

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Hakikat Manajemen Pemasaran Syariah

1. Pengertian Manajemen Pemasaran Syariah

Manajemen berasal dari kata “to manage” yang berarti mengatur. Manajemen adalah proses menggerakkan tenaga manusia, modal dan peralatan lainnya secara terpadu untuk mencapai tujuan tertentu . Istilah manajemen berhubungan dengan usaha untuk tujuan tertentu dengan jalan menggunakan sumber-sumber daya yang tersedia dalam organisasi dengan cara yang sebaik mungkin. Dalam pengertian organisasi selalu terkandung unsur kelompok (lebih dari 2 orang) manusia maka manajemen pun biasanya digunakan dalam hubungan 20 usaha suatu kelompok manusia, walaupun manajemen itu dapat pula ditetapkan terhadap usaha-usaha individu .¹

Buchari Alma dan Donni Juni Priansa dalam bukunya yang berjudul “Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan Nilai dan Praktik Syariah dalam Bisnis Kontemporer”, menyatakan bahwa praktik pemasaran Nabi Muhammad SAW antara lain sebagai berikut :

¹ Ahmad Ifham Shilihin, *Buku Pintar Ekonomi Syariah*,(Jakarta:PT. Gramedia Pustaka Utama,2010), hlm. 482.

a. Segmentasi dan Targeting

Segmentasi dan targeting dipraktikan Nabi Muhammad SAW tatkala ia berdagang ke Negara Syam, Yaman, Bahrin. Nabi Muhammad SAW mengenal betul barang apa yang disenangi oleh penduduk dan diserap oleh pasar setempat. Setelah mengenal target pasarnya (targeting), Nabi Muhammad SAW menyiapkan barang dagangan yang dibawa ke daerah tersebut. Nabi Muhammad SAW betul-betul profesional dan memahami dengan baik segmentasi dan targeting sehingga sangat menyenangkan hati Khadijah, yang saat itu berperan sebagai bosnya. Barang-barang yang diperdagangkan Nabi Muhammad SAW selalu cepat terjual, karena memang sesuai dengan segmen dan target pasarnya (targeting).²

b. Positioning

Positioning berarti bagaimana membuat barang yang kita hasilkan atau kita jual memiliki keunggulan, disenangi, dan melekat di hati pelanggan dan bisa melekat dalam jangka waktu yang lama. Positioning berhubungan dengan apa yang ada di benak pelanggan, berhubungan dengan persepsi, dimana persepsi tersebut akan melekat dalam waktu yang lama. Positioning Nabi Muhammad SAW yang sangat mengesankan dan tidak terlupakan oleh pelanggan merupakan kunci mengapa Nabi Muhammad SAW menjadi pebisnis yang sukses. Beliau

² Alma dan Piansa, *Manajemen Syariah*, (Bandung : Alfabeta,2010), hlm.329.

menjual barang-barang asli yang memang original serta sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Tidak pernah terjadi pertengkaran atau klaim dari pihak pelanggan bahwa pelayanan dan produk yang dijual Nabi Muhammad SAW mengecewakan.

2. Perspektif Manajemen Pemasaran Islam

Perspektif manajemen pemasaran Islam yang pertama yaitu (a) Bertanggung Jawab, Seorang pemasar yang ideal hendaknya mampu menunaikan kewajibannya dan bertanggung jawab tidak hanya kepada sesamanya, melainkan juga kepada Allah Swt. Dengan demikian, ia akan menjadi pribadi yang berguna, taat kepada Allah Swt dan menjadi pekerja yang bertanggung jawab di masyarakat. (b) Mandiri, Bagi tiap-tiap manusia ada beberapa malaikat yang menjaganya secara bergiliran dan beberapa malaikat yang mencatat amalan-amalannya. Oleh karena itu manusia yang baik di sisi Allah Swt adalah yang selalu berusaha lebih baik daripada kemarin, selalu optimis, memiliki motivasi kerja, etos kerja, dan semangat yang tinggi untuk meraih hari esok yang lebih baik. Karena itu pula pemasar yang ideal tidak menggantungkan nasibnya kepada belas kasihan orang lain selain pada kemandiriannya dalam bekerja. (c) Kreatif, Seorang pemasar hendaknya tidak kehabisan akal dalam mengarungi kehidupan ini, termasuk dalam menghadapi para pesaing bisnisnya. Kegagalan dalam salah satu usaha akan memacu kreativitas berkarya dalam bentuk dan cara

yang lain. (d) Mampu mengambil pelajaran dari pengalaman, Seorang pemasar yang ideal hendaknya selalu menjadikan kegagalan maupun kesuksesan yang telah diperolehnya sebagai guru yang paling baik dalam memberikan pembelajaran untuk mengambil langkah dan strategi yang tepat di masa yang akan datang. (d) Selalu optimis dan tidak pernah putus asa, Seorang pemasar yang ideal hendaknya selalu memiliki sikap optimis sehingga muncul dalam dirinya kesungguhan tekad dalam berusaha yang akan menjadi pendorongnya saat ia menemui kegagalan. (e) Jujur dan dapat dipercaya, Seorang pemasar hendaknya selalu mengutamakan sikap jujur dan dapat dipercaya karena hal itulah yang akan menentukan kesuksesan dalam memperoleh kebahagiaan. (f) Sabar dan tidak panik, Seorang pemasar yang ideal hendaknya selalu sabar dan tidak panik kala menemui kegagalan. Ia selalu yakin dan percaya akan pertolongan Allah Swt.³

B. Hakikat peningkatan pendapatan

1. Pengertian Pendapatan

Dalam mendirikan usaha, salah satu tujuannya adalah untuk memperoleh pendapatan. Dimana pendapatan yang diperoleh merupakan penentu keberlangsungan usaha yang sedang dijalankan. Pendapatan adalah hasil dari penjualan faktor-faktor produksi yang dimilikinya kepada sektor produksi. Pendapatan atau *income* adalah semua penerimaan baik tunai

³ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Islam*,(Bandung: Alfabeta,2010),hlm.179.

maupun tidak tunai, yang merupakan hasil dari penjualan barang atau jasa dalam jangka waktu tertentu.⁴

Dalam pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) pendapatan didefinisikan sebagai peningkatan manfaat ekonomi selama suatu periode akuntansi tertentu dalam bentuk pemasukan atau penambahan aktiva atau penurunan kewajiban yang menyebabkan kenaikan ekuitas, yang tidak berasal dari kontribusi penanam modal.⁵ Badan pusat statistik mengartikan pendapatan sebagai hasil yang diperoleh dari kegiatan lain yang berkaitan dengan usaha selama bulan tertentu. Selain itu, pendapatan atau *income* juga dapat diartikan sebagai uang yang diterima oleh seseorang dan perusahaan dalam bentuk gaji, upah, sewa, bunga dan laba, termasuk juga beragam tunjangan, seperti tunjangan kesehatan dan dana pensiun.

2. Sumber-Sumber Pendapatan

Dalam kaitannya sumber pendapatan berasal dari tiga sumber yaitu: yang pertama pendapatan operasi, yaitu pendapatan yang diperoleh dari aktivitas perusahaan dalam rangka kegiatan utama atau yang menjadi tujuan utama perusahaan. Sedangkan sumber pendapatan yang kedua yaitu pendapatan yang tidak terkait dengan aktivitas perusahaan, yaitu pendapatan yang didapat dari faktor eksternal. Terakhir pendapatan luar biasa yaitu pendapatan yang tak terduga, dimana pendapatan ini tidak

⁴ Trilika H. Perti, *Kamus Perbankan*, (Jogjakarta: Mitra Pelajar, 2009), hlm. 175

⁵ Karl E. Case dan Ray C. Fair, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Edisi Kedelapan Jilid 1*, (Jakarta: erlangga, 2007), hlm. 427.

sering terjadi dan biasanya diharapkan tidak terulang lagi di masa yang akan datang.⁶

Didalam memperoleh harta terdapat beberapa cara menurut Fiqih Islam yaitu, menguasai benda-benda mubah yang belum menjadi milik seorangpun, perjanjian-perjanjian hak milik, warisan sesuai dengan aturan yang ditetapkan Islam, *syufah*, hak membeli dengan paksa harta persekutuan yang dijual kepada orang lain tanpa izin anggota persekutuan lainnya, pemberian dari pemerintah, hak-hak keagamaan.⁷

3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Peningkatan Pendapatan

Dalam memperoleh pendapatan, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi yaitu:⁸ (a) Modal usaha, Modal usaha adalah semua bentuk kekayaan yang dapat digunakan secara langsung maupun tidak langsung, dalam upaya untuk menambah penghasilan. (b) Kesempatan kerja yang tersedia, Semakin banyak kesempatan kerja yang tersedia berarti semakin banyak penghasilan yang bisa diperoleh dari hasil kerja tersebut. (c) Kecakapan dan keahlian, Dengan bekal kecakapan dan keahlian yang tinggi akan dapat meningkatkan efisiensi dan efektifitas yang pada akhirnya berpengaruh pula pada penghasilan. (d) Motivasi, Motivasi atau

⁶ Zaki Baridwan, *Akuntansi Keuangan Intermediate: Masalah-Masalah Khusus Edisi 1*, (Yogyakarta: BPFE, 2011), hlm. 35.

⁷ Dede Nurohman, *Memahami Dasar-Dasar Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Teras, 2011), hlm. 56.

⁸ Hartono Widodo, *pedoman akuntansi syariah paduan praktis operasional BMT*, (Bandung: Mizan, 2000), hlm. 64.

dorongan juga mempengaruhi jumlah penghasilan yang diperoleh, semakin besar dorongan seseorang individu untuk melakukan pekerjaan, semakin besar pula penghasilan yang diperoleh. (e) keuletan kerja, keuletan atau ketekunan, keberanian untuk menghadapi segala macam tantangan.

