

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Manajemen Risiko

Bank sangat penting dan berperan dalam mendorong perekonomian suatu bangsa. Budaya organisasi mempengaruhi risiko dan memiliki seperangkat keuntungan dan kerugian yang unik yang akan dihadapi perbankan, maka dalam rangka meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah diperlukan adanya penerapan prinsip tata kelola perusahaan yang baik. Terjadinya gagal bayar dalam sebuah operasional perbankan sangat dimungkinkan karena adanya keuntungan juga bersamaan dengan datangnya risiko. Setiap perusahaan memiliki model pemerigkatan sendiri dalam meminimalisir risiko salah satunya adalah konsep 5C, sehingga berpengaruh terhadap minat nasabah yang juga meningkatkan pula perekonomian suatu Negara. Komisariss yang baik menjalankan peran masing-masing anggota dan peran tim dalam menerapkan tata kelola perusahaan (*Good Corporate Governance*) yang baik. Tata kelola selalu dikaitkan dengan pembagian kekuasaan dan tanggung jawab, transparansi, dan akuntabilitas.

Tujuan pengelolaan perusahaan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan dan kekayaan pemegang saham (*maximizing value of company and wealth of shareholders*) nilai dan kekayaan ini pada prinsipnya adalah ekspektasi kinerja masa depan perusahaan. Ada dua variabel yang menjadi

pusat terbentuknya nilai dan kekayaan yaitu ekspektasi arus kas dan tingkat risiko. Semakin tinggi ekspektasi arus kas yang bisa dihasilkan perusahaan, semakin tinggi pula nilai dan kekayaan. Sebaliknya, semakin rendah ekspektasi arus kas menyebabkan semakin rendah nilai perusahaan dan kekayaan pemegang saham. Semakin tinggi tingkat risiko, semakin besar tingkat diskonto terhadap ekspektasi arus kas. Akibatnya semakin tinggi tingkat risiko maka semakin rendah nilai perusahaan dan kekayaan pemegang saham. Sebaliknya, semakin rendah tingkat risiko maka otomatis semakin tinggi nilai perusahaan dan kekayaan pemegang saham.

1. Budaya Sadar Risiko

a. Pengertian Budaya

Ada dua kekuatan dari faktor yang mempengaruhi minat konsumen, yaitu kekuatan sosial budaya dan kekuatan psikologis. Hal ini sesuai dengan pendapat William J. Stanton yang menyatakan: “*sociocultural and psychological force which influence consumers' buying behavior*”. Yaitu kekuatan budaya terdiri faktor budaya, tingkat sosial, kelompok anutan (*small reference groups*), dan keluarga. Sedangkan kekuatan psikologis terdiri dari pengalaman belajar, kepribadian, sikap dan keyakinan, gambaran diri (*self concept*).²⁴

Menurut Kusdi budaya atau kebudayaan berasal dari bahasa sansekerta yaitu *buddhaya*, yang merupakan bentuk jamak dari *buddhi* (budi dan akal) diartikan sebagai hal-hal yang berkaitan dengan budi dan

²⁴ William J. Stanton, *Fundamental of Marketing*, (New York: McGraw Hill Book Company Inc, 1978), hlm. 105.

akal manusia. Disini tampaknya menekan kepada aspek kolektif, bahwa budaya adalah hasil kerja dari sejumlah akal dan bukan hanya satu akal individu saja. Dalam bahasa inggris, kebudayaan berasal dari kata *culture*, yang berasal dari kata latin *colere*, yaitu mengelola, mengerjakan atau mengebudayakan.²⁵

Menurut Malinowski budaya adalah keseluruhan kehidupan manusia yang terdiri dari berbagai peralatan dan barang-barang konsumen, berbagai peraturan untuk kehidupan masyarakat, ide-ide dan hasil karya manusia, keyakinan dan kebiasaan manusia. Menurut edwar budaya adalah gabungan kompleks menyeluruh yang terdiri dari pengetahuan, keyakinan, seni, moral, hukum, adat kebiasaan dan berbagai kapabilitas lainnya serta kebiasaan apa saja yang diperoleh seorang manusia sebagai bagian dari sebuah masyarakat. Menurut wibowo menjelaskan budaya merupakan kegiatan manusia yang sistematis diturunkan dari generasi ke generasi melalui berbagai proses pelajaran untuk menciptakan cara hidup tertentu yang paling sesuai dengan lingkungan tempat tinggalnya.²⁶

Dari beberapa definisi diatas mengenai budaya, penulis menyimpulkan bahwa budaya adalah hasil kreatifitas manusia dari satu generasi ke generasi berikutnya yang sangat menentukan bentuk perilaku dalam kehidupannya sebagai anggota masyarakat. Juga suatu hal yang kompleks yang meliputi ilmu pengetahuan, kepercayaan, seni, moral, adat, kebiasaan, dan norma-norma yang berlaku pada masyarakat. Segala

²⁵ Adhitya Wijaya, *KAMUS LENGKAP*, (Surabaya: GIRI UTAMA), hlm. 81.

²⁶ Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen*, (Bandung: PT Refika Aditya. 2012), hlm, 39.

sesuatu yang ada dalam masyarakat yang menjadi sistem nilai yang dianut bersama, menjadi kebiasaan dan menjadi identitas bagi masyarakat tersebut.

b. Pengertian Sadar

George Herbert Mead menyatakan teori tentang manusia yang disebut teori mead. Manusia adalah makhluk yang sangat rasional dan menyadari keberadaan dirinya. Tiap tindakan yang dilakukan oleh manusia benar-benar disadari dan dimengerti oleh manusia. Abraham Maslow dalam teorinya Humanistik mengemukakan tentang kesadaran diri adalah mengerti dan memahami siapa diri kita, bagaimana menjadi diri sendiri, apa potensi yang kita miliki, gaya apa yang anda miliki, apa yang dirasakan, nilai-nilai apa yang kita miliki dan yakini, kearah mana perkembangan kita akan menuju. Robert L. Mathis dan John H. Jackson, mengemukakan berhasil tidaknya suatu organisasi dalam pencapaian tujuan akan banyak ditentukan oleh kesadaran individu-individu dalam menjalankan tugas yang diembangkannya, sebab manusia merupakan pelaksana kegiatan dalam rangka pencapaian tujuan.²⁷

c. Pengertian Risiko

Seperti yang di ungkapkan oleh kuncoro dan Suhardjono dalam menjalankan fungsinya bank selalu dihadapkan pada risiko usaha bank (*business risk*) yang dimaknai sebagai tingkat ketidak pastian mengenai

²⁷ Etheses"pengaruh disiplin kerja terhadap kesadaran menjalankan tugas", (UIN MALANG),hlm. 1-13.

suatu hasil yang diperkirakan atau yang diharapkan akan diterima. Hasil dalam hal ini merupakan keuntungan bank atau investor. Semakin tidak pasti hasil yang akan diperoleh oleh bank, semakin besar pula risiko yang dihadapi investor dan semakin tinggi pula premi risiko atau bunga yang diinginkan investor. Risiko-risiko yang berkaitan dengan usaha bank pada dasarnya dapat berasal dari sisi aktiva maupun sisi pasiva.

Risiko adalah ancaman atau kemungkinan suatu tindakan atau kejadian yang menimbulkan dampak yang berlawanan dengan tujuan yang ingin dicapai. Risiko juga merupakan peluang, risiko adalah sisi yang berlawanan dari peluang untuk mencapai tujuan. Risiko juga didefinisikan sebagai peluang terjadinya hasil yang tidak diinginkan, sehingga risiko hanya terkait dengan situasi yang memungkinkan munculnya hasil negative serta berkaitan dengan kemampuan memperkirakan terjadinya hasil negative. Kejadian risiko merupakan kejadian yang memunculkan peluang kerugian atau peluang terjadinya hasil yang tidak diinginkan. Sementara itu, kerugian risiko memiliki arti kerugian yang diakibatkan kejadian risiko baik secara langsung maupun tidak langsung. Kerugian itu sendiri dapat berupa kerugian financial maupun kerugian nonfinancial.²⁸

Menurut Eddie Cade Risiko adalah “*exposure to uncertainty of outcome.*” *Outcome* tidak berarti kerugian. Dalam kondisi tertentu, yaitu sebagaimana yang diharapkan, *outcome* tersebut dapat saja berupa

²⁸ Fachmi Basyaib, *Manajemen Risiko*, (Jakarta: PT Grafindo, 2007), hlm. 1.

keuntungan (*gain*). Menurut George J. Benston risiko bank sebagai kombinasi dari tingkat kemungkinan sebuah peristiwa terjadi disertai konsekuensi (dampak) dari peristiwa tersebut pada bank.

Dari beberapa definisi diatas mengenai budaya sadar risiko, penulis menyimpulkan bahwa budaya sadar risiko adalah Suatu hal yang meliputi ilmu pengetahuan, kepercayaan, moral, kebiasaan maupun norma-norma yang diwariskan dari generasi ke generasi yang berlaku di suatu tempat tertentu. Mengerti dan memahami apa potensi yang kita miliki, apa yang dirasakan, nilai-nilai apa yang kita miliki dan yakini, kearah mana perkembangan kita akan menuju. Sehingga dapat mengantisipasi timbulnya risiko yang diterima bank.

Secara umum terdapat beberapa risiko yang dihadapi perbankan. Pertama, risiko kredit adalah eksposur yang timbul sebagai akibat kegagalan pihak lawan (*counterparty*) memenuhi kewajibannya. Kedua, risiko pasar adalah eksposur yang timbul karena adanya pergerakan variabel pasar (suku bunga dan nilai tukar) dari portofolio yang dimiliki oleh bank, yang berbalik arah dari yang diharapkan (*adverse movement*), dapat menimbulkan kerugian bagi bank. Ketiga, risiko likuiditas adalah eksposur yang timbul antara lain karena bank tidak mampu memenuhi kewajibannya pada saat jatuh tempo. Keempat, risiko operasional adalah eksposur yang timbul antara lain karena adanya ketidak cukupan atau tidak berfungsinya proses internal (*process factors*). Kelima, risiko hukum adalah eksposur yang timbul karena adanya kelemahan aspek

yuridis, antara lain, disebabkan adanya tuntutan hukum, ketiadaan peraturan perundang-undangan yang mendukung, atau kelemahan perikatan seperti tidak dipenuhinya syarat sahnya suatu kontrak dan pengikatan agunan yang tidak sempurna.

Kesuksesan mengkomunikasikan dan mengintegrasikan manajemen risiko ke dalam sebuah organisasi bank tidak terletak pada tekniknya, tetapi pada manusia pengambil dan pengelola risiko. Masalah bank adalah sebuah lembaga yang unik, tidak hanya padat teknologi akan tetapi juga padat karya yang biasanya bertentangan. Ada banyak pegawai dan karakter, sikap (*attitude*) dan keterampilan yang berbeda-beda. Keragaman ini menuntut adanya budaya risiko yang diterapkan dalam sebuah organisasi.

Budaya perusahaan adalah suatu pola asumsi dasar yang dimiliki oleh anggota perusahaan yang berisi nilai-nilai, norma-norma dan kebiasaan yang mempengaruhi pemikiran, pembicaraan, tingkah laku, dan cara kerja karyawan sehari-hari, sehingga akan bermuara pada kualitas kinerja perusahaan. Dengan demikian, budaya perusahaan merupakan solusi yang secara konsisten dapat berjalan dengan baik, bagi sebuah kelompok dalam menghadapi persoalan-persoalan di dalam dan di luar kelompoknya.

Budaya perusahaan bank muamalat sebagai bank syariah pertama di Indonesia menjunjung tinggi nilai-nilai akhlak dan akidah sesuai prinsip

syariah, mulai dari rekrutmen, serta larangan menerima imbalan dalam bentuk apapun dari para nasabah dan mitra kerja. dan juga sangat tegas dalam menyikapi risiko reputasi yang ditimbulkan karyawan akibat perilaku yang tidak sesuai dengan tatanan budaya, etika dan hukum dan didukung oleh visi misi perusahaan yang jelas.

Manajemen risiko bank muamalat adalah proses membangun sistem kontrol untuk meminimalkan kemungkinan terjadinya kerugian atau dapat didefinisikan juga sebagai serangkaian prosedur dan metodologi yang sistematis yang digunakan untuk mengidentifikasi (*identification*), mengukur (*measure*), memantau (*monitor*) dan mengendalikan (*control*) risiko yang timbul dari kegiatan usaha bank muamalat.²⁹ Penerapan sistem manajemen risiko di bank muamalat untuk memberikan alat bantu bagi manajemen untuk memantau kepatuhan bank muamalat kepada ketentuan/hukum yang berlaku, kebijakan dan prosedur internal bank muamalat.

Fungsi penerapan sistem manajemen risiko bank muamalat dilakukan dengan proses sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi (*identify*), mengukur (*measure*), mengendalikan (*control*) dan memantau (*monitor*) risiko yang melekat pada

²⁹ Bank Muamalat Indonesia, “*Pengembangan dan Penguatan Budaya Sadar Risiko di Seluruh Tingkatan Organisasi*” dalam laporan direksi 2013, (Jakarta: Bank Muamalat Indonesia), hlm. 121.

aktivitas bank muamalat atau melekat pada portofolio bank muamalat.

