

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Persepsi

1. Pengertian persepsi

Persepsi adalah suatu proses yang ditempuh individu untuk mengorganisasikan dan menafsirkan kesan- kesan indera mereka agar memberikan makna bagi lingkungan mereka. Persepsi itu agar memberikan makna bagi lingkungan mereka. Persepsi itu penting dalam studi perilaku organisasi karena perilaku orang yang didasarkan pada persepsi mereka mengenai apa itu realitas dan bukan mengenai realitas itu sendiri.¹⁰

Individu itu memprekdisikan suatu benda yang sama berbeda-beda, hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor. Pertama, faktor yang ada pada pelaku persepsi (*perceiver*) yang termasuk faktor pertama adalah sikap, keutuhan atau motif, kepentingan atau minat pengalaman dan pengharapan individu. Kedua faktor yang ada pada objek atau target yang dipersepsikan yang meliputi hal-hal baru, gerakan, bunyi, ukuran latar belakang dan kedekatan. Ketiga, faktor konteks situasi di mana persepsi itu dilakukan yang meliputi waktu, keadaan / tempat kerja, dan keadaan sosial.¹¹

Persepsi pada hakikatnya adalah proses kognitif yang dialami oleh setiap orang di dalam memahami informasi tentang lingkungan nya

¹⁰Veithzal Rivai, *Kepemimpinan Dan Perilaku Organisasi*, (jakarta, PT Raja Grafindo Persada, 2002) hlm 231

¹¹*Ibid* hlm 232

baik lewat penglihatan, pendengaran, penghayatan, perasaan, dan penciuman. Kunci untuk memahami persepsi adalah terletak pada pengenalan bahwa persepsi itu merupakan suatu penafsiran yang unik terhadap situasi, dan bukannya suatu pencatatan yang benar terhadap situasi.

Pada hakikatnya persepsi juga dikatakan hampir sama dengan pengindraan dibawah ini perbedaan antara persepsi dan pengindraan menurut Luthans selanjutnya dikatakan contoh- contohnya sebagai berikut.¹²

- a. Dagangan rambut wig (rambut palsu) dinilai oleh penjual mempunyai nilai kualitas yang tinggi, tetapi pembeli mengatakan mempunyai kualitas yang rendah.
- b. Pekerja yang sama mungkin dilihat oleh satu pengawas sebagai pekerja yang baik, dan oleh pengawas yang lain dikatakan yang terjelek.
- c. Seorang bawahan menjawab suatu pertanyaan berdasarkan atas apa yang ia dengar dari atasannya, bukannya apa yang senyatanya dikatakan atasannya.

Contoh- contoh ini merupakan sebagian dari ribuan kejadian setiap harinya yang menunjukkan persepsi memainkan peranan yang pelik dalam kehidupan organisasi.

¹²Miftah toha, *Perilaku Organisasi Konsep Dasar Dan Aplikasinya*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 1983) Hlm 144

Adapun pengindraan itu, cara kebiasaan yang bisa dipergunakan untuk mengenalnya antara lain dengan dua aspek berikut ini.

- a. Aspek penginderaan yang mempunyai kesamaan anatar satu orang dengan lainnya disebut kenyataan. Kejadian terburuknya mobil dengan truk di jalan raya disaksikan banyak orang sebagai kenyataan, walaupun kemungkinan mereka tidak setuju satu sama lain mengenai sebab- sebab terjadinya kecelakaan.
 - b. Penginderaan tersusun dalam cara unik bagi kita. Aspek proses persepsi ini tergantung pada mekanisme biologis, pengalaman masa lalu, dan perkiraan masa sekarang. Kesemuanya ini berasal dari kebetulan-kebetulan kita sendiri, pengalaman, nilai-nilai, dan perasan-perasaan.
2. Subproses Persepsi

Ada bebrapa subproses dalam persepsi ini, dan yang dapat dipergubakan sebagai bukti bahwa sifat persepsi itu merupakan hal yang komplek dan interaktif.

Subproses pertama yang dianggap penting ialah stimulous, atau situasi yang hadir. Mula terjadinya persepsi diawali ketika seseorang dihadapkan dengan suatu situasi atau stimulasi. Situasu yang dihadapi itu mungkin bisa beruppa stimulasi penginderaan dekat dan langsung atau beruppa bentuk lingkungan sosiokultur dan fisik yang menyeluruh.

Subproses selanjutnya adalah registrasi, interpretasi dan umpan balik(*feedback*). Dalam masa registrasi suatu gejala yang nampak ialah

mekanismen fisik yang berupa penginderaan dan syaraf seseorang mempengaruhi persepsi. Dalam hal ini seseorang subproses berikut yang bekerja ialah interpretasi.

Interpretasi merupakan suatu aspek kognitif dari persepsi yang amat penting. Proses interpretasi ini tergantung pada cara pendalaman (*learning*), motivasi, dan kepribadian seseorang. Pendalaman, motivasi dan kepribadian seseorang akan berbeda dengan orang lain. Oleh karena itu, interpretasi terhadap suatu informasi yang sama, akan berbeda antara satu orang dengan orang lain. Oleh karena itu, interpretasi terhadap suatu informasi yang sama, akan berbeda antara satu dengan orang lain. Disinilah letak sumber perbedaan pertama dari persepsi, dan itulah sebabnya mengapa interpretasi merupakan subproses yang penting.

Subproses terakhir adalah umpan balik (*feedback*). Subproses ini dapat mempengaruhi persepsi seseorang. Sebagai contoh, seseorang karyawan yang melaporkan hasil kerjanya kepada atasan-atasannya, kemudian mendapat umpan balik dengan melihat raut muka atasannya.

3. Faktor- faktor yang mempengaruhi pengembangan persepsi seseorang antara lain:

a. Psikologi

Persepsi seseorang mengenai segala sesuatu yang terjadi di alam dunia ini sangat sangat dipengaruhi oleh keadaan psikologi.

Contoh: terbenamnya matahari diwaktu senja yang indah bagi

seseorang akan dirasakan sebagai bayang-bayang kelabu bagi orang yang buta warna.

Psikologi juga dapat diartikan sebagai ilmu yang mempelajari sifat-sifat kejiwaan manusia dengan cara mengkaji sisi perilaku dan kepribadiannya, dengan pandangan bahwa setiap perilaku manusia berkaitan dengan latar belakang kejiwaannya.¹³

Sesungguhnya tiap-tiap orang perlu sekali mengetahui dasar Ilmu jiwa umum, dalam pergaulan hidup sehari-hari, Ilmu jiwa perlu sebagai dasar pengetahuan untuk dapat memahami jiwa orang lain. Kita dapat mengingat kembali sesuatu yang pernah kita amati.

b. Famili

Pengaruh yang besar terhadap anak-anak adalah familinya, orang tua yang telah mengembangkan sesuatu cara yang khusus di dalam memahami dan melihat kenyataan di dunia ini, banyak sikap dan persepsi dan persepsi- persepsi mereka yang diturunkan kepada anak-anaknya. Sebagai contoh, kalau orang tuanya Muhammadiyah maka anaknya Muhammadiyah juga.

c. kebudayaan.