4. Faktor-faktor Penyebab Keberhasilan Usaha

Berbagai kekuatan yang melekat pada usaha dapat memberikan kontribusi bagi keberhasilan usaha. Faktor-faktor tersebut antara lain: (a) Fleksibilitas Usaha yang Besar, Usaha kecil lebih fleksibel dibandingkan perusahaan besar. Usaha kecil dapat melakukan perubahan rencana usaha lebih cepat dibandingkan perusahaan besar sehingga dapat memberikan tanggapan perubahan lingkungan usaha secara lebih cepat. (b) Memiliki perhatian yang lebih besar terhadap pelanggan dan karyawan, Pemilik usaha kecil memiliki lebih banyak kontak langsung dengan pelanggan dan karyawan dibandingkan perusahaan besar. Usaha kecil dapat memberikan respon yang lebih cepat terhadap perubahan selera pelanggan karena pengusaha kecil memiliki hubungan yang lebih intens dengan pelanggan. Pengusaha kecil juga memiliki komunikasi langsung yang lebih banyak dengan para karyawannya dibanding perusahaan besar. (c) Biaya tetap lebih rendah, Biaya tetap adalah berbagai biaya yang perubahannya tidak proposional dengan perubahan jumlah volume produksi. Usaha kecil memiliki biaya tetap yang lebih rendah dibanding usaha besar, sehingga

usaha kecil dapat menetapkan harga jual lebih rendah dibandingkan perusahaan besar.(d) Pemilik usaha memiliki motivasi besar, Karena pengelola usaha pada umumnya merangkap sebagai pemilik usaha, dimana mereka membentuk usaha dengan harapan dapat memperoleh keuntungan yang akan meningkatkan kesejahteraan hidupnya. Maka para pemilik usaha kecil memiliki motivasi yang lebih besar dalam menjalankan usahanya dibandingkan para manajer diperusahaan besar yang pada umumnya bukan merupakan pemilik langsung perusahaan.⁹

C. Hakikat Pembiayaan

1. Pengertian Pembiayaan

Pembiayaan atau *financing* adalah pendanaan yang diberikan oleh satu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga. Menurut kamus pintar ekonomi syariah, pembiayaan diartikan sebagai 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 mutahiyah bit tamlik, (c) transaksi jual beli dalam bentuk piutang murabahah, salam, istishna', (d) transaksi pinjam meminjam dalam bentuk piutang qardh', dan (e) transaksi sewa menyewa jasa dalam bentuk ijarah dalam bentuk multi

⁹ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Prenada Group, 2011), hlm. 127.

guna.¹⁰

UU No. 7 tahun 1992 tentang perbankan yang telah disempurnakan menjadi UU No. 10 tahun 1998 tentang perbankan dalam pasal 1 nomor 12 : Pembiayaan berdasarkan prinsip syariah adalah penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.¹¹

Dari sini dapat disimpulkan bahwa pembiayaan adalah salah satu jenis dan kegiatan usaha lembaga keuangan syariah untuk menyediakan dana atau tagihan kepada masyarakat atau nasabah dengan kewajiban mengembalikan dana atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan (margin) atau bagi hasil.¹²

2. Tujuan Pembiayaan

Secara umum tujuan pembiayaan dibedakan menjadi dua kelompok, yaitu tujuan pembiayaan untuk tingkat makro dan tujuan pembiayaan untuk tingkat mikro. Secara makro pembiayaan bertujuan:¹³

a. Peningkatan ekonomi umat, artinya masyarakat yang tidak dapat akses

¹⁰ Binti Nur Asiyah, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, (Yogyakarta: Teras, 2014), hlm 1

¹¹ Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 tentang Perbankan Tahun 1998, (Jakarta: BI, 2014), hlm. 5.

¹² Dadan Muttaqien, *Aspek Legal Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: Safitria Insania Press, 2009), hlm. 8.

¹³ Binti Nur Asiyah, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, (Yogyakarta: Teras, 2014), hlm 4

secara ekonomi, dengan adanya pembiayaan mereka dapat melakukan akses ekonomi.

- b. Tersedianya dana bagi peningkatan usaha, artinya untuk setiap pengembangan usaha membutuhkan dana tambahan, dana tambahan ini dapat diperoleh melalui pembiayaan.
- c. Meningkatkan produktivitas, artinya adanya pembiayaan memberikan peluang bagi masyarakat agar mampu meningkatkan daya produksinya.
- d. Membuka lapangan kerja baru, artinya dengan dibukanya sektor- sektor usaha melalui penambahan dana pembiayaan, maka sektor usaha tersebut akan menyerap tenaga kerja.
- e. Terjadinya distribusi pendapatan, artinya masyarakat usaha produktif mampu melakukan aktivitas kerja, berarti mereka akan memperoleh pendapatan dari hasil usahanya.

Adapun secara mikro, tujuan pembiayaan adalah sebagai berikut:

Upaya memaksimalkan laba, artinya untuk dapat menghasilkan laba maksimal maka perlu dukungan dana yang cukup.

- a. Upaya meminimalkan risiko, artinya usaha yang dilakukan agar mampu menghasilkan laba maksimal, maka pengusaha harus mampu meminimalkan risiko yang mungkin timbul. Risiko kekurangan modal usaha dapat diatasi dengan adanya pembiayaan.
- b. Pendayagunaan sumber ekonomi, artinya sumber daya ekonomi dapat

dikembangkan dengan melakukan mixing antara sumber daya alam dengan sumber daya manusia serta sumber daya modal. Pembiayaan diperlukan bila sumber daya modal tidak ada.

- c. Penyaluran kelebihan dana, artinya mekanisme pembiayaan dapat menjadi jembatan dalam menyeimbangkan dan penyaluran kelebihan dana dari pihak yang kelebihan kepada pihak yang kekurangan dana.

3. Fungsi Pembiayaan

Fungsi pembiayaan dapat dijelaskan sebagai berikut yaitu, (1) Meningkatkan daya guna uang, para penabung menyimpan uangnya dalam bentuk giro, tabungan, dan deposito. Uang tersebut dalam presentase tertentu ditingkatkan kegunaannya oleh lembaga keuangan guna suatu usaha peningkatan produktivitas. Para pengusaha menikmati pembiayaan dari lembaga keuangan untuk memperluas dan memperbesar usahanya baik untuk peningkatan produksi, perdagangan, maupun usaha lainnya.

Dengan demikian, dana yang mengendap tidaklah diam dan disalurkan untuk usaha-usaha yang bermanfaat, baik kemanfaatan bagi pengusaha maupun kemanfaatan bagi masyarakat. (2) Meningkatkan daya guna barang, produsen dengan bantuan lembaga keuangan dapat mengubah bahan mentah menjadi bahan jadi sehingga daya guna barang tersebut bertambah nilainya. Produsen dengan bantuan pembiayaan dapat memindahkan barang dari satu tempat yang kegunaannya kurang ke tempat yang lebih bermanfaat. (3) Meningkatkan peredaran uang, melalui

pembiayaan, peredaran uang kartal maupun giral akan lebih berkembang karena pembiayaan menciptakan suatu kegairahan berusaha sehingga penggunaan uang akan bertambah baik secara kualitatif maupun kuantitatif.

(4) Menimbulkan kegairahan baru berusaha, kegiatan usaha sesuai dengan dinamikanya akan selalu meningkat, akan tetapi peningkatan usaha tidaklah selalu diimbangi dengan peningkatan kemampuannya dalam bentuk modal. Oleh karena itu bantuan pembiayaan yang diterima pengusaha dari lembaga keuangan dapat digunakan untuk memperbesar volume usaha dan produktivitasnya.

(5) Stabilitas ekonomi, dalam ekonomi yang kurang sehat, langkah-langkah stabilisasi pada dasarnya diarahkan pada usaha-usaha untuk antara lain: pengendalian inflasi, peningkatan ekspor, rehabilitasi prasarana, pemenuhan kebutuhan-kebutuhan pokok rakyat. Untuk menekan arus inflasi dan terlebih-lebih lagi untuk usaha pembangunan ekonomi maka pembiayaan lembaga keuangan memegang peranan yang penting.

(6) Sebagai jembatan untuk meningkatkan pendapatan nasional, para usahawan memperoleh pembiayaan untuk meningkatkan usahanya. Peningkatan usaha berarti peningkatan profit.

Bila keuangan ini secara kumulatif dikembangkan lagi dalam arti kata dikembalikan lagi ke dalam struktur permodalan, maka peningkatana akan berlangsung terus menerus. Dengan pendapatan yang terus berarti pajak perusahaanpun akan terus bertambah. Sehingga secara tidak langsung

pendapatan negara juga akan meningkat.¹⁴

4. Prinsip-Prinsip Pembiayaan

Didalam pemberian pembiayaan, lembaga keuangan harus memperhatikan prinsip-prinsip pemberian pembiayaan yang benar. Keyakinan tersebut diperoleh dari hasil penilaian pembiayaan sebelum pembiayaan tersebut disalurkan. Penilaian pembiayaan oleh lembaga keuangan dapat dilakukan dengan berbagai prinsip-prinsip penilaian pembiayaan yang sering dilakukan. Terdapat tiga prinsip utama dalam penilaian pembiayaan yaitu prinsip 5C. Adapun penjelasannya sebagai berikut:¹⁵

a. *Character* (karakter)

Salah satu unsur yang harus diperhatikan oleh lembaga keuangan dalam memberikan pembiayaan adalah mempertimbangkan penilaian atas karakter kepribadian/watak dari calon debiturnya/nasabahnya. Karena watak yang jelek akan menimbulkan perilaku-prilaku yang jelek pula. Perilaku yang jelek ini termasuk tidak mau membayar hutang, karena itu sebelum memberikan kredit bank harus lebih dulu meninjau misalnya apakah calon nasabahnya itu berkelakuan baik, tidak terlibat dalam tindakan kriminal, tidak penjudi, pemabuk, atau tindakan tidak

¹⁴ Veithzal Rivai dan Andria Permata Veithzal, *Islamic Financial Manajemen*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 7.

¹⁵ Nur Syamsudin Buchori, *Koperasi Syariah Teori dan Praktik*, (Bnaten: Shuhuf Media Insani, 2012), hlm. 172.

terpuji lainnya.

b. *Capacity* (kemampuan)

Seorang calon debitur harus pula diketahui kemampuan bisnisnya untuk melunasi hutangnya, kalau kemampuan bisnisnya kecil, tentunya tidak layak diberikan kredit dalam skala besar. Demikian juga jika bisnisnya ataupun kinerja bisnisnya lagi menurun, maka kredit juga seharusnya tidak diberikan, kecuali jika menurunnya itu karena kekurangan biaya atau modal sehingga bisaantisipasi bahwa dengan tambahan biaya lewat pemberian kredit, maka kinerja bisnisnya tersebut dipastikan bisa membaik.

c. *Capital* (modal)

Adalah jumlah dana/modal sendiri yang dimiliki oleh calon nasabah. Semakin besar modal sendiri dalam perusahaan, tentu semakin tinggi kesungguhan calon nasabah dalam menjalankan usahanya dan lembaga keuangan akan merasa lebih yakin dalam memberikan kredit. Modal sendiri juga diperlukan lembaga keuangan sebagai alat kesungguhan dan tanggung jawab nasabah dalam menjalankan usahanya karena ikut menanggung risiko terhadap gagalnya usaha. Dalam praktik, kemampuan *capital* ini dimanifestasikan dalam bentuk kewajiban untuk menyediakan *self-financing*, yang sebaiknya jumlahnya lebih besar dari pada kredit yang dimintakan kepada lembaga keuangan. Segi

permodalan merupakan hal yang sangat penting karena dalam permodalan itu berkaitan langsung dengan tingkat kemampuan untuk membayar kreditnya.

d. *Collateral* (jaminan)

Tidak diragukan lagi bahwa betapa pentingnya fungsi agunan dalam setiap pemberian pembiayaan. Hal itu bertujuan sebagai alat pengaman jika usaha yang dibiayai dengan pembiayaan tersebut gagal atau debitur tidak mampu mengembalikan pinjaman yang telah diberikan.

e. *Condition of economic* (kondisi ekonomi)

Dalam hal ini lembaga keuangan akan lebih mempertimbangkan dalam pemberian pembiayaan tersebut dengan melihat perkembangan bisnisnya baik yang dipengaruhi perekonomian makro maupun mikro, dengan melihat hal itu bisa dilihat apakah bisnis yang dibiayai itu berdampak positif maupun negatif terhadap bisnis yang dibiayai.