2. Mengidentifikasi dan melakukan sosialisasi atas filosofi dan kebijakan mengenai manajemen risiko.
3. Memantau unit bisnis dalam mengembangkan usaha dan pengendalian risiko yang melekat, serta membantu unit operasional dalam memahami dan mengukur profil imbalan hasil terhadap risiko. Khusus untuk bidang pembiayaan, keputusan pembiayaan diambil oleh unit bisnis bersama-sama dengan *Risk Manajemen* berdasarkan *four eyes principles*.
4. Mengembangkan infrastruktur serta alat bantu berupa sistem pengukuran risiko (*risk measure system*) dalam upaya pengendalian risiko yang terukur.
5. Membudayakan proses kerja pengendalian risiko.

Dalam perkembangan sistem manajemen risiko bank muamalat bertujuan untuk menghembangkan dan mengimplementasikan konsep-konsep dan prinsip-prinsip manajemen risiko yang sesuai dengan kondisi dan budaya bank muamalat. Dengan mengembangkan sistem manajemen risiko ini, diharapkan bank muamalat dapat memanfaatkan permodalan yang tersedia secara lebih efektif dan tepat sasaran untuk pengembangan usaha dan sesuai sarana "*early warning system*" yang efektif dan efisien atas setiap risiko yang melekat pada usaha bank

muamalat. Dengan demikian “*early risk mitigation actions*” dapat dilaksanakan secara efektif.

2. Peningkatan Kualitas Tata Kelola Perusahaan

a. Pengertian Peningkatan kualitas

Kata kualitas memiliki banyak definisi yang berbeda mulai yang konvensional dari kualitas biasanya menggambarkan karakteristik suatu produk seperti kinerja (*performance*), keandalan (*reliability*), mudah dalam penggunaan (*easy of use*), estetika (*esthetics*), dan sebagainya. Kualitas dalam definisi strategis berarti segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan (*meeting the needs of customers*). Setiap orang mengartikannya secara berbeda-beda. Di bawah ini ada beberapa contoh definisi yang sering dijumpai antara lain:

- a. Kesesuaian dengan persyaratan/tuntutan.
- b. Kecocokan untuk pemakaian.
- c. Perbaikan/penyempurnaan berkelanjutan.
- d. Bebas dari kerusakan/cacat.
- e. Pemenuhan kebutuhan pelanggan semenjak awal dan setiap saat.
- f. Melakukan sesuatu secara benar semenjak awal dan setiap saat.
- g. Sesuatu yang bisa membahagiakan pelanggan.³⁰

b. Pengertian Tata Kelola Perusahaan

³⁰ M. Hamdani Pratama, *Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik*, (UNIVERSITAS AIRLANGGA, 2015), hlm. 93. Diakses pada 1 februari 2017

Good Corporate Governance atau tata kelola perusahaan adalah sistem yang dipergunakan dalam mengarahkan dan mengendalikan kegiatan bisnis perusahaan.³¹ *Good Corporate Governance* adalah ketentuan dan prosedur yang wajib diterapkan oleh dewan direksi dalam pengambilan keputusan yang terkait dengan kegiatan operasional perusahaan. Peraturan Bank Indonesia Nomor 8/4/PBI/2006 tanggal 30 januari 2006. *Good Corporate Governance* adalah suatu tata kelola yang menerapkan prinsip-prinsip keterbukaan (*transparency*), akuntabilitas (*accountability*), pertanggungjawaban (*responsibility*), independensi (*independency*), dan kewajaran (*fairness*).

Good Corporate Governace menurut World Bank, merupakan kumpulan hukum, peraturan, dan kaidah-kaidah yang wajib dipenuhi yang dapat mendorong kinerja sumber-sumber perusahaan bekerja secara efisien, menghasilkan nilai ekonomi jangka panjang yang berkesinambungan bagi para pemegang saham maupun masyarakat sekitar secara keseluruhan. Sementara itu dalam GCG *Whorkshop* Kantor Meneg PM BUMN Desember 1999, dirumuskan bahwa *good corporate governance* berkaitan dengan pengambilan keputusan yang efektif, yang bersumber dari budaya perusahaan, etika, nilai, sistem, proses bisnis, kebijakan, dan struktur organisasi yang bertujuan untuk mendorong dan mendukung pengembangan perusahaan, pengelolaan sumberdaya dan

³¹ Masyhud Ali, *Manajemen Risiko*, (Jakarta: PT RAJAGRAFINDO PERSADA, 2006), hlm. 334.

risiko secara lebih efisien dan efektif serta pertanggungjawaban perusahaan kepada pemegang saham dan *stakeholders* lainnya.

Menurut Hessel, ada tiga hal pokok yang *urgen* untuk menciptakan *good and clean governance* yaitu:

1. Pemberantasan KKN (korupsi, kolusi, nepotisme),
2. Disiplin anggaran dan penghapusan dana *nonbudgeter*,
3. Peningkatan fungsi pengawasan. *Corporate Governance* merujuk kepada sistem dan metode bagaimana perusahaan diarahkan, ditata, atau dikendalikan.

Corporate Governance juga meliputi ketentuan-ketentuan hukum dan kelaziman-kelaziman yang mempengaruhi arah dan tujuan-tujuan yang menggerakkan perusahaan. *Corporate Governance* juga dilihat sebagai proses pemantauan kinerja perusahaan dengan menerapkan langkah-langkah pencegahan yang tepat yang terkait dengan konsep-konsep seperti: transparansi, integrasi dan akuntabilitas. Mekanisme dan pengawasan *Corporate governance* disusun untuk inefisiensi akibat *moral hazard* dan *adverse selection*.

c. Penerapan *Good Corporate Governance*

Liberalisasi dan gejolak *financial market* yang meluas sejak awal tahun 1990-an telah meningkatkan persaingan di antara perbankan di hampir seluruh Negara. Agar sedikitnya dapat tetap bertahan dan kompetitif, perbankan memainkan memainkan jurus baru. Langkah-langkah strategis itu adalah sebagai berikut.

- a. Bank melakukan diversifikasi atas *exposure portfolio*-nya, sesuai dengan risiko-risiko dan tantangan yang dihadapi.
- b. Bank melakukan *continuous innovation* atas cara yang dilakukannya dalam mengendalikan *business* perbankan sambil disesuaikan dengan risiko-risiko yang terkait didalamnya.

Sementara itu, dengan semakin luasnya orientasi pasar yang diterapkan perbankan tersebut, pendekatan atas penerapan regulasi dan supervision terhadap perbankan-pun mengalami perubahan pula. Tanggungjawab dalam menjaga stabilitas sistem perbankan dan pasar keuanganpun yang menjalar dari satu Negara ke Negara lainnya, telah mengalami redefinisi. Perubahan pendekatan itu telah diterapkan pula oleh sejumlah *key-player* yang terkait dengan tanggung jawab pengendalian atas *financial* dan *operational risk* dalam perbankan tersebut.

Perubahan pendekatan inilah yang pada akhirnya menegaskan kembali perlunya peningkatan kualitas manajemen perbankan, khususnya yang terkait dengan *risk management process*. Hal itu terutama ditujukan agar diperoleh keyakinan yang kuat bagi dicapainya aspek keamanan dan stabilitas pada individual bank, maupun pada perbankan secara keseluruhan.

Prinsip-prinsip dan nilai-nilai bisnis yang diajarkan dan dipraktikan Nabi Muhammad SAW tersebut sangat identik dengan spirit GCG yang

dikembangkan saat ini. Dalam ajaran islam, *point-point* tersebut menjadi prinsip penting dalam aktivitas dan kehidupan seorang muslim. Islam sangat *intens* mengajarkan diterapkannya prinsip: adalah (keadilan), *tawazun* (keseimbangan), *mas'uliyah* (akuntabilitas), *akhlaq* (moral), *shidiq* (kejujuran), *amanah* (pemenuhan kepercayaan), *fatamah* (kecerdasan), *tabliq* (transparansi, keterbukaan), *hurriyah* (independensi dan kebebasan yang bertanggung jawab), *ihsan* (professional), *wasathan* (kewajaran), *ghirah* (militansi syariah), *idarah* (pengelolaan), *khifalah* (kepemimpinan), *aqidah* (keimanan), *ijabiyah* (berfikir positif), *raqabah* (pengawasan), *qira'ah* dan *ishlah* (organisasi yang terus belajar dan selalu melakukan perbaikan). Berdasarkan uraian diatas dapat dipastikan bahwa islam jauh mendahului kelahiran GCG (*Good Corporate Governance*) yang menjadi acuan bagi tata kelola perusahaan yang baik di dunia.

Dari definisi-definisi diatas, maka dapat disimpulkan bahwa prinsip-prinsip *good corporate governance* adalah :

1. Keadilan (*fairness*)
2. Transparansi (*transparency*)
3. Akuntabilitas (*akuntability*)
4. Tanggung jawab (*responsibility*)
5. Moralitas (*morality*)
6. Komitmen (*commitment*)
7. Kemandirian (*independent*)

Bankir syariah pionir penegakan GCG jika disbanding dengan para banker konvensional, maka banker syariah seharusnya lebih unggul dan terdepan dalam implementasi GCG di lembaga perbankan, mengingat lembaga perbankan syariah membawa nama agama ke dalam lembaga bisnis. Keharusan tampilnya banker syariah sebagai pionir penegakan GCG dibanding konvensional, menurut Al-Gaod dan Lewis karena permasalahan *governance* dalam perbankan syariah ternyata sangat berbeda dengan bank konvensional. Pertama, bank syariah memiliki kewajiban untuk memenuhi prinsip-prinsip syariah (*shariah compliance*) dalam menjalankan bisnisnya. Karenanya, Dewan Pengawas Syariah (DPS) memainkan peran yang penting dalam *governance struktur* perbankan syariah.

d. Urgensi Good Corporate Governance (GCG) Dalam Praktik Perbankan Syariah

Penerapan prinsip-prinsip GCG menjadi suatu keniscayaan bagi sebuah institusi, termasuk di dalamnya institusi bank syariah. Hal ini lebih ditujukan kepada adanya tanggung jawab public (*public accountability*) berkaitan dengan kegiatan operasional bank yang diharapkan benar-benar mematuhi ketentuan-ketentuan yang telah digariskan dalam hukum positif seperti Undang-undang Nomor 1 Tahun 1995 tentang Perseroan Terbatas dan Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perubahan

Atas Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, berikut peraturan-peraturan pelaksanaannya.³²

Di samping itu juga berkaitan dengan kepatuhan bank syariah terhadap prinsip-prinsip syariah sebagaimana yang telah digariskan dalam Al-Quran, Hadits, dan *Ijmak* para ulama. Sering dengan perkembangan, isu tentang GCG dan upaya pencarian struktur *governance* yang optimal mendapat perhatian luar biasa dalam kajian ekonomi dan debat kebijakan public. Respon terhadap GCG semakin meningkat setelah lembaga-lembaga krisis keuangan yang melanda berbagai Negara, terutama di Asia, pada tahun 1997 tidak lain adalah karena buruknya praktik pelaksanaan *Good Corporate Governance*.

Menurut Iqbal dan Mirakhor peningkatan tersebut secara keseluruhan dapat dinisbakan setidaknya ke dalam empat faktor penting, yaitu:

1. Pertumbuhan investor institusional, seperti institusi dana pension, perusahaan asuransi, perusahaan reksa dana, dan meningkatnya peran yang dimainkan oleh investor institusional ini dalam sektor financial, khususnya dalam ekonomi industrial besar. Sebagai akibatnya, cenderung terjadi gejala perubahan pola kepemilikan saham (khususnya di Amerika dan Inggris) yang mengarah pada konsentrasi kepemilikan perusahaan public ke tangan investor institusional tersebut.

³² Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perubahan Atas Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan.

2. Meluasnya keprihatinan dan kritik atas lemahnya pengawasan dan monitoring terhadap perusahaan-perusahaan public di Negara-negara Anglo-Saxon, khususnya Inggris dan Amerika Serikat, yang menyebabkan kurang optimalnya pembangunan ekonomi dan sosial.
3. Pergeseran dari pandangan tradisional tentang *Good Corporate Governance* yang berbasis pada pemegang saham kepada sebuah struktur *Good Corporate Governance* yang melingkari *stakeholder* yang lebih luas.
4. Semakin meningkatnya globalisasi pasar financial, kecenderungan global untuk deregulasi, dan liberalisasi aktivitas investor institusional, yang membawa dampak pada kebutuhan untuk lebih memperhatikan pengembangan *Good Corporate Governance*. Atas dasar hal di atas, maka OECD (*Organization for Economic Cooperation and Development*) menetapkan bahwa *Good Corporate Governance* merupakan hal yang penting yang harus diterapkan.

Sebab *Good Corporate Governance* mencakup serangkaian tata hubungan antara manajemen perusahaan, dewan pengurus, pemegang saham dan *stakeholder* lainnya. *Good Corporate Governance* juga menyediakan struktur untuk menyusun tujuan perusahaan, dan menentukan sarana untuk mencapai tujuan tersebut dan pemantauan kinerjanya. Atas dasar hal inilah, komite Basel, perspektif industry

perbankan, *Corporate Governance* mencakup metode bagaimana bisnis dan urusan-urusan bank dikelola oleh para pengurus dan manajemen, yang mempengaruhi bagaimana pengurus dan manajemen:

- a. Menyusun tujuan perusahaan.
- b. Mengoperasikan bisnis sehari-hari.
- c. Memenuhi kewajiban akuntabilitas terhadap para pemegang saham dan mempertimbangkan kepentingan *stakeholder* lain.
- d. Mengatur agar aktivitas dan perilaku perusahaan sejalan dengan harapan agar bank beroperasi secara aman dan baik.
- e. Melindungi kepentingan para deposan.

