

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Etika Pegawai**

##### **2.1.1 Pengertian Etika**

Secara etimologi istilah etika berasal dari bahasa Yunani kuno yaitu *etos* yang mempunyai banyak arti kebiasaan, adat, akhlak, watak, perasaan, sikap, dan cara berpikir. Dalam bentuk jamak (*ta etha*) artinya adalah adat kebiasaan.<sup>1</sup>

Menurut kamus Webster, “*etika*” adalah ilmu tentang kesusilaan yang menentukan bagaimana sepatutnya manusia hidup di dalam masyarakat yang menyangkut aturan-aturan atau prinsip-prinsip yang menentukan tingkah laku yang benar, yaitu baik dan buruk, kewajiban dan tanggung jawab.<sup>2</sup>

Etika atau yang kerap disebut dengan istilah perilaku merupakan penjabaran nilai-nilai profesi dan perilaku organisasi dalam melaksanakan kegiatannya sebagai panduan bagi organisasi dan semua anggotanya.<sup>3</sup> Etika juga dapat didefinisikan sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan yang baik dan yang buruk. Etika adalah bidang ilmu yang bersifat normatif, karena ia berperan menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan oleh seorang individu.<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> K. Bertens, *ETIKA*, (Jakarta: Gramedia Jakarta Utama, 1993), hal 4

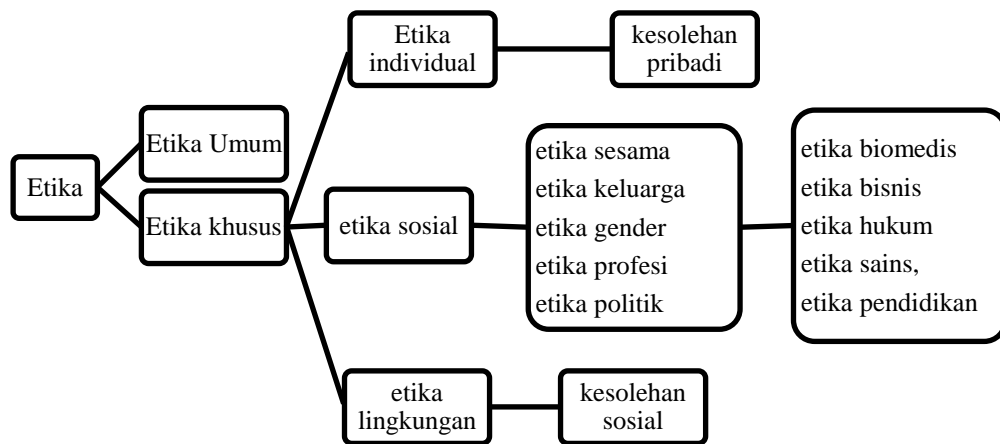
<sup>2</sup> Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2013), Hal. 24

<sup>3</sup> Ikatan Banker Indonesia, *Mengelola Kredit Secara Sehat*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014), Hal. 15

<sup>4</sup> Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), Hal. 3

Etika adalah suatu penyelidikan atau pengkajian secara sistematis tentang perilaku. Pertanyaan ulama dalam etika adalah, tindakan dan sikap apa yang dianggap benar atau baik. Untuk lebih jelasnya tentang masalah etika, berikut skema etika:

**Gambar 2.1**  
**Skema Etika**



Sumber: Aziz, 2013: 25

Dari skema di atas, kita bisa melihat bahwa etika bisnis secara khusus harus berujung pada tindakan konkret, yaitu bermoral. Artinya kehidupan manusia memerlukan moral. Manusia berbeda dengan makhluk lainnya, tidak hanya diatur melainkan juga mengatur yang lain dan kehidupannya sendiri. Manusia adalah *khalifah Allah*, sebagaimana dituangkan dalam kalam Allah surat Al-Baqarah ayat 30 sebagai berikut:

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَائِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً ۗ.....

Artinya: *Ingatlah ketika Tuhanmu berfirman kepada para malaikat: "Sesungguhnya Aku hendak menjadikan seorang khalifah di muka bumi."*<sup>5</sup>

<sup>5</sup> QS. Al-Baqarah ayat 30, Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Semarang: PT Kumudasmoro Grafindo, 1994)

Etika juga dapat didefinisikan sebagai akhlak. Al-Ghazali dalam bukunya *ihya' ulumuddin* menjelaskan pengertian “*khuluq*” (etika) adalah suatu sifat yang tetap dalam jiwa, yang dari padanya timbul perbuatan-perbuatan dengan mudah, dengan tidak membutuhkan pikiran.<sup>6</sup> Etika atau akhlak mempunyai kedudukan yang sangat penting dalam kehidupan setiap manusia, baik sebagai individu, anggota masyarakat, maupun anggota suatu bangsa. Karena kejayaan dan kemuliaan umat di muka bumi tergantung akhlak mereka, dan kerusakan di muka bumi tidak lain juga disebabkan oleh kebejatan akhlak manusia itu sendiri.

Kunci etis dan moral bisnis sesungguhnya terletak pada pelakunya, itu sebabnya misi diutusnya Rasulullah ke dunia adalah untuk memperbaiki akhlak manusia yang telah rusak. Seorang pengusaha muslim berkewajiban untuk memegang teguh etika dan moral bisnis islami yang mencakup *husnul khuluq*. Akhlak yang baik adalah modal dasar yang akan melahirkan praktik bisnis yang etis dan moralis.

### **2.1.2 Prinsip Etika**

Sebuah bisnis yang dibangun berdasarkan kaidah-kaidah Al-Quran dan hadits akan mengantarkan para pelakunya mencapai sukses dunia dan akhirat. Standar etika perilaku bisnis syariah yaitu mendidik agar para pelaku bisnis mampu menjalankan bisnisnya dengan: (1) Takwa; (2) Aqshid (sederhana, rendah hati, lemah lembut, santun (dalam bahasa konseling disebut simpatik); (3) Khidmad (melayani dengan baik); (4) Amanah secara terus menerus.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), Hal. 171

<sup>7</sup> *Ibid.*, hal. 187

### 1. *Taqwa*

Sebuah hadits diriwayatkan oleh Umar r.a, “*aku mendengar Rasulullah SAW bersabda: sekiranya kalian bertawakal (menyerah) kepada Allah dengan sungguh-sungguh, maka Allah akan memberikan rezeki kepada kalian seperti burung yang keluar di pagi hari dengan perut kosong (lapar), tetapi kembali di sore hari dengan perut kenyang.*” Hadits ini menerangkan bahwa Allah akan memudahkan rezeki bagi hambanya yang bertawakal kepada-Nya dengan sungguh-sungguh.

Seorang muslim harus mengedepankan prinsip ketauhidan yaitu dengan mengingat Allah dalam setiap transaksi bisnisnya, sehingga apa yang dikerjakannya merupakan pekerjaan yang halal dan tidak melanggar rambu-rambu lalu lintas yang Allah perintahkan. Seorang yang bertaqwa, dalam setiap aktivitasnya adalah hanya berniat ikhlas mengharap ridha Allah SWT.

Tauhid merupakan konsep sentral yang berisi ajaran bahwa Tuhan adalah pusat dari segala sesuatu, dan bahwa manusia harus mengabdikan diri sepenuhnya kepada-Nya.<sup>8</sup> Konsep tauhid ini mengandung implikasi doktrinal lebih jauh bahwa tujuan kehidupan manusia tidak lain kecuali menyembah kepada Tuhan.

Melalui konsep tauhid ini keterpaduan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial menjadi keseluruhan yang homogen, serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh. Dari konsep ini, maka islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini pula

---

<sup>8</sup> Abdul Aziz, *Etika Bisnis...*, hal 77

maka etika dan bisnis menjadi terpadu, vertikal maupun horizontal, membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam sistem islam.<sup>9</sup>

## 2. Aqshid

Aqshid adalah sederhana, rendah hati, lemah lembut, santun (dalam bahasa konseling disebut simpatik).<sup>10</sup> Dalam banyak ayat alquran kita temukan perintah untuk tampil simpatik:

لَا تَمُدَّنَّ عَيْنَيْكَ إِلَىٰ مَا مَتَّعْنَا بِهِ أَزْوَاجًا مِّنْهُمْ وَلَا تَحْزَنْ عَلَيْهِمْ وَأَحْفِضْ  
جَنَاحَكَ لِلْمُؤْمِنِينَ ﴿٨٨﴾

Artinya: “Janganlah sekali-kali kamu menunjukkan pandanganmu kepada kenikmatan hidup yang Telah kami berikan kepada beberapa golongan di antara mereka (orang-orang kafir itu), dan janganlah kamu bersedih hati terhadap mereka dan berendah dirilah kamu terhadap orang-orang yang beriman.”<sup>11</sup>

Al-Quran juga mengajarkan untuk senantiasa rendah hati dan bertutur kata yang manis sebagaimana firman Allah:

وَلَا تُصَعِّرْ خَدَّكَ لِلنَّاسِ وَلَا تَمْشِ فِي الْأَرْضِ مَرَحًا ۚ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ كُلَّ مُخْتَالٍ  
فَخُورٍ ﴿١٨﴾ وَأَقْصِدْ فِي مَشْيِكَ وَأَغْضُضْ مِنْ صَوْتِكَ ۚ إِنَّ أَنْكَرَ الْأَصْوَاتِ لَصَوْتُ  
الْحَمِيرِ ﴿١٩﴾

Artinya: “Dan janganlah kamu memalingkan mukamu dari manusia (karena sombong) dan janganlah kamu berjalan di muka bumi dengan angkuh. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong lagi membanggakan diri. Dan sederhanalah kamu dalam berjalan dan lunakkanlah suaramu. Sesungguhnya seburuk-buruk suara ialah suara keledai.”