5. Jenis-jenis Pembiayaan

Jenis-jenis pembiayaan pada dasarnya dikelompokkan menurut beberapa aspek, diantaranya:¹⁶

Pembiayaan menurut tujuan, dapat dijelaskan sebagai berikut:

¹⁶ Veithzal Rivai dan Arviyan Arifin, *Islamic Banking Sebuah Teori, Konsep dan Aplikasi*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2010), hlm. 685.

a. Pembiayaan modal kerja dan Pembiayaan investasi.

Pembiayaan modal kerja yaitu pembiayaan yang dimaksudkan untuk mendapatkan modal dalam rangka pengembangan usaha sedangkan pembiayaan investasi, yaitu pembiayaan yang dimaksudkan untuk melakukan investasi atau pengadaan barang konsumtif.

b. Pembiayaan menurut jangka waktu

Pembiayaan jangka waktu pendek, yaitu 1 bulan sampai dengan 1 tahun, pembiayaan jangka waktu menengah, yaitu 1 tahun sampai 5 tahun sedangkan pembiayaan jangka waktu panjang, yaitu lebih dari 5 tahun.

c. Adapun pembiayaan yang bersifat produktif antara lain:

a. Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil. Untuk jenis pembiayaan dari bagi hasil meliputi: mudharabah, musyarakah.

b. Pembiayaan dengan prinsip jual beli. Untuk jenis pembiayaan dari jual beli meliputi: *Murabahah*, salam, istishna.

c. Pembiayaan dengan prinsip sewa. Untuk jenis pembiayaan dari sewa meliputi: ijarah, ijarah mutahiya bil tamlik.

d. Surat berharga islam yaitu surat bukti berinvestasi berdasarkan prinsip islam yang lazim diperdagangkan. Seperti wesel, obligasi islam, sertifikat dana islam dan surat berharga lainnya berdasarkan prinsip islam.

- e. Penempatan, yaitu penanaman dana di lembaga keuangan pada lembaga keuangan lainnya dalam bentuk giro, tabungan wadiah, deposito berjangka, dan lain-lain.
- f. Penyertaan modal, yaitu penanaman pada lembaga keuangan dalam bentuk saham pada perusahaan yang bergerak di bidang keuangan islam.
- g. Penyertaan modal sementara, yaitu penyertaan modal lembaga keuangan islam dalam perusahaan untuk mengatasi kegagalan pembiayaan.
- h. Transaksi rekening administrasi, yaitu komitmen dan kontinjensi berdasarkan prinsip islam.
- i. Sertifikat wadiah bank Indonesia, yaitu sertifikat yang diterbitkan bank Indonesia sebagai bukti penitipan dana berjangka pendek dengan prinsip wadiah.

D. Hakikat Pembiayaan *Murabahah*

1. Pengertian *murabahah* dan Landasan Hukum

Murabahah adalah akad jual beli antara dua belah pihak, dimana pembeli dan penjual menyepakati harga jual, yang terdiri atas harga beli ditambah ongkos pembelian dan keuntungan bagi penjual. Pemahaman lain *murabahah* adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (margin) yang disepakati oleh penjual dan

pembeli. *Murabahah* dapat dilakukan secara tunai, bisa juga secara bayar tangguh atau bayar dengan angsuran, pemahaman lain *Murabahah* adalah transaksi jual beli, dimana bank mendapat sejumlah keuntungan. Dalam hal ini, bank menjadi penjual dan nasabah menjadi pembeli.¹⁷

Murabahah adalah penjualan barang oleh seseorang kepada pihak lain dengan pengaturan bahwa penjual berkewajiban untuk mengungkapkan kepada pembeli harga pokok dari barang dan margin keuntungan yang dimasukan kedalam harga jual barang tersebut. Pembayaran dapat dilakukan secara tunai ataupun tangguh.¹⁸

Murabahah merupakan bagian akad dalam jual beli. Secara transaksional dalam fiqh disebut dengan *bay' al-murabahah*, sedangkan Imam asy-Syafi'i menamakan transaksi sejenis *bay' al-murabahah* dengan *al-amir bssyira*.

Dalam jual beli secara umum, mekanisme pembayaran secara tunai, dengan mekanisme *Murabahah*, jual beli menjadi bersifat tangguh dalam pembayaran, serta penjual dapat mengambil tambahan keuntungan dari barang yang dibeli. Landasan hukum *bay' al-murabahah* menginduk pada asal hukum jual beli yaitu halal QS. Al-Baqarah(2) ayat 275 yaitu : *Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba*.¹⁹

¹⁷ Adrian Sutedi, *Perbankan Syariah* (Jakarta:Ghalia Indonesia,2009), hlm. 95

¹⁸ Ascarya, *Akad Dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta :Bank Indonesia,2006),hlm. 162

¹⁹ Ahmad Dahlan, *Bank Syariah*, (Yogyakarta:Teras, 2012) hlm. 190

2. Standarisasi Akad *Murabahah*

Prinsip pokok (standar) minimal pembiayaan *Murabahah* yang harus dipenuhi adalah sebagai berikut:

- a. *Murabahah* adalah penjualan barang oleh seseorang kepada pihak lain dengan pengaturan bahwa penjual berkewajiban untuk mengungkapkan kepada pembeli harga pokok dan barang dan margin keuntungan yang dimasukkan ke dalam harga jual barang tersebut. pembayaran dapat dilakukan secara tunai ataupun tangguh.
- b. Barang yang diperjual belikan haruslah barang-barang yang nyata dan bukan berupa dokumen-dokumen kredit.
- c. Karena merupakan jual beli, maka komoditas yang menjadi obyek jual beli dari transaksi *Murabahah* haruslah berwujud, dimiliki oleh penjual, dan dalam penguasaan secara fisik atau konstruktif (*constructive possession*). Oleh karena itu, sudah seharusnya bahwa penjual menanggung risiko kepemilikan (*risks of ownership*) sebelum menjual komoditas tersebut kepada pembeli/konsumen.
- d. *Murabahah*, seperti layaknya jual beli lainnya, memerlukan adanya suatu penawaran dan pernyataan menerima (*ijab dan qabul*) yang mencakup kesepakatan kepastian harga, tempat penyerahan, dan tanggal harga yang disepakati dibayar (dalam hal pembayaran secara tangguh).

- e. Dalam transaksi *Murabahah*, menunjukan agen, bila ada, pembelian barang oleh atau untuk dan atas bank, dan penjualan akhir barang kepada nasabah seluruhnya harus merupakan transaksi yang independen satu sama lain dan harus didokumentasikan dicatat secara terpisah. Namun, suatu perjanjian menjual dapat mencakup seluruh kejadian dilakukan di muka serta dapat dibuat pada saat akan memulai hubungan kesepakatan jual beli. Agen dapat membeli barang terlebih dahulu atas nama prinsipalnya, yaitu bank dan kemudian bank mengambil alih kepemilikannya. Kemudian, nasabah akan membeli barang tersebut dari bank melalui suatu penawaran dan pernyataan menerima (*offer and acceptance*). Menurut prinsip syariah, cukup dan dapat diterima kondisi “memiliki” tempat suplair darimana bank membeli barang memberikan kepemilikan kepada bank atau agen bank dengan cara apa pun asalkan risiko kepemilikan ada pada bank. Dengan kata lain, risiko kepemilikan barang melekat pada bank selama proses pembelian barang oleh agen bank hingga penjualan akhir kepada nasabah dan pengalihan kepemilikan kepada nasabah.
- f. *Invoice* yang diterbitkan oleh suplair adalah atas nama bank karena komoditas yang dibeli oleh suatu agen adalah atas nama bank tersebut. Pembayaran harga komoditas lebih diutamakan dilakukan langsung oleh bank kepada suplair.

- g. Bila transaksi jual beli telah disepakati, maka harga jual yang ditetapkan tidak dapat berubah.
- h. Dalam perjanjian dapat dimasukkan klausul dalam hal terjadi keterlambatan pembayaran atau *default* bahwa nasabah diharuskan membayar denda yang dihitung dalam suatu presentase per hari atau per tahun dan penerimaan denda tersebut akan dibukukan dalam dana kebajikan pada bank. Penerimaan denda tidak diperkenankan untuk dipergunakan menjadi sumber penerimaan bank, tetapi hanya untuk tujuan kebajikan termasuk untuk proyek-proyek untuk peningkatan kondisi ekonomi dan para fakir miskin dan *dhuafa*.
- i. Bank dapat meminta kepada pengadilan yang sesuai untuk mengambil alih aset agunan yang ditetapkan oleh pengadilan sesuai dengan kewenangannya, dan yang boleh diambil bank hanyalah biaya langsung dan biaya tidak langsung yang benar-benar telah dikeluarkan, sedangkan *opportunity cost* tidak diperkenankan diganti. Agunan juga dapat dijual oleh bank tanpa intervensi dari pengadilan.
- j. Nasabah dapat dimintakan untuk memberikan jaminan dalam bentuk surat sanggup, hipotik, lien, hak tanah, atau bentuk aset lainnya. Namun, bank selaku pemegang hak dari jaminan yang diagunkan tidak boleh mengambil manfaat dari barang yang diagunkan seperti hak atas tanah ataupun hak atas surat tagihan.

- k. Kontrak *Murabahah* tidak dapat di-*roll over* karena barang ketika dijual bank telah menjadi hak nasabah sehingga tidak dapat dijual kembali oleh bank.