Kebudayaan dan lingkungan masyarakat tertentu juga merupakan salah satu faktor yang kuat di dalam mempengaruhi sikap dan cara seseorang memandang dan memahami keadaan di dunia ini. Contoh: orang-orang Amerika non muslim dapat memakan daging

¹³Sudarsono Ardhana. 1963. *Pokok-Pokok Ilmu Jiwa Umum*. Hlm 3

babi dengan bebas dan sangat merasakan kelezatannya, sedangkan orang-orang Indonesia yang muslim tidak akan memakan daging babi tersebut.

d. Motivasi

Teori mendasar Maslow adalah bahwa keptusan itu tersusun dalam suatu hirarki kebutuhan. Tingkat kebutuhan yang paling rendah yang harus dipenuhi adalah kebutuhan fisiologis dan tingkat kebutuhan tertinggi adalah kebutuhan realisasi diri.¹⁴ Kebutuhan-kebutuhan ini akan diartikan sebagai berikut:

Abraham Maslow menghipotesiskan bahwa di dalam diri semua manusia ada lima jenjang kebutuhan berikut:

- a) Faali (fisiologis): antara lain rasa lapar, haus, perlindungan (perumahan dan pakaian) serta kebutuhan ragawi lainnya.
- b) Keamanan: antara lain keselamatan dan perlindungan terhadap kerugian fisik dan emosional.
- c) Rasa Memiliki, sosial: mencakup kasih sayang, rasa dimiliki, diterima baik, dan persahabatan.
- d) Penghargaan: mencakup faktor rasa hormat internal seperti harga diri, otonomi dan prestasi, dan faktor hormat eksternal seperti misalnya status, pengakuan, dan perhatian.

¹⁴M. Arifin, *KepemimpinandanMotivasiKerja*, (Yogyakarta: Teras, 2010), hlm. 34.

- e) Aktualisasi-diri: dorongan untuk menjadi apa yang ia mampu menjadi, mencakup pertumbuhan, mencapai potensialnya, dan pemenuhan diri.

Begitu tiap kebutuhan ini telah cukup banyak dipenuhi, kebutuhan berikutnya menjadi dominan. Dari titik pandang motivasi, teori itu mengatakan bahwa meskipun tidak ada kebutuhan yang pernah dipenuhi secara lengkap, suatu kebutuhan yang dipenuhi secara cukup banyak (substansial) tidak lagi memotivasi. Jadi jika ingin memotivasi seseorang, menurut Maslow, kita perlu memahami sedang berada pada anak tangga manakah orang itu dan memfokuskan pada pemenuhan kebutuhan-kebutuhan itu atau kebutuhan di atas tingkat itu.¹⁵

4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Proses Seleksi Persepsi yang berpengaruh yaitu 2 faktor:¹⁶

- a. Motivasi dan persepsi

Motivasi mempengaruhi terjadinya persepsi. Sebagai contoh: membicarakan masalah pangan pada masyarakat yang kelaparan akan lebih menarik dan merangsang perhatian.

- b. Kepribadian dan persepsi

Kepribadian, nilai-nilai, dan juga termasuk usia akan mempengaruhi persepsi seseorang. Contoh: pada usia-usia tua lebih

¹⁵Stephen P. Robin, *Perilaku Organisasi*, (Jakarta: PT Indeks, 2003), hlm. 167.

¹⁶Veithzal Rivai, *Kepemimpinan Dan Perilaku Organisasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), Hlm. 362

senang dengan musik-musik klasik, sedang pada usia muda lebih senang dengan jenis musik yang lain.

5. Persepsi Sosial

Menurut buku dari ilmu komunikasi Deddy Mulyana menjelaskan bahwa Persepsi sosial adalah proses menangkap arti objek – objek sosial dan kejadian – kejadian yang kita alami dalam lingkungan kita. Manusia bersifat emosional, sehingga penilaian terhadap mereka mengandung resiko. Persepsi saya terhadap anda mempengaruhi persepsi anda terhadap saya dan pada gilirannya persepsi anda terhadap saya juga mempengaruhi persepsi saya terhadap anda.

Sarwono Sarlito Wirawan persepsi sosial diartikan dengan pengertian psikologi yaitu proses pencairan informasi untuk dipahami. Alat untuk memperoleh informasi tersebut adalah penginderaan (penglihatan, pendengaran, perabaan, dan sebagainya). Sebaliknya, alat untuk memahaminya adalah keasadaran atau kognisi. Dalam hal persepsi mengenai orang itu atau orang – orang lain dan untuk memahami orang dan orang – orang lain, persepsi itu dinamakan persepsi sosial dan kognisinya pun dinamakan kognisi sosial.¹⁷

Dalam persepsi sosial ada dua hal yang ingin diketahui yaitu keadaan dan perasaan orang saat ini, ditempat ini melalui komunikasi non lisan (kontak mata, busana, gerak tubuh, dan sebagainya. Atau lisan dan kondisi yang lebih permanen yang ada dibalik segala yang

¹⁷Sarwono, sarlito wirawan, *Psikologi Sosial, Individu Dan Teori – Teori Psikologi Sosial*(jakarta, Balai pustaka, 2002), Hlm 94- 96

tampak saat ini (niat, sifat, motivasi, dan sebagainya) yang diperkirakan menjadi penyebab dari kondisi saat ini. Hal yang terakhir ini bersumber pada kecenderungan manusia untuk selalu berupaya guna mengetahui apa yang ada dibalik gejala yang ditangkapnya dengan indra. Dalam hal persepsi sosial, penjasalam yang ada dibalik perilaku itu dinamakan atribusi.

Persepsi dan atribusi ini sifatnya memang sangat subjektif, yaitu tergantung selalu pada subjek yang melaksanakan persepsi dan atribusi itu. Perilaku membunuh misalnya, dapat dianggap kelakuan penjahat yang sadis, bela diri atau kepahlawanan. Sapaan seorang pria kepada rekan wanjtanya dengan menyentuh punggungnya, misalnya, dapat dianggap pelecehan seksual oleh wanita, walaupun \pria yang bersangkutan hanya menganggapnya sebagai keramah tamahan biasa.

6. Jenis – jenis persepsi manusia

Persepsi manusia terbagi menjadi dua yakni persepsi objek (lingkungan fisik) dan persepsi terhadap manusia. Persepsi manusia sulit dan kompleks karena manusia bersifat dinamis. Persepsi terhadap lingkungan fisik berbeda dengan persepsi terhadap lingkungan sosial. Perbedaan tersebut mencakup hal – hal sebagai berikut¹⁸:

a) Perbedaan persepsi terhadap objek dengan persepsi sosial

- 1) Persepsi terhadap objek melalui lambang- lambang fisik sedangkan persepsi terhadap orang melalui lambang- lambang

¹⁸Dedy mulyana,*Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung,: PT Remaja Rosdakarya,2008)hlm 171-172

verbal dan non verbal. Manusia lebih aktif daripada kebanyakan objek dan lebih sulit diramalkan.

- 2) Persepsi terhadap objek menanggapi sifat- sifat luar sedangkan persepsi terhadap manusia menanggapi sifat-sifat luar dan dalam. (perasaan motif harapan dan sebagainya). Kebanyakan objek tidak mempersepsikan kita ketika kita mempersepsi objek. Akan tetapi manusia mempersepsi kita pada saat kita mempersepsi mereka. Dengan kata lain persepsi terhadap manusia lebih interaktif.
- 3) Objek tidak bereaksi, sedangkan manusia bereaksi. Dengan kata lain objek bersifat statis sedangkan manusia bersifat dinamis. Oleh karena itu persepsi terhadap manusia dapat berubah waktu ke waktu, lebih cepat daripada persepsi terhadap objek. dan oleh karena itu juga persepsi terhadap manusia lebih beresiko daripada terhadap objek.

b) Persepsi terhadap objek (lingkungan fisik)

Dalam menilai suatu benda saja, kita tidak selalu sepakat. Ketika melihat bulan misalnya, orang amerika utara melaporkan melihat seorang pria di bulan, orang indian amerika sering melaporkan sering melihat seekor kelinci, orang cina melaporkan melihat seorang wanita yang meninggalkannya suaminya, dan orang samoa melaporkan melihat seorang wanita yang sedang

menangis. Orang sunda di negeri kita melaporkan melihat seorang nenek yang mereka sebut *Nini Anteh*.

