat. 3) *Expected Competitive Return For Investor* (ECRI), yang dimaksud *Expected Competitive Return For Investor* (ECRI) adalah target bagi

[19] Binti Nur Asiyah, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah,* (Yogyakarta: Teras, 2014), hal. 157-159.

hasil kompetitif yang diharapkan dapat diberikan kepada dana pihak ketiga. 4) *Acquiring Cost*, adalah biaya yang dikeluarkan oleh bank yang langsung terkait dengan upaya untuk memperoleh dana pihak ketiga. 5) *Overhead Cost, y*ang dimaksud *Overhead Cost* adalah biaya yang dikeluarkan oleh bank yang tidak langsung terkait dengan upaya untuk memperoleh dana pihak ketiga.[20]

3. Metode Perhitungan Angsuran Margin

Pengakuan angsuran harga jual terdiri dari angsuran harga beli/ harga pokok dan angsuran *margin* keuntungan. Pengakuan angsuran dapat dihitung dengan menggunakan metode antara lain, yaitu: a) Metode pendapatan margin menurun, adalah perhitungan pendapatan *margin* yang semakin menurun sesuai dengan menurunnya harga pokok sebagai akibat adanya cicilan/ angsuran, jumlah angsuran (harga pokok dan *margin* keuntungan) yang dibayar nasabah setiap bulan semakin menurun. b) Metode keuntungan rata-rata, adalah pendapatan *margin* menurun yang perhitungannya secara tetap dan jumlah angsuran (harga pokok dan margin keuntungan) dibayar nasabah tetap setiap bulan. c) Metode pendapatan flat, adalah pendapatan *margin* terhadap nilai harga pokok pembiayaan secara tetap dari atu periode ke periode lainnya, walaupun bagi debetnya menurun sebagai akibat dari adanya angsuran harga pokok harga. d) Metode pendapatan anuitas, adalah pendapatan

[20] Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan Edisi ketiga,* (Jakarta: PT Rajawali Pers, 2009), hal. 280-281.

margin yang diperoleh dari perhitungan anuitas. Perhitungan anuitas adalah suatu cara pengembalian pembiayaan dengan pembayaran angsuran harga pokok dan *margin* keuntungan secara tetap. Perhitungan ini akan mengasilkan pola angsuran harga pokok yang semakin membesar dan *margin* keuntungan yang semakin menurun.[21]

D. Hakikat Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Kualitas bukan hanya menekankan pada aspek hasil akhir, yaitu produk atau jasa tetapi juga menyangkut kualitas manusia, kualitas proses, dan kualitas lingkungan. Hal ini dapat dijelaskan bahwa sangatlah mustahil meneghasilkan produk dan jasa yang berkualitas tanpa melalui proses dan keterlibatan sumber daya manusia. [22]

Kualitas didasarkan pada pengalaman pelanggan yang sesungguhnya berhubungan dengan produk atau layanan. Kualitas merupakan cara pokok penempatan produk di mata konsumen sehingga perusahaan harus selalu menggali informasi mengenai apa yang

[21] *ibid,* hal. 281-282.

[22] Lena Ellitan dan Lina Ananta, *Sistem Informasi Manajemen Konsep dan Praktis,* (Bandung: ALFABETA, 2009), hal. 114-115.

diperlukan pelanggan melalui *survey*, laporan penjualan, *trend* yang berlaku dan penelitian layanan.[23]

Menurut Kotler, pengertian pelayanan adalah aktivitas atau hasil yang dapat ditawarkan oleh sebuah lembaga kepada pihak lain yang tidak kasat mata dan hasilnya tidak dapat dimiliki oleh pihak lain tersebut.[24]

Sedangkan menurut Hadipranata, pelayanan merupakan aktivitas tambahan di luar tugas pokok (*Job Description)* yang diberikan kepada konsumen, pelanggan, nasabah, dan sebagainya serta dirasakan baik sebagai penghargaan maupun kehormatan.[25]

Kualitas pelayanan merupakan ukuran seberapa baik tingkat jasa yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan. Kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas layanan dinilai berdasarkan persepsi konsumen (nasabah) yang membandingkan harapan untuk menerima layanan dan pengalaman sebenarnya atas layanan yang diterima. Jika harapan tidak terpenuhi maka kepuasan akan berkurang, sebaliknya jika harapan terpenuhi maka kualitas layanan dipersepsikan menjadi kepuasan. Kualitas layanan yang memuaskan akan memberikan gambaran yang baik bagi

---

[23] *Ibid,* hal. 115.

[24] Ismanto Setyobudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima,* (Malang: Gava Media, 2014), hal. 135.

[25] Djokosantoso Moeljono, *Budaya Korporat dan Keunggulan Korporasi edisi revisi,* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2013), hal. 47.

perusahaan, sebaliknya bila layanan mengecewakan akan menciptakan kesan yang buruk bagi penyedianya.[26]

Kualitas pelayanan sangat krusial dalam mempertahankan pelanggan dalam waktu yang lama. Sedangkan kualitas jasa merupaka tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.[27]

Kualitas jasa merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. dengan kata lain ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu jasa yang diharapkan dan jasa yang yang dipersepsikan. Implikasinya, baik buruknya kualitas jasa tergantung pada kemmpuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.[28]

2. Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Sangadji dan Sopiah ada lima dimensi pokok kualitas pelayanan antara lain sebagai berikut: a) Keandalan (*reliability),* yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat (*accurately*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependably*), terutama untuk memberikan jasa secara tepat waktu (*on time*), dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan, dan tanpa melakukan kesalahan. b) Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu kemauan atau

[26] Lena Ellitan dan Lina Ananta, *Sistem Informasi Manajemen Konsep dan Praktis,* (Bandung: ALFABETA, 2009), hal. 117.

[27] Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa,* (Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2014), hal. 39.