3. Lingkup Penggunaan *Murabahah*

Murabahah merupakan salah satu skim pembiayaan yang paling banyak digunakan oleh bank syariah. *Murabahah* sesuai untuk pembiayaan sebagian dari investasi oleh nasabah yang bergerak dalam bidang industri atau perdagangan. *Murabahah* memungkinkan nasabah untuk membeli barang jadi, bahan baku, mesin-mesin, atau peralatan dari pasar lokal atau impor.²⁰

4. Ketentuan Umum *Murabahah* dalam Bank Syariah

- a. Akad *murabahah* bebas riba.
- b. Barang yang diperjualbelikan tidak diharamkan oleh Syariat Islam.
- c. Bank membiayai sebagian atau seluruh harga pembelian barang yang disepakati kualifikasinya
- d. Bank membeli barang yang diperlukan nasabah atas nama bank sendiri, dari pembelian ini harus dan bebas riba
- e. Bank harus menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian, misalnya pembelian dilakukan secara utang

²⁰ Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011) hlm. 163-166

- f. Bank kemudian menjual barang kepada nasabah dengan harga jual senilai harga beli plus keuntungannya. Dalam kaitan ini, bank harus memberitahu secara jujur harga pokok barang kepada nasabah berikut biaya yang diperlukan
- g. Nasabah membayar harga barang yang disepakati pada jangka waktu tertentu yang telah disepakati
- h. Jika bank hendak mewakili kepada nasabah untuk membeli barang dari pihak ketiga, akad jual beli murabahah harus dilakukan setelah barang, secara prinsip menjadi milik bank.²¹

5. Tujuan dan Manfaat *Murabahah*

Sebagaimana kita ketahui, dalam skim *Murabahah* fungsi Bank adalah sebagai Penjual barang untuk kepentingan Nasabah, dengan cara membeli barang yang diperlukan Nasabah dan kemudian menjualnya kembali kepada Nasabah dengan harga jual yang setara dengan harga beli ditambah keuntungan Bank dan Bank harus memberitahukan secara jujur harga pokok Barang berikut biaya yang diperlukan dan menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian Barang kepada Nasabah. Namun demikian, sebagai Penyedia Barang dalam prakteknya Bank Syariah kerap kali dipusingkan dengan langkah-langkah pembelian Barang.

²¹ Adrian Sutedi, *Perbankan Syariah* (Jakarta:Ghalia Indonesia,2009), hlm. 96

Dalam pembiayaan murabahah, terdapat manfaat yang tidak saja semata diperoleh oleh bank tetapi juga dapat dirasakan oleh nasabah seperti yang disebutkan berikut ini :

a. Bagi Bank

- a) Adanya keuntungan yang muncul dari selisih harga beli, dari penjual dengan harga jual kepada nasabah.
- b) Sumber pendanaan bagi bank baik dalam bentuk rupiah atau valuta asing.

b. Bagi Nasabah

- a) Membiayai kebutuhan nasabah dalam hal pengadaan barang konsumsi seperti rumah, kendaraan atau barang produktif seperti mesin produksi, pabrik dan lain-lain.
- b) Dapat diterapkan pada produk pembiayaan untuk pembelian barang-barang investasi baik domestik maupun luar negeri.

6. Rukun dan Syarat *Murabahah*

Murabahah dalam teknis perbankan adalah akad jual beli antara bank selaku penyedia bank dengan nasabah yang memesan untuk membeli barang. Adapun rukun dan syaratnya adalah sebagai berikut, Rukun *Murabahah* :

- a. Pelaku akad, yaitu (penjual) adalah pihak yang memiliki barang untuk dijual, dan (pembeli) adalah pihak yang memerlukan dan akan membeli barang.
- b. Objek akad, yaitu *mabi'* (Barang dagangan) dan *tsaman* (harga).
- c. Shigat, yaitu *Ijab-qabul*.²²

Sedangkan Syarat-syarat:

- a. Penjual memberitahu biaya modal kepada nasabah.
- b. Kontrak pertama harus sah sesuai dengan rukun yang ditetapkan.
- c. Kontrak harus bebas dari riba.
- d. Penjual harus menjelaskan setiap cacat yang terjadi sesudah pembelian dan harus membuka semua hal yang berhubungan dengan cacat.
- e. Penjual harus menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian, misalnya jika pembelian dilakukan secara utang.²³

Dalam *Murabahah* dibutuhkan beberapa syarat, antara lain yaitu mengetahui harga pertama (harga pembelian) antara kedua belah pihak, mengetahui besarnya keuntungan, mengetahui jumlah keuntungan, modal hendaknya berupa komoditas yang memiliki kesamaan dan sejenis seperti benda-benda yang ditakar, ditimbang dan dihitung, system *murabahah* dalam harta riba hendaknya tidak menisbatkan riba tersebut terhadap harga pertama, transaksi pertama haruslah sah secara syara'.

²² Ascarya, *Akad & Produk Bank Syariah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007) hlm. 82

²³ Adrian Sutedi, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Galia Indonesia, 2009) hlm. 122

E. Hakikat pembiayaan *Bai Bitsaman Ajil*

1. Pengertian *Bai Bitsaman Ajil*

Bai Bitsaman Ajil menurut Martono yaitu pembelian barang dengan cara dicicil atau angsuran. Prinsip *Bai Bitsaman Ajil* merupakan pengembangan dari *murabahah*, akan tetapi yang membedakan hanyalah cara pembayaran yang bersifat jangka panjang, pembayaran dengan angsuran dilakukan tiga bulan, enam bulan, atau satu tahun sesuai dengan kesepakatan pihak BMT dengan nasabah.²⁴

Bai Bitsaman Ajil menurut Direktorat Pembiayaan Syariah adalah transaksi jual beli barang melalui pembayaran dengan sistem cicilan atau angsuran kredit, dengan lama angsuran atau tenor sesuai dengan kesepakatan antara kedua belah pihak yang melakukan transaksi.²⁵

Bai Bitsaman Ajil menurut Muhammad adalah menjual dengan harga asal ditambah dengan margin keuntungan yang telah disepakati dibayar secara kredit. *Bai Bitsaman Ajil* mirip *murabahah*, yaitu menjual dengan harga asal ditambah dengan margin keuntungan yang telah disepakati bersama, dan pembayaran dilakukan secara kredit. Produk ini juga dapat membantu nasabah.²⁶

2. Kaidah-kaidah *Bai Bitsaman Ajil*

²⁴ Martono, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Yogyakarta: Ekosnia, 2003), hlm. 101.

²⁵ Direktorat Pembiayaan Syariah, *Tanya Jawab Surat Berharga Syariah Negara (Sukuk Negara)*, (Jakarta: DPS Kementerian Keuangan RI, 2011), hlm. 76.

²⁶ Muhammad, *Bank Syariah Analisis Kekuatan, Peluang, Keselamatan dan Ancaman*, (Yogyakarta: Penerbit Ekonisia, 2002), hlm. 118

Kaidah-kaidah khusus yang berkaitan dengan *Bai Bitsaman Ajil* adalah sebagai berikut:

- a. Harga barang dengan transaksi *Bai Bitsaman Ajil* dapat ditentukan lebih tinggi dari pada transaksi tunai. Namun, ketika harga telah disepakati, tidak dapat dirubah lagi.
- b. Jangka waktu pengembalian dan jumlah cicilan ditentukan berdasarkan musyawarah dan kesepakatan kedua belah pihak.
- c. Manakala nasabah tidak dapat membayar tepat pada waktu yang telah disepakati maka BMT akan mencarikan jalan yang paling bijaksana. Jalan apapun yang ditempuh BMT tidak akan mengenakan sanksi atau melakukan repricing dari akad yang sama.²⁷

3. Landasan Hukum *Bai Bitsaman Ajil*

Landasan Hukum *Bai Bitsaman Ajil*, Sesungguhnya transaksi muamalah itu diperbolehkan, kecuali ada dalil yang melarangnya, praktik BBA sudah lama dikenal sejak zaman Rasulullah, akan tetapi Allah SWT sangat melarang praktik riba yang ada dalam jual beli, adapun ayat yang menjelaskan tentang *Bai Bitsaman Ajil* yang Artinya: “*Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan jangan kamu membunuh*

²⁷ Muhammad, *Bank Syariah Analisis Kekuatan, Peluang, Keselamatan dan Ancaman*, (Yogyakarta: Penerbit Ekonisia, 2002), hlm. 30.

dirimu, sungguh Allah Maha penyayang kepadamu". (QS. An-Nisa':29)

Adapun hadits yang menjelaskan tentang jual beli secara angsur dalam mencicilnya, dalam hal ini Rasulullah memperbolehkannya.

"Dari Suhaib r.a bahwa Rasulullah SAW: ada tiga perkara yang didalamnya terdapat keberkatan, yaitu: (1) menjual dengan membayar secara kredit, (2) muqaradhah (nama lain dari murabahah). (3) mencapurkan tepung dengan gandum untuk kepentingan rumah tangga dan bukan untuk dijual" (HR. Ibnu Majah, Sublu Assalam).²⁸

4. Rukun *Bai Bitsaman Ajil*

Adapun rukun dan syarat *Bai Bitsaman Ajil* adalah sama dengan rukun dan syarat dalam jual beli, Rukun *Bai Bitsaman Ajil* yaitu :

- a. Adanya penjual (*bai'*) yaitu pihak yang memiliki barang untuk dijual atau pihak yang ingin menjual harga barangnya. Dalam transaksi pembiayaan ini perbankan syariah merupakan penjual.
- b. Pembeli atau pihak yang membutuhkan dan ingin membeli barang dari penjual, dalam pembiayaan ini nasabah merupakan pihak pembeli.
- c. Adanya barang /objek yaitu barang yang diperjual belikan.
- d. Harga yang disepakati harus jelas jumlahnya dan jika pembayaran cicilan maka harus jelas waktu pembayarannya.
- e. Sighat (akad) yaitu ijab qabul antara penjual dan pembeli.

²⁸ Martono, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Yogyakarta: Ekosnia, 2003), hlm. 101.

