

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT)

1. Pengertian *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT)

Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) adalah lembaga keuangan yang kegiatannya utamanya menghimpun dana masyarakat dalam bentuk tabungan (simpanan) maupun deposito dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan berdasarkan prinsip syariah melalui mekanisme yang lazim dalam dunia perbankan.¹ Pendapat lain mengatakan bahwa BMT adalah lembaga keuangan mikro yang dioperasikan dengan prinsip bagi hasil (syariah), menumbuh kembangkan bisnis usaha mikro kecil dalam rangka mengangkat derajat dan martabat serta membela kepentingan kaum fakir miskin. Secara konseptual BMT memiliki dua dua fungsi yaitu *baitul tamwil* (*bait* = ‘rumah’, *at tamwil* = ‘pengembangan harta’) yang artinya melakukan kegiatan pengembangan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha mikro dan kecil terutama dalam mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonominya. *Baitul maal* (*bait* = ‘rumah’, *maal* = ‘harta’) yaitu menerima titipan dana zakat, infak, shadaqah serta

¹Makhalul Ilmi SM, *Teori dan Praktik Mikro Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: UII Press, 2002), hal. 67

mengoptimalkan distribusinya sesuai dengan peraturan dan amanahnya.²

Baitul Maal Wat Tamwil (BTM) terdiri dari dua istilah, yaitu *baitul maal* dan *baitut tamwil*. *Baitul maal* lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dan penyaluran dana yang non-profit, seperti *zaka*, *infaq*, dan *shodaqoh* (ZIS). Sedangkan *baitut tamwil* sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial. Usaha-usaha tersebut menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari BMT sebagai lembaga pendukung kegiatan ekonomi masyarakat kecil dengan berlandaskan syariah yaitu berdasarkan ketentuan yang telah ditetapkan Al-Quran dan Sunnah Rasul-Nya. Karena berorientasi sosial agama, maka tidak dapat dimanipulasi untuk kepentingan bisnis atau mencari laba (*profit*).

Secara kelembagaan BMT didampingi atau dilindungi pusat inkubasi bisnis usaha kecil (PINBUK). PINBUK sebagai lembaga primer karena mengemban misi yang lebih luas, yakni menetaskan usaha kecil. Dalam prakteknya, PINBUK menetaskan BMT dan pada gilirannya BMT menetaskan usaha kecil. Keberadaan BMT merupakan representasi dari kehidupan masyarakat di mana BMT itu berada, dengan jalan ini BMT mampu mengakomodir kepentingan ekonomi masyarakat.³

²Muhammad Sholahuddin, *Lembaga Keuangan dan Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Ombak (Anggota IKAPI, 2014), hal. 143

³Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: Ekonosia, 2007), hal. 107

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa *Baitul Maal* adalah lembaga ekonomi berorientasikan sosial keagamaan yang kegiatan utamanya menampung harta masyarakat dari berbagai sumber termasuk (terutama) zakat, dan menyalurkannya untuk tujuan mewujudkan kemaslahatan umat dan bangsa dalam arti seluas-luasnya. Adapun *Baitul Maal* BMT adalah jenis lain dari *Baitul Maal* kontemporer yang memiliki cakupan kegiatan yang lebih sempit, yakni sebatas menghimpun dana zakat, infaq dan shadaqah yang dimungkinkan dalam kerangka manajemen BMT.

2. Landasan Hukum *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT)

Menurut keputusan Nomor 90/Kep/M. KuKm/IX/2004, pengertian koperasi, KJKS, dan UJKS adalah sebagai berikut: 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. Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) adalah koperasi yang kegiatan usahanya bergerak di bidang pembiayaan, investasi dan simpanan sesuai pola bagi hasil (syariah).

Unit Jasa Keuangan Syariah (UJKS) adalah unit koperasi yang bergerak dibidang usaha pembiayaan investasi dan simpanan dengan

pola bagi hasil (syariah) sebagai bagian dari kegiatan koperasi yang bersangkutan.⁴

Membahas tentang payung hukum BMT itu merupakan permasalahan yang ada pada BMT. Karena belum ada satu pun lembaga yang paling berwenang untuk melakukan studi kelayakan pendirian BMT dan sekaligus merekomendasi atau tidak merekomendasikan pendirian BMT. Sehingga payung hukum BMT sama dengan koperasi yaitu:

- a) UU No.25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian.
- b) PP No.4 Tahun 1994 tentang Pesyaratan dan Tata Cara Pengesahan Akta Pendirian dan Perubahan Anggaran Dasar Koperasi.
- c) Peraturan Menteri No. 01 Tahun 2006, yaitu tentang Pertunjuk Pelaksanaan Pembentukan, Pengesahan Akta Pendirian dan Perubahan Anggaran Dasar Koperasi.⁵

3. Sejarah Berdirinya *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT)

Ekonomi bebas bunga yang diwajibkan Islam Menyiratkan bahwa tidak boleh netral terhadap berbagai kepentingan untuk mempertahankan bisnis. Ekonomi bebas bunga memiliki tujuan yaitu menjamain orang untuk hidup, meningkatkan taraf hidup dan tidak membiarkan individu bebas sebeb-bebasnya. Selain itu harus memelihara dsumber daya alam dan makhluk lainnya, termasuk bertanggung jawab untuk kelangsungan hidup generasi-generasi berikutnya.

⁴Fitri Nurhartati dan Ika Saniyati Rahmaniyah, *Koperasi Syariah*, (Surakarta: PT Era Adicitra Intermedia, 2012), hal. 58

⁵*Ibid*, hal. 13

Setelah diundangkannya UU No. 7/1992 tentang perbankan bagi hasil mulai diakomodasikan, berdirilah Bank Muamalat Indonesia (BMI) yang merupakan bank Islam pertama yang beroperasi di Indonesia. Kemudian diikuti oleh pendirian bank-bank perkr4editan rakyat syariah (BPRS). Namun karena dirasakan kurang mencakupi dan belum sanggup menjangkau masyarakat Islam lapisan bawah, maka dibangunlah lembaga-lembaga simpan pinjam yang disebut *baitul maal wa tamwil* (BMT).

Sejarah BMT ada di Indonesia, mulai tahun 1984 dikembangkan mahasiswa ITB di Masjid Salman yang mencoba menggulir lembaga pembiayaan berdasarkan syariah bagi usaha kecil. Kemudian BMT lebih di berdayakan oleh ICMI sebagai sebuah gerakan yang secara operasional ditindaklanjuti oleh pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil (PINBUK).⁶

Disamping itu ditengah-tengah kehidupan msyarakat yang hidup serba berkecukupan muncul kekhawatiran akan timbulnya pengikisan akidah. Pengikisan akidah ini bukan hanya dipengaruhi dari aspek syiar Islam tetapi juga dipengaruhi oleh lemahnya ekonomi masyarakat. Sebagaimana diriwayatkan oleh Rasulullah SAW, “*kekafiran itu mendekati kekufuran*” maka keberadaan BMT diharapkan mampu mengatasi masalah ini lewat pemenuhan kebutuhan-kebutuhan ekonomi masyarakat.

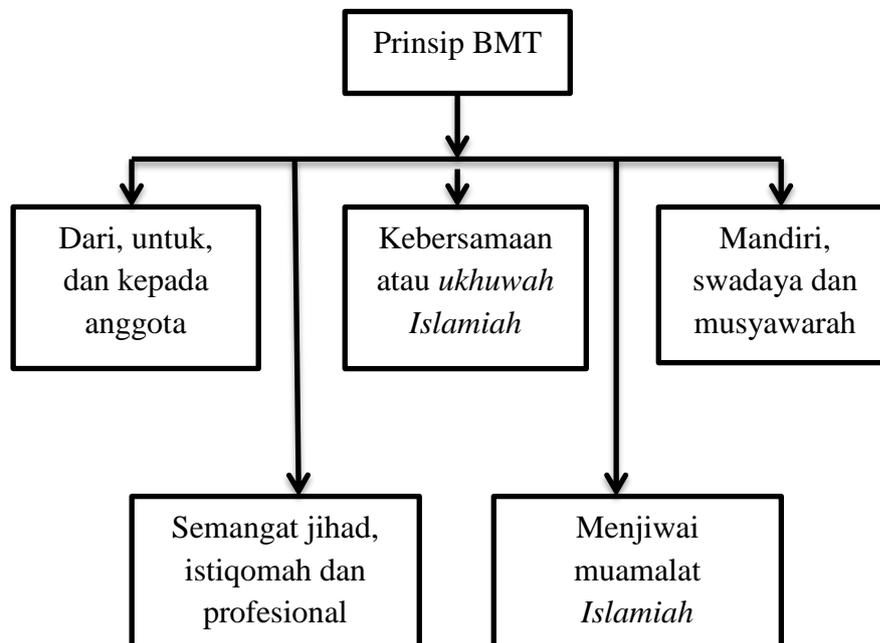
⁶Muhammad Sholahuddin, *Lembaga Keuangan dan Ekonomi Islam...*, hal. 143-144

Dilain pihak, beberapa masyarakat harus menghadapi rentenir atau lintah darat. Maraknya rentenir di tengah-tengah masyarakat mengakibatkan masyarakat semakin terjerumus pada masalah ekonomi yang tidak menentu. Besarnya pengaruh rentenir terhadap perekonomian masyarakat tidak lain karena tidak adanya unsur-unsur yang cukup akomodatif dalam menyelesaikan masalah yang masyarakat hadapi. Oleh karena itu, BMT diharapkan mampu berperan lebih aktif dalam memperbaiki kondisi ini.⁷

4. Prinsip dan Tujuan *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT)

Gambar 2.1

Skema Prinsip BMT



Sumber: Muhammad Sholahuddin, *Lembaga Keuangan dan Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Ombak (Anggota IKAPI, 2014)

⁷Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah...*, hal. 108

Untuk menjaga kepercayaan para anggotanya, BMT selalu bepegang teguh pada prinsip-prinsip sebagai berikut:

- a) Dari, untuk, dan kepada anggota
- b) Kebersamaan atau *ukhuwah Islamiah*
- c) Mandiri, swadaya dan musyawarah
- d) Semangat jihad, istiqomah dan profesional
- e) Menjiwai muamalat *Islamiah*⁸

Koperasi didirikan bertujuan memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil dan makmur berlandaskan Pancasila dan Undang-Undang Dasar. Tujuan utama koperasi adalah meningkatkan kesejahteraan anggota khususnya dan masyarakat pada umumnya. Koperasi Indonesia merupakan perkumpulan orang-orang, bukan perkumpulan orang sehingga laba bukan merupakan ukuran utama kesejahteraan anggota. Meskipun keduanya merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan, manfaat jasa koperasi adalah anggota dari pada laba itu sendiri. Semuanya ini dapat dicapai secara seimbang apabila dalam kegiatannya ada penyatuan unit-unit usaha yang disumbangkan oleh masing-masing anggota.⁹