Penerapan *Good Corporate Governance* telah menjadi kewajiban semua bank umum yang beroperasi di Indonesia. Bank Indonesia juga tidak mau ketinggalan dalam menerapkan *Good Corporate Governance*. Kewajiban tersebut ditetapkan melalui Peraturan Bank Indonesia Nomor 8/4/PBI2006 tanggal 30 Januari 2006. Dasar pertimbangan PBI ini adalah sejalan dengan alasan Komite Nasional Kebijakan *Corporate Governance* (KNKCG) ketika pada tahun 2004 mengeluarkan Pedoman *Good Corporate Governnance* Perbankan Indonesia, dengan alasan:

- 1) Bank adalah lembaga intermediasi yang dalam menjalankan kegiatan usahanya bergantung pada dana masyarakat dan kepercayaan baik dari dalam maupun luar negeri.
- 2) Krisis perbankan di Indonesia yang dimulai akhir tahun 1997 terjadi bukan semata-mata diakibatkan oleh krisis ekonomi, tetapi

juga diakibatkan oleh belum dilaksanakannya GCG dan etika yang melandasinya.

- 3) Pelaksanaan GCG sangat diperlukan untuk membangun kepercayaan masyarakat dan dunia internasional sebagai syarat mutlak bagi dunia perbankan untuk berkembang dengan baik dan sehat.
- 4) GCG mengandung lima prinsip utama yaitu keterbukaan (*transparency*), akuntabilitas (*accountability*), tanggung jawab (*responsibility*), independensi (*independency*), serta kewajaran (*fairness*), dan diciptakan untuk dapat melindungi kepentingan semua pihak yang berkepentingan (*stakeholder*).
- 5) Pengaturan dan implementasi GCG memerlukan komitmen dari *top management* dan keseluruhan jajaran organisasi. Pelaksananya dimulai dari penetapan kebijakan dari dan kode etik yang harus dipatuhi oleh semua pihak dalam perusahaan.

Ada enam pertimbangan pokok yang dinyatakan secara eksplisit sebagai dasar dikeluarkannya PBI No.8/4/PBI/2006, yaitu:³³

1. Semakin meningkatnya risiko yang dihadapi bank.
2. Peningkatan kinerja bank, melindungi kepentingan *stakeholder*, serta meningkatkan kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan dan nilai-nilai etika yang berlaku umum pada industry perbankan.

³³ PBI No.8/4/PBI/2006 Tentang Pelaksanaan *Good Corporate Governance* Bagi Bank Umum.

3. Upaya untuk memperkuat kondisi internal perbankan nasional sesuai arsitektur Perbankan Indonesia.
4. Dewan Komisaris dan Direksi adalah organ perusahaan yang memegang peranan yang sangat penting dalam menciptakan GCG, karena itu perlu diberikan tanggung jawab khusus untuk penerapannya.
5. Adanya *check and balance* dari pihak-pihak independen terhadap pihak yang terikat dengan pemegang saham pengendali diperhitungkan akan meningkatkan pelaksanaan GCG.
6. Dinamika yang perlu direspon secara proporsional dalam rangka mengoptimalkan penetapan GCG bank.

Mengenai pengertian GCG dalam dunia perbankan di Indonesia, dapat kita baca dalam ketentuan Pasal 1 angka 6 Peraturan Bank Indonesia No. 8/4/PBI/2006 Tentang Pelaksanaan *Good Corporatae Governance* Bagi Bank Umum. Di situ disebutkan bahwa *good corporate overnance* adalah tata kelola bank yang menerapkan prinsip-prinsip keterbukaan (*transparency*), akuntabilitas (*accountability*), pertanggung jawaban (*responsibility*), independensi (*independency*), dan kewajaran (*fairness*).

Dalam bagian penjelasan umum PBI No. 8/4/PBI/2006 dikemukakan mengenai arti dari setiap prinsip GCG tersebut, yaitu sebagai berikut:

1. Transparansi (*transparency*) diartikan sebagai keterbukaan dalam mengemukakan informasi yang material dan relevan serta keterbukaan dalam melaksanakan proses pengambilan keputusan.
2. Akuntabilitas (*accountability*) yaitu kejelasan fungsi dan pertanggung jawaban bank sehingga pengelolaannya berjalan efektif.
3. Pertanggung jawaban (*responsibility*) yaitu kesesuaian pengelolaan bank dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan prinsip-prinsip pengelolaan bank yang sehat.
4. Independensi (*independency*) yaitu pengelolaan bank secara profesional tanpa pengaruh/tekanan dari pihak manapun.
5. Kewajaran (*fairness*) yaitu keadilan dan kesetaraan dalam memenuhi hak-hak *stakeholder* yang timbul berdasarkan perjanjian dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Perkembangan terakhir, Bank Indonesia pada tanggal 7 Desember 2009 telah menerbitkan PBI Nomor 11/33/PBI/2009 tentang pelaksanaan GCG bagi Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS), yang diberlakukan sejak 1 Januari 2010.³⁴ GCG pada lembaga keuangan, khususnya bank memiliki keunikan bila dibandingkan *governance* pada lembaga keuangan non-bank. Hal ini lebih disebabkan oleh kehadiran

³⁴ PBI Nomor 11/33/PBI/2009 Tentang Pelaksanaan GCG bagi Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS).

deposan sebagai suatu kelompok *stakeholder* yang kepentingannya harus diakomodir dan dijaga. Sementara itu khusus dalam perbankan syariah dikenal dengan adanya prinsip-prinsip syariah yang mendukung bagi terlaksananya prinsip GCG dimaksud, yakni keharusan bagi subjek hukum termasuk bank untuk menerapkan prinsip kejujuran (*shidiah*), edukasi kepada masyarakat (*tabliq*), kepercayaan (*amanah*), dan pengelolaan secara profesional (*fathanah*). *Corporate governance* merupakan suatu konsepsi yang secara riil dijabarkan dalam bentuk ketentuan/ peraturan yang dibuat oleh lembaga otoritas, norma-norma dan etika yang dikembangkan oleh asosiasi industry dan diadopsi oleh pelaku industry, serta lembaga-lembaga yang terkait dengan tugas dan peran yang jelas untuk mendorong disiplin, mengatasi dampak *moral hazard*, dan melaksanakan fungsi *check and balance*.

Sejumlah perangkat dasar yang diperlukan untuk pembentukan GCG pada bank syariah antara lain: sistem pengendalian intern, manajemen risiko, ketentuan yang mengarah pada peningkatan keterbukaan informasi, sistem akuntansi, mekanisme menjamin kepatuhan syariah dan audit ekstern. Ditinjau secara yuridis bank syariah bertanggung jawab kepada banyak pihak (*stakeholder*). Pihak dimaksud antar lain terdiri dari nasabah penabung, pemegang saham, investor obligasi, bank koresponden, regulator, pegawai perseroan, pemasok masyarakat dan yang terpenting adalah bertanggung jawab dengan nasabah pembiayaan.

Bank, khusus untuk meningkatkan pemenuhan prinsip syariah oleh bank paling tidak terdapat dua langkah penting yang perlu ditempuh, yaitu:

1. Perlunya mengefektifkan aturan dan mekanisme pengakuan (*endorsement*) dari otoritas fatwa dalam hal ini Dewan Syariah Nasional (DSN) dalam hal menentukan kehalalan atau kesesuaian produk dan jasa keuangan bank dengan prinsip syariah.
2. Perlunya mengefektifkan sistem pengawasan yang memantau transaksi keuangan bank sesuai dengan fatwa yang dikeluarkan oleh otoritas fatwa keuangan.

Mengenai peraturan GCG dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 30/POJK.05/2014 Tentang tata kelola perusahaan yang baik bagi perusahaan pembiayaan. Pada BAB I Ketentuan Umum Pasal 1:³⁵

Dalam peraturan otoritas jasa keuangan ini yang dimaksud dengan:

1. Perusahaan adalah perusahaan pembiayaan dan perusahaan pembiayaan syariah.
2. Perusahaan pembiayaan adalah badan usaha yang melakukan kegiatan pembiayaan untuk pengadaan barang dan/atau jasa.
3. Perusahaan pembiayaan syariah adalah perusahaan pembiayaan yang seluruh kegiatan usahanya melakukan pembiayaan syariah.

³⁵ Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 30/POJK.05/2014 “*TENTANG TATA KELOLA PERUSAHAAN YANG BAIK BAGI PERUSAHAAN PEMBIAYAAN*”

4. Pembiayaan syariah adalah penyaluran pembiayaan yang dilakukan berdasarkan prinsip syariah.
5. Prinsip syariah adalah ketentuan hukum Islam berdasarkan fatwa dan/atau pernyataan kesesuaian syariah dari Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia.
6. Unit usaha syariah yang selanjutnya disingkat UUS adalah unit kerja dari kantor pusat perusahaan pembiayaan yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor yang melaksanakan pembiayaan syariah.
7. Tata kelola perusahaan yang baik bagi perusahaan yang selanjutnya disebut tata kelola perusahaan yang baik adalah struktur dan proses yang digunakan dan diterapkan organ perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan hasil usaha dan mengoptimalkan nilai perusahaan bagi seluruh pemangku kepentingan secara akuntabel dan berlandaskan peraturan perundang-undangan serta nilai-nilai etika.

Dimaksud dalam penerapan tata kelola perusahaan yang baik menurut POJK Nomor 30/POJK.5./2014. Tentang perusahaan yang baik bagi perusahaan terdapat pada bab II pasal 2 yaitu:³⁶

- (1) Dalam melaksanakan kegiatannya, perusahaan wajib melaksanakan prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik dalam setiap usahanya pada seluruh tingkatan atau jenjang organisasi.

³⁶ Ibid, hlm. 6.

- (2) Prinsip tata kelola perusahaan yang baik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi:
- a. Keterbukaan (*transparency*), yaitu keterbukaan dalam proses pengambilan keputusan dan keterbukaan dalam pengungkapan dan penyediaan informasi yang relevan mengenai perusahaan, yang mudah diakses oleh pemangku kepentingan sesuai dengan peraturan perundang-undangan di bidang pembiayaan serta standar, prinsip, dan praktik penyelenggaraan usaha pembiayaan yang sehat.
 - b. Akuntabilitas (*accountability*), yaitu kejelasan fungsi dan pelaksanaan pertanggungjawaban Organ Perusahaan sehingga kinerja Perusahaan dapat berjalan secara transparan, wajar, efektif, dan efisien.
 - c. Pertanggungjawaban (*responsibility*), yaitu kesesuaian pengelolaan Perusahaan dengan peraturan perundang-undangan di bidang pembiayaan dan nilai-nilai etika serta standar, prinsip, dan praktik penyelenggaraan usaha pembiayaan yang sehat.
 - d. Kemandirian (*independency*), yaitu keadaan Perusahaan yang dikelola secara mandiri dan profesional serta bebas dari Benturan Kepentingan dan pengaruh atau tekanan dari pihak manapun yang tidak sesuai dengan peraturan perundang-undangan di bidang pembiayaan dan nilai-nilai etika serta standar, prinsip, dan praktik penyelenggaraan usaha pembiayaan yang sehat.

e. Kesetaraan dan kewajaran (*fairness*), yaitu kesetaraan, keseimbangan, dan keadilan di dalam memenuhi hak-hak Pemangku Kepentingan yang timbul berdasarkan perjanjian, peraturan perundang-undangan, dan nilai-nilai etika serta standar, prinsip, dan praktik penyelenggaraan usaha pembiayaan yang sehat.

(3) Penerapan Tata Kelola Perusahaan Yang Baik, bertujuan untuk:

- a) Mengoptimalkan nilai perusahaan bagi pemangku kepentingan, khususnya debitur, kreditur, dan/atau pemangku kepentingan lainnya.
- b) Meningkatkan pengelolaan perusahaan secara professional, efektif dan efisien
- c) Meningkatkan kepatuhan organ perusahaan dan DPS serta jajaran di bawahnya agar dalam membuat keputusan dan menjalankan tindakan dilandasi pada etika yang tinggi, kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan, dan kesadaran atas tanggung jawab sosial perusahaan terhadap pemangku kepentingan maupun kelestarian lingkungan.
- d) Mewujudkan perusahaan yang lebih sehat, dapat diandalkan, amanah dan kompetitif.
- e) Meningkatkan kontribusi perusahaan dalam perekonomian nasional.

(4) Pelaksanaan prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik sebagaimana yang dimaksud pada ayat (2) wajib dituangkan dalam suatu pedoman yang paling sedikit menguraikan hal-hal sebagai berikut:

- a) Tata cara pelaksanaan tugas dan tanggung jawab Dewan Komisaris dan Direksi.
- b) Kelengkapan dan tata cara pelaksanaan tugas komite-komite dan satuan kerja yang menjalankan fungsi pengendalian intern.
- c) Kebijakan dan prosedur penerapan fungsi kepatuhan audit intern, dan audit ekstern.
- d) Kebijakan dan prosedur penerapan manajemen risiko, termasuk sistem pengendalian intern.
- e) Kebijakan remunerasi.
- f) Kebijakan transparansi kondisi keuangan dan non keuangan.
- g) Tata cara penyusunan rencana jangka panjang serta rencana kerja dan anggaran tahunan.

e. Mengembangkan *Good Corporate Governance*

1. Infrastruktur bagi *Good Corporate Governance*

Terdapat beberapa rangkaian cara atau strategi dalam membangun infrastruktur yang diperlukan bagi pengembangan budaya *good corporate governance* yang sehat adalah sebagai berikut:

- 1) Pengembangan *corporate values* dan kode-etik (*code of conduct*) serta sikap dan perilaku standar yang diperlukan dalam mewujudkan tata kelola perusahaan yang sehat, sekaligus juga perlu dibangun sistem yang dapat dipergunakan untuk memastikan bahwa nilai-nilai itu benar-benar terwujud.
- 2) Penyusunan suatu *corporate strate* yang mengakomodasi dimungkinkan pengukuran keberhasilan perusahaan secara menyeluruh dan kontribusi perorangan yang mendukungnya.
- 3) Penetapan pembagian tanggung jawab dan kewenangan pengambilan keputusan yang jelas dan memadukan jenjang kewenangan tersebut mulai dari masing-masing pejabat terkait hingga dewan direksi.
- 4) Pembentukan mekanisme berlangsungnya keterkaitan dan kerja sama diantara dewan komisaris, *board of executive directors*, *senior manager* dan para auditor.
- 5) Perlu dibangunnya sistem control yang ketat (*strong control systems*) termasuk perkuatan atas *internal* dan *external audit function*, *risk management function*, pembentukan *business lines* yang independen satu sama lain serta mekanisme *checks and balances* lainnya.
- 6) Memberlakukan monitoring khusus atas *risk exposure* di mana terdapat konflik kepentingan antara para pihak terkait.
- 7) Perlunya pemberian *foinancial* dan *management incentives* sebagai dorongan untuk melaksanakan *code of conduct* yang telah ditetapkan manajemen bank.

