

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Toleransi

1. Pengertian Toleransi

Toleransi adalah kelapangan dada dalam arti suka rukun kepada siapapun, membiarkan orang berpendapat atau berpendirian lain tak mau mengganggu kebebasan berfikir dan berkeyakinan lain.¹⁸

Toleransi dalam kamus besar bahasa Indonesia berarti sikap atau sifat menenggang (menghargai, membiarkan, membolehkan) pendirian (pendapat, pandangan, kepercayaan, dan sebagainya) yang berbeda atau bertentangan dengan pendirian sendiri.¹⁹

Pengelolaan terhadap risiko pembiayaan dilakukan pada semua aktifitas dan produk pembiayaan. Kebijakan dan strategi manajemen risiko pembiayaan lembaga keuangan harus mencerminkan tingkat toleransi terhadap risiko pembiayaan yang mungkin terjadi dan tingkat keuntungan yang diharapkan.²⁰

Menurut ketentuan Bank Indonesia (Surat Edaran Nomor 11/3/UPK, tanggal 18 September 1978) ditinjau dari kemampuan nasabah bank sehubungan dengan kewajiban keuangannya kepada

¹⁸ Desi Anwar, *Kamus Bahasa Indonesia Modern...*, hal. 391

¹⁹ Kamus Besar Bahasa Indonesia

²⁰ Ade Arthesa dan Edia Handiman, *Bank dan Lembaga Keuangan Bukan Bank*, (Jakarta, PT Indeks, 2006). hal. 204-205

lembaga keuangan dalam arti pembayaran pokok dan bunga atau yang disebut kolektibilitas, maka debitur lembaga keuangan dapat dibedakan menjadi empat golongan, yaitu lancar, kurang lancar, diragukan, dan macet. Debitur yang sudah dikategorikan diragukan dan macet perlu perhatian khusus dari pihak lembaga keuangan yang kelanjutannya dapat berupa penyelamatan. Jika lembaga keuangan telah memutuskan untuk melakukan tindakan penyelamatan, tentu saja tergantung dari kesulitan yang dihadapi oleh nasabah. Pilihan tindakan lembaga keuangan yang dapat diambil adalah sebagai berikut :

1. *Rescheduling*

Kebijakan ini berkaitan dengan jangka waktu pembiayaan sehingga keringanan yang dapat diberikan adalah :

- a. Memperpanjang jangka waktu pembiayaan.
- b. Memperpanjang jarak waktu angsuran.
- c. Penurunan jumlah untuk setiap angsuran yang mengakibatkan perpanjangan jangka waktu kredit.

2. *Reconditioning*

Dalam hal ini, bantuan yang diberikan berupa keringanan atau perubahan persyaratan kredit, seperti penundaan pembayaran bunga, penurunan suku bunga, dan pembebasan bunga.

3. *Restructuring*

Kebijakan penyelamatan bagi nasabah yang disebabkan oleh faktor modal dapat dilakukan dengan meninjau kembali situasi

dan kondisi permodalan, baik modal dalam arti dana untuk keperluan modal kerja maupun modal berupa barang. Tindakan yang dapat dilakukan adalah tambahan kredit.²¹

Salah satu bentuk toleransi yang diterapkan di BTM Mentari yaitu toleransi dalam pembayaran pengembalian pembiayaan. Sebagai lembaga keuangan juga harus memperlihatkan rasa toleran kepada nasabah agar nasabah tetap merasa nyaman dengan ketentuan yang diberlakukan oleh BTM Mentari. Contoh toleransi yang diberikan kepada nasabah dari pihak BTM Mentari adalah ada tenggang waktu dalam pembayaran pengembalian pembiayaan selama tiga sampai satu minggu. Toleransi lain yang diberikan adalah apabila nasabah yang melakukan pembiayaan meninggal dunia maka pihak ahli waris hanya membayar sisa pokoknya saja dan tidak membayar bagi hasilnya.

B. Potongan Administrasi

1. Konsep Potongan Administrasi

Potongan administrasi merupakan pendapatan yang dipungut oleh lembaga keuangan terkait dengan penatausahaan kegiatan pihak ketiga (nasabah). Jenis dari potongan administrasi adalah sebagai berikut :

a. Administrasi Rekening Koran

Merupakan pemungutan biaya administrasi yang terkait dengan penyelenggaraan rekening Koran pihak ketiga baik berupa

²¹ Thomas Suyatno, dkk, *Dasar-Dasar Perkreditian Edisi Kedua*, (Jakarta:Gramedia Pustaka Utama, 1991). hal.112-114

giro maupun pinjaman yang biasanya dibebankan ke nasabah setiap bulan sekali.

b. Administrasi Tabungan

Merupakan pungutan biaya administrasi yang terkait dengan penyelenggaraan tabungan nasabah, yang biasanya dibebankan ke nasabah setiap bulan sekali. Dalam sejarah perbankan Indonesia biaya administrasi tabungan ini sering berubah seiring dengan semakin ketatnya persaingan antar bank (strategi pemasaran). Ada bank yang membebaskan sama sekali biaya administrasi tersebut, namun ada juga yang memungutnya.

c. Administrasi ATM

Merupakan pungutan biaya administrasi yang terkait dengan pemberian fasilitas ATM oleh bank kepada nasabah. Nilai pungutan biaya administrasi tersebut antara lembaga keuangan yang satu dengan yang lainnya tidaklah sama.

d. Administrasi Kredit

Merupakan pungutan biaya administrasi yang terkait dengan pemberian fasilitas kredit kepada pihak ketiga. Jumlah biaya administrasi kredit tersebut antara bank yang satu dengan yang lain tidaklah sama.²²

Jenis potongan administrasi yang diterapkan pada lembaga BTM Mentari Ngunut yaitu potongan administrasi kredit saja yang ditetapkan

²² R.Mintardjo, *Praktik Akuntansi Bank...*, hal. 13-14

sebesar 2.5% dari jumlah pembiayaan yang diberikan kepada pihak ketiga. Sehingga dari jumlah pembiayaan yang diberikan kepada pihak ketiga dikurangi 2.5% dan dikurangi biaya untuk materai sebesar Rp. 6000. Tetapi apabila nasabah tidak menginginkan jumlah pengajuan pembiayaannya dikurangi dengan potongan administrasi nasabah dapat membayar langsung potongan administrasi sesuai dengan ketentuan dan juga biaya materai, sehingga jumlah dana pembiayaan untuk nasabah tidak berkurang. Potongan administrasi ini hanya dilakukan satu kali saat nasabah melakukan pembiayaan atau pencairan dana.