5. Syarat *Bai Bitsaman Ajil*

Syarat *Bai Bitsaman Ajil* yaitu :

- a. Penjual memberi tahu harga pokok kepada anggota calon pembeli.
- b. Kontrak pertama harus sah sesuai dengan rukun yang ditetapkan.
- c. Kontrak harus bebas dengan riba.
- d. Penjual harus menjelaskan kepada pembeli bila terjadi cacat atas barang sesudah pembelian.
- e. Penjual harus menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian dilakukan secara utang.²⁹

F. Hakikat Lokasi usaha

1. Konsep Lokasi Dalam Ekonomi Islam

Pemilihan lokasi yang baik adalah salah satu yang harus diperhatikan oleh pedagang, agar usahanya dapat terlihat oleh orang banyak, sehingga terdapat beberapa pertimbangan yang akan dipikirkan untuk menentukan lokasi yang tepat. Penentuan lokasi tersebut harus diperhatikan oleh pedagang karena tidak akan pernah lepas dari tanggung jawab dari lingkungan sekitarnya, dengan melihat bahwa tidak akan merugikan lingkungan sekitarnya dan melakukan kerusakan. Islam merupakan agama yang mengatur semua aspek di muka bumi dan salah satunya adalah bagaimana manusia melindungi dan menjaga lingkungan, serta tidak

²⁹ *Ibid, Sistem dan Prosedur Operasional Bank Islam*, hlm. 56.

mencoba merusaknya. Hal ini merupakan salah satu ajaran Islam, yaitu melarang melakukan kerusakan lingkungan, seperti tertulis dalam Al-Qur'an surat Al-A'raaf: 56, yang artinya :

“Dan janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi, sesudah (Allah) memperbaikinya dan berdoalah kepada-Nya dengan rasa takut (Tidak akan diterima) dan harapan (akan dikabulkan). Sesungguhnya rahmat Allah amat dekat kepada orang-orang yang berbuat baik.”
(Q.S. Al- A'raaf: 56)³⁰

Islam melarang untuk melakukan kerusakan lingkungan, sehingga dapat merugikan orang lain. Allah SWT melarang umatnya untuk menghancurkan atau merusak yang ada di muka bumi, melainkan menjaga dan melindunginya. Begitu juga dengan penentuan lokasi usaha yang tepat diharapkan bukan memberikan efek negatif untuk lingkungan dan masyarakat sekitar, akan tetapi memberikan efek positif untuk lingkungan dan masyarakat sekitar usaha tersebut.

Keimanan bukan hanya dalam hal beribadah akan tetapi juga dalam berperilaku terhadap makhluk hidup dan juga sesamanya. Dengan memperhatikan lingkungan sekitar dan juga menjaganya, tidak mencoba merusak ataupun memberikan dampak yang buruk merupakan salah satu keimanan seseorang serta merupakan salah satu ibadah. Oleh karena itu, dalam membuka usaha diperlukan mencari tempat dimana yang tidak

³⁰ Departemen Agama RI, *Op.Cit.*, hlm. 157

merugikan lingkungan sekitarnya, melainkan akan memberikan keuntungan terhadap lingkungan sekitarnya.

2. Pengertian Lokasi Usaha

Lokasi adalah ilmu yang menyelidiki tata ruang (*spatial order*) kegiatan ekonomi, atau ilmu yang menyelidiki alokasi geografis dari sumber-sumber yang langka, serta hubungannya dengan atau pengaruhnya terhadap lokasi berbagai macam usaha/ kegiatan lain baik ekonomi maupun sosial.³¹ Lokasi berbagai kegiatan seperti rumah tangga, pertokoan, pabrik. Pertanian, pertambangan sekolah dan tempat ibadah tidaklah asal saja/ acak berada di lokasi tersebut, melainkan menunjukkan pola dan susunan (mekanisme) yang dapat diselidiki dan dapat dimengerti.

Menjalankan kegiatan usaha jelas memerlukan tempat usaha yang dikenal dengan lokasi usaha. Lokasi usaha ini penting baik sebagai tempat menjalankan aktivitas yang melayani konsumen, aktivitas penyimpanan, atau untuk mengendalikan kegiatan perusahaan secara keseluruhan.

Lokasi merupakan tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajangkan barang-barang dagangannya. Konsumen dapat melihat langsung barang yang diproduksi atau yang di jual baik jenis, jumlah, maupun harganya. Dengan demikian, konsumen dapat lebih mudah memilih dan bertransaksi atau melakukan pembelanjaan

³¹ Robinson Tarigan, *Ekonomi Regional Teori Dan Aplikasi*, (Jakarta:Bumi Aksara, 2005), hlm.122

terhadap produk yang ditawarkan secara langsung.³²

Di samping lokasi perusahaan, juga dipikirkan tata letak sebagai tempat melakukan kegiatan usaha. Tata letak ini dikenal dengan nama layout. Layout yang perlu dilakukan adalah terhadap gedung, baik parker, bentuk gedung, atau lainnya yang berkaitan dengan gedung tersebut. Kemudian, layout ruangan beserta isinya, kursi, meja lemari, mesin, peralatan, dan sebagainya.

Menurut Kotler pengertian lokasi adalah kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi sasaran. Tempat merupakan saluran distribusi yaitu serangkaian organisasi yang saling tergantung dan saling terlihat dalam proses untuk menjadikan produk atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi. Lokasi berarti berhubungan dengan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi.³³

Penentuan layout juga perlu dilakukan secara cermat dengan mempertimbangkan berbagai faktor, seperti keamanan, kenyamanan, keindahan, efisiensi, biaya, fleksibilitas, dan pertimbangan lainnya. Dengan adanya layout akan diperoleh berbagai keuntungan sebagai berikut.

- a. Ruang gerak untuk beraktivitas dan pemeliharaan memadai. Artinya suatu ruangan didesain sedemikian rupa, sehingga tidak terkesan sumpek.

³² Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT Rajawali Pers, 2011), hlm. 140

³³ Philip Kotler Dan Gary Amstrong, *Principial Of Marketing, Edisi 8, Prentice-Hall*, (Jakarta: Pt. Gramedia Pustaka,2001), hlm.148

Kemudian, layout juga harus memudahkan untuk melakukan pemeliharaan ruangan atau gedung.

- b. Pemakaian ruangan menjadi efisien. Artinya pemakaian ruangan harus dilakukan secara optimal, jangan sampai ada ruangan yang mengganggu atau tidak terpakai karena hal ini akan menimbulkan biaya bagi perusahaan.
- c. Aliran material menjadi lancar, artinya jika layout dibuat secara benar sehingga produksi menjadi tepat waktu dan tepat sasaran.
- d. Layout yang tepat memberikan keindahan, kenyamanan, kesehatan, dan keselamatan kerja yang lebih baik, sehingga memberikan motivasi yang tinggi kepada karyawan. Disamping itu, pelanggan atau konsumen pun betah berbelanja atau berurusan dengan perusahaan.³⁴

Dalam hal ini ada tiga jenis interaksi yang mempengaruhi lokasi, yaitu:

- a. Konsumen mendatangi pemberi jasa (perusahaan), apabila keadaan seperti ini maka lokasi menjadi sangat penting. Perusahaan sebaiknya memilih tempat yang dekat dengan konsumen sehingga mudah dijangkau, dengan kata lain harus strategis.
- b. Pemberi jasa mendatangi konsumen, dalam hal ini lokasi tidak terlalu penting, tetapi yang harus diperhatikan adalah penyampaian jasa harus tetap berkualitas.
- c. Pemberi jasa dan konsumen tidak bertemu secara langsung merupakan

³⁴ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT Rajawali Pers, 2011), hlm. 142

service provider, dan konsumen berinteraksi melalui sarana tertentu seperti telepon, computer, atau surat. Dalam hal ini lokasi menjadi sangat tidak penting selama komunikasi antara kedua pihak terlaksana dengan baik.³⁵

3. Faktor-faktor Pertimbangan dalam Pemilihan Lokasi Usaha

Pemilihan tempat atau lokasi usaha memerlukan pertimbangan yang cermat, adapun faktor-faktor dalam pemilihan lokasi sebagai berikut:³⁶

- a. Akses, misalnya lokasi yang mudah dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi.
- b. Visibilitas (penerangan), misalnya yang dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan.
- c. Lalu lintas (*traffic*), di mana ada dua hal yang perlu dipertimbangkan, yaitu: Banyaknya orang yang lalu lalang bisa memberikan besar terjadinya *mpulse buying*. Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa pula menjadi hambatan, misalnya terhadap pelayanan kepolisian, pemadam kebakaran, dan ambulance.
- d. Tempat parkir yang luas dan aman. Parkir kendaraan merupakan kebutuhan yang sanga penting. Kenyamanan berbelanja sangat ditentukan oleh rasa aman pembeli terhadap parkir kendaraan. Apabila pelanggan tidak menemukan tempat parkir yang aman dan nyaman. Mereka

³⁵ Suwianto Johan, *Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis, Edisi Pertama*, (Bandung: Graha Ilmu, 2011), hlm 65

³⁶ Harding, A. *Manajemen Produksi*, (Jakarta: Balai Aksara, 2002), hlm. 67

kemungkinan tidak akan singgah pada lokasi tersebut.

- e. Ekspansi, yaitu tersedianya tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha dikemudian hari.
- f. Tren populasi dan mutu kehidupan. Pengusaha harus mengetahui situasi dan kondisi suatu daerah dan orang yang tinggal pada daerah tersebut. Dibutuhkan analisa populasi dan data demografis agar dapat mengetahui situasi lokasi, daerah yang akan dipilih secara rinci. Analisa tren suatu warga seperti: ukuran dan kepadatan populasi, jumlah dan ukuran keluarga, tingkat pendapatan, pendidikan, ras, agama, tren pertumbuhan akan memberikan fakta guna penentuan lokasi usaha.

4. Tahap pemilihan lokasi

Tiga tahap yang harus dilalui jika suatu lokasi akan dipilih sebagai lokasi usaha, yaitu sebagai berikut:

- a. melihat kemungkinan daerah mana yang akan dijadikan sebagai lokasi usaha dengan mempertimbangkan ketentuan pemerintah, jenis proses produksi/ jasa ini akan menentukan spesifikasi usaha yang berhubungan dengan buruh/ tenaga kerja, pengangkutan, dan lain-lain.
- b. memerhatikan pengalaman dari usaha orang lain atau pengalaman sendiri, didasari pada jenis barang yang dihasilkan dan proses produksinya karena keduanya akan berpengaruh pada sarana angkutan, pasar, listrik, air, telepon, dan faktor lainnya yang dianggap

penting.