<sup>9</sup> Abdul Aziz, *Etika Bisnis...*, hal 45

<sup>10</sup> Ali Hasan, *Manajemen Bisnis...*, Hal 188

<sup>11</sup> QS Al Hijr Ayat 88, Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Semarang: PT Kumudasmoro Grafindo, 1994)

Aisyah r.a. pernah berkata, bahwa Rosululloh SAW bersabda: sesungguhnya Allah menyukai kelunakan dalam segala perkara. (HR Bukhari dan Muslim).<sup>12</sup> Berperilaku baik, sopan santun dalam pergaulan adalah fondasi dasar dan inti dari kebaikan tingkah laku. Sifat ini sangat dihargai dengan nilai yang tinggi mencangkup semua sisi manusia. Allah memerintahkan orang muslim untuk rendah hati dan lemah lembut, sebagaimana yang tertuang dalam Alquran:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ

Artinya: “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah Lembut terhadap mereka. sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu.....”<sup>13</sup>

Rasululloh juga mengajarkan kepada kita tentang bersikap lemah lembut dalam segala urusan, sebagaimana hadits beliau yang diriwayatkan oleh Dhiya’ dari Anas yang artinya: “lemah lembut dalam sesuatu (urusan) menyebabkan indahnyanya dan kalau dia dicabut dari sesuatu, niscaya akan memburukkannya.”<sup>14</sup> Berperilaku sopan harus selalu diterapkan oleh semua orang kepada siapapun, terutama bagi pegawai pembiayaan kepada nasabahnya.

### 3. *Khidmad*

*Khidmad* artinya melayani dengan baik.<sup>15</sup> Sikap ini merupakan sikap utama seorang pegawai pembiayaan, yakni melayani nasabahnya dengan baik. Dan bagian terpenting dari sikap melayani adalah sopan santun, rendah hati dan bersahabat. Menjadi pegawai pembiayaan haruslah santun manakala berbicara dan

<sup>12</sup> Romdoni Muslim, 300 Hadits Akhlak, (Jakarta: Restu Ilahi, 2004), Hal 194.

<sup>13</sup> QS Ali Imran Ayat 159, Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Semarang: PT Kumudasmoro Grafindo, 1994)

<sup>14</sup> Fachruddin Dan Irfan Fachriddin, *Pilihan Sabda Rosul (Hadits-Hadits Pilihan)*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2001), Hal. 395.

<sup>15</sup> Ali Hasan, *Manajemen Bisnis...*, Hal 189

melayani nasabah maupun calon nasabahnya. Sebagaimana firman Allah: “berbuat baiklah dan ucapkanlah kata-kata yang baik kepada manusia.”<sup>16</sup>

Tidak hanya sekedar santun dan lemah lembut dalam melayani tetapi juga mengembangkan sikap toleransi. Salah satu bentuk toleransi misalnya kesediaan untuk memperpanjang rentang waktu sehingga memudahkan orang lain, bukan menyengsarakan orang lain. Dalam hal ini yaitu ketika nasabah harus membayar angsuran pembiayaan karena sudah jatuh tempo, tetapi karena dia sedang kesulitan, berdasarkan Al Quran yang bisa dilakukan adalah: (1) Dan jika (orang yang berhutang itu) dalam kesukaran, Maka berilah tangguh sampai dia berkelapangan. (2) dan menyedekahkan (sebagian atau semua utang) itu, lebih baik bagimu, jika kamu Mengetahui.<sup>17</sup>

#### 4. Amanah

Sifat amanah harus dimiliki oleh setiap muslim, terkhusus bagi pegawai lembaga keuangan. Karena sifat amanah tidak hanya untuk kepentingan bermuamalah saja tetapi juga berkaitan dengan status iman seseorang, sebagaimana Rosululloh SAW mengingatkan: “tidak sempurna iman seseorang

---

<sup>16</sup> “Dan (ingatlah), ketika kami mengambil janji dari Bani Israil (yaitu): janganlah kamu menyembah selain Allah, dan berbuat kebaikanlah kepada ibu bapa, kaum kerabat, anak-anak yatim, dan orang-orang miskin, serta ucapkanlah kata-kata yang baik kepada manusia, Dirikanlah shalat dan tunaikanlah zakat. Kemudian kamu tidak memenuhi janji itu, kecuali sebahagian kecil daripada kamu, dan kamu selalu berpaling” (QS Al Baqarah Ayat 83) Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Semarang: PT Kumudasmoro Grafindo, 1994)

<sup>17</sup> QS Al Baqarah Ayat 280, Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Semarang: PT Kumudasmoro Grafindo, 1994)

yang tidak mempunyai sifat amanah, dan juga tidak sempurna keislaman seseorang yang tidak mempunyai komitmen” (HR Ahmad).<sup>18</sup>

Maka seharusnya setiap pebisnis muslim harus meneladani sifat amanah Rasulullah. Dimana beliau selalu bersikap jujur dan terpercaya, sehingga menimbulkan kepercayaan dari semua orang. Namun untuk menumbuhkan sifat amanah sungguh bukan suatu hal yang mudah, apalagi ketika seseorang dihadapkan dengan godaan duniawi. Dan ketika sifat amanah itu sudah mendarah daging seseorang, ia akan mampu menjaga hak Allah, hak manusia dan memelihara dirinya dari kehinaan.

Prinsip etika perbankan secara umum adalah norma, kaidah, dan kebiasaan yang berlaku dan harus dipatuhi, dihormati, dan dijunjung tinggi oleh para petugas bank/bankir. Prinsip etika perbankan tersebut menurut Murti Sumarni, dapat dirincikan sebagai berikut: (a) prinsip kepatuhan; (b) prinsip kerahasiaan; (c) prinsip kebenaran dan pencatatan; (d) prinsip kesehatan bersaing; (e) prinsip kejujuran wewenang; (f) prinsip keselarasan kepentingan; (g) prinsip keterbatasan keterangan; (h) prinsip kehormatan profesi; (i) prinsip pertanggungjawaban sosial; (j) prinsip persamaan perlakuan; dan (k) prinsip kebersihan pribadi.<sup>19</sup>

Dalam bisnis islam secara umum juga dianut prinsip-prinsip sebagai berikut<sup>20</sup>:

---

<sup>18</sup> Ali Hasan, Manajemen Bisnis..., Hal 19, Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Semarang: PT Kumudasmoro Grafindo, 1994)

<sup>19</sup> Abdul Aziz, *Etika Bisnis...*, hal. 288-289

<sup>20</sup> Veithzal Rivai H, *Islamic Financial Management*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), Hal.73



a. Keadilan

Penerapan imbalan atas dasar bagi hasil dan pengambilan margin keuntungan disepakati bersama antara bank dengan nasabah.

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ  
وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ ۚ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴿٩٠﴾

Artinya: “*Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.*”<sup>21</sup>

b. Transparansi

Dalam mengelola usaha, perbankan syariah diwajibkan mengumumkan hasil usaha secara terbuka kepada para *shahibul maal* atau pemilik dana pada setiap bulannya.

c. Responsibilitas

Apabila terjadi kerugian usaha yang sedang dikerjakan bersama, maka para pihak harus bersedia menanggung kerugian tersebut sesuai *share* masing-masing.

مَنْ يَعْمَلْ سُوءًا يُجْزَ بِهِ ۖ وَلَا تَجِدْ لَهُ مِنْ دُونِ اللَّهِ وَلِيًّا وَلَا نَصِيرًا ﴿٩١﴾ وَمَنْ  
يَعْمَلْ مِنَ الصَّالِحَاتِ مِنْ ذَكَرٍ أَوْ أُنْثَىٰ ۖ وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَأُولَٰئِكَ يَدْخُلُونَ الْجَنَّةَ وَلَا  
يُظَلَّمُونَ نَقِيرًا ﴿٩٢﴾

Artinya: “...barangsiapa yang mengerjakan kejahatan, niscaya akan diberi pembalasan dengan kejahatan itu dan ia tidak mendapat pelindung dan tidak (pula) penolong baginya selain dari Allah. Dan barangsiapa yang

<sup>21</sup> QS An Nahl Ayat 90, Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Semarang: PT Kumudasmoro Grafindo, 1994)

mengerjakan amal-amal saleh, baik laki-laki maupun wanita sedang ia orang yang beriman, Maka mereka itu masuk ke dalam surga dan mereka tidak dianiaya walau sedikitpun.<sup>22</sup>

#### d. Accountabilitas

Adanya tuntunan bahwa setiap transaksi yang mengakibatkan utang piutang hendaknya dilakukan pencatatan agar tidak mengakibatkan kesalahan. Penerapan administrasi yang baik dan teratur serta manajemen yang tepat. Sikap ini berlandaskan pada firman Allah:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اِذَا تَدٰىنْتُمْ بٰدِيْنَ اِلَىٰ اَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوْهُ وَلْيَكْتُبْ بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا يَأْبَ كَاتِبٌ اَنْ يَّكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللّٰهُ فَلْيَكْتُبْ وَلِيُمَلِّ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلِيَتَّقِ اللّٰهَ رَبَّهُ وَلَا يَبْخَسَ مِنْهُ شَيْئًا ...

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah mengajarkannya, meka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berhutang itu mengimlakkan (apa yang akan ditulis itu), dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya, dan janganlah ia mengurangi sedikitpun daripada hutangnya...”<sup>23</sup>

#### e. Kemandirian

Mendorong kegiatan investasi pada sektor riil dan mencegah terjadinya simpanan yang tidak produktif melalui prinsip bagi hasil serta memperluas kesempatan kerja.

