

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Manajemen Pembiayaan Bank Syariah

Bank sebagai lembaga perantara jasa keuangan (*financial intermediary*), dengan dana dimaksud dapat memenuhi kebutuhan dana pembiayaan yang tidak disediakan oleh dua lembaga sebelumnya (swasta dan negara). Sistem bank bebas bunga atau disebut pula bank Islam atau bank syariah, memang tidak khusus diperuntukkan untuk sekelompok orang, namun sesuai landasan Islam yang “Rahmatan lil ‘alamin”, tetapi didirikan guna melayani masyarakat banyak tanpa membedakan keyakinan yang dianut.²⁰

Pada Perbankan Syariah dengan memberi dan menerima balas jasa berdasarkan perjanjian (akad) bagi hasil, margin dan jasa.²¹ Nasabah yang mendapatkan pembiayaan dari Bank Syariah mampu meningkatkan usahanya, baik itu barang produksi, perdagangan, pertanian dan lain-lain, dimana mampu menghasilkan produk yang dibutuhkan oleh masyarakat, membantu meningkatkan persediaan kebutuhan 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 chek, giro maupun *currency*.²²

²⁰ Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2005), hal. 195.

²¹ Binti Nur Asiyah, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, (Yogyakarta: Teras, 2014), hal. 2-3.

²² *Ibid.*, hal. 12.

1. Pendapatan Anggota

a. Pengertian Pendapatan

Pendapatan adalah penghasilan yang diterima baik berupa gaji/upah, laba usaha atau pendapatan lainnya yang diukur dengan rupiah. Tujuan pokok dijalankannya suatu usaha adalah untuk memperoleh pendapatan, dimana pendapatan tersebut dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup dan kelangsungan hidup usahanya. Pendapatan juga digunakan untuk memenuhi berbagai barang dan jasa yang mereka butuhkan. Besarnya pendapatan menunjukkan besarnya daya beli seseorang akan suatu barang atau jasa.²³

Sebenarnya pendapatan sama besarnya dengan uang yang dibelanjakan ditambah dengan uang yang diinvestasikan (modal) dan yang ditabung. Oleh karena itu, pendapatan dalam arti luas (nasional) terdiri dari komponen-komponen sebagai berikut:

- 1) Konsumsi seluruh lapisan masyarakat (rumah tangga, bisnis, dan pemerintah).
- 2) Investasi untuk mendirikan atau memperluas usahanya.
- 3) Tabungan akibat pengeluaran konsumsi yang diinvestasikan.²⁴

Adanya arus uang yang mengalir dari pihak dunia usaha kepada masyarakat dalam bentuk upah, gaji, bunga, sewa dan laba. Ini adalah bentuk-bentuk pendapatan yang diterima oleh anggota masyarakat. Arus pendapatan (upah, bunga, sewa dan laba) itu adalah sebagai

²³Wilson Bangun, *Teori Ekonomi...*, hal. 21.

²⁴M. Tohar, *Membuka Usaha Kecil*, (Yogyakarta: Kanisius, 2000), hal. 9.

akibat dari pada adanya jasa-jasa produktif (*produktif service*) yang mengalir ke arah yang berlawanan arah aliran pendapatan, yakni, jasa-jasa produktif mengalir dari pihak masyarakat ke pihak business, sedangkan pendapatan mengalir dari *business* ke masyarakat (apabila diantara masyarakat itu terdapat pegawai negeri, maka bisnis nya, yakni dari mana pendapatan pegawai negeri itu berasal adalah pemerintah). Semua itu memberi arti bahwa pendapatan harus didapatkan dari aktiva produktif.²⁵

b. Macam-macam Pendapatan

Menurut Mulyanto Sumardi dan Hans Dieter Evers, pendapatan dapat digolongkan menjadi:

- 1) Pendapatan berupa uang, adalah semua penghasilan berupa uang yang sifatnya reguler dan diterima sebagai balas jasa atau kontra prestasi.
- 2) Pendapatan berupa barang, adalah semua pendapatan yang sifatnya reguler dan diterimakan dalam bentuk barang.
- 3) Lain-lain penerimaan ini misalnya penjualan barang-barang yang dipakai, pinjaman uang hasil undian, warisan, penagihan piutang dan lain-lain.²⁶

²⁵ Suherman Rosyidi, *Pengantar Teori Ekonomi Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro*, (Jakarta: PT RajaGrafindo, 2006), hal. 100-101.

²⁶ Hartono Widodo, *PAS (Pedoman Akuntansi Syari'ah)* Panduan Praktis Operasional BMT, (Bandung: Mizan, 2000), hal. 68.

c. Pembagian Pendapatan

- 1) Pendapatan pokok, yaitu pendapatan yang tiap bulan diharapkan diterima, pendapatan ini diperoleh dari pekerjaan utama yang bersifat rutin.
- 2) Pendapatan sampingan, yaitu pendapatan yang diperoleh dari pekerjaan di luar pekerjaan pokok, maka tidak semua orang mempunyai pendapatan sampingan.
- 3) Pendapatan lain-lain, yaitu pendapatan yang berasal dari pemberian pihak lain, baik bentuk barang maupun bentuk uang, pendapatan bukan dari usaha.²⁷

d. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan adalah sebagai berikut:

- 1) Kesempatan kerja yang tersedia
Semakin banyak kesempatan kerja yang tersedia berarti semakin banyak penghasilan yang bisa diperoleh dari hasil kerja tersebut.
- 2) Kecakapan dan keahlian
Dengan bekal kecakapan dan keahlian yang tinggi akan dapat meningkatkan efisiensi dan efektifitas yang pada akhirnya berpengaruh pula terhadap penghasilan.

²⁷ Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi* cetakan ke-empat, (Yogyakarta: Ekonosia, 2007), hal. 68.

3) Motivasi

Motivasi atau dorongan juga mempengaruhi jumlah penghasilan yang diperoleh, semakin besar dorongan seseorang untuk melakukan pekerjaan, dan berusaha, maka semakin besar pula penghasilan yang diperoleh.

4) Keuletan bekerja

Pengertian keuletan dapat disamakan dengan ketekunan, keberanian untuk menghadapi segala macam tantangan. Bila saat menghadapi kegagalan maka kegagalan tersebut dijadikan sebagai bekal untuk meniti ke arah kesuksesan dan keberhasilan.

5) Banyak sedikitnya modal yang digunakan

Besar kecilnya usaha yang dilakukan seseorang sangat dipengaruhi oleh besar kecilnya modal yang dipergunakan. Suatu usaha yang besar akan dapat memberikan peluang yang besar pula terhadap pendapatan yang akan diperoleh.

6) Modal atau *Capital*

Dalam pengertian ekonomi umum mencakup benda-benda seperti tanah, gedung-gedung, mesin-mesin, alat perkakas, dan barang produktif lainnya untuk suatu kegiatan, usaha. Sehubungan dengan kegiatan operasi badan usaha, modal dapat dibedakan menjadi dua yaitu:

a) Modal Tetap (*Fixed Capital*)

Modal tetap yaitu semua benda-benda modal yang dipergunakan terus menerus dalam jangka lama pada kegiatan produksi seperti misalnya tanah, gedung, mesin, alat perkakas, dan sebagainya.

b) Modal Bekerja (*Working Capital*)

Modal bekerja yaitu modal untuk membiayai operasi perusahaan seperti pembelian bahan dasar dan bahan habis pakai, membiayai upah dan gaji, membiayai persediaan, membiayai pengiriman dan transportasi, biaya pemeliharaan, dan sebagainya.

7) Sumber-sumber pemenuhan modal kerja

Modal yang dibutuhkan oleh perusahaan dapat dipenuhi dari dua sumber:

a) Sumber Intern (*Internal Sources*) adalah modal yang dihasilkan oleh perusahaan sendiri dari aktivitas operasional, terdiri dari:

- 1) Laba yang ditahan
- 2) Penjualan aktiva tetap
- 3) Keuntungan penjualan surat-surat berharga/ efek di atas harga normal
- 4) Cadangan penyusutan

b) Sumber Ekstern (*External Sources*) adalah modal yang berasal dari luar aktivitas perusahaan yang merupakan utang atau

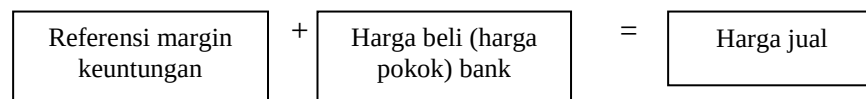
modal sendiri bagi perusahaan, pihak-pihak luar sebagai sumber pemenuhan modal adalah sebagai berikut: supplier, bank-bank, pasar modal.²⁸

2. Harga Jual

a. Pengertian Harga Jual

Harga adalah sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa.²⁹ Setelah memperoleh referensi margin keuntungan, bank melakukan penetapan harga jual. Harga jual adalah penjumlahan harga beli/ harga pokok/ harga perolehan bank dan margin keuntungan.³⁰

Gambar 2.1
Penetapan harga jual



Sumber: Adiwarman A. Karim, 2013

Harga jual dalam murabahah merupakan harga pokok ditambah dengan keuntungan yang disepakati antara penjual dan pembeli. Akibat dari harga jual murabahah yang pembayarannya dilakukan secara tangguh adalah timbulnya hutang nasabah. Hal-hal lain yang terkait

²⁸ Hartono Widodo, *PAS (Pedoman Akuntansi...)*, hal. 64.

²⁹ Apri Budianto, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Ombak, 2015), hal. 256.

³⁰ Adiwarman A. Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2013), hal. 281.

dengan harga jual ini adalah pembayaran angsuran, potongan pelunasan sebelum jatuh tempo.³¹

b. Tujuan Penentuan Harga

1) Untuk Bertahan Hidup

Artinya, dalam kondisi tertentu, terutama dalam kondisi persaingan yang tinggi. Dalam hal ini bank menentukan harga semurah mungkin dengan maksud produk atas jasa yang ditawarkan laku dipasaran, misalnya untuk bunga simpanan lebih tinggi dibandingkan dengan bunga pesaing dan bunga pinjaman rendah, tetapi dalam kondisi masih menguntungkan.

2) Untuk Memaksimalkan Laba

Tujuan harga ini dengan mengharapkan penjualan yang meningkat sehingga laba dapat ditingkatkan. Penentuan harga biasanya dapat dilakukan dengan harga murah atau tinggi.

3) Untuk Memperbesar *Market Share*

Penentuan harga ini dengan harga yang murah, sehingga diharapkan jumlah nasabah meningkat dan diharapkan pula nasabah pesaing beralih ke produk yang ditawarkan. Contohnya seperti penentuan suku bunga simpanan yang lebih tinggi dari pesaing ditambah kelebihan lainnya seperti hadiah.

³¹Wiroso, *Jual Beli Murabahah*, (Yogyakarta: UII Press, 2005), hal. 99.

4) Mutu Produk

Tujuan dalam hal mutu produk adalah untuk memberikan kesan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan memiliki kualitas yang tinggi dan biasanya harga ditentukan setinggi mungkin dan untuk bunga simpanan ditawarkan dengan suku bunga rendah.

5) Karena Pesaing

Dalam hal ini, penentuan harga dengan melihat harga pesaing. Tujuannya adalah dengan harga yang ditawarkan jangan melebihi harga pesaing, artinya bunga simpanan di atas pesaing dan bunga pinjaman di bawah pesaing.

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Harga Jual

Faktor-faktor utama yang mempengaruhi besar kecilnya penetapan suku bunga secara garis besar dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Kebutuhan Dana

Apabila bank kekurangan dana (jumlah simpanan sedikit), sementara permohonan pinjaman meningkat, maka yang dilakukan oleh bank untuk menutupi agar kekurangan dana tersebut cepat terpenuhi dengan meningkatkan suku bunga simpanan. Dengan meningkatnya suku bunga simpanan akan menarik nasabah baru untuk menyimpan uang di bank. Dengan demikian, kebutuhan dana dapat dipenuhi. Sebaliknya, jika bank kelebihan dana, di mana simpanan banyak akan tetapi permohonan kredit sedikit, maka

bank akan menurunkan bunga simpanan sehingga mengurangi minat nasabah untuk menyimpan.³² Atau dengan cara menurunkan juga dengan bunga kredit sehingga permohonan kredit meningkat.

2) Persaingan

Dalam memperebutkan dana simpanan, maka di samping faktor promisi, yang paling utama pihak perbankan harus memperhatikan pesaing. Dalam arti jika untuk bunga simpanan pesaing rata-rata 16 % per tahun, maka jika hendak membutuhkan dana cepat sebaiknya bunga simpanan kita naikan di atas bunga pesaing, misalnya 17 % per tahun. Namun sebaliknya, untuk bunga pinjaman kita harus berada di bawah bunga pesaing, meskipun margin laba mengecil.

3) Kebijakan Pemerintah

Dalam kondisi tertentu pemerintah dapat menentukan batas maksimal atau minimal suku bunga, baik bunga simpanan maupun bunga pinjaman. Dengan ketentuan batas minimal atau maksimal bunga simpanan maupun bunga pinjaman bank tidak boleh melebihi batas yang sudah ditetapkan oleh pemerintah.

4) Target Laba yang Diinginkan

Target laba yang diinginkan, merupakan besarnya keuntungan yang diinginkan oleh bank. Jika laba yang diinginkan besar, maka bunga pinjaman ikut besar dan demikian pula

³²Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005), hal. 153-154.

sebaliknya. Oleh karena itu, pihak bank harus serius dalam menentukan presentase laba atau keuntungan yang diinginkan.

5) Jangka Waktu

Semakin panjang jangka waktu pinjaman, maka akan semakin tinggi bunganya, hal ini disebabkan besarnya kemungkinan risiko di masa mendatang. Demikian pula sebaliknya, jika pinjaman berjangka pendek, maka bunganya relatif lebih rendah.

6) Kualitas Jaminan

Semakin likuid jaminan yang diberikan, maka semakin rendah bunga kredit yang dibebankan dan sebaliknya. Bagi jaminan yang likuid seperti sertifikat deposito atau rekening giro yang diberlakukan akan lebih mudah untuk dicairkan jika dibandingkan dengan jaminan tanah.

7) Reputasi Perusahaan

Reputasi perusahaan atau *Bonafiditas* suatu perusahaan yang akan memperoleh kredit juga sangat menentukan tingkat suku bunga yang akan dibebankan nantinya, karena biasanya perusahaan yang bonafit kemungkinan risiko kredit macet di masa mendatang relatif kecil dan sebaliknya.

8) Produk yang Kompetitif

Produk yang kompetitif maksudnya adalah produk yang dibiayai kredit tersebut laku dipasaran. Untuk produk yang

kometitif, bunga kredit yang diberikan relatif rendah jika dibanidngkan dengan produk yang kurag kompetitif. Hal ini disebabkan tingkat pengambilan kredit terjamin, karena produk yang dibiayai laku dipasaran.

9) Hubungan Baik

Pada praktiknya pihak bank menggolongkan nasabahnya menjadi dua yaitu nasabah utama (primer) dan nasabah biasa (sekunder). Penggolongan ini didasarkan kepada keaktifan serta loyalitas nasabah yang bersangkutan terhadap bank. Nasabah utama biasanya mempunyai hubungan yang baik dengan pihak bank, sehingga dalam penentuan suku bunganya pun berbeda dengan nasabah biasa.

10) Jaminan Pihak Ketiga

Biasanya apabila pihak yang memberikan jaminan bonafit, baik dari segi kemampuan membayar, nama baik maupun loyalitasya terhadap bank, bunga yang dibeban pun juga berbeda. Demikian pula sebaliknya, jika penjamin pihak ketiganya kurang bonafit atau tidak dapat dipercaya, maka mungkin tidak dapat digunakan sebagai jaminan pihak ketiga oleh pihak perbankan.³³

d. Penetapan Harga Jual Murabahah yang Efisien

Penetapan harga jual murabahah dapat dilakukan dengan cara Rasulullah ketika berdagang. Dalam menentukan harga penjualan.