- 8) Pembangunan komunikasi dinamis yang menjamin kelancaran arus informasi yang akurat dan tepat, baik secara internal, maupun dalam hubungan dengan masyarakat.

2. Pengembangan *Corporate Values*

Sedikitnya terdapat tiga aspek penting dalam pengembangan *corporate value* dalam perusahaan, khususnya bagi perbankan, yaitu sebagai berikut.

- 1) Bank menetapkan *strategic objectives* yang dicapai dalam kurun rentang waktu tertentu. Tanpa *strategic objectives* ini bank akan mengalami kesulitan dalam mengendalikan kegiatan operasionalnya karena bank menjadi tidak fokus dalam menggunakan sumberdaya yang dimiliki.
- 2) Bank harus member arah dalam pengembangan suatu “*corporate ethos*” yang harus dapat diadopsi oleh segenap jajaran manajemen bank.
- 3) Bank perlu melakukan pengembangan komunikasi dua arah yang dinamis dalam menyebarluaskan kedua aspek tersebut diatas.

Demikianlah dengan dilaksanakannya ketiga aspek tersebut secara konsisten dan berkesinambungan, jajaran manajemen dan staf dapat merasakan terbentuknya suatu *corporate values*.

3. Konsep 5C

1. Pengertian prinsip 5C

Memberikan suatu pembiayaan kepada calon debitur, suatu bank pasti mempunyai aturan-aturan dan tahapan pembiayaan yang harus dilaksanakan. Sebagaimana telah diatur dalam pasal 29 ayat (3) Undang-undang Perbankan menentukan bahwa dalam memberikan kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip bagi syari'ah dan melakukan kegiatan usaha lainnya, bank wajib menempuh cara-cara yang tidak merugikan bank dan kepentingan nasabah yang mempercayakan dananya kepada bank.³⁷

Salah satu tahapan pemberian pembiayaan yang harus dilalui bank adalah analisis pembiayaan dengan menggunakan prinsip 5C. Analisis pembiayaan merupakan suatu kegiatan penilaian terhadap beberapa aspek kualitatif maupun kuantitatif suatu lembaga untuk menentukan layak atau tidaknya permohonan suatu pembiayaan. Analisis pembiayaan adalah pekerjaan penguraian dari segala aspek baik keuangan maupun non keuangan serta penyajian alternatif-alternatif sebagai bahan pertimbangan untuk pengambilan keputusan pimpinan dari permohonan kredit nasabah.

Prinsip adalah sesuatu yang dijadikan pedoman dalam melaksanakan suatu tindakan. Sedangkan 5C adalah alat ukur yang digunakan oleh bank untuk menganalisis pengajuan pembiayaan dari nasabah dengan melihat aspek (*character, capacity, capital, collateral, dan condition*). Sehingga

³⁷ Muhammad, *Manajemen Pembiayaan Bank Syari'ah*, hlm. 54.

dapat disimpulkan bahwa pengertian prinsip 5C adalah suatu pedoman yang digunakan oleh dunia sector perbankan dalam menganalisis pengajuan pembiayaan dari calon debitur. Prinsip 5C menjadi acuan penilaian baik secara kualitatif maupun kuantitatif bagi bank untuk bisa mendapatkan data-data yang diperlukan guna pemberian pembiayaan yang sehat dan efektif artinya mampu dilunasi oleh debitur pada waktu yang telah ditentukan.

2. Dimensi 5C

Menurut ismail untuk mendapatkan keyakinan bahwa calon debitur akan mampu melunasi kreditnya, maka analisis kredit harus dilakukan dengan berpedoman pada prinsip dasar analisis kredit yaitu prinsip 5C. tersebut terdiri dari:³⁸

1) *Character*

Character menggambarkan watak dan kepribadian calon debitur. Bank perlu melakukan analisis terhadap karakter calon debitur dengan tujuan untuk mengetahui kewajiban membayar pinjaman sampai dengan lunas. Bank ingin meyakini *willingness to replay* dari calon debitur, yaitu keyakinan bank terhadap calon debitur bahwa calon debitur mau memenuhi kewajiban sesuai dengan jangka waktu yang telah diperjanjikan.

Bank ingin mengetahui bahwa calon debitur mempunyai karakter yang jujur, baik, mempunyai komitmen terhadap pelunasan kredit yang akan diterima dari bank. Cara yang perlu dilakukan oleh bank untuk mengetahui

³⁸ Ismail, *Manajemen Perbankan: Dari Teori Menuju Aplikasi*, (Jakarta : Kencana, 2010). Hlm. 112-116.

character calon debitur sadalah dengan melakukan penelitian yang mendalam tentang calon debitur.

2) *Capacity*

Capacity analisis terhadap *capacity* ini ditujukan untuk mengetahui kemampuan calon debitur dalam memenuhi kewajibannya sesuai jangka waktu kredit. Bank perlu mengetahui dengan pasti kemampuan calon debitur memenuhi kewajiban apabila bank memberikan kredit

3) *Capital*

Capital atau modal yang perlu disertakan dalam objek kredit perlu dianalisis yang lebih mendalam. Modal merupakan jumlah modal yang dimiliki oleh calon debitur atau jumlah dana yang akan disertakan dalam proyek yang dibiayai oleh calon debitur dalam objek pembiayaan akan semakin meyakinkan bagi bank akan keseriusan calon debitur dalam mengajukan kredit.

4) *Collateral*

Merupakan jaminan atau agunan yang diberikan oleh calon debitur atas kredit yang diajukan agunan merupakan sumber pembyatan kedua artinya apabila debitur tersebut tidak dapat membayar angsuran yang termasuk kredit macet, maka bank dapat melakukan eksekusi terhadap agunan. Hasil penjualan agunan digunakan sebagai sumber pembayaran kedua.

5) *Condition of Economy*

Condition of Economy merupakan analis terhadap kondisi perekonomian. Bank perlu mempertimbangkan sector usaha calon debitur dikaitkan dengan

kondisi ekonomi, apabila kondisi ekonomi tersebut pada usaha calon debitur di masa yang akan datang.

Upaya pencegahan pembiayaan bermasalah dengan melakukan analisis pembiayaan menggunakan prinsip 5C menjadi penting karena peranan dari setiap unsur-unsur penelitian terhadap permohonan pembiayaan.

Menurut kasmir prinsip dasar analisis kredit tersebut adalah :³⁹

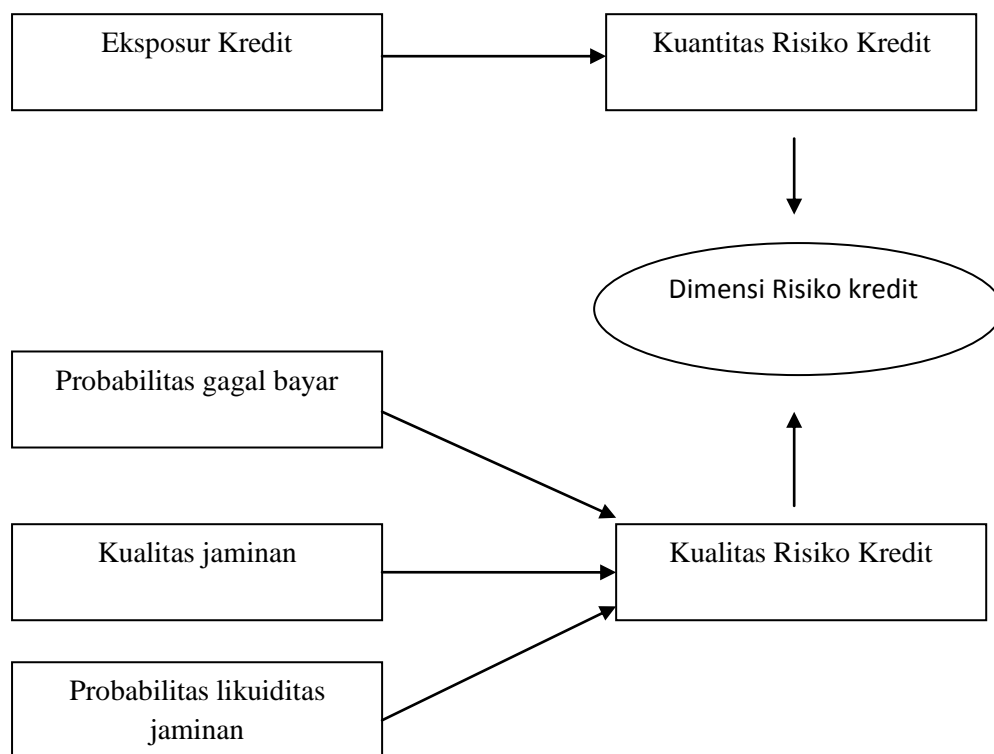
- 1) *Character* (karakter) meliputi sifat atau watak calon debitur. Karakter calon debitur dapat dilihat dari latar belakangnya, baik yang bersifat latarbelakang pekerjaan maupun bersifat pribadi seperti :ncara hidup yang dianutnya, keadaan keluarga, hobi, dan jiwa sosial.
- 2) *Capacity* (kemampuan) yaitu analisis untuk mengetahui kemampuan calon debitur membayar kredit.
- 3) *Capital* (modal) adalah melihat sumber modal yang digunakan termasuk presentase modal yang digunakan untuk membiayai proyek yang akan dijalankan berapa modal sendiri dan berapa modal pinjaman.
- 4) *Collateral* (jaminan) merupakan jaminan yang diberikan calon debitur baik bersifat fisik maupun non fisik.
- 5) *Condition* (kondisi) adalah untuk melihat kondisi atau prospek bidang usaha yang dibiayai hendaknya benar-benar memiliki prospek yang baik sehingga kemungkinan kredit tersebut pada usaha calon debitur di masa yang akan datang.

³⁹ Kasmir, *Dasar- Dasar Perbankan (Edisi Revisi)* , (Jakarta : Rajawali Pers, 2013), hlm.136.

3. Mengukur Risiko Kredit (Pembiayaan)

Besarnya risiko kredit terdiri dari dua faktor: besarnya eksposur kredit dan kualitas eksposur kredit. Besarnya eksposur kredit sama dengan besarnya pinjaman itu sendiri. Kualitas eksposur dicerminkan oleh kemungkinan gagal bayar dari debitur atau pembeli secara kredit dan kualitas dari jaminan yang diberikan oleh debitur atau pembeli kredit.

Gambar 1.1: Dimensi risiko kredit kuantitas dan kualitas



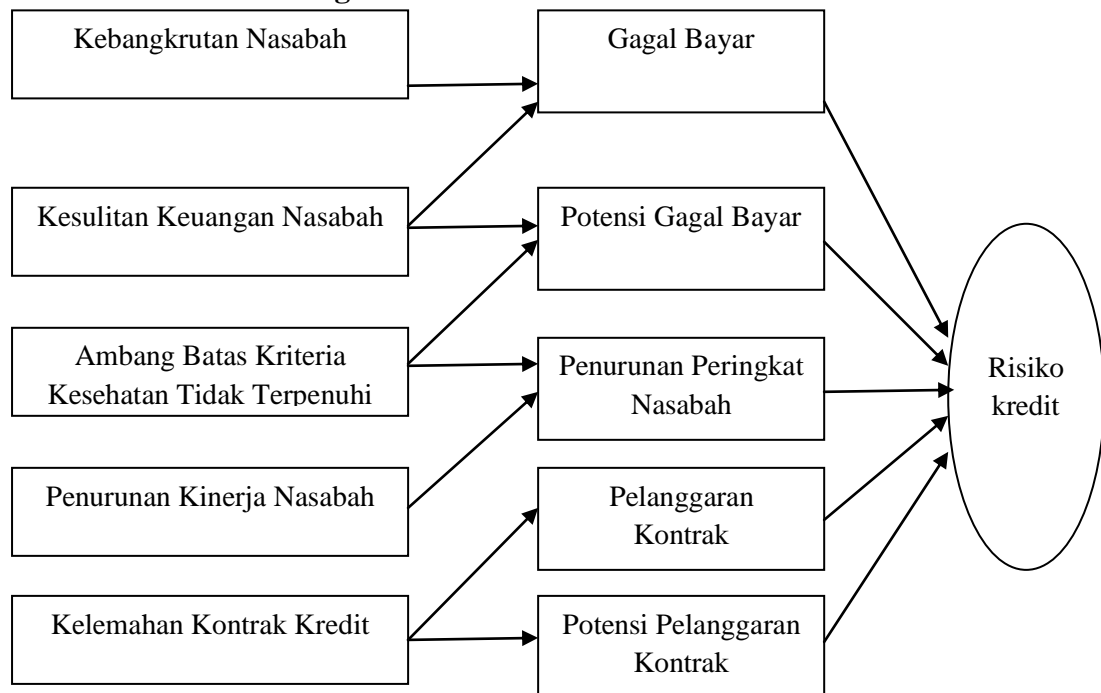
Sumber: Manajemen Risiko Korporate Terintegrasi⁴⁰

Ada kemungkinan kredit yang gagal bayar dapat diupayakan untuk diperoleh (*recovery*). Oleh karena itu, bagian penagihan tetap mengupayakan

⁴⁰ Brahmantyo Djohanputro, *Manajemen Risiko Korporate Terintegrasi*, (Jakarta: PPM, 2004), hlm. 75.

untuk melakukan *recovery* kredit. Dengan demikian, ada tiga jenis risiko yang membantu risiko kredit: risiko gagal bayar, risiko eksposur, dan risiko *recovery*.