[28] *Ibid,* hal. 268.

keinginan para karyawan untuk membantu memberikan jasa yang dibutuhkan konsumen. c) Jaminan (*assurance*), yaitu meliputi pengetahuan, kemampuan, keramahan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya dari kontak personal untuk menghilangkan sifat keragu-raguan konsumen dan membuat mereka merasa terbebas dari bahaya dan risiko. d) empati, yang meliputi sikap kontak personal atau perusahaan untuk memahami kebutuhan dan kesulitan, konsumen, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan kemudahan untuk melakukan komunikasi atau hubungan. e) produk-produk fisik (*tangible*), tersedianya fasilitas fisik, perlengkapan dan sarana komunikasi, dan lain-lain yang bisa dan harus ada dalam proses jasa. [29]

3. Ciri-ciri Pelayanan yang Baik

Dalam praktiknya pelayanan yang baik memiliki ciri tersendiri dan hampir sama perusahaan menggunakan kriteria yang sama untuk membentuk ciri pelayanan yang baik. Menurut Kasmir berikut ini beberapa ciri pelayanan yang baik yang harus diikuti oleh para karyawan dalam melayani nasabah, yaitu: [30] a) Tersedianya karyawan yang baik, kenyamanan nasabah sangat tergantung dari karyawan yang melayani, karyawan harus ramah, sopan, dan menarik. Di samping itu karyawan harus cepat tanggap, pandai bicara, menyenangkan serta pintar. Karyawan juga harus mampu memikat dan mengambil hati

[29] Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen,* (Yogyakarta: ANDI, 2013), hal 100-101.

[30] Kasmir, *Etika Customer Service,* (Jakarta: Rajawali Pers, 2005), hal. 34.

nasabah sehingga nasabah semakin tertarik. Demikian juga dengan cara kerja karyawan harus rapi, cepat dan cekatan. b) Tersedianya sarana dan prasarana yang baik, pada dasarnya nasabah ingin dilayani secara prima. Untuk melayani nasabah, salah satu hal yang paling penting diperhatikan, di samping kualitas dan kuantitas sumber daya manusia adalah sarana dan prasarana yang dimiliki perusahaan. Peralatan dan fasilitas yang dimiliki seperti ruang tunggu dan ruang untuk menerima tamu harus dilengkapi berbagai fasilitas sehingga membuat pelanggan nyaman atau betah dalam ruangan tersebut. c) Bertanggung jawab kepada nasabah, bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai artinya dalam menjalankan kegiatan pelayanan karyawan harus mampu melayani dari awal sampai tuntas atau selesai. Nasabah akan merasa puas jika karyawan bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diinginkan. Jika terjadi sesuatu, karyawan yang dari awal menangani masalah tersebut. d) Mampu melayani secara cepat dan tepat, Mampu melayani secara cepat dan tepat artinya dalam melayani nasabah diharapkan karyawan harus melakukannya sesuai prosedur. Melayani secara cepat artinya melayani dalam batasan waktu yang normal. Pelayanan untuk setiap transaksi sudah memiliki standar waktu tersendiri. Proses yang terlalu lama dan berbelit akan membuat nasabah menjadi tidak betah dan malas untuk berhubungan kembali. e) Mampu berkomunikasi, mampu berkomunikasi artinya karyawan harus mampu berbicara kepada setiap nasabah. Karyawan juga harus mampu dengan

cepat memahami keinginan nasabah. Komunikasi harus dapat membuat pelanggan senggang sehingga nasabah mempunyai masalah, nasabah tidak segan-segan mengemukakn kepada petugas. Mampu berkomunikasi juga akan membuat permasalahan menjadi jelas sehingga tidak timbul salah paham. f) Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi, memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi artinya karyawan harus menjaga kerahasiaan nasabah yang berkaitan dengan uang pribadi nasabah. Pada dasarnya menjaga rahasia nasabah sama artinya dengan menjaga kerahasiaan perusahaan. Karena menjaga rahasia nasabah merupakan ukuran kepercayaan nasabah kepada perusahaan. g) Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik, untuk menjadi karyawan yang khusus melayani pelanggan harus memiliki pengetahuan dan kemampuan tertentu. Karena tugas karyawan selalu berhubungan dengan manusia, karyawan perlu dididik khusus mengenai kemampuan dan pengetahuan untuk menghadapi nasabah atau kemampuan dalam bekerja. Kemampuan dalam bekerja akan mampu mempercepat proses pekerjaan sesuai dengan waktu yang diinginkan. h) Berusaha memahami kebutuhan nasabah, berusaha memahami kebutuhan nasabah artinya karyawan harus cepat tanggap terhadap apa yang diinginkan oleh nasabah. Karyawan yang lamban akan membuat nasabah lari. i) Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah, kepercayaan calon nasabah kepada perusahaan mutlak diperlukan sehingga calon nasabah mau menjadi nasabah perusahaan yang

bersangkutan. Demikian pula untuk menjaga nasabah yang lama perlu dijaga kepercayaannya agar nasabah tersebut tidak meninggalkan perusahaan.

E. Hakikat Baitul Maal Wat Tamwil (BMT)

1. Pengertian Baitul Maal Wat Tamwil (BMT)

BMT merupakan kepanjangan dari Baitul Maal Wat Tamwil atau dapat juga ditulis dengan baitul maal wa baitul tanwil. Secara harfiah/ lughowi 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 tanwil merupakan lembaga bisnis yang bermotif laba.

Dari pengertian tersebut dapat ditarik pengertian yang menyeluruh bahwa BMT merupakan organisasi bisnis yang juga berperan sosial. Peran sosial BMT akan terlihat pada definisasi baitul maal, sedangkan peran bisnis BMT terlihat pada definisi baitul tamwil. Sebagai lembaga sosial, baitul maal memiliki kesamaan fungsi dan peran dengan 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 yang lain,

dan upaya pensyarufan zakat kepada golongan yang paling berhak sesuai dengan ketentuan asnabiah (UU Nomor 38 tahun 1999).