⁸Muhammad Sholahuddin, *Lembaga Keuangan dan Ekonomi Islam...*, hal. 146

⁹Burhanudin, *Koperasi Syariah dan Pengaturannya di Indonesia*, (Jakarta: UIN Maliki Press, 2013), hal. 11-12

5. Peran *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT)

BMT merupakan lembaga keuangan syariah yang mempunyai andil besar dalam menjalankan roda perekonomian. Keberadaan BMT sangat ditunggu-tunggu, terutama bagi masyarakat yang ingin menjalankan aktivitas ekonominya sesuai dengan nilai-nilai keislaman. Disamping itu BMT mempunyai beberapa peran antara lain:

- a) Menjauhkan masyarakat dari praktik ekonomi non syariah, aktif melakukan sosialisasi di tengah masyarakat tentang arti penting sistem ekonomi islam.
- b) Melakukan pembinaan dan pendanaan usaha kecil. BMT harus bersikap aktif menjalankan fungsi sebagai lembaga keuangan mikro, misalnya dengan jalan-jalan mendampingi, pembinaan, penyuluhan, dan pengawasan terhadap usaha-usaha nasabah atau masyarakat umum.
- c) Melepaskan ketergantungan debitur pada rentenir, masyarakat yang masih tergantung rentenir disebabkan rentenir mampu memenuhi keinginan masyarakat lebih baik, misalnya selalu tersedia dana setiap saat.
- d) Menjaga keadilan ekonomi masyarakat dengan distribusi merata. Fungsi BMT langsung berhadapan dengan masyarakat yang kompleks dituntut harus pandai bersikap, oleh karena itu langkah-langkah untuk melakukan evaluasi dalam rangka pemetaan skala

prioritas harus diperhatikan, misalnya dalam masalah pembiayaan, BMT harus memperhatikan kelayakan nasabah dalam hal golongan nasabah dan jenis pembiayaan.¹⁰

6. Struktur Organisasi *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT)

Untuk memperlancar tugas BMT, maka diperlukan struktur yang mendeskripsikan alur kerja yang harus dilakukan oleh personil yang ada di dalam BMT tersebut. Struktur organisasi BMT meliputi, Musyawarah Anggota Pemegang Simpanan Pokok, Dewan Syariah, Pembina Manajemen, Manajer, Pemasaran, Kasir dan Pembukuan.

Adapun tugas dari masing-masing stuktur diatas adalah sebagai berikut:

- a) Musyawarah Anggota Pemegang Simpanan Pokok, memegang kekuasaan tertinggi di dalam memutuskan kebijakan-kebijakan makro BMT.
- b) Dewan syariah, bertugas mengawasi dan menilai operasionalisasi BMT.
- c) Pembina Manajemen, bertugas untuk membina jalannya anggota BMT dan memimpin BMT dalam merealisasikan programnya.
- d) Manajer, bertugas menjalankan amanat musyawarah anggota BMT dan memimpin BMT dalam merealisasikan programnya.
- e) Pemasaran, bertugas untuk mengsosialisasikan dan mengelola produk-produk BMT.

¹⁰Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah...*, hal. 108

- f) Kasir, bertugas melayani nasabah.
- g) Pembukuan, bertugas untuk melakukan pembukuan atas aset dan omzet BMT.¹¹

7. Operasional *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT)

Dalam menjalankan usahanya BMT menggunakan prinsip-prinsip di bawah ini, yaitu:

1) Prinsip bagi hasil

Dengan prinsip ini pembagian hasil dari pemberi pinjaman dengan BMT, yaitu: *Al-Mudarabah*, *Al-Musyarakah*, *Al-Muzara'ah*, *Al-Musaqah*.

2) Sistem jual beli

Sistem ini merupakan suatu tata cara jual yang dalam pelaksanaannya BMT mengangkat nasabah sebagai agen yang diberi kuasa melakukan pembelian barang atas nama BMT, dan kemudian bertindak sebagai penjual, dengan menjual barang yang telah dibelinya tersebut dengan ditambah *mark-up*. Keuntungan BMT nantinya akan dibagi kepada penyedia dana. Sistem ini antara lain, *Bai' al-Murabahah*, *Ba'i as-Salam*, *Ba'i al-Istishna*, *Bai' Bitsaman Ajil*.

3) Sistem non-profit

Sistem ini sering disebut sebagai pembiayaan kebajikan ini merupakan pembiayaan yang bersifat sosial dan non-komersial.

¹¹Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah...*, hal. 120-111

Nasabah cukup mengembalikan pokok pinjamannya saja.
Pembiayaan ini yaitu *Al-Qardu Hasan*.

4) Akad bersyarikat

Akad bersyarikat Adalah kerjasama antara kedua belah pihak atau lebih dan masing-masing pihak mengikutsertakan modal (dalam berbagai bentuk) dengan perjanjian pembagian keuntungan atau kerugian yang disepakati. Pembiayaan ini yaitu *Al-Musyarakah* dan *Al-Mudarabah*.

5) Produk pembiayaan

Penyediaan uang dan tagihan berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam-meminjam diantara BMT dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi utangnya beserta bagi hasilnya setelah jangka waktu tertentu yaitu:

- a) pembiayaan *al Murabahah* (MBA)
- b) Pembiayaan *al Ba' Bitsaman Ajil* (BBA)
- c) Pembiayaan *al Mudarabah* (MDA)
- d) Pembiayaan *al Musyarakah* (MSA)

Untuk meningkatkan peran BMT dalam kehidupan ekonomi masyarakat, maka BMT terbuka untuk menciptakan produk baru akan tetapi produk tersebut harus memnuhi syarat:

- a) Sesuai dengan syariat dan disetujui oleh Dewan Syariah.
- b) Dapat ditangani oleh sistem operasi BMT bersangkutan.

c) Membawa kemaslahatan bagi masyarakat.¹²

8. Strategi Pengembangan *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT)

Semakin bertambahnya masalah ekonomi masyarakat, maka berbagai kendala tidak mungkin dilepaskan dari keberadaan BMT. Oleh karena itu perlu adanya strategi yang tepat untuk mempertahankan eksistensi BMT tersebut. Strategi pengembangan BMT tersebut diantaranya:

- 1) Sumberdaya yang kurang memadai kebanyakan berkorelasi dari tingkat pendidikan dan pengetahuan. BMT dituntut untuk meningkatkan sumber daya melalui pendidikan formal ataupun non formal. Misalnya harus ada kerjasama antara BMT dengan lembaga lembaga pendidikan atau bisnis islami.
- 2) Strategi pemasaran yang *local oriented* (berorientasi lokal) berdampak pada lemahnya upaya BMT untuk mensosialisasikan produk-produk BMT di tengah masyarakat. Untuk mengembangkan BMT maka upaya-upaya meningkatkan teknik pemasaran perlu dilakukan, agar eksistensi BMT dapat dikenal di masyarakat.
- 3) Terkadang BMT tidak mampu untuk menangkap gejala-gejala ekonomi dan bisnis yang ada di masyarakat, oleh karena itu BMT harus selalu melakukan inovasi terhadap produk-produk yang

¹²*Ibid.*, hal. 112-113

ditawarkan. Agar tidak ada lagi kekhawatiran dari masyarakat yang berasumsi bahwa BMT tidak sesuai dengan syariah.

- 4) Untuk meningkatkan kualitas layanan BMT diperlukan layanan strategik dalam bisnis (*business strategy*). Hal ini diperlukan untuk meningkatkan profesionalisme BMT dalam bidang pelayanan. Sistem pelayanan ini dapat berupa pelayanan tepat waktu, pelayanan siap sedia dana dan sebagainya.
- 5) Meningkatkan atau menerapkan nilai-nilai islami pada perilaku pengelola, karyawan di BMT dan nasabahnya.
- 6) Adanya kerjasama atau hubungan partner antar BMT yang mempunyai tujuan sama yaitu untuk mengentaskan ekonomi masyarakat, seperti antar BMT dan BPR Syariah ataupun Bank Syariah merupakan satu kesatuan yang berkesinambungan.
- 7) Perlu adanya evaluasi bersama guna memberikan peluang bagi BMT untuk lebih kompetitif. Evaluasi ini bisa dilakukan dengan cara mendirikan lembaga evaluasi BMT atau lembaga sertifikasi BMT. Lembaga ini bertujuan khusus untuk memberikan laporan peningkatan kinerja kuartalan atau tahunan BMT di seluruh Indonesia.¹³

¹³*Ibid.*, hal. 119

B. Pembiayaan

1. Pengertian Pembiayaan

Pembiayaan selalu berkaitan dengan aktivitas bisnis. Bisnis adalah aktivitas yang mengarah pada peningkatan nilai tambah melalui proses penyerahan jasa, perdagangan, atau pengelolaan barang (produksi). Pelaku bisnis dalam menjalankan bisnisnya sangat membutuhkan modal. Jika pelaku tidak memiliki modal secara cukup maka ia akan berhubungan dengan pihak lain, seperti bank, untuk mendapatkan suntikan dan, dengan melakukan pembiayaan.¹⁴

Pengertian pembiayaan atau *financing* adalah pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga.¹⁵ Selain itu yang membedakan antara pembiayaan dan kredit yaitu terletak pada keuntungan yang diharapkan. Bagi bank yang berdasarkan prinsip bagi hasil mendapat imbalan berupa bagi hasil atas pembiayaan sedangkan bagi bank yang berdasarkan prinsip konvensional keuntungan yang diperoleh melalui bunga. Menurut UU No.7 Tahun 1992 tentang perbankan sebagaimana telah diubah menjadi UU No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan Dalam Pasal 1 nomor (12):

¹⁴Veitzhal Rivai dan Arviyan Arifin, *Islamic Banking Sebuah Teori, Konsep dan Aplikasi*, (Jakarta: PT Bumi Askara, 2010), hal. 681

¹⁵Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, (Yogyakarta: (UPP) AMP YKPN, 2002), hal. 304

“Pembiayaan berdasarkan prinsip syariah adalah penyediaan utang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara Bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil”.¹⁶

Jadi, dalam hal ini pembiayaan yaitu penyaluran dana kepada masyarakat berupa pembiayaan yang diperoleh dari dana tabungan maupun deposito masyarakat.