³³*Ibid.*,hal. 155-157.

Rasul secara transparan menjelaskan berapa harga belinya, berapa biaya yang telah dikeluarkan untuk setiap komoditas dan berapa keuntungan wajar yang diinginkan. Cara yang dilakukan oleh Rasulullah ini dapat dipakai sebagai salah satu metode bank syariah dalam menentukan harga jual produk murabahah. Dengan demikian, secara matematis harga jual barang oleh bank kepada calon nasabah pembiayaan murabahah dapat dihitung secara rumus sebagai berikut:

Gambar 2.2
Penetapan Harga Jual yang Efisien

Harga Jual Bank	=	Harga Beli Bank + <i>Cost Recovery</i> + Keuntungan
<i>Cost Recovery</i>	=	$\frac{\text{Proyeksi Biaya Operasi}}{\text{Target Volume Pembiayaan}}$
Margin dalam presentase	=	$\frac{\text{Cost Recovery} + \text{Keuntungan}}{\text{Harga Beli Bank}} \times 100\%$

Sumber: Muhammad, 2005

Biaya yang dikeluarkan dan harus dikembalikan (*Cost Recovery*) bisa didekati dengan membagi proyeksi biaya operasional bank, dengan target volume pembiayaan murabahah di bank syariah. Angka-angka tersebut dapat diperoleh dari Rencana Kerja dan Anggaran Perusahaan (RKAP). Angka yang diperoleh kemudian ditambahkan dengan harga beli dari Pemasok dan keuntungan yang diinginkan, sehingga didapatkan harga jual. Margin dalam konteks ini adalah *Cost Recovery* ditambah dengan keuntungan bank. Apabila margin ingin

dihitung persentasenya tinggi dibagi dengan harga beli barang dikalikan 100%.³⁴

3. Tingkat Margin (Keuntungan)

a. Penetapan Margin Keuntungan

Bank syariah menerapkan margin keuntungan terhadap produk-produk pembiayaan yang berbasis *Natural Certainty Contracts* (NCC), yakni akad bisnis yang memberikan kepastian pembayaran, baik dari segi jumlah (*amount*) maupun waktu (*timing*), seperti pembiayaan *murabahah*, *ijarah*, *ijarah muntahia bit tamlik*, dan *istishna'*.

Secara teknis, yang dimaksud dengan margin keuntungan adalah persentase tertentu yang diterapkan 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. Pada umumnya, nasabah pembiayaan melakukan pembiayaan secara angsuran. Tangihan yang timbul dari transaksi jual beli dan atau sewa berdasarkan akad *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.

³⁴Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, (Yogyakarta: (UPP) AMP YKPN, 2005), hal. 140-141.

1) Referensi Margin Keuntungan

Yang dimaksud dengan Referensi Margin Keuntungan adalah margin keuntungan yang ditetapkan dalam rapat ALCO Bank Syariah. Penetapan margin keuntungan pembiayaan berdasarkan rekomendasi, usul dan saran dari Tim ALCO Bank Syariah, dengan mempertimbangkan beberapa hal berikut:

a) *Direct Competior's Market Rate (DCMR)*

Adalah tingkat margin keuntungan rata-rata perbankan syariah, atau tingkat margin keuntungan rata-rata beberapa bank syariah yang ditetapkan dalam rapat ALCO sebagai kelompok kompetitor langsung atau tingkat margin keuntungan bank syariah tertentu yang ditetapkan dalam rapat ALCO sebagai kompetitor langsung terdekat.

b) *Indirect Competior's Market Rate (ICMR)*

Adalah tingkat suku bunga rata-rata perbankan konvensional, atau tingkat rata-rata suku bunga beberapa bank konvensional yang dalam rapat ALCO ditetapkan sebagai kompetitor tidak langsung yang terdekat.

c) *Expected Competitive Return for Expected Competitive Return for Investors (ECRI)*

Adalah target bagi hasil kompetitif yang diharapkan dapat diberikan kepada dana pihak ketiga.

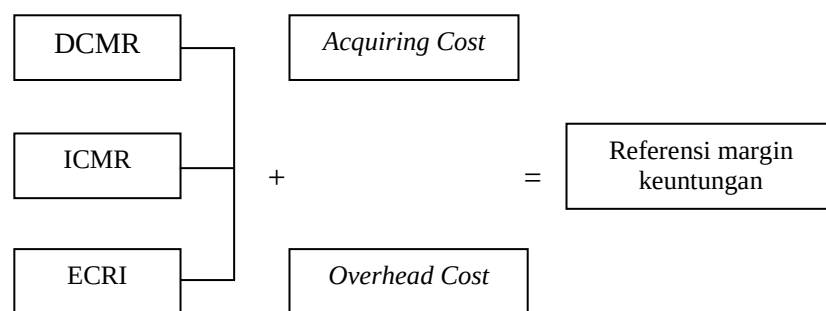
d) *Acquiring Cost*

Adalah biaya yang dikeluarkan oleh bank yang langsung terkait dengan upaya untuk memperoleh dana pihak ketiga.

e) *Overhead Cost*

Adalah biaya yang dikeluarkan oleh bank yang tidak langsung terkait dengan upaya untuk memperoleh dana pihak ketiga.³⁵

Gambar 2.3
Referensi margin keuntungan



Sumber: Adiwarman A. Karim, 2007

Penentuan tingkat margin pembiayaan di bank Islam berbeda dengan dilakukan oleh bank konvensional. Karena proses pembiayaan dalam bank Islam secara umum terbagi menjadi dua prinsip, yakni sebagai berikut:

- a. Produk pembiayaan berbasis *Natural Uncertainty Contracts* (NUC), yakni akad bisnis yang tidak memberikan kepastian pendapatan (*return*), baik dari segi jumlah (*amount*) maupun waktu

³⁵Adiwarman A. Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2007), hal. 279-281.

(*timing*) seperti mudharabah dan musyarakah dengan menetapkan tingkat bagi hasil terhadap produk tersebut.

- b. Produk pembiayaan berbasis *Natural Certainty Contracts* (NCC), yakni akad bisnis yang memberikan kepastian pendapatan (*return*), baik dari segi jumlah (*amount*) maupun waktu (*timing*), seperti murabahah (jual beli) dan ijarah (sewa) dengan menerapkan tingkat margin/ tingkat hasil sewa.³⁶

b. Faktor-faktor dalam Penentuan Margin

1) Komposisi Pendanaan

Bagi bank Islam yang pendanaannya sebagian besar diperoleh dari dana giro dan tabungan, yang nota bene nisbah nasabah tidak setinggi pada deposito (apalagi bonus/ athaya untuk giran cukup rendah karena diserahkan sepenuhnya pada kebijakan bank Islam yang bersangkutan), maka penentuan keuntungan (margin atau bagi hasil bagi bank) akan lebih kompetitif jika dibandingkan suatu bank yang pendanaannya porsi terbesar berasal dari deposito.

2) Tingkat Persaingan

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

³⁶Veithzal Rivai dan Arviyan Arifin, *Islamic Banking...*, hal. 820-826.

3) Risiko Pembiayaan

Untuk pembiayaan pada sektor yang berisiko tinggi, bank dapat mengambil keuntungan lebih tinggi dibanding yang berisiko sedang apalagi kecil.

4) Jenis Nasabah

Yang dimaksudkan adalah nasabah prima dan nasabah biasa. Bagi nasabah prima misal usahanya besar dan kuat, bank cukup mengambil keuntungan tipis, sedangkan untuk pembiayaan kepada para nasabah biasa diambil keuntungan yang lebih tinggi.