Sebagai lemaga bisnis, BMT lebih mengembangkan usahanya pada sektor keuangan, yakni 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 keunaga lain yang dilarang dilakukan oleh lembaga keuangan bank. Karena BMT bukan bank, maka ia tidak tunduk pada aturan perbankan.[31]

2. Visi dan Misi BMT

   a. Visi BMT

      Untuk mewujudkan lembaga yang profesional dan dapat meningkatkan kualitas ibadah. Ibadah harus dipahami dalam arti luas, yakni tidak saja mencakup aspek ritual peribadatan seperti sholat misalnya, tetapi lebih luas mencakup segala aspek kehidupan. Sehingga setiap kegiatan BMT harus berorientasi pada upaya mewujudkan ekonomi yang adil dan makmur.

[31] Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)*, (Yogyakarta: UII Press, 2004), hal. 126.

b. Misi BMT

Untuk membangun dan mengembangkan tatanan perekonomian dan strukutur masyarakat madani yang adil berkemakmuran-berkemajuan, serta makmur-maju berkeadilan berlandaskan syariah dan ridho Allah SWT.[32]

3. Tujuan BMT

Didirikannya BMT bertujuan untuk meningkatkan kualitas usaha ekonomi untuk kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Pengertian diatas dapat dipahami bahwa BMT berorientasi pada upaya peningkatan kesejahteraan anggota dan masyarakat. Anggota harus diberdayakan (*empowering*) supaya dapat mandiri. Dengan sendirinya, tidak dapat dibenarkan jika para anggota dan masyarakat menjadi sangat tergantung kepada BMT. Dengan menjadi anggota BMT, masyarakat dapat meningkatkan taraf hidup melalui peningkatan usahanya.

Pemberian modal pinjaman sedapat mungkin dapat memandirikan ekonomi para peminjam. Oleh sebab itu, sangat perlu dilakukan pendampingan. Dalam pelemparan pembiayaan, BMT harus dapat menciptakan suasana keterbukaan, sehingga dapat mendeteksi berbagai kemungkinan yang timbul dari pembiayaan. Untuk mempermudah pendampingan, pendekatan pola kelompok menjadi sangat penting. Anggota dikelompokkan berdasarkan usaha yang sejenis atau kedekatan

[32] *Ibid,* hal. 127.

tempat tinggal, sehingga BMT dapat dengan mudah melakukan pendampingan.[33]

4. Fungsi BMT

Dalam rangka mencapai tujuannya, BMT berfungsi: a) Mengidentifikasi, memobilisasi, mengorganisasi, mendorong dan mengembangkan potensi serta kemampuan potensi ekonomi anggota, kelompok anggota muamalat (Pokusma) dan daerah kerjanya. b) Meningkatkan kualitas SDM angota dan pokusma menjadi lebih profesional dan islami sehingga semakin utuh dan tangguh dalam menghadapi persaingan global. c) Menggalang dan memobilisasi potensi masyarakat dalam rangka meningkatkan kesejahteraan anggota. d) Menjadi perantara keuangan *(financial intermediary)*, antara pemilik dana *(Shohibul maal)*, baik sebagai pemodal maupun penyimpan dengan pengguna dana *(mudhorib)* untuk pengembangan usaha produktif.[34]

5. Prinsip Utama BMT

Dalam melaksanakan usahanya BMT berpegang teguh pada prinsip utama sebagai berikut: a) Keimanan dan ketaqwaan kepada Allah SWT dengan mengimplementasikannya pada prinsip-prinsip syariah dan muamalah kedalam kehidupan nyata. b) Keterpaduan, yakni nilai-nilai spiritual dan moral menggerakkan dan mengarahkan etika bisnis yang

[33] *Ibid,* hal. 128.
[34] *Ibid,* hal. 231.

dinamis, proaktif, progresif adil dan berakhlaq mulia. c) Kekeluargaan, yakni mengutamakan kepentingan brsama di atas kepentingan pribadi. Semua pengelola pada setiap tingkatan, pengurus dengan semua lininya serta anggota, dibangun rasa kekeluargaan, sehingga akan tumbuh rasa saling melindungi dan menanggung. d) Kebersamaan, yakni kesatuan pola pikir, sikap dan cita-cita antar semua elemen BMT. Antara pengelola dengan pengurus harus memiliki satu visi dan bersama-sama anggota untuk memperbaiki kondisi ekonomi sosial. e) Kemandirian, yakni mandiri di atas semua golongan politik. Mandiri berarti juga tidak tergantung dengan dana-dana pinjaman dan 'bantuan' tetapi senantiasa proaktif untuk menggalang dana masyarakat sebanyak-banyaknya. f) Profesionalisme, yakni semangat kerja yang tinggi ('amalus sholih/ ahsanu amala), yakni dilandasi dengan dasar keimanan. Kerja yang tidak haya berorientasi pada kehidupan dunia saja,tetapi juga kenikmatan dan kepuasan ruhani dan akhirat. Kerja keras dan cerdas yang dilandasi dengan bekal pengetahuan *(knowladge)* yang cukup, keterampilan yang terus ditingkatkan *(skill)* serta niat dan ghirah yang kuat *(Attitude).* Semua itu dikenal dengan kecerdasan emosional, spiritual dan intelektual. Sikap profesionalisme dibangun dengan semangat untuk terus belajar demi mencapai tingkat standar kerja yang tinggi. g) Istiqomah; konsisten, konsekuen, kontinuitas/ berkelanjutan tanpa henti dan tanpa pernah putus asa. Setelah mencapai tahap, maka maju lagi ke tahap berikutnya dan hanya kepada Allah SWT kita berharap.

6. Ciri-ciri BMT

Ciri-ciri utama BMT menurut Ridwan adalah sebagai berikut: 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 pensyarufan 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 disekitar BMT, bukan perseorangan atau orang dari luar masyarakat. Atas dasarnya ini BMT tidak dapat berbadan hukum perseorangan.[35]

F. Hakikat Pembiayaan

1. Pengertian Pembiayaan

Pembiayaan menurut Undang-Undang No. 21 tahun 2008 tentang Perlembaga Keuangan Syariah adalah penyedia dana atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berupa: a) Transaksi bagi hasil dalam bentuk mudharabah dan musyarakah, b) Transaksi sewa-menyewa dalam bentuk ijarah atau sewa beli dalam bentuk *ijarah muntahiya bittamlik*, c) Transaksi jual beli dalam bentuk piutang murabahah, salam, *istishna'*, d) Transaksi pinjam meminjam dalam bentuk piutang qardh, e)

[35] *Ibid,* hal. 130-132.