2. Tujuan Pembiayaan

Secara umum tujuan pembiayaan dibedakan menjadi dua kelompok yaitu tujuan pembiayaan untuk tingkat makro, dan tujuan pembiayaan untuk tingkat mikro. Secara makro dijelaskan bahwa pembiayaan bertujuan :

- 1) Peningkatan ekonomi umat, artinya masyarakat yang tidak dapat akses secara ekonomi, dengan adanya pembiayaan mereka dapat melakukan akses ekonomi.
- 2) Tersedianya dana bagi peningkatan usaha, artinya untuk pengembangan usaha membutuhkan dana tambahan.
- 3) Meningkatkan produktivitas, artinya adanya pembiayaan memberikan peluang bagi masyarakat agar mampu meningkatkan daya produksinya.
- 4) Membuka lapangan kerja baru, artinya dengan dibukanya sektor-sektor usaha melalui penambahan dana pembiayaan, maka secara usaha tersebut akan menyerap tenaga kerja.

¹⁶Binti Nur Asiyah, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, (Yogyakarta: Teras, 2014), hal. 2

5) Terjadinya distribusi pendapatan, artinya masyarakat produktif mampu melakukan aktivitas kerja, berarti mereka akan memperoleh pendapatan dari hasil usahanya.¹⁷

Adapun secara mikro , pembiayaan bertujuan untuk:

- 1) Upaya memaksimalkan laba, artinya setiap usaha yang dibuka memiliki tujuan tertinggi yaitu menghasilkan laba usaha.
- 2) Upaya meminimalkan resiko, artinya usaha yang dilakukan agar mampu menghasilkan laba maksimal, maka pengusaha harus mampu meminimalkan resiko yang mungkin timbul.
- 3) Pendayagunaan sumber ekonomi, artinya sumber daya ekonomi dapat dikembangkan dengan melakukan *mixing* antara sumber daya alam dengan sumber daya manusia serta sumber daya modal.
- 4) Penyaluran kelebihan dana, artinya mekanisme pembiayaan dapat menjembatani penyeimbangan dan penyaluran kelebihan dana dari pihak yang kelebihan (surplus) kepada pihak yang berkekurangan (minus) dana.¹⁸

Sehubungan dengan aktivitas bank Islam, maka pembiayaan merupakan sumber pendapatan bank Islam, sehingga tujuan pembiayaan bank Islam adalah untuk memenuhi kepentingan *stakeholder*, yakni:

¹⁷Veitzhal Rivai dan Arviyan Arifin, *Islamic Banking Sebuah Teori, Konsep dan Aplikasi...*, hal. 682

¹⁸Binti Nur Asiyah, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah...*, hal. 5

- 1) Pemilik, melalui sumber pendapatan di atas, para pemilik mengharapkan akan memperoleh penghasilan atas dana yang ditanamkan pada bank tersebut.
- 2) Karyawan, para pegawai mengharapkan dapat memperoleh kesejahteraan dari bank yang dikelolanya.
- 3) Masyarakat
 - a) Pemilik dana, sebagaimana pemilik mereka mengharapkan dari dana yang diinvestasikan akan diperoleh bagi hasil.
 - b) Debitur yang bersangkutan, para debitur dengan menyediakan dana baginya, maka terbantu guna menjalankan usahanya (sektor produktif) atau terbantu untuk pengadaan barang yang diinginkannya (pembiayaan konsumtif).
- 4) Pemerintah, akibat penyediaan pembiayaan, pemerintah terbantu dalam pembiayaan pembangunan negara, disamping itu akan diperoleh pajak (berupa pajak penghasilan atas keuntungan yang diperoleh bank dan juga perusahaan-perusahaan).¹⁹

3. Fungsi Pembiayaan

Sesuai dengan tujuan pembiayaan sebagaimana diatas, pembiayaan secara umum memiliki fungsi untuk:

- 1) Peningkatkan daya guna uang

Para penabung menyimpan uangnya di lembaga keuangan dalam bentuk giro, tabungan, dan deposito. Uang tersebut dalam

¹⁹Veitzhal Rivai dan Arviyan Arifin, *Islamic Banking Sebuah Teori, Konsep dan Aplikasi...*, hal. 683

persentase tertentu ditingkatkan kegunaannya oleh lembaga keuangan guna suatu usaha peningkatan produktivitas. Para pengusaha menikmati pembiayaan dari lembaga keuangan 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 lembaga keuangan tidaklah diam dan disalurkan untuk usaha-usaha yang bermanfaat bagi pengusaha maupun masyarakat.

2) Meningkatkan daya guna barang

Produsen dengan bantuan pembiayaan lembaga keuangan dapat mengubah bahan mentah menjadi bahan jadi sehingga *utility* bahan tersebut meningkat. Misalnya peningkatan *utility* kelapa menjadi kopra dan selanjutnya menjadi minyak kelapa atau minyak goreng, peningkatan *utility* dari padi menjadi beras, benang menjadi tekstil, dan sebagainya.²⁰

Produsen dengan bantuan pembiayaan dapat memindahkan barang dari suatu tempat yang kegunaannya kurang ke tempat yang lebih bermanfaat, seluruh barang-barang yang dipindahkan dari suatu daerah ke daerah lain yang kemanfaatan barang itu lebih terasa. Misalnya Contohnya penguasa onix, dimana pengusaha ini

²⁰ *Ibid...*, hal. 684

memindahkan batu marmer dari pegunungan dan diolah dengan tangan-tangan kreatif akan menjadikan batuan tersebut lebih memiliki nilai yang lebih tinggi.²¹

3) Meningkatkan peredaran uang

Pembiayaan dilakukan melalui rekening-rekening kontan pengusaha menciptakan penambahan peredaran uang giral dan sejenisnya seperti cek, bilyet giro, wesel, promes, dan sebagainya. Melalui pembiayaan, peredaran uang kartal maupun giral akan lebih berkembang karena pembiayaan menciptakan suatu kegairahan berusaha sehingga penggunaan uang akan bertambah baik secara kualitatif apalagi secara kuantitatif.

4) Stabilitas ekonomi

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

- a) Pengendalian inflasi
- b) Peningkatan ekspor
- c) Rehabilitasi prasarana
- d) Pemenuhan kebutuhan pokok rakyat

untuk meneruskan arus inflasi dan lebih-lebih untuk usaha pembangunan ekonomi maka pembiayaan bank memegang peranan yang penting.

²¹ Binti Nur Asiyah, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah ...*, hal 10

5) Sebagai jembatan untuk meningkatkan pendapatan nasional

Para usahawan yang memperoleh pembiayaan tertentu saja berusaha untuk meningkatkan usahanya. Peningkatan usaha berarti peningkatan profit. Bila keuntungan ini secara kumulatif dikembangkan lagi ke dalam struktur permodalan, maka peningkatan akan berlangsung terus-menerus. Dengan *earning* (pendapatan) yang terus meningkat berarti pajak perusahaan pun 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 swasembada kebutuhan-kebutuhan pokok, berarti akan dihemat devisa keuangan negara, akan dapat diarahkan pada usaha-usaha kesejahteraan ataupun ke sektor-sektor lain yang lebih berguna.

C. Pembiayaan *Musyarakah*

1. Pengertian Pembiayaan *Musyarakah*

Syirkah secara bahasa berarti *al-ikhtilath*, yang artinya adalah campur atau pencampuran. Istilah pencampuran di sini mengandung pengertian pada seseorang yang mencampurkan hartanya dengan harta orang lain, sehingga tidak mungkin untuk dibedakan.²² istilah lain dari *Musyarakah* adalah *sharikah* atau *syirkah* yaitu kerjasama antara kedua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu dimana masing-

²²Qomarul Huda, *Fiqh Muamalah*, (Yogyakarta: Teras, 2011), hal. 56

masing pihak memberikan kontribusi dana dengan keuntungan dan resiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.²³ Dapat didefinisikan bahwa *Musyarakah (join venture profit sharing)* adalah kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu. Masing-masing pihak memberikan kontribusi dana (*al-mal, capitel*), keahlian atau manajerial (*a'mal, expertise*) dengan kesepakatan keuntungan dibagi bersama, dan jika terjadi kerugian ditanggung bersama.²⁴ *Musyarakah* merupakan akad bagi hasil ketika dua atau lebih pengusaha pemilik dana (modal) bekerja sama sebagai mitra usaha, membiayai investasi usaha baru yang sudah berjalan. Mitra usaha, pemilik modal berhak ikut serta dalam manajemen perusahaan, tetapi mengelola usaha sesuai kesepakatan dan mereka juga meminta upah/gaji untuk tenaga dan keahlian yang mereka curahkan untuk usaha tersebut.²⁵

Bentuk umum dari usaha bagi hasil adalah *musyarakah (syrikah* atau *syarikah*). Transaksi *musyarakah* dilandasi adanya keinginan para pihak yang bekerja sama untuk meningkatkan nilai aset yang mereka miliki secara bersama-sama. Semua bentuk usaha yang melibatkan dua pihak atau lebih dimana mereka secara bersama-sama memadukan seluruh bentuk sumber daya baik yang berwujud maupun tidak berwujud.

²³Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah...*, hal. 76

²⁴Ahmad Dahlan, *Bank Syariah (Teoritik, Praktik, Kritik)*, (Yogyakarta: Teras, 2012), hal.