- c. mempertimbangkan dan menilai dampak sosial, atau dukungan dari masyarakat disekitar lokasi. Penilaian ini di dapat dengan melakukan survei langsung ke lapangan. Dari ketiga tahap inilah dianalisis dan dipertimbangkan apakah suatu usaha layak didirikan pada lokasi atau wilayah tersebut.³⁷

Seperti penjelasan di atas terkait tahapan dalam menentukan lokasi usaha, lokasi yang baik tentu saja akan memberikan hasil yang baik sesuai dengan tujuan dan harapan. Pemilihan lokasi usaha sangat penting karena apabila salah dalam menentukan lokasi yang dipilih akan mengakibatkan peningkatan biaya yang dikeluarkan. Penentuan lokasi yang tepat akan memberikan keuntungan bagi suatu usaha, baik dari sisi finansial maupun nonfinansial. Misalnya, dapat memberikan pelayanan yang aman dan nyaman kepada konsumen dengan memuaskan, kemudahan untuk memperoleh alat penunjang yang disediakan untuk publik seperti sarana dan prasarana, seperti adanya transportasi yang dapat mempermudah menjangkau bahan baku dalam jumlah dan waktu yang telah diperhitungkan.

5. Dampak pemilihan lokasi

Pemilihan lokasi usaha yang strategis menjadi salah satu faktor yang

³⁷ Jumingan, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Gilingan: Bumi Aksara, 2009), hlm. 124-125

mempengaruhi kesuksesan dari sebuah usaha. Semakin strategis lokasi usaha yang dipilih, semakin tinggi pula tingkat penjualan dan berpengaruh terhadap kesuksesan sebuah usaha. Begitu juga sebaliknya, jika lokasi usaha yang dipilih tidak strategis maka penjualan tidak terlalu bagus yang berakibat pada pendapatan yang menurun.

Pentingnya keputusan akan lokasi usaha ditentukan oleh biaya dan ketidak mungkinan menaikkan taruhan dan menjalankan bisnis yang telah dilakukan, jika pemilihan lokasi tersebut tidak strategis, bisnis mungkin tidak akan pernah berkembang, bahkan dengan pendanaan yang mencukupi dan kemampuan manajerial yang lebih baik.³⁸ Penentuan lokasi yang tepat akan memberikan berbagai keuntungan bagi perusahaan, baik dari segi finansial maupun non finansial, keuntungan tersebut antara lain adalah:³⁹

- a. Pelayanan yang diberikan kepada konsumen dapat lebih memuaskan.
- b. Kemudahan dalam memperoleh tenaga kerja yang diinginkan baik jumlah maupun kualifikasinya.
- c. Kemudahan dalam memperoleh bahan baku atau bahan penolong dalam jumlah yang diinginkan secara terus menerus.
- d. Kemudahan untuk memperluas lokasi usaha, karena biasanya sudah diperhitungkan untuk perluasan lokasi usaha sewaktu-waktu.

³⁸ Justin G. Longnecker, dkk, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hlm. 240

³⁹ Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Kencana, 2006), hlm. 223

- e. Memiliki nilai atau harga ekonomis yang lebih tinggi di masa yang akan datang.
- f. Meminimalkan terjadinya konflik, terutama dengan masyarakat dan pemerintah setempat.

G. *Baitul Maal wa Tamwil* (BMT)

1. *Pengertian Baitul Maal wa Tamwil* (BMT)

BMT merupakan kependekan dari *Baitul Mal wa Tamwil* atau dapat juga ditulis dengan *baitul maal wa baitul tanwil*. Secara *harfiah* atau *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.⁴⁰

Baitul maal lebih mengarah pada usah-usaha pengumpulan dan penyaluran dana yang non-profit, seperti *zakat*, *infaq*, dan *shodaqoh*. Sedangkan *baitut tamwil* sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial. Usaha-usaha tersebut menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari BMT sebagai lembaga pendukung kegiatan ekonomi masyarakat kecil

⁴⁰Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maaal Wa Tamwil*, (Yogyakarta: UII Press,2004) hlm. 126

dengan berlandaskan syariah.⁴¹

BMT (*Baitul Maal wat Tamwil*) 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 kafir miskin. Lembaga ini ditumbuhkan atas prakarsa dan modal awal dari tokoh- tokoh masyarakat setempat dengan berlandaskan pada sistem ekonomi yang *salaam* (berintikan keadilan, kedamaian, dan kesejahteraan).⁴²

2. Azas dan Dasar Hukum *Baitul Maal wa Tamwil* (BMT)

Baitul maal wa tamwil (BMT) berazaskan pada Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945 serta berlandaskan pada prinsip syari'ah Islam, keimanan, keterpaduan (*kaffah*), kekeluargaan atau koperasi, kebersamaan, kemandirian, dan profesionalisme.⁴³ Dengan demikian keberadaan *baitul maal wa tamwil* (BMT) menjadi sebuah organisasi yang sah dan legal. *Baitul maal wa tamwil* (BMT) sebagai lembaga keuangan syari'ah harus berpegang teguh pada prinsip-prinsip syari'ah. Keimanan menjadi landasan atas keyakinan untuk mau tumbuh dan berkembang. Keterpaduan mengisyaratkan adanya harapan untuk mencapai kesuksesan didunia dan diakherat, dan juga keterpaduan antara sisi *maal* dan *tamwil* (sosial dan

⁴¹ Heri Sudarsono, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: EKONISIA, 2015) hlm. 107

⁴² M. Nadrattuzaman, dkk. *Lembaga Bisnis Syariah*. (Jakarta: PKES Syariah, 2008)

⁴³ PINBUK, *Modul Pelatihan Pengelola Baitul Tamwil*, (Jakarta: PINBUK) hlm. 2

bisnis).

Kekeluargaan dan kebersamaan berarti upaya untuk mencapai kesuksesan tersebut diarah secara bersama. Dan kemandirian berarti BMT tidak dapat hidup hanya dengan bergantung pada bantuan pemerintah, tetapi harus berkembang dengan terus meningkatkan partisipasi anggota dan masyarakat, maka dari itu pola pengelolaannya harus dilakukan secara profesional.⁴⁴

Pada awal mula berdirinya, BMT merupakan salah satu organisasi informal dalam bentuk Kelompok Simpan Pinjam (KSP) atau Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM) yaitu suatu lembaga yang melakukan penghimpunan dana dari anggota dan diperuntukkan bagi anggota. Secara hukum *baitul maal wa tamwil* (BMT) berpayung pada koperasi, akan tetapi sistem operasionalnya tidak jauh berbeda dengan Bank Syari'ah sehingga produk- produk yang berkembang pada BMT juga tidak jauh berbeda dengan yang ada pada Bank Syari'ah.

Berbadan hukum koperasi, maka BMT harus tunduk pada Undang-Undang No. 25 Tahun 1992 tentang perkoperasian dan PP No. 9 Tahun 1995 tentang pelaksanaan usaha simpan pinjam oleh koperasi. Juga dipertegas oleh KEP. MEN No. 91 Tahun 2004 tentang Koperasi Jasa Keuangan Syari'ah. Undang-Undang tersebut menjadi payung berdirinya *baitul maal wa tamwil* (BMT) sebagai lembaga keuangan mikro syari'ah.

⁴⁴ Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal wa Tamwil...*, hlm.129

Baitul Maal wa Tamwil (BMT) dibina dan dikembangkan oleh Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil (PINBUK) yang merupakan badan pekerja dari Yayasan Inkubasi Bisnis dan Usaha Kecil (YINBUK). YINBUK didirikan pada tanggal 13 Maret 1995 dengan tujuan untuk mengembangkan BMT secara meluas dan sehat. Salah satu upaya yang dilakukan PINBUK antara lain berupa kerjasama dengan Bank Indonesia (BI) sejak tahun 1995 melalui Proyek Hubungan Kerjasama (PHBK) dengan Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM).

Seiring dengan perkembangan keberadaan BMT, PINBUK tidak lagi menjadi satu-satunya perintis dan pendukung pendiriannya. Ormas Islam atau lembaga keislaman juga mengambil peran dalam memunculkan BMT-BMT baru. Ormas Islam tersebut diantaranya adalah MUI, NU, dan Muhamadiyah.⁴⁵

Bahkan sejak tahun 2005 pendirian BMT telah bergeser kepada perusahaan bisnis yang disokong oleh seorang investor kuat atau kelompok bisnis. Tanda- tandanya dapat dilihat dari kepemilikan dan kemunculan kantorkantor kasnya dalam jumlah besar dan dalam waktu yang singkat. Pada sisi legalitasnya terdapat pergeseran pengakuan kewenangan legalitasnya yang semula diberikan oleh PINBUK dengan bekerjasama dengan Departemen Koperasi dan PHBK BI beralih menjadi kewenangan

⁴⁵ Muhammad, *Bank Syariah: Analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan ancaman*, (Yogyakarta: Ekonisisa, 2006) hlm. 144

sepenuhnya Departemen Koperasi sehingga yang bertanggungjawab membinanya secara legal tetaplah departemen koperasi.

3. Tujuan Didirikannya *Baitul Maal wa Tamwil* (BMT)

Didirikannya *baitul maal wa tamwil* (BMT) yakni bertujuan untuk meningkatkan kualitas usaha ekonomi untuk kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya.

Pernyataan 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 bergantung kepada BMT. Dengan menjadi anggota BMT, maka diharapkan masyarakat dapat meningkatkan taraf hidup melalui peningkatan usahanya. Pemberian modal pinjaman sedapat mungkin dapat memandirikan ekonomi para peminjam. Oleh karena itu, sangat perlu dilakukan pendampingan. Dalam pelemparan pembiayaan, BMT harus dapat menciptakan suasana keterbukaan, sehingga dapat mendeteksi berbagai kemungkinan yang timbul dari pembiayaan.⁴⁶

4. Prinsip Utama *Baitul Maal wa Tamwil* (BMT)

Dalam melaksanakan usahanya BMT berpegang teguh pada prinsip utama sebagai berikut: (a) Keimanan dan ketaqwaan kepada Allah SWT,

⁴⁶ Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal wa Tamwil...*, hlm. 128

yakni dengan mengimplementasikannya pada prinsip-prinsip syari'ah dan muamalah Islam kedalam kehidupan nyata. (b) Keterpaduan, yakni nilai-nilai sepiritual dan moral menggerakkan dan mengarahkan etika bisnis yang dinamis, proaktif, progresif, adil, dan berakhlak mulia. (c) Kekeluargaan, yakni mengutamakan kepentingan bersama diatas 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 dan sosial. (e) Kemandirian, yakni mandiri diatas golongan. Mandiri berarti juga tidak bergantung dengan dana-dana pinjaman dan bantuan tetapi senantiasa proaktif untuk menggalang dana masyarakat sebanyakbanyaknya. (f) Profesionalisme, yakni semangat kerja yang tinggi yang dilandasi dengan dasar keimanan. Kerja yang tidak hanya berorientasi pada kehidupan dunia saja, tetapi juga kenikmatan dan kepuasan rohani dan akherat. (g) Istiqamah, yakni konsisten, konsekuen, kontinuitas atau berkelanjutan tanpa henti dan tanpa putus asa.⁴⁷