Transaksi sewa menyewa jasa dalam bentuk ijarah untuk transaksi multi jasa.

Pembiayaan atau *nuqud i'timani* menurut PERMA No. 2 Tahun 2008 KHES (Komplikasi Hukum Ekonomi Syariah) adalah penyedia dana dan tagihan berdasarkan akad mudharabah atau musyarakah dan pembiayaan lainnya berdasarkan prinsip bagi hasil. Pembiayaan menurut Antonio yaitu pemberian fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan puhak-pihak yang merupakan defisit unit.[36]

Pembiayaan atau financing menurut Muhammad, yaitu pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga. Dengan kata lain, pembiayaan adalah pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan.[37]

2. Jenis-jenis Pembiayaan

Sesuai dengan pengembangan produk, maka bank syariah ataupun lembaga keuangan syariah lainnya memiliki banyak jenis pembiayaan. Jenis-jenis pembiayaan pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi beberapa aspek:

a. Pembiayaan menurut sifat penggunaannya

Menurut sifat penggunaannya, pembiayaan dapat dibagi menjadi dua, yaitu: 1) Pembiayaan produktif, yaitu pembiayaan yang

[36] Muhammad Syafi'i Antonio, *Lembaga Keuangan Syariah,* (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), hal. 160.

[37] Muhammad, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah,* (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), hal. 27.

ditujukan untuk memenuhi kebutuhan produktif dalam arti luas 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 konsumsi, yang akan habis digunakan untuk memebuhi kebutuhan atau pembiayaan yang diberikan untuk tujuan diluar usaha dan umumnya bersifat perorangan.[38]

b. Pembiayaan Menurut keperluannya

Pembiayaan produktif dapat dibagi menjadi dua, yaitu:[39] 1) Pembiayaan modal kerja, yaitu pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan: a) Peningkatan produksi, baik secara kuantitatif yaitu jumlah hasil produksi. Maupun secara kualitatif, yaitu peningkatan kualitatif atau mutu hasil produksi, dan b) Untuk keperluan perdagangan atau penigkatan *utility of place* dari suatu barang. 2) Pembiayaan investasi, yaitu memenuhi kebutuhan barang-barang modal (*capital goods*) serta fasilitas-fasilitas yang erat kaitannya dengan itu.

3. Tujuan Pembiayaan

Secara umum, tujuan pembiayaan dibedakan menjadi dua, yaitu tujuan pembiayaan untuk tingkat makro dan tujuan pembiayaan untuk

[38] Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan,* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2011), hal. 244.

[39] *Ibid,* hal. 22.

tingkat mikro.[40] a) Pembiayaan tingkat makro, bertujuan untuk: 1) Peningkatan ekonomi umat, artinya masyarakat yang tidak dapat akses secara ekonomi, dengan adanya pembiayaan mereka dapat melakukan akses ekonomi. Dengan demikian, dapat meningkatkan taraf ekonomi. 2) Tersedianya dana bagi peningkatan usaha, artinya untuk pengembangan usaha membutuhkan dana tambahan. Dana tambahan ini dapat diperoleh melakukan aktivitas pembiayaan. 3) Meningkatkan produktivitas, artinya adanya pembiayaan memberikan peluang bagi masyarakat usaha agar mampu meningkatkan daya produksinya. 4) Membuka lapangan kerja baru, artinya dengan dibukanya sektor-sektor usaha melalui penambahan dana pembiayaan, maka sektor usaha tersebut akan menyerap tenaga kerja. 5) Terjadinya distribusi pendapatan, artinya masyarakat usaha produktif mampu melakukan aktivitas kerja, berarti mereka akan memperoleh pendapatan dari hasil usahanya. b) Pembiayaan tingkat mikro, bertujuan untuk:[41] 1) Upaya mengoptimalkan laba, artinya setiap usaha yang dibuka memiliki tujuan tertinggi, yaitu menghasilkan laba usaha. 2) Upaya meminimalkan risiko, artinya usaha yang dilakukan agar mampu menghasilkan laba maksimal, maka pengusaha harus mampu meminimalisir risiko yang mungkin timbul. 3) Pendayagunaan sumber ekonomi, artinya sumber daya ekonomi dapat dikembangkan dengan melakukan marketing mix

---

[40] Rivai Veithzal dan arviyan Arifin, *Islamic Banking Management,* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2010), hal. 681.

[41] *Ibid*, hal. 682.

antara sumber daya alam dan sumber daya manusia yang ada, dan sumber daya modal tidak ada. 4) Penyaluran kelebihan dana, artinya dalam kehidupan masyarakat ini pihak yag memiliki kelebihan sementara ada pihak yang kekurangan sehingga dapat menjadi jembatan dalam penyeimbangan dan penyaluran kelebihan dana dari pihak yang kelebihan (surplus) kepada pihak yang kekurangan (minus) dana.

4. Fungsi Pembiayaan

Ada beberapa fungsi pembiayaan yang diberikan oleh lembaga keuangan syariah kepada masyarakat penerima, diantaranya yaitu: a) Meningkatkan daya guna uang, para penabung menyimpan uangnya di lembaga dalam bentuk giro, tabungan,dan deposito. Uang tersebut dalam presentase tertentu ditingkatkan kegunaannya oleh lembaga keuangan guna suatu usaha peningkatan produktivitas. b) Meningkatkan daya guna barang, meliputi: 1) Prosedur dengan bantuan pembiayaan Lembaga Keuangan Syariah dapat mengubah bahan mentah menjadi bahan jadi sehingga utility dari bahan tersebut meningkatkan, misalnya peningkatan utility dari padi menjadi beras. 2) Produsen dengan bantuan pembiayaan dapat memindahkan barang dari suatu tempat yang kegunaannya kurang ke tempat yang lebih bermanfaat. c) Meningkatkan peredaran uang, pembiayaan disalurkan melalui rekening-rekening koran pengusahanya menciptakan pertambahan peredaran uang giral dan sejenisnya seperti cek, giro, wesel dan sebagainya. Hal ini selaras dengan pengertian lembaga keuangan selaku money creator. Penciptaan