Gambar 1.2: Kerangka Risiko Kredit



Sumber: Manajemen Risiko Korporate Terintegrasi⁴¹

f. Penerapan Konsep 5C dalam Risiko Gagal Bayar pada Kredit.

Setiap perusahaan memiliki model pemeringkatan sendiri. Namun secara umum, ada lima konsep yang sering digunakan, yang sering dikenal dengan konsep 5C, yaitu: *character*, *capital*, *capacity*, *collateral*, dan *condition*.

Karakter (*character*) berkaitan dengan perilaku calon kreditur atau mengenai keinginan untuk membayar dan memenuhi kewajiban.

⁴¹ Brahmantyo Djohanputro, Manajemen Risiko Korporate Terintegrasi, (Jakarta: PPM, 2004), hlm. 75.

Umumnya perusahaan menggunakan data masa lalu dari si calon mengenai *track record*-nya.

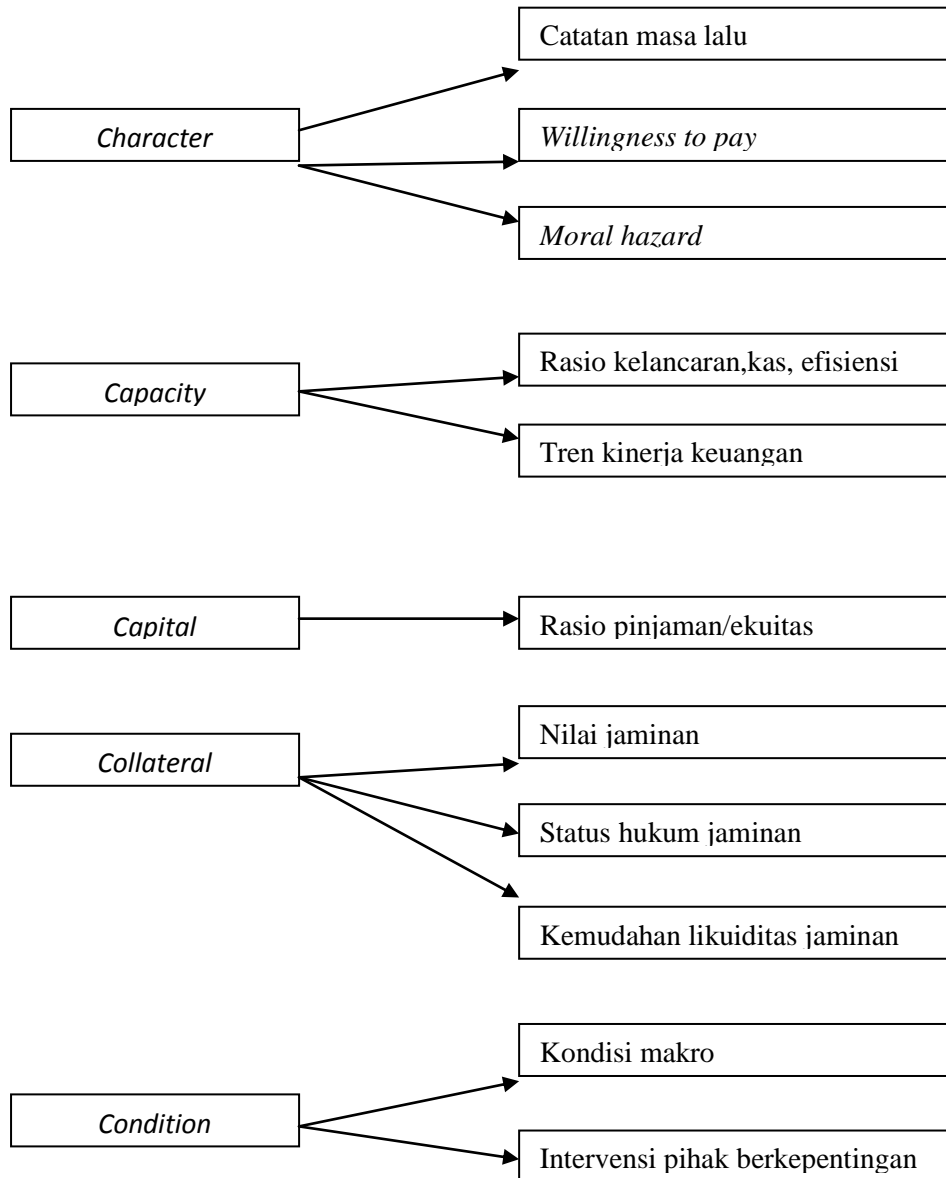
Kapasitas (*capacity*) menunjukkan kemampuan calon debitur atau pembeli secara kredit untuk membayar kewajiban pinjam meminjam. Potensi pembayaran kewajiban ini bisa dilihat dari laporan keuangan historis maupun performanya.

Modal (*capital*) ditunjukkan oleh perbandingan antara pinjaman dan modal sendiri(*ekuitas*).

Jaminan (*collateral*) merupakan piranti pengaman pinjaman yang terakhir. Jaminan akan dieksekusi apabila perusahaan debitur atau pembeli secara kredit tidak dapat membayar dan akan direstrukturisasi jika kreditur menentukan kebijakannya.

Kondision (*condition*) mengacu kepada kondisi eksternal perusahaan yang mempengaruhi mati hidupnya atau kelangsungan perusahaan termasuk kondisi ekonomi, politik, selera konsumen, lingkungan dan faktor lainnya.

Gambar 1.3: Konsep 5C.



Sumber: Manajemen Risiko Korporate Terintegrasi ⁴²

⁴² Brahmantyo Djohanputro, Manajemen Risiko Korpotate Terintegrasi, (Jakarta: PPM, 2004), hlm. 77.

4. Minat Nasabah

1. Pengertian Minat

Tiap individu mempunyai kecenderungan fundamental untuk berhubungan dengan sesuatu yang berada dalam lingkungannya, jika suatu itu memberikan kesenangan pada dirinya kemungkinan ia akan berminat terhadap sesuatu itu. Minat muncul apabila individu tertarik kepada sesuatu karena sesuai dengan kebutuhan atau merasakan bahwa sesuatu yang akan dipelajari dirasakan berarti bagi dirinya. Kebutuhan disini yaitu seperti kebutuhan akan aktualisasi diri, kebutuhan estesis, kebutuhan kognitif, kebutuhan akan penghargaan, kebutuhan cinta dan rasa memiliki, kebutuhan akan keamanan dan kebutuhan fisiologi.⁴³

Dilihat dari segi bahasa minat berarti “kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, keinginan”.⁴⁴ Dalam ensiklopedia umum disebutkan bahwa minat adalah “kecenderungan bertingkah laku yang terarah pada obyek kegiatan atau pengalaman tertentu”.⁴⁵ W.J.S. Poerwadarminta dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia menyatakan bahwa minat adalah perkataan atau ungkapan, kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu.⁴⁶

⁴³ Nigel C. Benson dan Simon Grove, *Mengenal Psikologi For Beginners*, (Bandung: Mirzan, 2000), cet. Ke-1, hlm. 110.

⁴⁴ Tim Penyusun Kamus, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1990), hlm. 583.

⁴⁵ Hasan Shadily, *Ensiklopedi*, Jakarta: Ichtiar Barn-van Hoeve, (1983), hlm. 2252.

⁴⁶ W.J.S. Poerwadarminta, *Kamus Ilmiah Bahasa Indonesia*, (Jakarta: PN. Balai Pustaka, 1984), hlm. 650.

Sedangkan minat menurut istilah, penulis kemukakan dari beberapa ahli dari psikologi sebagai berikut:

- a. Menurut Drs. Mahfudh Shalahuddin minat adalah “Perhatian yang mengandung unsur-unsur perasaan, minat adalah suatu sikap yang menyebabkan seseorang berbuat aktif dalam suatu pekerjaan. Dengan kata lain minat dapat menjadi sebab dari suatu kegiatan”.⁴⁷
- b. Menurut Muhibbin Syah minat adalah “Kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu”.⁴⁸
- c. Menurut Alisuf Sabri minat adalah “Suatu kecenderungan untuk selalu memperhatikan dan mengingat sesuatu secara terus menerus”.⁴⁹
- d. Slameto berpendapat minat adalah “suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktifitas tanpa adanya yang menyuruh”.⁵⁰
- e. Crow & Crow mengatakan “Minat atau *interest* bisa berhubungan dengan daya gerak yang mendorong kita untuk cenderung atau merasa tertarik pada orang, benda, kegiatan, ataupun bisa berupa pengalaman yang efektif yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri”.⁵¹
- f. Minat merupakan bentuk sikap seseorang berupa rasa lebih suka dan rasa ketertarikan suatu hal atau aktifitas tanpa ada yang menyuruh. Pengertian minat menurut bahasa ialah usaha dan kemauan untuk mempelajari dan

⁴⁷ Mahfudh Shalahuddin, *Pengantar Psikologi Pendidikan*, (Surabaya: PT. Bina Ilmu, (1990), hlm. 95.

⁴⁸ Alisuf Sabri, *Psikologi Pendidikan*, (Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya, (1996), hlm. 84.

⁴⁹ Muhibbin Syah, *Psikologi Pendidikan dengan Pendekatan Baru*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2001), hlm. 136.

⁵⁰ Slameto, *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*, (Jakarta: PT. Adi Mahasatya, 2002), hlm. 180.

⁵¹ L. Crow & A. Crow, *Psikologi Pendidikan*, (Yogyakarta: Nur Cahya, 1989), hlm. 302.

mencari sesuatu. Sedangkan pengertian minat menurut istilah adalah kesukaan dan kemauan terhadap suatu hal.

- g. Kemudian menurut komarudin membuat pengertian minat adalah perasaan suka atau tidak suka seseorang terhadap suatu objek baik peristiwa maupun benda. Pengukuran minat dapat dilakukan melalui serangkaian daftar pertanyaan.
- h. Menurut Sutjipto minat adalah kesadaran seseorang terhadap suatu soal atau sesuatu situasi mengandung sangkut paut dengan dirinya. Sedangkan menurut Walgito minat adalah merupakan salah satu motif objektif (*objectif motivase*) yang tertuju pada sesuatu yang khusus. Apabila individu telah mempunyai minat terhadap sesuatu maka perhatiannya dengan akan tertarik terhadap objek tersebut.

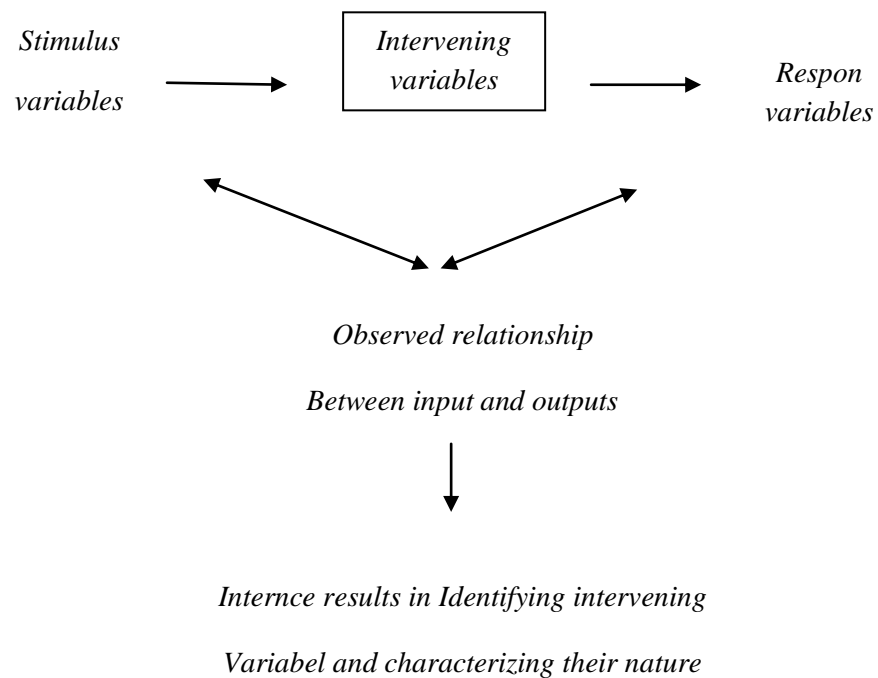
Dari beberapa pendapat yang dikemukakan para ahli psikologi diatas dapat disimpulkan bahwa minat adalah suatu kecenderungan yang erat berkaitannya dengan perasaan terutama perasaan senang (positif) terhadap sesuatu yang dianggapnya berharga atau sesuai kebutuhan dan member kepuasan kepadanya. Sesuatu itu dapat berupa aktifitas, orang, pengalaman atau benda yang dapat dijadikan sebagai stimuli atau rangsangan yang memerlukan respon terarah. Apabila sesuatu itu dianggapnya sesuai dengan kebutuhan atau menyenangkan baginya maka sesuatu itu akan dilaksanakan. Namun sebaliknya apabila sesuatu itu tidak menyenangkan maka sesuatu itu akan ditinggalkannya.