5. Fungsi Utama *Baitul Maal wa Tamwil* (BMT)

Dalam rangka mencapai tujuannya, maka *baitul maal wa tamwil* (BMT) memiliki fungsi sebagai berikut :

⁴⁷ Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal wa Tamwil...*, hlm. 130

- a. Mengidentifikasi, memobilisasi, mengorganisasi, mendorong dan mengembangkan potensi serta kemampuan potensi ekonomi anggota, kelompok anggota, dan daerah kerjanya.
- b. Meningkatkan kualitas SDM 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 *aghniya'* sebagai *shahibul maal* dengan *du'afa* sebagai *mudharib*, teruta untuk dana-dana sosial seperti zakat, infaq, shadaqah, wakaf, hibah, dan lain-lain.
- e. Menjadi perantara keuangan (*financial intermediary*) antara pemilik dana (*shahibul maal*) baik sebagai pemodal maupun penyimpan dengan pengguna dana (*mudharib*) untuk pengembangan usaha produktif.⁴⁸

H. Penelitian terdahulu

1. Pengaruh pembiayaan murabahah terhadap peningkatan pendapatan nasabah.

Penelitian yang dilakukan oleh Tyas yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh (1) pembiayaan *Bai Bitsaman Ajil* dan (2) pembiayaan *Murabahah* terhadap perkembangan (3) usaha nasabah di KSPPS BMT

⁴⁸ Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal wa Tamwil...*, hlm.131

Dinar Amanu Panjerejo. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif jenis penelitian deskriptif, hasil yang diperoleh pada penelitian tersebut yaitu menunjukkan bahwa jumlah pembiayaan *Bai Bitsaman Ajil* yang diterima nasabah dan jumlah pembiayaan *Murabahah* yang diterima nasabah berpengaruh terhadap perkembangan usaha anggota.⁴⁹ Yang membedakan dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti yaitu pada variabel dan objek yang digunakan. Dimana peneliti hanya membahas variabel *Bai Bitsaman Ajil* dan objek penelitian dilakukan di BMT Agritama Srengat Blitar.

Penelitian yang dilakukan Yuniawati tujuan adalah untuk mengetahui (1) pengaruh pembiayaan *murabahah* terhadap (2) peningkatan pendapatan usaha kecil. Hasil dari penelitian secara simultan pembiayaan *murabahah* terhadap peningkatan pendapatan usaha kecil besarnya kontribusi pengaruh dan sisanya 50,6%.⁵⁰ Dimana peneliti hanya membahas variabel pembiayaan *murabahah* dan objek penelitian dilakukan di BMT Agritama Srengat Blitar.

Penelitian yang dilakukan Sulistya tujuan adalah menganalisis (1) Pengaruh pembiayaan *Murabahah*, (2) Pelatihan Kewirausahaan dan (3) Pengalaman Usaha Terhadap (4) Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro

⁴⁹ Mei Laily Wahyuning Tyas, *Pengaruh Jumlah Pembiayaan Bai' Bitsaman Ajil Yang Diterima Nasabah Dan Jumlah Pembiayaan Murabahah Yang Diterima Nasabah Terhadap Perkembangan Usaha Anggota Di KSPPS BMT Dinar Amanu Panjerejo*, (Tulungagung: 2018).

⁵⁰ Nia yuniawati, *pengaruh pembiayaan murabahah terhadap peningkatan pendapatan usaha kecil*(Cirebon,2013)

Kecil dan Menengah (UMKM) di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar.⁵¹ Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Metode yang digunakan adalah metode observasi dan metode angket. Hasil analisisnya adalah bahwa Berdasarkan pada hasil penelitian dengan menggunakan uji t diperoleh hasil bahwa variabel pembiayaan *Murabahah* berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Yang membedakan dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti yaitu pada variabel dan objek yang digunakan. Dimana peneliti hanya membahas variabel bai bithaman ajil dan objek penelitian dilakukan di BMT Agritama Srengat Blitar.

2. Pengaruh pembiayaan *Bai Bitsaman Ajil* terhadap peningkatan pendapatan nasabah.

Penelitian yang dilakukan Aini tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis (1)Pengaruh Pembiayaan Mudarabah dan (2) *Bai Bitsaman Ajil* Terhadap (3)Peningkatan Modal Usaha Kecil di BMT Ummatan Wasathan Tertek Tulungagung.⁵² Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dan jenis penelitian komparatif dengan

⁵¹ Adin Sulistya, *Pengaruh pembiayaan Murabahah, Pelatihan Kewirausahaan dan Pengalaman Usaha Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar.* (Tulungagung: 2017).

⁵² Avivah Aini, *Pengaruh Pembiayaan Mudarabah dan Ba'i Bitsaman Ajil Terhadap Peningkatan Modal Usaha Kecil di BMT Ummatan Wasathan Tertek Tulungagung.* (Tulungagung: 2018).

menyebarkan angket di BMT Ummatan Wasathan Tertek Tulungagung. Hasil penelitian dalam ini menunjukkan bahwa Hasil penelitian yang dilakukan oleh Tyas dapat diperoleh bahwa jumlah pembiayaan *Bai Bitsaman Ajil* yang diterima nasabah dan jumlah pembiayaan *Murabahah* yang diterima nasabah berpengaruh terhadap perkembangan usaha anggota. Yang membedakan dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti yaitu pada variabel dan objek yang digunakan. Dimana peneliti hanya membahas variabel *bai bithaman ajil* dan objek penelitian dilakukan di BMT Agritama Srengat Blitar.

Penelitian yang dilakukan Sari, tujuan penelitian ini adalah (1)Pengaruh Penyaluran Pembiayaan *Bai Bitsaman Ajil* dan (2)Manajemen Pengelolaan Sumber Daya Manusia Terhadap (3)Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Anggota *Baitul Mal Wa Tamwil* (BMT) Agritama Blitar.⁵³ Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Random Sampling*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 50 responden yaitu anggota pembiayaan *Bai Bitsaman Ajil*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial pembiayaan *Bai Bitsaman Ajil* berpengaruh positif signifikan terhadap peningkatan pendapatan usaha mikro anggota. Yang membedakan dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti yaitu pada variabel dan objek yang digunakan. Dimana peneliti

⁵³Kharisma Sari, *Pengaruh Penyaluran Pembiayaan Bai' Bitsaman Ajil dan Manajemen Pengelolaan Sumber Daya Manusia Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Anggota Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) Agritama Blitar*. (Tulungagung: 2018).

hanya membahas variabel *Bai Bitsaman Ajil*.

Penelitian yang dilakukan oleh Tyas yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh (1) pembiayaan *Bai Bitsaman Ajil* dan (2) pembiayaan Murabahah terhadap (3) perkembangan usaha nasabah di KSPPS BMT Dinar Amanu Panjerejo. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif jenis penelitian deskriptif, hasil yang diperoleh pada penelitian tersebut yaitu menunjukkan bahwa jumlah pembiayaan *Bai Bitsaman Ajil* yang diterima nasabah dan jumlah pembiayaan *Murabahah* yang diterima nasabah berpengaruh terhadap perkembangan usaha anggota.⁵⁴ Yang membedakan dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti yaitu pada variabel dan objek yang digunakan. Dimana peneliti hanya membahas variabel *Bai Bitsaman Ajil* dan objek penelitian dilakukan di BMT Agridama Srengat Blitar.

3. Pengaruh lokasi usaha terhadap peningkatan pendapatan nasabah.

Penelitian yang dilakukan Sundari dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) pengaruh lokasi usaha terhadap (2) tingkat pendapatan pedagang pada ikatan pedagang Bandar Lampung. Berdasarkan hasil dari uji parsial t (uji t), variabel lokasi usaha berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat pendapatan. Yang membedakan dengan penelitian yang

⁵⁴ Mei Laily Wahyuning Tyas, *Pengaruh Jumlah Pembiayaan Bai' Bitsaman Ajil Yang Diterima Nasabah Dan Jumlah Pembiayaan Murabahah Yang Diterima Nasabah Terhadap Perkembangan Usaha Anggota Di KSPPS BMT Dinar Amanu Panjerejo*, (Tulungagung: 2018).

akan dilakukan peneliti yaitu pada variabel dan objek yang digunakan.⁵⁵ Dimana peneliti hanya membahas variabel lokasi usaha dan objek penelitian dilakukan di BMT Agritama Srengat Blitar.

Penelitian yang dilakukan Az-zahra dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh modal, pendapatan, dan (1) lokasi usaha terhadap (2) kesejahteraan pedagang kaki lima di kota Cirebon. Berdasarkan hasil uji regresi menunjukkan pengaruh modal terhadap kesejahteraan pedagang sebesar 2.229, pengaruh pendapatan terhadap kesejahteraan pedagang sebesar 2.946, pengaruh lokasi terhadap kesejahteraan pedagang sebesar 2.242. artinya bahwa terdapat pengaruh variabel X1, X2, dan X3 terhadap Y⁵⁶. Dimana peneliti hanya membahas variabel lokasi usaha dan objek penelitian dilakukan di BMT Agritama Srengat Blitar.