uang itu selain dengan cara subtitusi juga menggunakan penukaran uang kartal dengan giral, maka ada juga *exchange of claim*, yaitu lembaga keuangan memberikan pembiayaan dalam bentuk uang giral. d) Menimbulkan kegairahan berusaha, setiap manusia adalah makhluk yang selalu melakukan kegiatan ekonomi, yaitu berusaha untuk memenuhi kebutuhannya. Kegiatan usaha sesuai dengan dinamikanya akan selalu meningkatkan, akan tetapi peningkatan usaha tidaklah selalu diimbangi dengan peningkatan kemampuan yang berhubungan dengan manusia lain yang mempunyai kemampuan. e) Stabilitas ekonomi, dalam ekonomi yang kurang sehat, langkah-langkah stabilisasi pada dasarnya diarahkan pada usaha-usaha untuk pengendalian inflasi, peningkatan ekspor, rehabilitas prasarana, pemenuhan kebutuhan-kebutuhan pokok rakyat. f) Sebagai jembatan untuk meningkatkan pendapatan nasional, para usahawan memperoleh pembiayaan tentu saja berusaha untuk meningkatkan usahanya. Peningkatan usahanya berarti peningkatan profit. Bila keuntungan ini secara kumulatif dukembangkan lagi dalam arti kata dikembalikan lagi kedalam struktur permodalan, maka peningkatan akan berlangsung secara terus-menerus. Dengan pendapatan yang terus meningkat berarti pajak perusahaan akan terus bertambah. Di lain pihak pembiayaan yang disalurkan untuk merangsang pertambahan kegiatan ekspor akan menghasilkan pertambahan devisa negara. Disamping itu, dengan makin efektifnya kegiatan swasembada (usaha mencukupi kebutuhan-kebutuhan pokok

sendiri), jadi devisa keuangan dapat menghemat dana dan dapat di arahkan pada usaha-usaha kesejahteraan ataupun kesektor-sektor lain yang lebih berguna. g) Sebagai alat hubungan ekonomi Internasional, lembaga keuangan sebagai lembaga pembiayaan tidak saja bergerak didalam negeri tetapi juga diluar negeri. Negara-negara kaya atau yang kuat ekonomi, demi persahabatan antar negara banyak memberikan bantuan kepada negara-negara yang sedang membangun melalui kredit (G to G, *Government to Governmen*).[42]

G. Hakikat Pembiayaan Murabahah

1. Pengertian murabahah

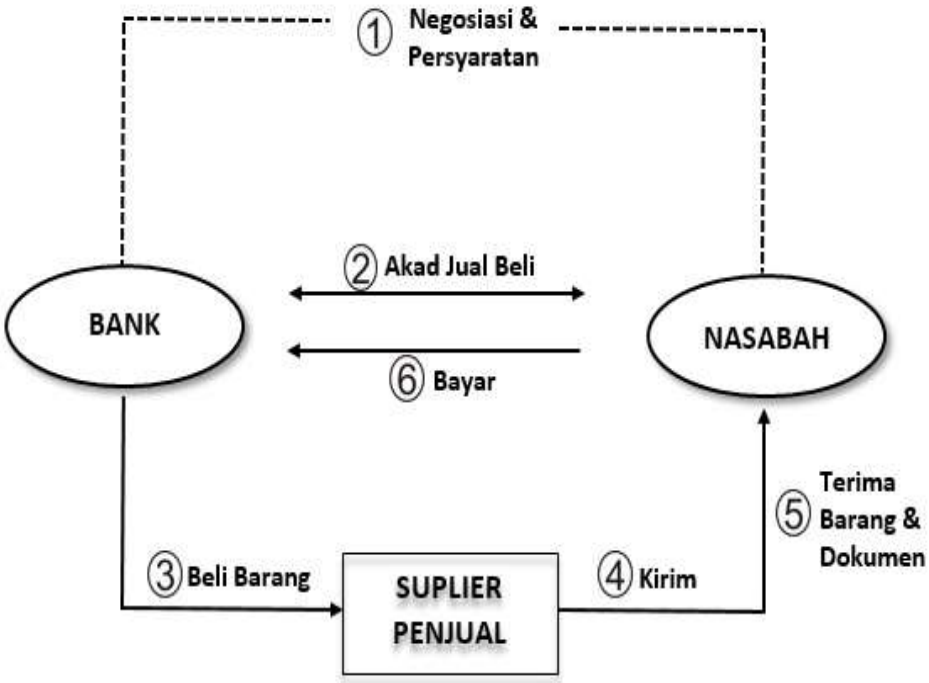
Murabahah adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan *(margin)* yang disepakati oleh penjual dan pembeli. Akad ini merupakan salah satu bentuk *natural certainty contracts,* karena dalam murabahah ditentukan berapa *required of profit*-nya (keuntungan yang ini diperoleh). Karena dalam definisinya disebut adanya "keuntungan yang disepakati", karakteristik murabahh adalah si penjual harus memberi tahu pembeli tentang harga pembelian barang dan menyatakan jumlah keuntungan yang ditambahkan pada biaya tersebut. Misalnya, si Fulan membeli unta 30 dinar, biaya-biaya yang dikeluarkan 5 dinar, maka ketika menawarkan untanya, ia

[42] *Ibid,* hal. 304-308.

mengatakan: “saya jual unta ini 50 dinar, saya mengambil keuntungan 15 dinar.”[43]

Untuk mempermudah pemahaman kita mengenai pembiayaan murabahah menurut Antonio (2001) adalah sebagai berikut:

Gambar 2.1
Skema pembiayaan Murabahah



Pada gambar 2.1 skema di atas dapat diketahui bahwa pembiayaan murabahah yaitu yang pertama diawali dengan negosiasi dan penjelasan persyaratan apa saja yang diperlukan dalam melakukan pembiayanaan murabahah antara pihak BMT dan pihak nasabah BMT. Jika kedua belah pihak antara nasabah dengan pihak BMT sudah sepakat langkah

[43] Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan Edisi Ketiga,* (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), hal. 113.

kedua kemudian dilanjutkan akad antara kedua belah pihak. Langkah ketiga yaitu pihak BMT membeli barang sesuai dengan yang diinginkan nasabah kepada supplier. Langkah keempat yaitu supplier mengirimkan barang yang sudah dibeli kepada pihak nasabah. Kemudian langkah kelima barang dan surat-surat kepemilikan barang diserahkan kepada pihak nasabah. Dan yang terakhir pihak nasabah melakukan pembayaran secara tangguh atau cicilan kepada pihak BMT.