2. Kebutuhan nasabah pemicu timbulnya minat.

a. Pengertian kebutuhan

Kebutuhan dapat didefinisikan sebagai suatu kesenjangan atau pertentangan yang dialami antar suatu kenyataan dengan dorongan yang ada dalam diri.⁵² Apabila nasabah kebutuhannya tidak terpenuhi, ia akan menunjukkan perilaku kecewa. Sebaliknya, jika kebutuhan terpenuhi, konsumen akan memperlihatkan perilaku yang gembira sebagai manifestasi rasa puasnyanya.

Gambar : 1.4 Teori Kebutuhan



Sumber: Perilaku konsumen⁵³

Kebutuhan merupakan fundamental yang mendasari perilaku konsumen.

Kita tidak mungkin memahami perilaku konsumen tanpa mengerti

⁵²Anwar Prabu Mangkunegara, “*Perilaku Konsumen*”, (Bandung: PT Rafika Aditama, 2002), hlm. 6.

⁵³ Ibid, hlm 8.

kebutuhannya. Kebutuhan konsumen mengandung elemen dorongan biologis, fisiologis, psikologis, dan sosial.

b. Tipologis Kebutuhan

a) Hierarki kebutuhan menurut Teori Abraham Maslow

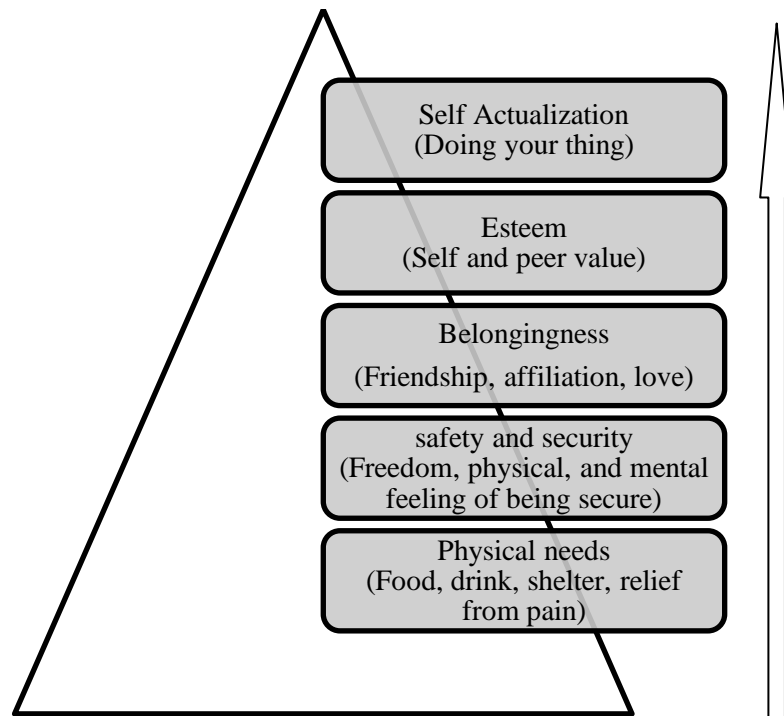
Abraham Maslow berpendapat bahwa hierarki kebutuhan manusia adalah.⁵⁴

1. Kebutuhan fisiologis, yaitu kebutuhan untuk makan, minum, perlindungan fisik, bernafas, seksual. Kebutuhan ini merupakan kebutuhan tingkat-tingkat terendah atau disebut pula sebagai kebutuhan paling dasar.
2. Kebutuhan rasa aman, yaitu kebutuhan akan perlindungan dari ancaman, bahaya, pertentangan, dan lingkungan hidup.
3. Kebutuhan untuk merasa memiliki, yaitu kebutuhan untuk diterima oleh kelompok, berafiliasi, berinteraksi, dan kebutuhan untuk mencintai dan dicintai.
4. Kebutuhan akan harga diri, yaitu kebutuhan untuk dihormati dan dihargai oleh orang lain.
5. Kebutuhan untuk aktualisasikan diri, yaitu kebutuhan untuk menggunakan kemampuan, skill, dan potensi, kebutuhan untuk berpendapat dengan menemukan ide-ide, member penilaian dan kritikan terhadap sesuatu. Hierarki kebutuhan dari Abraham

⁵⁴ Ibid., hlm. 6.

Maslow ditunjukkan dengan bentuk pyramid pada gambar dibawah ini.

Gambar 1.5: Hierarki kebutuhan dari Abraham Maslow



Sumber: Perilaku konsumen⁵⁵

Selanjutnya Abraham Maslow mengemukakan bahwa orang dewasa dapat memuaskan kira-kira 85 persen kebutuhan fisiologis, 70 persen kebutuhan rasa aman, 50 persen kebutuhan untuk memiliki dan mencintai, 40 persen kebutuhan harga diri, dan hanya 10 persen kebutuhan aktualisasi diri.

Gerald Zaltman dan Melanie Wallendorf mengemukakan bahwa berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat korelasi positif

⁵⁵ Ibid, hlm 9.

antara posisi hierarki kebutuhan perbedaan suatu produk. Tingkat kebutuhan yang lebih tinggi akan menunjukkan perbedaan yang lebih besar terhadap suatu produk.

b) Kebutuhan menurut David McClelland

David McClelland mengemukakan bahwa ada tiga macam kebutuhan yaitu:⁵⁶

- 1) *Need for achievement*, yaitu kebutuhan untuk berprestasi yang merupakan refleksi dari dorongan akan tanggung jawab untuk pemecahan masalah. Seorang yang kebutuhan berprestasinya tinggi cenderung untuk berani mengambil risiko.
- 2) *Need for affiliation*, yaitu kebutuhan untuk berafiliasi yang merupakan dorongan untuk berinteraksi dengan orang lain, berada bersama orang lain, tidak mau melakukan sesuatu yang merugikan orang lain.
- 3) *Need for power*, yaitu kebutuhan akan kekuasaan yang merupakan refleksi dari dorongan untuk mencapai autoritas, untuk memiliki pengaruh kepada orang lain.

3. Unsur-unsur minat

Sebagaimana yang dikemukakan oleh Abdurrahman Abror dalam bukunya Psikologi Pendidikan bahwa minat itu mengandung tiga unsur, yaitu:

⁵⁶ Ibid., hlm. 7.

- a. Unsure kognisi (mengetahui) dalam pengertian bahwa minat itu didahului oleh pengetahuan dan informasi mengenai obyek yang dituju oleh minat tersebut.
- b. Unsure emosi (perasaan) karena dalam partisipasi atau pengalaman itu disertai dengan perasaan tertentu (biasanya perasaan senang)
- c. Unsure konasi (kehendak) merupakan kelanjutan dari dua unsure diatas yaitu diwujudkan dalam bentuk kemauan dan hasrat untuk melakukan suatu kegiatan.⁵⁷

Dengan unsure-unsur yang dikandung oleh minat tersebut maka minat dapat dianggap sebagai respon sadar, sebab kalau tidak demikian maka minat tidak akan berarti apa-apa.

4. Indikator minat

Setiap individu memiliki perbedaan dalam beberapa hal, misalnya saja pada minatnya. Perbedaan itu dapat diketahui melalui gejala-gejala yang ditampakan oleh individu itu sendiri.

Seorang siswa yang sedang belajar di sekolah, minatnya dapat diketahui oleh guru yang mengajarnya melalui indikator minat diantaranya:

- a. Adanya perhatian dan kesadaran terhadap suatu benda atau objek apabila kita mencurahkan perhatian pada suatu benda atau obyek, maka kita akan menyadari benda itu sepenuhnya. Artinya pada saat

⁵⁷ Abdurahman Abror, *Psikologi pendidikan*, (Yogyakarta: PT. Tiara Wacana, 1993), hlm. 112.

itu hanya benda itulah yang paling kita sadari, sedang benda-benda lain disekitarnya memang sedikit banyak masih kita sadari, meskipun tingkatan derajatnya tidak sama.⁵⁸

b. Adanya perasaan (biasanya perasaan senang)

Perasaan berkaitan erat dengan pengenalan, dialami oleh setiap individu dengan rasa suka atau tidak suka, duka atau gembira dalam bermacam gradasi atau derajat tingkatan.⁵⁹ Perasaan yang merupakan indikator minat yang menunjukkan belajar adalah perasaan senang, suka, gembira ketika individu melakukan proses pengenalan terhadap obyek yang dituju.

c. Adanya dorongan (Motivasi Force)

Dorongan untuk belajar yang timbul pada diri individu siswa akan berperan sebagai “Motivasi Force” yaitu sebagai kekuatan yang akan mendorong siswa untuk tekun belajar.

d. Adanya sikap

Setiap perilaku dapat mencerminkan seseorang siswa apakah ia berminat pada mata pelajaran yang sedang diajarkan oleh guru bidang studi tertentu atau ia kurang berminat bahkan tidak berminat. Sikap bukanlah dibawa sejak lahir tetapi dipelajari dan dikembangkan melalui pengalaman-pengalaman yang dialami oleh individu. Oleh sebab itu tidaklah mengherankan apabila kualitas sikap dari segi intensitasnya

⁵⁸ M Alisuf Sabri, *Pengantar Psikologi Umum & Perkembangan*, (Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya, (1993), hlm. 43.

⁵⁹ Kartini Kurtono, *Patologi Sosial 3: Gangguan kejiwaan*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, hlm. 129.

berbeda-beda, karena daya atau kekuatan sstimulasi dan keadaan fisik serta jiwa (emosi dan motivasi) individu tidak sama.

Definisi sikap yang dikemukakan oleh Gordon Allport seperti yang dikutip oleh Abdurrahman Abror sebagai berikut: “Sikap adaklah keadaan kesiapan metal dan susunan syaraf yang mempengaruhi atau yang dinamis terhadap respon individu atas semua obyek atau suituasi yang berhubungan” sikap memiliki tiga aspek, ketiga aspek tersebut yang dimaksud menurut Triandis adalah:

1. Kognitif, yaitu mengenai gagasan preposisi-preposisi yang menyatakan hubungan antara situasi dan objek sikap. Gagasan pokok yang digunakan aspek ini adalah jika individu menghadapi ketidaktetapan atau ketidaksesuaian (*inconsistency or dissonance*) di antara kepercayaan atau pendirian maka akan berusaha keras untuk mencapai ketetapan dan dalam proses ini sikapnya bisa mengalami perubahan.
2. Afektif, yaitu mengenai emosi atau perasaan yang menyertai gagasan, dapat bersifat positif (menyenangkan) dan mungkin pula bersifat negative (tidak menyenangkan).
3. Konatif, yaitu mengenai kecenderungan atau kesiapan untuk bertidak, jenis-jenis tindakan yang diambil individu jelas sangat dipengaruhi oleh sikap.⁶⁰ Berdasarkan ketiga aspek tersebut maka dapat disimpulkan bahwa sikap itu penting untuk dimiliki oleh setiap indoividu atau peserta didik, karena “sikap dalam proses belajar berfungsi sebagai “*Motivasi*

⁶⁰ Abdur Rahman Abror, *Psikologi Pendidikan*, (Yogyakarta: PT Tiara Wacana, 1993), hlm. 108.

Force” yaitu sebagai kekuatan yang akan menggerakkan orang untuk belajar. Jadi siswa sebagai kekuatan yang akan menggerakkan orang untuk belajar. Jadi siswa yang sikapnya negative (menolak/tidak senang) kepada pelajaran atau gurunya, tidak akan tergerak untuk belajar, sebaliknya siswa yang sikapnya positif akan digerakkan oleh sikap yang positif itu untuk mau belajar.

Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkah laku nasabah untuk memutuskan membeli produk adalah berbeda-beda untuk masing-masing pembeli disamping produk yang dibeli. Faktor-faktor tersebut adalah :

1. Kebudayaan

Kebudayaan ini sifatnya sangat luas dan menyangkut segala aspek kehidupan manusia. Kebudayaan adalah simbol fakta yang kompleks, yang diciptakan oleh manusia, diturunkan dari generasi penentu dan pengatur tingkah laku manusia dalam masyarakat yang ada.

2. Kelas sosial

Faktor sosial kebudayaan lain dapat dipengaruhi pandangan serta tingkah laku pembeli adalah kelas sosial. Pada dasarnya masyarakat kita dapat mengelompokkan dalam tiga golongan yaitu :

- a. Golongan atas

Yang termasuk golongan ini antara lain : pengusaha, pengusaha kaya, pejabat tinggi.

- b. Golongan menengah

Yang termasuk golongan ini antara lain : karyawan instansi pemerintah, pengusaha, menejer menengah.

c. Golongan bawah

Yang termasuk golongan ini antara lain : karyawan rendah, pegawai rendah, buruh-buruh pabrik, pedagang kecil dll.

3. Kelompok referensi kecil

Kelompok kecil ini juga mempengaruhi perilaku seseorang dalam pembeliannya dan sering dijadikan pedoman oleh konsumen dalam bertingkah laku. Oleh karena itu, konsumen selalu mengawasi kelompok tersebut baik tingkah laku fisik maupun mentalnya.