C. Loyalitas Nasabah

1. Pengertian Loyalitas Nasabah

Loyalitas berhubungan erat dengan kepuasan konsumen, loyalitas juga sering disebut sebagai kesetiaan konsumen terhadap sesuatu yang bisa memuaskan konsumen. Kesetiaan didefinisikan sebagai sejauh mana seorang pelanggan atau konsumen menunjukkan sikap positif terhadap suatu produk, mempunyai komitmen pada produk tertentu, dan berniat untuk terus menggunakannya dimasa depan.²³ Ada satu variable yang memprediksi kesetiaan produk yaitu kesetiaan toko. Para konsumen yang setia pada toko-toko tertentu cenderung setia terhadap produk-produk tertentu juga.²⁴

²³ Sunarto, *Perilaku Konsumen...*, hal. 260-261

²⁴ *Ibid.* hal. 263

Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas dari konsumen adalah sebagai berikut:

a. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pada dasarnya mencakup perbedaan antara harapan dan prestasi atau hasil yang dirasakan. Kepuasan merupakan langkah penting dalam pembentukan loyalitas tetapi menjadi kurang signifikan ketika mulai timbul melalui ikatan sosial karena kepuasan menunjukkan bagaimana suatu produk memenuhi tujuan pelanggan.

b. Kualitas Jasa

Meningkatkan kualitas jasa dapat mengembangkan loyalitas pelanggannya. Produk yang berkualitas rendah akan menanggung resiko pelanggan tidak setia. Jika kualitas diperhatikan, bahkan diperkuat dengan periklanan yang intensif, loyalitas pelanggan akan lebih mudah diperoleh.²⁵

c. Citra Perusahaan

Suatu perusahaan akan dilihat citranya baik tergantung terhadap pencitraan positif atau negatif. Citra yang positif akan memberikan arti yang baik terhadap produk perusahaan tersebut dan seterusnya dapat meningkatkan jumlah penjualan. Sebaliknya

²⁵ Ahmad Madalis, *Meraih Loyalitas Pelanggan*, BENEFIT Jurnal Manajemen dan Bisnis, Vol. 9 No. 2, Desember 2005 hal. 115

jumlah produk suatu perusahaan akan jatuh atau mengalami kerugian jika citranya dipandang negatif oleh masyarakat.²⁶

d. Rintangan Untuk Berpindah

Faktor lain yang mempengaruhi loyalitas yaitu besar kecilnya rintangan berpindah. Rintangan berpindah terdiri dari biaya keuangan, biaya urus niaga, diskon bagi pelanggan loyal, biaya sosial, dan biaya emosional. Semakin besar rintangan untuk berpindah akan membuat pelanggan menjadi loyal, tetapi loyalitas mereka mengandung unsur keterpaksaan.²⁷

Dua kondisi penting yang berhubungan dengan loyalitas adalah retensi pelanggan dan total pangsa pelanggan. Retensi pelanggan menjelaskan lamanya hubungan dengan pelanggan. Tingkat retensi pelanggan adalah persentase pelanggan yang telah memenuhi sejumlah pembelian ulang selama periode waktu terbatas. Total pangsa pelanggan suatu perusahaan menunjukkan persentase anggaran pelanggan yang dibelanjakan ke perusahaan tersebut. Misalnya suatu perusahaan menangkap 100% atau total pangsa pelanggan bila pelanggan itu menghabiskan seluruh anggaran bagi produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan tersebut untuk membeli ke perusahaan tersebut.²⁸

²⁶ *Ibid.* hal. 116

²⁷ *Ibid.* hal. 117

²⁸ Jill Griffin, *Customer Loyalty Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, (Jakarta:Erlangga,2005). hal. 5

Oliver dalam Pedersen dan Nysveen, menjelaskan perkembangan loyalitas nasabah dalam bentuk empat tahap yang dikenal dengan istilah “Model 4 Tahap Kekuatan Loyalitas”. Model ini memberikan gambaran konsumen menjadi loyal lebih dahulu pada aspek kognitifnya, kemudian pada aspek afektif, dan diakhiri aspek konatif yang disertai motivasi dan komitmen. Dari loyalitas konatif, yang pada akhirnya menjadi perilaku loyal. Model 4 Tahap Kekuatan Loyalitas yaitu:

- a. Loyalitas Kognitif adalah konsumen yang mempunyai loyalitas pada tahap ini menggunakan sebuah basis informasi yang memaksa menunjuk pada suatu merek atas merek lain, loyalitasnya hanya didasarkan pada aspek kognisi saja.
- b. Loyalitas Afektif pada tahap kedua ini didasarkan pada aspek afektif konsumen. Sikap merupakan fungsi dari kognisi (pengharapan) pada awal pembelian (masa prakonsumsi) dan merupakan fungsi dari sikap sebelumnya dan kepuasan di periode berikutnya (masa pasca konsumsi).

Johnson, Anderson, dan Fornell mengemukakan bahwa kepuasan merupakan sebuah kontrak kumulatif yang dapat dimodelkan sebagai model dinamis kepuasan pasar. Loyalitas tahap ini jauh lebih sulit diubah, karena loyalitasnya sudah masuk kedalam benak konsumen sebagai afektif, bukan sebagai kognisi yang sudah berubah. Afektif memiliki sifat yang tidak mudah

diubah, karena sudah terpadu dengan kognisi dan evaluasi konsumen secara keseluruhan tentang suatu merek. Namun belum menjamin adanya loalitas. Niat yang diutarakan konsumen merupakan sebuah pertanda awal munculnya loalitas.²⁹

- c. Loyalitas Konatif adalah dimensi konatif (niat melakukan) dipengaruhi oleh perubahan-perubahan afektif terdapat merek. Konasi menunjukkan suatu niat atau komitmen untuk melakukan suatu kesebuah tujuan tertentu. Niat merupakan fungsi dari niat sebelumnya (masa prakonsumsi). Maka loalitas konatif merupakan suatu kondisi loyal yang terdapat sebuah komitmen mendalam untuk melakukan pembelian.