²⁵Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008),

Secara spesifik bentuk kontribusi dari pihak yang bekerja sama dapat berupa dana, barang perdagangan (*trading asset*), kewirausahaan (*entrepreneurship*), kepandaian (*skill*), kepemilikan (*property*), peralatan (*equipment*), atau *intangible asset* (seperti hak paten atau *goodwill*), kepercayaan atau reputasi (*creditworthiness*) dan barang-barang lainnya yang dapat dinilai dengan uang. Dengan merangkum seluruh kombinasi dari bentuk kontribusi masing-masing pihak dengan atau tanpa batasan waktu menjadikan produk ini sangat fleksibel.²⁶

Musyarakah ada dua jenis, yaitu *musyarakah* pemilikan dan *musyarakah* akad (kontrak). *Musyarakah* pemilikan tercipta karena warisan atau kondisi lainnya yang berakibat pemilikan satu aset oleh dua orang atau lebih. Sedangkan *musyarakah* akad tercipta dengan kesepakatan dimana dua orang atau lebih setuju bahwa tiap orang dari mereka memberikan modal *musyarakah* dan berbagi keuntungan dan kerugian.²⁷

Jadi dapat disimpulkan bahwa pembiayaan *musyarakah* adalah akad kerja sama yang terjadi di antara para pemilik dana untuk menggabungkan modal, melakukan usaha bersama dan mengelola bersama dalam suatu hubungan kemitraan. Bagi hasil ditentukan dengan kesepakatan (biasanya di dasarkan atas besarnya modal dan peran masing-masing pihak). Apabila terjadi kerugian di tanggung

²⁶Adimarwan A. Karim, *Bank Islam (Analisis fiqih dan Keuangan)*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), hal. 102

²⁷Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah...*, hal. 76

bersama secara proporsional sesuai dengan kontribusi modal. Pembiayaan musyarakah dapat bersifat permanen dan dapat pula bersifat sementara.²⁸

2. Dasar Hukum Pembiayaan *Musyarakah*

Al-Qur'an Landasan hukum *musyarakah* dari al-Qur'an sebagaimana

yang disebutkan dalam surat Shad : 24, Mengenai hal ini Allah SWT mengingatkan dalam firman-NYA:

قَالَ لَقَدْ ظَلَمَكَ بِسُؤَالِ نَعَجْتِكَ إِلَىٰ نِعَاجِهِ ۗ وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي

بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ ۗ وَظَنَّ دَاوُدُ

أَنَّمَا فَتَنَّاهُ فَاسْتَغْفَرَ رَبَّهُ وَخَرَّ رَاكِعًا وَأَنَابَ ﴿٢٤﴾

Artinya: “Dia (Dawud) berkata, “Sungguh, dia telah berbuat zalim kepadamu dengan meminta kambingmu untuk (ditambahkan) kepada kambingnya. Memang banyak di antara orang-orang yang bersekutu itu berbuat zalim kepada yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan kebajikan, dan hanyalah sedikitlah mereka yang begitu.” Dan Dawud menduga bahwa kami mengujinya, maka dia memohon ampunan kepada Tuhannya lalu menyungkur sujud dan bertaubat”. (QS. Shad:24)²⁹

²⁸Ali Maulidi Fadlan, *Teknik Memahami Akuntansi Perbankan Syariah* (Jakarta: Alim's Plubishing, 2015), hal. 154

²⁹Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemah*, (Surabaya: CV. Sahabat Ilmu, 2001), Hal. 901

a) As-Sunnah

Adapun landasan hukum *musyarakah* dari teks hadist adalah sebagaimana sabda Rasulullah SAW:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ (قَالَ اللَّهُ:

أَنَا ثَالِثُ الشَّرِيكَيْنِ مَا لَمْ يَخُنْ أَحَدُهُمَا صَاحِبَهُ، فَإِذَا خَانَ خَرَجْتُ مِنْ بَيْنَهُمَا) رَوَاهُ

أَبُو دَاوُدَ، وَصَحَّحَهُ الْحَاكِمُ.

“Dari Abu Hurairah Radliyallaahu 'anhu bahwa Rasulullah Shallallaahu 'alaihi wa Sallam bersabda: "Allah berfirman: Aku menjadi orang ketiga dari dua orang yang bersekutu selama salah seorang dari mereka tidak berkhianat kepada temannya. Jika ada yang berkhianat, aku keluar dari (persekutuan) mereka." Riwayat Abu Dawud dan dinilai shahih oleh Hakim”.³⁰

b) Ijma'

Sedangkan landasan hukum berdasarkan ijma' yaitu mayoritas ulama sepakat tentang keberadaan *musyarakah* ini, meskipun dalam wilayah yang lebih rinci, mereka berpendapat tentang keabsahan (boleh) hukum *musyarakah* tertentu. Misalnya sebagian ulama hanya membolehkan jenis *musyarakah* tertentu dan tidak membolehkan jenis *musyarakah* yang lain.³¹

³⁰Ahmad Dahlan, *Bank Syariah (Teoritik, Praktik, Kritik)...*, hal 170

³¹Qomarul Huda, *Fiqh Muamalah ...*, hal. 102

Hasil ijma' lain diungkapkan oleh Ibnu Qudamah dalam kitabnya al Mughni, telah berkata, “Kaum muslim telah berkonsensus terhadap legitimasi *musyarakah* secara global walaupun terdapat perbedaan pendapat dalam beberapa elemen darinya”.³²

c) Fatwa Dewan Syariah Nasional

Sebagai bukti bahwa *musyarakah* merupakan bentuk perkongsian bisnis yang tidak kecil maka banyak landasan hukum yang mengatur tentangnya, begitu pula pemerintah juga mengeluarkan peraturan berkaitan dengan ketentuan dan pelaksanaan *musyarakah* melalui Fatwa Dewan Syariah Nasional No: 08/DSN-MUI/IV/2000/ Tentang Pembiayaan *Musyarakah* Pertama : Beberapa Ketentuan

1. Pernyataan ijab dan qabul harus dinyatakan oleh para pihak untuk menunjukkan kehendak mereka dalam mengadakan kontrak (akad), dengan memperhatikan hal-hal berikut:
 - a) Penawaran dan permintaan harus secara eksplisit menunjukkan tujuan kontrak (akad).
 - b) Penerimaan dan penawaran dilakukan pada saat kontrak.
 - c) Akad dituangkan secara tertulis, melalui korespondensi, atau dengan menggunakan cara-cara komunikasi modern.

³²Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik ...*, hal. 91

2. Pihak-pihak yang berkontrak harus cakap hukum, dan memperhatikan hal-hal berikut:
 - a) Komponen dalam memberikan atau diberikan kekuasaan perwakilan.
 - b) Setiap mitra harus menyediakan dana dan pekerjaan, dan setiap mitra melaksanakan kerja sebagai wakil.
 - c) Setiap mitra memiliki hak untuk mengatur aset *Musyarakah* dalam proses bisnis normal.
 - d) Setiap mitra memberi wewenang kepada mitra yang lain untuk mengelola aset dan masing-masing dianggap telah diberi wewenang untuk melakukan aktivitas *musyarakah* dengan memperhatikan kepentingan mitranya, tanpa melakukan kelalaian dan kesalahan yang disengaja.
 - e) Seorang mitra tidak diizinkan untuk mencairkan atau menginvestasikan dana untuk kepentingannya sendiri.
3. Objek akad (Modal, kerja, keuntungan, dan kerugian)
 - a) Modal
 - 1) Modal yang diberikan harus uang tunai, emas, perak atau yang nilainya sama. Modal dapat terdiri dari aset perdagangan, seperti barang-barang, properti, dan sebagainya. Jika modal berbentuk aset, harus terlebih dahulu dinilai dengan tunai dan disepakati oleh para mitra.

- 2) Para pihak tidak boleh meminjam, meminjamkan, menyumbangkan, atau menghadiahkan modal *musyarakah* kepada pihak lain, kecuali atas dasar kesepakatan.
- 3) Pada prinsipnya, dalam pembiayaan *musyarakah* tidak ada jaminan, namun untuk menghindari terjadinya penyimpangan, LKS dapat meminta jaminan.

b) Kerja

- 1) Partisipasi para mitra dalam pekerjaan merupakan dasar pelaksanaan *musyarakah* akan tetapi, kesamaan porsi kerja bukanlah merupakan syarat. Seorang mitra boleh melaksanakan kerja lebih banyak dari yang lainnya, dan dalam hal ini ia boleh menuntut bagian keuntungan tambahan bagi dirinya.
- 2) Setiap mitra dalam melaksanakan kerja dalam *musyarakah* atas nama pribadi dan wakil dari mitranya. Kedudukan masing-masing dalam organisasi kerja harus dijelaskan dalam kontrak.

c) Keuntungan

- 1) Keuntungan harus dikuantifikasikan dengan jelas untuk menghindarkan perbedaan dan sengketa pada waktu alokasi keuntungan dan penghentian *musyarakah*.

- 2) Setiap keuntungan mitra harus dibagikan secara proporsional atas dasar seluruh keuntungan dan tidak boleh ada jumlah yang ditentukan di awal yang ditetapkan bagi seorang mitra.
- 3) Seorang mitra boleh mengusulkan bahwa jika keuntungan melebihi jumlah tertentu, kelebihan atau persentase itu diberikan kepadanya.
- 4) Sistem pembagian harus tertuang dengan jelas dalam akad.

d) Kerugian

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

4. Biaya Operasional dan Persengketaan

- a) Biaya operasional dibebankan pada modal bersama.
- b) Jika salah satu pihak tidak menunaikan kewajibannya atau jika terjadi perselisihan diantara para pihak, maka penyelesaiannya dilakukan melalui Badan Arbitrase Syari'ah setelah tidak tercapai kesepakatan melalui musyawarah.³³

³³Zainudin Ali, *Hukum Perbankan Syariah...*, hal. 253-254

3. Rukun dan Syarat Pembiayaan *Musyarakah*

Rukun *musyarakah* menurut mayoritas ulama *fiqih* adalah

a) Adanya pihak yang bekerja sama (*asy-syuraka*)

Para pihak yang berkerja sama harus kompeten dalam memberikan atau diberikan kekuasaan perwakilan.

b) Modal (*ro'sul maal*)

Modal yang diberikan harus uang tunai atau aset yang bernilai sama atau dianggap tunai dan disepakati para mitra.

c) Usaha atau proyek (*al-masyru'*)

Partisipasi para mitra dalam pekerjaan adalah suatu hal mendasar, sekalipun salah satu pihak boleh menangani pekerjaan lebih banyak dari yang lain. Dan menuntut pembagian keuntungan lebih bagi dirinya.

d) Pernyataan kesepakatan (*ijab-qabul*)

Kata-kata yang menunjukkan izin yang akan mengendalikan harta. Maksudnya tidak ada bentuk khusus dari kontrak *musyarakah* ia dapat berbentuk pengucapan yang menunjukkan tujuan, berakad dianggap sah jika diucapkan secara verbal atau ditulis. Dan kontrak *musyarakah* dicatat dan disaksikan.³⁴

³⁴Fathurrahman Djamil, *Penerapan Hukum Perjanjian dalam Transaksi di Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2012), hal. 168

4. Jenis-jenis Pembiayaan *Musyarakah*

Secara garis besar menurut Sayid Sabiq, *syirkah* dibagi menjadi menjadi dua macam, yaitu:

a) *Syirkah amlak* atau *Syirkah* kepemilikan yaitu dua orang atau lebih yang memiliki barang tanpa adanya akad. *Syirkah amlak* ini ada dua macam yaitu:

1) *Syirkah ikhtiari* (sukarela), yaitu kerja sama yang muncul karena adanya kontrak dari dua orang yang bersekutu, seperti apabila seseorang membeli, berwasiat atau mengibahkan sesuatu kepada dua orang sebagai penerima barang tersebut telah bersyirkah dalam hak milik.