4. Keluarga

Dalam keluarga masing-masing anggota dapat berbuat hal yang berbeda untuk membeli sesuatu. Setiap anggota keluarga memiliki selera dan keinginan yang berbeda.

5. Pengalaman

Pengalaman dapat mempengaruhi seseorang dalam bertingkah laku. Pengalaman dapat diperoleh dari semua perbuatannya dimasa lalu atau dapat dipelajari, sebab dengan belajar seseorang dapat memperoleh pengalaman. Penapsiran dan peramalan proses belajar konsumen merupakan kunci untuk mengetahui pembelinya.

6. Kepribadian

Kepribadian dapat didefinisikan sebagai pola individu yang menentukan tanggapan untuk bertindak laku. Adapun variabel yang dapat mencerminkan kepribadian seseorang yaitu aktifitas, minat dan opini.

7. Sikap dan Kepercayaan

Sikap dan kepercayaan merupakan faktor yang ikut mempengaruhi pandangan dan perilaku pembelian konsumen. Sikap itu sendiri dipengaruhi oleh kepercayaan dan kepercayaan juga mempengaruhi sikap. Sikap adalah suatu kecenderungan yang dipelajari untuk bereaksi terhadap penawaran produk dalam masalah yang baik maupun yang kurang baik secara konsisten.

8. Konsep Diri

Faktor lain yang menentukan tingkah laku pembeli adalah konsep diri merupakan cara bagi seseorang untuk melihat dirinya sendiri, pada saat yang sama ia punya gambaran tentang diri orang lain. Beberapa psikolog membedakan konsep diri ini kedalam : (1) konsep diri yang sesungguhnya, dan (2) konsep diri yang ideal.

5. Pembiayaan Murabahah

1. Pengertian Murabahah

Murabahah adalah perjanjian jual-beli antara bank dan nasabah dimana Bank Syariah membeli barang yang diperlukan oleh nasabah dan kemudian menjualnya kepada nasabah yang bersangkutan sebesar harga perolehan

ditambah dengan margin atau keuntungan yang disepakati antara Bank Syariah dan nasabah.⁶¹

Murabahah adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (*margin*) yang disepakati oleh penjual dan pembeli. Akad ini merupakan salah satu bentuk *natural certainty contracts*, karena dalam *murabahah* ditentukan berapa *required rate of profit*-nya (keuntungan yang ingin diperoleh). Ringkasnya “keuntungan yang disepakati”, karakteristik *murabahah* adalah si penjual harus memberitahu pembeli tentang harga pembelian barang dan menyatakan jumlah keuntungan yang ditambahkan pada biaya tersebut.⁶²

2. Landasan Syariah

1. Al-Qur'an

Landasan hukum dalam QS. Al Baqarah ayat 275:

... وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ...

Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.

2. Menurut para Mahzab

- a. Para ulama mazhab berbeda pendapat tentang biaya apa saja yang dapat dibebankan kepada harga jual barang tersebut. Misalnya, ulama mazhab Maliki membolehkan biaya-biaya yang langsung terkait dengan transaksi jual beli itu dan biaya-biaya yang tidak langsung

⁶¹ M. Nadratuzzaman Hosen dan AM. Hasan Ali, *Kamus Populer Keuangan dan Ekonomi Syariah*, (Jakarta: PKES Publishing, 2007), hlm. 57.

⁶² Ibnu Rusyd, *Bidayatul Mujtahid wa Nihayatul Muqtashid, II*, hlm. 293.

terkait dengan transaksi tersebut, namun memberikan nilai tambahan pada barang itu.⁶³

- b. Ulama mahzab Syafi'i membolehkan membebankan biaya-biaya yang secara umum timbul dalam suatu transaksi jual beli kecuali biaya tenaga kerjanya sendiri karena komponen ini termasuk dalam keuntungannya. Begitu pula biaya-biaya yang tidak menambah nilai barang tidak boleh dimasukan sebagai komponen biaya.⁶⁴
- c. Ulama mahzab Hanafi membolehkan membebankan biaya-biaya yang secara umum timbul dalam suatu transaksi jual beli, namun mereka tidak membolehkan biaya-biaya yang memang semestinya dikerjakan oleh si penjual.⁶⁵
- d. Ulama mahzab Hambali berpendapat bahwa semua biaya langsung maupun tidak langsung dapat dibebankan pada harga jual selama biaya-biaya itu harus dibayarkan kepada pihak ketiga dan akan menambah nilai barang yang dijual.⁶⁶

Secara ringkas, dapat dikatakan bahwa keempat mahzab membolehkan pembebanan biaya langsung yang harus dibayarkan kepada pihak ketiga. Keempat mahzab sepakat tidak membolehkan pembebanan biaya langsung yang berkaitan dengan pekerjaan yang memang semestinya dilakukan penjual maupun biaya langsung yang berkaitan dengan hal-hal yang

⁶³ A Dawsk Hasheite, al-Dawski *'ala Shahril-Kabir*, hal. 160; al-Qurthubi, II, hlm. 40.

⁶⁴ Al-Syarbini, *Mughni al-Muhtaj a'ala Ma'arif Ma'ani Alfad al-Minhaji*, hlm. 78.

⁶⁵ Al-Kasani, *Bada'us-Sana' fi Tartibisy-Syara'*: *Syarah Tuhfatul-Fuqaha lil-Samarqandi*, hlm. 223.

⁶⁶ Al-Bahuti, *Kasyaful-Qina' an Matin al-Aqna*, III, hlm. 234.

berguna. Keempat mazhab juga membolehkan pembebanan biaya tidak langsung yang dibayarkan kepada pihak ketiga dan pekerjaan itu harus dilakukan oleh pihak ketiga. Bila pekerjaan itu harus dilakukan oleh si penjual, mazhab Maliki tidak membolehkannya, sedangkan ketiga mazhab lainnya membolehkannya. Mazhab yang empat sepakat tidak membolehkan pembebanan biaya tidak langsung bila tidak menambah nilai barang atau tidak berkaitan dengan hal-hal yang berguna.

3. Rukun dan Syarat Murabahah

a. Rukun Jual Beli

- 1) Penjual (Ba'i)
- 2) Pembeli (musytaria)
- 3) Objek Jual Beli

4) Harga (Tsaman)

- i. Harga Beli
- ii. Margin Keuntungan
- iii. Harga Jual

5) Ijab Kabul

a. Syarat Jual Beli

1. Pihak yang berakad :
 - i. Ridha / kerelaan dua belah pihak
 - ii. Punya kewenangan untuk melakukan jual beli
 - iii. Nasabah harus cakap hukum

iv. Nasabah / pembeli mempunyai kemampuan untuk membayar

6. Bank Syariah

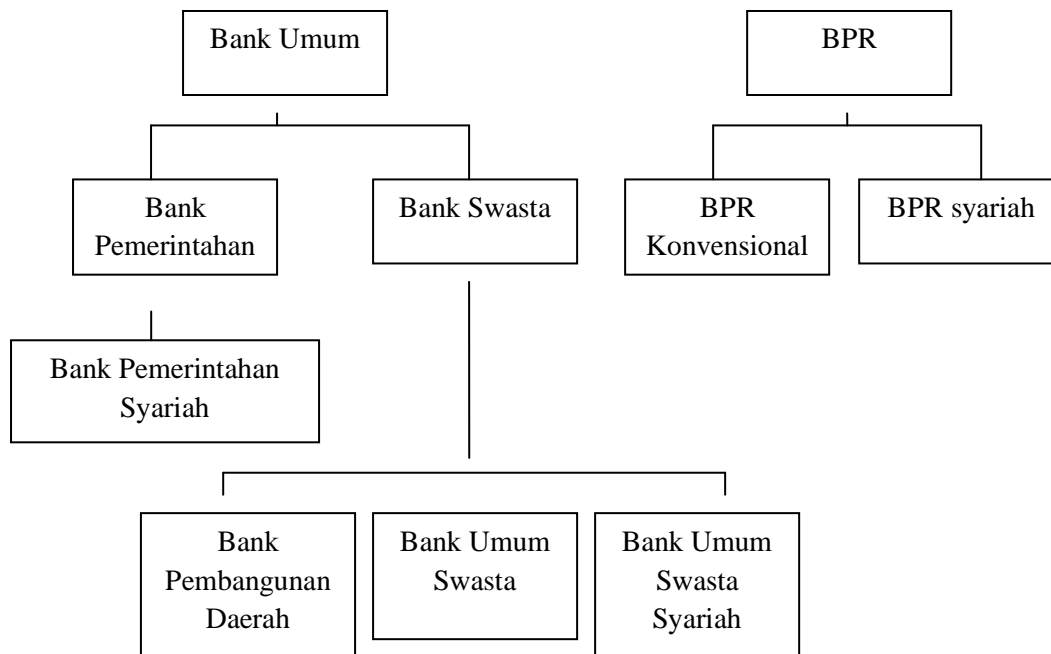
Menurut Undang-undang Nomor 10 tahun 1998 Perubahan Undang-undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang perbankan Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Abdullah (2003: 162)

Keberadaan bank sebagai institusi keuangan sudah berdiri sejak era kolonial Belanda. Bank yang berdiri saat itu terdiri dari beberapa bank lokal dan sebagian besar bank asing. Baru setelah memasuki era kemerdekaan, pemerintah mulai mendirikan bank-bank pemerintah seperti Bank Negara Indonesia (BNI) dan Bank Rakyat Indonesia (BRI), Bank Industri Negara (BIN) dan Bank Tabungan Pos. Seiring dengan berjalannya waktu terjadi dinamika di dunia perbankan Indonesia. Perbankan Indonesia telah melalui fase-fase penting seperti kebankitan perbankan nasional diawal kemerdekaan, deregulasi perbankan, hingga krisis moneter yang telah member pelajaran berharga bagi dunia perbankan Indonesia.

Sesuai dengan Undang-undang yang berlaku struktur perbankan Indonesia terdiri dari bank umum dan BPR. Perbedaan kedua jenis bank tersebut terletak pada aspek operasionalnya. BPR memiliki kegiatan operasional yang terbatas yang tercermin pada produk-produk yang dimiliki

BPR, salah satunya adalah BPR tidak diperbolehkan menciptakan uang giral. Dari aspek kegiatan usahanya Indonesia menganut *dual banking system*. Hal ini berarti bahwa bank umum dapat menjalankan kegiatan konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah, sedangkan BPR hanya diperbolehkan memilih salah satu saja, konvensional atau prinsip syariah.

Jumlah bank di Indonesia terbilang cukup besar jika dibandingkan dengan Negara lain. Jumlah yang terlalu besar dapat berdampak kurang baik pada bank-bank di Indonesia, karena setiap bank akan beroperasi pada skala yang terbatas, akibat sempitnya pangsa pasar yang dimiliki. Sehingga akan berpotensi mengganggu kesehatan bank. Untuk memperjelas gambaran struktur perbankan Indonesia berikut akan disajikan bagan struktur perbankan Indonesia per Desember 2016 yang diperoleh dari situs resmi Bank Indonesia.

Gambar 1.6: Struktur Perbankan Indonesia

Sumber: www.bi.go.id⁶⁷

7. Prinsip Operasional Bank

Perbankan merupakan bagian terpenting dari sistem keuangan di Indonesia. Sebagai bagian dari sistem keuangan, perbankan harus menjaga kinerjanya untuk menjaga kestabilan sistem keuangan, perbankan harus menjaga kinerjanya untuk menjaga kestabilan sistem keuangan. Lebih luas lagi perbankan mengemban tugas penting menjalankan fungsi intermediasi yang pada akhirnya akan menggerakkan roda perekonomian.

Dalam menjalankan operasinya perbankan harus mentaati seluruh aturan yang telah ditetapkan otoritas perbankan yaitu Bank Indonesia demi

⁶⁷ www.bi.go.id/web/id/Perbankan/Tkhtisar+Perbankan/Lembaga+Perbankan/) diakses tanggal 22 Desember 2016

terciptanya sistem perbankan yang sehat. Bank merupakan institusi keuangan yang bercirikan *high capital* dan *highregulated*, yang merupakan konsekuensi dari bisnis yang berdasarkan kepercayaan masyarakat. Kepercayaan masyarakat atau nasabah merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu bank. Karena dengan menjaga kepercayaan dan loyalitas nasabah, bank dapat menjalankan strategi bisnis dengan baik.

Dalam menjalankan usaha sebagai lembaga intermediasi keuangan, kegiatan bank sehari-hari tidak dapat dipisahkan dari bidang keuangan. Seperti halnya perusahaan lainnya, kegiatan bank secara sederhana dapat dikatakan sebagai tempat melayani segala kebutuhan para nasabahnya. Kegiatan utama suatu bank adalah menghimpun dana dari masyarakat melalui simpanan dalam bentuk tabungan, simpanan berjangka, giro dan kemudian menyalurkan kembali dana dalam bentuk kredit atau pembiayaan yang diberikan.

Dengan demikian kegiatan bank Indonesia terutama kegiatan bank umum adalah sebagai berikut:

1. Menghimpun dana dari masyarakat.
2. Menyalurkan dana kepada masyarakat.
3. Memberikan jasa bank lainnya.

Berdasarkan rumusan tersebut, bank islam berarti bank yang tata cara beroperasi didasarkan tata cara ber'muamalat secara islam, yakni mengacu kepada ketentuan Al-Qur'an dan hadist. Didalam operasionalnya bank islam

harus mengikuti dan berpedoman kepada praktek-praktek usaha yang dilakukan dizaman Rasulullah, bentuk-bentuk usaha yang telah ada sebelumnya tetapi tidak dilarang oleh Rasulullah atau bentuk-bentuk usaha baru sebagai hasil ijtihad para ulama/cendikiawan muslim yang tidak menyimpang dari ketentuan Al-Qur'an dan hadist. Dalam pengertian bank Islam ada dua yaitu :

- a. Bank islam adalah lembaga keuangan atau yang oprasional dan produknya dikembangkan berdasarkan Al- Qur'an dan hadist.
- b. Bank islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoprasiaannya dengan prinsip syariah Islam.