Dalam mempersepsi lingkungan fisik, kita terkadang melakukan kekeliruan. Kondisi mempengaruhi kita terhadap suatu benda. Misalnya ketika merasa kepanasan di tangan gurun. Kita tidak jarang akan melihat fatamorgana, mungkin pendapat kita akan berbeda dengan orang lain karena kita memiliki persepsi yang berbeda. Latar belakang pengalaman, budaya dan suasana psikologis yang berbeda membuat persepsi kita juga berbeda atas suatu objek.

c) Persepsi terhadap manusia (persepsi sosial)

Proses menangkap arti objek – objek sosial dan kejadian yang kita alami dalam lingkungan kita “ manusia selalu memikirkan lain dan apa yang orang lain pikirkan tentang dirinya, dan apa yang dipikirkan mengenai apa yang ia pikirkan mengenai orang lain itu dan seterusnya.”(R.D Laing).

d) Jalan pintas dalam menilai orang lain

Persepsi selektif yaitu individu melakukan persepsi secara selektif terhadap apa yang disaksikan berdasarkan kepentingan latar belakang, pengalaman, dan sikap. Hal ini terjadi karena individu tidak dapat mengasimilasikan semua yang diamati, hal ini karena:

- 1) Efek halo yaitu individu menarik suatu kesan umum mengenai seseorang individu berdasarkan suatu karakteristik tinggi seperti kecerdasan, dapatnya bergaul atau penampilannya.

- 2) Efek kontras individu melakukan evaluasi atau karakteristik seseorang yang dipengaruhi oleh perbandingan dengan orang lain yang baru saja dijumpai yang berperingkat lebih tinggi atau lebih rendah dengan karakteristik yang sama.
- 3) Proyeksi yaitu individu menghubungkan karakteristiknya sendiri dengan orang lain.

Persepsi jalan pintas tersebut sering kali terjadi kesalahan (ketidak tepatan) dalam menilai orang lain. Penerapan penilaian jalan pintas sering terjadi pada wawancara karyawan, pengharapan (*iexpectation*) kinerja, evaluasi kinerja, upaya karyawan dan kesetiaan karyawan.

B. Usaha Kecil Dan Kewirausahaan

1. Definisi usaha kecil

Usaha kecil ialah kegiatan usaha yang mempunyai modal wala yang kecil, atau nilai kekayaan (asset) yang kecil dan jumlah pekerja yang juga kecil. Nilai modal awal, aset atau jumlah pekerja itu bergantung kepada definisi yang diberikan oleh pemerintah atau institusi lain dengan tujuan – tujuan tertentu. Misalnya indonesia mendefinisikan usaha kecil sebagai perusahaan yang mempunyai pekerja kurang dari 20 orang atau nilai aset yang kurang dari Rp 200 juta. Usaha yang terlalu kecil dengan jumlah pekerja yang kurang dari 5 orang dikatakan sebagai usaha kecil level mikro¹⁹.

¹⁹Sadono sukirno, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta, kencana, 2006) Hlm 363

Untuk Malaysia, pemerintah mereka mendefinisikan perusahaan kecil sebagai perusahaan yang mempunyai modal awal kurang dari RM 500.000 dan juga mempunyai jumlah pekerja kurang dari 20 orang. Definisi yang dibuat oleh pemerintah kita dan juga Malaysia bertujuan untuk menyalurkan bantuan – bantuan seperti pinjaman melalui program bantuan yang dibuat misalnya program kredit- mikro, program tabungan usaha kecil dan sebagainya.

2. Pengertian pedagang kecil

Pedagang Pedagang Kecil (PKL) adalah setiap orang yang melakukan kegiatan usaha dengan maksud memperoleh penghasilan yang sah, dilakukan secara tidak tetap, dengan kemampuan terbatas, berlokasi di tempat atau pusat-pusat konsumen, dan pada umumnya tidak memiliki ijin usaha.²⁰

Pedagang menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia dibagi atas dua yaitu: pedagang besar dan pedagang kecil. Pedagang kecil adalah pedagang yang menjual barang dagangan dengan modal yang kecil.

3. Usaha kecil, perdagangan, industri dan jasa

Usaha kecil mungkin beroperasi dalam bentuk perdagangan (*trading*) ataupun industri pengolahan (*manufacturing*). Usaha berbentuk perdagangan luas ruang lingkupnya, yaitu mencakup bidang jasa (*service*) yang intangible sampai dengan menjual barang yang tangible.

²⁰http://duniainformatika_indonesia.blogspot.co.id/2013/03/definisi-pedagang-pedagang-kecil.html diakses hari jum'at tanggal 26/02/2016 jam 06. 12

Usaha kecil berbentuk perdagangan meliputi toko-toko kelontong, pengedar dan penggrosir yang mempunyai toko – toko (*store*) di bangun yang disewa atau dimiliki sendiri. Mereka membeli barang dari grosir untuk dijual kepada pengecer atau konsumen dengan nilai yang tidak begitu tinggi. Pemilik – pemilik pabrik kecil adalah produsen yang beroperasi di bangun kecil dengan nilai produksi yang dibangun besar²¹. Seringkali mereka ini beroperasi di halaman belakang saja atau sebelah rumah. Di Malaysia banyak pabrik – pabrik kecil adalah produsen yang beroperasi di bangun kecil yang bergerak dalam industri pemrosesan makanan (seperti pabrik saos cabe, tomat dan sebagainya). Perusahaan *besta* adalah satu contoh lembaga yang diberikan oleh pemerintah Malaysia untuk membantu pemilik – pemilik pabrik makanan kecil pribumi dari *skim* yang dikenal sebagai *skim* yang dikenal sebagai *skim payung* dengan maksud melindungi produsen dalam mencari pasar baru. Di Indonesia, pemilik pabrik seperti ini amat banyak dan disetiap daerah seluruh pelosok tanah air. Keuletan rakyat yang begitu gigih dalam menghasilkan barang, jika dapat dibina dengan baik oleh pemerintah di bawah *skim payung* seperti di Malaysia, rasanya dalam waktu cepat Indonesia dapat menjadi suatu kekuatan dagang yang besar seperti Jepang dan Korea. Pandangan ini didasarkan kepada pengamatan bahwa Indonesia mempunyai keuletan dan keahlian yang tinggi. Cuma perlu dibantu strategi pemasarannya.

²¹Ibid hlm 364

4. Pengusaha kecil atau mikro dan industri genteng

a) Problematika usaha kecil²²

Usaha kecil merupakan usaha dengan aset tidak lebih dari dua ratus juta rupiah di luar tanah dan bangunan. Batasan yang teramat jauh dari nol sampai 200 juta membuat jurang pemisah yang tinggi dalam satu komunitas. Batasan ini perlu dipertegas, supaya sasaran pemberdayaan usaha kecil tidak hanya dimonopoli oleh kelompok usaha kecil yang besar. Keberanian untuk hanya mendefinisikan ulang akan kondisi ini akan melahirkan komitmen yang jelas dan tegas.

Pada kelompok pengusaha kecil harus dibagi lagi menjadi tiga kategori mikro/kecil dengan aset usaha tidak lebih dari 50 juta, kelompok besar dengan aset 100 juta 200 juta. Masing- masing kelompok memiliki sifat yang berlainan. Problem terbesar dalam pengembangan usaha kecil terletak pada kelompok mikro.