<sup>22</sup> QS An Nisa' Ayat 123-124, Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Semarang: PT Kumudasmoro Grafindo, 1994)

<sup>23</sup> QS Al Baqarah Ayat 282, Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Semarang: PT Kumudasmoro Grafindo, 1994)

### 2.1.3 Petugas-Petugas Pembiayaan Pada Bank Syariah

Seorang pejabat atau pegawai pembiayaan haruslah memenuhi kriteria berikut: (a) Mempunyai keahlian dan keterampilan teknis dalam berbagai praktek kegiatan perbankan; (b) Professional, amanah, objektif, dan cermat; (c) Taat azas terhadap peraturan; (d) Menyadari dan memahami sepenuhnya peraturan perbankan.<sup>24</sup>; (e) Memahami dengan baik makna pembiayaan.<sup>25</sup>

Adapun para petugas pembiayaan pada bank syariah<sup>26</sup>, adalah sebagai berikut:

#### a. Account officer

A/O atau Pembina pembiayaan bertugas memproses calon nasabah (pembiayaan) atau permohonan pembiayaan sehingga menjadi nasabah. Selanjutnya membina nasabah (pembiayaan) tersebut agar memenuhi kesanggupannya terutama dalam pembayaran kembali pinjamannya. Juga menyelesaikan kasus atau masalah nasabah (pembiayaan) yang mungkin terjadi . dengan demikian jauh dari sebelum menjadi nasabah (pembiayaan) perlu dilakukan penanggulangan kemungkinan terjadi masalah, sehingga sejauh mungkin dihindari dengan cara preventif.

Syarat-syarat account officer: (1) Sudah biasa dengan formulir analisis pembiayaan, (2) Mengetahui *spread sheet program* untuk analisis pembiayaan, (3) Memiliki pengetahuan tentang pengertian yang tepat mengenai prinsip-prinsip

---

<sup>24</sup> Muhammad, Sistem Dan Prosedur Operasional Bank Syariah. (Yogyakarta: UII Press, 2000), hal. 102.

<sup>25</sup> Veithzal Rivai H, Islamic Financial...,Hal 201

<sup>26</sup> Binti Nur Asiyah, Manajemen Pembiayaan Bank Syariah, (Yogyakarta: Teras, 2014), hal. 35

pembiayaan, (4) Mengetahui praktik/ kebiasaan dalam perdagangan/ perusahaan, (5) Mempunyai wawasan luas dalam bidang keuangan/ permodalan, manajemen, akuntansi, dan ekonomi, (6) Memiliki mental yang kuat sehingga tidak mudah terpengaruh, (7) Account officer harus mengetahui tentang; (a) Ketentuan dan larangan yang berlaku atas pembiayaan yang dimohon; (b) Besar pembiayaan yang diminta dan untuk apa pembiayaan tersebut digunakan; (c) Bagaimana rencana pembiayaan yang diminta dan pelunasan oleh nasabah, serta dari mana sumber dana pelunasan pembiayaan atau cash flow usaha nasabah; (d) Informasi dan data utama yang diperlukan sehubungan dengan pembiayaan yang diminta; (e) Informasi dan data tambahan apa yang perlu dilengkapi.

b. Bagian support pembiayaan

Bersama dengan A/O mengadakan penilaian pemohon pembiayaan sehingga memenuhi kriteria dan persyaratannya. A/O dalam memproses calon nasabah (pembiayaan) dalam keandalannya (kelayakannya). Sedangkan bagian support pembiayaan dari segi keabsahannya, seperti kebenaran lampiran, usaha maupun penggunaan pembiayaan, taksasi jaminan, keabsahan jaminan, dan lain-lain keambasahan.

c. Bagian administrasi pembiayaan

Bagian administrasi pembiayaan yaitu bagian yang menangani masalah administrasi saat terjadinya proses pembiayaan dan masalah keuangan setelah pemohon menjadi nasabah, dari mulai pencairan dananya sampai pelunasan ataupun pembayaran-pembayaran debitur.

d. Bagian pengawasan pembiayaan

Bagian pengawas pembiayaan bertugas untuk memantau pembiayaan antara lain membuat surat-surat peringatan kepada nasabah, penagihan-penagihan. Disamping itu juga mengadministrasikan jaminan ataupun mengurus file/dokumen nasabah.

#### **2.1.4 Kode Etik Pelaksana Pembiayaan**

Kode etik bank mengacu kepada profesionalisme bank serta nilai-nilai syariah. Maka, setiap pejabat pembiayaan wajib<sup>27</sup>:

- a. Patuh dan taat kepada ketentuan perundang-undangan dan peraturan pembiayaan yang berlaku, baik ekstern maupun intern.
- b. Melakukan pencatatan mengenai setiap kegiatan transaksi yang terjalin dengan kegiatan banknya.
- c. Menghindari diri dari persaingan yang tidak sehat.
- d. Tidak menyalahgunakan wewenang untuk kepentingan pribadi.
- e. Menghindarkan diri dari keterlibatan dalam pengambilan keputusan dalam hal yang bertentangan dengan kepentingan.
- f. Menjaga kerahasiaan nasabah banknya.
- g. Memperhitungkan dampak yang merugikan diri setiap kebijakan yang ditetapkan bank terhadap ekonomi, social, dan lingkungan..
- h. Tidak menerima hadiah atau imbalan apapun yang dapat memperkaya diri pribadi maupun keluarganya sehingga mempengaruhi pendapat profesionalnya dalam penilaian atau keputusan pembiayaan.

---

<sup>27</sup> Muhammad, Sistem Dan Prosedur..., Hal. 103.

- i. Tidak melakukan perbuatan tercela yang dapat merugikan citra profesinya.
- j. Mematuhi nilai-nilai syariah islam

## **2.2 Kebijakan Lembaga**

Sebagai lembaga perantara keuangan, bank islam, harus memerhatikan atau membuat kebijakan-kebijakan yang akan diikuti dalam operasionalnya. Kebijakan pembiayaan berperan sebagai panduan atau prosedur yang harus dipatuhi dalam pelaksanaan semua kegiatan pembiayaan. perlunya ditetapkan ketentuan kebijakan pembiayaan agar setiap lembaga keuangan memiliki dan menerapkan kebijakan pembiayaan yang baik, yaitu: (1) Mampu mengawasi portofolio pembiayaan secara keseluruhan dan menetapkan standar dalam proses pemberian pembiayaan secara individual. (2) Memiliki standar/ukuran yang mengandung pengawasan internal pada semua tahapan proses pembiayaan.<sup>28</sup>

Alloh telah mengajarkan kepada kita bahwa setiap perbuatan manusia memiliki pedoman yang harus dipatuhi dalam hidup agar manusia lebih terarah dan terhindar dari kerugian di dunia maupun di akhirat, yaitu dibuktikan dengan diturunkannya kitab suci Al Quran. Dari pelajaran tersebut, diwajibkan bagi setiap lembaga keuangan untuk menyusun dan menerapkan kebijakan pembiayaan yang minimal mengandung semua aspek yang tertuang dalam pedoman kebijakan pembiayaan agar lembaga keuangan berjalan sesuai rel yang telah ditetapkan dan terhindar dari kerugian. Ketika kebijakan tersebut sudah dibuat, maka sebuah lembaga harus memperbaharui dengan meneliti aspek-aspek mana saja yang belum ada sehingga dicantumkan dalam kebijakan tersebut.

---

<sup>28</sup> Veithzal Rivai H, Islamic Financial...,Hal. 199

Sebuah kebijakan pembiayaan dikatakan baik, minimal kebijakan tersebut mencakup: (a) prinsip kehati-hatian pembiayaan; (b) organisasi dan manajemen pembiayaan; (c) kebijakan persetujuan pembiayaan; (d) dokumentasi dan administrasi; (e) pengawasan pembiayaan; (f) penyelesaian pembiayaan bermasalah.

### **2.2.1 Prinsip Kehati-hatian Dalam Pembiayaan<sup>29</sup>**

- a. Kebijakan pokok pembiayaan, mencakup: (1) Prosedur pembiayaan yang sehat; (2) Pembiayaan yang mendapat perhatian khusus; (3) Perlakuan pembiayaan yang di plafondering; (4) Prosedur penyelesaian pembiayaan bermasalah, penghapusan, dan pelaporan pembiayaan macet; (5) Tata cara penyelesaian barang jaminan pembiayaan.
- b. Kebijakan dalam pemberian pembiayaan kepada pihak terkait/ customer besar. yaitu dalam bentuk pernyataan mengenai: (1) batasan jumlah maksimum pembiayaan yang akan diberikan; (2) tata cara penyelesaian pembiayaan; (3) persyaratan pembiayaan; dan (4) kebijakan pemenuhan ketentuan pembiayaan.
- c. Pencantuman sektor ekonomi, pasar, dan customer yang dinilai bank mengandung resiko yang tinggi.
- d. Pencantuman pembiayaan yang perlu dihindari adalah seperti: (1) Penyaluran dana yang bertentangan dengan syariah; (2) Penyaluran dan untuk tujuan spekulasi; (3) Penyaluran dana yang diberikan tanpa

---

<sup>29</sup> Veithzal Rivai H, Islamic Financial...,Hal. 200

- informasi keuangan yang cukup; (4) Penyaluran dana yang perlu keahlian khusus; (5) Penyaluran dana kepada nasabah bermasalah pada bank lain.<sup>30</sup>
- e. Penjabaran mengenai tata cara penilaian kualitas pembiayaan. penilaian kualitas pelayanan harus didasarkan pada suatu tata cara yang bertujuan untuk memastikan bahwa hasil penilaian kolektibilitas pembiayaan dilakukan dengan benar.

### **2.2.2 Organisasi dan Manajemen Pembiayaan**

Dalam kebijakan pembiayaan harus dicantumkan perangkat organisasi dan manajemen pembiayaan, serta harus dijabarkan wewenang dan tanggung jawab perangkat organisasi dan setiap pejabat yang terkait dalam pembiayaan. Selain pejabat yang bertanggung jawab dalam pembiayaan, komisaris dan direksi wajib memiliki<sup>31</sup>: Komite kebijakan pembiayaan dan Komite pembiayaan.