Berdasarkan riset Crosby dan Taylor menggunakan model runtutan psikologis: keyakinan sikap niat yang memperlihatkan komitmen (niat) melakukan, menyebabkan prefensi tetap stabil untuk jangka panjang. Jenis komitmen ini sudah melampaui tahap afektif, bagian dari property motivasional untuk mendapatkan merek yang disukai. Afektif hanya menunjukkan kecenderungan motivasional, sedangkan komitmen melakukan menunjukkan suatu keinginan untuk menjalankan tindakan. Keinginan untuk membeli ulang atau menjadi loyal itu hanya merupakan tindakan yang diantisipasi tetapi belum terlaksana.

²⁹ Agus Eko S. dan Rokhmat Subagiyo, *Membangun Loyalitas Nasabah*, (Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2014). hal 17-19

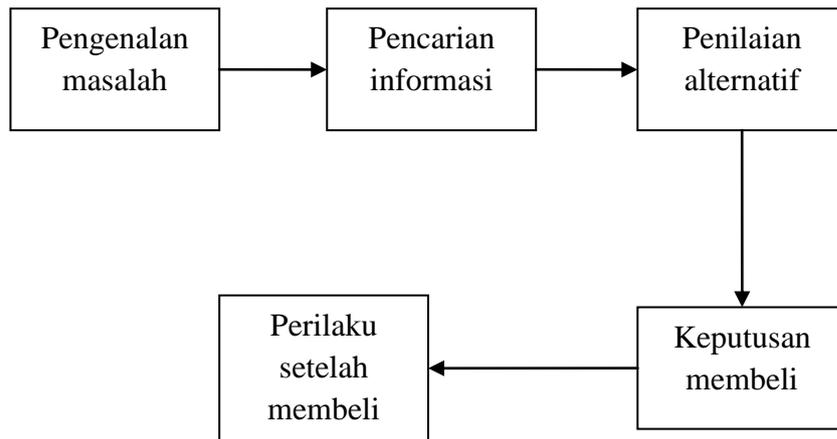
d. Loyalitas Tindakan Pembelian Ulang merupakan sebuah tindakan yang sangat penting bagi pemasar, tetapi menginterpretasikan loyalitas hanya pada pembelian ulang saja tidak cukup, karena pelanggan yang membeli ulang belum tentu mempunyai sebuah sikap positif terhadap barang atau jasa yang dibeli. Pembelian ulang bukan dilakukan bukan karena puas, melainkan mungkin karena terpaksa atau faktor lainnya. Oleh karena itu, untuk mengenali perilaku loyal dilihat dari dimensi ini ialah dari komitmen pembelian ulang yang ditunjukkan pada suatu merek produk dalam kurun waktu tertentu secara teratur.³⁰

D. Keputusan Memilih Produk

Dalam tingkah laku membeli yang kompleks, pembeli akan berjalan melalui sebuah proses keputusan yang terdiri dari pengenalan masalah, pencarian informasi, menilai alternatif, keputusan adalah untuk memahami tingkah laku pembeli pada setiap tahap dan faktor apakah yang mempengaruhi tingkah laku itu. Pemahaman terhadap kesemua hal itu memungkinkan pemasar untuk mengembangkan sebuah program pemasaran yang efektif dan penting artinya bagi pasar sasaran.

³⁰ *Ibid.* hal . 20

Gambar 2.1
Alur Pemilihan Produk



a) Pengenalan Masalah

Proses membeli dimulai dengan pengenalan masalah. Dimana pembeli mengenali adanya masalah atau kebutuhan. Pembeli merasakan adanya perbedaan antara keadaan nyata dan keadaan yang diinginkan.

b) Pencarian Informasi

Seorang konsumen yang sudah tertarik mungkin mencari lebih banyak informasi tetapi mungkin juga tidak. Bila dorongan konsumen kuat dan produk yang dapat memuaskan ada dalam jangkauan, kondisi konsumen kemungkinan akan membelinya. Bila tidak, konsumen dapat menyimpan kebutuhan dalam ingatan atau

melakukan pencarian informasi yang berhubungan dengan kebutuhan tersebut.

Konsumen dapat memperoleh informasi dari berbagai sumber, yakni :

- (a) Sumber pribadi : keluarga, teman, tetangga, kenalan.
- (b) Sumber komersial : iklan, wiraniaga, agen, kemasan.
- (c) Sumber publik : media massa.
- (d) Sumber pengalaman : menggunakan produk.

c) Evaluasi

Tahap dari proses keputusan pembeli, yaitu ketika konsumen menggunakan informasi untuk mengevaluasi merek alternatif dalam perangkat pilihan.

d) Keputusan Pembelian

Tahap dari keputusan pembeli, yaitu ketika konsumen benar – benar membeli produk.

e) Perilaku Pascapembelian

Tahap dari keputusan pembeli, yaitu ketika konsumen mengambil tindakan lebih lanjut setelah membeli berdasarkan pada rasa puas atau tidak puas.³¹

³¹ Philip Kotler, *Marketing Management...*, hal. 184 - 190.

E. Pengertian Pembiayaan *Musyarakah*

1. Konsep *Musyarakah*

Musyarakah adalah akad kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana (atau amal/*expertise*) dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan risiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.³²

Musyarakah dibedakan menjadi dua jenis yaitu *musyarakah* pemilikan dan *musyarakah* akad (kontrak). *Musyarakah* pemilikan terjadi karena warisan, wasiat, atau kondisi lainnya yang mengakibatkan pemilikan satu aset oleh dua orang atau lebih. Dalam *musyarakah* ini, kepemilikan dua orang atau lebih berbagi dalam sebuah aset nyata dan berbagi pula keuntungan yang dihasilkan aset tersebut.