2. Landasan Hukum Murabahah

Landasan hukum murabahah antara lain sebagai berikut:

a. Al-Qur'an

Ayat al-Qur'an yang secara umum memperbolehkan jual beli, diantaranya firman Allah:

وَأَحَلَّ اللهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّب

Artinya: *"Dan Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba"* (QS. Al-Baqarah: 275)

Ayat ini menunjukkan bolehnya melakukan transaksi jual beli dan murabahah merupakan salah satu bentuk dari jal beli:

يَاأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لاَتَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلاَّ أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنكُمْ

Artinya: *"Hai orang-oran yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yng batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu."* (QS. An-Nisa: 29)

b. Al-Hadits

Dari Suhaib ar-Rumi r.a bahwa Rasulullah SAW. Bersabda, “tiga hal yang didalamnya terdapat keberkahan: jual beli secara tangguh, muqaradhah (mudharabah), dan mencampur gandum dengan tepung untk keperluan rumah, bukan untuk dijual.” (HR. Ibnu Majah).[44]

3. Rukun dan Syarat Pembiayaan Murabahah

Pembiayaan murabahah memiliki rukun dan syarat-syarat yang harus dipenuhi agar transaksi yang dilakukan dapat dikatakan sah dan halal. Berikut mengenai rukun dan syarat murabahah:

a. Rukun murabahah

Rukun murabahah ada tiga, yaitu: 1) Pelaku akad, yaitu ba’i (penjual) adalah yang memiliki barang untuk dijual, musytari (pembeli) adalah pihak yang memerlukan dan akan membeli barang. 2) Objek akad, yaitu mabi’ (barang dagangan) dan tsaman (harga), dan 3)Shighah, yaitu ijab dan qabul.

b. Syarat murabahah

Syarat murabahah dibagi menjadi empat, yaitu: 1) Murabahah merupakan salah satu bentuk jual beli ketika penjual secara eksplisit menyatakan biaya perolehan barang yang akan dijualnya dan menjual kepada orang lain dengan menambahkan tingkat keuntungan yang diinginkan. 2) Tingkat keuntungan dalam

[44] Muhammad Syafi’i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek,* (Jakarta: Gema Insani, 2013), hal. 102.

murabahah dapat ditentukan berdasarkan kesepakatan bersama dalam bentuk lumpsum atau presentase tertentu dari biaya. 3) Semua biaya yang dikeluarkan penjual dalam rangka memperoleh barang, seperti biaya pengiriman, pajak, dan sebagainya dimasukkan kedalam biaya perolehan untuk menentukan harga agregat dan margin keuntungan didasarkan pada harga agregat ini. Akan tetapi, pengeluaran yang timbul karena usaha, seperti gaji pegawai sewa tempat usaha, dan sebagainya tidak dapat dimasukkan ke dalam harga untuk suatu transaksi. Margin keuntungan yang diminta itulah yang meng-cover pengeluaran-pengeluaran tersebut. 4) Murabahah dikatakan sah hanya ketika biaya-biaya perolehan barang dapat ditentukan secara pasti. Jika biaya-biaya tidak dapat dipastikan, barang/komoditas tersebut tidak dapat dijual dengan prinsip murabahah.[45]

H. Kajian Penelitian Terdahulu

1. Pengaruh Tingkat Margin terhadap Kepuasan Anggota pada Pembiayaan Murabahah

Penelitian yang dilakukan oleh Rokhman bertujuan untuk menguji pengaruh biaya pinjaman *(cost of loan)*, angsuran pinjaman (loan repayment), dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pembiayaan Baitul mal wat tamwil (BMT) di kabupatem kudus. Sampel

[45] Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah,* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hal. 83-84.

dalam penelitian ini adalah konsumen pembiayaan BMT yang telah menjadi nasabah di atas 1 tahun dengan menggunakan teknik purposive sampling. 150 kuesioner didistribusikan ke nasabah pembiayaan di 10 BMT yang beroperasi di kabupaten Kudus. Kuesioner yang kembali sebanyak 112 kuesioner tetapi hanya 96 kuesioner yang dapat dianalisis lanjutan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa angsuran dan kualitas pelayanan pengaruh yang positif signifikan terhadap kepuasan nasabah pembiayaan. Sedangkan biaya pinjaman tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pembiayaan.[46] Persamaan dan perbedaan yaitu sama-sama meneleti atau mengukur tentang kualitas pelayanan sebagai variabel independen dan kepuasan nasabah sebagai variabel dependen, perbedaannya yaitu variabel independen yang mempengaruhi kepuasan anggota pada pembiayaan murabahah yaitu tingkat margin dan studi kasus Lembaga Keuangan Syariah yang diteliti.