Sebuah komite pembiayaan lazimnya diketuai oleh pejabat yang ditunjukkan dengan anggota pembiayaan dan pimpinan satuan kerja yang terkait. Keanggotaan komite kebijakan pembiayaan dan wewenangnya ditetapkan secara tertulis. Fungsi komite kebijakan pembiayaan minimal: (a) Memberikan masukan kepada manajemen dalam penyusunan kebijakan pembiayaan; (b) Mengawasi pelaksanaan kebijakan pembiayaan; (c) Mengawasi portofolio pembiayaan, ketaatan terhadap peraturan, dan lain-lain. Tanggung jawab komite kebijakan pembiayaan meliputi: (a) Menyampaikan laporan berkala hasil pengawasan dan penerapan kebijakan pembiayaan kepada pimpinan; (b) Memberikan saran langkah perbaikan kepada pimpinan.

---

<sup>30</sup> Muhammad, Sistem Dan Prosedur..., Hal. 101

<sup>31</sup> Veithzal Rivai H, Islamic Financial..., Hal. 202



Sedangkan Keanggotaan komite pembiayaan ditetapkan oleh pimpinan sesuai dengan kebutuhan. Tugas komite pembiayaan minimal meliputi: (1) menyetujui/menolak permohonan pembiayaan sesuai dengan wewenangnya, (2) koordinasi dengan assets and liability communittee (ALCO) mengenai pendanaan. Tanggung jawab komite pembiayaan, meliputi: (1) melaksanakan tugasnya secara jujur, objektif, cermat, dan seksama; (2) menolak permohonan pembiayaan yang bersifat formalitas.

### **2.2.3 Kebijakan persetujuan pembiayaan**

Kebijakan pembiayaan harus memuat kebijakan persetujuan pembiayaan yang mencakup<sup>32</sup>:

a. Konsep humargin total permohonan pembiayaan

Persetujuan pemberian pembiayaan didasarkan atas penilaian seluruh pembiayaan dari pemohon pembiayaan yang telah diberikan dan atau akan diberikan.

b. Penetapan batas wewenangan pembiayaan

Penetapan batas wewenang pembiayaan harus dituangkan secara tertulis melalui keputusan direksi yang memuat jumlah pembiayaan dan pejabat pembiayaan yang ditunjuk.

c. Tanggung jawab pejabat pemutus pembiayaan

Tanggung jawab pejabat pemutus pembiayaan harus memastikan bahwa: (1) Setiap pembiayaan yang diberikan telah sesuai dengan ketentuan perbankan dan asas-asas pembiayaan yang sehat; (2) Pelaksanaan pemberian pembiayaan

---

<sup>32</sup> Veithzal Rivai H, Islamic Financial..., Hal. 203

telah sesuai dengan kebijakan pembiayaan dan pedoman kebijakan pembiayaan; (3) Pemberian pembiayaan telah didasarkan pada penilaian yang jujur, objektif, cermat, dan seksama serta independen; (4) Meyakinkan bahwa pembiayaan dapat dilunasi dan tidak akan bermasalah.

d. Proses persetujuan pembiayaan

Proses persetujuan pembiayaan minimal telah mencakup: (1) Permohonan pembiayaan secara tertulis dan lengkap; (2) Analisis pembiayaan yang lengkap dan objektif; (3) Rekomendasi persetujuan pembiayaan yang sesuai dengan analisis; (4) Pemberian persetujuan pembiayaan dengan memerhatikan analisis dan rekomendasi. Keputusan pembiayaan yang berbeda dengan rekomendasi harus dijelaskan secara tertulis.

e. Perjanjian pembiayaan

Perjanjian pembiayaan dibuat secara tertulis, bentuk, format ditetapkan dan minimal harus memerhatikan hal-hal sebagai berikut: (1) Memenuhi aspek legalitas yang dapat melindungi kepentingan perusahaan; (2) Memuat jumlah , jangka waktu, tata cara pembayaran kembali pembiayaan, serta persyaratan-persyaratan pembiayaan lainnya.

f. Persetujuan pencairan pembiayaan

Persetujuan pencairan pembiayaan hendaknya didasarkan pada prinsip: (1) Hanya menyetujui pencairan pembiayaan apabila seluruh syarat-syarat yang ditetapkan dalam persetujuan telah dipenuhi oleh pemohon pembiayaan; (2) Sebelum pencairan pembiayaan dilakukan, harus memastikan bahwa seluruh

aspek yuridis yang berkaitan dengan pembiayaan telah diselesaikan dan telah memberikan perlindungan yang memadai perusahaan.

#### 2.2.4 Dokumentasi dan Administrasi

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهْنَ مَقْبُوضَةً ۖ فَإِنْ أَتَىٰ بَعْضُكُم بَعْضًا  
فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمْنَتَهُ ۖ وَلِيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ ۗ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ ۗ وَمَنْ  
يَكْتُمْهَا فإِنَّهٗ ءَآثِمٌ قَلْبُهُ ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ﴿٢٨٣﴾

Artinya: “Jika kamu dalam perjalanan (dan bermu’amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). Akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. Dan barang siapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya, dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.”<sup>33</sup>

Dalam kebijakan pembiayaan harus secara jelas tercantum tentang tata cara dan prosedur dokumentasi pembiayaan, minimal memuat<sup>34</sup>:

- a. Dokumen pembiayaan, wajib melaksanakan dokumentasi pembiayaan yang baik dan tertib meliputi: (1) Jenis dokumentasi pembiayaan yang diperlukan; (2) Pengecekan keabsahan dokumen pembiayaan; (3) Penyimpanan dan penggunaan dokumentasi pembiayaan yang mengandung unsur pengawasan ganda.
- b. Administrasi pembiayaan, hendaknya mencakup: (1) Penatausahaan pembiayaan untuk setiap pembiayaan secara benar, lengkap, dan akurat

<sup>33</sup> QS. Al Baqarah Ayat 28, Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Semarang: PT Kumudasmoro Grafindo, 1994)

<sup>34</sup> Veithzal Rivai H, *Islamic Financial...*, Hal. 204

tanpa pengecualian; (2) Tata cara pengadministrasian pembiayaan yang mengandung unsur pengendalian internal.

### 2.2.5 Pengawasan pembiayaan

قَالُوا فَاتُّوا بِهِ عَلَىٰ أَعْيُنِ النَّاسِ لَعَلَّهُمْ يَشْهَدُونَ ﴿٦١﴾

Artinya: Mereka berkata: “(Kalau demikian) bawalah dia dengan cara yang dapat dilihat orang banyak, agar mereka menyaksikan.”<sup>35</sup>

يَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ

فَتُصِيبُوهَا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ﴿٦٢﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu.”<sup>36</sup>

Dalam kebijakan pembiayaan harus diatur dan dicantumkan aspek pengawasan pembiayaan, yang minimal hendaknya meliputi<sup>37</sup>:

- a. Prinsip pengawasan pembiayaan, yaitu (1) mengandung unsur pencegahan dini terhadap kerugian pembiayaan; (2) pengawasan rutin melekat pada setiap pelaksanaan pemberian pembiayaan; (3) audit internal terhadap semua aspek pembiayaan.
- b. Objek pengawasan pembiayaan: (1) Semua pejabat yang terkait dengan pembiayaan; (2) Semua jenis pembiayaan, termasuk pembiayaan kepada pihak-pihak yang terkait.

<sup>35</sup> QS Al Anbiya’ Ayat 61, Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Semarang: PT Kumudasmoro Grafindo, 1994)

<sup>36</sup> QS Al Hujurat Ayat 6, Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Semarang: PT Kumudasmoro Grafindo, 1994)

<sup>37</sup> Veithzal Rivai H, *Islamic Financial...*, Hal.205

- c. Cakupan fungsi pengawasan pembiayaan, mengawasi dan memonitor: (1) Pemberian pembiayaan telah dilaksanakan sesuai dengan kebijakan pembiayaan, prosedur pemberian pembiayaan, dan ketentuan internal bank yang berlaku, serta telah memenuhi ketentuan yang berlaku; (2) Perkembangan kegiatan customer secara off-site dan on-site dan memberikan peringatan dini mengenai penurunan kualitas pembiayaan-pembiayaan yang beresiko; (3) Penilaian kualitas pembiayaan telah sesuai dengan ketentuan; (4) Pembinaan kepada customer; (5) Secara khusus kebenaran pemberian pembiayaan dan customer-customer besar tertentu apakah telah sesuai dengan kebijakan pembiayaan yang berlaku tertentu apakah telah sesuai dengan kebijakan pembiayaan yang berlaku; (6) Pelaksanaan pengadministrasian dokumen pembiayaan; (7) Memantau kecukupan jumlah penyisihan penghapusan pembiayaan.<sup>38</sup>
- d. Struktur pengendalian internal pembiayaan, harus mempunyai struktur pengendalian internal yang memadai dalam pembiayaan untuk mencegah penyalahgunaan wewenang.