B. Hasil-hasil Penelitian Terdahulu

Sebagai acuan dalam penelitian ini, digunakan beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya yaitu sebagai berikut:

Rina Dwi Ariani (2016) dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Penerapan Prinsip *Character* dan *Collateral* Pada Pembiayaan Murabahah BMT Al-Amin Wangon” hanya menganalisis dua prinsip dalam 5C yaitu *Character* dan *Collateral*, dimana *Character* merupakan aspek kualitatif yang hanya bias dipahami jika kita mengenal lama calon penerima pembiayaan

tersebut. Sedangkan aspek *Collateral* (agunan) merupakan aspek utama yang menentukan disetujui atau ditolaknya permohonan 29 pembiayaan nasabah.⁶⁸

Penelitian yang dilakukan Helmi Lendra (2012) yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh sistem pembiayaan murabahah terhadap minat nasabah pada bank muamalat Pekanbaru. Penelitian ini dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t table dengan tingkat signifikansi sebesar 5 % dan *degree of freedom* (df) = $n - (k + 1)$. Dimana apabila t hitung $>$ t tabel, maka hipotesis diterima, dengan kata lain variabel independen secara individual memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika t hitung $<$ t tabel maka hipotesis ditolak. Penelitian ini menunjukkan bahwa: Variabel pembiayaan murabahah secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap nasabah pada PT. Bank Muamalat Pekanbaru.

Penelitian yang dilakukan oleh Kuncaraningsih (2014), yang bertujuan untuk menguji pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap kepuasan Muzakki pada Badan Amil Zakat (BAZNAS) Kabupaten Sleman Yogyakarta. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan melakukan survey kepada *muzakki* di area enam kantor SKPD Kabupaten Sleman yang berjumlah 130 sample dari total populasi 1.300, dengan menggunakan kuesioner model skala Likert sebagai data primer, sedangkan observasi dan dokumentasi digunakan sebagai data sekunder. Variabel penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel independen *Good Corporate Governance* dan variabel dependen

⁶⁸ Rina Dwi Ariani, 2016, "Analisis Penerapan Prinsip Character dan Collateral Pada Pembiayaan Murabahah Baitul Mal Wattamwil Al-Amin Wangon", Skripsi, Fakultas Syariah dan Bisnis Islam, IAIN Purwokert.

(kepuasan muzakki). Hasil penelitian ini dengan bantuan SPSS 16.00 *for windows*. Hasilnya *Good Corporate Governance* mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan muzakki dengan signifikan sebesar 16,3%.⁶⁹ Perbedaan dengan penelitian ini adalah dengan menambah 2 variabel independen lagi yakni budaya sadar risiko dan konsep 5C serta variabel dependen yaitu terhadap minat nasabah dalam memilih pembiayaan murabahah serta tempat penelitian.

Kajian penelitian oleh Elysabeth (2009), yang berjudul Pengaruh Penerapan *Good Corporate Governance* Terhadap kepuasan pasien Rumah Sakit Dr. Cipto Mangunkusumo di Jakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan *Good Corporate Governance* yang terdiri dari transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, dan fairness secara stimulan maupun parsial terhadap kepuasan pasien. Penelitian ini dilakukan pada rumah sakit Dr. Cipto Mangunkusumo di Jakarta. Data yang digunakan adalah data primer berupa kuesioner dengan menggunakan skala likert terhadap 350 responden yang menggunakan jasa rumah sakit. Analisis data dilakukan dengan uji asumsi klasik. Model penelitian diestimasi dengan menggunakan persamaan regresi berganda dan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan dan persial dengan menggunakan uji F dan uji t. hasil pengujian menunjukkan bahwa data memenuhi uji kualitas data dan uji asumsi klasik. Hasil pengujian pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya

⁶⁹ Hana Septi Kurianingsih, Pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap kepuasan Muzakki Pada Badan Amil Zakat (BAZNAS) Kabupaten Sleman Yogyakarta, Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2014, diakses dari http://digilib.uin-suka.ac.id/15033/2/10240001_bab-1_iv-atau-v_daftar-pustaka.pdf, diakses pada 22 Desember 2016.

menunjukkan bahwa secara simultan, prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* yaitu: transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, dan *fairness* memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap kepuasan pasien di rumah sakit sedangkan secara parsial prinsip transparansi, akuntabilitas, dan *fairness* memiliki pengaruh yang signifikan. Variabel yang paling dominan memiliki pengaruh signifikan adalah *fairness*. Nilai koefisien determinasi (R square) diperoleh 69,40% hal ini berate bahwa variabel-variabel bebas mampu menjelaskan variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian.⁷⁰ Perbedaan dengan penelitian ini adalah dengan menggunakan 2 variabel tambahan yaitu budaya sadar risiko dan konsep 5c dan variabel terikatnya minat nasabah dalam memilih pembiayaan murabahah. Obyek penelitiannya juga berbeda.

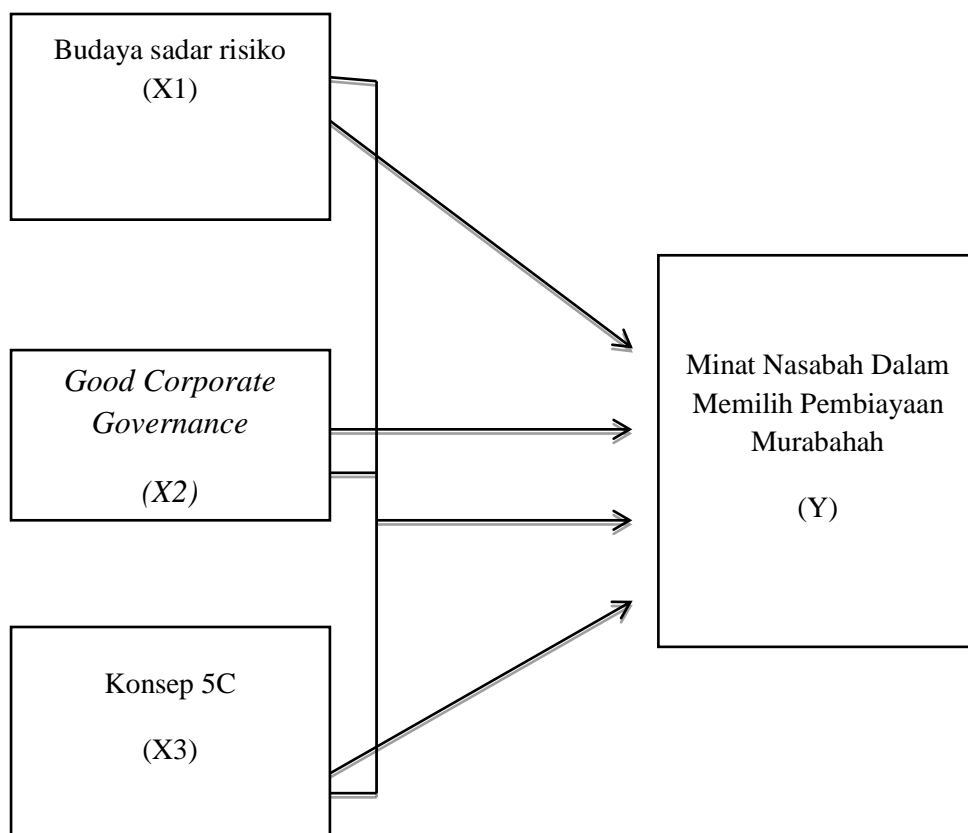
Penelitian oleh nurrohmah, yang berjudul Analisis Pengaruh Prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* terhadap Kepercayaan Nasabah pada Bank Muamalat Kandal. Metode ini menggunakan survai dengan teknik analisis regresi. Subyek penelitian sebanyak 95 responden. Pengumpulan data menggunakan angket. Variabel independennya antarlain transparansi, kemandirian, professional, akuntabilitas, pertanggung jawaban, kewajaran, sikap kepedulian. Sedangkan variabel dependennya kepercayaan nasabah. Hasilnya bahwa semua variabel independen berpengaruh terhadap variabel

⁷⁰ Maniar Elyzabeth, Pengaruh Penerapan Good Corporate Governance Terhadap Kepuasan Pasien Rumah Sakit Dr. Cipto Mangunkusumo Di Jakarta, sekolah Pascasarjana Universitas Sumatera Utara 2000, dalam <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/4040/3/09E01336.pdf>, diakses 2 Januari 2016.

dependennya. Sedangkan uji koefisien determinansi sebesar 98,6%.⁷¹ Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yakni menggunakan variabel budaya sadar risiko dan konsep 5C.

C. Kerangka Konseptual

Gambar 1.7 : Kerangka Konseptual



Sumber : Pengolahan Data

⁷¹ Alif Nurohmah, *Analisis Pengaruh Prinsip-prinsip Good Corporate Governance Terhadap Kepercayaan Nasabah Pada Bank Muamalat Kendal*, http://eprints.walisongo.ac.id/370/1/062411027_coverdll.pdf, diakses 22 Desember 2016.

Keterangan:

1. Pengaruh Budaya Sadar Risiko terhadap minat nasabah dalam pembiayaan murabahah didukung teori yang dikemukakan oleh Malayu Hasibuan⁷², William J. Stanton⁷³, Adhitya Wijaya⁷⁴, George Herbert Mead, Abraham Maslow, Robert L. Mathis dan John H. Jackson dalam theses ”*pengaruh disiplin kerja terhadap kesadaran menjalankan tugas*”⁷⁵.
2. Pengaruh Peningkatan Kualitas Tata Kelola Perusahaan terhadap minat nasabah dalam pembiayaan murabahah didukung teori yang dikemukakan oleh Kasmir⁷⁶, T.Gilarso⁷⁷, Adiwarmanto Karim⁷⁸, M.Hamdani Pratama⁷⁹, Masyhud Ali⁸⁰.
3. Pengaruh Konsep 5C terhadap minat nasabah dalam memilih pembiayaan murabahah didukung pada teori yang dikemukakan oleh Ismail⁸¹, kasmir⁸².
4. Pengaruh Budaya Sadar Risiko, Peningkatan Kualitas Tata Kelola Perusahaan dan Konsep 5C terhadap minat nasabah dalam memilih pembiayaan murabahah didukung pada teori yang dikemukakan oleh Nigel C. Benson dan Simon Grove,⁸³ Hasan Shadily,⁸⁴ W.J.S Pocrwadarminta⁸⁵,

⁷² Malayu Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*,hlm. 3

⁷³ William J. Stanton, *Fundamental of Marketing*....hlm. 105

⁷⁴ Adhitya Wijaya, *KAMUS LENGKAP*....hlm. 81.

⁷⁵ Theses ”*pengaruh disiplin kerja terhadap kesadaran menjalankan tugas*”.... hlm. 1-13

⁷⁶ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*,hal 147

⁷⁷ T.Gilarso, *Pengantar Ekonomi Mikro*..... Hal. 200.

⁷⁸ Adiwarmanto Karim, *Ekonomi Makro Islami*,...hal 135

⁷⁹ M. Hamdani Pratama, *Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik*.... hlm. 93.

Diakses pada 1 februari 2017

⁸⁰ Masyhud Ali, *Manajemen Risiko*....hlm. 334.

⁸¹ Ismail, *Manajemen Perbankan: Dari Teori Menuju Aplikasi*....hlm. 112-116.

⁸² Kasmir, *Dasar- Dasar Perbankan (Edisi Revisi)* hlm.136.

⁸³ Nigel C. Benson dan Simon Grove, *Mengenal Psikologi For Beginners*....hlm. 110.

⁸⁴ Hasan Shadily, *Ensiklopedi*.... hlm. 2252.

⁸⁵ W.J.S Pocrwadarminta, *Kamus Ilmiah Bahasa Indonesia*....hlm. 650

Mahfudi Shalahuddin⁸⁶, L. Crow & A. Crow⁸⁷, Anwar Prabu Mangkunegara⁸⁸ Adiwarman Karim⁸⁹.

D. Hipotesis Penelitian

H1 : Budaya Sadar Riko (X1) berpengaruh terhadap minat nasabah dalam memilih pembiayaan murabahah (Y) pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Blitar.

H2 : Peningkatan Kualitas Tata Kelola Perusahaan (X2) berpengaruh terhadap minat nasabah dalam memilih pembiayaan murabahah (Y) pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Blitar.

H3 : Konsep 5C (X3) berpengaruh terhadap minat nasabah dalam memilih pembiayaan murabahah (Y) pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Blitar.

H4 : Budaya Sadar Risiko (X1) Peningkatan Kualitas Tata Kelola Perusahaan (X2) Konsep 5C (X3) secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat nasabah dalam memilih pembiayaan murabahah (Y) pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Blitar.

⁸⁶ Mahfudi Shalahuddin, *Pengantar Psikologi Pendidikan*.... hlm. 95

⁸⁷ L. Crow & A. Crow, *Psikologi Pendidikan*....hlm. 302.

⁸⁸ Anwar Prabu Mangkunegara, "*Perilaku Konsumen*".... hlm. 6.

⁸⁹ Adiwarman Karim, *Ekonomi Makro Islami*,...hal 135