Penelitian yang dilakukan oleh sa'adah bertujuan untuk menjelaskan hubungan penetapan harga jual dan tingkat margin terhadap keputusan pembiayaan murabahah pada anggota BMT Agritama Blitar. Dalm penelitian ini menggunakan metode kuesioner. Metode kuesioner adalah metode yang digunakan untuk memperoleh data tentang pembiayaan murabahah sebagai sampel penelitian. Metode kuesioner pada penelitian ini adalah metode penelitian kuesioner tertutup. Hasil penelitian

[46] Wahibur Rokhman, *Pengaruh Biaya, Angsuran dn Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Pembiayaan BMT di Kabupaten Kudus,* STAIN Kudus, IQTISHADIA Vol. 9, No. 2, 2016, 326-351 P-ISSN: 1979-0724, E-ISSN: 2502-3993. Diakses pada tanggal 11 Februari 2019 pukul 15.00 WIB

menunjukkan bahwa penetapan harga jual terhadap keputusan pembiayaan murabahah memiliki pengaruh yang positif dan signifikan. Dan hasil penelitian yang dilakukan secara bersama-sama juga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan.[47] Persamaan dan perbedaan yaitu sama-sama meneleti atau mengukur tentang tingkat margin sebagai variabel independen, perbedaannya yaitu menambah kualitas pelayanan pada variabel independen, kepuasan anggota pada pembiayaan murabahah sebagai variabel dependen dan studi kasus Lembaga Keuangan Syariah yang diteliti.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Anggota pada Pembiayaan Murabahah

Penelitian yang dilakukan oleh Madona bertujuan untuk mengetahui pengaruhi kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dibuktikan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang. Jika kualitas pelayanan semakin meningkat maka kepuasan nasabah juga akan meningkat. Hal ini terbukti dari hasil analisis uji t yang menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 9,325 dengan taraf signifikan 0,000. [48] Persamaan dan perbedaan yaitu

[47] Visa Alvi Sa'adah, *Pengaruh Harga Jual dan Tingkat Margin terhadap Keputusan Pembiayaan Murabahah pada Anggota BMT Agritama Blitar,* Repository IAIN Tulungagung. Diakses pada diakses pada tanggal 29 November 2018 pukul 20.35 WIB.

[48] Fitri Madona, *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang,* eprints.radenfatah. Diakses pada tanggal 29 November 2019 pukul 20.35 WIB.

sama-sama meneleti atau mengukur tentang kualitas pelayanan sebagai variabel independen dan kepuasan nasabah sebagai variabel dependen, perbedaannya yaitu menambahkan variabel independen yang mempengaruhi kepuasan anggota pada pembiayaan murabahah yaitu tingkat margin dan studi kasus Lembaga Keuangan Syariah yang diteliti.

Penelitian yang dilakukan oleh Ramadhan bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan dan kualitas produk baik secara simultan maupun parsial terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan murabahah pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang. Dalam penelitian ini sampel yang diambil sebanyak 86 responden. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik yang digunakan adalah pengambilan sampel yaitu Accidental Sampling. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif responden, analisis statistik deskriptif variabel, analisis uji asumsi klasik, regresi linier bergandan dan uji hipotesis. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa F_{hitung} (31,844)> F_{tabel} (3,95) dan t_{hitung} (7,973)X_1 (2,486)X_2 > t_{tabel} (1,988). Berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial maupun simultan terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah dalam Pembiayaan

Murabahah pada BMT Al-Aqobah Pusri Palembang. [49] Persamaan dan perbedaan yaitu sama-sama meneleti atau mengukur tentang kualitas pelayanan sebagai variabel independen, perbedaannya yaitu menggunakan kepuasan anggota pada pembiayaan murabahah sebagai variabel dependen dan studi kasus Lembaga Keuangan Syariah yang diteliti.

3. Pengaruh Tingkat Margin dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Anggota pada Pembiayaan Murabahah

Penelitian yang dilakukan oleh Kusumawardhani bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, penanganan komplain, kualitas produk, dan tingkat margin terhadap kepuasan nasabah produk pembiayaan murabahah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa diperoleh persamaan regresi linier berganda $Y = 2,731 + 0,348\ X_1 + 0,234\ X_2 + 0,470\ X_3 + 0,065\ X_4$. Hasil uji t_{test} menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, penanganan komplain dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan pada variabel tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Uji F_{test} menunjukkan bahwa F hitung 39.067 dan nilai signifikansi sebesar 0.000 dengan taraf signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas, penanganan komplain, kualitas produk, dan tingkat margin secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah produk

[49] Dimas Suhendra Syahri Ramadhan, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah dalam Pembiayaan Murabahah pada BMT Al- Aqobah Pusri Palembang,* eprints.radenfatah. Diakses pada 26 September 2018 pukul 15.45 WIB

pembiayaan murabahah. Sedangkan hasil koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.644, ini berarti kontribusi variasi variabel independen (kualitas pelayanan, penanganan komplain, kualitas produk, dan tingkat margin) mampu menjelaskan variabel dependen (kepuasan nasabah produk pembiayaan murabahah) sebesar 64,4% sedangkan sisanya sebesar 35,6% dijelaskan oleh variabel diluar model penelitian.[50] Persamaan dan perbedaannya yaitu sama-sama meneliti atau mengukur variabel kualitas pelayanan, tingkat margin, dan kepuasaan nasabah, perbedaannya yaitu tingkat margin dan kualitas pelayanan sebagai variabel independen, kepuasan anggota pada pembiayaan murabahah sebagai variabel dependen, dan studi kasus Lembaga Keuangan yang diteliti.

Penelitian yang dilakukan oleh Apriyanti untuk menjelaskan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah tabungan di PT Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta. Berdasarkan hasil analisis dan oleh data, dapat diketahui bahwa variabel kehandalan, jaminan, daya tanggap tidak berpengaruhi positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, sedangkan variabel kualitas produk, wujud fisik, dan iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, namun berbeda dengan empati, variabel ini justru berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dalam penelitian ini nilai

[50] Nisa Kusumawardhani, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Penanganan Komplain, Kualitas Produk, dan Tingkat Margin terhadap Kepuasan Nasabah Produk Pembiayaan Murabahah (Studi Kasus pada KSPPS Ubasyada Ciputat, Tangerang Selatan),* Repository.uinjkt. Diakses pada tanggal 11 Februari 2019 pukul 15.00 WIB

Adjusted R Square hanya sebesar 22,4% dan sisanya 77,6% dipengaruhi variabel lain diluar model.[51] Persamaan dan perbedaan yaitu sama-sama meneleti atau mengukur tentang kualitas pelayanan sebagai variabel independen, perbedaannya yaitu menambahkan variabel independen yang mempengaruhi kepuasan anggota pada pembiayaan murabahah yaitu tingkat margin dan studi kasus Lembaga Keuangan Syariah yang diteliti.