2) *Syirkah ijbari* (paksaan), yaitu *Syirkah* yang ditetapkan kepada dua orang atau lebih yang bukan didasarkan atas perbuatan keduanya, misalnya dua orang yang menerima warisan, maka dua orang tersebut telah *bersyirkah* dalam hak milik.³⁵

b) *Syirkah al-‘uqud* atau *syirkah* akad, yang berarti kemitraan yang terjadi karena adanya kontrak bersama, atau usaha komersial bersama. *Syirkah al-‘uqud* sendiri ada empat (Mazhab Hambali memasukkan *syirkah mudarabah* sebagai *syirkah al-‘uqud* yang keempat), satu yang disepakati dan tiga yang diperselisihkan yaitu:

1) *Syirkah al-amwal* atau *syirkah al-‘Inan*, yaitu usaha komersial bersama ketika semua mitra usaha ikut andil menyertakan

³⁵Qomarul Huda, *Fiqh Muamalah ...*, hal. 106

modal dan kerja, yang tidak harus sama persisnya, ke dalam perusahaan. Para ulama sepakat membolehkan bentuk *syirkah* ini.

- 2) *Syirkah al-mufawadah*, yaitu usaha komersial bersama dengan syarat adanya kesamaan pada penyertaan modal, pembagian keuntungan, pengelolaan, kerja, dan orang. Mazhab Hanafi dan Maliki memperbolehkan bentuk *syirkah* ini. Sementara itu, Mazhab Syafi'i dan Hambali melarangnya karena secara realita sukar terjadi persamaan pada semua unsurnya, dan banyak mengandung unsur *gharar* atau ketidakjelasan.
- 3) *Syirkah al-a'mal* atau *syirkah abdan*, yaitu usaha komersial bersama ketika semua mitra usaha ambil bagian dalam memberikan jasa kepada pelanggan. Jumhur (mayoritas) ulama yaitu dari mazhab Hanafi, Maliki, dan Hambali, membolehkan bentuk *syirkah* ini. Sementara itu, mazhab Syafi'i melarangnya karena mazhab ini hanya membolehkan *syirkah* modal dan tidak boleh *syirkah* kerja.
- 4) *Syirkah al-wujuh* adalah usaha komersial bersama ketika mitra tidak mempunyai investasi sama sekali. Mereka membeli komoditas dengan pembayaran tangguh dan menjualnya tunai. Mazhab Hanafi dan Hambali membolehkan bentuk *syirkah* ini, sedangkan mazhab Maliki dan Syafi'i melarangnya.³⁶

³⁶Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah ...*, hal. 50

5) *Syirkah al-mudharabah*, para ulama berbeda pendapat tentang *almudharabah* apakah ia termasuk jenis *al-musyarakah* atau bukan. Beberapa ulama menganggap *al-mudharabah* termasuk kategori *almusyarakah* karena memenuhi rukun dan syarat sebuah akad (kontrak) *musyarakah*. Adapun ulama lain menganggap *almudharabah* tidak termasuk sebagai *al-musyarakah*. Konsep *musyarakah al-mudharabah* adalah bentuk akad *musyarakah* dimana pengelola (*mudharib*) ikut menyertakan modalnya dalam investasi. Jika *mudharabah* adalah pengelola tidak mengeluarkan dana dalam kerjasamanya, dan pada akad *musyarakah* kedua belah pihak ikut menyertakan modalnya.³⁷ Maka perpaduan antara keduanya tertuang dalam *musyarakah mudharabah* ini. *Mudharib* juga ikut menyertakan modalnya tentunya dalam porsi yang tidak melebihi dari *shohibul maal*.³⁸

5. Berakhirnya Pembiayaan *Musyarakah*

Syirkah akan berakhir apabila:

- a) Salah satu pihak membatalkannya, meskipun tanpa persetujuan pihak yang lainnya, karena *syirkah* adalah akad yang terjadi atas rela sama rela dari kedua belah pihak yang tidak ada keharusan

³⁷Muhammad, *Konstruksi Mudharabah dalam Bisnis Syariah Mudharabah dalam Wacana Fiqih dan Praktik Ekonomi Modern*, (Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA, 2005), hal. 42

³⁸Radhi, Konsep Mudharabah Musyarakah dan Aplikasinya di LKS dalam <http://sersan-metalic.blogspot.com/2010/01/konsep-mudharabah-musyarakah-dan.html?m=1> diakses pada tanggal 04/01/2018 pukul 21.52

untuk dilaksanakan apabila salah satu pihak tidak menginginkannya lagi. Maka hal ini menunjukkan pencabutan kerelaan *syirkah* oleh salah satu pihak.

- b) Salah satu pihak kehilangan kecakapan untuk *bertasharruf* (keahlian dalam mengelola harta), baik karena gila atau sebab yang lainnya.
- c) Salah satu pihak meninggal dunia, tetapi jika yang *bersyirkah* lebih dari dua orang, maka yang batal hanya yang meninggal dunia saja. *Syirkah* berjalan terus bagi anggota-anggota yang masih hidup, apabila ahli waris yang meninggal menghendaki turut serta dalam *Syirkah* tersebut, maka dilakukan perjanjian baru bagi ahli waris yang bersangkutan.
- d) Salah satu pihak berada dibawah pengampunan, baik karena boros yang terjadi pada waktu perjanjian *Syirkah* tengah berjalan, maupun sebab yang lainnya.
- e) Salah satu pihak jatuh bangkrut yang berakibat tidak berkuasa lagi atas harta yang menjadi saham *Syirkah*. Pendapat ini di kemukakan oleh ulama Malikiyah, Syafi'iyah dan Hambaliyah. Sedangkan menurut Hanafiyah, bahwa keadaan bangkrut tidak membatalkan perjanjian.
- f) Modal para anggota *Syirkah* lenyap sebelum dibelanjakan atas nama *Syirkah*, bila modal tersebut lenyap terjadi percampuran harta hingga dapat dipisah-pisahkan lagi, yang menanggung

pemiliknya sendiri. Namun apabila masih ada sisa modal, maka *Syirkah* masih dapat berlangsung dengan sisa kekayaan yang masih ada.³⁹

6. Ketentuan Umum Pembiayaan *Musyarakah*

Ketentuan umum pembiayaan *musyarakah* adalah sebagai berikut:

Semua modal disatukan untuk dijadikan modal proyek *musyarakah* dan dikelola bersama-sama. Setiap pemilik modal berhak turut serta dalam menentukan kebijakan usaha yang dijalankan oleh pelaksana proyek. Pemilik modal dipercaya untuk menjalankan proyek *musyarakah* tidak boleh melakukan tindakan seperti:

- 1) Mengabungkan dana proyek dengan harta pribadi.
- 2) Menjalankan proyek *musyarakah* dengan pihak lain tanpa izin pemilik modal lainnya.
- 3) Setiap pemilik modal dapat mengalihkan penyertaanya atau digantikan oleh pihak lain.
- 4) Setiap pemilik modal dianggap mengakhiri kerjasama apabila, menarik diri dari perserikatan, meninggal dunia dan menjadi tidak cakap hukum.⁴⁰
- 5) Biaya yang timbul dalam pelaksanaan proyek dan jangka proyek harus diketahui bersama. Keuntungan dibagi sesuai porsi kesepakatan sedangkan kerugian dibagi sesuai dengan porsi kontribusi modal.

³⁹Qomarul Huda, *Fiqh Muamalah ...*, hal. 109-110

⁴⁰Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah...*, hal. 77

- 6) Proyek yang akan dijalankan harus disebutkan dalam akad. Setelah proyek selesai nasabah mengembalikan dana tersebut bersama bagi hasil yang telah disepakati oleh bank.⁴¹

7. Aplikasi Pembiayaan *Musyarakah* dalam Lembaga Keuangan Syariah

Aplikasi pembiayaan *musyarakah* dalam lembaga keuangan syariah adalah sebagai berikut:

a) Pembiayaan proyek

Al-musyarakah biasanya diaplikasikan untuk pembiayaan proyek dimana nasabah dan bank sama-sama menyediakan dana untuk membiayai proyek tersebut. Setelah proyek itu selesai nasabah mengembalikan dana tersebut bersama bagi hasil yang telah disepakati dengan bank.

b) Modal ventura

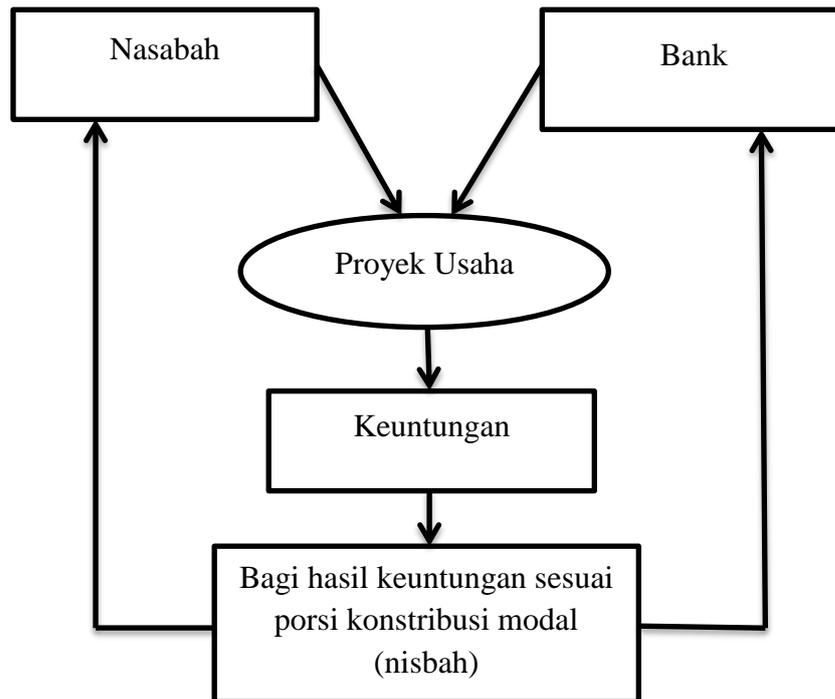
Pada lembaga keuangan khusus yang dibolehkan melakukan investasi dalam kepemilikan perusahaan, *al-musyarakah* diterapkan dalam skema modal ventura. Penanaman modal dilakukan untuk jangka waktu tertentu dan setelah itu bank melakukan divestasi atau menjual bagian sahamnya, baik secara singkat maupun bertahap.