Musyarakah akad terjadi karena kesepakatan dimana dua orang atau lebih setuju bahwa tiap orang dan mereka memberikan modal *musyarakah*. Merekapun sepakat berbagi keuntungan dan kerugian. *Musyarakah* akad terbagi menjadi *al-'inan*, *al-mufawadhah*, *al-a'maal*, *al-wujuh*, dan *al-mudharabah*.

a) *Musyarakah al-'inan*

Musyarakah al-'inan adalah kontrak antara dua orang atau lebih. Setiap pihak memberikan suatu porsi dari keseluruhan dana

³² Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik...*, hal. 90

dan berpartisipasi dalam kerja. kedua pihak berbagi dalam keuntungan dan kerugian sebagaimana yang disepakati antara mereka. Akan tetapi, porsi masing-masing pihak, baik dalam dana maupun kerja atau bagi hasil tidak harus sama dan identik sesuai dengan kesepakatan mereka.

b) *Musyarakah mufawadhoh*

Musyarakah mufawadhoh adalah kontrak kerja sama antara dua orang atau lebih dan setiap pihak memberikan suatu porsi dari keseluruhan dana dan berpartisipasi dalam kerja. Setiap pihak membagi keuntungan dan kerugian secara sama. Dengan demikian, syarat utama dari jenis *Musyarakah mufawadhoh* adalah kesamaan dana yang diberikan, tanggung jawab, dan beban utang dibagi oleh masing-masing pihak.

c) *Musyarakah a'maal*

Musyarakah a'maal adalah kerja sama dua orang seprofesi untuk menerima pekerjaan secara bersama dan berbagi keuntungan dari pekerjaan itu. Misalnya, kerja sama dua orang arsitek untuk menggarap sebuah proyek.³³

d) *Musyarakah wujuh*

Musyarakah wujuh adalah kontrak antara dua orang atau lebih yang memiliki reputasi dan *prestise* baik serta ahli dalam bisnis. Mereka membeli barang secara kredit dari suatu

³³ *Ibid.* hal. 91

perusahaan dan menjual barang tersebut secara tunai. Mereka berbagi dalam keuntungan dan kerugian berdasarkan jaminan kepada penyuplai yang disediakan oleh tiap mitra.

e) *Musyarakah al-mudharabah*

Musyarakah al-mudharabah adalah akad kerja sama usaha antara dua pihak, dimana pihak pertama *shahibul maal* menyediakan dana (100%) modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola. Keuntungan usaha dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak, sedangkan apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian bukan akibat kelalaian pengelola. Seandainya kerugian itu karena kelalaian atau kecurangan pengelola, maka pengelola harus bertanggung jawab atas kerugian tersebut.³⁴

2. Landasan Syari'ah

Adapun yang melandasi akad *musyarakah* adalah:

a) Al-Quran

... فَهُمْ شُرَكَاءُ فِي الثَّلَاثِ ...

Artinya:

“... maka mereka berserikat pada sepertiga...”(an-nisaa’ :12)³⁵

... وَإِنَّ بَعْضُهُمْ لَبَغِيءٌ لِّبَعْضِهِمْ خُلُوعًا كَثِيرًا بَعْضُهُمْ عَلَىٰ الْآخَرِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ ...

³⁴ *Ibid.* hal. 92

³⁵ Departemen Agama RI, *Al-‘Aliyy Al-Quran dan Terjemahan...*, hal. 149

Artinya:

“...dan sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebagian mereka berbuat zalim kepada sebagian yang lain kecuali orang yang beriman dan mengerjakan amal shaleh...” (Shaad : 24)³⁶

b) Al-Hadist

فَإِذَا خَانَهُ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَفَعَهُ قَالَ إِنَّ اللَّهَ يَقُولُ أَنَا ثَالِثُ الشَّرِّكَائِ مَا لَمْ يَخُنْ أَحَدُهُمَا صَاحِبَهُ
خَرَجْتُ مِنْ بَيْنَهُمَا

Dari Abu Hurairah, Rasulullah SAW bersabda, “Sesungguhnya Allah Azza wa Jalla berfirman, ‘Aku pihak ketiga dari dua orang yang berserikat selama salah satunya tidak menguhianati lainnya”

عَنْ عَبْدِ اللَّهِ قَالَ اشْتَرَكْتُ أَنَا وَعَمَّارٌ وَسَعْدٌ يَوْمَ بَدْرٍ فَجَاءَ سَعْدٌ بِأَسِيرَيْنِ وَلَمْ
جِيءَ أَنَا وَلَا وَعَمَّارٌ بِشَيْءٍ

Dari Abdullah bin Mas’ud r.a. ia berkata: “Saya bersyirkah dengan ‘Ammar dan Sa’ad dalam hasil yang kami peroleh pada Perang Badar. Kemudian Sa’ad datang dengan membawa dua orang tawanan, sedangkan saya dan ‘Ammar datang dengan tidak membawa apa-apa”.

c) Ijma’

Ibnu Qudamah dalam kitabnya *al-Mughni* telah berkata “kaum muslimin telah berkonsensus terhadap legitimasi *musyarakah*

³⁶ *Ibid.* hal. 363

secara global walaupun terdapat perbedaan pendapat dalam beberapa elemen darinya.”³⁷

3. Ketentuan Umum dalam Pembiayaan *Musyarakah*

Adapun ketentuan dari *musyarakah* meliputi :

- a) Pernyataan ijab dan qabul harus dinyatakan oleh para pihak untuk menunjukkan kehendak mereka dalam mengadakan kontrak (akad), dengan memperhatikan hal-hal berikut:
 - (a) Penawaran dan penerimaan harus secara eksplisit menunjukkan tujuan kontrak (akad).
 - (b) Penerimaan dari penawaran dilakukan pada saat kontrak.
 - (c) Akad dituangkan secara tertulis, melalui korespondensi, atau dengan menggunakan cara-cara komunikasi modern.
- b) Pihak-pihak yang berkontrak harus cakap hukum, dan memperhatikan hal-hal berikut:
 - (a) Kompeten dalam memberikan atau diberikan kekuasaan perwakilan.
 - (b) Setiap mitra harus menyediakan dana dan pekerjaan, dan setiap mitra melaksanakan kerja sebagai wakil.
 - (c) Setiap mitra memiliki hak untuk mengatur aset *musyarakah* dalam proses bisnis normal.
 - (d) Setiap mitra memberi wewenang kepada mitra yang lain untuk mengelola aset dan masing-masing dianggap telah diberi

³⁷ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik...* hal 90-91

wewenang untuk melakukan aktifitas *musyarakah* dengan memperhatikan kepentingan mitranya, tanpa melakukan kelalaian dan kesalahan yang disengaja.

(e) Seorang mitra tidak diizinkan untuk mencairkan atau menginvestasikan dana untuk kepentingannya sendiri.

c) Obyek akad (modal, kerja, keuntungan dan kerugian)

(a) Modal

1. Modal yang diberikan harus uang tunai, emas, perak atau yang nilainya sama.
2. Para pihak tidak boleh meminjam, meminjamkan, menyumbangkan atau menghadiahkan modal *musyarakah* kepada pihak lain.
3. Pada prinsipnya, dalam pembiayaan *musyarakah* tidak ada jaminan, namun untuk menghindari terjadinya penyimpangan, LKS dapat meminta jaminan.