Penelitian yang dilakukan putri dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh modal sendiri dan (1) lokasi usaha terhadap (2) pendapatan usaha mikro kecil menengah (UMKM) di kabupaten Tabanan⁵⁷. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, sedangkan metode analisis yang digunakan yaitu analisis jalur atau *path analysis* untuk mengetahui pengaruh langsung serta uji Sobel untuk

⁵⁵ Sundari, *pengaruh lokasi usaha dan jam kerja terhadap tingkat pendapatan pedagang dalam perspektif ekonomi islam* (Bandar Lampung:2017)

⁵⁶ Nyimas rafita az-zahra, *pengaruh modal, pendapatan, dan lokasi terhadap kesejahteraan pedagang kaki lima di kota Cirebon*(cirebon,2015)

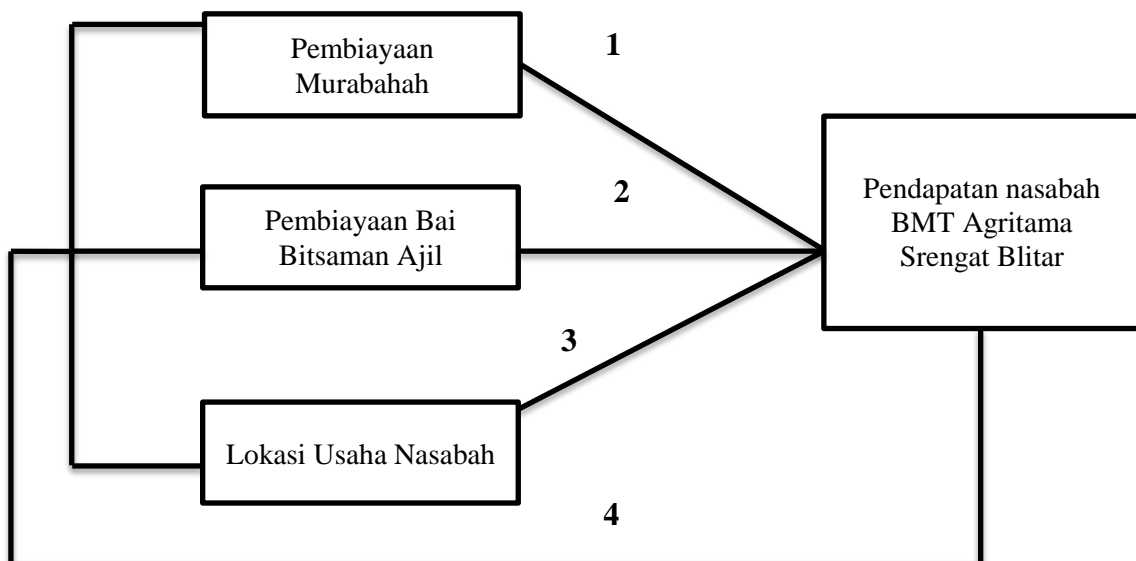
⁵⁷ Ni made dwi maharani putri, *pengaruh modal sendiri dan lokasi usaha terhadap pendapatan usaha mikro kecil menengah* (UMKM)(Tabanan,2014)

mengetahui pengaruh tidak langsung. Hasil dari lokasi usaha berpengaruh positif terhadap pendapatan. Dimana peneliti hanya membahas variabel lokasi usaha dan objek penelitian dilakukan di BMT Agritama Srengat Blitar.

I. Kerangka Konseptual

Kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka berfikir berguna untuk mempermudah di dalam memahami persoalan yang sedang diteliti serta mengarahkan penelitian pada pemecahan masalah yang dihadapi. Maka penulis membuat suatu kerangka pemikiran yaitu sebagai berikut.

Gambar 2.1 : Kerangka Konseptual



Keterangan:

1. Pengaruh pembiayaan *Murabahah* (X1) terhadap peningkatan pendapatan nasabah BMT Agritama (Y) didasarkan oleh teori yang dikemukakan oleh Veithzal⁵⁸, Adrian⁵⁹, Ascarya⁶⁰ serta dalam kajian penelitian terdahulu Tyas⁶¹, Yuniawati⁶², Sulistya⁶³
2. Pengaruh pembiayaan *Bai Bitsaman Ajil* (X2) terhadap peningkatan pendapatan nasabah BMT Agritama (Y) didasarkan oleh teori yang dikemukakan oleh Veithzal⁶⁴ Martono⁶⁵ serta dalam kajian penelitian terdahulu Aini⁶⁶, Sari⁶⁷, Tyas⁶⁸.
3. Pengaruh lokasi usaha nasabah (X3) terhadap peningkatan pendapatan

⁵⁸ Veithzal Rivai dan Andria Permata Veithzal, *Islamic Financial Manajemen*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 7.

⁵⁹ Adrian Sutedi, *Perbankan Syariah* (Jakarta:Ghalia Indonesia,2009), hlm. 95

⁶⁰ Ascarya, *Akad Dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta :Bank Indonesia,2006),hlm. 162

⁶¹ Mei Laily Wahyuning Tyas, *Pengaruh Jumlah Pembiayaan Bai' Bitsaman Ajil Yang Diterima Nasabah Dan Jumlah Pembiayaan Murabahah Yang Diterima Nasabah Terhadap Perkembangan Usaha Anggota Di KSPPS BMT Dinar Amanu Panjerejo*, (Tulungagung: 2018).

⁶² Nia yuniawati, *pengaruh pembiayaan murabahah terhadap peningkatan pendapatan usaha kecil*(Cirebon,2013)

⁶³ Adin Sulistya, *Pengaruh pembiayaan Murabahah, Pelatihan Kewirausahaan dan Pengalaman Usaha Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar*. (Tulungagung: 2017).

⁶⁴ Veithzal Rivai dan Andria Permata Veithzal, *Islamic Financial Manajemen*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 7.

⁶⁵ Martono, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Yogyakarta: Ekosnia, 2003), hlm. 101.

⁶⁶ Avivah Aini, *Pengaruh Pembiayaan Mudarabah dan Ba'i Bitsaman Ajil Terhadap Peningkatan Modal Usaha Kecil di BMT Ummatan Wasathan Tertek Tulungagung* (Tulungagung: 2018).

⁶⁷ Kharisma Sari, *Pengaruh Penyaluran Pembiayaan Bai' Bitsaman Ajil dan Manajemen Pengelolaan Sumber Daya Manusia Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Anggota Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) Agritama Blitar*. (Tulungagung: 2018).

⁶⁸ Mei Laily Wahyuning Tyas, *Pengaruh Jumlah Pembiayaan Bai' Bitsaman Ajil Yang Diterima Nasabah Dan Jumlah Pembiayaan Murabahah Yang Diterima Nasabah Terhadap Perkembangan Usaha Anggota Di KSPPS BMT Dinar Amanu Panjerejo*, (Tulungagung: 2018).

nasabah BMT Agritama (Y) didasarkan oleh teori Kasmir⁶⁹ serta dalam kajian terdahulu yang dikemukakan oleh Sundari⁷⁰, Az-zahra⁷¹, putri⁷²

4. Pengaruh pembiayaan *Murabahah* (X1), *Bai bitsaman ajil* (X2) dan Lokasi usaha nasabah (X3) terhadap peningkatan pendapatan nasabah BMT Agritama Srengat Blitar (Y) didasarkan oleh teori yang dikemukakan Veithal⁷³, Ascarya⁷⁴, Martono⁷⁵ dan Kasmir⁷⁶ serta kajian terdahulu Tyas⁷⁷, Yuniawati⁷⁸, Sulistya⁷⁹, Aini⁸⁰, Sari⁸¹, Sundari⁸²,

⁶⁹ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT Rajawali Pers, 2011), hlm. 140

⁷⁰ Sundari, *pengaruh lokasi usaha dan jam kerja terhadap tingkat pendapatan pedagang dalam perspektif ekonomi islam*, (Bandar Lampung: skripsi tidak diterbitkan 2017)

⁷¹ Nyimas Rafita Az-Zahra, *pengaruh modal, pendapatan, dan lokasi terhadap kesejahteraan pedagang kaki lima di kota Cirebon* (Cirebon, 2015)

⁷² Ni Made Dwi Maharani Putri, *pengaruh modal sendiri dan lokasi usaha terhadap pendapatan usaha mikro kecil menengah* (UMKM) (Tabanan, 2014)

⁷³ Veithzal Rivai dan Andria Permata Veithzal, *Islamic Financial Manajemen*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 7.

⁷⁴ Ascarya, *AKAD DAN PRODUK BANK SYARIAH*, (Jakarta: Bank Indonesia, 2006), hlm. 162

⁷⁵ Martono, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Yogyakarta: Ekosnia, 2003), hlm. 101.

⁷⁶ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT Rajawali Pers, 2011), hlm. 140

⁷⁷ Mei Laily Wahyuning Tyas, *Pengaruh Jumlah Pembiayaan Bai' Bitsaman Ajil Yang Diterima Nasabah Dan Jumlah Pembiayaan Murabahah Yang Diterima Nasabah Terhadap Perkembangan Usaha Anggota Di KSPPS BMT Dinar Amanu Panjerejo*, (Tulungagung: 2018).

⁷⁸ Nia Yuniawati, *pengaruh pembiayaan murabahah terhadap peningkatan pendapatan usaha kecil* (Cirebon, 2013)

⁷⁹ Adin Sulistya, *Pengaruh pembiayaan Murabahah, Pelatihan Kewirausahaan dan Pengalaman Usaha Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar*. (Tulungagung: 2017).

⁸⁰ Avivah Aini, *Pengaruh Pembiayaan Mudarabah dan Bai' Bitsaman Ajil Terhadap Peningkatan Modal Usaha Kecil di BMT Ummatan Wasathan Tertek Tulungagung* (Tulungagung: 2018).

⁸¹ Kharisma Sari, *Pengaruh Penyaluran Pembiayaan Bai' Bitsaman Ajil dan Manajemen Pengelolaan Sumber Daya Manusia Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Anggota Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) Agritama Blitar*. (Tulungagung: 2018).

⁸² Sundari, *pengaruh lokasi usaha dan jam kerja terhadap tingkat pendapatan pedagang dalam perspektif ekonomi islam*, (Bandar Lampung: skripsi tidak diterbitkan 2017)

putri⁸³, Az-zahra⁸⁴.

J. Hipotesis Penelitian

Hipotesis dapat diartikan jawaban yang bersifat sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya masih lemah, sehingga harus diuji secara empiris.⁸⁵ Hipotesis dalam penelitian “Pengaruh Pembiayaan *Murabahah*, *Bai Bitsaman Ajil* dan lokasi usaha nasabah terhadap Peningkatan Usaha nasabah BMT Agritama Blitar” adalah:

1. Adanya pengaruh signifikan pembiayaan *Murabahah* terhadap peningkatan pendapatan nasabah BMT Agritama Blitar.
2. Adanya pengaruh signifikan pembiayaan *Bai Bitsaman Ajil* terhadap peningkatan pendapatan nasabah BMT Agritama Blitar.
3. Tidak adanya pengaruh signifikan lokasi usaha nasabah terhadap peningkatan pendapatan nasabah BMT Agritama Blitar.
4. Adanya pengaruh signifikan pembiayaan *Murabahah*, *Bai Bitsaman Ajil* dan lokasi usaha nasabah terhadap peningkatan pendapatan nasabah BMT Agritama Blitar.

⁸³ Ni made dwi maharani putri, *pengaruh modal sendiri dan lokasi usaha terhadap pendapatan usaha mikro kecil menengah (UMKM)*(Tabanan,2014)

⁸⁴ Nyimas rafita az-zahra, *pengaruh modal,pendapatan, dan lokasi terhadap kesejahteraan pedagang kaki lima di kota Cirebon*(cirebon,2015)

⁸⁵ M. Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002), hlm. 50.