5) Kondisi Perekonomian

Jika perekonomian secara umum berada pada dua kondisi, pertama dimana usaha berjalan lancar, maka bank dapat mengambil kebijakan pengambilan keuntungan yang lebih longgar. Namun, pada kondisi lainnya (resesi dan depresi) bank tidak merugi pun sudah bagus-keuntungan sangat tipis.

6) Tingkat Keuntungan yang Diharapkan Bank

Apapun kondisinya, serta siapapun debiturnya, bank dalam operasionalnya, setiap tahun tentu telah menetapkan berapa besar keuntungan yang dianggarkan. Anggaran keuntungan inilah yang akan berpengaruh pada kebijakan penentuan besarnya margin ataupun nisbah bagi hasil untuk bank.³⁷

³⁷*Ibid.*, hal. 786-787.

4. Keputusan Anggota

a. Pengertian Keputusan

Keputusan adalah hasil pemecahan masalah yang dihadapinya dengan tegas. Hal ini berkaitan dengan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan mengenai apa yang harus dilakukan dan seterusnya mengenai unsur-unsur perencanaan. Dapat juga dikatakan bahwa keputusan itu sesungguhnya merupakan hasil proses pemikiran yang berupa pemilihan satu diantara beberapa alternatif yang dapat digunakan untuk memecahkan masalah yang dihadapinya.³⁸

b. Tahap dalam Proses Keputusan Pembelian

Secara umum, untuk mencapai suatu keputusan pembelian dan hasilnya, konsumen memiliki lima tahap sebagai berikut:

1) Tahap pengenalan masalah

Pada tahap ini, konsumen mengenali sebuah kebutuhan, keinginan atau masalah. Perusahaan harus menentukan kebutuhan, keinginan, atau masalah yang mendorong konsumen untuk memulai proses membeli.

2) Tahap pencairan informasi

Apabila dorongan kebutuhan dan keinginan tersebut kuat dan saluran pemuasan kebutuhan beradad dekatnya, tentu konsumen akan segera membeli produk. Adapun hal-hal penting untuk diketahui oleh perusahaan adalah sumber informasi utama yang

³⁸ Deddy Mulyadi, *Perilaku Organisasi dan Kepemimpinan Pelayanan*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hal. 189.

akan digunakan oleh konsumen dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian. Berikut sumber informasi konsumen terbagi dalam empat kelompok, yaitu:

- a) Sumber pribadi. Sumber ini didapat oleh konsumen melalui teman, keluarga, tetangga atau kenalan.
 - b) Sumber komersional. Sumber ini didapat oleh konsumen melalui iklan, tenaga penjual perusahaan, para pedagang atau melihat pameran.
 - c) Sumber publik. Didapat konsumen melalui publikasi di media massa atau lembaga konsumen.
 - d) Sumber eksperimental. Didapat oleh konsumen melalui penanganan langsung dan pengujian penggunaan produk.
- 3) Tahap evaluasi/ pilihan

Sebagian besar model terbaru dari proses evaluasi konsumen berorientasi secara kognitif, yaitu mereka menganggap bahwa konsumen sebagian besar melakukan penilaian produk secara sadar dan rasional. Konsep dasar tertentu akan membantu kita memahami proses evaluasi konsumen. Kita bisa melihat bahwa konsumen berusaha memuaskan suatu kebutuhan. Konsumen tersebut mencari manfaat (*benefit*) dari solusi produk. Konsumen memandang setiap produk sebagai sekumpulan atribut dengan kemampuan yang berbeda-beda dalam memberikan manfaat yang dicari dan memuaskan kebutuhan tersebut.

4) Tahap pilihan (keputusan pembelian)

Keputusan pembelian baru dapat dilakukan setelah tahap evaluasi dari berbagai merek dan ciri telah disusun menurut peringkat yang akan membentuk niat pembelian terhadap merek yang paling disukai.

5) Tahap perilaku purna pembelian

Tugas perusahaan pada dasarnya tidak hanya berakhir setelah konsumen membeli produk yang dihasilkan, tetapi yang harus diperhatikan lebih lanjut adalah meneliti dan memonitor apakah konsumen akan mengalami tingkat kepuasan atau ketidakpuasan setelah menggunakan produk yang dibeli. Tugas tersebut merupakan tugas terakhir setelah periode pembelian.³⁹

c. Faktor Utama yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian

Konsumen adalah individu yang mempunyai warna tersendiri tiap-tiap individunya, sebagai pemasar kita perlu memahami konsep pemikiran mereka dengan faktor yang mempengaruhi konsumen, seperti faktor:

1) Faktor kebudayaan (*Culture Factor*)

Faktor-faktor kebudayaan berpengaruh luas dan mendalam terhadap perilaku konsumen. Kita akan membahas peranan yang dinamika oleh kebudayaan, subbudaya, dan kelas sosial pembeli.

³⁹Sopiah dan Etta Mamang Sangadji, *Salesmanship (Kepenjualan)*, (Jakarta: PT Bumi Akasara, 2016), hal. 253-256.

- a) Kebudayaan adalah faktor penentu keinginan dan perilaku seseorang yang paling mendasar.
- b) Subbudaya. Setiap budaya mempunyai kelompok-kelompok subbudaya yang lebih kecil yang merupakan identifikasi dan sosialisasi yang khas untuk perilaku anggotanya.
- c) Kelas sosial. Kelas sosial adalah sebarang 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.⁴⁰

2) Faktor sosial (*Social Factor*)

Tingkah laku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial, seperti kelompok acuan (kelompok referensi), keluarga, serta peranan dan status.

- a) Kelompok Acuan. Kelompok acuan seseorang terdiri dari semua kelompok yang mempunyai pengaruh langsung (tatap muka) atau pengaruh tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang.
- b) Keluarga. Anggota keluarga merupakan kelompok acuan primer yang paling berpengaruh.
- c) Peranan dan Status (*Role and Status*). Seseorang berpartisipasi dalam banyak kelompok sepanjang hidupnya keluarga, klub,

⁴⁰ Rama Kertamukti, *Strategi Kreatif dalam Periklanan*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2015), hal. 35-37.

organisasi. Posisi orang tersebut dalam setiap kelompok dapat ditentukan berdasarkan peran dan status.⁴¹

3) Faktor pribadi (*Personal Faktor*)

Keputusan pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Faktor pribadi meliputi:

- a) Usia dan tahap siklus hidup. Konsumsi juga dibentuk oleh siklus hidup keluarga dan jumlah, usia, serta jenis kelamin orang dalam rumah tangga pada satu waktu tertentu.
- b) Pekerjaan dan keadaan ekonomi. Pilihan produk sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi: penghasilan yang dapat dibelanjakan (tingkat, stabilitas, dan pola waktu), tabungan dan aset (termasuk presentase aset likuid), utang, kekuatan pinjaman, dan sikap terhadap pengeluaran dan tabungan.
- c) Kepribadian dan konsep diri. Kepribadian juga dapat menjadi variabel yang berguna dalam menganalisis pilihan merek konsumen. Idenya bahwa merek juga mempunyai kepribadian, dan konsumen mungkin memilih merek yang kepribadiannya sesuai dengan mereka.
- d) Gaya hidup dan nilai. Sebagai gaya hidup terbentuk oleh keterbatasan uang atau keterbatasan waktu konsumen. Perusahaan

⁴¹ Thamrin Abdullah, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), hal. 115-117.

yang bertujuan melayani konsumen dengan keuangan terbatas akan menciptakan produk dan jasa murah.⁴²

5. Pembiayaan Murabahah

a. Pengertian Pembiayaan

Pembiayaan atau *financing*, yaitu pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga. Dengan kata lain, pembiayaan adalah pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan.⁴³ Dana tersebut harus digunakan dengan benar, adil dan harus disertai dengan ikatan dan syarat-syarat yang jelas serta saling menguntungkan bagi kedua belah pihak.⁴⁴

b. Tujuan Pembiayaan

Secara umum tujuan pembiayaan dibagi menjadi dua kelompok, yaitu: tujuan pembiayaan untuk tingkat makro, dan tujuan pembiayaan untuk tingkat mikro.

1) Tujuan pembiayaan untuk tingkat makro

- a) Peningkatan ekonomi umat, artinya masyarakat yang tidak dapat akses secara ekonomi, dengan adanya pembiayaan mereka dapat melakukan akses ekonomi.

⁴²Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2009), hal. 172-175.

⁴³Veithzal Rivai dan Arviyan Arifin, *Islamic...*, hal. 681.

⁴⁴*Ibid.*, hal. 698.

- b) Tersedianya dana bagi peningkatan usaha, artinya untuk mengembangkan usaha membutuhkan dana tambahan.
 - c) Meningkatnya produktivitas, artinya adanya pembiayaan memberikan peluang bagi masyarakat agar mampu meningkatkan daya produksinya.
 - d) Membuka lapangan kerja baru, artinya dengan dibukanya sektor-sektor usaha melalui penambahan dana pembiayaan, maka sektor usaha tersebut akan menyerap tenaga kerja.
 - e) Terjadinya distribusi pendapatan, artinya mereka akan memperoleh pendapatan dari hasil usahanya.
- 2) Tujuan pembiayaan untuk tingkat mikro
- a) Upaya memaksimalkan laba, artinya untuk dapat menghasilkan laba maksimal maka mereka perlu dukungan dana yang cukup.
 - b) Upaya meminimalkan risiko, artinya risiko kekurangan modal usaha dapat diperoleh melalui tindakan pembiayaan.
 - c) Pendayagunaan sumber ekonomi, artinya pembiayaan dapat meningkatkan daya guna sumber-sumber daya ekonomi.
 - d) Penyaluran kelebihan dana, artinya pembiayaan dapat menjadi jembatan penyeimbangan dan penyaluran kelebihan dana bagi pihak yang kelebihan (*surplus*) kepada pihak yang kekurangan (*minus*) dana.⁴⁵

⁴⁵Binti Nur Asiyah, *Manajemen Pembiayaan...*, hal. 4-6.

c. Fungsi Pembiayaan

Pembiayaan yang diselenggarakan Bank syariah secara umum berfungsi untuk:

1) Meningkatkan Daya GunaUang

Dana yang mengendap di bank, (yang diperoleh dari penyimpanan uang) tidaklah *idle* (diam) dan disalurkan untuk usaha-usaha yang bermanfaat, baik kemanfaatan bagi pengusaha maupun bermanfaat bagi masyarakat.

2) Meningkatkan Daya Guna Barang

Produsen dengan bantuan pembiayaan bank dapat mengubah bahan mentah menjadi bahan jadi sehingga *utility* bahan tersebut meningkat, dan dapat memindahkan barang dari suatu 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, promes, dsb.

4) Menimbulkan Kegairahan Berusaha

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

5) Stabilisasi Ekonomi

a) Pengendalian inflasi

b) Penigkatan ekspor

- c) Rehabilitasi prasarana
- d) Pemenuhan kebutuhan pokok rakyat untuk menekankan arus inflasi dan untuk usaha pembangunan ekonomi maka pembiayaan memegang peranan penting.

6) Jembatan Untuk Peningkatan Pendapatan Nasional

Pembiayaan yang disalurkan untuk merangsang pertumbuhan kegiatan ekspor akan menghasilkan pertumbuhan devisa Negara.⁴⁶

d. Pengertian Murabahah

Kata murabahah berasal dari kata (Arab) *rabaha*, *yurabihu*, *murabahatan*, yang berarti untung atau menguntungkan, seperti ungkapan “*tijaratun rabihah, wa baa’u asy-syai murabahatan*” artinya perdagangan yang menguntungkan, dan menjual sesuatu barang yang member keuntungan. Menurut para ahli hukum Islam (*fuqaha*), pengertian murabahah adalah “*al-bai’ bira sil maal waribhun ma’lum*” artinya jual beli dengan harga pokok ditambah keuntungan yang diketahui.

Menurut Dewan Syariah Nasional, murabahah, yaitu menjual suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli dan pembeli membayarkan dengan harga yang lebih sebagai laba. Sedangkan, menurut Bank Indonesia, murabahah adalah akad jual beli antara Bank dengan nasabah. Bank membeli barang yang diperlukan

⁴⁶*Ibid.*, hal. 8-11.

nasabah dan menjual kepada nasabah yang bersangkutan sebesar harga pokok ditambah dengan keuntungan yang disepakati.⁴⁷

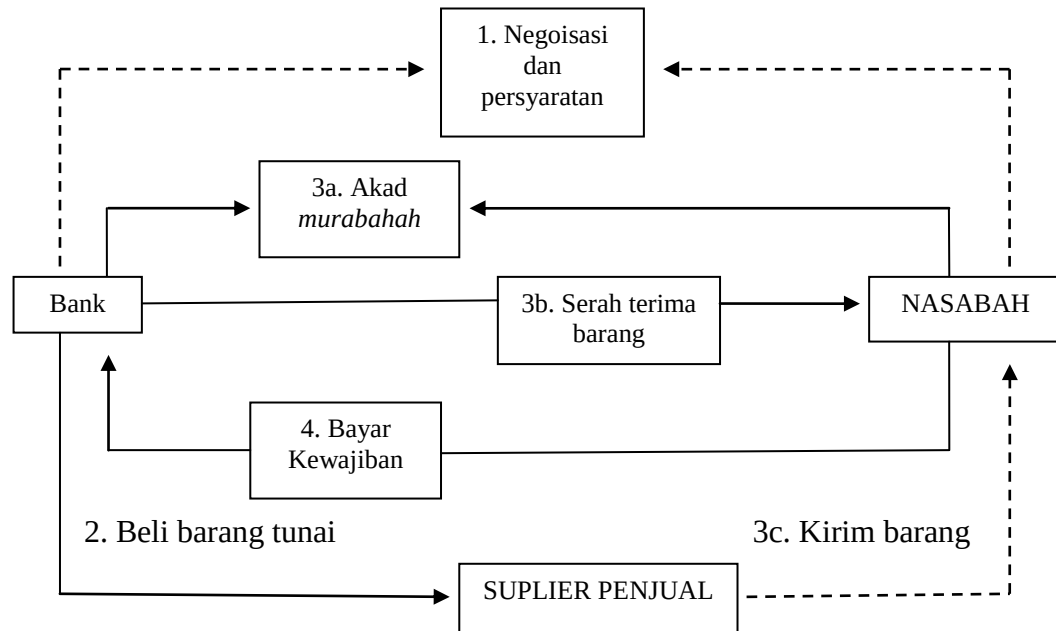
Murabahah adalah jual beli barang pada harga asal (perolehan) dengan tambahan keuntungan (margin) yang disepakati oleh kedua belah pihak (penjual dan pembeli). Karakteristiknya adalah penjual harus memberitahu berapa harga produk yang dibeli dan menentukan suatu tingkat keuntungan sebagai tambahannya. Pada murabahah cara pembayaran dan jangka waktu ditentukan berdasarkan kesepakatan, yaitu dapat secara *lumpsum* ataupun secara angsuran. Murabahah dengan pembayaran secara angsuran ini disebut dengan *Bai' Bitsaman Ajil*.⁴⁸

Tingkat keuntungan ini bisa dalam bentuk *lumpsum* atau persentase tertentu dari biaya perolehan. Pembayaran bisa dilakukan secara *spot* (tunai) atau bisa dilakukan di kemudian hari yang disepakati bersama. Oleh karena itu, murabahah tidak dengan sendirinya mengandung konsep pembayaran tertunda (*deferred payment*), seperti yang secara umum dipahami oleh sebagian orang yang mengetahui murabahah hanya dalam hubungannya dengan transaksi pembiayaan di perbankan syariah, tetapi tidak memahami Fikih Islam.

⁴⁷ Faturrahman Djamil, *Penerapan Hukum...*, hal. 108-109..

⁴⁸ Burhanuddin, *Koperasi Syariah dan Pengaturannya di Indonesia*, (Malang: UIN-Maliki Press, 2013), hal. 227.

Gambar 2.4
Bagan proses pembiayaan murabahah



Sumber: Ascarya, 2015

Dalam pembiayaan ini, bank sebagai pemilik dana membelikan barang sesuai dengan spesifikasinya yang diinginkan oleh nasabah yang membutuhkan pembiayaan, kemudian menjualnya ke nasabah tersebut dengan penambahan keuntungan tetap. Sementara itu, nasabah mengembalikan uangnya dikemudian hari secara tunai maupun dicicil.⁴⁹

e. Jenis-jenis Murabahah

1) Murabahah tanpa pesanan

Murabahah tanpa pesanan adalah ada yang pesan atau tidak, ada yang beli atau tidak, Bank Syariah maupun Lembaga Keuangan Syariah menyediakan barang dagangannya. Penyediaan

⁴⁹Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2015), hal. 82-83.

barang pada murabahah ini tidak terpengaruh atau terkait langsung dengan ada tidaknya pesanan atau pembeli.

2) Murabahah berdasarkan pesanan

Murabahah berdasarkan pesanan adalah Bank Syariah maupun Lembaga Keuangan Syariah baru akan melakukan transaksi murabahah atau jual beli apabila ada nasabah yang memesan barang sehingga penyediaan barang baru dilakukan jika ada pesanan. Pada murabahah ini, pengadaan barang sangat tergantung atau terkait langsung dengan pesanan atau pembelian barang tersebut.⁵⁰

f. Rukun dan Syarat Murabahah

1) Rukun akad murabahah

- a) Pelaku akad, yaitu *bai'* (penjual) adalah pihak yang memiliki barang untuk dijual, dan *musytari* (pembeli) adalah pihak yang memerlukan dan akan membeli barang.
- b) Objek akad, yaitu *mabi'* (barang dagangan) dan *tsaman* (harga).
- c) *Shighah*, yaitu *Ijab* dan *Qabul*.⁵¹

2) Syarat akad murabahah

- a) Pelaku akad, yaitu *bai'* (penjual) adalah pihak yang memiliki barang untuk dijual, dan *musytari* (pembeli) adalah pihak yang memerlukan dan akan membeli barang. Harus

⁵⁰Wiroso, *Jual Beli...*, hal. 37-38.

⁵¹Ascarya, *Akad dan Produk...*, hal. 82.

memenuhi persyaratan: 1) Sebagai keabsahan suatu perjanjian (akad) para pihak harus cakap hukum; 2) Sukarela dan tidak di bawah tekanan (terpaksa/ dipaksa).

- b) Objek akad, yaitu *mabi'* (barang dagangan) dan *tsaman* (harga). Harus memenuhi syarat: 1) Barang yang diperjual belikan tidak termasuk barang yang dilarang (haram), dan bermanfaat serta tidak menyembunyikan adanya cacat barang; 2) Merupakan hak milik penuh pihak yang berakad; 3) Sesuai spesifikasi antara yang diserahkan dan yang diterima pembeli; 4) Penyerahan dari penjual ke pembeli dapat dilakukan.
- c) *Shighah*, yaitu *Ijab* dan *Qabul*. Harus memenuhi syarat: 1) Harus jelas secara spesifik (siapa) para pihak yang berakad; 2) Antara *Ijab* *Qabul* harus selaras dan transparan baik dalam spesifikasi barang (penjelasan fisik barang) maupun harga yang (memberitahu biaya modal kepada pembeli); 3) Tidak mengandung klausul yang bersifat menggantungkan keabsahan transaksi pada kejadian yang akan datang.⁵²

g. Risiko dan Manfaat Murabahah

1) Risiko Murabahah

Risiko bagi bank dalam pembiayaan murabahah antar lain berupa risiko pembiayaan (*credit risk*) yang disebabkan oleh

⁵² Burhanuddin, *Koperasi Syariah...*, hal. 228.

nasabah wanprestasi atau *default*, dan risiko pasar yang disebabkan oleh pergerakan nilai tukar jika pembiayaan atas dasar akad murabahah diberikan dalam valuta asing.

2) Manfaat Murabahah

a) Bagi Bank

Manfaat pembiayaan murabahah bagi bank adalah sebagai salah satu bentuk penyaluran dana untuk memperoleh pendapatan dalam bentuk margin.

b) Bagi Nasabah

Sedangkan manfaat bagi nasabah penerima fasilitas adalah merupakan salah satu cara untuk memperoleh barang tertentu melalui pembiayaan dari bank. Nasabah dapat mengangsur pembayaran dengan jumlah angsuran yang tidak akan berubah selama masa perjanjian.⁵³

h. Murabahah dalam Lembaga Keuangan Syariah

Dalam Lembaga Keuangan Syariah (LKS), khususnya perbankan syariah, *bai' al-murabahah* diterapkan sebagai produk pembiayaan untuk membiayai pembelian barang-barang konsumen, kebutuhan modal kerja, dan kebutuhan investasi.⁵⁴ Bank-bank Islam mengambil murabahah untuk memberikan pembiayaan jangka pendek kepada kliennya untuk membeli barang walaupun klien tersebut mungkin tidak memiliki uang tunai untuk membayar. Murabahah,

⁵³Wangsawidjaja, *Pembiayaan Bank...*, hal. 205-206.

⁵⁴Faturrahman Djamil, *Penerapan Hukum...*, hal. 119.

sebagaimana digunakan dalam perbankan Islam, ditemukan terutama berdasarkan dua sumber, yaitu harga membeli dan harga yang terkait, dan kesepakatan berdasarkan *mark-up* (keuntungan).⁵⁵

Mekanisme penerapan murabahah di LKS, didasarkan pada asumsi bahwa nasabah membutuhkan barang/ objek tertentu, tetapi kemampuan finansial tidak cukup untuk melakukan pembayaran secara tunai. Untuk itulah maka nasabah berhubungan dengan LKS. Namun karena LKS pada umumnya tidak memiliki *inventory* terhadap barang atau objek yang dibutuhkan nasabah, maka LKS melakukan pembelian atas barang yang diinginkan nasabah kepada pihak lainnya seperti kepada *supplier*/ pemasok, *dealer*, *developer*, atau penyedia barang lainnya. Dengan demikian, LKS bertindak selaku penjual di satu sisi, dan di sisi lain bertindak selaku pembeli, yang kemudian akan menjualnya kembali kepada nasabah pemesan dengan harga jual yang disepakati.

Harga yang disepakati adalah harga jual, yaitu harga beli plus margin dan biaya-biaya yang timbul dari proses pembelian barang tersebut. Apabila harga pembelian dari *supplier* atau pemasok yang dibeli oleh LKS mendapat potongan harga/ diskon, dan hal tersebut terjadi sebelum dilakukan perjanjian (akad) dengan nasabah, maka potongan harga/ diskon tersebut merupakan hak nasabah, sehingga harga jual adalah harga setelah diskon. Akan tetapi, apabila potongan

⁵⁵ Abdullah Saeed, *Bank Islam dan Bunga Studi Kritis Larangan Riba dan Interpretasi Kontemporer*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), hal. 138.

harga itu terjadi setelah akad dilakukan, maka pembagian diskon tersebut dilakukan berdasarkan perjanjian yang dimuat dalam akad antara LKS dan nasabah.

Sebelum melakukan pembelian barang terhadap *supplier*, LKS dapat meminta *urbun* sebagai uang muka pembelian kepada nasabah apabila kedua belah pihak bersepakat. Apabila akad murabahah dilaksanakan, *urbun* tersebut menjadi bagian pembayaran piutang murabahah. Apabila batal, yaitu tidak terjadi transaksi murabahah, maka *urbun* dikembalikan kepada nasabah setelah dikurangi dengan kerugian yang ditanggung oleh LKS. Jika *urbun* itu lebih kecil dari keuangan LKS, maka LKS dapat meminta tambahan dari nasabah.

Pada saat harga jual disepakati, maka pihak LKS menyerahkan barang yang dipesan tersebut sesuai dengan kuantitas, kualitas, tempat, dan waktu yang disepakati. Apabila aktiva/ barang yang telah dibeli LKS (sebagai penjual) mengalami penurunan nilai sebelum diserahkan kepada pembeli, maka penurunan nilai tersebut menjadi beban LKS, dan LKS mengganti barang tersebut atau mengurangi nilai jual sesuai dengan kesepakatan, sehingga yang diserahkan tersebut benar-benar barang sesuai permintaan nasabah.⁵⁶

⁵⁶Faturrahman Djamil, *Penerapan Hukum...*, hal. 120-121.

6. Koperasi Syariah

a. Pengertian Koperasi Syariah

Menurut Undang-undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian, menyatakan bahwa koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan.

Badan usaha koperasi selain bergerak di bidang produksi untuk menghasilkan barang dan/ atau jasa, juga dapat bergerak di bidang jasa keuangan yang menjalankan usaha di bidang jasa keuangan sebagai berikut:

- 1) Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) adalah koperasi yang kegiatan usahanya bergerak di bidang pembiayaan, investasi, dan simpan sesuai pola bagi hasil (syariah).
- 2) Unit Jasa Keuangan Syariah Koperasi (UJKS Koperasi), adalah unit usaha pada koperasi yang kegiatan usahanya bergerak di bidang pembiayaan, investasi, dan simpanan dengan pola bagi hasil (syariah), sebagai bagian dari kegiatan usaha koperasi yang bersangkutan.⁵⁷

b. Dasar Hukum Koperasi Syariah

Kenyataan bahwa koperasi telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kegiatan ekonomi masyarakat. Karenanya agar

⁵⁷*Ibid.*, hal. 131-132.

praktik koperasi tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah, diperlukan adanya upaya perbaikan secara konseptual melalui implementasi akad-akad muamalah. Dilihat dari usahanya yang dijalankan secara bersama-sama, koperasi identik dengan persekutuan (*syirkah*). *Syirkah* disyariatkan Allah karena tidak semua kegiatan ekonomi/ bisnis mampu dijalankan melalui usaha perseorangan. Adapun yang menjadi dasar hukum berlakunya akad *syirkah* adalah sebagai berikut:⁵⁸

فَهُمْ شُرَكَاءُ فِي الثُّلُثِ

*Maka mereka telah bersekutu dalam yang sepertiga (QS. An-Nisa [4]: 12).*⁵⁹

Dilihat dari kewajiban penyertaan modal bagi tiap-tiap anggota, disertai adanya pengangkatan sebagian anggota sebagai pengurus, menunjukkan bahwa koperasi identik dengan akad *musyarakah* (*syirkah*). Karena itu untuk menentukan keabsahan berlakunya koperasi, keberadaanya sangat ditentukan sejauh mana badan hukum koperasi tersebut mengaplikasikan prinsip-prinsip *syirkah* itu sendiri.⁶⁰

c. Tujuan Koperasi Syariah

Tujuan utama dari pembentukan koperasi pada umumnya adalah untuk meningkatkan kesejahteraan anggota dan masyarakat pada

⁵⁸*Ibid.*, hal. 3.

⁵⁹*Tarjamah Alqur'an...*, hal. 80.

⁶⁰Burhanuddin, *Koperasi Syariah...*, hal. 4-5.

umumnya. Sebagai upaya mencapai tujuan tersebut, koperasi perlu membuka diri terhadap kemungkinan berlakunya prinsip-prinsip syariah dalam menjalankan usahanya. Adapun yang menjadi pengembangan koperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah adalah: (1) Meningkatkan program pemberdayaan ekonomi khususnya dikalangan usaha mikro, kecil, menengah dan koperasi melalui sistem syariah, (2) Mendorong kehidupan ekonomi syariah dalam kegiatan usaha mikro, kecil, dan menengah khususnya dan ekonomi Indonesia pada umumnya, (3) Meningkatkan semangat dan peran serta anggota masyarakat dalam kegiatan koperasi berbasis syariah.

Dilihat dari pendirian koperasi syariah yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan anggotanya, maka hal itu sangat sesuai dengan sistem ekonomi kerakyatan. Koperasi yang menggunakan prinsip-prinsip syariah, tidak memberatkan bagi siapapun yang terlibat dalam badan usaha tersebut.⁶¹

B. Kajian Penelitian Terdahulu

Beberapa kajian terkait variabel pendapatan anggota, harga jual dan tingkat margin yang mempengaruhi keputusan anggota memilih pembiayaan murabahah, telah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya sebagai berikut:

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Aini, yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh tingkat margin terhadap keputusan

⁶¹*Ibid.*, hal. 132.

pengambilan pembiayaan murabahah. Dalam penelitiannya, Aini menggunakan metode analisis kuantitatif (data berbentuk angka) dan jenis penelitiannya asosiatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel margin (X) terhadap keputusan pembelian pembiayaan murabahah, maka dengan hasil penelitian tersebut hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel margin (X) terhadap keputusan pembelian pembiayaan murabahah (Y)⁶². Persamaan penelitian Aini dengan penelitian ini adalah terletak pada metode analisis dan jenis penelitiannya, yaitu menggunakan analisis kuantitatif (data berbentuk angka) dan jenis penelitiannya asosiatif. Sedangkan, perbedaannya terletak pada variabel dan lokasi penelitian. Penelitian Aini menggunakan variabel tingkat margin dan keputusan pengambilan pembiayaan murabahah dan meneliti di BMT UGT Sidogiri Cabang Waru Sidoarjo. Sedangkan penelitian ini menggunakan variabel pendapatan anggota, harga jual, tingkat margin dan keputusan anggota memilih pembiayaan murabahah dan meneliti di KSPP Syariah Soyo Mulyo Watulimo Trenggalek.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Sofiyah, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh factor-faktor persepsi anggota pada *syariah compliance* dan margin terhadap keputusan pengambilan pembiayaan murabahah. Dalam penelitiannya, Sofiyah menggunakan metode pendekatan kuantitatif (data berbentuk angka) dan jenis penelitiannya lapangan. Hasil dari penelitian ini

⁶² Aisyah Nur Aini, "Pengaruh Tingkat Margin Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah di BMT UGT Sidogiri Cabang Waru Sidoarjo", Vol. 05., Hal 322., No. 01., April 2015, dalam <http://jurnalfebi.uinsby.ac.id/index.php/elqist/article/download/16/14/>, diakses tanggal 14 Februari 2018 pukul 19.20 WIB

menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif signifikan antara *syariah compliance* dan margin terhadap keputusan pengambilan pembiayaan murabahah.⁶³ Persamaan penelitian Sofiyah dengan penelitian ini adalah terletak pada metodenya yaitu pendekatan kuantitatif (data berbentuk angka). Sedangkan perbedaannya terletak pada jenis penelitian, variabel dan lokasi penelitian. Penelitian Sofiyah menggunakan jenis penelitian lapangan, variabelnya terdiri dari *syariah compliance*, margin dan keputusan pengambilan pembiayaan murabahah dan meneliti di BMT Indoarta Syariah Temanggung, BMT Bima Magelang, dan BMT Anda Salatiga. Sedangkan penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif, variabelnya pendapatan anggota, harga jual, tingkat margin dan keputusan anggota memilih pembiayaan murabahah dan meneliti di KSPP Syariah Soyo Mulyo Watulimo Trenggalek.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Harahap, yang bertujuan untuk menganalisis seberapa erat hubungan dan pengaruh antara religiusitas dan pendapatan usaha nasabah serta bagi hasil bank terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan pada bank syariah. Dalam penelitian ini, Harahap menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan korelasi (*correlation study*). Hasil penelitian menunjukkan terdapat hubungan yang cukup berarti antara religiusitas dan pendapatan nasabah serta bagi hasil bank dengan keputusan nasabah mengambil pembiayaan di bank syariah.