⁴¹Adimarwan A. Karim, *Bank Islam (Analisis fiqih dan Keuangan)*..., hal. 103

8. Skema Pembiayaan *Musarakah*

Gambar 2.2

Skema Pembiayaan *Musarakah*⁴²



Sumber: Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: Ekonosia, 2007)

Keterangan:

- 1) Nasabah mengajukan pembiayaan suatu rencana proyek usaha. Kemudian diadakan negoisasi sampai bank menyetujui proyeksi yang diajukan oleh nasabah dengan syarat dan analisis yang ditetapkan pihak bank.
- 2) Perjanjian dibuat dengan perlengkapan seluruh dokumen yang dibutuhkan. Transaksi atau perjanjian dilaksanakan, masing-

⁴² Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah...*, hal. 78

masing pihak sepakat untuk menyediakan modal dan menggabungkan modal masing-masing dalam proyeksi tau bisnis yang telah disepakati. Pada tahap ini dapat diartikan sebagai asas formalisme akad *musyarakah*.

- 3) Nasabah sebagai pihak yang lebih potensial untuk menjalankan proyek tersebut.
- 4) Bank dengan segala keterbatasan waktunya hanya dapat melakukan monitoring dan evaluasi (*monev*) atas proyek bersama yang dijalankan oleh nasabah. Bank mempunyai hak kebijakan manajemen jika dibutuhkan
- 5) Keuntungan akan dibagi kepada nasabah dan bank sesuai dengan proporsi modal dan peran dalam kelangsungan proyek.
- 6) Perjanjian pembiayaan akad *musyarakah* selesai sesuai dengan modal perjanjian. Pada akhir perjanjian modal bank dan nasabah akan dikembalikan. Penyusutan atas nilai modal atau asset barang akan ditanggung bersama, kelebihan atas nilai modal atau asset barang akan dibagi bersama.⁴³

Kesimpulanya adalah Lembaga keuangan syariah dan nasabah keduanya memiliki modal. Modal lembaga dan modal nasabah digunakan oleh pengelola proyek sebagai modal untuk

⁴³Ahmad Dahlan, *Bank Syariah (Teoritik, Praktik, Kritik)*..., hal. 175-176

mengerjakan proyek. Pendapatan atau keuntungan yang diperoleh dari proyek dibagikan berdasarkan *nisbah* yang telah disepakati.⁴⁴

Contohnya pak Usman adalah seorang pengusaha yang akan melaksanakan suatu proyek. Usaha tersebut membutuhkan modal sejumlah Rp 100.000.000,00. Ternyata setelah dihitung, pak Usman hanya memiliki Rp 50.000.000,00 atau 50% dari modal yang diperlukan. Pak Usman kemudian datang ke sebuah Lembaga Keuangan Syariah untuk mengajukan pembiayaan dengan skema *musyarakah*. dalam hal ini, kebutuhan terhadap modal sejumlah Rp 100.000.000,00 dipenuhi 50% dari nasabah dan 50% dari Lembaga Keuangan Syariah. Setelah proyek selesai, nasabah mengembalikan dana tersebut bersama bagi hasil yang telah disepakati untuk Lembaga Keuangan Syariah. Seandainya keuntungan dari proyek tersebut adalah Rp 20.000.000,00 dan nisbah porsi bagi hasil yang disepakati 50:50 (50% untuk nasabah dan 50% untuk LKS), pada akhir proyek pak Usman harus mengembalikan dana sebesar Rp 50.000.000,00 (dana pinjaman dari LKS) ditambah Rp 10.000.000,00 (50% dari keuntungan untuk LKS).⁴⁵

⁴⁴Bank Syari'ah: *Konsep, Produk dan Implementasi Operasional/Tim Pengembangan Bank Syariah Institut Bankir Indonesia*, (Jakarta: Djambatan, 2001), hal. 184

⁴⁵ Muhammad Syai'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik...*, hal. 173

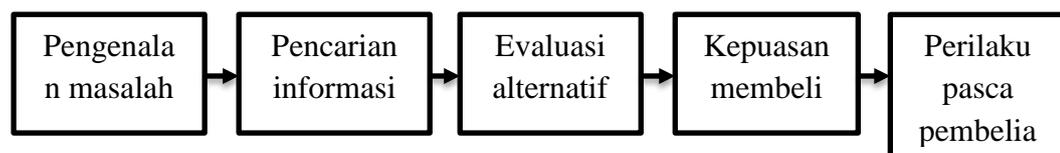
D. Keputusan Nasabah

Keputusan adalah sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternatif, membuat keputusan membeli dan perilaku setelah membeli yang dilalui konsumen. Pendapat lain mengatakan bahwa keputusan pembelian yaitu mengidentifikasi semua pilihan yang mungkin untuk memecahkan persoalan itu dan menilai pilihan-pilihan secara sistematis dan objektif serta sasaran-sasarannya menentukan keuntungan serta keinginannya masing-masing.⁴⁶

Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Tahap-tahap proses keputusan pembelian dapat melewati beberapa tahap di bawah ini:

Gambar 2.3

Tahap-tahap Proses Keputusan Pembelian



Sumber: Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta:Erlangga, 2008)

1) Pengenalan Masalah

Proses membeli dengan pengalaman masalah atau kebutuhan pembeli menyadari suatu perbedaan antara keadaan yang sebenarnya

⁴⁶Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran...*, hal. 184

dan keadaan yang diinginkannya. Kebutuhan itu dapat digerakkan oleh rangsangan dari dalam diri pembeli atau dari luar.

2) Pencari Informasi

Konsumen mungkin tidak berusaha secara aktif dalam mencari informasi sehubungan dengan kebutuhannya. Seberapa jauh orang tersebut mencari informasi tergantung pada kuat lemahnya dorongan kebutuhan, banyaknya informasi yang dimiliki, kemudahan memperoleh informasi, tambahan dan kepuasan yang diperoleh dari kegiatan mencari informasi.

3) Evakuasi Alternatif

Informasi yang didapat dari calon pembeli digunakan untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai alternatif-alternatif yang dihadapinya serta daya tarik masing-masing. Produsen harus memahami cara konsumen mengenai informasi yang diperolehnya dan sampai pada sikap tertentu mengenai produk promosi dan kepuasan untuk membeli.

4) Keputusan Membeli

Produsen harus memahami bahwa konsumen mempunyai cara sendiri dalam menangani informasi yang diperolehnya dengan membatasi alternatif-alternatif yang harus dipilih atau dievaluasi untuk menentukan produk mana yang akan dibeli.

5) Perilaku Pasca Membeli

Apabila barang yang dibeli tidak memberikan kepuasan yang diharapkan, maka pembeli akan merubah sikapnya terhadap merek barang tersebut menjadi sikap negatif, bahkan mungkin akan menolak dari daftar pilihan. Sebaliknya bila konsumen mendapat kepuasan dari barang yang dibelinya maka keinginan untuk membeli terhadap merek barang tersebut cenderung untuk menjadi lebih kuat. Produsen harus mengurangi perasaan tidak senang atau perasaan negatif terhadap suatu produk dengan cara membantu konsumen menemukan informasi yang membenarkan pilihan konsumen melalui komunikasi yang diarahkan pada orang-orang yang baru saja membeli produknya.⁴⁷

E. Perilaku Konsumen

1. Pengertian Perilaku Konsumen

Ada beberapa definisi perilaku konsumen menurut para ahli yaitu:

David L. London dan Albert J. Della Bitta mengemukakan bahwa perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai proses pengambilan keputusan dan aktivitas individu secara fisik yang dilibatkan dalam proses mengevaluasi, memproses menggunakan atau dapat mempergunakan barang-barang dan jasa.

James F. Engel et al berpendapat bahwa perilaku konsumen didefinisikan sebagai tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang

⁴⁷*Ibid*, hal. 184-191

atau jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut.⁴⁸

Sedangkan Kotler dan Amstrong mengartikan perilaku konsumen sebagai perilaku pembelian konsumen akhir, baik individu maupun rumah tangga, yang membeli produk untuk konsumsi personal.

Dari definisi-definisi diatas dapat ditarik beberapa kesimpulan, yaitu:

- 1) Perilaku konsumen menyoroti perilaku individu dan rumah tangga
- 2) Perilaku konsumen menyangkut suatu proses keputusan sebelum pembelian serta tindakan dalam memperoleh, memakai, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk.
- 3) Mengetahui perilaku konsumen meliputi perilaku yang dapat diamati seperti jumlah yang dibelanjakan, kapan, dengan siapa, oleh siapa, dan bagaimana barang yang sudah dibeli dikonsumsi. Juga variabel-variabel yang tidak dapat diamati seperti nilai-nilai yang dimiliki konsumen, kebutuhan pribadi, persepsi, bagaimana mereka mengevaluasi, dan apa yang mereka rasakan tentang kepemilikan dan penggunaan produk yang bermacam-macam.⁴⁹

⁴⁸Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000), hal. 2

⁴⁹Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, hal. 3

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen

Menurut Kotler empat faktor yang memengaruhi perilaku konsumen, yaitu:

- 1) Faktor budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar untuk mendapatkan nilai, persepsi, preferensi dan perilaku dari lembaga-lembaga penting lainnya. Faktor kebudayaan memberikan pengaruh paling luas pada tingkah laku konsumen. Faktor kebudayaan terdiri dari budaya, sub-budaya dan kelas sosial.
- 2) Faktor sosial merupakan interaksi formal maupun informal dalam masyarakat yang relatif permanen yang anggotanya menganut minat dan perilaku serupa dalam usahanya mencapai tujuan bersama. Faktor sosial terdiri dari kelompok referensi, keluarga, peran dan status.
- 3) Faktor pribadi didefinisikan sebagai karakteristik psikologis seseorang yang berbeda dengan orang lain yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan. Faktor pribadi terdiri dari Usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan dan keadaan ekonomi, kepribadian dan konsep diri, gaya hidup dan nilai.
- 4) Faktor psikologis sebagai bagian dari pengaruh lingkungan dimana ia tinggal dan hidup pada waktu sekarang tanpa mengabaikan pengaruh masa lampau atau antisipasinya terhadap waktu yang

akan datang. Faktor psikologi terdiri dari motivasi, persepsi, pembelajaran dan memori.⁵⁰

Tabel. 2.1
Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Budaya				
Budaya	Sosial			
	kelompok referensi	Pribadi		
		Usia dan tahap siklus hidup	Psikologis	
sub-budaya	keluarga	pekerjaan dan keadaan ekonomi	motivasi	pembelian
		kepribadian dan konsep diri	persepsi	
kelas sosial	peran dan status		pembelajaran	
		gaya hidup dan nilai	Memori	

Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000), hal. 9

F. Faktor Sosial

Faktor sosial menurut Seharno dan Yudi Sutarno merupakan faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yang terbentuk dan berasal dari lingkungan sekitar.⁵¹ Menurut Kotler faktor sosial merupakan interaksi formal maupun informal dalam masyarakat yang relatif permanen yang anggotanya menganut minat dan perilaku serupa dalam usahanya mencapai tujuan bersama.⁵² Nugroho mengatakan faktor sosial yang dapat

⁵⁰Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. “*Manajemen Pemasaran Jilid 1, Edisi 13*”, (Jakarta: erlangga, 2009), hal. 166-183

⁵¹Suharno dan Yudi Sutarno, *Marketing in Practice*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hal.

⁵²Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran...*, hal. 170

mempengaruhi perilaku konsumen ini meliputi, kelompok referensi, keluarga, serta peran dan status konsumen.⁵³

Jadi dapat di simpulkan bahwa faktor sosial merupakan suatu gejala yang melekat di setiap masyarakat, perubahan-perubahan yang terjadi di dalam masyarakat akan menimbulkan ketidaksesuaian antara unsur-unsur sosial yang ada di dalam masyarakat, sehingga menghasilkan suatu pola kehidupan yang tidak sesuai fungsinya bagi masyarakat yang bersangkutan. Perilaku konsumen akan dipengaruhi oleh faktor sosial seperti kelompok kecil, keluarga, peran dan status sebagai berikut:

- a) Kelompok yaitu perilaku seseorang dipengaruhi oleh banyak kelompok kecil. Kelompok yang berpengaruh langsung dan dimana seseorang menjadi anggota disebut kelompok keanggotaan. Ada yang disebut dengan kelompok primer, dimana anggotanya berinteraksi secara formal seperti keluarga, teman dan sebagainya. Ada pula yang disebut kelompok sekunder, yaitu seseorang berinteraksi secara formal tetapi tidak reguler contohnya adalah organisasi.
- b) Keluarga yaitu anggota keluarga pembeli dapat memberikan pengaruh yang kuat terhadap perilaku pembeli. Keluarga orientasi adalah keluarga yang terdiri dari orang tua yang memberikan arah dalam hal tuntunan agama, politik, ekonomi dan harga diri. Sedangkan pada keluarga prokreasi yaitu keluarga yang terdiri atas suami istri dan

⁵³Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), hal. 193

anak pengaruh pembelian itu akan sangat terasa.⁵⁴ Keluarga adalah lingkungan dimana sebagian besar konsumen tinggal dan berinteraksi dengan anggota-anggota keluarga lainnya.⁵⁵

- c) Peran dan status yaitu posisi seseorang dalam tiap kelompok dapat ditentukan dari segi peran dan status. Tiap peran membawa status yang mencerminkan penghargaan umum oleh masyarakat. Contohnya adalah direktur memakai pakaian yang mahal dan mengendarai mobil Mercedes.⁵⁶

Allah berfirman dalam (QS. Al-Hujurat {49} : 13) sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا

إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَىٰكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ﴿١٣﴾

Artinya: “*Hai manusia, sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling takwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengenal*”.⁵⁷

⁵⁴ Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, hal 8-9

⁵⁵ Sumarwan, Ujang. “*Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*”, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2004), hal. 226

⁵⁶ Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, hal 8-9

⁵⁷ Departemen Agama, *Al-Qur’an dan Terjemah*, (Surabaya: CV. Sahabat Ilmu, 2001), Hal

G. Faktor Pribadi

Menurut Lamb faktor pribadi merupakan pola kebiasaan seseorang yang dipengaruhi oleh lingkungan terdekat dalam menentukan pilihan, kemudian diekspresikan dalam suatu tindakan. Keputusan seseorang untuk membeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi yang unik dari masing-masing individu, seperti jenis kelamin, usia dan tahapan dalam siklus hidup, kepribadian, konsep diri dan gaya hidup, karakteristik individu umumnya stabil selama dalam satu siklus hidup seseorang. Misalnya, kebanyakan orang tidak suka merubah jenis kelamin dan tindakannya merubah kepribadian atau gaya hidup yang membutuhkan orientasi kembali selama satu periode kehidupan. Pada kasus usia dan tahapan siklus hidup, perubahan-perubahan ini terjadi selama berangsur-angsur sepanjang waktu.⁵⁸

Faktor pribadi merupakan suatu cara mengumpulkan dan mengelompokkan kekonsistenan reaksi seorang individu terhadap situasi yang sedang terjadi.⁵⁹ Kepribadian seseorang terbentuk disebabkan oleh bermacam-macam indikator, seperti pekerjaan orang tua, keadaan ekonomi dan gaya hidup. Semakin tinggi jabatan orang tua dalam bekerja, mapan dari segi ekonomi dan gaya hidup yang semakin meningkat, maka semakin tinggi keputusannya untuk membeli suatu produk

⁵⁸Lamb, Charles. W. Et.Al. "*Pemasaran*". Buku I Edisi Pertama., (Jakarta: Salemba Empat, 2001) hal. 221

⁵⁹*Ibid.*, hal. 221

Menurut Kotler keputusan seseorang pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti pekerjaan dan keadaan ekonomi, gaya hidup dan nilai, kepribadian dan konsep diri pembeli yang bersangkutan.

- a) Pekerjaan dan keadaan ekonomi yaitu pekerjaan seseorang mempengaruhi barang dan jasa yang dibelinya. Dengan demikian pemasar dapat mengidentifikasi kelompok yang berhubungan dengan jabatan yang mempunyai minat di atas rata-rata terhadap produk merata. keadaan ekonomi sangat mempengaruhi pilihan produk. Pemasar yang produknya peka terhadap pendapatan dapat dengan seksama memperlihatkan kecenderungan dalam pendapatan pribadi, tabungan dan tingkat bunga. Jadi jika indikator-indikator ekonomi tersebut menunjukkan adanya resesi, pemasar dapat mencari jalan untuk menetapkan posisi produknya.
- b) Gaya hidup dan nilai yaitu gaya hidup seseorang menunjukkan pola kehidupan orang yang bersangkutan yang tercermin dalam kegiatan, minat, dan pendapatannya. Konsep gaya hidup apabila digunakan oleh pemasar secara cermat, dapat membantu untuk memahami nilai-nilai konsumen yang terus berubah dan bagaimana nilai-nilai tersebut mempengaruhi perilaku konsumen.
- c) Kepribadian dan konsep diri yaitu tiap orang mempunyai kepribadian yang khas dan ini mempengaruhi perilaku pembelinya, kepribadian dapat menjadi variabel yang sangat berguna dalam menganalisis pilihan merek konsumen. Gagasanya adalah bahwa merek juga mempunyai

kepribadian, bahwa konsumen mungkin memilih merek yang kepribadiannya cocok dengan kepribadian dirinya.⁶⁰

Allah berfirman dalam QS. Ali-Imran {3} :159 sebagai berikut:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ
فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ
يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya: “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya”.⁶¹

H. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Katut Indah Partiwati dan Kastawan Mandala bertujuan untuk memaparkan suatu hubungan dan pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi, psikologis dan bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian kebaya bordir pada Jegeg Ayu Boutique di Kuta. Penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kuantitatif. Hasil penelitian tersebut menyebutkan bahwa secara serempak dan bersamaan bahwa variabel budaya, sosial, pribadi, psikologis dan bauran pemasaran

⁶⁰Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran...*, hal. 172-176

⁶¹Departemen Agama, Al-Qur'an dan Terjemah, (Surabaya: CV. Sahabat Ilmu, 2001), Hal

berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian kebaya bordir pada Jegeg Ayu *Boutique* di Kuta.⁶² Persamaan penelitian oleh Katut Indah Partawi dan Kastawan Mandala dengan penelitian ini adalah menggunakan metode kuantitatif dan meneliti tentang variabel sosial dan pribadi dalam pengambilan keputusan sedangkan perbedaannya adalah penelitian Katut Indah Partawi dan Kastawan Mandala membahas tentang keputusan pembelian kebaya bordir pada Jegeg Ayu *Boutique* di Kuta sedangkan penelitian ini membahas tentang keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan *musyarakah* yang ada di Koperasi Syariah BTM Surya Dana di Kecamatan Campudarat Tulungagung.

Penelitian yang dilakukan oleh Atin Yulailah bertujuan untuk memaparkan besarnya pengaruh budaya, sosial, pribadi dan psikologis terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah, penelitian dilakukan pada masyarakat Ciputat pengguna jasa perbankan syariah. Penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kuantitatif. Hasil penelitian tersebut menyebutkan bahwa secara serempak dan bersamaan variabel budaya, sosial, pribadi dan psikologis mempengaruhi keputusan nasabah, hasil uji juga menunjukkan secara parsial variabel pribadi dan psikologis berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah sedangkan variabel budaya dan sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank

⁶²Katut Indah Partawi dan Kastawan Mandala “Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Psikologis dan Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Kebaya Bordir pada Jegeg Ayu *Boutique* di Kuta”, *Jurnal Manajemen Unud* Vol. 4, No. 11, 2015.

Syariah, peneliti juga menyebutkan bahwa hasil uji regresi berganda menunjukkan bahwa variabel psikologis merupakan variabel yang dominan yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah.⁶³ Persamaan penelitian Atin Yulailah dengan penelitian ini adalah menggunakan metode Kuantitatif dan membahas tentang faktor sosial dan pribadi dalam pengambilan keputusan nasabah sedangkan perbedaannya adalah penelitian Atin Yualilah melakukan penelitian pada nasabah Bank Syariah sedangkan penelitian ini dilakukan pada anggota di Koperasi Syariah BTM Surya Dana di Kecamatan Campudarat Tulungagung.

Penelitian yang dilakukan oleh Daniel Teguh Tri Santoso dan Endang Purwati bertujuan untuk memaparkan pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis terhadap keputusan pembelian konsumen dalam memilih produk operator seluler, penelitian ini dilakukan pada konsumen Indosat-M3 di Kecamatan Pringapus Kabupaten Semarang. Penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kuantitatif. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa faktor psikologis adalah faktor yang paling berpengaruh signifikan dan memiliki arah hubungan positif dalam penelitian ini, faktor pribadi merupakan faktor penting yang membuat pelanggan melakukan sebuah keputusan membeli sehingga menunjukkan arah hubungan negatif dengan pengaruh yang signifikan sedangkan faktor budaya dan sosial tidak berpengaruh signifikan sehingga ada baiknya

⁶³Atin Yulaifah, "Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah (studi kasus pada masyarakat Ciputat pengguna jasa perbankan syariah)", *Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*, 2011.

memperhatikan kedua faktor ini.⁶⁴ Persamaan penelitian Daniel Teguh Tri Santoso dan Endang Purwati dengan penelitian ini adalah menggunakan metode Kuantitatif dan membahas tentang faktor sosial dan pribadi dalam pengambilan keputusan konsumen, sedangkan perbedaannya adalah penelitian Daniel Teguh Tri Santoso dan Endang Purwati melakukan penelitian pada konsumen Indosat-M3 sedangkan penelitian ini dilakukan pada anggota di Koperasi Syariah BTM Surya Dana di Kecamatan Campudarat Tulungagung.