### **2.2.6 Analisis kelayakan pembiayaan**

Analisis pembiayaan merupakan langkah penting untuk realisasi pembiayaan. Proses yang dilakukan oleh pelaksana (pejabat) pembiayaan ini untuk: (a) Menilai kelayakan usaha calon peminjam; (2) Menekan risiko akibat

---

<sup>38</sup> Veithzal Rivai H, *Islamic Financial...*, Hal. 205

tidak terbayarnya pembiayaan; (3) Menghitung kebutuhan pembiayaan yang layak<sup>39</sup>

Dilakukannya analisis pembiayaan dengan harapan bahwa pembiayaan yang diberikan mencapai sasaran dan aman. Artinya pembiayaan tersebut harus diterima pengembaliannya secara tertib, teratur, dan tepat waktu, sesuai dengan perjanjian antara bank dan customer sebagai penerima dan pemakai pembiayaan. Selain itu, dengan tujuan terarah, artinya pembiayaan yang diberikan akan digunakan untuk tujuan seperti yang dimaksud dalam permohonan pembiayaan dan sesuai dengan peraturan dan kesepakatan ketika disyaratkan dalam akad pembiayaan.<sup>40</sup> Dari keterangan tersebut, bahwa tujuan utama dari analisis pembiayaan adalah memperoleh keyakinan apakah customer punya kemauan dan kemampuan memenuhi kewajibannya secara tertib, baik pembayaran pokok pinjaman maupun bagi hasil, sesuai dengan kesepakatan dengan bank.

a. Pendekatan analisis pembiayaan

yaitu memperhatikan; (1) Pendekatan jaminan, yaitu memperhatikan kualitas dan kuantitas jaminan yang dimiliki oleh nasabah; (2) Pendekatan karakter; (3) Pendekatan kemampuan pelunasan; (4) Pendekatan dengan studi kelayakan, yaitu memperhatikan kelayakan usaha yang dijalankan oleh nasabah peminjam; (5) Pendekatan fungsi-fungsi bank, yaitu memperhatikan fungsi bank sebagai perantara keuangan.<sup>41</sup>

---

<sup>39</sup> Binti Nur Asiyah, *Manajemen Pembiayaan...*, Hal. 79

<sup>40</sup> Veithzal Rivai H, *Islamic Financial...*, Hal 345

<sup>41</sup> Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*. (Yogyakarta: Unit Penerbit Dan Percetakan AMPYKPN, 2005), Hal. 304.

b. Prinsip analisis pembiayaan

Prinsip analisis pembiayaan di dasarkan pada prinsip 6C<sup>42</sup> yaitu:

1) *Character*

adalah keadaan watak/sifat dari customer, baik dalam kehidupan pribadi maupun dalam lingkungan usaha. Kegunaan dari penilaian terhadap kereker ini adalah untuk mengetahui sampai sejauh mana itikad/kemauan customer untuk memenuhi kewajibannya sesuai dengan perjanjian yang telah ditetapkan. Pemberian pembiayaan harus atas dasar kepercayaan, sedangkan yang mendasari suatu kepercayaan yaitu adanya keyakinan dari pihak bank, bahwa si peminjam mempunyai moral, watak, dan sifat-sifat pribadi yang positif dan kooperatif. Di samping itu, juga mempunyai tanggung jawab, baik dalam kehidupan pribadi sebagai manusia, kehidupannya sebagai anggota masyarakat, maupun dalam menjalankan kegiatan usahanya. Karakter merupakan faktor yang dominan, sebab walaupun calon nasabah tersebut cukup mampu untuk menyelesaikan utangnya, kalau tidak mempunyai itikad baik, tentu akan membawa berbagai kesulitan bagi bank di kemudian hari. Firman Alloh Subhanahuwata'ala:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ﴿٥٨﴾

Artinya: “*Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha Melihat.*”<sup>43</sup>

<sup>42</sup> Binti Nur Asiyah, Manajemen Pembiayaan..., Hal.80

<sup>43</sup> QS An Nisa' Ayat 58, Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Semarang: PT Kumudasmoro Grafindo, 1994)

وَأَمَّا تَخَافُ مِنْ قَوْمٍ خِيَانَةً فَأَنْذِرْ إِلَيْهِمْ عَلَىٰ سَوَاءٍ ۗ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْخَائِبِينَ ﴿٥٨﴾

Artinya: “Dan jika kamu khawatir akan (terjadinya) pengkhianatan dari suatu golongan, Maka kembalikanlah perjanjian itu kepada mereka dengan cara yang jujur. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berkhianat.”<sup>44</sup>

Dalam hadits Qudsi dari Abu Hurairah, Rasulullah SAW bersabda bahwa Alloh SWT berfirman, “Aku adalah pihak ketiga dari dua orang yang berserikat selama salah satu pihak tidak mengkhianati pihak yang lain. Jika salah satu pihak berkhianat, Aku keluar dari mereka.” (HR Abu Daud; dinyatakan shahih oleh hakim)<sup>45</sup>.

## 2) *Capacity*

Artinya kemampuan nasabah dalam menjalankan usahanya guna memperoleh laba yang diinginkan.

## 3) *Capital*

Artinya besarnya modal sendiri yang dimiliki oleh calon nasabah.

## 4) *Condition of economy*

Artinya keadaan meliputi kebijakan pemerintah, politik, atau segi budaya yang mempengaruhi ekonomi.

## 5) *Collateral*

Artinya jaminan yang dimiliki yang diberikan peminjam kepada bank.

## 6) *Constrain*

Artinya hambatan-hambatan yang mungkin mengganggu proses usaha.

<sup>44</sup> QS Al Anfal Ayat 58, Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Semarang: PT Kumudasmoro Grafindo, 1994)

<sup>45</sup> Veithzal Rivai H, *Islamic Financial...*, Hal 350



## 2.3 Keputusan nasabah

### 2.3.1 Pengertian keputusan

Keputusan menurut Philip Kotler merupakan sebuah proses pemecahan yang terdiri dari pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku purna pembelian yang dilalui oleh konsumen.<sup>46</sup> Keputusan merupakan sebuah elemen penting dari perilaku konsumen disamping kegiatan fisik yang melibatkan konsumen dalam menilai, mendapatkan dan menggunakan barang-barang serta jasa ekonomis. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.<sup>47</sup> Dari beberapa pengertian di atas, maka dapat diambil rangkuman bahwa keputusan merupakan perilaku konsumen dalam proses memecahkan masalah dalam memilih, menilai, dan menggunakan fasilitas yang akan dibelinya.

Namun, terdapat perbedaan antara perusahaan yang menyediakan produk barang dengan jasa. Ketika seseorang memutuskan untuk membeli suatu jasa guna memenuhi kebutuhannya yang belum terpenuhi, mereka umumnya melewati proses pembelian yang lebih rumit dari pada mereka membeli barang. Ciri-ciri jasa seperti ketidakberwujudan dan keragaman membuat pelanggan sulit menilai berbagai pilihan sebelum mereka membeli suatu jasa.<sup>48</sup>

---

<sup>46</sup> Philip Kotler, *Prinsiples Of Marketing (Dasar-Dasar Marketing)*, Terj. Wilhelmus W. Bakowatun, (Jakarta: Midas Surya Grafindo, 1987), Hal. 282

<sup>47</sup> Atin Yulaifah, *Pengaruh Budaya, Social, Pribadi, Dan Psikologi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah*, (Jakarta: skripsi tidak diterbitkan, 2011), hal. 24.

<sup>48</sup> Christopher Lovelock dan Lauren Wirtg, *Principles Of Service Marketing And Management (Manajemen Pemasaran Jasa)*, Terj. Agus Widjantoro, (Jakarta: PT Indeks, 2005), hal. 73

### 2.3.2 Tahap-tahap dalam proses keputusan pembeli

Berdasarkan pengkajian terhadap laporan banyak konsumen tentang proses membeli, “model tahap-tahap” dari proses membeli telah dikonseptualisasi oleh para peneliti perilaku konsumen. Model tahap-tahap itu paling serasi dengan pembuatan keputusan yang kompleks. Model tersebut dapat kita lihat dalam (Gambar 2.1) yang menunjukkan proses lima tahap yang dilalui konsumen: pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternatif, membuat keputusan membeli, dan perilaku setelah membeli. Model ini menekankan bahwa proses membeli dimulai jauh sebelum tindakan membeli itu dan mempunyai konsekuensi yang panjang setelah membeli.<sup>49</sup>

**Gambar 2.2**  
**Model Lima Tahap Proses Membeli**



Sumber: Kotler, 1991:257

#### a. Pengenalan masalah

Proses pembelian dimulai dengan pembeli mengenali suatu masalah atau kebutuhan. Ketika seseorang merasakan satu kebutuhan, mereka terdorong mengambil suatu tindakan untuk memenuhinya. Abraham Maslow mengidentifikasi bahwa ada lima kategori kebutuhan manusia, yaitu: psikologis, keamanan, cinta, harga diri, dan aktualisasi diri.<sup>50</sup>

<sup>49</sup> Philip Kotler, *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, And Control*, (Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, Dan Pengendalian), Terj. Jaka Wasana, (Jakarta: Erlangga, 1991), Hal. 258

<sup>50</sup> Christopher Lovelock Dan Lauren Wirtg, *Principles Of Service...*, hal. 73

b. Pencarian informasi

Seorang konsumen dalam melakukan pencarian informasi tergantung pada kekuatan atau dorongannya, jumlah informasi yang ia inginkan, mudah tidaknya memperoleh informasi tambahan, nilai yang ia tempatkan pada informasi tambahan itu dan kepuasan yang ia dapat dari pencarian informasi itu. Dalam mencari informasi haruslah terdapat sumber informasi. Sumber-sumber informasi konsumen tergolong ke dalam 4 kelompok: (1) Sumber pribadi (keluarga, teman, tetangga, kenalan); (2) Sumber komersial (periklanan, tenaga penjual, pedagang, kemasan dan pameran); (3) Sumber public (media masa, organisasi konsumen); (4) Sumber eksperimental (penanganan, pengujian, penggunaan produk).<sup>51</sup>

c. Evaluasi alternatif

Setelah mendapat informasi dari sumber-sumber di atas, maka masalah selanjutnya adalah bagaimana konsumen menggunakan informasi tersebut untuk tiba pada satu pilihan merk akhir dan bagaimana konsumen memilih diantara merk-merk alternatif. Ada beberapa proses evaluasi keputusan. *Pertama*, setiap konsumen memandang sebuah produk sebagai seuntai ciri-ciri produk; *kedua*, konsumen mungkin berbeda dalam memberikan bobot pentingnya pada ciri-ciri yang relevan; *ketiga*, konsumen mungkin mengembangkan satu himpunan kepercayaan merek mengenai di mana tiap merek itu berada pada tiap ciri; *keempat*, konsumen dianggap mempunyai fungsi *utilitas* (kemanfaatan) untuk setiap ciri; *kelima*, konsumen tiba pada sikap kearah alternatif merk melalui prosedur evaluasi tertentu.

---

<sup>51</sup> Philip Kotler, *Prinsiples Of Marketing...*, Hal. 285

d. Keputusan pembelian

Pada umumnya, keputusan pembelian (*purchase decision*) konsumen adalah membeli merek yang paling disukai, tetapi ada dua faktor yang muncul antara niat pembelian dan keputusan pembelian. Faktor pertama adalah sikap orang lain. Faktor kedua adalah faktor situasi yang tidak diharapkan. Konsumen mungkin membentuk niat pembelian berdasarkan faktor-faktor seperti pendapatan, harga, dan manfaat produk yang diharapkan. Namun, kejadian tak terduga bisa mengubah niat pembelian. Sebagai contoh ekonomi mungkin memburuk, atau seseorang pernah memberitahukan tentang ketidakpuasan terhadap barang atau jasa yang mungkin akan di beli.

e. Perilaku purna pembelian

Setelah membeli produk, konsumen akan mengalami tingkat kepuasan atau ketidak puasan. Konsumen juga akan terlibat dalam tindakan sesudah pembelian pada pemasar. Pada tahap inilah seorang konsumen akan menilai apakah ia akan melakukan pembelian produk atau jasa kembali atau tidak.

### **2.3.3 Jenis-jenis perilaku keputusan pembelian**

Pengambilan keputusan oleh konsumen beraneka ragam menurut jenis keputusan pembelian. Howard dan Sheth membedakan tiga jenis perilaku pembelian<sup>52</sup>:

a. Perilaku tanggapan rutin

Jenis perilaku pembelian yang paling sederhana dijumpai dalam pembelian barang murah, barang yang sering kali dibeli. Pembeli tidak banyak membuat

---

<sup>52</sup> Philip Kotler, *Prinsiples Of Marketing...*, hal. 281

keputusan. Mereka kenal betul dengan golongan produk, mengetahui merek utama, dan mempunyai kesukaan yang jelas di antara merek. Pada umumnya pembeli tidak memberikan banyak pikiran, usaha mencari atau waktu untuk membeli. Barang-barang dalam golongan ini sering dinamakan barang dengan keterlibatan rendah.

b. Pemecahan masalah yang terbatas

Pembelian akan lebih kompleks bilamana pembeli menentang merek yang tidak dikenal dalam suatu golongan produk yang dikenal baik. Dan apabila pembeli ingin membeli suatu produk dengan merek baru, maka mereka akan mengamati dan mempelajari lebih banyak mengenai merek baru tersebut. Hal ini dikatakan pemecahan masalah yang terbatas, karena pembeli memang sadar akan golongan produk tetapi tidak kenal betul dengan keseluruhan merek dan ciri produk tersebut.

c. Pemecahan masalah yang ekstensif

Pembelian akan mencapai kompleksitasnya yang paling besar bilamana pembeli menghadapi suatu golongan produk yang tidak dikenal dan tidak mengetahui tolok ukur apa yang harus digunakan.

#### **2.3.4 Pengertian perilaku konsumen**

Perilaku konsumen adalah suatu perilaku dari seorang konsumen yang ditunjukkan melalui pencarian, pembelian, penggunaan, pengevaluasian, dan penentuan produk atau jasa yang mereka harapkan dapat memuaskan kebutuhan mereka.<sup>53</sup> Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller mendefinisikan perilaku

---

<sup>53</sup> Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2004), hal.223

konsumen merupakan studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.<sup>54</sup>

Dari beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah suatu tindakan seseorang baik individu, kelompok atau organisasi yang secara langsung dapat mendorong tindakan tersebut dalam memperoleh, mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan penentuan produk atau jasa yang mereka harapkan dapat memuaskan kebutuhan mereka.

### 2.3.5 Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen

Perilaku pembelian seorang konsumen dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologi. Penjelasan dari masing-masing faktor dikemukakan dalam gambar berikut:

**Gambar 2.3**  
**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen**



Sumber: Philip Kotler Dan Garry Armstrong, 2006: 160

<sup>54</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran edisi ketiga belas jilid 1*, (Jakarta: Erlangga, 2009), hal. 166

a. Faktor budaya

Faktor budaya mempunyai pengaruh yang luas dan mendalam pada perilaku konsumen. Faktor budaya dibagi menjadi tiga unsur, yaitu kelas budaya, subbudaya dan kelas sosial. Budaya (*culture*) merupakan kumpulan nilai dasar, persepsi, keinginan, dan perilaku yang dipelajari oleh anggota masyarakat dari keluarga dan insitusi penting lainnya.<sup>55</sup> Budaya adalah determinan dasar keinginan dan perilaku seseorang.<sup>56</sup> Setiap kelompok atau masyarakat mempunyai budaya, dan pengaruh budaya pada perilaku pembelian bisa sangat bervariasi dari satu orang dengan orang yang lain.

Setiap budaya terdiri dari beberapa subbudaya (*subculture*) yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk anggota mereka. Subbudaya merupakan kelompok masyarakat yang berbagi sistem nilai berdasarkan pengalaman hidup dan situasi yang umum.<sup>57</sup> Subbudaya meliputi kebangsaan, agama, kelompok ras, dan wilayah geografis.<sup>58</sup>

Hampir seluruh kelompok manusia mengalami *stratifikasi sosial*, sering kali dalam bentuk kelas sosial. Kelas sosial (*social class*) adalah sebuah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, yang tersusun dalam sebuah urutan jenjang, dan para anggota dalam setiap jenjang itu memiliki nilai, minat, dan tingkah laku yang sama.<sup>59</sup> Kelas sosial memiliki beberapa ciri.

---

<sup>55</sup> Philip Kotler Dan Gary Armstrong, *Principles Of Marketing Twelfth Edition (Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi Ke12)*, Terj. Bob Sabran, (Jakarta: Erlangga, 2008), Hal. 159

<sup>56</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran...*, hal. 166

<sup>57</sup> Philip Kotler Dan Gary Armstrong, *Principles Of Marketing...*, hal. 159

<sup>58</sup> Philip Kotler, *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, And Control*, (Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, Dan Pengendalian), Terj. Jaka Wasana, (Jakarta: Erlangga, 1991), Hal. 232

<sup>59</sup> Philip Kotler, *Marketing Management...*, hal. 233

Pertama, orang yang berada dalam setiap kelas sosial cenderung lebih berperilaku serupa dari pada orang yang berasal dari dua kelas sosial yang berbeda. Kedua, seseorang dipandang mempunyai pekerjaan yang rendah atau tinggi sesuai dengan kelas sosialnya. Ketiga, kelas sosial seseorang dinyatakan dengan beberapa variabel, seperti jabatan, pendapatan, kekayaan, pendidikan, dan orientasi terhadap nilai, dari pada hanya berdasarkan sebuah variabel. Keempat, seseorang mampu berpindah dari satu kelas sosial ke kelas sosial lainnya dalam masa hidupnya.

b. Faktor sosial

Perilaku seorang konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial, seperti kelompok referensi, keluarga, serta peran sosial dan status. Kelompok referensi (reference group) adalah semua kelompok yang memberikan pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang. Kelompok yang mempunyai pengaruh langsung disebut kelompok keanggotaan. Beberapa dari kelompok ini merupakan kelompok primer (tidak resmi) seperti keluarga, teman, tetangga, dan rekan kerja. Dan kelompok sekunder (resmi) seperti agama, professional, dan kelompok persatuan perdagangan.<sup>60</sup>

Para anggota keluarga dapat memberikan pengaruh yang kuat terhadap perilaku pembelian. Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan anggota keluarga merepresentasikan kelompok referensi utama yang paling berpengaruh.<sup>61</sup> Ada dua macam keluarga dalam

---

<sup>60</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran...*, hal. 170

<sup>61</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran...*, hal. 171



kehidupan pembeli<sup>62</sup>: (1) Keluarga sebagai sumber orientasi, yang terdiri dari orang tua dan saudara kandung; (2) Keluarga sebagai sumber keturunan, yakni pasangan suami istri beserta anak-anaknya.

Posisi seseorang dalam masing-masing kelompok dapat didefinisikan dalam peran dan status. Masing-masing peran membawa status yang mencerminkan nilai umum yang diberikan kepadanya oleh masyarakat. Orang biasanya memilih produk sesuai dengan peran dan status mereka.

c. Faktor pribadi

Keputusan seseorang pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Faktor pribadi meliputi usia dan tahap siklus hidupnya, pekerjaan dan kondisi ekonomi, kepribadian dan konsep diri, serta gaya hidup dan nilai. Karena banyak dari karakteristik ini yang mempunyai dampak yang sangat langsung terhadap perilaku konsumen.

d. Faktor psikologis

Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor psikologis utama: (1) Motivasi (dorongan) adalah kebutuhan dengan tekanan kuat yang mengarahkan seseorang mencari kepuasan.<sup>63</sup> Adanya sebuah kebutuhan mendorong seseorang untuk berusaha memenuhi kebutuhan tersebut; (2) Persepsi adalah proses di mana orang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk gambaran dunia yang berarti.<sup>64</sup> Orang dapat memiliki persepsi yang berbeda dari objek yang sama karena adanya proses persepsi yaitu

---

<sup>62</sup> Philip Kotler, *Marketing Management...*, Hal. 236.

<sup>63</sup> Philip Kotler Dan Gary Armstrong, *Principles Of Marketing...*, Hal 172

<sup>64</sup> Philip Kotler Dan Gary Armstrong, *Principles Of Marketing...*, Hal 174

perhatian, gangguan, dan mengingat kembali yang selektif.<sup>65</sup>; (3) pembelajaran, ketika orang bertindak mereka belajar. pembelajaran menggambarkan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman; (4) Keyakinan dan sikap, keyakinan adalah pemikiran deskriptif yang dimiliki seseorang tentang sesuatu. Keyakinan bisa didasarkan pada pengetahuan nyata, pendapat, atau iman dan bisa membawa muatan emosi atau tidak. Sedangkan sikap menggambarkan evaluasi, perasaan, dan tendensi yang relatif konsisten dari seseorang terhadap sebuah objek atau ide. Sikap menempatkan orang ke dalam suatu kerangka pikiran untuk menyukai atau tidak menyukai sesuatu, untuk bergerak menuju atau meninggalkan sesuatu.<sup>66</sup>

## **2.4 Pembiayaan *Bai' Bitsaman Ajil***

### **2.4.1 Pengertian Pembiayaan**

Pengertian pembiayaan menurut undang-undang perbankan No. 10 Tahun 1998 adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.<sup>67</sup>

Pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara lembaga keuangan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam

---

<sup>65</sup> Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta: Kencana, 2003), hal. 15

<sup>66</sup> Philip Kotler Dan Gary Armstrong, *Principles Of Marketing...*, Hal.176

<sup>67</sup> Kamsir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002), hal. 73

untuk melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu, dengan imbalan atau bagi hasil.<sup>68</sup>

#### **2.4.2 Pengertian dan Dasar Hukum *Bai' Bitsaman Ajil***

*Bai' Bitsaman Ajil* menurut bahasa merupakan jual beli dengan penetapan harga yang akan dibayar kemudian.<sup>69</sup> Sedangkan menurut istilah adalah suatu jual beli untuk barang tertentu antara penjual dengan pembeli, dimana pemilik barang akan menyerahkan barang seketika, sedangkan pembayaran dilakukan dengan sistem cicilan dalam waktu yang disepakati bersama.<sup>70</sup> Pada piutang *Bai' Bitsaman Ajil* (BBA), BMT bertindak sebagai penjual sedangkan anggota/ calon anggota pembiayaan bertindak sebagai pembeli dan akad yang digunakan adalah akad jual beli (*Bai'*). Harga jual yang diberikan kepada anggota/ calon anggota pembiayaan adalah harga pokok ditambah keuntungan atau margin yang telah disepakati kedua belah pihak.

Ada beberapa pengertian tentang *Bai' Bitsaman Ajil* (BBA) yang berpendapat, tentang pengertian BBA antara lain:

- a. *Bai' Bitsaman Ajil* adalah Pembiayaan berupa talangan dana yang dibutuhkan nasabah untuk membeli suatu barang/jasa dengan kewajiban mengembalikan talangan dan tersebut ditambah margin keuntungan bank secara mencicil sampai lunas dalam jangka waktu tertentu sesuai dengan

---

<sup>68</sup> Veithzal Rivai dan Andria Permata Veithzal, *Islamic Financial Management: Teori, Konsep, dan Aplikasi Panduan Praktis Untuk Lembaga Keuangan, Nasabah, Praktisi, Dan Mahasiswa*, (Jakarta: Raja Garafindo Persada, 2008), hal. 4

<sup>69</sup> Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syari'ah*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2007), Hal 77

<sup>70</sup> Muahmmad, *Sitem dan Prosedur Operasional Bank Syari'ah*, (Yogyakarta : Uii Press, 2000), Hal 31

kesepakatan. Bank memperoleh margin keuntungan berupa selisih harga beli dari pemasok dengan harga jual bank kepada nasabah.<sup>71</sup>

- b. *Bai' Bitsaman Ajil* adalah Pembiayaan berdasarkan perjanjian jual beli atas barang halal tertentu, dimana pemilik barang (Bank) akan menyerahkan barang seketika kepada pembeli (nasabah) dengan kelebihan / untuk yang disepakati bersama. Apabila pembayaran kewajiban dilakukan secara mengansur, disebut Bai Bistaman Ajil.<sup>72</sup> Bai' Bitsaman Ajil salah satu bentuk murabahah atau jual beli dengan angsuran.<sup>73</sup>

Landasan Hukum Bai' Bitsaman Ajil terdapat dalam firman Allah sebagai berikut:

- a. QS An-Nisa ayat 29

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ  
تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”

<sup>71</sup> Wirnyaningsih, Sh., MH., et al, *Bank dan Asuransi Islam Indonesia*. (Jakarta. kecana prenada media ed1.cet.2. 2005), Hlm.109.

<sup>72</sup> Zainul Arifin, *Memahami Bank Syariah Lingkku, Peluang, Tantangan, Dan Prospek*, (Jakarta.Cet.3 Alvabet. 2000), Hlm. 53.

<sup>73</sup> M. Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah: Dari Teori ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), hal. 139

## b. QS Al-Baqarah ayat 275

.... وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَاَ ....

Artinya: "...Allah Telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba...."

## c. QS Al-Baqarah ayat 280

وَإِنْ كَانَتْ ذُو عُسْرَةٍ فَنَظِرَةٌ إِلَىٰ مَيْسَرَةٍ ۚ وَأَنْ تَصَدَّقُوا خَيْرٌ لَّكُمْ ۖ إِنْ كُنْتُمْ

تَعْلَمُونَ

Artinya: "Dan jika (orang yang berhutang itu) dalam kesukaran, Maka berilah tangguh sampai dia berkelapangan. dan menyedekahkan (sebagian atau semua utang) itu, lebih baik bagimu, jika kamu Mengetahui."

## 2.5 Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

Dapat dikatakan bahwa penelitian tentang BMT pada umumnya dan tentang keputusan memilih pembiayaan pada khususnya sudah banyak dilakukan sebelumnya. Upaya untuk melihat posisi penelitian dalam skripsi ini, menjadi penting untuk dideskripsikan penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini.

Menurut Lengkong<sup>74</sup>, dalam penelitiannya yang bertujuan (1) Untuk mengetahui pengaruh sikap *teller* dan penyediaan mesin ATM terhadap kepuasan nasabah pada bank-bank lokal di Surabaya; (2) Untuk mengetahui pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah bank-bank lokal di Surabaya.

<sup>74</sup> Samuel Arthur Lengkong, *Pengaruh Sikap Teller Dan ATM Terhadap Kepuasan Serta Loyalitas Nasabah Pada Bank-Bank Lokal Di Surabaya*, (Surabaya: Skripsi tidak diterbitkan, 2008)

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan data primer yaitu angket dengan skala likert. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa (1) sikap teller dan mesin ATM berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada bank-bank lokal di Surabaya. Sikap teller dan ATM hanya mampu menerangkan terbentuknya kepuasan nasabah sebesar 5,5%; (2) kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada bank-bank lokal di Surabaya” terbukti kebenarannya. Kepuasan nasabah hanya mampu menerangkan terbentuknya loyalitas pelanggan sebesar 17,3%.

Menurut Nafis<sup>75</sup>, dalam penelitiannya yang bertujuan; 1) untuk mengetahui pelayanan Islami karyawan di BMT Mitra Muamalat; 2) Untuk mengetahui pengaruh pelayanan Islami karyawan di BMT Mitra Muamalat terhadap minat nasabah menabung dengan akad Syari’ah. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan bantuan SPSS 18. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa; 1) Konsep yang ditemukan di BMT Mitra Muamalat Kudus berkaitan dengan pelayanan Islami karyawan terhadap nasabah/customer mengindikasikan bahwa setidaknya ada 6 hal penting yang menjadi perhatian tersendiri bagi nasabah. Enam indikator utama tersebut (jujur, amanah, tidak menipu, menepati janji, murah hati, dan tidak melupakan akhirat), mayoritas responden memberikan jawaban mengarah pada kualitas pelayanan Islami yang dilakukan di BMT Mitra Muamalat Kudus telah dijalankan dengan baik; 2) melalui uji t dikatakan bahwa variabel pelayanan Islami karyawan secara *parsial*

---

<sup>75</sup> M. ainun Nafis, *Pengaruh Pelayanan Islami Karyawan Terhadap Minat Nasabah Menabung Dengan Akad Syari’ah (Study Kasus BMT Mitra Muamalat Kota Kudus)*, (Semarang: Skripsi tidak diterbitkan, 2011)

mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel minat nasabah menabung dengan akad syaria'ah di BMT Mitra Muamalat Kudus.

Menurut Almaknunin<sup>76</sup>, dalam penelitiannya yang bertujuan, (1) untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi nasabah dalam memilih jasa pembiayaan Bai' Bitsaman Ajil di BMT Pahlawan (POKUSMA) Notorejo Tulungagung, (2) untuk menganalisis faktor yang paling dominan mempengaruhi nasabah dalam memilih jasa pembiayaan Ba' Bitsaman Ajil di BMT Pahlawan (POKUSMA) Notorejo Tulungagung. Metode yang digunakan adalah asosiatif dan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Hasil penelitian dari data yang diperoleh ada 10 faktor yang mempengaruhi perilaku nasabah dalam memilih jasa pembiayaan BBA diantaranya faktor budaya, faktor kelas sosial, faktor kepribadian, faktor persepsi, faktor pembelajaran, faktor sikap, dan faktor pemasaran. Setelah dilakukan analisis faktor dan komponen faktor maka hasil dari analisis tersebut adalah faktor 1 komponen variabelnya adalah faktor budaya dan kelompok acuan, kebutuhan, dan motivasi. Faktor 2 komponen variabelnya adalah faktor kelas sosial dan pembelajaran, faktor 3 komponen variabelnya adalah keluarga, kepribadian, pemasaran, persepsi dan sikap. Sedangkan faktor yang paling dominan adalah faktor 1 dan besarnya kemungkinan mempengaruhi nasabah memilih pembiayaan BBA sebesar 31,41%.

