

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Jangka Waktu Pengembalian**

##### **1. Pengertian Jangka Waktu**

Jangka Waktu adalah term yaitu jangka waktu jatuh tempo pinjaman atau tabungan yang ditunjukkan dalam bulan, jatuh tempo pinjaman atau investasi jangka pendek biasanya di bawah satu tahun, sedangkan jangka waktu jatuh tempo pinjaman jangka panjang, yaitu satu sampai tiga puluh atau empat puluh tahun. Setiap pembiayaan yang diberikan memiliki jangka waktu tertentu, jangka waktu ini mencakup masa pengembalian pembiayaan yang telah disepakati. Jangka waktu merupakan batas waktu pengembalian angsuran yang sudah disepakati kedua belah pihak. Untuk kondisi tertentu jangka waktu ini bisa diperpanjang sesuai dengan kebutuhan.<sup>1</sup>

Jenis-jenis pembiayaan berdasarkan jangka waktu:<sup>2</sup>

##### **1. Pembiayaan Jangka Pendek**

Pembiayaan jenis ini diberikan oleh bank kepada nasabah dengan jangka waktu pelunasan tak lebih dari satu tahun dan biasanya digunakan untuk modal kerja. pembiayaan jenis ini seringkali menjadi solusi instan bagi individu yang ingin

---

<sup>1</sup> <https://www.kamusbesar.com/jatuh-tempodiakses> pada tgl 22 september 2016 pada pukul 23.15

<sup>2</sup> Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Jakarta: Raja Grafindo Indonesia, 2004), Hal 100-101)

membangun sebuah bisnis dalam skala mikro hingga menengah.

## 2. Pembiayaan Jangka Menengah

Pembiayaan pada poin nomor 2 ini memiliki waktu jatuh tempo pelunasan yang lebih lama jika dibandingkan dengan jenis kredit jangka pendek. Pihak bank menetapkan jika pembiayaan ini memiliki jangka waktu pelunasan dalam jangka waktu 1-3 tahun dan biasanya untuk investasi.

## 3. Pembiayaan jangka panjang

Merupakan pembiayaan yang jangka waktu pengembaliannya paling panjang. pembiayaan jangka panjang jangka waktu pengembaliannya di atas 3 tahun atau 5 tahun, biasanya kredit ini untuk pembiayaan jangka panjang. Pada poin yang terakhir ini adalah jenis pembiayaan yang biasanya digunakan untuk membiayai proyek-proyek besar seperti misalnya investasi apartemen hingga pembangunan jalan tol. Tak heran jika jangka waktu yang diberikan kepada nasabah juga cukup lama yaitu lebih dari 3 tahun.

## 2. Jangka waktu angsuran

Jangka waktu angsuran terletak pada di antara tanggal mulai berlakunya perjanjian pembiayaan atau angsuran dan tanggal pelunasan angsuran. Apabila jangka waktu angsuran habis berarti bahwa angsuran atau pinjaman tersebut harus segera dilunasi oleh

debitur yang bersangkutan. *Grace period* (masa tenggang waktu) merupakan bagian dari jangka waktu pembiayaan atau angsuran. Dalam perjanjian pinjam-meminjam jangka waktu menduduki peranan penting oleh karena itu dengan adanya jangka waktu pembiayaan atau angsuran perjanjian kredit itu adalah batas waktunya, baik bagi bank atau lembaga keuangan lainya yang memberikan pinjaman atau debitur.

Beberapa pedoman dalam menentukan lamanya jangka waktu kredit anatau angsuran sebagai berikut:<sup>3</sup>

1. Kemampuan debitur untuk membayar kembali pinjamannya kepada pihak bank syariah atau lembaga keuangan lainnya yang memberi pinjaman.
2. Umur teknis atau ekonomis dari barang modal yang dibiayai dan dipergunakan oleh debitur.
3. Jangka waktu ijin pemakaian atau penempatan yang ditentukan oleh instansi yang berwenang.

Apabila dalam kenyataannya jangka waktu pembiayaan yang telah disetujui dan ditetapkan bersama semuanya antara debitur dan pihak lembaga pemberi pinjaman tidak sesuai lagi, misalnya karena waktu menyelesaikan proyek mengalami keterlambatan maka pihak debitur akan mengajukan permintaan perpanjangan waktu (jadwal) akibat yang

---

<sup>3</sup> Brigitta Tyas Firmani, *Pengaruh Jangka Waktu, Suku Bunga, dan Jaminan Kredit Terhadap Besarnya Kredit Macet*, (Yogyakarta: Skripsi Tidak diTerbitkan, 2008), Hal 31

dialami proyek tersebut adalah timbulnya *time overrun* (pelampauan waktu penyelesaian dari perencanaan semula). Bila mana permintaan ini disetujui oleh bank syariah atau BMT maka jangka waktu kredit ini akan mempengaruhi pula *grace period*, jadwal angsuran dan batas waktu pelunasan pinjaman. Perpanjangan waktu ini bisa disebut *time rescheduling*.

## **B. Tingkat Margin**

### **1. Pengertian Tingkat Margin**

Pengertian tingkat margin menurut Keputusan Menteri Negara Koperasi Dan Usaha Kecil dan Menengah tentang Petunjuk Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah, “Margin adalah keuntungan yang diperoleh koperasi atas hasil transaksi penjualan dengan pihak pembelinya”.<sup>4</sup>

Penjelasan lain tentang margin dalam menentukan jangka waktu pembiayaan adalah persentase tertentu yang ditetapkan per tahun, perhitungan margin keuntungan secara harian, maka jumlah hari dalam setahun ditetapkan 360 hari, perhitungan margin secara bulanan maka ditetapkan 12 bulan. Pada umumnya, nasabah melakukan pembayaran secara angsuran.<sup>5</sup> Dalam menetapkan margin yang berdampak pada

---

<sup>4</sup> 6Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia, .No: 91/Kep/M.KUKM I/IX/2004, Petunjuk Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah, 2004.

<sup>5</sup> Adiwarman Karim, *Bank Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008) Hal. 280.

keuntungan, bank erat kaitannya dengan harga yang terbentuk dalam pembiayaan yang dilakukan.

Margin adalah kenaikan bersih dari aset bersih sebagai akibat dari memegang aset yang mengalami peningkatan nilai selama periode yang dipilih oleh pernyataan pendapatan. Keuntungan juga bisa diperoleh dari pemindahan saling tergantung insidental yang sah dan yang tidak saling tergantung, kecuali transfer yang tidak saling tergantung dengan pemegang saham, atau pemegang- pemegang rekening investasi tak terbatas dan yang setara dengannya.<sup>6</sup>

Pengertian margin berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa adalah sebagai berikut: “Margin adalah laba kotor atau tingkat selisih antara biaya produksi dan harga jual dipasar”.<sup>7</sup>

Menurut Keputusan Menteri Negara Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah No: 91/Kep/M.KUKMI/IX/2004 tentang Petunjuk Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah, “ margin adalah keuntungan yang diperoleh koperasi atas hasil transaksi penjualan dengan pihak pembelinya”. Sementara itu, menurut Adiwarmanto Karim, margin adalah persentase tertentu yang ditetapkan per tahun, perhitungan margin keuntungan secara harian, maka jumlah hari dalam setahun ditetapkan 360 hari, perhitungan margin secara bulanan maka ditetapkan 12 bulan. Pada umumnya, nasabah melakukan pembayaran

---

<sup>6</sup> Rana Rosita, Tinjauan Atas Margin Pembiayaan Murabahah Pada BMT As-Salam Pacet Cianjur, (Bandung) Hal 6

<sup>7</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa Edisi Revisi, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2008)

secara angsuran.<sup>8</sup> Di sisi lain, menurut Ahmad Sumiyanto<sup>9</sup>, margin merupakan penyeimbang dari modal kerja atau investasi yang dimanfaatkan oleh mitra<sup>9</sup>. Margin digunakan agar terjadinya keadilan dalam memperoleh keuntungan baik pihak mitra maupun pihak lembaga.

Secara teknis, yang dimaksud dengan margin keuntungan adalah persentase tertentu yang ditetapkan per tahun perhitungan margin keuntungan secara harian, maka jumlah hari dalam setahun ditetapkan 360 hari. Perhitungan margin keuntungan secara bulanan, maka setahun ditetapkan 12 bulan.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa margin adalah persentase tertentu yang ditetapkan (harian, bulanan, dan tahunan) agar tercapai keadilan dalam memperoleh keuntungan baik bagi pihak lembaga maupun mitra.

Pada umumnya, nasabah pembiayaan melakukan pembayaran secara angsuran. Tagihan yang timbul dari transaksi jual beli dan atau sewa berdasarkan *murabahah, salam, istishna'*, dan atau ijarah disebut sebagai piutang. Besarnya piutang tergantung pada plafond pembiayaan, yakni jumlah pembiayaan (harga beli ditambah harga pokok) yang tercantum di dalam perjanjian pembiayaan.<sup>10</sup>

---

<sup>8</sup> Adiwarmarman Karim, *Bank Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008) Hal 280

<sup>9</sup> Ahmad Sumiyanto, *BMT Menuju Koperasi Modern*, (Yogyakarta: PT ISES Consulting Indonesia), Hal 160

<sup>10</sup> *Ibid*, Hal. 279

Dalam penentuan margin ini memiliki perhatian lebih dari nasabah yang akan melakukan transaksi pembiayaan *bai' bitsaman ajil* (BBA). Karena dengan adanya margin ini, nasabah bisa memperkirakan berapa harga yang pantas dari barang yang akan dibeli dari pihak Bank Syariah ataupun Lembaga Keuangan Syariah. Karena disini margin adalah harga perolehan penentu akhir yang diperoleh dari penambahan harga pokok dari *supplier*.

Perlakuan margin ini sangat berbeda dengan bunga bank. Karena margin ini diperoleh melalui akad yang dilakukan oleh kedua belah pihak yang berdasarkan prinsip keadilan. Serta penetapan atau tingkat margin ini tergantung dari jenis barang, pembanding, reputasi mitra dan alat ukur yang digunakan.

Batas maksimal penentuan keuntungan dalam *bai bitsaman ajil* adalah tidak ada dalil dalam syariah yang berkaitan dengan penentuan keuntungan usaha, sehingga bila melebihi jumlah tersebut dianggap haram. Hal demikian, telah menjadi kaidah umum untuk seluruh jenis barang dagangan di setiap zaman dan tempat. Ketentuan tersebut, karena ada beberapa hikmah, diantaranya:

a. Perbedaan harga, terkadang cepat berputar dan terkadang lambat.

Menurut kebiasaan, kalau perputarannya cepat, maka keuntungannya lebih sedikit. Sementara bila perputarannya lambat keuntungannya banyak.

- b. Perbedaan penjualan kontan dengan penjualan pembayaran tunda (kredit). Pada dasarnya, keuntungan pada penjualan kontan lebih kecil dibandingkan keuntungan pada penjualan kredit.
- c. Perbedaan komoditas yang dijual, antara komoditas primer dan sekunder, keuntungannya lebih sedikit, karena memperhatikan orang-orang yang membutuhkan, dengan komoditas luks, yang keuntungannya diletakkan menurut kebijakan karena kurang dibutuhkan.

Sebagaimana telah dijelaskan, tidak ada riwayat dalam sunnah Nabi yang mengatur pembatasan keuntungan, sehingga tidak boleh mengambil keuntungan melebihi dari yang sewajarnya. Bahkan sebaliknya diriwayatkan dalam suatu hadits yang menetapkan bolehnya keuntungan perdagangan itu mencapai dua kali lipat pada kondisi tertentu, atau bahkan lebih.<sup>11</sup>

## 2. Metode Penentuan Tingkat Margin

Menurut pendapat Adiwarmanto Karim metode penentuan margin di bank syariah terdiri dari empat metode dibawah ini:

- a. Metode Margin Menurun (*Sliding*)

Margin menurun adalah perhitungan margin yang semakin menurun sesuai dengan menurunnya harga pokok sebagai akibat adanya cicilan atau angsuran harga pokok dan jumlah

---

<sup>11</sup>Muhammad, *Teknik Perhitungan Bagi Hasil dan Profit Margin pada Bank Syariah*, (Yogyakarta: UII Press, 2004), hal 122.



angsuran (harga pokok dan margin) yang dibayar nasabah setiap bulan semakin menurun.

b. Metode Margin Rata-Rata

Margin rata-rata adalah margin menurun yang perhitungan margin secara tetap dan jumlah angsuran (harga pokok dan margin) dibayar nasabah setiap bulan.

c. Metode Margin Flat

Metode margin flat adalah perhitungan margin terhadap nilai harga pokok pembiayaan secara tetap dari satu periode ke periode lainnya, walaupun baki debetnya menurun sebagai akibat dari adanya angsuran harga pokok.

d. Metode Margin Annuitas

Margin annuitas adalah margin yang diperoleh dari perhitungan secara annuitas. Perhitungan annuitas adalah suatu cara pengembalian pembiayaan dengan pembayaran angsuran pokok dan margin keuntungan secara tetap.<sup>12</sup>

Menurut Muhamad penentuan margin juga menjadi salah satu hal yang menjadi perhatian nasabah. Margin adalah keuntungan yang diperoleh koperasi atas hasil transaksi penjualan dengan pihak pembelinya. Perlakuan yang berbeda dengan bunga bank membuat nasabah memiliki ketertarikan tersendiri. Margin

---

<sup>12</sup> Adiwarmarman Karim, *Bank Islam, Analisis Fiqh dan Keuangan*, cet ke-3, (Jakarta: Rajawali Press, 2007)

dan diperoleh melalui akad yang dilakukan oleh kedua belah pihak yang berdasarkan pada prinsip keadilan. Penetapan bagi hasil dan margin ini dapat tergantung dari jenis barang, pembandingan, reputasi mitra dan alat ukur yang digunakan.<sup>13</sup>

Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam penetapan margin antara lain adalah:

a. Komposisi pendanaan

Bagi Bank syariah atau lembaga keuangan lainnya yang sebagian besar dananya diperoleh dari dana giro dan tabungan, yang nisbah nasabah tidak setinggi deposito (bahwa bonus untuk giro cukup rendah karena diserahkan sepenuhnya pada kebijakan lembaga keuangan), maka penentuan keuntungan (margin atau bagi hasil) akan lebih kompetitif jika dibandingkan suatu bank yang pendanaannya porsi terbesar dari deposito.

b. Tingkat persaingan

Jika tingkat kompetisi ketat, porsi keuntungan bank tipis, sedangkan pada tingkat persaingan masih longgar bank dapat mengambil keuntungan lebih tinggi.

c. Risiko pembiayaan

---

<sup>13</sup> Muhammad, *Sistem dan Prosedur Operasional BANK SYARIAH*, (Yogyakarta: UII Press, 2000) Hal 20

Pada pembiayaan yang sektok risiko tinggi, bank dapat mengambil keuntungan lebih tinggi dibandingkan dengan yang berisiko rendah.

d. Jenis nasabah

Yang dimaksud adalah nasabah prima dan nasabah biasa. Bagi nasabah prima dimana usahannya besar dan kuat, bank cukup mengambil keuntungan yang tipis, sedangkan untuk pembiayaan kepada nasabah biasa diambil keuntungan yang lebih tinggi.

e. Kondisi perekonomian

Siklus ekonomi meliputi kondisi: revival, boom/peak-puncak, resesi, dan depresi. Jika perekonomian secara umum berada pada dua kondisi. Pertama, dimana usaha berjalan lancar, maka bank dapat mengambil kebijakan pengambilan keuntungan yang lebih longga. Namun pada kondisi lainnya (resesi dan depresi) bank tidak merugipun sudah bagus keuntungan sangat tipis.

f. Tingkat keuntungan yang diharapkan

Secara kondisional, hal ini terkait dengan masalah keadaan perekonomian pada umumnya dan juga resiko atas suatu sektor pembiayaan, atau pembiayaan terhadap debitor dimaksud. Namun demikian, apapun kondisinya serta siapapun debiturnya, bank dalam

operasionalnya, setiap tahun tertentu telah menetapkan berapa besar keuntungan yang dianggarkan. Anggaran keuntungan inilah yang akan berpengaruh pada kebijakan penentuan besarnya margin ataupun nisbah bagi hasil.<sup>14</sup>

Pada bagian akhir BMT melakukan perhitungan berdasarkan rumus harga jual sebagai alat ukur atau sandaran menentukan harga. Namun kompetisi harga di pasaran menjadi hal penting bagi BMT sehingga membutuhkan strategi khusus. Sebenarnya perlu diperhatikan bahwa BMT tidak menetapkan harga jual bagi anggota pemilik dana namun hanya melakukan perkiraan biaya dana sehingga harga jual menjadi fleksibel dan bersaing. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi penentuan tingkat margin, yakni:

1. Faktor Negosiasi

Mekanisme menentukan harga jual dan profit margin dalam transaksi murabahah BMT membeli produk dari vendor (tempat penjualan produk) dengan memberikan pembayaran. Agar tidak terlibat dalam penerimaan kiriman barang dan agar tidak perlu repot mengatur penyimpanan produk itu, seringkali BMT menunjuk nasabah sebagai agen untuk menerima kiriman

---

<sup>14</sup> Binti Nur Asiyah, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, (Yogyakarta: Teras, 2014), Hal. 156-159.

atas nama BMT. Karena BMT masih merupakan pemilik dari produk tersebut, dalam perjanjian transaksi murabahah yang dilakukan antara BMT dan nasabah menyebutkan keuntungan profit yang di bebaskan serta beberapa detail relevan lain (negosiasi margin keuntungan, harga jual dan periode angsuran). Perjanjian tersebut diakhiri dengan kesepakatan cara membayar yaitu dengan tunai atau melalui cicilan.

## 2. Faktor Positif dan Negatif

Persepsi (pandangan) masyarakat yang mengatakan bahwa penentuan harga jual dan margin antara BMT Pahlawan dan konvensional tidak ada bedanya, bahkan terkadang harga jual yang diberikan BMT Pahlawan lebih mahal dari pada konvensional. Padahal nasabah ingin mendapatkan keringanan dengan bertransaksi kepada BMT Pahlawan. Akan tetapi nasabah malah mendapatkan beban harga yang lebih tinggi dari pada mereka bertransaksi dengan bank konvensional.<sup>15</sup>

## 3. Faktor Kondisi

Faktor yang mempengaruhi harga jual dan *profit margin* yang ada di BMT. Terkait dengan jangka waktu, penggunaan dana dan kondisi nasabah. Sehingga faktor tersebut sulit untuk dihindari bahkan tidak dapat dihindari karena faktor yang telah

---

<sup>15</sup>Agus Priyono, *Mekanisme Penentuan Harga Hual dan Profit Margin Pembiayaan Murabahah di BMT Istiqomah Cabang Bago Tulungagung*, (Tulungagung: Skripsi tidak Diterbitkan, 2012) Hal 100

disebutkan sangat erat kaitannya dalam menentukan harga jual dan *profit margin*.<sup>16</sup>

Karim dalam menetapkan margin keuntungan mempertimbangkan beberapa hal diantaranya:

- a. *Direct Competitor's Market Rate* (DCMR) Yang dimaksud dengan DCMR adalah tingkat margin keuntungan rata-rata perbankan syariah, atau tingkat margin keuntungan rata-rata beberapa bank syariah yang ditetapkan dalam rapat ALCO (*Asset Liability Commite*) sebagai kelompok kompetitor langsung, atau tingkat margin keuntungan bank syariah tertentu yang ditetapkan dalam rapat ALCO sebagai kompetitor langsung terdekat.
- b. *Indirect Competitor's Market Rate* (ICMR) Yang dimaksud dengan ICMR adalah tingkat suku bunga rata-rata perbankan konvensional, tingkat rata-rata suku bunga beberapa bank konvensional yang dalam rapat ALCO ditetapkan sebagai kompetitor tidak langsung, atau tingkat rata-rata suku bunga bank konvensional tertentu yang dalam rapat ALCO ditetapkan sebagai kompetitor tidak langsung terdekat.
- c. *Expected Competitive Return For Investor* (ECRI) Yang dimaksud dengan ICRI adalah target bagi hasil kompetitif yang diharapkan dapat diberikan kepada dana pihak ketiga.

---

<sup>16</sup> *Ibid*, hal 109

- d. *Acquiring Cost* Yang dimaksud dengan *acquiring cost* adalah biaya yang dikeluarkan oleh bank yang langsung terkait dengan upaya untuk memperoleh dana pihak ketiga.
- e. *Overhead Cost* Yang dimaksud *overhead cost* adalah biaya yang dikeluarkan oleh bank yang tidak langsung terkait dengan upaya untuk memperoleh dana pihak ketiga.<sup>17</sup>

Penetapan margin yang dilakukan perbankan syariah dipastikan berdasarkan kebutuhan dan kondisi lingkungan yang dihadapi. Dan diasumsikan bahwa bank syariah berada pada pasar persaingan sempurna.

### C. Keputusan Nasabah

#### 1. Pengertian keputusan

Keputusan menurut Philip Kotler merupakan sebuah proses pemecahan yang terdiri dari pengenalan masalah, pencairan informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku purna pembelian yang dilalui oleh konsumen.<sup>18</sup> Keputusan merupakan sebuah elemen penting dari perilaku konsumen disamping kegiatan fisik yang melibatkan konsumen dalam menilai, mendapatkan dan menggunakan barang-barang serta jasa ekonomis. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam

---

<sup>17</sup> Adiwarmarman Karim, *Bank Islam, Analisis fiqh dan Keuangan*, edisi ketiga (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2009) Hal 79

<sup>18</sup> Philip Kotler, *Prinsip Of Marketing (Dasar-Dasar Marketing)*, Ter. Wilhelmus W. Bakowatun, (Jakarta: Midas Surya Grafindo, 1987), Hal 282

mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.<sup>19</sup> Dari beberapa pengertian diatas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa keputusan merupakan perilaku konsumen dalam proses memecahkan masalah dalam memilih, menilai, dan menggunakan fasilitas yang dibelinya.

Namun, terdapat perbedaan antara perusahaan yang menyediakan produk barang dengan jasa. Ketika seseorang memutuskan untuk membeli suatu jasa guna memenuhi kebutuhannya yang belum terpenuhi, mereka umumnya meleewati proses pembelian yang lebih rumit dari pada mereka membeli barang. Ciri-ciri jasa seperti ketidakberwujudan dan keragaman membuat pelanggan sulit menilai berbagai pilihan sebelum mereka membeli suatu jasa.<sup>20</sup>

## **2. Tahapan-tahapan dalam proses keputusan pembeli**

Berdasarkan pengkajian terhadap laporan banyak konsumen tentang proses membeli, model tahap-tahap dari proses membeli telah dikonseptualisasi oleh para peneliti perilaku konsumen. Model tahapan-tahapan itu paling serasi dengan pembuatan keputusan yang kompleks. Model tersebut dapat kita lihat dalam gambar yang menunjukkan proses lima tahapan yang dilalui konsumen: pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penilaiin alternatif, membuat

---

<sup>19</sup> Atin Yulaifah, *Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah*, (Jakarta: skripsi tidak diterbitkan, 2011), Hal 24

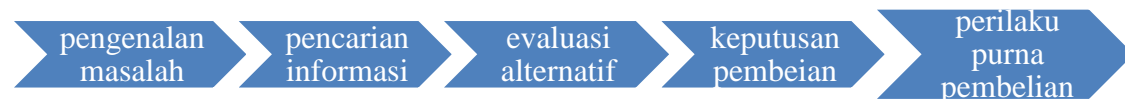
<sup>20</sup> Chistoper Lovelock dan Lauren Wirgt, *Principles Of Service Marketing And Management (Manajemen Pemasaran Jasa)*, Terj. Agus Widjantoro, (Jakarta: PT Indeks, 2005), Hal 73



keputusan membeli, dan perilaku setelah membeli. Model ini menekankan bahwa proses membeli dimulai jauh sebelum tindakan membeli itu dan mempunyai konsekuensi yang panjang setelah membeli.<sup>21</sup>

**Gambar 1.1**

**Model Lima Tahap Proses Membeli**



a. Pengenalan masalah

Proses pembelian dimulai dengan pembeli mengenali suatu masalah atau kebutuhan. Ketika seseorang merasakan satu kebutuhan, mereka terdorong mengambil suatu tindakan untuk memenuhinya. Abraham Maslow mengidentifikasikan bahwa ada lima kategori kebutuhan manusia, yaitu: psikologis, keamanan, cinta, harga diri, dan aktualisasi diri.<sup>22</sup>

b. Pencarian informasi

Seorang konsumen dalam melakukan pencarian informasi tergantung pada kekuatan atau dorongannya, jumlah informasi yang ia inginkan, mudah tidaknya memperoleh informasi

---

<sup>21</sup> Philip Kotler, *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, And Control*, (Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, Dan Pengendalian), Terj. Jaka Wasana, (Jakarta: 1991), Hal 258

<sup>22</sup> Christopher Lovelock Dan Lauren Wirgt, *Principles Of Service ....*, Hal 73

tambahan, nilai yang ia tempatkan pada informasi tambahan itu dan kepuasan yang ia dapat dari pencarian informasi itu. Dalam mencari informasi haruslah terdapat sumber informasi. Sumber-sumber informasi konsumen tergolong ke dalam 4 kelompok:

1. Sumber pribadi (keluarga, teman, tetangga, kenalan)
2. Sumber komersial (periklanan, tenaga penjual, pedagang, kemasan dan pameran)
3. Sumber public (media masa, organisasi konsumen)
4. Sumber eksperimental (penanganan, pengujian, penggunaan produk).<sup>23</sup>

c. Evaluasi alternatif

Setelah mendapatkan informasi dari sumber-sumber di atas, maka masalah selanjutnya adalah bagaimana konsumen menggunakan informasi tersebut untuk tiba pada satu pilihan merk akhir dan bagaimana konsumen memilih diantara merk-merk alternatif. Ada beberapa proses evaluasi keputusan, yaitu:

1. Setiap konsumen memandang sebuah produk sebagai seuntai ciri-ciri produk
2. Konsumen mungkin berbeda dalam memberikan bobot pentingnya pada ciri-ciri yang relevan.

---

<sup>23</sup> Philip Kotler, *Prinsiples Of Marketing* ....., Hal 285

3. Konsumen mungkin mengembangkan satu himpunan kepercayaan merk mengenai di mana tiap merk itu berbeeda pada tiap ciri.
4. Konsumen dianggap mempunyai fungsi unitilitas (kemanfaatan) untuk setiap ciri.
5. Konsumen tiba pada sikapp kearah alternatif merk melalui prosedur evaluasi tertentu.

d. Keputusan pembelian

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

e. Perilaku purna pembelian

Setelah membeli produk, konsumen akan mengalami tingkat kepuasan atau ketidak puasan. Konsumen juga akan

terlibat dalam tindakan sesudah pembelian pada pemasar. Pada tahap inilah seorang konsumen akan menilai apakah ia akan melakukan pembelian produk atau jasa kembali atau tidak.

### **3. Jenis-jenis perilaku keputusan pembelian**

Pengambilan keputusan oleh konsumen beraneka ragam menurut jenis keputusan pembelian. Howard dan Sheth membedakan tiga jenis perilaku pembelian:

#### **a. Perilaku tanggapan rutin**

Jenis perilaku pembelian yang paling sederhana dijumpai dalam pembelian barang murah, barang yang sering kali dibeli. Pembeli tidak banyak membuat keputusan. Mereka mengenal betul dengan golongan produk, mengetahui merek utama, dan mempunyai kesukaan yang jelas di antara merek. Pada umumnya pembeli tidak memberikan banyak pikiran, usaha untuk mencari atau waktu untuk membeli. Barang-barang dalam golongan ini sering dinamakan barang dengan keterlibatan rendah.

#### **b. Pemecahan masalah yang terbatas**

Pembelian akan lebih kompleks bilamana pembeli menentang merek yang tidak dikenal dalam suatu golongan produk yang dan apabila pembeli ingin membeli suatu produk dengan merek baru, maka mereka akan mengamati dan mempelajari lebih banyak mengenai merek baru tersebut. Hal

ini dikatakan pemecahan masalah yang terbatas, karena pembeli memang sadar akan golongan produk tetapi tidak kenal betul dengan keseluruhan merek dan ciri produk tersebut.

c. Pemecahan masalah yang ekstensif

Pembelian akan mencapai kompleksitasnya yang paling besar bilamana pembeli menghadapi suatu golongan produk yang tidak dikenal dan tidak mengetahui tolak ukur apa yang harus digunakan.<sup>24</sup>

#### 4. Pengertian perilaku konsumen

Perilaku konsumen adalah suatu perilaku dari seseorang konsumen yang ditunjukkan melalui pencarian, pembelian, penggunaan, pengevaluasian, dan penentuan produk atau jasa yang mereka harapkan dapat memuaskan kebutuhan mereka.<sup>25</sup> Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller mendefinisikan perilaku konsumen merupakan studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah suatu tindakan seseorang baik individu, kelompok atau organisasi yang secara langsung dapat mendorong tindakan tersebut dalam memperoleh, mencari, membeli, menggunakan,

---

<sup>24</sup> Philip Kotler, *Prinsiples Of Marketing...*, hal. 281

<sup>25</sup> Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2004), Hal 223

mengevaluasi, dan menentukan produk atau jasa yang mereka harapkan dapat memuaskan kebutuhan mereka.<sup>26</sup>

## 5. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen

Perilaku pembelian seseorang konsumen dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologi. Penjelasan dari masing-masing faktor dikemukakan sebagai berikut ini:

### a. Faktor budaya

Faktor budaya mempunyai pengaruh yang luas dan mendalam pada perilaku konsumen. Faktor budaya dibagi menjadi tiga unsur, yaitu kelas budaya, sub budaya, dan kelas sosial. Budaya merupakan kumpulan nilai dasar, persepsi, keinginan, dan perilaku yang dipelajari oleh anggota masyarakat dari keluarga dan instansi penting lainnya.<sup>27</sup> Budaya adalah determinan dasar keinginan dan perilaku seseorang.<sup>28</sup> Setiap kelompok atau masyarakat mempunyai budaya, dan pengaruh budaya pada perilaku pembelian bisa sangat bervariasi dari satu orang dengan orang yang lain.

Setiap budaya terdiri dari beberapa sub budaya yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk anggota mereka. sub budaya merupakan

---

<sup>26</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran edisi ketiga belas jilid 1*, (Jakarta: Erlangga, 2009), hal. 166

<sup>27</sup> Philip Kotler Dan Gary Armstrong, *Principles Of Marketing Twelfth Edition (Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi Ke 12)*, Terj. Bob Sabran, (Jakarta: Erlangga, 2008), Hal 159

<sup>28</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran ....*, Hal 166

kelompok masyarakat yang berbagi sistem nilai berdasarkan pengalaman hidup dan situasi yang umum.<sup>29</sup> Sub budaya meliputi kebangsaan, agama, kelompok ras, dan wilayah geografis.<sup>30</sup>

Hampir seluruh kelompok manusia mengalami stratifikasi sosial, sering kali dalam bentuk kelas sosial. Kelas sosial adalah sebuah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, yang tersusun dalam sebuah urutan jenjang, dan para anggota dalam setiap jenjang itu memiliki nilai, minat, dan tingkah laku yang sama.<sup>31</sup> Kelas sosial memiliki beberapa ciri yaitu:

1. Orang yang berada dalam setiap kelas sosial cenderung lebih berperilaku serupa dari pada orang yang berasal dua kelas yang berbeda.
2. Seseorang dipandang mempunyai pekerjaan yang rendah atau tinggi sesuai dengan kelas sosialnya.
3. Kelas sosial seseorang dinyatakan dengan beberapa variabel, seperti jabatan, pendapatan, kekayaan, pendidikan, dan orientasi terhadap nilai dari pada hanya berdasarkan keseluruhan sebuah variabel.

---

<sup>29</sup> Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Principles Of Marketing ...*, Hal. 159

<sup>30</sup> Philip Kotler, *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, And Control*, (Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, Dan Pengendalian), Terj. Jaka Wasana, (Jakarta: Erlangga, 1991), Hal. 232

<sup>31</sup> Philip Kotler, *Marketing Management ...*, Hal. 233

4. Seseorang mampu berpindah dari satu kelas sosial ke kelas sosial lainnya dalam masa hidupnya.

b. Faktor sosial

Perilaku seorang konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial, seperti kelompok referensi, keluarga, serta peran sosial dan status. Kelompok referensi (referensi group) adalah semua kelompok yang memberikan pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang. Kelompok yang mempunyai pengaruh langsung disebut kelompok keanggotaan. Beberapa dari kelompok ini merupakan kelompok primer (tidak resmi) seperti keluarga, teman tetangga, dan rekan kerja. Dan kelompok sekunder (resmi) seperti agama, profesional, dan kelompok persatuan perdagangan.<sup>32</sup>

Para anggota keluarga dapat memberikan pengaruh yang kuat terhadap perilaku pembelian. Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan anggota keluarga merepresentasikan kelompok referensi utama yang paling berpengaruh.<sup>33</sup> Ada dua macam keluarga dalam kehidupan pembelian, yaitu:

---

<sup>32</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran ...*, Hal 170

<sup>33</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran ...*, Hal. 171



1. Keluarga sebagai sumber orientasi, yang terdiri dari orang tua dan saudara kandung.
2. Keluarga sebagai sumber keturunan, yakni pasangan suami istri beserta anak-anaknya.<sup>34</sup>

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

c. Faktor pribadi

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

d. Faktor psikologis

Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor psikologis utama yaitu:

1. Motivasi (dorongan) adalah kebutuhan dengan tekanan kuat yang mengarah seseorang mencari kepuasan.<sup>35</sup>

---

<sup>34</sup> Philip Kotler, *Marketing Management ...*, Hal. 236

<sup>35</sup> Philip Kotler Dan Gary Armstrong, *Principles Of Marketing ...*, Hal 172

Adanya sebuah kebutuhan mendorong seseorang untuk berusaha memenuhi kebutuhan tersebut.

2. Persepsi adalah proses di mana orang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk gambaran dunia yang berarti.<sup>36</sup> Orang dapat memiliki persepsi yang berbeda dari objek yang sama karena adanya proses persepsi yaitu perhatian, gangguan, dan mengingatkan kembali yang selektif.<sup>37</sup>
3. Pembelajaran ketika orang bertindak mereka belajar. Pembelajaran menggambarkan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman.
4. Keyakinan dan sikap, keyakinan adalah pemikiran deskriptif yang dimiliki seseorang tentang sesuatu. Keyakinan bisa didasarkan pada pengetahuan nyata, pendapat, atau iman dan bisa membawa muatan emosi atau tidak. Sedangkan sikap menggambarkan evaluasi, perasaan, dan tendensi yang relatif konsisten dari seseorang terhadap sebuah objek atau ide. Sikap menempatkan orang ke dalam suatu kerangka pikiran

---

<sup>36</sup> Philip Kotler Dan Gary Armstrong, *Principles Of Marketing ...*, Hal 174

<sup>37</sup> Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta: Kencana, 2003), Hal 15

untuk menyukai atau tidak menyukai sesuatu, untuk bergerak menuju atau meninggalkan sesuatu.<sup>38</sup>

#### **D. Pembiayaan Bai Bitsaman Ajil**

##### **1. Pengertian pembiayaan**

Pengertian pembiayaan menurut Kamus Pintar ekonomi Syariah, Pembiayaan adalah sebagai penyediaan dana atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berupa: (a) transaksi bagi hasil dalam bentuk *mudharabah* dan *musyarakah*, (b) transaksi sewa-menyewa dalam bentuk ijarah atau sewa beli dalam bentuk *ijarah mutahiyah bit tamlik*, (c) transaksi jual beli dalam bentuk piutang *murabahah*, *salam*, dan *istish'na*, (d) transaksi pinjam meminjam dalam bentuk piutang *qard*, dan (e) transaksi sewa menyewa jasa dalam bentuk ijarah untuk transaksi multi jasa, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antar banj syariah serta UUS dan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai dan atau diberi fasilitas dana untuk mengembalikan dana tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan ujah, tanpa imbalan, atau bagi hasil.<sup>39</sup> Pembiayaan atau *financing* adalah pendanaan yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga.<sup>40</sup>

Pengertian pembiayaan menurut Undang-Undang Perbankan No. 10 Tahun 1998 adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat

---

<sup>38</sup> Philip Kotler Dan Gary Armstrong, *Principles Of Marketing ...*, Hal 176

<sup>39</sup> Ahmad Ifham Sholihin, Buku Pintar Ekonomi Syariah, (Gramedia Pustaka Utama, 2010), <http://google.co.id/books/pengertian/pembiayaan>

<sup>40</sup> Muhammad, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, (Yogyakarta: YKPN, 2005), Hal 17

dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antar bank dengan pihak lain yang dibiaya untuk mengembalikan uang atau tagihan setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.<sup>41</sup>

Pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antar lembaga keuangan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan pembiayaan atau bagi hasil.

Pembiayaan adalah aktivitas menyalurkan dana yang terkumpul kepada anggota pengguna dana, memilih jenis usaha yang akan dibiayai agar diperoleh jenis usaha yang produktif, menguntungkan dan dikelola oleh anggota yang jujur dan bertanggung jawab.

Dalam kaitannya dengan pembiayaan pada perbankan syariah atau lembaga keuangan syariah atau istilah teknisnya disebut sebagai aktiva produktif. Menurut ketentuan Bank Indonesia aktiva produktif adalah penanaman dana Bank Syariah baik dalam rupiah maupun valuta asing dalam bentuk pembiayaan, piutang, qardh, surat berharga syariah dan kontijensi pada rekening administrative serta sertifikat Wadi'ah Bank Indonesia. (peraturan Bank Indonesia No 5/7/PBI/2003 tanggal 19 Mei 2003).<sup>42</sup>

---

<sup>41</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), hal 73

<sup>42</sup> Muhammad, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, ... Hal 17

Jika dilihat pada Bank umum, pembiayaan disebut loan, sementara di Bank syariah disebut *financing*. Sedangkan balas jasa yang diberikan atau diterima pada Bank umum berupa bunga (interest loan atau deposito) dalam prosentase pasti. Sementara pada bank Syariah, dengan memberi dan menerima balas jasa berdasarkan perjanjian (akad) bagi hasil, margin dan jasa.

Secara umum, skim besar pembiayaan dapat dibagi menjadi dua bagian besar, antara lain:

- a. Pembiayaan konsumtif, yakni pembiayaan yang diberikan untuk pembelian ataupun pengadaan barang tertentu yang tidak digunakan untuk tujuan usaha.
- b. Pembiayaan produktif, yakni pembiayaan yang diberikan untuk kebutuhan usaha. Pembiayaan produktif terbagi menjadi dua yakni: Pembiayaan investasi dan pembiayaan modal kerja.<sup>43</sup>

## 2. Jenis-jenis pembiayaan

Pembiayaan syariah dapat digolongkan menjadi enam pembiayaan yaitu :

- a. Pembiayaan modal kerja syariah adalah pembiayaan jangka pendek yang diberikan kepada perusahaan untuk membiayai kebutuhan modal kerja usahanya berdasarkan prinsip syariah.

---

<sup>43</sup> Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil(BMT)*,(Yogyakarta:UIN Press, 2004), hal.,166

Jangka waktu pembiayaan modal maksimum satu tahun dan dapat diperpanjang sesuai kebutuhan.

- b. Pembiayaan investasi syariah adalah penanaman dana dengan maksud memperoleh imbalan, manfaat, dan keuntungan dikemudian hari.
- c. Pembiayaan konsumtif syariah adalah jenis pembiayaan yang diberikan untuk tujuan diluar usaha umumnya bersifat perorangan.
- d. Pembiayaan sindikasi adalah pembiayaan yang diberikan oleh lebih dari satu lembaga keuangan bank untuk obyek pembiayaan tertentu.
- e. Pembiayaan berdasarkan *take over* adalah membantu masyarakat untuk mengalihkan transaksi nonsyariah yang telah berjalan menjadi transaksi yang sesuai dengan syariah.
- f. Pembiayaan *letter of credit* Pembiayaan *letter of credit* adalah pembiayaan yang diberikan dalam rangka memfasilitasi transaksi impor atau ekspor nasabah.<sup>44</sup>

### **3. Analisis kelayakan pembiayaan**

Analisis pembiayaan merupakan langkah penting untuk realisasi pembiayaan. Proses yang dilakukan oleh pelaksana (pejabat) pembiayaan ini untuk:

- a. Menilai kelayakan usaha calon peminjam;

---

<sup>44</sup> Adiwarmarman Karim, *BankIslam...*, hal. 231.

- b. Menekan risiko akibat tidak terbayarnya pembiayaan;
- c. Menghitung kebutuhan pembiayaan yang layak.<sup>45</sup>

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

- a. Pendekatan analisis pembiayaan
  - yaitu memperhatikan;
  - 1. Pendekatan jaminan, yaitu memperhatikan kualitas dan kuantitas jaminan yang dimiliki oleh nasabah;
  - 2. Pendekatan karakter;
  - 3. Pendekatan kemampuan pelunasan;

---

<sup>45</sup> Muhammad, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, (Yogyakarta: YKPN, 2005), Hal 59

4. Pendekatan dengan studi kelayakan, yaitu memperhatikan kelayakan usaha yang dijalankan oleh nasabah peminjam;
  5. Pendekatan fungsi-fungsi bank, yaitu memperhatikan fungsi bank sebagai perantara keuangan.
- b. Prinsip analisis pembiayaan

Prinsip analisis pembiayaan di dasarkan pada prinsip 6C yaitu:

1) *Character*

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



baik, tentu akan membawa berbagai kesulitan bagi bank di kemudian hari.

2) *Capacity*

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

3) *Capital*

Artinya besarnya modal sendiri yang dimiliki oleh calon nasabah.

4) *Condition of economy*

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

5) *Collateral*

Artinya jaminan yang dimiliki yang diberikan peminjam kepada bank.

6) *Constrain*

Artinya hambatan-hambatan yang mungkin mengganggu proses usaha.<sup>46</sup>

#### **4. Tujuan pembiayaan**

Secara umum tujuan pembiayaan dibedakan menjadi dua kelompok yaitu: tujuan pembiayaan untuk tingkat makro, dan tujuan pembiayaan

---

<sup>46</sup> Rivai'i da Vaitzal, *Islamic Financial Management, Teori, Konsep, dan Aplikasi paduan praktis untuk lembaga keuangan, nasabah, praktisi, dan Mahasiswa*, (Jakarta: Rajawali, 2008), Hal 348

untuk tingkat mikro.<sup>47</sup> Secara makro dijelaskan bahwa pembiayaan bertujuan:

1. Peningkatan ekonomi umat, artinya: masyarakat yang tidak ada akses secara ekonomi, dengan adanya pembiayaan mereka dapat melakukan akses ekonomi.
2. Tersedianya dana bagi peningkatan usaha, artinya untuk pengembangan usaha membutuhkan dana tambahan. Dana tambahan ini dapat diperoleh melalui aktivitas pembiayaan. Pihak yang surplus dana menyalurkan kepada pihak yang minus dana, sehingga dapat bergulirkan.
3. Meningkatkan produktivitas, artinya adanya pembiayaan memberikan peluang-peluang bagi masyarakat agar mampu meningkatkan daya produksinya.
4. Membuka lapangan kerja baru artinya, dengan dibukannya sektor-sektor usaha melalui penambahan dana pembiayaan, maka sektor usaha tersebut akan menyerap tenaga kerja.
5. Terjadi distribusi pendapatan, artinya masyarakat usaha produktif mampu melakukan aktivitas kerja, berarti mereka akan memperoleh pendapatan dari hasil usahanya.

Adapun secara mikro, pembiayaan bertujuan untuk:

---

<sup>47</sup> Muhammad, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, (Yogyakarta: YKPN, 2005), Hal 17

1. Upaya memaksimalkan laba, artinya setiap usaha yang dibuka memiliki tujuan tertinggi, yaitu menghasilkan laba usaha. Setiap pengusaha menginginkannya mampu mencapai laba maksimal. Untuk dapat menghasilkan laba maksimal maka mereka perlu dukungan dana yang cukup.
2. Upaya meminimalkan risiko, artinya usaha yang dilakukan agar mampu menghasilkan laba maksimal, maka pengusaha harus mampu meminimalkan risiko yang mungkin timbul. Risiko kekurangan modal usaha dapat diperoleh melalui tindakan pembiayaan.
3. Pendayagunaan sumber ekonomi, yaitu sumber daya ekonomi dapat dikembangkan dengan melakukan mixing antara sumber daya alam dengan sumber daya manusia serta sumber daya modal. Jika sumber daya alam dan manusia manusia ada, dan sumber daya modal tidak ada maka dipastikan diperlkan pembiayaan. Dengan demikian, pembiayaan pada dasarnya dapat meningkatkan daya guna sumber-sumber daya ekonomi.
4. Penyaluran kelebihan dana, artinya dalam kehidupan masyarakat ada pihak yang kelebihan dana, sementara ada pihak yang kekurangan dana. Dalam kaitannya dengan masalah dana, maka mekanisme pembiayaan dapat menjadi jembatan dalam penyeimbangan dan penyaluran kelebihan dana dari

pihak yang kelebihan (surplus) kepada pihak yang kekurangan (minus) dana.

Tujuan pembiayaan yang lain terdiri dari dua fungsi yang saling berkaitan dari pembiayaan:

1. *Profitabilias* yaitu tujuan untuk memperoleh hasil dari pembiayaan berupa keuntungan yang diraih dari bagi hasil yang diperoleh dari usaha yang dikelola bersama nasabah.
2. *Safety* yaitu keamanan dari prestasi atau fasilitas yang diberikan harus benar-benar terjamin sehingga tujuan *profitability* dapat benar-benar tercapai tanpa hambatan yang berarti.<sup>48</sup>

Dalam kaitannya dengan profitabilitas dan keamanan Bank, Bank Syariah cenderung memberikan pembiayaan kepada nasabah yang memiliki tingkat kemampuan bayar, dan juga nasabah yang berpeluang memberikan keuntungan terhadap Bank. Kecuali dalam kondisi tertentu, misalnya dalam rangka memaksimalkan dana yang terserap, maka Bank Syariah tidak terlalu berfikir untuk mendapatkan keuntungan langsung yang besar dari masyarakat, melainkan bagaimana volume pembiayaan yang besar. Dengan demikian diharapkan oleh bank juga memberikan akumulasi keuntungan yang besar terhadap bank.

---

<sup>48</sup> Rivai'i dan Veithsal, *Islamic Financial Management, Teori, Konsep dan aplikasi panduan praktis untuk lembaga keuangan, nasabah, praktisi dan Mahasiswa*, (Jakarta: Rajawali Press, 2008) Hal 6

Secara khusus bank juga memiliki tujuan tertentu dalam proses pembiayaan. Dalam bukunya Muhammad menyebutkan bahwa tujuan pembiayaan yang dilaksanakan Bank Syariah adalah untuk memenuhi kebutuhan stakeholder, yaitu:

1. Pemilik

Pemilik mengharapkan akan memperoleh penghasilan atas dana yang ditanamkan pada Bank.

2. Pegawai

Para pegawai berharap memperoleh kesejahteraan dari Bank.

3. Masyarakat

- a. Pemilik dana

Masyarakat pemilik dana mengharapkan dana yang diinvestasikan akan memperoleh bagi hasil.

- b. Debitur yang bersangkutan

Dengan adanya pembiayaan, para debitur tertentu menjalankan usahannya di sektor produktif atau terbantu untuk pengadaan barang yang diinginkannya.

- c. Masyarakat konsumen

Masyarakat konsumen memperoleh barang-barang yang dibutuhkan.

4. Pemerintah

Dengan menyediakan pembiayaan, pemerintah terbantu dalam pembiayaan pembangunan Negara, di samping itu akan

memperoleh pajak (berupa pajak penghasilan atas keuntungan yang diperoleh bank dan juga perusahaan-perusahaan).

#### 5. Bank

Dari penyaluran pembiayaan, bank dapat meneruskan dan mengembangkan usahanya agar tetap bertahan dan meluas jaringan usahanya, sehingga semakin banyak masyarakat yang dapat dilayani.<sup>49</sup>

### 3. Fungsi pembiayaan

Pembiayaan yang diselenggarakan oleh Bank syariah dan lembaga keuangan syariah lainnya secara umum berfungsi untuk:

#### 1. Meningkatkan daya guna uang

Para penabung menyimpan uang di bank dalam bentuk giro, tabngan, dan deposito. Uang tersebut dalam persentase tertentu ditingkatkan kegunaannya oleh bank guna suatu usaha peningkatan produktivitas. Para pengusaha menikmati pembiayaan dari bank untuk memperluas atau memperbesar usahanya baik untuk peningkatan produksi, perdagangan maupun untuk usaha-usaha rehabilitasi ataupun memulai usaha baru. Secara mendasar melalui pembiayaan terdapat suatu usaha peningkatan produktivitas secara menyeluruh. Dengan demikian dana yang mengendap di bank (yang diperoleh dari penyimpanan uang) tidaklah *idle* (diam) dan disarankan untuk

---

<sup>49</sup> Muhammad, *Manajemen Pembiayaan ...*, Hal 19

usaha-usaha yang bermanfaat, baik kemanfaatan bagi pengusaha maupun masyarakat.

2. Meningkatkan daya guna barang

a. Produsen dengan bantuan pembiayaan bank dapat mengubah bahan mentah menjadi bahan jadi sehingga *unitly* bahan tersebut meningkat. Contoh peningkatan *unitly* kelapa menjadi koprah dan selanjutnya menjadi minyak kelapa.

b. Produsen dengan bantuan pembiayaan dapat memindahkan barang dari satu tempat yang kegunaannya kurang ke tempat yang lebih bermanfaat.

3. Meningkatkan peredaran uang

Pembiayaan yang disalurkan melalui rekening-rekening koran pengusaha menciptakan pertambahan peredaran uang giral dan sejenisnya seperti cek, bilyet giro, wesel, dll. Melalui pembiayaan, peredaran uang kartal maupun giral akan lebih berkembang, karena pembiayaan menciptakan suatu kegairahan berusaha sehingga penggunaan uang akan bertambah baik secara kualitatif maupun kuantitatif.

4. Menimbulkan kegairahan berusaha

Pembiayaan yang diterima pengusaha dari bank kemudian digunakan memperbesar volume usaha dan produktivitasnya.

5. Stabilitas ekonomi

Dalam ekonomi yang kurang sehat, langkah-langkah stabilitas diarahkan pada usaha-usaha:

- a. Pengendalian inflasi
- b. Peningkatan ekspor
- c. Rehabilitasi prasarana
- d. Pemenuhan kebutuhan pokok rakyat untuk menekan arus inflasi dan untuk usaha pembangunan ekonomi maka pembiayaan memegang peran penting.

6. Jembatan untuk meningkatkan pendapatan nasional

Para usahawan mendapatkan pembiayaan untuk meningkatkan usahanya. Peningkatan usaha berarti peningkatan profit. Bila keuntungan ini secara kumulatif dikembangkan lagi dalam arti kata dikembangkan lagi dalam struktur permodalan, maka peningkatan akan berlangsung terus menerus. Dengan earnings (pendapatan) yang terus meningkat berarti pajak perusahaan akan terus bertambah. Di lain pihak pembiayaan yang disalurkan untuk merangsang pertumbuhan kegiatan ekspor akan menghasilkan pertumbuhan devisa negara. Di samping itu dengan makin efektifnya kegiatan sewa kebutuhan-kebutuhan pokok, berarti akan hemat devisa keuangan Negara, akan diarahkan pada usaha-usaha



kesejahteraan ataupun ke sektor-sektor lain yang lebih berguna.<sup>50</sup>

Dari fungsi diatas dapat dikatakan bahwa, masyarakat yang memiliki uang berlebihan dan dititipkan di bank maka uang tersebut akan dimanfaatkan oleh orang lain untuk usaha, sehingga mendapatkan hasil. Hasil tersebut yang kemudian diberikan sesuai porsi dan nisbah yang ditentukan kepada nasabah penyimpan dana dan juga bank sebagai pengelola. Selain itu dengan keumtungan yang dimiliki oleh bank maka bank bisa memberikan pembiayaan Cuma-Cuma kepada yang membutuhkan karena terbatasnya sarana dan prasarana yang dimiliki untuk meningkatkan perekonomiannya. Hal itulah menjadikan perekonomian menjadi tumbuh dan berkembang. Nasabah yang mendapatkan pembiayaan dari Bank syariah mampu meningkatkan usahanya, bank itu barang produktif, perdagangan pertanian dan lain-lain, dimana mampu menghasilkan produk yang dibutuhkan oleh masyarakat, membantu meningkatkan persediaan kebtuhan masyarakat, sehingga meminimalisir import, dimana kebutuhan yang dibuat dan diproduksi oleh negara lain. peningkatan pendapatan masyarakat berarti meningkatkan peredaran uang yang meningkat, baik itu melalui cek, giro maupun *currency*.

---

<sup>50</sup> Muhammad, *Manajemen Pembiayaan ...* Hal 19

Fungsi lain pembiayaan adalah sebagai alat ekonomi Internasional.<sup>51</sup> Hal ini lebih disebabkan oleh transaksi perekonomian tidak hanya terjadi di dalam negeri. Nasabah yang memiliki usaha ekspor amupun import baik bahan baku, setengah jadi maupun jadi, maka membutuhkan transaksi pembiayaan sesuai dengan kebutuhan dengan berbagai kemudahan yang diberikan oleh bank syariah. Mengingat Bank Syariah sifatnya mendunia, apalagi suburnya Bank Syariah diawali dari negeri Baharin, Arab, Malaysia, dan lain-lain.

#### 4. Pengertian dan dasar hukum bai' bitsaman ajil

*Bai' Bitsaman Ajil* menurut bahasa merupakan jual beli dengan penetapan harga yang akan dibayar kemudian.<sup>52</sup> Sedangkan menurut istilah adalah suatu jual beli untuk barang tertentu antara penjual dengan pembeli, dimana pemilik barang akan menyerahkan barang seketika, sedangkan pembayaran dilakukan dengan sistem cicilan dalam waktu yang disepakati bersama.<sup>53</sup> Pada piutang *Bai' Bitsaman Ajil* (BBA), BMT bertindak sebagai penjual sedangkan anggota/ calon anggota pembiayaan bertindak sebagai pembeli dan akad yang digunakan adalah akad jual beli ( Bai' ). Harga jual yang

---

<sup>51</sup> Adiwarmarman Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan, edisi ketiga* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2009) Hal 231-254

<sup>52</sup> Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syari" ah*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2007), Hal 77

<sup>53</sup> Muahmmad, *Sitem dan Prosedur Operasional Bank Syari " ah*, (Yogyakarta : Uii Press, 2000), Hal 31

diberikan kepada anggota/ calon anggota pembiayaan adalah harga pokok ditambah keuntungan atau margin yang telah disepakati kedua belah pihak. *Bai' Bitsaman Ajil* (BBA) adalah menjual dengan harga asal ditambah dengan margin keuntungan yang telah disepakati dan dibayar secara kredit.

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

- a. *Bai' Bitsaman Ajil* adalah Pembiayaan berupa talangan dana yang dibutuhkan nasabah untuk membeli suatu barang/jasa dengan kewajiban mengembalikan talangan dan tersebut ditambah margin keuntungan bank secara mencicil sampai lunas dalam jangka waktu tertentu sesuai dengan kesepakatan. Bank memperoleh margin keuntungan berupa selisih harga beli dari pemasok dengan harga jual bank kepada nasabah.<sup>54</sup>
- b. *Bai' Bitsaman Ajil* adalah Pembiayaan berdasarkan perjanjian jual beli atas barang halal tertentu, dimana pemilik barang (Bank) akan menyerahkan barang seketika kepada pembeli (nasabah) dengan kelebihan atau untuk yang disepakati bersama. Apabila pembayaran kewajiban dilakukan secara mengansur,

---

<sup>54</sup> Wirdyaningsih, Sh., MH., et al, *Bank dan Asuransi Islam Indonesia*. (Jakarta. kecana prenada media ed1.cet.2. 2005), Hlm.109.

disebut *Bai Bistaman Ajil*.<sup>55</sup> *Bai' Bitsaman Ajil* salah satu bentuk murabahah atau jual beli dengan angsuran.<sup>56</sup>

Dasar hukum Bai' Bitsaman Ajil terdapat dalam firman Allah sebagai berikut:

a. QS An-Nisa ayat 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”<sup>57</sup>

b. QS Al-Baqarah ayat 275

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

---

<sup>55</sup> Zainul Arifin, *Memahami Bank Syariah Lingkup, Peluang, Tantangan, Dan Prospek*, (Jakarta.Cet.3 Alfabeta. 2000), Hlm. 53.

<sup>56</sup> M. Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), hal. 139

<sup>57</sup> Qs. An-Nisa ayat 29, Departemen Agama RI, *Al-Quran dan terjemahannya*, (Semarang: PT Kumdasmoro Grafindo, 1994)

Artinya: “...Allah Telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba....”<sup>58</sup>

c. QS Al-Baqarah ayat 280

وَإِنْ كَانَ ذُو عُسْرَةٍ فَنَظِرَةٌ إِلَىٰ مَيْسَرَةٍ ۚ وَأَنْ

تَصَدَّقُوا خَيْرٌ لَّكُمْ ۖ إِن كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya: “Dan jika (orang yang berhutang itu) dalam kesukaran, Maka berilah tangguh sampai dia berkelapangan. dan menyedekahkan (sebagian atau semua utang) itu, lebih baik bagimu, jika kamu Mengetahui.”<sup>59</sup>

Dasar hukum dalam hadits yaitu:

“Dari Shuhaib ra: bahwa Rasulullah saw bersabda tiga perkara di dalamnya terdapat keberkatan (1) menjual secara kredit, (2) Muqaradhah (nama lain dari mudharabah), (3) Mencampurkan tepung dengan gandum untuk kepentingan rumah dan bukan umum untuk dijual”.

(HR. Ibnu Majah, Shubhu Assalam 4/17).

Keterangan:

---

<sup>58</sup> Qs. Al-Baqarah ayat 275, Departemen Agama RI, *Al-Quran dan terjemahannya*, (Semarang: PT Kumudasmoro Grafindo, 1994)

<sup>59</sup> Qs. Al-Baqarah ayat 280, Departemen Agama Ri, *Al-Quran dan terjemahannya*, (Semarang: PT Kumudasmoro Grafindo,1994)

- 1) Melihat definisi di atas *bai' bitsaman ajil* adalah *second derivation* atau pengembangan dari *murabahah*. Hal ini tampak jelas dari unsur waktu dalam pembayaran.
- 2) Bentuk usaha ini dapat diterapkan dalam:
  - a. Proses pengadaan barang dari nasabah bank
  - b. Pembiayaan impor dari luar negeri.
- 3) Dari sudut pandang fikih bank tidak ada halangan untuk meminta kolateral dari nasabahnya atas suku kredit tertentu. Dalam konteks *bai' bitsaman ajil* bank dapat menahan surat-surat transaksi sebagai jaminan sampai nasabah membayar lunas seluruh kreditnya.<sup>60</sup>

#### **5. Kaidah-kaidah khusus yang berkaitan dengan *bai' bitsaman ajil***

- a. Harga barang dengan transaksi *Bai' Bitsaman Ajil* dapat ditentukan lebih tinggi dari pada transaksi tunai. Namun, ketika harga telah disepakati, tidak dapat dirubah lagi.
- b. Jangka waktu pengembalian dan jumlah cicilan ditentukan berdasarkan musyawarah dan kesepakatan kedua belah pihak.
- c. Manakala nasabah tidak dapat membayar tepat pada waktu yang telah disepakati maka bank akan mencari jalan

---

<sup>60</sup> Muhammad, *Sistem dan Prosedur Operasional Bank Syariah*, (Yogyakarta: UII Press, 2000), Hal 30

yang paling bijak sana. Jalan apapun yang ditempuh bank tidak akan mengenakan sanksi atau melakukan *repricing* dari akad yang sama.<sup>61</sup>

Dalam implementasinya konsep BBA ini dapat dilaksanakan secara tersendiri, dapat pula dikombinasikan dengan produk-produk lainnya, misalnya *Bai as Salam*, *Bai al Istishna* dan *Bai al Inah*.

## 6. Rukun dan syarat bai bitsaman ajil

Rukun dan syarat bai' bitsaman ajil tidak jauh beda dengan jual beli secara umum karena transaksi ini merupakan pengembangan dari kontrak jual beli. Adapun rukun jual beli menurut jumhur ulama ada empat, yaitu:

- a. Ada orang yang berakad atau al-mutu al-muta'qidain (pembeli dan penjual).
- b. Ada sighat (lafaz ijab dan qabul).
- c. Adanya barang yang dibeli.
- d. Ada nilai tukar pengganti barang.

Adapun syarat-syarat jual beli sesuai dengan rukun jual beli yang di atas adalah sebagai berikut:<sup>62</sup>

1. Syarat orang yang berakad (penjual dan pembeli) yaitu:

---

<sup>61</sup> Ibid., Hal 31

<sup>62</sup> Nasrun Haroen, *fiqh Muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007), hal.115.

- a. Berakal, agar tidak terkecoh. Orang yang gila atau bodoh tidak sah jual belinya.
  - b. Dengan kehendak sendiri (bukan dipaksa)
  - c. Tidak mubazir (pemboros), sebab harta orang yang mubazir di tangan walinya.
  - d. Baligh, anak kecil tidak sah jual belinya. Adapun anak-anak yang sudah mengerti tetapi belum sampai umur dewasa, menurut sebagian ulama' mereka diperbolehkan jual beli.<sup>63</sup>
2. Syarat yang terkait dengan ijab dan qabul adalah:
- a. Orang yang mengucapkan telah baligh dan berakal.
  - b. Qabul sesuai dengan ija. Apabila tidak sesuai maka jual beli tidak sah.
  - c. Ijab dan qabul dilakukan dalam satu majlis. Artinya, kedua belah pihak yang melakukan jual beli hadir dan membicarakan topik yang sama.<sup>64</sup>
3. Syarat barang yang diperjual belikan adalah:
- a. Suci, barang najis tidak sah dijual dan tidak boleh dijadikan uang untuk dibelikan, seperti bangkai yang belum disamak.

---

<sup>63</sup> Sulaiman Rasjid, *Fiqih Islam*, (Bandung: Sinar Baru algensindo, 2009), hal. 279.

<sup>64</sup> Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah ...*, hal 116.



- b. Ada manfaatnya, tidak boleh menjual sesuatu yang tidak ada manfaatnya.
  - c. Barang itu dapat diserahkan, tidak sah menjual barang yang tidak dapat diserahkan kepada pembeli, misalnya ikan dalam laut.
  - d. Barang tersebut merupakan kepunyaan si penjual, kepunyaan yang diwakilinya atau yang mengusahakannya.<sup>65</sup>
4. Syarat nilai tukar (harga barang)
- a. Harga yang disepakati oleh kedua belah pihak.
  - b. Boleh diserahkan pada waktu akad, sekalipun secara hukum seperti pembayaran dengan cek atau kartu kredit. Apabila harga barang itu dibayar kemudian (berutang), maka waktu pembayarannya harus jelas.
  - c. Apabila jual beli itu dilakukan dengan saling mempertukarkan barang (al-muqa'yadhah), maka barang yang dijadikan nilai tukar bukan barang yang diharamkan oleh syara'.<sup>66</sup>

---

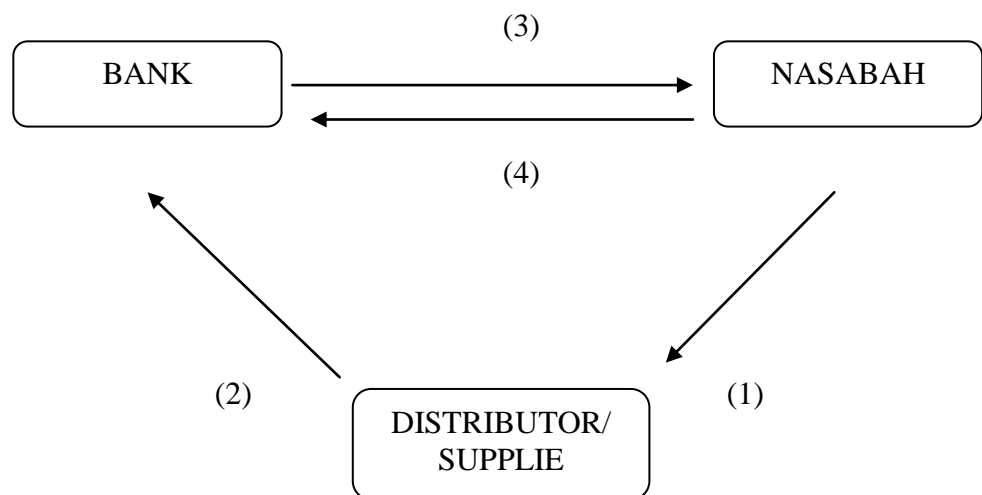
<sup>65</sup> Sulaiman rasjid, *Fiqh Islam ...*, hal.281.

<sup>66</sup> Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah ...*, hal. 119.

## 7. Skema bai' bitsaman ajil

Gambar 1.2

Skema pembiayaan Bai' Bitsaman Ajil



Pada jual beli bai bitsaman ajil, ada empat langkah proses yang dilakukan yaitu sebagai berikut:

1. Nasabah mengidentifikasi asset, misalnya asset X yang ingin dimiliki atau dibeli.
2. BMT menjual asset X tersebut kepada nasabah dengan harga jual (Rp Y) sama dengan harga perolehan (Rp.X) ditambah margin keuntungan.
3. Nasabah membayar harga asset X dengan cicilan sesuai dengan kesepakatan.<sup>67</sup>

---

<sup>67</sup> Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2007), hal.193-194.

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

BMT (Baitul Maal wa Tamwil) merupakan kependekan dari Baitul Maal wa Tamwil atau dapat juga ditulis dengan baitul maal wa baitul tanwil. Secara harfiah/lughowi baitul maal berarti rumah dana dan baitul tanwil berarti rumah usaha. Baitul maal dikembangkan berdasarkan sejarah perkembangannya, yakni dari masa nabi sampai abad pertengahan perkembangan Islam. Dimana baitul maal berfungsi untuk mengumpulkan sekaligus mentasyarufkan dana sosial. Sedangkan baitul tanwil merupakan lembaga bisnis yang bermotif laba.

Dari pernyataan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwasanya BMT merupakan organisasi bisnis yang juga berperan sosial. Peran sosial BMT akan terlihat pada definisi baitul maal, sedangkan peran bisnis BMT terlihat dari definisi baitul tanwil. Sebagai lembaga sosial, baitul maal memiliki kesamaan fungsi dan peran dengan Lembaga Amil Zakat (LAZ), oleh karenanya baitul maal harus didorong agar mampu berperan secara profesional menjadi LAZ yang mapan. Fungsi tersebut paling tidak meliputi upaya pengumpulan dana zakat, infaq, sedekah, wakaf dan sumber dana lainnya, dan upaya pensyarufan zakat kepada golongan yang paling berhak sesuai dengan ketentuan asnabiah (UU Nomor 38 tahun 1999).

Sebagai lembaga bisnis, BMT lebih mengembangkan usahanya pada sektor keuangan, yakni simpan-pinjam. Usaha ini seperti usaha perbankan yakni menghimpun dana anggota dan calon anggota (nasabah)

serta menyalurkan sektor ekonomi yang halal dan menguntungkan. Namun demikian, terbuka luas bagi BMT untuk mengembangkan lahan untuk mengembangkan lahan bisnisnya pada sektor riil maupun sektor keuangan lain yang dilarang dilakukan oleh lembaga keuangan bank. Karena BMT bukan bank, maka ia tidak tunduk pada aturan bank.

Pada dataran hukum di Indonesia, badan hukum yang paling penting untuk BMT adalah koperasi, baik serba usaha (KSU) maupun simpan-pinjam (KSP). namun demikian, sangat mungkin dibentuk perundangan tersendiri, mengingat sistem operasional BMT tidak sama persis dengan perkoperasian, semisal LKM (Lembaga Keuangan Mikro) Syariah, dll.<sup>68</sup>

#### **F. Penelitian Terdahulu yang Relevan**

Adapun penelitian yang sama serta pernah diteliti sebelumnya yang menjadi bahan acuan dalam penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut:

Penelitian yang dilakukan oleh Eko Suprpto, dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh fasilitas kredit, suku bunga, jangka waktu, dan jumlah kredit terhadap keputusan menggunakan kredit pada BPR BKK kota Semarang cabang Mijen. Dengan menggunakan variabel dependen fasilitas kredit, suku bunga, jangka waktu, dan jumlah kredit sedangkan untuk independen keputusan menggunakan kredit pada BPR BKK kota

---

<sup>68</sup> Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil*, (Yogyakarta:ULL Press,2004), hal 126-127.

Semarang cabang Mijen. Dan dibuktikan dengan melakukan penelitian dengan hasil tidak ada pengaruh negatif yang signifikan variabel fasilitas kredit terhadap keputusan menggunakan kredit PD BPR BKK Kota Semarang Cabang Mijen. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi untuk variabel fasilitas kredit (X1) sebesar  $-0,051$  dan nilai  $-t$  hitung  $(-1,119) > -t$  tabel  $(-1,9855)$ . Artinya jika fasilitas semakin semakin longgar maka keputusan menggunakan kredit di PD BPR BKK Kota Semarang Cabang Mijen semakin meningkat. Tidak ada pengaruh negatif yang signifikan dari variabel suku bunga terhadap keputusan menggunakan kredit PD BPR BKK Kota Semarang Cabang Mijen. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi untuk variabel suku bunga (X2) sebesar  $-0,067$  dan nilai  $-t$  hitung  $(-1,849) > -t$  tabel  $(-1,9855)$ . Artinya jika suku bunga semakin meningkat maka keputusan menggunakan kredit di PD BPR BKK Kota Semarang Cabang Mijen akan menurun. Ada pengaruh positif dari variabel jangka waktu terhadap keputusan menggunakan kredit PD BPR BKK Kota Semarang Cabang Mijen. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi untuk variabel jangka waktu (X3) adalah sebesar  $0,981$  dan nilai  $t$  hitung  $(22,151) > t$  tabel  $(1,9855)$ . Artinya jika jangka waktu semakin fleksibel maka keputusan menggunakan kredit di PD BPR BKK Kota Semarang Cabang Mijen akan meningkat. Ada pengaruh positif dari variabel jumlah kredit terhadap keputusan menggunakan kredit PD BPR BKK Kota Semarang Cabang Mijen. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi untuk variabel

jumlah kredit ( $X_4$ ) adalah sebesar 0,123 dan nilai  $t$  hitung (3,977) >  $t$  tabel (1,9855). Artinya jika jumlah kredit yang diberikan semakin baik maka keputusan menggunakan kredit di PD BPR BKK Kota Semarang Cabang Mijen akan meningkat. Sehingga dapat dikatakan bahwa ada pengaruh variabel fasilitas kredit, suku bunga, jangka waktu dan jumlah kredit secara bersama-sama terhadap keputusan menggunakan kredit PD BPR BKK Kota Semarang Cabang Mijen. Hal ini ditunjukkan dengan nilai  $F$  hitung (130,410) >  $F$  tabel (2,470) dan  $\text{sign} (0,000) < \text{sign } \alpha (0,05)$ . Artinya jika fasilitas kredit, suku bunga, jangka waktu dan jumlah kredit semakin baik maka keputusan menggunakan kredit di PD BPR BKK Kota Semarang Cabang Mijen akan meningkat.<sup>69</sup>

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Eva Roviana dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi harga atau margin dan kualitas pelayanan terhadap minat anggota dalam membeli produk pembiayaan murabahah di koperasi jasa keuangan syariah (studi kasus BMT Amal Mulia). Dari hasil analisa data variabel persepsi harga atau margin mempunyai nilai signifikan 0,028 yang nilainya lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel persepsi harga atau margin memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat anggota. Jika dilihat dari koefisien regresi Beta persepsi harga atau margin mempunyai nilai sebesar 0,194 atau 19,4 % yang berarti bahwa persepsi harga mampu

---

<sup>69</sup> Eko Suprpto, *Pengaruh Fasilitas Kredit, Suku Bunga, Jangka Waktu dan Jumlah Kredit Terhadap Keputusan Menggunakan Kredit pada BPR BKK Kota Semarang Cabang Mijen*, Hal: 106

mempengaruhi minat anggota sebesar 19,4 %. Arah koefisien regresi bertanda positif, hal ini berarti bahwa peningkatan nilai persepsi harga secara positif mampu meningkatkan minat anggota. Artinya semakin tinggi nilai persepsi harga yang dimiliki BMT maka minat anggota terhadap pembiayaan juga akan semakin besar. Dengan demikian hipotesis 1 yang menyatakan bahwa “persepsi harga mampu mempengaruhi minat anggota secara positif dan signifikan” diterima. Dari hasil analisa data variabel kualitas pelayanan mempunyai nilai signifikan 0,00 yang nilainya lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat anggota. Jika dilihat dari koefisien regresi Beta kualitas pelayanan mempunyai nilai sebesar 0,525 atau 52,5 % yang berarti bahwa kualitas pelayanan mampu mempengaruhi minat anggota sebesar 52,5 %. Arah koefisien regresi bertanda positif, hal ini berarti bahwa peningkatan nilai kualitas pelayanan mampu meningkatkan minat anggota secara positif. Jadi semakin tinggi nilai kualitas pelayanan yang dimiliki BMT maka akan semakin tinggi pula minat anggota terhadap pembiayaan murabahah. Dengan demikian hipotesis 2 yang menyatakan bahwa “kualitas pelayanan mampu mempengaruhi minat anggota secara positif dan signifikan” diterima.<sup>70</sup>

Selanjutnya penelitian juga dilakukan oleh Sofiyah dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi anggota pada syariah *compliance* dan

---

<sup>70</sup> Eva Roviana, *Analisis Pengaruh Persepsi Harga Atau Margin Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Anggota Dalam Membeli Produk Pembiayaan Murabahah Di Koperasi Jasa Keuangan Syariah, Studi Kasus Bmt Amal Mulia* (Salatiga: Skripsi tidak Diterbitkan, 2015), Hal 92

margin terhadap keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah* (studi kasus di BMT Indoarta syariah Temanggung, BMT Bima Magelang, dan BMT Anda Salatiga). Variabel persepsi anggota pada syariah compliance (X1) 0,434, variabel margin (X2) 0,297. Variabel-variabel tersebut secara sendiri-sendiri mempunyai pengaruh terhadap keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah* (Studi Kasus di BMT Indoarta Syariah Temanggung, BMT BIMA Magelang dan BMT Anda Salatiga). Variabel persepsi anggota pada syariah compliance dan variabel margin secara bersama-sama memberikan kontribusi terhadap meningkatnya keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah* (Studi Kasus di BMT Indoarta Syariah Temanggung, BMT BIMA Magelang dan BMT Anda Salatiga) dengan besaran pengaruhnya adalah 60,9 %. Dari kedua faktor tersebut dapat disimpulkan faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah* (Studi Kasus di BMT Indoarta Syariah Temanggung, BMT BIMA Magelang dan BMT Anda Salatiga) dengan melihat pada uji regresi berganda dengan koefisien beta terhadap masing-masing variabel adalah faktor persepsi tentang syariah compliance. Hal ini dikarenakan jika calon anggota atau nasabah pada umumnya sudah mempunyai persepsi syariah compliance yang baik tentang BMT (bahwa BMT itu non riba, menjauhi haram, menjauhi atau non gharar maisir serta ada program zakatnya) maka mereka akan percaya dan mempunyai loyalitas yang tinggi pada BMT, faktor selanjutnya adalah margin juga mempunyai pengaruh yang juga cukup signifikan karena ingin anggota



atau nasabah ingin memperoleh pembiayaan dengan margin yang murah atau ringan. Selain itu, lembaga keuangan syariah seperti BMT adalah lembaga yang menjual kepercayaan kepada masyarakat. Oleh karena itu seyogyanya kepercayaan itu dijaga sebaik mungkin.<sup>71</sup>

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Visa Alvi Sa'adah dengan bertujuan untuk mengetahui pengaruh penetapan harga jual dan tingkat margin terhadap keputusan pembiayaan murabahah pada anggota BMT Agritama Blitar. Hasil pengujian hipotesis antara penetapan harga jual terhadap keputusan pembiayaan murabahah adalah penetapan harga jual berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembiayaan murabahah pada BMT Agritama Blitar. Oleh karena itu, untuk meningkatkan kualitas pembiayaan murabahah, BMT Agritama Blitar harus lebih mengintensikan lagi dalam mengatur alur pembiayaan murabahah. Karena pembiayaan murabahah adalah pembiayaan yang transaksinya sering digunakan oleh anggota atau nasabah pada umumnya. Hasil dari pengujian tersebut dibuktikan dengan koefisien regresi penetapan harga jual sebesar +0.294 dan nilai Sig. dari penetapan harga jual sebesar 0.000 dan nilai  $\alpha = 0.05$  atau 5%. Hasil pengujian hipotesis antara tingkat margin terhadap keputusan pembiayaan murabahah adalah tingkat margin berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembiayaan murabahah pada BMT Agritama Blitar. Hasil dari pengujian

---

<sup>71</sup> Sofiyani, *Pengaruh Persepsi Anggota Pada Syariah Compliance Dan Margin Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah, Studi Kasus Di Bmt Indoarta Syariah Temanggung, Bmt Bima Magelang, Dan Bmt Anda Salatiga*, (Salatiga: Skripsi tidak Diterbitkan, 2015) Hal 83

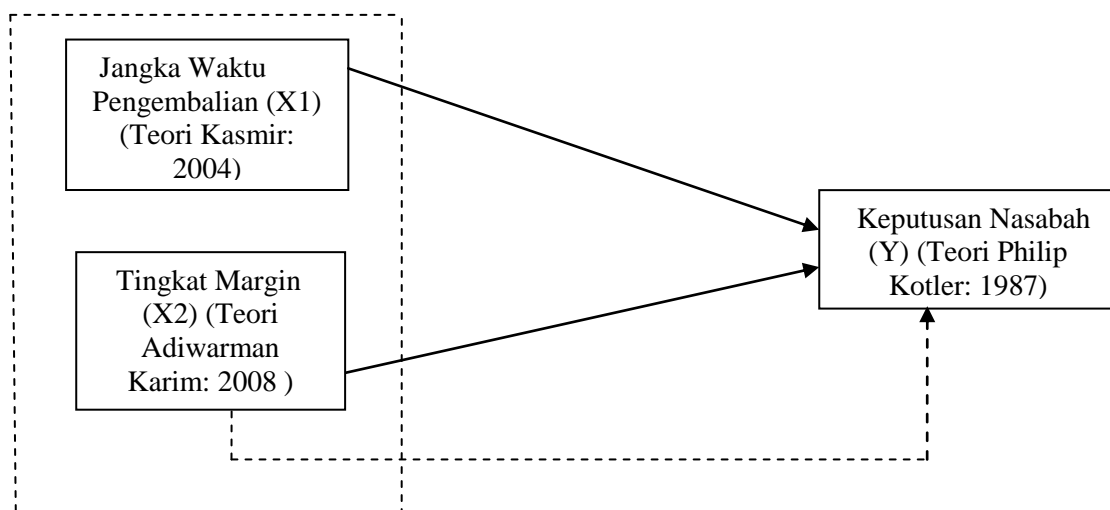
tersebut dibuktikan dengan koefisien regresi tingkat margin sebesar +0.443 dan nilai Sig. dari tingkat margin sebesar 0.000 dan nilai  $\alpha = 0.05$  atau 5%. Karena nilai Sig.  $< \alpha$  maka dapat disimpulkan untuk menolak  $H_0$ , yang berarti variabel tingkat margin berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembiayaan murabahah.<sup>72</sup>

### G. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual penelitian dengan judul penelitian “Pengaruh Jangka Waktu Pengembalian dan Tingkat Margin terhadap Keputusan Memilih Pembiayaan Bai’ Bitsaman Ajil di Pokusma BMT Pahlawan Notorejo Tulngagung adalah :

Gambar 1.3

#### Kerangka Berfikir



Keterangan:

—————> : Garis Regresi Sederhana

<sup>72</sup>Visa Alvi Sa'adah, *Pengaruh Penetapan Harga Jual Dan Tingkat Margin Terhadap keputusan Pembiayaan Murabahah Pada Anggota Bmt Agritama Blitar*, (Tulungagung: Skripsi tidak Diterbitkan, 2015), Hal 102

-----▶ : Garis Regresi Berganda

## H. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah pernyataan sementara tentang hubungan yang diharapkan antara dua variabel atau lebih.<sup>73</sup> Dengan kata lain, hipotesis merupakan prediksi terhadap hasil penelitian yang diusulkan. Cholid narbuko menyatakan bahwa hipotesis adalah pernyataan yang masih lemah kebenarannya dan masih perlu dibuktikan kenyataannya.<sup>74</sup> Menurut pendapat lain Hipotesis adalah merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan.<sup>75</sup>

Berdasarkan pendapat tersebut hipotesis yang penulis ajukan adalah “Diduga pengaruh jangka waktu pengembalian, dan tingkat margin terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan *bai' bitsaman ajil* pada BMT Pahlawan cabang Notorejo. Karena sifatnya yang sementara perlu dibuktikan kebenarannya melalui suatu pengujian atau test yang disebut tes hipotesis. Ada dua macam hipotesis yang dibuat dalam suatu percobaan penelitian, yaitu hipotesis nol ( $H_0$ ) dan hipotesis alternatif ( $H_1$ ). Adapun hipotesisnya yaitu :

Untuk hipotesis statistik sebagai acuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

---

<sup>73</sup> Ibnu Hadjah, *Dasar-dasar Metodologi Penelitian Kuantitas dalam Pendidikan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 1999) hal. 61

<sup>74</sup> Cholid Narbuko, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2007) hal 28

<sup>75</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Bisnis: Avabeta, 2009), hal 93

**Hipotesis 1**

$H_0$  : Tidak ada pengaruh signifikan antara variabel jangka waktu pengembalian, terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan BBA pada BMT Pahlawan Tulungagung.

$H_a$  : Ada pengaruh signifikan antara variabel jangka waktu pengembalian, terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan BBA pada BMT Pahlawan Tulungagung.

**Hipotesis 2:**

$H_0$  : Tidak ada pengaruh signifikan antara variabel tingkat margin, terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan BBA pada BMT Pahlawan Tulungagung.

$H_a$  : Ada pengaruh signifikan antara variabel tingkat margin, terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan BBA pada BMT Pahlawan Tulungagung.

**Hipotesis 3:**

$H_0$  : Tidak ada pengaruh signifikan antara variabel, jangka waktu pengembalian dan tingkat margin, terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan BBA pada BMT Pahlawan Tulungagung.

$H_a$  : Ada pengaruh signifikan antara variabel, jangka waktu pengembalian tingkat margin, terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan BBA pada BMT Pahlawan Tulungagung.

Untuk hipotesis statistic sebagai acuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

**Jika keputusan nasabah  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.**

**Jika keputusan nasabah  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diteriama.**