Industri genteng adalah Menurut UU No. 5 Tahun 1984 tentang Perindustrian industri adalah kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi, dan/atau barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi untuk penggunaannya, termasuk kegiatan rancang bangun dan

²²Muhammad ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)*, (Yogyakarta: UII Press, 2004) hlm 24.

perekayasaan industri. Sedangkan industri genteng yaitu mengolah bahan mentah tanah liat untuk dicetak menjadi kerajinan genteng.²³

5. Faktor lingkungan bisnis

Faktor lingkungan bisnis dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor internal dan eksternal yang mana faktor internal itu adalah Pengaruh lingkungan bisnis terhadap perusahaan sangat besar pengaruhnya. Karena lingkungan bisnis sangat berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan, seperti lingkungan internal yang sangat mempengaruhi pengaruh didalam perusahaan seperti masalah tenaga kerja, sdm dan lain – lain, dan sebaliknya untuk lingkungan diluar perusahaan. Faktor-faktor yang mempengaruhi tersebut terdapat dalam perusahaan (interen), namun juga dari luar (eksteren).²⁴

- a. Lingkungan Internal yaitu segala sesuatu di dalam organisasi atau perusahaan yang akan mempengaruhi organisasi atau perusahaan tersebut. Lingkungan Internal dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu tenaga kerja, modal, material atau bahan baku, Peralatan atau perlengkapan produksi. Lingkungan internal ini biasanya digunakan untuk menentukan kekuatan perusahaan, dan juga mengetahui kelemahan perusahaan.
- b. Lingkungan Eksternal yaitu segala sesuatu di luar batas-batas organisasi atau perusahaan yang mungkin mempengaruhi organisasi atau perusahaan, terdiri dari kekuatan-kekuatan yang bersifat

²³UU No. 5 Tahun 1984 tentang Perindustrian industri

²⁴Kamaluddin, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Malang: Dioma, 2004), hlm. 41.

kemasyarakatan yang lebih besar dan mempengaruhi semua pelaku dalam lingkungan internal perusahaan yaitu: Faktor Pendudukan, Faktor Ekonomi, Lingkungan Fisik, Lingkungan Teknologi, Lingkungan Sosial/Budaya.

6. Modal

Modal adalah sesuatu yang diperlukan untuk membiayai operasi perusahaan mulai dari berdiri sampai beroperasi. Modal terdiri dari uang dan tenaga (keahlian).²⁵ Modal dapat juga diartikan sebagai sumber dana jangka panjang yang ada dalam perusahaan. Sumber modal perusahaan terdiri dari modal sendiri dan utang jangka panjang²⁶ atau bisa dikatakan kredit. Perkataan kredit berasal dari bahasa Latin “*credo*”, yang berarti “saya percaya”, yang merupakan kombinasi dari bahasa sansekerta “*cred*” (yang artinya “kepercayaan” dan bahasa latin “*do*” (yang artinya “saya tempatkan”). Atas dasar kepercayaan kepada seseorang yang memerlukannya maka diberikan uang barang atau jasa dengan syarat membayar kembali atau memberikan penggantiannya dalam jangka waktu yang telah diperjanjikan.²⁷ Besarnya kebutuhan dana untuk pembangunan proyek investasi ini sudah dihitung dalam studi kelayakan kebutuhan dana untuk pembangunan proyek, yang meliputi:

²⁵Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT Grafindo Persada, 2006), hlm. 91

²⁶Henry Faizal Noor, *INVESTASI: Pengelolaan Keuangan Bisnis Dan Pengembangan Ekonomi Masyarakat*, (Jakarta Barat: PT Malta Printindo, 2009), hlm. 134

²⁷Prathama Rahardja, *Uang Dan Perbankan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1997), hlm. 104

a. Kebutuhan dana untuk modal tetap

Kebutuhan dana untuk modal tetap adalah jumlah dari kebutuhan dana untuk pengadaan barang modal atau harta tetap (*fixed assets*) bisnis yang meliputi:

- 1) kebutuhan dana untuk pengadaan tanah dan bangunan
- 2) kebutuhan dana untuk pengadaan mesin dan peralatan

b. Kebutuhan dana untuk modal kerja

Kebutuhan dana untuk modal kerja adalah jumlah dari kebutuhan dana untuk pengadaan keperluan memulai usaha, atau pengadaan harta lancar (*current assets*) perusahaan yang meliputi:

- 1) Kebutuhan dana berupa uang tunai untuk berbagai biaya operasi
- 2) Kebutuhan dana untuk pengadaan piutang guna mendorong penjualan.

C. PEMBIAYAAN

1. Pengertian pembiayaan

Pengertian pembiayaan menurut kamus pintar ekonomi syariah, pembiayaan diartikan sebagai penyediaan dana atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berupa²⁸:

- a. Transaksi bagi hasil dalam bentuk mudharabah dan musyarakah.
- b. Transaksin sewa menyewa dalam bentuk ijarah atau sewa beli dalam bentuk ijarah muntaghiyah bit tamlik

²⁸Binti Nur Asiyah, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*,(yogyakarta, sukses offset, 2014) hlm 11.

- c. Transaksi jual beli dalam bentuk piutang murabbahah, slam, dan isti'na.
- d. Transaksi pinjaman meminjam dalam bentuk piutang qard,
- e. Transaksi sewa menyewa jasa dalam bentuk ijarah ijarah untuk transaksi multi jasa, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank syariah serta atau UUS dan pihak yang lain mewajibkan pihak yang dibiayai dan atau diberi fasilitas dana untuk mengembalikam dana tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan ujah, tanpa imbalan, atau bagi hasil.

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

Pengertian pembiayaan berdasarkan UU no 7 tahun 1992, yang dimaksud pembiayaan adalah: “penyediaan uang atau tagihan atau yang dapat dipersamakan dengan itu berdasarkan tujuan atau kesepakatan pinjam meminjamkan anatara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi hutangnya setelah jangka waktu tertentu ditambah dengan sejumlah bunga, imbalan atau pembagian hasil.”

Sedangkan menurut PP No. 9 tahun 1995, tentang pelaksanaan simpan pinjam oleh koperasi, pengertian pinjaman adalah : “penyediaan uang atau taguhan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan tujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara koperasi dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi

hutangnya setelah jangka waktu tertentu dengan disertai pembayaran sejumlah imbalan”.

Sebagai upaya memperoleh pendapatan yang semaksimal mungkin, aktivitas pembiayaan BMT, juga menganut azas syari’ah, yakni dapat berupa bagi hasil, keuntungan maupun jasa manajemen. Upaya ini harus dikendalikan sedemikian rupa sehingga kebutuhan likuiditas dapat terjamin dan tidak banyak dana yang menganggur.²⁹

2. Tujuan pembiayaan

Secara umum tujuan pembiayaan dibedakan menjadi dua kelompok yaitu tujuan pembiayaan untuk tingkat makro dan tujuan pembiayaan untuk mikro. Secara makro dijelaskan sebagai berikut:

- a. Peingkatan ekonomi umat, artinya: masyarakat yang tidak dapat akses secara ekonomi, dengan adanya pembiayaan mereka dapat melakukan akses ekonomi.
- b. Tersedianya dana bagi peningkatan usaha, artinya untuk pengembangan usaha membutuhkan dana tambahan. Dana tambahan ini dapat diperoleh melalui aktivitas pembiayaan. Pihak yang surplus dana menyalurkan kepada pihak yang minus dana, sehingga dapat digulirkan.
- c. Meningkatkan produktivitas, artinya adanya pembiayaan memberikan peluang bagi masyarakat agar mampu meningkatkan daya produksinya.

²⁹Muhammad ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)*,(Yogyakarta : UII Press,2004),hlm163-164

- d. Membuka lapangan kerja baru: artinya dengan dibukanya sektor – sektor usaha melalui penambahan dana pembiayaan, maka sektor usaha tersebut akan menyerap tenaga kerja.
- e. Terjaidnya distribusi pendapatan, artinya masyarakat usaha produktif mampu melakukan aktivitas kerja, berarti mereka akan memperoleh pendapatan dari hasil usahanya.