---

<sup>76</sup> Acik Uhya Almaknunin. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Nasabah Dalam Memilih Jasa Pembiayaan Bai' Bitsaman Ajil Di BMT Pahlawan (POKUSMA) Notorejo Gondang Tulungagung*. (Tulungagung : Skripsi Tidak Diterbitkan, 2013)

Menurut Daroini<sup>77</sup>, dalam penelitiannya yang bertujuan, (1) untuk menguji pengaruh nisbah bagi hasil terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan musyarakah, (2) untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan musyarakah, (3) untuk menguji nisbah bagi hasil dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan musyarakah. Metode yang digunakan adalah asosiatif dan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Teknik analisis data menggunakan program komputerisasi (SPSS). Berdasarkan analisis data, hasil penelitian ini yaitu: (1) hasil uji-t diketahui bahwa variabel nisbah bagi hasil dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan musyarakah. (2) Hasil uji F juga disimpulkan bahwa variabel nisbah bagi hasil dan kualitas pelayanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan musyarakah pada BMT Mentari Tulungagung. (3) Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi untuk nisbah bagi hasil dan kualitas pelayanan bernilai positif sehingga dapat dikatakan bahwa setiap penambahan nilai regresi nisbah bagi hasil dan kualitas pelayanan maka keputusan nasabah memilih pembiayaan musyarakah pada BMT Mentari juga akan bertambah. (4) Dari tabel koefisien determinasi menunjukkan bahwa 37,5 % variabel keputusan nasabah memilih pembiayaan musyarakah dapat dijelaskan oleh variabel nisbah bagi hasil dan kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya sebesar 62,5% dijelaskan oleh variabel lain.

---

<sup>77</sup> Mujib Daroini, Pengaruh Nisbah Bagi Hasil Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan Musyarakah Pada BTM Mentari Tulungagung, (Tulungagung, Skripsi Tidak Diterbitkan, 2014)



Menurut Efendi, dalam penelitiannya yang bertujuan (1) untuk mengetahui pengaruh secara simultan dalam faktor-faktor pengambilan keputusan nasabah pada bank Muamalat Malang, (2) untuk mengetahui pengaruh secara parsial dalam faktor-faktor pengambilan keputusan nasabah pada bank Muamalat Malang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Alat analisis yang digunakan dengan uji f (uji simultan) dan uji t (uji parsial). Dimana variabel faktor usia, tingkat pendidikan, tanggungan keluarga, pendapatan perbulan, pelayanan yang baik, dan faktor syariah akan diterima jika lebih besar dari 5%. Kemudian untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap pengambilan keputusan nasabah untuk menabung pada bank Muamalat cabang Malang digunakan analisis linier berganda. Berdasarkan alat analisis di atas diketahui ada empat faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah untuk menabung pada bank Muamalat cabang Malang yaitu faktor tingkat pendidikan, tanggungan keluarga, pelayanan yang baik dan faktor syariah.

Menurut Eviza<sup>78</sup>, dalam penelitiannya yang bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mitra dalam memilih menggunakan produk pembiayaan murabahah di BMT Berkah Madani. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Hasil dari pengolahan data dengan analisis faktor, dapat diketahui bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi mitra dalam memilih menggunakan produk pembiayaan murabahah di BMT Berkah Madani Cimanggis Depok adalah sebagai berikut: (1) faktor referensi, (2) faktor produk, (3) faktor pelayanan, (4) faktor syariah, dan (5) faktor kebutuhan.

---

<sup>78</sup> Citra Dwiratih Eviza, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mitra Dalam Memilih Menggunakan Produk Pembiayaan Murabahah Di BMT Berkah Madani Cimanggis Depok*, (Jakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2014)

Dari kelima faktor tersebut, terdapat satu faktor yang paling mempengaruhi keputusan mitra dalam memilih menggunakan produk pembiayaan murabahah di BMT Berkah Madani Cimanggis Depok, yaitu faktor referensi.

Penelitian ini memiliki perbedaan dan sedikit persamaan dari penelitian sebelumnya, hal tersebut dapat dilihat dalam tabel berikut:

**Tabel 2.1**

**Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu**

<b>Nama peneliti</b>	<b>Persamaan</b>	<b>Perbedaan</b>
Lengkong (2008)	Variabel X1 pada penelitian ini yaitu etika, yang memiliki makna serupa dengan variabel X1 pada penelitian milik Lengkong yaitu sikap.	Perbedaan yaitu pada Variabel X2 dan Variabel Y. Variabel X2 dan variabel Y pada penelitian ini adalah kebijakan lembaga dan keputusan nasabah memilih pembiayaan bai bitsaman ajil. Sedangkan pada penelitian Lengkong, variabel X2 dan Y adalah mesin ATM, kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah.
Nafis (2011)	Persamaan penelitian Nafis dengan penelitian ini yaitu terletak pada variabel X1. Variabel X1 pada penelitian Nafis adalah pelayanan islami karyawan yang di dalamnya memuat etika. Sedang dalam penelitian ini memberikan kejelasan bahwa variabel X1 yaitu etika pegawai.	Perbedaan yaitu pada variabel Y penelitian ini menggunakan keputusan nasabah memilih pembiayaan bai bitsaman ajil sedangkan pada penelitian Nafis yaitu menggunakan minat nasabah.
Almaknunin (2013)	Persamaan penelitian ini dengan penelitian Almaknunin yaitu perilaku nasabah tentang memilih jasa pembiayaan bai bitsaman ajil.	Penelitian ini lebih dijelaskan dan difokuskan melalui variabel X1 dan X2 yaitu etika pegawai dan kebijakan lembaga, yang merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih pembiayaan bai bitsaman ajil.
Daroini (2014)	Persamaan penelitian ini dengan penelitian Daroini yaitu terkait tentang keputusan nasabah.	Variabel bebas pada penelitian ini yaitu etika pegawai dan kebijakan lembaga sedangkan variabel bebas pada penelitian Daroini yaitu nisbah bagi hasil dan kualitas pelayanan. Penelitian ini lebih memfokuskan pada nasabah pembiayaan bai bitsaman ajil sedangkan Daroini lebih memfokuskan pada pembiayaan musyarakah.
Effendi (2009), Eviza (2014)	Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian Effendi dan	Perbedaan penelitian ini dengan dua penelitian tersebut yaitu penelitian

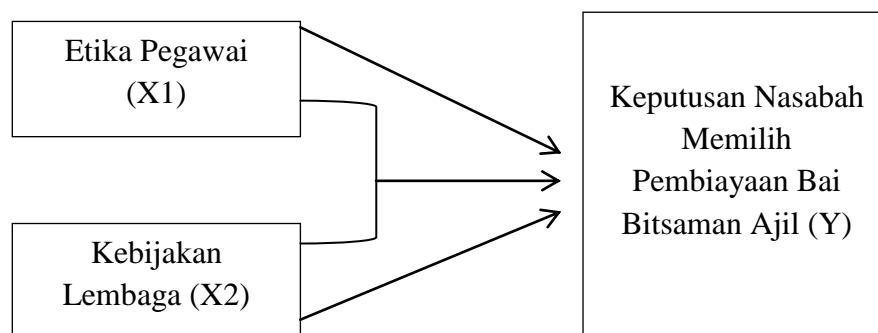
	Eviza yaitu sama-sama meneliti tentang keputusan nasabah.	ini lebih dijelaskan dan difokuskan melalui variabel X1 dan X2 yaitu etika pegawai dan kebijakan lembaga, yang merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih pembiayaan bai bitsaman ajil.
--	---	---

Sumber: dikembangkan untuk penelitian, 2015

Dari tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini berbeda dengan penelitian dahulu yang relevan. Sehingga dapat dikatakan bahwa penelitian ini merupakan penelitian pertama yang belum pernah diteliti oleh peneliti sebelumnya.

## 2.6 Kerangka Konseptual

**Gambar 2.4**  
**Rancangan Penelitian**



Sumber: dikembangkan untuk penelitian, 2015.

Variabel bebas (X) terdiri dari etika pegawai (X1) dan kebijakan lembaga (X2). Sedangkan variabel terikat (Y) adalah keputusan nasabah memilih pembiayaan Bai Bitsaman Ajil. Penelitian ini menggunakan teknik regresi berganda dimana teknik tersebut untuk menguji hipotesis yang menyatakan ada pengaruh secara parsial dan pengaruh secara simultan antara variabel bebas dan variabel terikat.

## 2.7 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan tujuan dan kajian terhadap penelitian dahulu yang relevan, maka Hipotesis yang akan diujikan kebenarannya secara empiris adalah:

1.  $H_0$  : Etika pegawai tidak berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan *bai bitsaman ajil*.

$H_1$  : Etika pegawai berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan *bai bitsaman ajil*.

2.  $H_0$  : Kebijakan lembaga tidak berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan *bai bitsaman ajil*.

$H_1$  : Kebijakan lembaga berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan *bai bitsaman ajil*.

3.  $H_0$  : Etika pegawai dan kebijakan lembaga tidak berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan *bai bitsaman ajil*.

$H_1$  : Etika pegawai dan kebijakan lembaga berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan *bai bitsaman ajil*.