(b) Kerja

1. Partisipasi para mitra dalam pekerjaan merupakan dasar pelaksanaan *musyarakah*; akan tetapi, kesamaan porsi kerja bukanlah merupakan syarat.
2. Setiap mitra melaksanakan kerja dalam *musyarakah* atas nama pribadi dan wakil dari mitranya.

(c) Keuntungan

1. Keuntungan harus dikuantifikasi dengan jelas untuk menghindarkan perbedaan dan sengketa pada waktu alokasi keuntungan atau penghentian *musyarakah*.
2. Setiap keuntungan mitra harus dibagikan secara proporsional atas dasar seluruh keuntungan dan tidak ada jumlah yang ditentukan di awal yang ditetapkan bagi seorang mitra..
3. Seorang mitra boleh mengusulkan bahwa jika keuntungan melebihi jumlah tertentu, kelebihan atau prosentase itu diberikan kepadanya.
4. Sistem pembagian keuntungan harus tertuang dengan jelas dalam akad.

(d) Kerugian

Kerugian harus dibagi di antara para mitra secara proporsional menurut saham masing-masing dalam modal.

d) Biaya Operasional dan Persengketaan

- (a) Biaya operasional dibebankan pada modal bersama.
- (b) Jika salah satu pihak tidak menunaikan kewajibannya atau jika terjadi perselisihan di antara para pihak, maka penyelesaiannya dilakukan melalui Badan Arbitrasi Syari'ah setelah tidak tercapai kesepakatan melalui *musyawarah*.³⁸

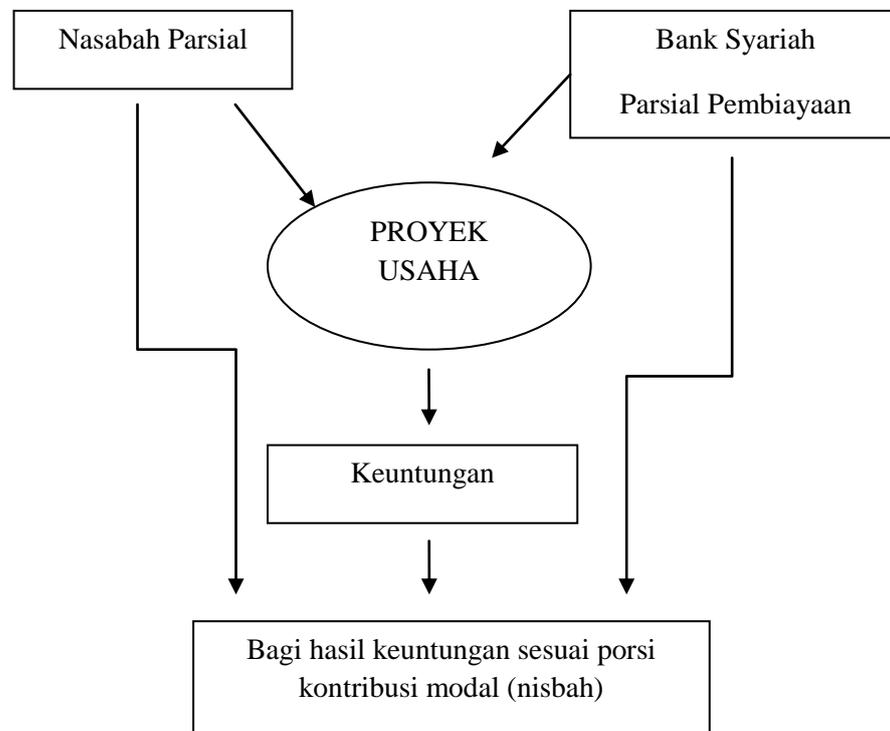
³⁸ Fatwa Dewan Syariah No. 08/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Pembiayaan Musyarakah

4. Skema Kerja Prinsip *Musyarakah*

Secara umum aplikasi perbankan dari *Musyarakah* dapat digambarkan dalam skema berikut ini

Gambar 2.2

Skema *Musyarakah*



5. Manfaat dan Risiko Pembiayaan *Musyarakah*

a) Manfaat dari *musyarakah*

- (a) Lembaga keuangan akan menikmati peningkatan dalam jumlah tertentu pada saat keuntungan usaha nasabah meningkat.

- (b) Lembaga keuangan tidak berkewajiban membayar dalam jumlah tertentu kepada nasabah pendanaan secara tetap, tetapi disesuaikan dengan pendapatan/hasi usaha bank, sehingga bank tidak akan pernah mengalami *negative spread*.
 - (c) Pengembalian pokok pembiayaan disesuaikan dengan *cash flow*/ arus kas usaha nasabah, sehingga tidak memberatkan nasabah.
 - (d) Lembaga keuangan akan lebih selektif dan hati-hati mencari usaha yang benar-benar halal, aman, dan menguntungkan. Hal ini karena keuntungan yang riil dan benar-benar terjadi itulah yang akan dibagikan.
 - (e) Prinsip bagi hasil *musyarakah* berbeda dengan prinsip bunga tetap dimana lembaga keuangan akan menagih penerima pembiayaan (nasabah) satu jumlah bunga tetap berapapun keuntungan yang dihasilkan nasabah, bahkan sekalipun merugi dan terjadi krisis ekonomi.
- b) Risiko dari *musyarakah*
- (a) Nasabah menggunakan dana pembiayaan tidak seperti yang disebut dalam kontrak.
 - (b) Nasabah lalai atau kesalahan yang disengaja.
 - (c) Penyembunyian keuntungan oleh nasabah, bila nasabahnya tidak jujur.³⁹

³⁹ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik...*, hal. 93-94

6. Berakhirnya *Musyarakah*

Musyarakah akan berakhir apabila :

- a) Salah satu pihak membetalkannya, meskipun tanpa persetujuan pihak lainnya, karena *musyarakah* adalah akad yang terjadi atas suka rela dari kedua belah pihak yang tidak ada keharusan untuk melaksanakan apabila salah satu pihak tidak menginginkannya lagi.
- b) Salah satu pihak kehilangan kecakapan untuk *bertasharruf* (keahlian dalam mengelola harta), baik karena gila atau sebab lainnya.
- c) Salah satu pihak meninggal dunia, tetapi jika yang ber-*musyarakah* lebih dari dua orang, maka yang batal hanya yang meninggal dunia saja.
- d) Salah satu pihak berada di bawah pengampunan, baik karena boros yang terjadi pada waktu perjanjian *musyarakah* tangan berjalan, maupun sebab lainnya.
- e) Salah satu pihak jatuh bangkrut yang berakibat tidak berkuasa lagi atas harta yang menjadi saham *Musyarakah*.

Modal para anggota *musyarakah* lenyap sebelum dibelanjakan atas nama *Musyarakah*.⁴⁰

⁴⁰ Qomarul Huda, *Fiqh Muamalah*, (Yogyakarta :Teras. 2011), hal.109

F. *Baitul Maal wattamwil* (BMT)

a. Pengertian *Baitul Maal wattamwil* (BMT)

Baitul Maal wattamwil (BMT) terdiri dari dua istilah, yaitu *baitul maal* dan *baitut tamwil*. *Baitul maal* lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dana yang non-profit, seperti; zakat, iinfaq dan shodaqah. Sedangkan *baitut tamwil* sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial. Usaha-usaha tersebut tersebut menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari BMT sebagai lembaga pendukung kegiatan ekonomi masyarakat kecil dengan berlandaskan syariah.⁴¹

Peran keberadaan BMT adalah :

- a. Menjauhkan masyarakat dari praktik ekonomi non-syariaiah.
- b. Melakukan pembinaan dan pendanaan usaga kecil.
- c. Melepaskan ketergantungan pada rentenir, masyarakat yang masih tergantung pada rentenir disebabkan rentenir mampu memenuhi keinginan masyarakat dalam memenuhi dana dengan segera.
- d. Menjagga keadilan ekonomi masyarakat dengan distribusi yang merata.⁴²

⁴¹ Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi*, cet. 3, (Yogyakarta:Ekonesia.2015) hal. 107

⁴² *Ibid.* hal. 108

b. Visi dan Misi *Baitul Maal wattamwil* (BMT)

a) Visi

- (a) Menjadi motor penggerak perekonomian masyarakat, khususnya masyarakat kecil.
- (b) Penghubung antara pemilik dana (*shohibul mal*) dengan anggota serta masyarakat menengah.
- (c) Sebagai lembaga pembiayaan yang secara berkesinambungan.
- (d) Meningkatkan nilai tambah bagi usaha anggotanya maupun calon anggotanya.

b) Misi

- (a) Memperluas dan memperbesar pangsa pasar usaha anggota dan calon anggota serta masyarakat kecil menengah.
- (b) Memobilisasi dana sehingga bisa dijangkau oleh masyarakat lapisan bawah dan menengah guna mengembangkan kesempatan kerja.
- (c) Menata usahakan dana sehingga dapat tumbuh dan berkembang guna memenuhi kebutuhan modal kerja anggota maupun calon anggota.
- (d) Mempertinggi kualitas SDM anggota untuk menjadi profesional dan islami.

- (e) Meningkatkan kesejahteraan anggota maupun calon anggota, serta menjalin hubungan ukhuwah Islamiyah sesama umat Islam.⁴³
- c) Prinsip Operasional BTM
- (a) Keimanan dan ketaqwaan kepada Allah SWT dengan mengimplementasikannya pada prinsip-prinsip Syari'ah dan muamalah Islam ke dalam kehidupan nyata.
 - (b) Keterpaduan, yakni nilai-nilai spiritual dan moral menggerakkan dan mengarahkan etika bisnis yang dinamis, proaktif, progresif adil dan berakhlaq mulia.
 - (c) Kekeluargaan, yakni mengutamakan kepentingan bersama di atas kepentingan pribadi.
 - (d) Kebersamaan, yakni kesatuan pola pikir, sikap dan cita-cita antar semua elemen BMT.
 - (e) Kemandirian, yakni mandiri di atas semua golongan politik.
 - (f) Profesionalisme, yakni semangat kerja yang tinggi ('*amalus sholih/ahsanu amala*), yakni dilandasi dengan dasar keimanan.
 - (g) Istiqomah: konsisten, konsekuen, kontinuitas/berkelanjutan tanpa henti dan tanpa pernah putus asa.⁴⁴

⁴³ Laporan Pertanggungjawaban Pengurus BTM MENTARI Tahun 2014, hal 2.

⁴⁴ Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)*..., hal 130-131

G. Kajian Penelitian Terdahulu

Beberapa studi telah dilakukan oleh para peneliti terdahulu, seperti penelitian yang dilakukan oleh Suryadi dapat diambil kesimpulan dari nilai korelasi antara kebijakan pembiayaan terhadap pembiayaan bermasalah memiliki hubungan yang sangat kuat. Dari uji signifikan menghasilkan kebijakan pembiayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembiayaan bermasalah dan kebijakan pembiayaan memberikan kontribusi besar terhadap pembiayaan yang bermasalah.⁴⁵

Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Saputra yang menjelaskan bahwa penetapan nisbah bagi hasil berdasarkan *musyarakah* dilihat dan mengkaji jenis usaha dari nasabah, dan meminta laporan pendapatan selama setahun sebelum mengajukan peminjaman dan pelaksanaan perjanjian pembiayaan dengan prinsip kehati-hatian yang tinggi sehingga meminimalisir resiko yaitu nasabah yang mampu untuk membayar pinjaman malah menunda-nunda pembayaran.⁴⁶

Dari hasil analisis regresi berganda yang dilakukan oleh Bisri dapat disimpulkan bahwa, variable pembiayaan KPR tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, variable biaya administrasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dan variable pembiayaan KPR serta biaya administrasi secara simultan tidak

⁴⁵ Aang Suryadi, *Pengaruh Kebijakan Pembiayaan Terhadap Pembiayaan Bermasalah*, Institut Agama Islam Negeri Cirebon, Skripsi, 2012

⁴⁶ Adi Suryanto Putra. *Penetapan Nisbah Bagi Hasil dalam Perjanjian Pembiayaan Musyarakah pada BNI Syariah Padang*, Universitas Tamansiswa Padang, Penelitian, 2013

berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan dari hasil uji F ternyata faktor pembiayaan KPR dan biaya administrasi ada hubungan yang linier.⁴⁷

Martini dalam penelitiannya dengan menggunakan metode kuadrat terkecil menyimpulkan bahwa variabel DPK dan modal sendiri berpengaruh signifikan terhadap pembiayaan *Musyarakah* di BMY Haniva. Pembiayaan bermasalah berpengaruh signifikan dan arahnya positif terhadap pembiayaan *Musyarakah*. Sedangkan tingkat pendapatan bagi hasil dan biaya agensi tidak berpengaruh signifikan terhadap pembiayaan *Musyarakah*. Sehingga kelima hipotesis yang diajukan oleh Risma Martini dua diantaranya diterima yaitu variabel DPK dan modal sendiri sedangkan tingkat pendapatan bagi hasil dan biaya agensi ditolak.⁴⁸

Penelitian lain yang dilakukan oleh Laely yang menyimpulkan bahwa upaya yang dilakukan oleh BMT Hubbul Wathon Sumowono Kabupaten Semarang untuk meningkatkan loyalitas nasabah adalah dengan menjaga hubungan baik dengan nasabah, selalu ramah terhadap nasabah, selalu menjaga kerahasiaan nasabah, serta memahami karakter dari nasabah. Dengan beberapa upaya tersebut, diharapkan nasabah tetap loyal pada BMT Hubbul Wathon Sumowono Kabupaten Semarang. Nasabah sudah loyal terhadap BMT Hubbul Wathon Sumowono dan

⁴⁷ Shohib Bistri, *Pengaruh Produk Pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) dan Biaya Administrasi Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muallamat Indonesia Cabang Pembantu Tulungagung*, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung, Skripsi, 2015

⁴⁸ Risma Martini, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembiayaan Musyarakah (Studi Kasus BMT Haniva Wonokromo Bantul)*, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Skripsi, 2010

pelaksanaan pembiayaan yang dilakukan oleh Hubbul Wathon Sumowono sudah baik dan hal tersebut sudah dibuktikan bahwa banyak responden yang setuju.⁴⁹

Untuk memberi gambaran dalam penelitian ini maka perlu kiranya membahas dari penelitian terdahulu yang ada kaitannya dengan penelitian ini.

Tabel 2.1
Penelitian terdahulu

No.	Aspek Perbandingan	Studi Terdahulu	Rencana Sripsi
1.	a. Judul	Pengaruh Kebijakan Pembiayaan Terhadap Pembiayaan Bermasalah	Pengaruh Toleransi, Potongan Administrasi Dan Loyalitas Nasabah Terhadap Keputusan Pemilihan Produk Musyarakah BTM Mentari.
	b. Pendekatan Teori	Pengertian kebijakan pembiayaan dan pembiayaan bermasalah	Pengertian toleransi, potongan administrasi, loyalitas, proses keputusan pembelian, pengertian <i>musyarakah</i>
	c. Fokus	Pengaruh kebijakan pembiayaan terhadap pembiayaan bermasalah	Pengaruh toleransi, potongan administrasi, dan loyalitas nasabah terhadap pemilihan <i>musyarakah</i>
	d. Metode Penelitian	Metode kuantitatif, pendekatan deskriptif	Metode kuantitatif, pendekatan deskriptif dengan menggunakan analisis faktor
	e. Waktu/Tempat	Dilakukan di wilayah karisidenan Surabaya	Penelitian ini akan dilakukan pada tahun 2015 di BTM Mentari Ngunut Tulungagung
2.	a. Judul	Penetapan Nisbah Bagi Hasil dalam Perjanjian	Pengaruh Toleransi, Potongan Administrasi Dan

⁴⁹ Ihryma Nur Laely, *Analisis Loyalitas Nasabah Pembiayaan dan Pendapatan BTM Hubbul Wathon Sumowono*, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Salatiga, Tugas Akhir, 2013

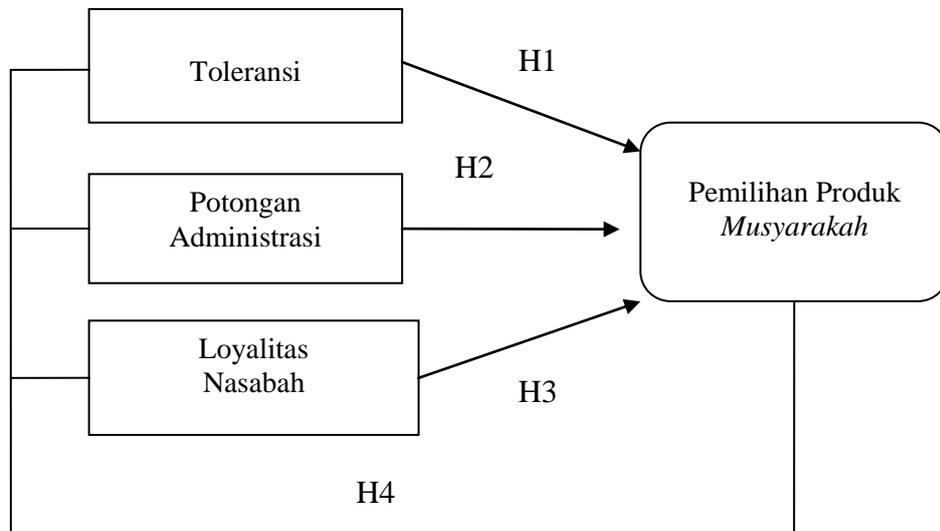
		<p>Pembiayaan Musyarakah pada BNI Syariah Padang</p> <p>b. Pendekatan Teori</p> <p>Pengertian Bank, perjanjian, nisbah bagi hasil, dan <i>Musyarakah</i></p> <p>c. Fokus</p> <p>Pengaruh nisbah bagi hasil terhadap pembiayaan <i>Musyarakah</i></p> <p>d. Metode Penelitian</p> <p>Metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif secara sistematis.</p> <p>e. Waktu/Tempat</p> <p>Dilakukan di BNI Syariah Padang tahun 2013</p>	<p>Loyalitas Nasabah Terhadap Keputusan Pemilihan Produk Musyarakah BTM Mentari.</p> <p>Pengertian toleransi, potongan administrasi, loyalitas, proses keputusan pembelian, pengertian <i>musyarakah</i></p> <p>Pengaruh toleransi, potongan administrasi, dan loyalitas nasabah terhadap pemilihan <i>musyarakah</i></p> <p>Metode kuantitatif, pendekatan deskriptif dengan menggunakan analisis faktor</p> <p>Penelitian ini akan dilakukan pada tahun 2015 di BTM Mentari Ngunut Tulungagung</p>
3.	<p>a. Judul</p> <p>b. Pendekatan Teori</p> <p>c. Fokus</p> <p>d. Metode Penelitian</p>	<p>Pengaruh Produk Pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) dan Biaya Administrasi Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat Indonesia Cabang Pembantu Tulungagung</p> <p>Pengertian KPR, biaya administrasi dan kepuasan nasabah</p> <p>Pengaruh pembiayaan KPR dan biaya administrasi terhadap kepuasan nasabah</p> <p>Metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif</p>	<p>Pengaruh Toleransi, Potongan Administrasi Dan Loyalitas Nasabah Terhadap Keputusan Pemilihan Produk Musyarakah BTM Mentari.</p> <p>Pengertian toleransi, potongan administrasi, loyalitas, proses keputusan pembelian, pengertian <i>musyarakah</i></p> <p>Pengaruh toleransi, potongan administrasi, dan loyalitas nasabah terhadap pemilihan <i>musyarakah</i></p> <p>Metode kuantitatif, pendekatan deskriptif dengan menggunakan analisis faktor</p>