⁶³ Sofiyah, *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).

Hasil pengujian ketiga hipotesis tersebut menunjukkan bahwa, ada pengaruh masing-masing variabel independen terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan di bank syariah. Demikian pula dengan pengujian hipotesis keempat menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel independen secara simultan terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan di bank syariah (Y) secara signifikan.⁶⁴ Perbedaan penelitian Harahap dengan penelitian ini adalah terletak pada variabel, metode dan lokasi penelitian. Penelitian Harahap menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan korelasi (*correlation study*), menggunakan variabel religiusitas, pendapatan nasabah, bagi hasil bank dengan keputusan nasabah mengambil pembiayaan dan meneliti di Kec. Padangsidiempuan Utara Kota Padang Sidempuan. Sedangkan penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif (data berbentuk angka) dan jenis penelitiannya asosiatif, menggunakan variabel pendapatan anggota, harga jual, tingkat margin dan keputusan anggota memilih pembiayaan murabahah dan meneliti di KSPP Syariah Soyo Mulyo Watulimo Trenggalek.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Sholihah, yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan nasabah, kualitas pelayanan, dan margin keuntungan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan murabahah. Dalam penelitiannya Sholihah menggunakan metode penelitian kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan nasabah, kualitas pelayanan,

⁶⁴ Fadlyka Himmah Syahputera Harahap, *Analisis Pengaruh Religiusitas Dan Pendapatan Usaha Nasabah Serta Margin Bank Terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Pembiayaan Bank Syariah (Kasus Nasabah di Kecamatan Padangsidiempuan Utara)*, (Medan: Skripsi tidak diterbitkan, 2016).

dan margin keuntungan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan murabahah. Kemudian berdasarkan hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa pengetahuan nasabah, kualitas pelayanan, dan margin keuntungan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan murabahah.⁶⁵ Persamaan penelitian Solihah dengan penelitian ini terletak pada metode yang digunakan yaitu metode penelitian kuantitatif. Sedangkan, Perbedaannya terletak pada variabel dan lokasi penelitian. Penelitian Sholihah menggunakan variabel pengetahuan nasabah, kualitas pelayanan, dan margin keuntungan dan keputusan pengambilan pembiayaan murabahah, dan meneliti di BMT Karima Karangpandan. Sedangkan penelitian ini menggunakan menggunakan variabel pendapatan anggota, harga jual, tingkat margin dan keputusan anggota memilih pembiayaan murabahah dan meneliti di KSPP Syariah Soyo Mulyo Watulimo Trenggalek.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Atmoko yang bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh dari persepsi anggota pada *syariah compliance*, harga jual dan tingkat margin terhadap preferensi keputusan pengambilan pembiayaan murabahah. Dalam penelitian ini Atmoko menggunakan metode penelitian kuantitatif. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel harga jual dan tingkat margin berpengaruh positif signifikan

⁶⁵ Ummi Sholihah, *Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Kualitas Pelayanan, Dan Margin Keuntungan Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah (Studi Kasus Pada BMT Karima Karangpandan)*, (Surakarta: Skripsi tidak diterbitkan, 2016).

terhadap preferensi pembiayaan murabahah.⁶⁶ Persamaan penelitian Atmoko dengan penelitian ini terletak pada metode yang digunakan yaitu metode penelitian kuantitatif. Sedangkan, Perbedaannya terletak pada variabel dan lokasi penelitian. Penelitian Atmoko menggunakan variabel persepsi anggota pada *syariah complice*, harga jual dan tingkat margin terhadap keputusan pengambilan pembiayaan murabahah dan meneliti di BMT Bimanas Cabang Kutoarjo. Sedangkan penelitian ini menggunakan menggunakan variabel pendapatan anggota, harga jual, tingkat margin dan keputusan anggota memilih pembiayaan murabahah dan meneliti di KSPP Syariah Soyo Mulyo Watulimo Trenggalek.

C. Kerangka Konseptual

Kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka berfikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antar variabel yang akan dieliti. Jadi, secara teoritis perlu dijelaskan hubungan antar variabel independen dan dependen.⁶⁷

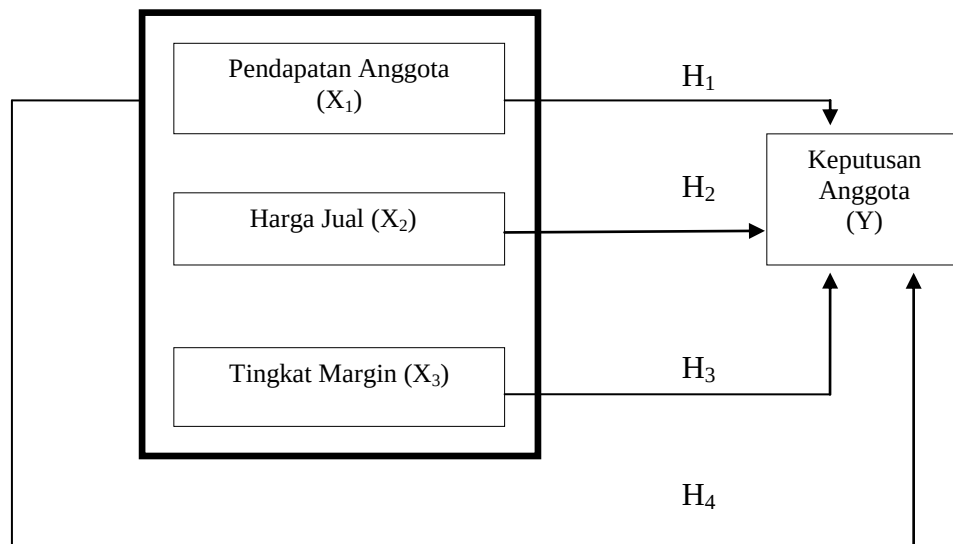
Dalam penelitian ini, diketahui ada empat variabel independen (X) dan satu variabel dependen (Y). Tiga variabel independen (X) adalah pendapatan anggota, harga jual, dan tingkat margin, sedangkan variabel dependen (Y) adalah keputusan anggota.

⁶⁶ Widodo Dwi Atmoko, *Pengaruh Persepsi Anggota pada Syariah Complice, Harga Jual dan Tingkat Margin Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah di BMT Bimanas Cabang Kutoarjo*, (Yogyakarta: Skripsi tidak diterbitkan, 2016).

⁶⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hal. 91.

Model konseptual penelitian dapat dijelaskan melalui kerangka pemikiran teoritis sebagai berikut:

Gambar 2.5
Kerangka Konseptual



Sumber: data diolah, 2017

Keterangan:

1. Variabel independen dalam penelitian ini adalah pendapatan anggota (X_1), harga jual (X_2), dan tingkat margin (X_3)
2. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan anggota (Y)

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis dapat diartikan sebagai suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul.⁶⁸ Dalam bentuk sederhana, hipotesis mengemukakan pernyataan tentang harapan peneliti mengenai hubungan variabel-variabel di dalam suatu

⁶⁸Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), hal. 110.

persoalan. Hipotesis tersebut kemudian diuji di dalam penelitian.⁶⁹ Berdasarkan latar belakang masalah, perumusan masalah, landasan teori, dan kerangka berfikir, maka hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

- H₁ : Pendapatan anggota berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan murabahah di KSPP Syariah Soyo Mulyo Watulimo Trenggalek.
- H₂ : Harga jual berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan murabahah di KSPP Syariah Soyo Mulyo Watulimo Trenggalek.
- H₃ : Tingkat margin berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan murabahah di KSPP Syariah Soyo Mulyo Watulimo Trenggalek.
- H₄ : Pendapatan anggota, harga jual, dan tingkat margin secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan murabahah di KSPP Syariah Soyo Mulyo Watulimo Trenggalek.

⁶⁹Sumanto, *Teori dan Aplikasi Metode Penelitian*, (Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service, 2014)), hal. 53.