Penelitian yang dilakukan oleh Agung Suprayitno, Siti Rochaeni dan Rahmi Purnomowati bertujuan untuk memaparkan pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologi konsumen terhadap keputusan pembelian pada restoran gado-gado boplo (Studi Kasus Restoran Gado-Gado Boplo Panglima Polim Jakarta Selatan). Penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kuantitatif. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa secara serempak dan bersamaan faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologi konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Restoran Gado-Gado Boplo.⁶⁵ Persamaan penelitian Agung Suprayitno, Siti Rochaeni dan Rahmi Purnomowati dengan penelitian ini adalah menggunakan metode Kuantitatif dan

⁶⁴Daniel Teguh Tri Santoso dan Endang Purwati, “Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dalam Memilih Produk Operator Seluler Indosat-M3 di Kecamatan Pringapus Kabupaten Semarang”, *Jurnal Among Makarti Vol. 6, No. 12*, 2013.

⁶⁵Agung Suprayitno, Siti Rochaeni dan Rahmi Purnomowati, “Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada Restoran Gado-Gado Boplo (Studi Kasus Restoran Gado-Gado Boplo Panglima Polim Jakarta Selatan)”, *Jurnal Agribisnis Vol. 9, No. 2*, 2015.

membahas tentang faktor sosial dan pribadi dalam pengambilan keputusan konsumen, sedangkan perbedaannya adalah penelitian Agung Suprayitno, Siti Rochaeni dan Rahmi Purnomowati melakukan penelitian konsumen pada restoran gado-gado boplo (Studi Kasus Restoran Gado-Gado Boplo Panglima Polim Jakarta Selatan) sedangkan penelitian ini dilakukan pada anggota di Koperasi Syariah BTM Surya Dana di Kecamatan Campudarat Tulungagung.

Penelitian yang dilakukan oleh Prasetya Arif Fauzi, Nurul Qomari dan Bramastyo Kusumo Negoro bertujuan untuk memaparkan pengaruh faktor sosial, pribadi dan psikologis terhadap keputusan pembelian produk minuman Kukubima Ener-G di UD. Bangun Jaya Food Sidoarjo. Penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kuantitatif. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa secara serempak dan bersamaan faktor sosial, pribadi dan psikologis berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk minuman Kuku Bima Ener-G di UD. Bangun Jaya Food Sidoarjo.⁶⁶ Persamaan penelitian oleh Prasetya Arif Fauzi, Nurul Qomari dan Bramastyo Kusumo Negoro dengan penelitian ini adalah menggunakan metode Kuantitatif dan membahas tentang faktor sosial dan pribadi dalam pengambilan keputusan konsumen, sedangkan perbedaannya adalah penelitian Agung Suprayitno, Siti Rochaeni dan Rahmi Purnomowati melakukan penelitian pada konsumen produk

⁶⁶Prasetya Arif Fauzi, Nurul Qomari dan Bramastyo Kusumo Negoro, “Pengaruh Faktor Sosial, Pribadi dan Psikologis terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Kukubima Ener-G di UD. Bangun Jaya Food Sidoarjo”, *Jurnal manajemen Branchmark Vol. 3, No. 3, 2017*

minuman Kukubima Ener-G di UD Bangun Jaya Food Sidoarjo. sedangkan penelitian ini dilakukan pada anggota di Koperasi Syariah BTM Surya Dana di Kecamatan Campudarat Tulungagung.

Penelitian yang dilakukan oleh Heri Prasetyo bertujuan untuk memaparkan pengaruh faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis terhadap keputusan pembelian sepeda motor Matic Honda Vario 125 di Desa Kras.⁶⁷ Penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kuantitatif. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa secara serempak dan bersamaan faktor sosial, pribadi dan psikologis berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Matic Honda Vario 125 di Desa Kras. Persamaan penelitian oleh Heri Prasetyo dengan penelitian ini adalah menggunakan metode Kuantitatif dan membahas tentang faktor sosial dan pribadi dalam pengambilan keputusan konsumen, sedangkan perbedaannya adalah penelitian Heri Prasetyo melakukan penelitian pada konsumen sepeda motor Matic Honda Vario 125 di Desa Kras sedangkan penelitian ini dilakukan pada anggota di Koperasi Syariah BTM Surya Dana di Kecamatan Campudarat Tulungagung.

Penelitian yang dilakukan oleh Dian Puspitarini bertujuan untuk memaparkan pengaruh faktor kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologi terhadap proses keputusan pembelian produk pizza (Studi pada Pizza Hut

⁶⁷Heri Prasetyo, "Pengaruh Faktor Sosial, Faktor Pribadi dan Faktor Psikologis terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Honda Vario 125 di Desa Kras", *Jurnal Simki-Economic Vol. 1, No. 2*, 2017.

Cabang Jalan Jenderal Sudirman No. 53 Yogyakarta).⁶⁸ Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa secara serempak dan bersamaan faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologis berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Produk Pizza. Persamaan penelitian oleh Dian Puspitarini dengan penelitian ini adalah menggunakan metode Kuantitatif dan membahas tentang faktor sosial dan pribadi dalam pengambilan keputusan konsumen, sedangkan perbedaannya adalah penelitian Dian Puspitarini melakukan penelitian pada konsumen Produk Pizza (Studi pada Pizza Hut Cabang Jalan Jenderal Sudirman No. 53 Yogyakarta) sedangkan penelitian ini dilakukan pada anggota di Koperasi Syariah BTM Surya Dana di Kecamatan Campudarat Tulungagung.

Penelitian yang dilakukan oleh Supriyono bertujuan untuk memaparkan pengaruh faktor budaya, sosial, individu dan psikologis terhadap keputusan konsumen membeli di Indomaret.⁶⁹ Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa secara serempak dan bersamaan faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen membeli di Indomaret. Persamaan penelitian oleh Supriyono dengan penelitian ini adalah menggunakan metode Kuantitatif dan membahas tentang faktor sosial dan pribadi dalam pengambilan keputusan konsumen, sedangkan perbedaannya adalah penelitian Supriyono melakukan penelitian pada konsumen di Indomaret sedangkan

⁶⁸Dian Puspitarini, "Pengaruh Faktor Kebudayaan, Sosial, Pribadi, dan Psikologi terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Pizza (Studi pada Pizza Hut Cabang Jalan Jenderal Sudirman No. 53 Yogyakarta)" *Skripsi: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*, 2013.

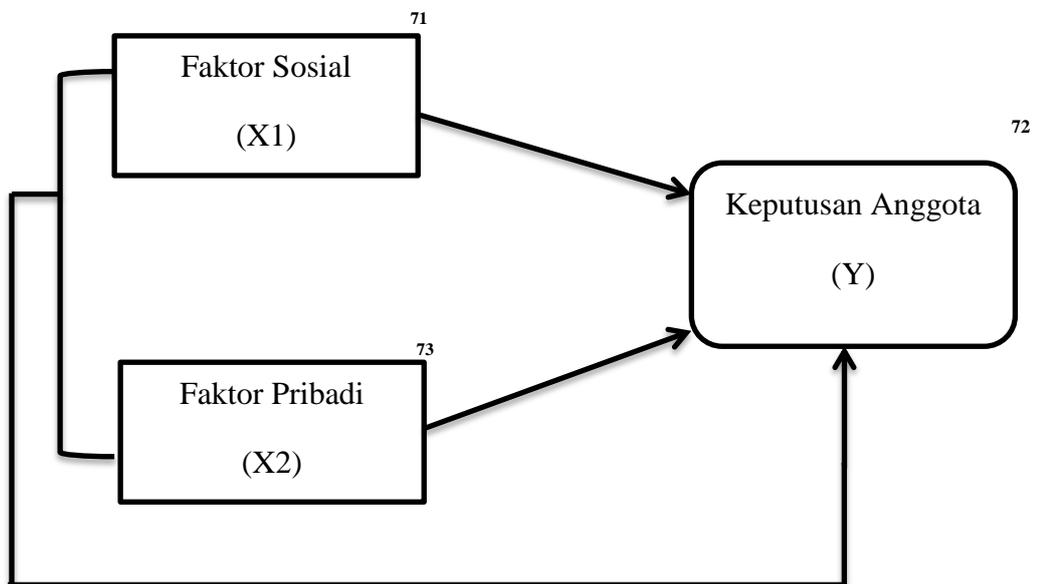
⁶⁹Supriyono, "Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Individu dan Psikologis terhadap Keputusan Konsumen Membeli di Indomaret", *Jurnal Kelola, Vol.2, No. 3*, 2015.

penelitian ini dilakukan pada anggota di Koperasi Syariah BTM Surya Dana di Kecamatan Campudarat Tulungagung.

I. Kerangka Konseptual

Kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah didefinisikan sebagai masalah yang penting.⁷⁰ Maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda, dapat digambarkan sebagai berikut

Gambar 2.4
Kerangka Pemikiran



⁷⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hal. 60

⁷¹Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, hal 8-9

⁷²Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran...*, hal. 184-191

⁷³Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran...*, hal. 172-176

Keterangan:

X1 : Faktor Sosial

X2 : Faktor Pribadi

Y : Keputusan Anggota

Dari gambar diatas dapat dijelaskan antara pengaruh Faktor Sosial (X1) terhadap Keputusan Anggota (Y), Faktor Pribadi (X2) terhadap Keputusan Anggota (Y) dan pengaruh secara serempak atau bersama-sama antara faktor sosial dan pribadi terhadap keputusan anggota dalam memilih produk pembiayaan *musyarakah* pada Koperasi Syariah Baitul Tamwil Muhammadiyah Surya Dana di Kecamatan Campurdarat, Tulungagung.

J. Hipotesis Penelitian

H1: Ada pengaruh yang signifikan antara faktor sosial (X1) terhadap keputusan anggota dalam memilih produk pembiayaan *musyarakah* pada Koperasi Syariah BTM Surya Dana (Y).

H2: Ada pengaruh yang signifikan antara faktor pribadi (X2) terhadap keputusan anggota dalam memilih produk pembiayaan *musyarakah* pada Koperasi Syariah BTM Surya Dana (Y).

H3: Ada pengaruh yang signifikan antara faktor sosial (X1) dan faktor pribadi (X2) terhadap keputusan anggota dalam memilih produk pembiayaan *musyarakah* pada Koperasi Syariah BTM Surya Dana (Y).