	e. Waktu/Tempat	Dilakukan di Bank Muamalat Indonesia Cabang Pembantu Tulungagung tahun 2015	Penelitian ini akan dilakukan pada tahun 2015 di BTM Mentari Ngunut Tulungagung
4.	a. Judul	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pembiayaan <i>musyarakah</i>	Pengaruh Toleransi, Potongan Administrasi Dan Loyalitas Nasabah Terhadap Keputusan Pemilihan Produk Musyarakah BTM Mentari.
	b. Pendekatan Teori	Pembiayaan <i>musyarakah</i> , pengertian DPK, modal sendiri, pengertian NPF, tingkat pendapatan bagi hasil, pengertian biaya agensi	Pengertian toleransi, potongan administrasi, loyalitas, proses keputusan pembelian, pengertian <i>musyarakah</i>
	c. Fokus	Pengaruh DPK, modal sendiri, NPF, bagi hasil dan biaya agensi terhadap pemilihan <i>musyarakah</i>	Pengaruh toleransi, potongan administrasi, dan loyalitas nasabah terhadap pemilihan <i>musyarakah</i>
	d. Metode Penelitian	Metode kuantitatif, pendekatan deskriptif dengan menggunakan analisis faktor	Metode kuantitatif, pendekatan deskriptif dengan menggunakan analisis faktor
	e. Waktu/Tempat	Dilakukan tahun 2010 di BMT Haniva Wonokromo Bantul	Penelitian ini akan dilakukan pada tahun 2015 di BTM Mentari Ngunut Tulungagung
5.	a. Judul	Analisis Loyalitas Nasabah Pembiayaan dan Pendaapatan BMT Hubbul Wathon Sumowono	Pengaruh Toleransi, Potongan Administrasi Dan Loyalitas Nasabah Terhadap Keputusan Pemilihan Produk Musyarakah BTM Mentari.
	b. Pendekatan Teori	Loyalitas Nasabah, Pembiayaan, dan Pendapatan Lembaga.	Pengertian toleransi, potongan administrasi, loyalitas, proses keputusan pembelian, pengertian <i>musyarakah</i>
	c. Fokus	Analisis Loyalitas dan Pendapatan Terhadap BMT Hubbul Wathon	Pengaruh toleransi, potongan administrasi, dan loyalitas nasabah terhadap

	d. Metode Penelitian	Sumowono Metode kuantitatif dengan model sistematis, teori dan hipotesis yang dikaitkan dengan fenomena alam.	pemilihan <i>musyarakah</i> Metode kuantitatif, pendekatan deskriptif dengan menggunakan analisis faktor
	e. Waktu/Tempat	Penelitian ini dilakukan pada tahun 2013 di BMT Hubbul Wathon Sumowono kabupaten Semarang	Penelitian ini akan dilakukan pada tahun 2015 di BTM Mentari Ngunut Tulungagung

H. Kerangka Pemikiran

Gambar 2.3



Sumber : Kajian teoritik dan empirik yang relevan:

Keterangan :

1. Pengaruh toleransi terhadap pemilihan produk *muayarakah* didukung oleh teori yang dikemukakan oleh Ade Arthesa dan Edia Handiman.⁵⁰ Serta didukung oleh penelitian terdahulu oleh Aang Suryadi⁵¹ dan Adi Suryanto.⁵²
2. Pengaruh potongan administrasi terhadap pemilihan produk *musyarakah* didukung oleh teori Mintarjo.⁵³ Serta didukung oleh penelitian sohib Bisri,⁵⁴ dan Risma Martini.⁵⁵
3. Pengaruh loyalitas nasabah terhadap pemilihan produk *musyarakah* didukung oleh teori Sunarto⁵⁶ serta oleh penelitian terdahulu Ahmad Madalis⁵⁷ dan Ihryma Nur Laely.⁵⁸
4. Pengaruh toleransi, potongan administrasi dan loyalitas nasabah didukung oleh teori Ade Arthesa dan Edia Handiman⁵⁹, Mintarjo⁶⁰ dan Sunarto⁶¹ serta penelitian terdahulu yang dilakukan oleh dan Risma Martini.⁶²

⁵⁰ Ade Arthesa dan Edia Handiman, *Bank dan Lembaga Keuangan Bukan Bank...*, hal.204-205

⁵¹ Aang Suryadi, *Pengaruh Kebijakan Pembiayaan...*

⁵² Adi Suryanto Putra. *Penetapan Nisbah Bagi Hasil...*

⁵³ R.Mintardjo, *Praktik Akuntansi Bank...*, hal. 13-14

⁵⁴ Shohib Bisri, *Pengaruh Produk Pembiayaan...*

⁵⁵ Risma Martini, *Analisis Faktor-Faktor...*

⁵⁶ Sunarto, *Perilaku Konsumen...*, hal. 260-261

⁵⁷ Ahmad Madalis, *Meraih Loyalitas Pelanggan...*

⁵⁸ Ihryma Nur Laely, *Analisis Loyalitas...*

⁵⁹ Ade Arthesa dan Edia Handiman, *Bank dan Lembaga Keuangan Bukan Bank...*, hal.204-205

⁶⁰ R.Mintardjo, *Praktik Akuntansi Bank...*, hal. 13-14

⁶¹ Sunarto, *Perilaku Konsumen...*, hal. 260-261

⁶² Risma Martini, *Analisis Faktor-Faktor...*