Adapun secara makro pembiayaan berujuan untuk:³⁰

- a. Untuk memaksimalkan laba, setiap uasaha yang dibuka memiliki tujuan yang tinggi, yaitu menghasilkan laba usaha.
- b. Upaya meminimalkan resiko, artinya usaha yang dilakukan agar mampu menghasilkan laba maksimaln resiko yang mungkin timbul. Resiko kekurangan modal usaha dapat diperoleh melalui tindakan pembiayaan.
- c. Pendayagunaan sumber ekonomi, artinya sumber daya ekonomi dapat dikembangkan dengan melakukan mixing antara sumber daya alam dengan sumber daya manusia serta sumber daya modal.
- d. Penyaluran kelebihan dana artinya dalam kehidupan masyarakat ada pihak yang kelebihan dana, sementara ada pihak yang kekurangan dana.

³⁰Ibid hlm 5

3. Faktor pengambilan keputusan

Faktor-faktor dalam mempengaruhi pengambilan keputusan mudharib dalam mengambil pembiayaan BBA terdiri dari lima faktor antara lain:

a. Faktor kebutuhan

Adalah keinginan manusia baik berupa barang atau pun jasa yang dapat memberikan kepuasan bagi jasmani atau rohani untuk kelangsungan hidupnya. Apabila kebutuhan seseorang sudah terpenuhi baik jasmani maupun rohani maka orang itu dapat dikatakan makmur. Semakin besar jumlah dan beraneka ragam kebutuhan yang dapat terpenuhi, maka makin tinggi tingkat kemakmuran.

b. Faktor pelayanan

Pelayanan menurut Lovelock didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi yang menciptakan dan memberikan manfaat bagi pelanggan pada waktu dan tempat tertentu, sebagai hasil dan tindakan mewujudkan perubahan yang diinginkan dalam diri atau atas nama penerima jasa tersebut.³¹ Sedangkan pengertian pelayanan menurut Kotler yaitu setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.³²

³¹Christopher Lovelock, *Service Marketing In Asia*. (Singapore: Prentice Hall Inc, 2002). Hlm 5.

³²Philip Kotler, *Marketing Management*, 11th Edition. (New Jersey: Prentice Hall. Inc. 2003). Hlm 85.

c. Faktor bagi hasil

Dalam ekonomi yang berbasis syariah, bunga tidak diterapkan dan sebagai gantinya diterapkan sistem bagi hasil yang dalam syariat Islam dihalalkan untuk dilakukan.

d. Faktor promosi

Promosi adalah pengenalan produk dalam rangka memajukan usaha, dagang, dsb. Promosi dagang adalah kegiatan komunikasi untuk meningkatkan volume penjualan dengan pameran, periklanan demonstrasi dan usaha lain yang bersifat persuasive (bersifat membujuk secara halus (supaya menjadi yakin)).

e. Faktor selera

Selera setiap individu berbeda. Selera konsumen bersifat subjektif karena selera konsumen bergantung pada penilaian terhadap barang tersebut. Di samping itu, selera juga dipengaruhi oleh unsur tradisi dan agama.

4. Etika pelayanan nasabah dalam BMT

Etika pelayanan nasabah menurut kasmir:³³

a. Beri kesempatan nasabah berbicara

Artinya karyawan memberikan kesempatan kepada nasabah untuk mengemukakan segala keinginannya terlebih dahulu. Dalam hal ini, karyawan harus dapat menyimak setiap pembicaraan yang

³³Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta, PT Rajagrafindo persada, 2011) hlm 69-73

dikemukakan nasabah. Karyawan juga harus berusaha memahami keinginan dan kebutuhan nasabah.

b. Dengarkan baik – baik

Selama nasabah mengemukakan pendapatnya, karyawan harus mendengar dan menyimak baik – baik. Karyawan juga jangan membuat gerakan yang dapat menyinggung nasabah seperti gerakan tubuh tangan kaki yang dianggap kurang sopan.

Mendengar baik baik artinya pada saat nasabah mengemukakan persoalannya karyawan mendengar dengan penuh perhatian sehingga nasabah merasa senang. Penuh perhatian akan menyebabkan nasabah senang untuk menjelaskan persoalan yang sedang dihadapinya serta keinginannya.

c. Jangan menyela pembicaraan

Jangan menyela pembicaraan artinya sebelum nasabah selesai berbicara karyawan dilarang memotong atau menyela pembicaraan. Usahakan karyawan memberi tanggapan setelah nasabah sudah selesai berbicara. Memotong atau menyela nasabah yang sedang berbicara merupakan perbuatan yang tidak sopan. Hal ini mengemukakan pendapatnya. Terkadang konsentrasi nasabah terganggu sehingga lupa apa yang harus dikemukakannya.

d. Ajukan pertanyaan setelah nasabah selsesai berbicara

Seperti dikatakan sebelumnya, jangan coba untuk memotong atau menyela pembicaraan. Jika ada pertanyaan, sebaiknya ajukan

setelah nasabah selesai bicara. Pengajuan pertanyaan kepada nasabah baru dilakukan apabila nasabah sudah selesai bicara dapat dianggap sopan.

e. Jangan marah dan jangan mudah tersinggung

Karena nasabah memiliki bermacam – macam sifat, jika ada kata – kata atau sikap nasabah yang kurang berkenan, karyawan jangan cepat emosi atau tersinggung. Cara bicara, sikap atau nada bicara dalam menanggapi nasabah jangan sekali – kali menyinggung nasabah. Selain itu karyawan jangan mudah marah terhadap nasabah yang bertemperamen tinggi. Usahakan karyawan sabar dalam melayaninya.

f. Jangan mendebat nasabah

Dalam praktiknya, terkadang apa yang diungkapkan nasabah tidak sesuai dengan kondisi yang ada pada perusahaan kita. Oleh karena itu, jika ada hal – hal yang kurang disetujui usahakan beri penjelasan dengan sopan. Jangan sekali – kali berdebat atau memberikan argumen yang tidak dapat diterima oleh nasabah. Hal ini disebabkan nasabah tidak suka dibantah atau didebat. Jika dianggap perlu untuk membantah, gunakanlah cara yang halus sehingga nasabah tidak merasa lebih rendah atau salah.

g. Jaga sikap sopan, ramah, dan selalu berlaku tenang.

Dalam melayani nasabah, sikap santun, dan ramah harus selalu dijaga. Begitu pula dengan emosi harus tetap terkendali dan

selalu berlaku tenang dalam menghadapi nasabah yang kurang menyenangkan.

- h. Jangan menangani hal – hal yang bukan merupakan pekerjaannya.

Dalam praktiknya, sering ditemukan karyawan menangani pekerjaan yang sebenarnya bukan wewenangnya untuk melakukan hal tersebut.terkadang karyawab merasa mampu melakukan semua hal. Padahal kemampuannya sangat kurang sehingga dapat memberikan informasi yang salah dan keliru. Oleh karena itu, sebaiknya karyawan tidak menangani tugas – tugas yang bukan menjadi wewenangnya. Serahkan kepada karyawan yang berhak sehingga tidak terjdai kesalahan dalam memberikan informasi. Kalaupun terpaksa, cari jalan untuk menjelaskannya agar nasabah tidak kecewa, misalnya nasabah disuruh untuk nunggu sesaat sampai petugas yang berwenang datang.

- i. Tunjukkan sikap perhatian dan sikap ingin membantu.

Nasabah yang datang keperusahaan pada prinsipnya ingin dibantu. Artinya nasabah mempunyai masalah yang tidak mampu ia selesaikan sendiri. Oleh karena itu, dalam memberikan sikap, berikan perhatian sepenuhnya dan tunjukkan bahwa memang kita ingin membantu. Dengan demikian, nasabah akan merasa senang dan tenang tenang karena yakin masalahnya akan daat diselesaikan.

D. Bai' Bitsaman Ajil (BBA)

1. Pengertian BBA

Pendapat Muhammad Syafi'i Antonio dan Karnaen mengenai pengertian BBA yaitu pembelian barang dengan pembayaran cicilan. Pembiayaan bai' bi tsaman ajil adalah pembiayaan yang diberikan kepada nasabah dalam rangka pemenuhan kebutuhan barang modal (investasi). Pembiayaan bai' bi tsaman ajil mirip dengan kredit investasi yang diberikan oleh bank-bank konvensional dan karenanya pembiayaan ini berjangka waktu di atas satu tahun (*long run financing*).³⁴

2. Landasan hukum Bai' Bitsaman Ajil

Landasan hukum *bai' bitsaman ajil* adalah sebagai berikut :

a. Annisa' ayat 29

أَنْ إِلَّا بِالْبَاطِلِ بَيْنَكُمْ أَمْوَالِكُمْ تَأْكُلُوا لَأَءَامِنُوا الَّذِينَ يَتَأْتِيهَا
يَمَابِكُمْ كَانَ اللَّهُ إِنْ أَنْفُسَكُمْ تَقْتُلُوا أَوْلَا مِنْكُمْ تَرَاضٍ عَنْ تِجْرَةٍ تَكُونُ



“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”³⁵.

³⁴H. Karnaen dan syafi'i antonio, *Apa Dan Bagaimana Bank Islam*, (Yogyakarta: PT dana Bhakti Prima Yasa, 1992). Hlm 26-28

³⁵Enang sudrajat dkk, departemen agama *alqur'an dan terjemahnya*, (bogor: PT sygma examedia arkanleema, 2007,) Hlm 83

b. QS Al- baqarah ayat 280

كُنْتُمْ إِن لَّكُمْ خَيْرٌ تَصَدَّقُوا وَأَنْ مَيَّسِرَةً إِلَىٰ فَنظِرَةً عُسْرَةً دُونَكَ وَإِنْ
تَعْلَمُونَ

“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”³⁶.

Dalam buku muhammad bai' bistaman ajil (BBA) menjual dengan harga asal dengan margin keuntungan yang telah disepakati dan secara kredit.³⁷

Dasar hukum : dari Shuaib Ra bahwa Rasulullah SAW bersabda tiga perkara di dalamnya terdapat keberkatan 1) menjual secara kredit, 2) muqaradhah (nama lain dari mudharabah) 3) mencampurkan tepung dengan gandum untuk kepentingan rumah dan bukan umum untuk dijual (HR Ibnu Majjah, subhu salam 4/147).

Keterangan:

- 1) Melihat definisi diatas bai' bistaman ajil adalah *secend derivation* atau pengembangan dari *murobbahah*. Hal ini tampak jelas unsur waktu dalam pembayaran.
- 2) Bentuk usaha ini dapat diterapkan dalam:
 - a) Proses pengadaan barang dari nasabah bank
 - b) Pembiayaan impor dari luar negeri

Dari sudut pandang fiqih bank tidak ada halangan untuk meminta kolateral dari nasabahnya atas suatu kredit tertentu.

³⁶Ibid 47

³⁷Muhammad, *Sistem Dan Prosedur Oeprasional Bank Syariah*, (Yogyakarta, Anggota IKAPI, 2008) hlm 30

Dalam konteks *bai' bitsaman ajil* bank dapat menahan surat-surat transaksi sebagai jaminan sampai nasabah membayar lunas seluruh kreditnya.

- 1) Kaidah-kaidah khusus yang berkaitan dengan *bai' bitsaman ajil*
 - a) Harga barang dengan *bai' bitsaman ajil* dapat ditentukan lebih tinggi daripada transaksi tunai. Namun ketika harga telah disepakati tidak dapat dirubah lagi.
 - b) Jangka waktu penembalian dan jumlah cicilan ditentukan berdasarkan musyawarah dan kesepakatan kedua belah pihak.
 - c) Manakah nasabah yang dapat membayar tepat waktu yang telah disepakati maka bank akan mencari jalan yang paling bijaksana. Jalan apapun yang ditempuh bank tidak akan mengenakan sanksi atau melakukan repricing dari akad yang sama.

2) *Cross selling*

Dalam implementasinya konsep BBA ini dapat dilaksanakan secara tersendiri, dapat pula dikombinasikan dengan produk-produk lain misalnya *bai as salam*, *bai al istisna* dan *bai al inah*.³⁸

Makhalul ilmi berkata bahwa mengenai pembayaran harga oleh nasabah dapat dilakukan secara penuh setelah jatuh tempo, dan dapat pula diangsur setiap periode tertentu, misalnya

³⁸Ibid Hlm 32

sepekan atau sebulan sekali, selama jangka waktu yang disepakati. *Murobahah* yang pembayarannya oleh nasabah yang dilakukan berangsur secara lazim dikenal dengan istilah bai' bi tsaman ajil (BBA) atau murabbahah mua'ajjal.³⁹

Dalam praktiknya BBA berhasil menempati hampir 80% peta penyaluran dana BMT. Namun dari keseluruhan produk BBA yang disalurkan tersebut, dalam praktiknya tidak semuanya benar sesuai prinsip-prinsip syariah. Ada beberapa diantaranya yang dalam penerapan tidak memenuhi ketentuan yang mutlak adanya menurut syari'ah, seperti objek barang yang berstatus "tidak jelas" atau bahkan tidak ada sama sekali. Fakta dilapangan sering menunjukkan hal yang demikian. Bahkan muncul kecenderungan di sementara BMT yang sengaja menerapkan aqad BBA semata-mata untuk mensiasati perolehan keuntungan atas pembiayaan yang disalurkan kepada nasabah. Kendati sebenarnya menurut syariah terhadap pembiayaan tersebut tidak dapat diterapkan aqad pembiayaan BBA. Keadaan seperti ini tentu bila dibiarkan dapat merusak citra BMT sebagai lembaga keuangan yang mengklaim diri tunduk dan patuh mengikuti aturan syariah. Bahkan dalam skala lebih luas pengaruhnya dapat menjangkau sampai ke level perbankan syariah. Ini yang mesti diwaspadai.

³⁹Makhalul Ilmi, *Teori Dan Praktek Lembaga Mikro Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: UII press. 2002) Hlm 39-41

Pengelola yang cerdas memahami persoalan dan mendalami masalah syariah berikut metodologi pengambilan hukum-hukumnya, tentu memiliki kreatifitas sendiri dalam mencari celah yang memungkinkannya dapat mengakses produk BBA melalui cara-cara yang dibenarkan. bila ini yang dilakukan, penerapan produk BBA dalam suatu transaksi murabahah antara BMT dengan nasabah dapat dibenarkan dengan adanya contoh sebagai berikut:

Ahmad 39 tahun, penguasaha muslim yang menekuni bisnis konveksi pakain jadi, mengajukan permohonan pembiayaan kepada BMT sykah muawanah sebesar RP 10 juta untuk memperbesr modal dengan harapan volume produksinya meningkat 50% sesuai permintaan pasar. Jangka waktu pengembalian 10 bulan dan sebagai jaminan ahmad menyerahkan satu unit kendaraannya yang ditaksir bernilai jual sekitar rp 20 juta.

Sebenarnya berdasarkan keterangan lisan yang disampaikan ahmad, model aqad yang tepat untuk diterapkan sesuai konteks kebutuhan ahmad, adalah musyarakah, karena di dalamnya terkandung pengertian BMT menyertakan sebagian dana yang dibutuhkan ahmad untuk pengembangan usaha miliknya, atau bisa juga mudharabah, bila proporsi bagi hasil dihitung sebatas plapon pembiayaan yang diberikan BMT, karena mudharabah mmenentukan keharusan shahibul mal menanggung semua biaya usaha yang dubutuhkan mudharob. Jika model kedua yang dipilih,

ahmas wajib memimah laporan keuangan sebagian usaha miliknya yang khusus dibiayai BMT agar perhitungan bagi hasilnya jelas dan mudah dilakukan. namun mengingat kedua model aqad tersebut risikonya cukup tinggi, di mana bila terjadi kerugian pada usaha ahmad BMT mengganggu beban kerugian tersebut secara finansial.

BMT dapat mengusahakan agar aqad yang diterapkan menggunakan BBA dengan cara meminta pihak ahmad bersedia menjual kendaraannya seharga 20 juta kepada BMT. Untuk selanjutnya kendaraan tersebut dijual kembali kepada ahmad dengan harga 23 juta. Oleh karena dana yang dibutuhkan ahmad sebesar 10 juta BMT menganggap ahmad telah membayar uang muka sebesar rp 13 juta dibayar berangsur dalam jangka waktu 10 bulan. Demikianlah maka, proses pemilihan (pemindahan) aqad BBA dari yang semetinya sesuai konteks kebutuhan yang diajukan ahmad, lebih tepat diterapkan kepadanya aqad musyarakah atau mudharabah, berjalan melalui celah dan cara- cara yang dibenarkan syariah karena syarat dan rukunnya terpenuhi.

E. Hakikat BMT (*Baitul Maal Wa Tamwil*)

1. Pengertian BMT ⁴⁰

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

⁴⁰Muhammad Ridwan, *Manajemen Baituk Maal Wa Tamwil (BMT)*, (yogyakarta, UII Press 2004) hlm 126.

/lughowi baitul maal berarti rumah dana dan baitul tamwil berarti rumah usaha. Baitul dikembangkan berdasarkan sejarah perkembangannya, yakni dari masa nabi sampai abad pertengahan perkembangan islam. dimana *baitul maal* berfungsi untuk mengumpulkan sekaligus mengelola dana sosial. Sedangkan *baitul tamwil* merupakan lembaga bisnis yang bermotif laba.

Dari pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan secara menyeluruh bahwa BMT merupakan organisasi bisni yang juga berperan sosial. Peran sosial BMT akan terlihat pada definisi baitul maal, sedangkan peran bisnis BMT terlihat dari definisi baitul tamwil. Sebagai lembaga sosial, baitul maal memiliki kesamaan fungsi dan peran dengan lembaga amil zakat (LAZ), oleh karenanya, baitul maal ini harus didorong agar mampu berperan secara professional menjadi LAZ yang mapan.

2. Visi BMT

Visi BMT harus mengarah pada upaya untuk mewujudkan BMT menjadi lembaga yang mampu meningkatkan kualitas ibadah anggota (ibadah dalam arti yang luas), sehingga mampu berperan sebagai wakil pengabdian Allah SWT, memakmurkan kehidupan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Titik tekan perumusan Visi BMT adalah mewujudkan lembaga profesional dan dapat meningkatkan kualitas ibadah. Ibadah harus dipahami dalam arti yang luas, yakni tidak saja mencakup aspek ritual peribadatan seperti ritual peribadatan seperti

shalat misalnya tetapi luas mencakup segala aspek kehidupan. Sehingga setiap kegiatan BMT harus berorientasi pada upaya mewujudkan ekonomi yang adil dan makmur.

3. Misi BMT

Misi BMT adalah membangun dan mengembangkan tatanan perekonomian dan struktur masyarakat madani yang adil berkemakmuran berkemajuan, serta makmur maju berkeadilan berlandaskan syariah dan ridho Allah SWT. Dari pengertian tersebut di atas, dapat dipahami bahwa misi BMT bukan semata – mata mencari keuntungan dan penumpukan laba modal pada golongan orang kaya saja, tetapi lebih berorientasi pada pendistribusian laba yang merata dan adil, sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam/masyarakat Islam ekonomi kelas bawah mikro harus didorong untuk berpartisipasi dalam modal melalui simpanan penyertaan modal, sehingga mereka dapat menikmati hasil – hasil BMT.

4. Tujuan BMT

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

menjadi anggota BMT, masyarakat dapat meningkatkan taraf hidup melalui peningkatan usahanya.

5. Asas dan landasan BMT

BMT berasaskan Pancasila dan UUD 45 serta berlandaskan prinsip syaria'ah Islam, keimanan, keterpaduan (*kaffah*), kekeluargaan / koperasi, kebersamaan, kemandirian dan profesionalisme. Dengan demikian keberadaan BMT menjadi organisasi yang syah dan legal. Sebagai lembaga keuangan syariah, BMT harus berpegang teguh pada prinsip – prinsip syariah. Keimanan menjadi landasan atas keyakinan untuk maju tumbuh dan berkembang.

6. Prinsip utama BMT

Dalam melaksanakan usahanya BMT, berpegang teguh pada prinsip utama sebagai berikut:

- a) Keimanan dan ketakwaan kepada Allah SWT dengan mengimplemintasikannya pada prinsip – prinsip syaru'ah dan muamalah Islam ke dalam kehidupan nyata.
- b) Keterpaduan, yakni nilai nilai sepritual dan moral menggerakkan dan mengarahkan etika bisnis yang dinamis, proaktif progresif adil dan berakhlak mulia.
- c) Kekeluargaan, yakni mengutamakan kepentingan bersama di atas kepentingan pribadi. Semua pengelola pada setiap tingkatan, pengurus dengan semua lininya serta anggota, dibangun rasa

keluargaan, sehingga akan tumbuh rasa saling melindungi dan menanggung.

- d) Kebersamaan, yakni kesatuan pola pikir, sikap dan cita- cita antar semua elemen BMT.

7. Fungsi BMT

Dalam rangka mencapai tujuannya, BMT berfungsi :

- a) Mengidentifikasi, memobilisas, mengorganisasi, mendorong dan mengembangkan potensi serta kemampuan potensi ekonomi anggota.
- b) Meningkatkan kualitas SDM anggota dan pokusma menjadi lebih profesional dan islam 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 intermediate*) antara agniya sebagai shibul maal dengan dhuafa sebagai *mudhorib*, terutama untuk dana - dana sosial seperti zakat, infaq sedekah, wakaf hibah dll.
- e) Menjadi perantara keuangan (*financial intermediate*), antara pemilik dana (*shohibul maal*) baik sebagai pemodal maupun penyimpan dengan dana (*mudhorib*) untuk pengembangan usaha produktif.

8. Prinsip muamalat

Prinsip muamalat islam mendorong dan menjiwai BMT dalam:

- a) Melaksanakan segala kegiatan ekonomi dengan pola syari'ah
- b) Berbagi bagi hasil, baik dalam kegiatan usaha, maupun dalam kegiatan intern lembaga
- c) Berbagi laba usaha dan jasa sebanding dengan partisipasi modal dan kegiatan usahanya.
- d) Pengembangan SDI (sumber daya insani)
- e) Pengembangan sistem dan jaringan kerja sama, kelembagaan dan manajemen.

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dari Kartika Fatmaningrum, Persepsi Dan Sikap Masyarakat Tentang BMT Mahardhika Dan Manfaatnya Terhadap Perekonomian Umat Di Desa Kedunglurah Kabupaten Trenggalek. 2014. Adanya persamaan yang dibahas yaitu tentang persepsi masyarakat , adapunn perbedaan dalam penelitian ini yaitu objek yang diteliti, yang mana dalam penelitian ini objek yang diteliti yaitu persepsi masyarakat tentang BMT Mahardhikan dan manfaatnya terhadap perekonomian umat. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Hasil penelitian bahwa masyarakat mempunyai persepsi dan sikap yang berbeda-beda antara masyarakat yang satu dengan yang lain. Untuk itu, faktor memang sangat berpengaruh bagi tingkah laku masyarakat di Desa Kedunglurah. Jadi, untuk itu persepsi dan sikap masyarakat bisa menjadikan sebuah perekonomian umat di Desa Kedunglurah semakin menjadi lebih baik kedepannya.

Penelitian terdahulu dari Susiana Dwi Puji Rahayu Jember , Analisis Perkembangan UMKM Pada Pembiayaan Al-Bai' Bitsaman Ajil (BBA) Pada Usaha Produktif, 2014. Dalam penelitian karya susiana dwi puji rahayu memiliki perbedaan, perbedaanya susiana meneliti tentang perkembangan pembiayaan BBA (bai' bitsaman ajil) perbedaan tersebut dengan peneliti terletak pada objeknya yang mana susiana menjelaskan bagaimana perkembangan dari pembiayan BBA, setelah mendapatkan bantuan modal berupa pembiayaan BBA. Metode yang digunakan dalam peneltitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Hasil penelitian dari analisis perkembangan UMKM Pada pembiayaan BBA yaitu bahwa omset penjualan dan keuntungan UMKM sebelum dan sesudah memperoleh pembiayaan Al-Bai' Bitsaman Ajil (BBA) mengalami perbedaan dan terjadi peningkatan omset penjualan dan keuntungan pada sesudah memperoleh pembiayaan Al-Bai' Bitsaman Ajil (BBA) dari BMTMaslahah Sidogiri Cabang Olean-Situbondo. Pembiayaan-pembiayaan dari BMT Masalah Sidogiri Cabang Olean Situbondo dapat membantu para nasabah khususnya UMKM dalam meningkatkan kesejahteraan dalam bidang usahanya terutama pembiayaan Bai'Bitsaman Ajil (BBA).⁴¹

Penelitian terdahulu dari Eka Adinugroho, persepsi masyarakat terhadap baitul Maal wat tamwil (BMT) dalam Pemberdayaan ekonomi lokal (studi pada BMT MMU sidogiri pasuruan),2013 Malang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan

⁴¹file:/// Susiana Puji Rahayu - 100810301103_1.pdf. diunduh pada tanggal 18 /11 /2015 pukul 16.19

mendeskripsikan dengan data yang telah terkumpul. Dalam penelitian karya Eka sama – sama meneliti tentang persepsi masyarakat, namun dalam penelitian karya Eka menjelaskan tentang persepsi masyarakat terhadap BMT dalam memberdayakan ekonomi sekitar BMT. Adapun hasil penelitian Penilaian masyarakat terhadap pelayanan BMT MMU Sidogiri bagi masyarakat dan nasabah dinilai memuaskan nasabah dan masyarakat. Hal ini juga bisa dilihat dari karyawan BMT MMU Sidogiri yang mengedepankan kesopanan dan keramahan agar nasabah dan masyarakat bisa nyaman dan aman untuk menabung atau meminjam dana dari BMT MMU Sidogiri.⁴²

Dalam penelitian Mirawati mempunyai kesamaan dengan peneliti bahwa Mirawati menganalisis tentang persepsi dan perilaku masyarakat terhadap pembiayaan murabbahah, di Bank Muamalat Indonesia di pekanbaru, 2011. Jakarta. Perbedaannya berada pada produknya yaitu produk murabbahah, sebenarnya sama-sama menjelaskan jual beli namun dalam hal ini yang dibahas jual beli yang pembayarannya secara tunai tidak secara berangsur. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Metode analisis deskriptif (menganalisis data dengan data yang telah terkumpul). Hasil penelitian dari persepsi dan perilaku masyarakat terhadap pembiayaan murabbahah di bank muamalat indonesia dipekanbaru adalah Faktor utama yang mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap pembiayaan murabbahah yaitu bahwa faktor pribadi hanya ditunjukkan oleh pembiayaan murabbahah berlandaskan moral dan saling percaya. Faktor lingkungan juga ditunjukkan

⁴²<file:///690-1328-1-SMpdf>diunduh tanggal 18/11/2015 pukul 20.00

oleh aksesibilitas pembiayaan murabbahah cepat dan mudah. Masyarakat banyak memilih faktor obyek dalam mempengaruhi persepsi mereka terhadap pembiayaan murobbahah diantaranya pembiayaan murabbahah populer di masyarakat, karyawan profesional, an dapat dipercaya biaya administrasinya murah, sikap karyawan mramah, dan murah senyum. Sosialisasi dan promosi pembiayaan murabbahah diketahui lewat hubungan personal dan masyarakat, promosi pembiayaan murabbahah telah mencapai lapisan masyarakat, yang mana promosi pembiayaan murabbahah diketahui lewat hubungan personak dan kerabat, prospek perkembangan pembiayaan murabbahah sangat baik, informasi pembiayaan diketahui lewat media cetak dan televisi.⁴³

Dian Ariani Medan, Persepsi masyarakat umum terhadap bank syariah di medan, 2007. Dalam hal ini persamaan dengan penelitian ini yaitu membahas tentang persepsi masyarakat terhadap bank syariah. Namun hal yang membedakan dengan penelitian ini yaitu, Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Metode kuantitatif dengan menggunakan uji validitas. Hasil penelitian Bahwa pendidikan usia dan pelayanan mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap bank syariah di medan. Pelayanan disini menjadi variabel utama yang memberikan kontribusipaling besar dengan hasil persepsi masyarakat terhadap bank syariah di medan.⁴⁴

⁴³<file:///102517-MIRAWATI-SPS-TESpdf>, diunduh pada tanggal 18/11/2015/ pukul 19.00

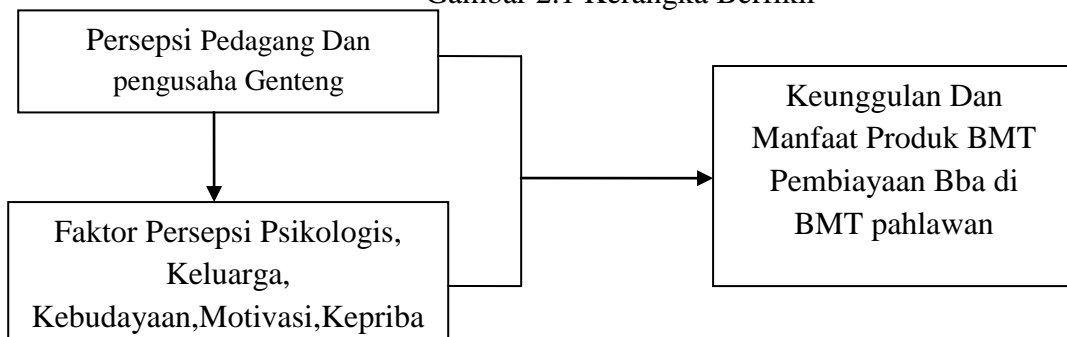
⁴⁴<file:///047018027.dianpdf>. Diunduh pada tanggal 18/11/2015. Pukul 18 23

G. KERANGKA BERFIKIR

Kehadiran BMT sebagai lembaga keuangan mikro syariah yang merupakan lembaga pelengkap dari beroperasinya sistem perbankan syariah dan salah satu lembaga keuangan syariah yang paling diminati oleh masyarakat yang menawarkan sistem kerja sama yang berbeda bagi pengusaha kecil yang dikenal dengan lembaga keuangan Baitul Mal Wat Tamwil (BMT). BMT memberikan Produk unggulannya yaitu BBA kepada masyarakat, dan banyak juga dari masyarakat tersebut yang minat untuk melakukan pembiayaan BBA di BMT tersebut.

Penjelasan Kerangka pemikiran ini yang mana persepsi pedagang serta pengusaha genteng terhadap keunggulan pembiayaan BBA yang diberikan oleh BMT Pahlawan dipengaruhi oleh faktor persepsi, faktor persepsi tersebut yaitu faktor keluarga, faktor psikologi, faktor kebudayaan, kepribadian, motivasi. Dari kelima faktor tersebut mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap keunggulan pembiayaan BBA (*bai' bitsaman aji*) guna memperlancar perekonomian masyarakat sekitar BMT.

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir



sumber: data primer diolah tahun 2016