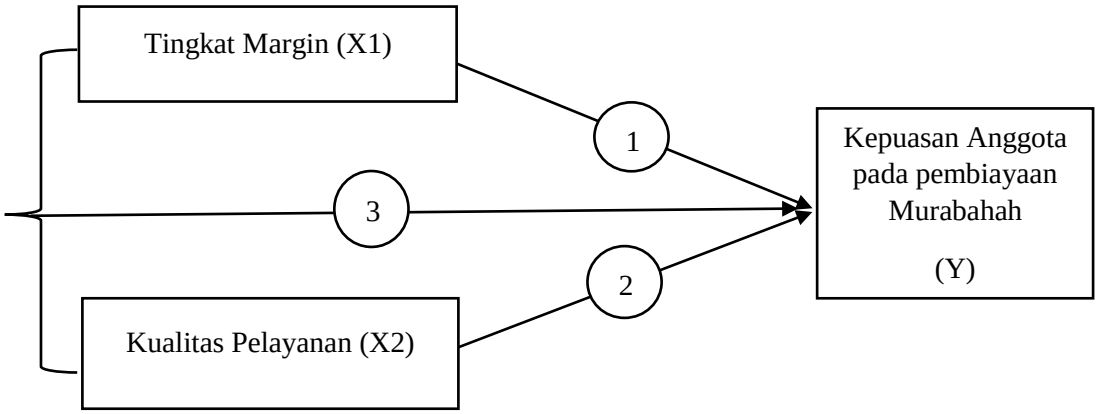
I. Kerangka Konseptual

Berdasarkan uraian teori dan penelitian terdahulu mengenai Pengaruh Tingkat Margin X1 (variabel independen) dan Kualitas Pelayanan X2 (variabel independen) terhadap Kepuasan Anggota pada Pembiayaan Murabahah Y (variabel dependen) diatas, maka kerangka konseptual penelitian ini adalah sebagai berikut:

[51] Reni Apriyanti, *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Iklan terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah yang Menabung di PT BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta),* digilib uinsuka, Diakses pada tanggal 11 Februari 2019 pukul 15.00 WIB

Gambar 2.2

Kerangka Konseptual



Penelitian ini hanya akan menggali data berupa informasi Pengaruh Tingkat Margin dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Anggota pada Pembiayaan Murabahah di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung.

1. Pengaruh antara Tingkat Margin terhadap Kepuasan Anggota pada Pembiayaan Murabahah didasarkan pada teori Binti Nur Asiyah.[52] Serta di landaskan pada penelitian terdahulu Rokhman[53] dan Sa'adah.[54]
2. Pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Anggota pada Pembiayaan Murabahah didasarkan pada teori Etta Mamang Sangadji

[52] Binti Nur Asiyah, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah,* (Yogyakarta: Teras, 2014), hal. 156-159.

[53] Wahibur Rokhman, *Pengaruh Biaya, Angsuran dn Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Pembiayaan BMT di Kabupaten Kudus,* STAIN Kudus, IQTISHADIA Vol. 9, No. 2, 2016, 326-351 P-ISSN: 1979-0724, E-ISSN: 2502-3993, Diakses pada tanggal 11 Februari 2019 pukul 15.00 WIB

[54]Visa Alvi Sa'adah, *Pengaruh Harga Jual dan Tingkat Margin terhadap Keputusan Pembiayaan Murabahah pada Anggota BMT Agritama Blitar,* Repository IAIN Tulungagung. Diakses pada diakses pada tanggal 29 November 2018 pukul 20.35 WIB.

dan Sopiah.[55] Serta dilandaskan pada penelitian terdahulu Ramadhan[56] dan Madona[57].

3. Pengaruh antara Tingkat Margin dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Anggota pada Pembiayaan Murabahah yang didasarkan pada teori Handy Irawan.[58] Serta dilandasi pada penelitian terdahulu Kusumawardhani[59] dan Apriyanti. [60]

J. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan dugaan sementara yang kebenarannya masih harus dilakukan pengujian. Dari uraian gambar kerangka konseptual di atas, serta mengacu pada latar belakang, rumusan masalah, dan telaah pustaka yang telah dijabarkan di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H_1 : Tingkat Margin berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Anggota pada Pembiayaan Murabahah di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung

---

[55] Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen,* (Yogyakarta: ANDI, 2013), hal 100-101.

[56] Dimas Suhendra Syahri Ramadhan, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah dalam Pembiayaan Murabahah pada BMT Al- Aqobah Pusri Palembang,* eprints.radenfatah. Diakses pada 26 September 2018 pukul 15.45 WIB

[57] Fitri Madona, *Pngaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang,* eprints.radenfatah. Diakses pada tanggal 29 November 2019 pukul 20.35 WIB.

[58] Handi Irawan, *Indonesian Customer Satisfaction Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan Merek Pemenang ICSA,* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2003), hal. 22-23.

[59] Nisa Kusumawardhani, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Penanganan Komplain, Kualitas Produk, dan Tingkat Margin terhadap Kepuasan Nasabah Produk Pembiayaan Murabahah (Studi Kasus pada KSPPS Ubasyada Ciputat, Tangerang Selatan),* Repository.uinjkt. Diakses pada tanggal 11 Februari 2019 pukul 15.00 WIB.

[60] Reni Apriyanti, *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Iklan terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah yang Menabung di PT BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta),* digilib uinsuka. Diakses pada tanggal 11 Februari 2019 pukul 15.00 WIB.

H_2 : Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota pada pembiayaan murabahah di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung

H_3 : Tingkat Margin dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Anggota pada Pembiayaan Murabahah di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung