

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Pelayanan

Pelayanan yang baik memungkinkan sebuah perusahaan memperkuat kesetiaan pelanggan dan meningkatkan pangsa pasar (*market share*). Oleh karena itu pelayanan yang baik menjadi penting dalam operasi perusahaan. Dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik, maka anggota akan merasa puas. Menurut Wyckof dalam Fandy Ciptono bahwa kualitas jasa merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.¹⁷

Sedangkan menurut Stanton, *service* adalah kegiatan yang dapat diidentifikasi, tidak berwujud dan merupakan tujuan penting dari suatu rencana transaksi, guna memberikan kepuasan kepada konsumen. Kotler mengemukakan pelayanan atau *service* adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain dan pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat kepemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik.¹⁸

Sedangkan menurut Hasibuan dalam bukunya mengatakan bahwa pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari satu pihak

¹⁷ Fandy Ciptono. *Pemasaran Jasa*. (Yogyakarta: Bayumedia Publishing, 2011) hlm. 331

¹⁸ Fandy Tjiptono dan Greorious Chandra. *Service Quality dan Satisfaction*. (Yogyakarta: Andi, 2005) hlm. 11

kepada pihak lainnya. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, tepat, dan etika yang baik, sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.¹⁹ Pelayanan hakikatnya *service* adalah serangkaian kegiatan, karena ia merupakan proses. Sebagai proses, pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan meliputi seluruh kehidupan organisasi dalam masyarakat.

Berdasarkan beberapa definisi diatas pelayanan atau *service* adalah serangkaian kegiatan yang diberikan oleh satu pihak kepada pihak lain yang tidak berwujud dan bertujuan memberikan kepuasan kepada pihak yang dilayani. Agar pelayanan memuaskan kepada orang atau sekelompok orang yang dilayani, maka si pelaku dalam hal ini *account officer* harus dapat memenuhi 7 persyaratan pokok yaitu :

- 1) Sudah biasa dengan formulir analisis pembiayaan
- 2) Mengetahui *spreed sheet* program untuk analisis pembiayaan
- 3) Mengetahui pengetahuan tentang pengertian yang tepat mengenai prinsip-prinsip pembiayaan
- 4) Mengetahui praktik atau kebiasaan dalam perdagangan atau perusahaan
- 5) Mempunyai wawasan luas dalam bidang keuangan atau permodalan, manajemen, akuntansi, dan ekonomi
- 6) Memiliki mental yang kuat sehingga tidak mudah terpengaruh
- 7) *Account officer* harus mengetahui :

¹⁹ Hasibuan. *Dasar-dasar Perbankan*. (Jakarta : Bumi Aksara, 2005) hlm.152

- a. Ketentuan dan larangan yang berlaku atas pembiayaan yang dimohon.
- b. Besar pembiayaan yang diminta dan untuk apa pembiayaan tersebut digunakan.
- c. Bagaimana rencana pembiayaan yang diminta dan pelunasan oleh nasabah, serta darimana sumber dana pelunasan pembiayaan atau *cash flow* usaha nasabah.
- d. Informasi dan data utama yang diperlukan sehubungan dengan pembiayaan yang diminta.
- e. Informasi dan data tambahan apa yang perlu dilengkapi.²⁰

2. Karakteristik Pelayanan

Pelayanan mempunyai empat karakteristik utama, yaitu :²¹

- 1) Tidak dapat berwujud (*intangibility*), pelayanan tidak dapat dilihat, diraba, dirasa, didengar atau dicium sebelum ada transaksi pembelian. Misalnya, seseorang yang akan potong rambut tidak dapat melihat hasilnya sebelum potong rambut dilaksanakan.
- 2) Tidak dapat dipisahkan (*inseparability*), pelayanan biasanya diproduksi dan dikonsumsi pada waktu yang bersamaan, sehingga hubungan antara pemberi dan penerima pelayanan menjadi penting dalam pemasarannya. Misalnya konser Chrisye tidak akan sama

²⁰ Binti Nur Asiyah. *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. (Yogyakarta : Teras, 2014) hlm 36-37

²¹ E. Catur Rismiati dan Bondan Suratno. *Pemasaran Barang dan Jasa*. (Yogyakarta: Kanisius, 2001) hlm. 272

dengan konser Ruth Sahanaya dan tidak dapat digantikan seandainya Chrisye tidak datang.

- 3) Berubah-ubah (*variability*), pelayanan mudah sekali berubah-ubah atau tidak konsisten tergantung siapa pemberi jasa, kapan dan dimana diberikan. Misalnya, peserta senam aerobik akan memilih instruktur tertentu yang sesuai. Jadi sebelumnya konsumen akan menanyakan siapa yang akan menjadi instruktur.
- 4) Daya tahan (*perishability*), pelayanan tidak dapat disimpan sebagai persediaan yang siap dijual atau dikonsumsi pada saat diperlukan, karena hal tersebut maka pelayanan tidak tahan lama. Dengan demikian bila suatu pelayanan tidak digunakan, maka pelayanan tersebut akan berlalu begitu saja.

3. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Philip Khotler kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat.²² Dari pengertian tersebut dapat diketahui bahwa suatu barang dan jasa akan dinilai bermutu apabila dapat memenuhi *ekspektasi* konsumen akan menilai produk tersebut. Artinya mutu merupakan salah satu faktor yang menentukan penilaian kepuasan konsumen.

Sedangkan menurut Wyckof kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat

²² Arief. *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan*. (Malang: Bayumedia Publishing, 2007) hlm.117

keunggulan tersebut untuk memenuhi pelanggan. Dalam hal ini ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu *expected service* dan *perceived service*.²³ Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka termasuk dalam pelayanan yang ideal. Sedangkan pelayanannya lebih rendah termasuk dalam pelayanan yang buruk.

4. Dimensi Kualitas Pelayanan

Pelanggan memilih penyedia jasa berdasarkan hal tersebut dan setelah menerima jasa itu. Mereka membandingkan jasa yang dialami dengan jasa yang diharapkan. Menurut Parasuraman terdapat lima dimensi pelayanan, antara lain:²⁴

- 1) Keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya. Dimensi ini menunjukkan kemampuan lembaga untuk memberikan pelayanan secara akurat, handal, dan bertanggung jawab sesuai yang dijanjikan dan terpercaya. Kualitas pelayanan ini umumnya terlihat dalam kerja sehari-hari, misalnya jika pada waktu tertentu terdapat kesalahan, hal ini akan memberikan indikasi kualitas pelayanan yang menurun, seperti ketepatan waktu dan kecepatan dalam melayani nasabah.

²³ *ibid.*, hlm. 118

²⁴ Rambat Lupiyadi dan A. Hamdani. *Manajemen Pemasaran Jasa*. (Jakarta: Salemba Empat, 2009) hlm. 182

- 2) Ketanggapan (*responsiveness*), dimensi ini mencakup keinginan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang tepat dan cepat. Tingkat kepekaan yang tinggi terhadap anggota perlu diikuti dengan tindakan yang tepat sesuai dengan kebutuhan tersebut.
- 3) Berwujud (*tangible*) yaitu kemampuan suatu lembaga dalam mewujudkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik lembaga yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik, (contohnya adalah gedung, gudang, dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi) serta penampilan para pegawainya.²⁵
- 4) Jaminan (*assurance*) yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan atau jaminan ini dapat ditunjukkan melalui pengetahuan, kesopanan santunan, rasa aman, rasa percaya, bebas dari bahaya dan resiko yang dapat diberikan karyawan kepada pelanggannya.
- 5) Empati (*empathy*) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para anggota dengan berupaya memahami keinginan anggota, dimana suatu lembaga memiliki pengertian dan pengetahuan tentang anggota, memahami kebutuhan anggota secara spesifik, serta memiliki

²⁵ Ratmino dan Atij Septi Winarsih. *Manajemen Pelayanan*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005) hlm.5

waktu pengoperasian bagi anggota. Bentuk perhatian terhadap anggota bermacam-macam sesuai dengan kondisi anggota dan situasi keadaan yang ada. Ada kalanya seorang anggota yang datang dengan perasaan yang kalut, marah-marah, atau stres. Seorang pegawai atau karyawan perlu memahami perasaan yang seperti itu agar dapat melakukan tindakan yang sesuai dengan kondisi psikologis anggota.

5. Ciri-ciri Pelayanan yang Baik

Dalam melayani anggota (nasabah) hal-hal yang perlu diperhatikan adalah kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan supaya loyal. Puas artinya nasabah akan merasa semua keinginan dan kebutuhannya dapat dilakukan secara tepat waktu. Berikut ini adalah ciri-ciri pelayanan yang baik, antara lain :²⁶

1) Tersedianya sarana dan prasarana yang baik

Nasabah ingin dilayani secara prima. Untuk melayani nasabah salah satu hal yang paling penting diperhatikan adalah sarana dan prasarana yang dimiliki bank atau lembaga keuangan. Meja dan kursi harus nyaman untuk diduduki. Udara dalam ruangan juga harus tenang tidak berisik dan sejuk. Kelengkapan dan kenyamanan sarana dan prasarana ini akan mengakibatkan nasabah betah untuk berurusan dengan pihak bank.

²⁶ Kasmir. *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005) hlm.210

2) Tersedianya karyawan yang baik

Kenyamanan nasabah juga sangat tergantung dari petugas *customer service* yang melayaninya. Petugas CS harus ramah, sopan dan menarik. Disamping itu petugas CS harus cepat tanggap, pandai berbicara, menyenangkan dan pintar. Petugas CS harus mampu memikat dan mengambil nasabah, sehingga nasabah semakin tertarik. Demikian juga cara kerja harus cepat dan cekatan. Untuk itu sebelum semua menjadi CS, harus melalui pendidikan dan pelatihan khusus.

3) Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai

Dalam menjalankan kegiatan pelayanan, petugas CS harus mampu melayani dari awal sampai tuntas atau selesai. Nasabah akan merasa puas jika nasabah bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diinginkannya. Jika terjadi sesuatu maka, segera petugas CS yang dari semula mengerjakannya mengambil alih tanggung jawabnya.

4) Mampu melayani secara tepat dan cepat

Harus melakukan pelayanan sesuai prosedur. Layanan yang diberikan sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan nasabah.

5) Mampu berkomunikasi

Petugas CS harus mampu berbicara kepada setiap nasabah. Harus mampu dengan cepat memahani keinginan nasabah. Artinya

dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti. Jangan menggunakan istilah yang sulit dimengerti.

6) Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi

Menjaga rahasia bank sama artinya dengan menjaga rahasia nasabah. Karena rahasia bank merupakan taruhan kepercayaan nasabah kepada bank.

7) Memilih pengetahuan dan kemampuan yang baik

Petugas CS selalu berhubungan dengan manusia, maka harus memiliki kemampuan dan pengetahuan tertentu untuk menghadapi nasabah atau kemampuan dalam bekerja.

8) Berusaha memahami kebutuhan nasabah

Harus tanggap dengan apa yang diinginkan nasabah. Usahakan mengerti dan memahami keinginan dan kebutuhan nasabah.

9) Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah

Kepercayaan calon nasabah mutlak diperlukan, sehingga calon nasabah mau menjadi nasabah bank yang bersangkutan. Demikian pula untuk menjaga nasabah yang lama agar tidak lari maka perlu dijaga kepercayaannya.

B. Keputusan Pemberian Pembiayaan

1. Pengambilan Keputusan

Suatu keputusan (*decision*) mencakup suatu pilihan di antara dua atau lebih tindakan (atau perilaku) alternatif.²⁷ Seorang konsumen yang melakukan pilihan, maka ia harus memiliki pilihan alternatif. Contohnya seperti seseorang yang ingin membeli sepeda motor, ia dihadapkan pada beberapa merk kendaraan antara lain Suzuki, Yamaha, Honda, dan sebagainya. Dengan demikian, ia harus mengambil keputusan merk apa yang akan dibelinya atau ia harus memilih satu dari beberapa pilihan merk. Jika konsumen tidak memiliki pilihan alternatif, seperti pada pembelian obat menurut resep dokter. Ini bukanlah suatu situasi konsumen melakukan keputusan.²⁸

Pengambilan keputusan juga digunakan sebagai penyelesaian masalah. Pengambilan keputusan sebagai penyelesaian berfokus pada tujuan konsumen (konsekuensi atau nilai yang diharapkan dalam rantai alat tujuan) yang ingin diraih atau dipenuhi oleh mereka. Seorang konsumen memersepsikan suatu masalah karena konsekuensi yang diharapkan belum tercapai. Konsumen mengambil keputusan mengenai perilaku yang akan ditunjukkan demi meraih berbagai tujuan mereka, dengan demikian mereka menyelesaikan masalah. Dalam

²⁷ J.Paul Peter, Jerry C. Olson. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. (Jakarta: Binarupa Aksara, 1994) hlm.162

²⁸ Ujang Sumarwan. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. (Bogor: Ghalia Indonesia, 2002) hlm. 165-166

pengertian tersebut, pengambilan keputusan konsumen merupakan proses penyelesaian masalah terarah pada tujuan.²⁹

2. Tahap-tahap dalam Proses Pengambilan Keputusan

Ada lima tahap dalam proses pengambilan keputusan untuk membeli yang umum dilakukan oleh seseorang. Tahap-tahap ini telah menekankan bahwa proses pembelian memang berawal jauh sebelum pembelian sesungguhnya dan memberi dampak yang tidak sedikit sesudah pembelian. Memperhatikan proses kegiatan pembelian tersebut, mendorong perusahaan untuk lebih memperhatikan pada keseluruhan tahap proses pembelian dan bukan hanya mencurahkan perhatian pada keputusan pembelian.³⁰ Tahap-tahap tersebut meliputi:

1) Tahap pengenalan masalah

Pada tahap ini konsumen mengenali sebuah kebutuhan, keinginan atau masalah. Kebutuhan pada dasarnya dapat dirangsang oleh rangsangan dari dalam maupun dari luar. Perusahaan harus menentukan kebutuhan, keinginan atau masalah mana yang mendorong konsumen untuk memulai proses membeli.³¹

2) Tahap pencarian informasi

Calon konsumen yang telah dirangsang untuk mengenali kebutuhan dan keinginan tersebut, dapat atau tidak dapat mencari

166 ²⁹ J.Paul Peter, Jerry C. Olson. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran...*, hlm.165-

119 ³⁰ Angipora. *Dasar-dasar Pemasaran*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1999) hlm.

³¹ *Ibid...*, hlm. 120

informasi lebih lanjut.³² Pencarian informasi mulai dilakukan ketika konsumen memandang bahwa kebutuhan tersebut bisa dipenuhi dengan membeli dan mengonsumsi suatu produk. Konsumen akan mencari informasi yang tersimpan di dalam ingatannya (pencarian internal) dan mencari informasi dari luar (pencarian eksternal).³³

Sumber-sumber informasi konsumen terbagi dalam 4 kelompok, seperti:

- a) Sumber pribadi. Sumber ini didapat oleh konsumen melalui teman, keluarga, tetangga atau kenalan.
- b) Sumber komersial. Sumber ini didapat oleh konsumen melalui *advertising*, tenaga penjual perusahaan, para pedagang atau melihat pameran.
- c) Sumber publik. Didapat oleh konsumen melalui publikasi di media masa atau lembaga konsumen.
- d) Sumber ekperimental. Didapat oleh konsumen melalui penanganan langsung, pengujian atau penggunaan produk tersebut.³⁴

3) Tahap evaluasi alternatif atau pilihan

Setelah mendapat informasi dari sumber-sumber di atas, tahap selanjutnya adalah bagaimana konsumen menggunakan informasi tersebut untuk tiba pada suatu pilihan merk dan

³² *Ibid...*, hlm. 120

³³ Ujang Sumarwan. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran...*, hlm. 296

³⁴ Angipora. *Dasar-dasar Pemasaran...*, hlm. 121

bagaimana konsumen memilih diantara merk-merk alternatif.³⁵

Pada proses evaluasi alternatif, konsumen membandingkan berbagai pilihan yang dapat memecahkan masalah yang dihadapi.³⁶

4) Tahap keputusan pembelian (pilihan)

Dalam melakukan evaluasi alternatif, konsumen akan mengembangkan sebuah keyakinan atas merk dan posisi tiap merk berdasarkan masing-masing atribut yang berujung pada pembentukan citramerk. Selain itu, pada tahap evaluasi alternatif konsumen juga membentuk sebuah preferensi atas merk-merk yang ada dalam kumpulan pribadi dan konsumen juga akan membentuk niat untuk membeli merk yang paling disukai dan berujung pada keputusan pembelian.

Keputusan konsumen untuk memodifikasi, menunda atau menghindari keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh risiko yang dipikirkan. Seperti jumlah uang yang akan dikeluarkan, ketidakpastian atribut dan besarnya kepercayaan diri konsumen. Dalam hal ini, pemasar harus memahami faktor-faktor yang menimbulkan perasaan dalam diri konsumen akan adanya risiko dan memberi informasi serta dukungan untuk mengurangi risiko yang dipikirkan konsumen.

5) Perilaku pasca pembelian

Setelah membeli produk, konsumen akan mengalami level kepuasan atau ketidakpuasan tertentu. Tugas pemasar tidak

³⁵ *Ibid...*, hlm. 121

³⁶ Ujang Sumarwan. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran...*, hlm. 301

berakhir begitu saja ketika produk dibeli. Para pemasar harus memantau kepuasan pasca pembelian, tindakan pasca pembelian dan pemakaian produk pasca pembelian.

a) Kepuasan pasca pembelian

Kepuasan pembeli merupakan fungsi dari seberapa dekat harapan pembeli atas produk dengan kinerja yang dipikirkan pembeli atas produk tersebut. Jika kinerja produk lebih rendah daripada harapan, pembeli akan kecewa. Sebaliknya jika kinerja produk lebih tinggi dibandingkan harapan konsumen, maka pembeli akan merasa puas. Perasaan-perasaan itulah yang akan memutuskan apakah konsumen akan membeli kembali merk yang telah dibelinya dan memutuskan untuk menjadi merk tersebut atau memferensikan merk tersebut kepada orang lain.

Pentingnya kepuasan pasca pembelian menunjukkan bahwa para penjual harus menyebutkan akan seperti apa kinerja produk yang sebenarnya. Beberapa penjual bahkan menyatakan kinerja yang lebih rendah, sehingga konsumen akan mendapatkan kepuasan yang lebih tinggi daripada yang diharapkannya atas produk tersebut.

b) Tindakan pasca pembelian

Kepuasan dan ketidakpuasan terhadap produk akan mempengaruhi perilaku konsumen selanjutnya. Jika konsumen merasa puas, ia akan menunjukkan kemungkinan yang lebih tinggi untuk membeli kembali produk tersebut. Sebaliknya jika

konsumen merasa tidak puas, maka mungkin ia tidak akan membeli kembali merk tersebut.

c) Pemakaian dan pembuangan pasca pembelian

Selain perilaku pasca pembelian dan tindakan pasca pembelian, pemasar juga harus memantau cara konsumen dalam memakai dan membuang produk tersebut. Hal ini dilakukan agar tidak terjadi hal-hal yang dapat merugikan diri konsumen, lingkungan atas pemakaian yang salah serta berlebihan atau kurang bertanggung jawab.³⁷

C. Pemberian Pembiayaan

1. Pengertian Pembiayaan

Pembiayaan merupakan salah satu tugas pokok bank, yang fungsi utamanya memberikan fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang membutuhkan dan, dimana pihak tersebut merupakan *deficit unit*. Kedudukan bank syariah atau BMT dengan para nasabah adalah sebagai mitra *investor* dan pedagang. Dalam aktifitas pembiayaan, bank syariah atau BMT akan menjalankan fungsinya dengan berbagai teknik dan metode yang penerapannya tergantung pada tujuannya.³⁸

Menurut Muhammad, pembiayaan atau *financing* adalah pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak lain untuk mendukung

³⁷ Ujang Sumarwan. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran...*, hlm 302-304

³⁸ Rachmat Firdaus. *Manajemen Dana Bank* Edisi Pertama. (Bandung: STIE INABA, 2005) hlm. 16

investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan oleh sendiri maupun oleh lembaga.³⁹ Definisi pembiayaan yang menjadi dasar pembiayaan di Indonesia tercantum dalam UU Pokok Perbankan No.10 Tahun 1998 Pasal 1 ayat 12 sebagai berikut:

“Pembiayaan adalah penyediaan dana atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi utangnya setelah jangka waktu dengan imbalan atau bagi hasil”. Dan nomor 13 prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah, antara lain pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (*mudharabah*), pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (*musyarakah*), prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (*murabahah*) atau pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni tanpa pilihan (*ijarah*) atau dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank lain (*ijarah wa iqtina*)“.⁴⁰

Sementara itu, menurut Keputusan Menteri Negara Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah No: 91/Kep/M.KUKMI/IX/2004 tentang Petunjuk Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah:

“Pembiayaan adalah kegiatan penyediaan dana untuk investasi atau kerjasama permodalan antar koperasi dengan anggota, calon anggotanya, yang mewajibkan penerima pembiayaan itu untuk melunasi pokok pembiayaan yang diterima kepada pihak koperasi sesuai akad disertai pembayaran sejumlah bagi hasil dari pendapatan

³⁹ Muhammad. *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2005) hlm. 17

⁴⁰ Undang-Undang Perbankan No.10 Tahun 1998.

atau laba dari kegiatan yang dibiayai atau penggunaan dana pembiayaan tersebut”.⁴¹

Jika dilihat pada bank umum, pembiayaan disebut *loan*, sementara di bank syariah disebut dengan *financing*. Sedangkan balas jasa yang diberikan atau diterima pada bank umum berupa bunga (*interest loan* atau *deposit*) dalam presentasi pasti. Sementara pada perbankan syariah dalam memberi dan menerima balas jasa berdasarkan perjanjian (akad) bagi hasil, *margin* dan jasa.⁴²

2. Tujuan Pembiayaan

Secara umum tujuan pembiayaan dibedakan menjadi dua, yaitu tujuan pembiayaan untuk tingkat mikro dan tujuan pembiayaan untuk tingkat makro.⁴³ Secara makro dijelaskan bahwa pembiayaan bertujuan:

- a. Peningkatan ekonomi umat, artinya masyarakat yang tidak dapat akses secara ekonomi, dengan adanya pembiayaan mereka dapat melakukan akses ekonomi.
- b. Tersedianya dana bagi peningkatan usaha, artinya untuk pengembangan usaha membutuhkan dana tambahan. Dana tambahan ini dapat diperoleh melalui aktivitas pembiayaan. Pihak yang surplus dana menyalurkan kepada pihak yang minus dana, sehingga dapat digulirkan.

⁴¹ Veithzal Rivai dan Arviyan Arifin. *Islamic Banking Sistem Bank Islam Bukan Hanya Solusi Menghadapi Krisis Namun Solusi Menghadapi Berbagai Persoalan Perbankan Dan Ekonomi Global*. (Jakarta: Bumi Aksara, 2010) hlm. 681

⁴² Binti Nur Asiyah. *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah...*, hlm.157-159

⁴³ *Ibid...* hlm. 4-6

- c. Meningkatkan 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 masyarakat usaha produktif mampu melakukan aktivitas kerja, berarti mereka akan memperoleh pendapatan dari hasil usahanya.

Adapun secara mikro, pembiayaan bertujuan untuk:

- a. Upaya memaksimalkan laba, artinya setiap usaha yang dibuka memiliki tujuan tertinggi yaitu menghasilkan laba usaha. Setiap pengusaha menginginkan mampu mencapai laba maksimal. Untuk dapat menghasilkan laba maksimal, maka mereka perlu dukungan dana yang cukup.
- b. Upaya meminimalkan risiko, artinya usaha yang dilakukan agar mampu menghasilkan laba maksimal, maka pengusaha harus mampu meminimalkan risiko yang mungkin timbul. Risiko kekurangan modal usaha dapat diperoleh melalui tindakan pembiayaan.
- c. Pendayagunaan sumber ekonomi, artinya sumber daya ekonomi dapat dikembangkan dengan melakukan *mixing* antara sumber daya alam dengan sumber daya manusia serta sumber daya modal. Jika sumber daya alam dan sumber daya manusianya ada, dan sumber

daya modal tidak ada, maka dipastikan diperlukan pembiayaan. Dengan demikian, pembiayaan pada dasarnya dapat meningkatkan daya guna sumber-sumber daya ekonomi.

- d. Penyaluran kelebihan dana, artinya dalam kehidupan masyarakat ada pihak yang kelebihan dana, sementara ada pihak yang kekurangan dana. Dalam kaitan dengan masalah dana, maka mekanisme pembiayaan dapat menjadi jembatan dalam penyeimbangan dan penyaluran kelebihan dana dari pihak yang kelebihan (surplus) kepada pihak yang kekurangan (minus) dana.⁴⁴

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

- a) *Profitability* yaitu tujuan untuk memperoleh hasil dari pembiayaan berupa keuntungan yang diraih dari bagi hasil yang diperoleh dari usaha yang dikelola bersama anggota.
- b) *Safety* yakni keamanan dari prestasi atau fasilitas yang diberikan harus benar-benar terjamin, sehingga tujuan *profitability* dapat benar-benar tercapai tanpa hambatan yang berarti.

3. Fungsi Pembiayaan

- a. Meningkatkan daya guna uang

Para penabung menyimpan uangnya di bank dalam bentuk giro, tabungan, dan deposito. Uang tersebut dalam presentase tertentu

⁴⁴ *Ibid.*, hlm. 5-6

ditingkatkan kegunaannya oleh bank guna suatu usaha peningkatan produktivitas.

b. Meningkatkan daya guna barang

- 1) Produsen dengan bantuan pembiayaan bank dapat mengubah bahan mentah menjadi bahan jadi, sehingga *utility* bahan tersebut meningkat. Contoh peningkatan *utility* kelapa menjadi kopra dan selanjutnya menjadi minyak kelapa.
- 2) Produsen dengan bantuan pembiayaan dapat memindahkan barang dari suatu tempat yang kegunaannya kurang ke tempat yang lebih bermanfaat.

c. Meningkatkan peredaran uang

Pembiayaan yang disalurkan melalui rekening-rekening Koran pengusaha menciptakan pertambahan 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 maupun kuantitatif.

d. Menimbulkan kegairahan berusaha

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

e. Stabilitas ekonomi

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

- 1) Pengendalian inflasi
- 2) Peningkatan ekspor
- 3) Rehabilitasi prasarana
- 4) Pemenuhan kebutuhan pokok rakyat untuk menekan arusinflasi dan untuk usaha pembangunan ekonomi, maka pembiayaan memegang peranan penting

D. Ijarah

1. Pengertian *Ijarah*

Secara bahasa berasal dari kata *Al ajru* yang berarti *Al 'iwadhu* yang dalam bahasa Indonesianya adalah ganti atau upah. *Al ijarah* adalah akad pemindahan hak guna atas barang dan jasa, melalui pembayaran upah dan sewa tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan (*ownership / milkiyah*) atas barang itu sendiri.⁴⁵ Sedangkan menurut pengertian syara', *al ijarah* adalah suatu jenis akad untuk mengambil manfaat dengan jalan penggantian.⁴⁶

Ijarah merupakan kontrak antara bank syariah sebagai pihak yang menyewakan barang dan nasabah sebagai penyewa dengan menentukan biaya sewa yang disepakati oleh pihak bank dan pihak penyewa. Barang-barang yang dapat disewakan pada umumnya yaitu asset tetap seperti gedung, mesin dan peralatan serta kendaraan.⁴⁷

⁴⁵ Antonio, Muhammad Syafi'i. *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek*. (Jakarta: Gema Insani Press, 2001) hlm. 117

⁴⁶ Sayyid Sabiq. *Fikih Sunnah*. (Bandung: Al Ma'arif, 1987)

⁴⁷ Ismail. *Perbankan Syariah*. (Jakarta : Prenada MediaGroup, 2011) hlm. 159

2. Dasar Hukum

a. Ayat Al-Qur'an

1) Firman Allah Q.S Al- Zukhruf no. 43 ayat 32 :⁴⁸

أَهُمْ يَقْسِمُونَ رَحْمَتَ رَبِّكَ ۗ نَحْنُ قَسَمْنَا بَيْنَهُمْ
 مَعِيشَتَهُمْ فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا ۗ وَرَفَعْنَا بَعْضَهُمْ فَوْقَ بَعْضٍ
 دَرَجَاتٍ لِّيَتَّخِذَ بَعْضُهُمْ بَعْضًا سُخْرِيًّا ۗ وَرَحْمَتُ رَبِّكَ
 خَيْرٌ مِّمَّا يَجْمَعُونَ ﴿٤٣﴾ أَهُمْ يَقْسِمُونَ رَحْمَتَ رَبِّكَ ۗ
 نَحْنُ قَسَمْنَا بَيْنَهُمْ مَعِيشَتَهُمْ فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا ۗ وَرَفَعْنَا
 بَعْضَهُمْ فَوْقَ بَعْضٍ دَرَجَاتٍ لِّيَتَّخِذَ بَعْضُهُمْ بَعْضًا
 سُخْرِيًّا ۗ وَرَحْمَتُ رَبِّكَ خَيْرٌ مِّمَّا يَجْمَعُونَ ﴿٤٣﴾

Artinya : “Apakah mereka yang membagi-bagi rahmat Tuhanmu? kami Telah menentukan antara mereka penghidupan mereka dalam kehidupan dunia, dan kami Telah meninggikan sebahagian mereka atas sebagian yang lain beberapa derajat, agar sebagian mereka dapat mempergunakan sebagian yang lain. dan rahmat Tuhanmu lebih baik dari apa yang mereka kumpulkan.”

⁴⁸ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemah* (Jakarta : Lajnah Pentashih Mushaf Al-Qur'an) hlm.392

- 2) Firman Allah Q.S Al-Baqarah no.2 ayat 233:⁴⁹

... وَإِنْ أَرَدْتُمْ أَنْ تَسْتَرْضِعُوا أَوْلَادَكُمْ فَلَا جُنَاحَ
عَلَيْكُمْ إِذَا سَلَّمْتُمْ مَا آتَيْتُمْ بِالْمَعْرُوفِ^ق وَاتَّقُوا اللَّهَ
وَأَعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ ﴿٢٣٣﴾

Artinya : "...dan jika kamu ingin anakmu disusukan oleh orang lain, Maka tidak ada dosa bagimu apabila kamu memberikan pembayaran menurut yang patut. Bertakwalah kamu kepada Allah dan ketahuilah bahwa Allah Maha melihat apa yang kamu kerjakan."

- 3) Firman Allah Q.S Al-Qashash no.28 ayat 26:⁵⁰

قَالَتْ إِحْدَاهُمَا يَأْبَتِ اسْتَعْجِرُهُ^ط إِنَّ خَيْرَ مَنِ
اسْتَعَجَرْتَ الْقَوِيُّ الْأَمِينُ ﴿٢٦﴾

Artinya : "Salah seorang dari kedua wanita itu berkata: "Ya bapakku ambillah ia sebagai orang yang bekerja (pada kita), Karena Sesungguhnya orang yang paling baik yang kamu ambil untuk bekerja (pada kita) ialah orang yang Kuat lagi dapat dipercaya".

⁴⁹ Ibid.. hlm.393

⁵⁰ Ibid., hlm 393

b. Hadits

- 1) Hadits Imam Al-Bukhori meriwayatkan dalam hadits dari Aisyah r.a.⁵¹

وَسْتَأْجَرَ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ وَأَبُو بَكْرٍ رَجُلًا مِنْ بَنِي الدَّيْلِ ثُمَّ مِنْ بَنِي عَبْدِ بْنِ عَدِيٍّ هَادِيًا خَرَيْتَا الْخَرَيْتَ الْمَاهِرُ بِالْهُدَايَةِ.

Artinya: Rasulullah SAW dan Abu Bakar menyewa seorang penunjuk jalan yang ahli dari Bani Dail seorang kafir Quraisy, kedua beliau membayarnya dengan kendaraannya kepada orang tersebut, dan menjanjikannya di gua Tsur sesudah tiga malam dengan kendaraan keduanya.

- 2) Hadits riwayat Imam Al-Bukhori⁵²

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ قَالَ اللَّهُ تَعَالَى ثَلَاثَةٌ أَنَا خَصْمُهُمْ يَوْمَ الْقِيَامَةِ رَجُلٌ أَعْطَى بِي ثُمَّ غَدَرَ وَرَجُلٌ بَاعَ حُرًّا فَأَكَلَ ثَمَنَهُ وَرَجُلٌ اسْتَأْجَرَ أَجِيرًا فَاسْتَوْفَى مِنْهُ وَلَمْ يُعْطِهِ أَجْرَهُ.

Artinya : Tiga golongan yang aku memusuhinya dihari kiamat, yaitu orang yang memberikan kepadaku kemudian menarik kembali, orang yang menjual orang yang merdeka kemudian makan harganya, dan orang yang mempekerjakan orang lain

⁵¹ Teungku, Muhammad Hasby Ash Shiddieqy. *Koleksi Hadis- Hadis Hukum*. (Semarang : Pustaka Rizki Putra) hlm.199

⁵² Ibnu Rusyd. *Bidayah al-Mujtahid Wa Nihayatul Muqtasid*, Juz 5 (Libanon: Darul Kitab Ilmiyah) hlm.125

dan telah selesai pekerjaannya tetapi tidak memberikan upahnya. (HR. Bukhori).

3) Hadits riwayat Ibnu Majah⁵³

حَدَّثَنَا الْعَبَّاسُ بْنُ الْوَلِيدِ الدَّمَشْقِيُّ ، حَدَّثَنَا وَهْبُ بْنُ سَعِيدِ بْنِ عَطِيَّةِ السُّلَمِيِّ ، حَدَّثَنَا عَبْدُ الرَّحْمَنِ بْنُ زَيْدِ بْنِ أَسْلَمَ ، عَنْ أَبِيهِ ، عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عُمَرَ ، قَالَ : قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : أَعْطُوا الْأَجِيرَ أَجْرَهُ ، قَبْلَ أَنْ يَجِفَّ عَرَقُهُ .

Artinya : Dari Ibnu Umar bahwa Rasulullah bersabda, “berilah upah pekerja sebelum keringatnya kering (HR. Ibnu Majah).

3. Rukun dan Syarat *Ijarah*

Rukun dari akad *ijarah* yang harus dipenuhi dalam transaksi antara lain :⁵⁴

- a. Pelaku akad, yaitu *musta'jir* (penyewa) adalah pihak yang menyewa aset, dan *mu'jir/muajir* (pemilik) adalah pihak pemilik yang menyewakan aset,
- b. Objek akad, yaitu *ma'jur* (aset yang disewakan), dan *ujrah* (harga sewa), dan
- c. *Shighah*, yaitu *Ijab* dan *Qabul*.

⁵³ Muhammad Syafi'i Antonio. *Bank Syariah dari Teori ke Praktek...*, hlm.108

⁵⁴ Ascarya. *Akad & Produk Bank Syariah*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008) hlm. 101-102

Dua hal harus diperhatikan dalam penggunaan *ijarah* sebagai bentuk pembiayaan. *Pertama*, beberapa syarat harus dipenuhi agar hukum-hukum syariah terpenuhi, dan yang pokok adalah :

- a. Jasa atau manfaat yang akan diberikan oleh aset yang disewakan tersebut harus tertentu dan diketahui dengan jelas oleh kedua belah pihak,
- b. Kepemilikan aset tetap pada yang menyewakan yang bertanggung jawab atas pemeliharannya, sehingga aset tersebut terus dapat memberi manfaat kepada penyewa,
- c. Akad *ijarah* dihentikan pada saat aset yang bersangkutan berhenti memberi manfaat kepada penyewa. Jika aset tersebut rusak dalam periode kontrak, akad *ijarah* masih tetap berlaku, dan
- d. Aset tidak boleh dijual kepada penyewa dengan harga yang ditetapkan sebelumnya pada saat kontrak berakhir. Apabila aset akan dijual, harganya akan ditentukan pada saat kontrak berakhir.

Syarat-syarat di atas menyiratkan bahwa pemilik dana atau pemilik aset tidak memperoleh keuntungan tertentu yang ditetapkan sebelumnya. Tingkat keuntungan (*rate of return*) baru dapat diketahui setelahnya.

Kedua, sewa aset tidak dapat dipakai sebagai patokan tingkat keuntungan dengan alasan:

- a. Pemilik aset tidak mengetahui dengan pasti umur aset yang bersangkutan.

- b. Pemilik aset tidak tahu pasti sampai kapan aset tersebut dapat terus disewakan selama masa produktifnya. Pada saat sewa pertama berakhir, pemilik belum tentu langsung mendapatkan penyewa berikutnya. Apabila sewa diperbaharui, harga sewa mungkin berubah mengingat kondisi produktivitas aset yang mungkin telah berkurang.

4. Akad Pola Sewa

Transaksi non bagi hasil selain yang berpola jual beli adalah transaksi berpola sewa atau *ijarah*. *Ijarah*, biasa juga disebut sewa, jasa, atau imbalan yang artinya adalah akad yang dilakukan atas dasar suatu manfaat dengan imbalan jasa. *Ijarah* adalah istilah dalam Fikih Islam dan berarti memberikan sesuatu untuk disewakan. Menurut Sayyid Sabiq, *ijarah* adalah suatu jenis akad untuk mengambil manfaat dengan jalan penggantian. Jadi, hakikatnya *ijarah* adalah penjualan manfaat.

Ada dua jenis *ijarah* dalam hukum Islam , yaitu:

- 1) *Ijarah* yang berhubungan dengan sewa jasa, yaitu mempekerjakan jasa seseorang dengan upah sebagai imbalan jasa yang disewa. Pihak yang mempekerjakan disebut *musta'jir*, pihak pekerja disebut *ajir*, upah yang dibayarkan disebut *ujrah*.
- 2) *Ijarah* yang berhubungan dengan sewa aset atau properti, yaitu memindahkan hak untuk memakai dari aset atau properti tertentu kepada orang lain dengan imbalan biaya sewa. Bentuk *ijarah* ini

mirip dengan *leasing* (sewa) di bisnis konvensional. Pihak yang menyewa (*lessee*) disebut *musta'jir*, pihak yang menyewakan (*lessor*) disebut *mu'jir/muajir*, sedangkan biaya sewa disebut *ujrah*.

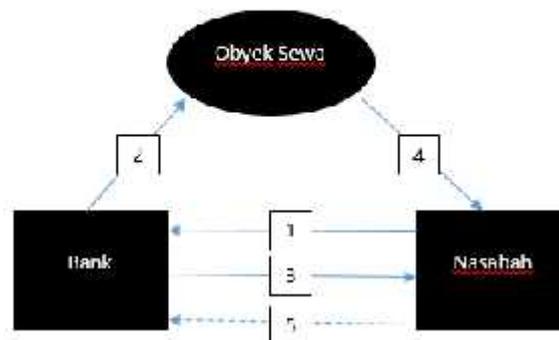
Ijarah bentuk pertama banyak diterapkan dalam pelayanan jasa perbankan syariah. Sementara itu, *ijarah* bentuk kedua bisa dipakai sebagai bentuk investasi atau pembiayaan diperbankan syariah. Untuk penelitian kali ini, penulis menggunakan *ijarah* bentuk pertama, karena nasabah sering membutuhkan pelayanan jasa yang ada di BMT PETA Tulungagung daripada untuk investasi atau biasa disebut IMBT (*Ijarah Muntahiya Bit Tamlik*).

5. Skema Pembiayaan *Ijarah*

Gambar 2.1

Skema Pembiayaan *Ijarah*

Skema Pembiayaan *Ijarah*



Sumber: Ascarya, Akad & Produk Bank Syariah (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008:102)

Keterangan :

1. Nasabah mendatangi bank syariah memohon pembiayaan penyewaan sebuah rumah selama setahun secara cicilan (bulanan), dan mereka negoisasi tentang harga.
2. Bank menyewa rumah tersebut Rp 10 juta selama setahun dan dibayar tunai di muka.
3. Bank selanjutnya menyewakan rumah itu secara cicilan per bulan Rp 1 juta dengan akad *ijarah* (disini dilaksanakan pengikatan / kontrak).
4. Rumah dimanfaatkan (digunakan) oleh nasabah.
5. Nasabah mencicil biaya sewa setiap bulan kepada bank.

6. Prinsip Pokok Pembiayaan *Ijarah*

Prinsip pokok (standar) minimal pembiayaan *ijarah* yang haeus dipenuhi adalah sebagai berikut:⁵⁵

- a. Dalam akad *ijarah*, fisik dari komoditas yang disewakan tetap dalam kepemilikan yang menyewakan dan hanya manfaatnya yang dialihkan kepada penyewa. Sesuatu yang tidak dapat digunakan tanpa mengonsumsinya tidak dapat disewakan, seperti uang, makanan, bahan bakar, dan sebagainya. Hanya aset-aset yang dimiliki oleh yang menyewakan dapat disewakan, kecuali dapat diperbolehkan *sub lease* (menyewakan kembali aset objek sewa

⁵⁵ Ascarya. *Akad & Produk Bank Syariah...*, hlm. 166-168.

- yang disewa) dalam perjanjian yang diizinkan oleh yang menyewakan.
- b. Sampai waktu ketika aset objek sewa dikirim kepada penyewa, biaya sewa sebelum bisa dikenakan.
 - c. Selama periode sewa, yang menyewakan harus tetap menguasai aset objek sewa dan menanggung semua risiko dan hasil dari kepemilikan. Namun demikian, jika terjadi kerusakan atau kehilangan aset objek sewa karena kesalahan atau kelalaian penyewa, konsekuensinya ditanggung oleh penyewa. Konsekuensi-konsekuensi lain yang muncul dari penggunaan aset yang tidak umum tanpa persetujuan bersama juga ditanggung oleh penyewa. Penyewa juga bertanggung jawab terhadap semua risiko dan konsekuensi yang berhubungan dengan tuntutan pihak ketiga yang muncul akibat operasi atau penggunaan aset objek sewa.
 - d. Asuransi/*takaful* dari objek sewa harus atas nama yang menyewakan dan biaya asuransi juga ditanggung oleh yang menyewakan.
 - e. Sewa dapat diakhiri sebelum waktunya, tetapi hanya dengan persetujuan kedua belah pihak.
 - f. Masing-masing pihak dapat membuat janji untuk membeli/menjual aset objek sewa dengan berakhirnya jangka waktu sewa, atau lebih awal, dengan harga dan ketentuan yang disepakati bersama, dengan catatan bahwa perjanjian sewa tidak mensyaratkan penjualan. Sebaliknya, pihak yang menyewakan dapat membuat janji untuk

menghibahkan aset kepada penyewa dengan berakhirnya kontrak sewa, dengan syarat bahwa penyewa telah memenuhi semua kewajibannya. Namun demikian, alih kepemilikan pada waktu yang akan datang ini harus tidak merupakan bagian dalam perjanjian sewa.

- g. Besarnya biaya sewa harus disepakati di awal dalam bentuk yang jelas, baik untuk masa sewa penuh atau untuk periode tertentu dalam bentuk absolut.
- h. Penetapan biaya sewa saja tidak dibolehkan kecuali pada nilai par.
- i. Kontrak sewa dapat dianggap berakhir jika aset objek sewa tidak lagi memberikan manfaatnya. Namun demikian, jika aset objek sewa rusak selama periode kontrak dan masih dapat diperbaiki, kontrak sewa tetap valid.
- j. Denda dapat disepakati dalam perjanjian sewa untuk keterlambatan pembayaran biaya sewa oleh penyewa. Dalam hal ini, penyewa bertanggung jawab untuk membayar denda dengan perhitungan persen per hari/tahun yang disepakati. Namun demikian, uang denda harus digunakan untuk dana sosial. Bank juga dapat mengadu ke pengadilan untuk ganti rugi kerusakan atas kebijaksanaan pengadilan yang harus ditetapkan berdasarkan biaya langsung dan tidak langsung yang timbul, selain biaya kesempatan (*opportunity cost*). Juga jaminan dapat dijual oleh bank (pembeli) tanpa intervensi dari pengadilan.

7. Tahap-tahap Pemberian Pembiayaan *Ijarah*

Proses pemberian pembiayaan merupakan suatu cara untuk mengatur tahapan atau langkah-langkah dalam mendapatkan data dari calon debitur yang diperlukan dalam pemberian fasilitas pembiayaan. Sebelum menerima pengajuan pembiayaan dari debitur, para kreditur harus berusaha mengumpulkan data debitur, baik melalui data langsung dari debitur sendiri maupun yang diperoleh melalui wawancara dengan berbagai pihak, dan investigasi terhadap aspek-aspek lainnya.⁵⁶

Adapun tahap-tahap yang harus dilakukan dalam melakukan analisis pembiayaan antara lain:⁵⁷

1) Tahap Persiapan

Tahap ini merupakan tahap permulaan dengan maksud untuk saling mengetahui informasi calon debitur dengan bank, terutama calon debitur yang baru pertama kali akan mengajukan kredit kepada lembaga keuangan yang bersangkutan. Hal ini dilakukan dengan metode wawancara secara umum. Dalam tahap ini juga diberikan informasi umum kepada calon debitur.

2) Analisis atau Penilaian Kredit/Pembiayaan

Dalam tahap ini, dilakukan penilaian yang mendalam tentang keadaan usaha atau proyek pemohon pembiayaan.

⁵⁶ Refan Erdi. *Penerapan Prinsip 5C Terhadap Pengambilan Keputusan Kredit pada PT. BPR Nguter Surakarta*. (Surakarta: Skripsi tidak diterbitkan, 2010) hlm.28

⁵⁷ Rachmat Firdaus dan Maya Ariyanti. *Manajemen Perkreditan Bank Umum*. (Bandung: Alfabeta, 2011) hlm. 91-144

Penilaian tersebut meliputi berbagai aspek yang umumnya terdiri dari:

- a) Aspek Manajemen dan Organisasi, yaitu pada dasarnya hendaknya calon debitur merupakan seorang yang mempunyai keahlian cukup tentang bidang yang digeluti dan struktur organisasi usahanya pun hendaknya cukup jelas.
 - b) Aspek Pemasaran, yaitu prospek pemasaran barang atau jasa sebagai produk dari usaha calon debitur baik.
 - c) Aspek Teknis, yaitu terkait dengan peralatan dan teknologi yang digunakan adalah efektif dan efisien.
 - d) Aspek Keuangan, yaitu dengan melihat dari perhitungan keuangannya, sehingga dapat diketahui apakah calon debitur bisa memenuhi segi kewajibannya.
 - e) Aspek Hukum atau Legalitas, yaitu terkait dengan legalitas suatu usaha yang akan menerima pembiayaan.
 - f) Aspek Sosial-Ekonomi, yaitu usaha yang dibiayai bisa menyerap tenaga kerja dan sebisa mungkin tidak merusak lingkungan sekitar.
- 3) Keputusan Pembiayaan

Pada tahap ini pihak lembaga keuangan berdasarkan laporan dari pihak analisis pembiayaan memutuskan bahwa pengajuan pembiayaan yang diajukan oleh calon debitur diterima atau ditolak.

4) Pelaksanaan dan Administrasi Pembiayaan

Pada tahap ini debitur harus melengkapi persyaratan-persyaratan yang telah ditentukan pihak lembaga keuangan dan menyusun perjanjian berupa akad.

5) Supervisi Pembiayaan dan Pembinaan Debitur

Tahap ini merupakan tahap pengawasan dan pembinaan dari pihak lembaga keuangan terhadap debitur setelah debitur dikabulkan permohonan pembiayaannya.

Selain tahap-tahap diatas, menurut Veithzal Rivai dan Andria Permata Veithzal dalam bukunya menyatakan bahwa kriteria penilaian yang umum dan harus dilakukan oleh bank atau lembaga untuk mendapatkan nasabah yang benar – benar layak untuk diberikan pembiayaan dilakukan dengan menggunakan beberapa prinsip – prinsip penilaian pembiayaan, yaitu dengan analisis 5C antara lain:⁵⁸

a. *Character*

Character merupakan sifat atau watak seseorang. Sifat atau watak dari orang- orang yang akan diberikan kredit benar- benar harus dapat dipercaya. Untuk membaca watak atau sifat dari calon debitur dapat dilihat dari latar belakang si nasabah, baik yang bersifat pribadi. Dari sifat dan watak ini dapat dijadikan suatu ukuran tentang “kemauan” nasabah untuk membayar.

Pemberian pembiayaan harus atas dasar kepercayaan, sedangkan yang mendasari suatu kepercayaan, yaitu adanya

⁵⁸Veithzal Rivai dan Andria Permata Veithzal. *Islamic Financial Management*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2008) hlm. 348-352

keyakinan dari pihak bank, bahwa si peminjam mempunyai moral, watak, dan sifat – sifat pribadi yang positif dan kooperatif. Disamping itu mempunyai rasa tanggung jawab, baik dalam kehidupan pribadi sebagai manusia, kehidupannya sebagai anggota masyarakat, maupun dalam menjalankan kegiatan usahannya. Karakter merupakan faktor yang dominan, sebab walaupun calon mudharib tersebut cukup mampu untuk menyelesaikan utangnya, kalau tidak mempunyai iktikad baik, tentu akan membawa berbagai kesulitan bagi bank di kemudian hari.

b. *Capacity*

Capacity adalah kemampuan yang dimiliki calon *mudharib* dalam menjalankan usahannya guna memperoleh laba yang diharapkan. Kegunaan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui/ mengukur sampai sejauh mana calon *mudharib* mampu mengembalikan atau melunasi utang- utangnya secara tepat waktu, dari hasil usaha yang di perolehnya. Pengukuran *capacity* dapat dilakukan melalui berbagai pendekatan, antara lain:

- a) Pendekatan historis, yaitu menilai *past performance* (kinerja masa lalu) apakah menunjukkan perkembangan dari waktu ke waktu.
- b) Pendekatan finansial, yaitu menilai latar belakang pendidikan para pengurus.

- c) Pendekatan yuridis, yaitu secara yuridis apakah calon *mudhorib* mempunyai kapasitas untuk mewakili badan usaha untuk mengadakan perjanjian pembiayaan dengan bank.
- d) Pendekatan manajerial, yaitu menilai sejauh mana kemampuan dan keterampilan *customer* melaksanakan fungsi – fungsi manajemen dalam memimpin perusahaan.
- e) Pendekatan teknis, yaitu untuk menilai sejauh mana kemampuan calon *mudhorib* mengelola faktor – faktor produksi, seperti tenaga kerja, sumber bahan baku, peralatan-peralatan/ mesin- mesin, administrasi dan keuangan sampai pada kemampuan merebut pasar.

c. *Capital*

Capital adalah jumlah dana atau modal sendiri yang dimiliki oleh calon *mudhorib*. Kegunaan dalam penelitian ini yaitu untuk melihat penggunaan modal apakah efektif atau tidak, dapat dilihat dari laporan keuangan yang disajikan dengan melakukan pengukuran seperti dari segi *likuiditas*, dan *solvabilitasnya*, *rentabilitas* dan ukuran lainnya.

d. *Condition*

Condition adalah situasi dan kondisi politik, sosial, ekonomi, dan budaya yang mempengaruhi keadaan perekonomian yang kemungkinan pada suatu saat memengaruhi kelancaran perusahaan calon *mudharib*. Pembiayaan yang diberikan juga perlu mempertimbangkan kondisi ekonomi yang dikaitkan dengan

prospek usaha calon nasabah. Penilaian kondisi dan bidang usaha yang dibiayai hendaknya benar-benar memiliki prospek yang baik, sehingga kemungkinan kredit tersebut bermasalah relatif kecil.

Kondisi yang harus di perhatikan bank antara lain :

- a) Keadaan ekonomi yang akan mempengaruhi perkembangan usaha calon nasabah.
 - b) Kondisi usaha calon nasabah, perbandinganya lokasi lingkungan wilayah usahanya.
 - c) Keadaan pemasaran dari hasil usaha.
 - d) Prospek usaha dimasa yang akan datang.
- e. *Collateral*

Collateral merupakan jaminan yang diberikan calon nasabah baik yang bersifat fisik maupun yang nonfisik. Jaminan hendaknya melebihi jumlah kredit yang diberikan. Jaminan juga harus diteliti keabsahannya, sehingga jika terjadi sesuatu, maka jaminan yang dititipkan akan dapat dipergunakan secepat mungkin.

Analisis di lakukan antara lain :

- a) Meneliti kepemilikan jaminan yang di serahkan
- b) Mengatur dan memperkirakan stabilitas harga jaminan
- c) Memperhatikan kemampuan untuk di jadikan uang dalam waktu relatif singkat tanpa harus mengurangi nilainya
- d) Memperhatikan pengikatanya, sehingga secara legal bank dapat di lindungi

- e) Rasio jaminan terhadap jumlah pembiayaan semakin tinggi rasio tersebut, maka semakin tinggi kepercayaan bank terhadap kesungguhan calon nasabah
- f) Marketabilitas jaminan. Jenis dan lokasi jaminan sangat menentukan tingkat marketable suatu jaminan. Rumah yang berharga jutaan rupiah bisa turun hanya karena terletak di lokasi yang sulit di jangkau.⁵⁹

Disamping penilaian dengan 5C (*Character, Capacity, Capital, Collateral, Condition*), dapat pula dilakukan dengan studi kelayakan, terutama untuk kredit dalam jumlah yang relatif besar. Adapun penilaian pembiayaan dengan study kelayakan meliputi sebagai berikut:

- 1) Aspek Hukum. Aspek hukum digunakan untuk menilai keabsahan dan keaslian dokumen- dokumen atau surat- surat yang dimiliki oleh calon debitur, seperti akta notaris, izin usaha atau sertifikat tanah, dan dokumen atau surat lainnya.
- 2) Aspek Pasar dan Pemasaran yaitu aspek yang digunakan untuk menilai prospek usaha nasabah sekarang dan dimasa yang akan datang.
- 3) Aspek Keuangan. Aspek yang digunakan untuk menilai kemampuan calon nasabah dalam membiayai dan mengelola usahannya. Dari aspek ini akan tergambar berapa besar biaya dan pendapatan yang akan dikeluarkan dan diperolehnya.

⁵⁹ Zulkifli Narto. *Panduan Praktis Transaksi Perbankan Syariah*, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2003) hlm.144-147

Penilaian aspek ini dengan menggunakan rasio- rasio keuangan.

- 4) Aspek Operasi/ Teknis. Aspek untuk menilai data tata letak ruangan, lokasi usaha, dan kapasitas produksi suatu usaha yang tercermin dari sarana dan prasarana yang dimilikinya.
- 5) Aspek Manajemen. Aspek untuk menilai sumber daya manusia yang di miliki oleh perusahaan, baik dari segi kuantitas maupun segi kualitas.
- 6) Aspek Sosial Ekonomi. Aspek yang digunakan untuk menilai dampak ekonomi dan sosial yang di timbulkan dengan adanya suatu usaha terutama terhadap masyarakat.
- 7) Aspek AMDAL yaitu aspek yang digunakan untuk menilai dampak lingkungan yang akan di timbulkan dengan adanya suatu usaha, kemudian cara- cara pencegahan terhadap dampak tersebut.⁶⁰

E. Kepuasan Anggota

1. Pengertian Kepuasan Anggota

Dalam persaingan perbankan yang semakin ketat, faktor kepuasan pelanggan menjadi perhatian yang serius. Pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan aspek penting dalam rangka bertahan dalam bisnis dan persaingan. Berikut definisi beberapa ahli tentang kepuasan pelanggan antara lain :

⁶⁰ Kasmir. *Dasar-dasar Perbankan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008) hlm.124

- a) Menurut Kotler-Keller yang dialih bahasan oleh Bob Sabran menyatakan bahwa : “Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan”.⁶¹
- b) Menurut Wilkie dikutip dari Tjiptono yang menyatakan bahwa : “Kepuasan adalah sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa.”⁶²
- Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcopme*) tidak memenuhi harapan.

Dalam penelitian ini kepuasan pelanggan yang dipergunakan adalah menurut pendapat Buchari Alma yang meliputi kinerja yang diharapkan konsumen dan harapan konsumen. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas, sedangkan jika kinerja melebihi harapan, maka pelanggan amat puas atau senang.⁶³

Sedangkan pengertian anggota adalah orang atau badan hukum yang mempunyai rekening baik rekening simpanan atau pinjaman pada pihak bank, sehingga anggota merupakan orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank.

⁶¹ Philip Kotler-Keller. *Manajemen Pemasaran*. (Jakarta :Prenhalindo, 2009). hlm 177

⁶² Tjiptono Fandy, *Strategi Bisnis Pemasaran*. (Yogyakarta : Andi, 2008) hlm. 24

⁶³ Buchari Alma. *Kewirausahaan Untuk Mahasiswa Dan Umum*. (Bandung: PT. Alfabeta, 2005) hlm. 117

Dengan kata lain anggota adalah pihak atau orang yang menggunakan dan secara sengaja menjadi langganan bank yang dipercayainya. Dalam memahami mengenai apa yang dipikirkan oleh anggota, ada beberapa hal yang harus dipahami terlebih dahulu :

- 1) Memahami tujuan-tujuan dan sasaran-sasaran yang ingin dicapai atau didapatkan oleh nasabah.
- 2) Memahami cara mereka membuat peringkat dan memprioritaskan tujuan dan sasaran tersebut.
- 3) Mengetahui apa yang bisa kita lakukan dengan produk yang akan ditawarkan untuk membantu merealisasikan tujuan dan sasaran tersebut.
- 4) Mengusulkan rencana bagaimana atau caranya kita dapat membantu mereka untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul antara mereka dan cara mencapai tujuan-tujuan tersebut.

Salah satu tujuan utama perusahaan jasa dalam hal ini adalah menciptakan kepuasan anggota. Kepuasan anggota sebagai hasil penilaian anggota terhadap apa yang diharapkannya dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk/jasa. Kemudian harapan tersebut dibandingkan dengan kinerja yang diterimanya dengan mengkonsumsi produk/jasa tersebut. Philip Kotler dalam bukunya Arief mengatakan bahwa “Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang

menyatakan hasil perbandingan antara hasil kerja produk/jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan.”⁶⁴

2. Atribut-atribut Pembentuk Kepuasan

Atribut-atribut pembentuk kepuasan pelanggan adalah kesesuaian harapan yang merupakan gabungan dari kemampuan suatu produk dari produsen yang diandalkan, sehingga suatu produk yang dihasilkan dapat sesuai dengan apa yang dijanjikan oleh perusahaan. Menurut Tjiptono atribut-atribut pembentuk kepuasan ada dua yaitu:

- a) Kemudahan dalam memperoleh, yaitu produk atau jasa yang ditawarkan oleh produsen tersedia di outlet-outlet dan toko yang dekat pembeli potensial.
- b) Kesiediaan untuk merekomendasikan, dalam kasus produk yang pembelian ulangnya relatif lama, kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindak.⁶⁵

3. Teknik Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Metode survei kepuasan pelanggan dapat menggunakan pengukuran dengan berbagai cara sebagai berikut:

- 1) Pengukuran dapat dilakukan secara langsung dengan pertanyaan seperti “Ungkapkan seberapa puas Saudara terhadap pelayanan”: sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, sangat puas.

⁶⁴ Arief. *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan...*, hlm. 109

⁶⁵ Tjiptono Fandy. *Strategi Bisnis Pemasaran...*, hlm. 45

- 2) Responden diberi pertanyaan mengenai seberapa besar mereka mengharapkan suatu atribut tertentu dan seberapa besar yang mereka rasakan (*derived dissatisfaction*).
- 3) Responden diminta untuk menuliskan masalah-masalah yang mereka kaitkan dengan penawaran dari perusahaan dan juga selain itu diminta untuk menuliskan perbaikan-perbaikan yang mereka sarankan.
- 4) Responden dapat diminta untuk meranking berbagai elemen dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen (*importance /performance ratings*). Teknik ini dikenal pula dengan istilah *importance-performance analys*.⁶⁶

4. Upaya Mempertahankan Kepuasan Anggota

Mempertahankan kepuasan pada anggota terhadap suatu produk hendaknya terus dipertahankan. Sementara itu untuk mempertahankan loyalitas pelanggan, perusahaan harus melakukan hal-hal berikut:

- a. Memberikan keunggulan operasi dan membentuk kedekatan dengan pelanggan dan kepemimpinan multi produk serta meriset pelanggan.

⁶⁶ *Ibid...*, hlm. 45

- b. Melatih dan memotivasi staf untuk loyal dan membuat data pelanggan, menyediakan layanan pelanggan gratis dan *relationship marketing*.

Kepuasan konsumen ditentukan oleh persepsi konsumen atas *performance* produk atau jasa dalam memenuhi harapan konsumen. Faktor-faktor pendukung kepuasan konsumen dikelompokkan sebagai berikut:

- 1) Kualitas produk. Konsumen akan puas jika mengetahui produk yang dibelinya berkualitas baik dan unggul.
- 2) Harga. Bagi konsumen yang cenderung sensitif, biasanya hanya memilih produk dengan harga yang murah, karena memberikan kepuasan tersendiri dengan mendapatkan *value of money* yang tinggi.
- 3) *Service Quality*. Kualitas pelayanan tergantung pada sistem teknologi dan manusia. Dalam hal ini kualitas pelayanan pada manusia memberikan kontribusi sekitar 70% karena kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya paling sulit untuk ditiru.
- 4) *Emotional Factor*. Produk yang bersaing dengan kemiripan kualitas yang berbeda tipis, namun dengan harga berani jauh lebih murah dari harga pendahulunya membuat konsumen cenderung akan lebih puas dan tetap memilih produk dengan harga yang lebih mahal karena *emotional value* yang diberikan oleh jenis dari produk tersebut. Rasa bangga percaya diri merupakan sumber dari kontrol *emotional value*.

- 5) Kemudahan. Dimana banyak konsumen yang merasa puas apabila dalam mendapatkan produk atau jasa yang mereka butuhkan relatif mudah, nyaman, dan efisien.⁶⁷

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen atau anggota tergantung persepsi yang dirasakan oleh setiap individu, sehingga kepuasan setiap anggota baik anggota satu dengan yang lainnya tidaklah sama. Namun pada umumnya kepuasan konsumen dapat timbul dari produk yang berkualitas, harga yang ditawarkan tidak terlalu tinggi, pelayanan yang berkualitas, serta kemudahan anggota untuk mendapatkan produk tersebut.

Dalam penelitian ini, di BMT PETA Tulungagung kepuasan anggota merupakan suatu tujuan perusahaan. BMT PETA Tulungagung melihat kepuasan anggota dari anggota yang senantiasa setia, tanpa ada unsur paksaan serta menikmati semua pelayanan yang diberikan. Karena pelayanan yang diberikan memang secara riil selalu ditingkatkan dengan menghadirkan produk-produk jasa yang berkualitas, sistem bagi hasil yang jelas dan tergolong murah serta berdaya saing, pelayanan yang prima dari staf pelayanan, dan kemudahan yang diberikan kepada anggota akan produk yang diinginkan.

⁶⁷ Tjiptono Fandy. *Strategi Bisnis Pemasaran...*, hlm. 87

F. Konsep *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT)

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

Baitul Maal wa Tamwil (BMT) adalah gabungan dari *Baitul Maal* dan *Baitul Tamwil*. *Baitul Maal* adalah lembaga keuangan yang kegiatannya mengelola dana yang bersifat nirlaba (sosial) dan berorientasi sosial keagamaan yang kegiatannya menampung harta masyarakat dari berbagai sumber termasuk zakat, infaq, dan shadaqah dan menyalurkannya untuk tujuan memajukan kemaslahatan umat dan bangsa dalam arti seluas-luasnya.⁶⁸ Adapun yang dimaksud dengan *Baitul Tamwil* adalah lembaga keuangan yang kegiatannya adalah menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat yang bersifat profit motif, kegiatan utamanya adalah mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha mikro dan kecil terutama dengan mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonominya.⁶⁹

Selain berfungsi sebagai lembaga keuangan BMT juga bisa berfungsi sebagai lembaga ekonomi. Sebagai lembaga keuangan BMT bertugas menghimpun dana dari masyarakat (anggota BMT) dan menyalurkan dana kepada masyarakat (anggota BMT). Sebagai lembaga ekonomi BMT juga berhak melakukan kegiatan ekonomi, seperti berdagang, industri, dan pertanian.⁷⁰

⁶⁸ Makhhlakul Ilmi. *Teori dan Praktek Lembaga Keuangan Mikro Syariah*, (Yogyakarta: UII Pres, 2002). hlm. 66-67

⁶⁹ Muhammad Amin Aziz. *Buku Saku Tata Cara Pendirian BMT*. (Jakarta: PKES, 2000) hlm.1

⁷⁰ H.A.Djazuli dan Yadi Janwari. *Lembaga-lembaga Perekonomian Umat*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2002)

2. Fungsi BMT

BMT bersifat terbuka, independen, tidak partisan, berorientasi pada tabungan dan pembiayaan untuk mendukung bisnis ekonomi yang produktif bagi anggota dan kesejahteraan sosial masyarakat sekitar terutama usaha mikro dan fakir miskin. Adapun fungsi BMT di masyarakat, adalah:⁷¹

- a. Meningkatkan kualitas SDM anggota, pengurus, dan pengelola menjadi lebih profesional, salaam (selamat, damai, dan sejahtera), dan amanah sehingga semakin utuh dan tangguh berjuang dan berusaha (beribadah) menghadapi tantangan global.
- b. Mengorganisasi dan memobilisasi dana sehingga dana yang dimiliki oleh masyarakat dapat dimanfaatkan secara optimal di dalam dan di luar organisasi untuk kepentingan rakyat banyak.
- c. Mengembangkan kesempatan kerja.
- d. Mengukuhkan dan meningkatkan kualitas usaha dan pasar produk-produk anggota.
- e. Memperkuat dan meningkatkan kualitas lembaga-lembaga ekonomi dan sosial masyarakat.

3. Prinsip Utama BMT

Dalam menjalankan usahanya BMT berpegang teguh pada prinsip utama sebagai berikut:

⁷¹ Nurul Huda dan Mohamad Heykal. *Lembaga Keuangan Islam: Tinjauan Teoritis dan Praktis*. (Jakarta: Kencana, 2010) hlm. 364

- a. Keimanan dan ketaqwaan kepada Allah SWT dengan mengimplementasikan pada prinsip-prinsip syariah dan muamalah Islam ke dunia nyata.
- b. Keterpaduan, yakni nilai-nilai spiritual dan moral menggerakkan dan mengarahkan etika bisnis yang dinamis, proaktif, progresif, adil, dan berakhlaq mulia.
- c. Kekeluargaan, yakni mengutamakan kepentingan bersama di atas kepentingan pribadi. Semua pengelola pada setiap tingkatan, pengurus, dengan semua lininya serta anggota dibangun rasa kekeluargaan, sehingga akan tumbuh rasa saling melindungi dan menanggung.
- d. Kebersamaan, yakni kesatuan pola pikir, sikap dan cita-cita antar semua elemen BMT. Antara pengelola dengan pengurus harus memiliki satu visi dan bersama-sama anggota untuk memperbaiki kondisi ekonomi dan sosial.
- e. Kemandirian, yakni mandiri di atas semua golongan politik. Mandiri berarti juga tidak tergantung dengan dana-dana pinjaman dan bantuan tetapi senantiasa proaktif untuk menggalang dana masyarakat sebanyak-banyaknya.
- f. Profesionalisme, yakni semangat kerja yang tinggi yang dilandasi dengan dasar keimanan. Kerja yang tidak hanya berorientasi pada kehidupan dunia saja, tetapi juga kenikmatan dan kepuasan rohani dan akhirat. Kerja keras dan cerdas yang dilandasi dengan bekal pengetahuan yang cukup. Keterampilan yang harus ditingkatkan

serta niat dan ghirah yang kuat. Semua itu dikenal dengan kecerdasan emosional, spiritual, dan intelektual. Sikap profesionalisme dibangun dengan semangat untuk terus belajar demi mencapai tingkat standar kerja yang tertinggi.

- g. Istiqomah, konsisten, konsekuen, kontinuitas / berkelanjutan tanpa henti tanpa putus asa. Setelah mencapai suatu tahap, maka maju lagi ke tahap berikutnya dan hanya kepada Allah kita berharap.

4. Kajian Penelitian Terdahulu

Aristiana. Penelitian yang bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah dan Tingkat Laba Pada PD BPR BKK Jepara. Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan metode analisis kuantitatif dan analisis regresi diperoleh taraf signifikansi 5% didapatkan F hitung sebesar 3,98882 yang artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan nasabah pada PD BPR-BKK Jepara. Yang membedakan dengan penelitian yang akan penulis teliti adalah terletak pada salah satu variabel bebas dan lokasi penelitian serta hasil uji signifikan.⁷²

Transtianingzah. Penelitian yang bertujuan untuk menegetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Cabang Solo. Berdasarkan pengujian menggunakan metode analisis koefisien determinasi menunjukkan

⁷² Aristiana, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah dan Tingkat Laba Pada PD BPR BKK Jepara," dikutip dalam skripsinya Melina Ita Aristiana dari Fakultas Ilmu Keguruan dan Pendidikan Universitas Sebelas Maret Surakarta 2010

bahwa hasilnya adalah 81,50% variasi dari variabel kepuasan nasabah, dan dari variabel lain diperoleh 18,50% yang tidak masuk dalam model. Yang membedakan dengan penelitian yang akan penulis teliti adalah terletak pada salah satu variabel bebas, lokasi penelitian dan metode analisisnya.⁷³

Lovenia. Penelitian yang lain dengan tujuan menganalisis seberapa besar Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Jateng Cabang Utama Semarang. Hasil pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa kelima variabel independen (*tangibles, reliability, assurance, responsiveness, dan empathy*) yang diteliti terbukti secara signifikan berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen kepuasan nasabah. Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa variabel Wujud Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Kepedulian secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen kepuasan nasabah. Angka *Adjusted R Square* yaitu sebesar 0,779 yang menunjukkan bahwa antara wujud fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati mampu menjelaskan secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah Bank Jateng Cabang Utama Semarang sebesar 77,90%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti, seperti promosi, suku bunga dan lain-lain. Yang membedakan dengan

⁷³ Transtianingzah, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Cabang Solo" dikutip dalam skripsinya

penelitian yang bukan penulis teliti adalah terletak pada variabel bebas dan lokasi penelitian.⁷⁴

Kurniawan. Penelitian dengan tujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah. Berdasarkan pengujian menggunakan metode analisis regresi determinasi menunjukkan bahwa hasilnya kualitas pelayanan, kualitas produk dan nilai nasabah berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah. Yang membedakan dengan penelitian yang akan saya teliti adalah dari segi salah satu variabel bebas dan metode analisisnya.⁷⁵

Limbong. Penelitian dengan tujuan untuk mengetahui Pengaruh Mutu Pelayanan dan Kinerja Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Danamon Cabang Bogor. Penelitian ini mempunyai dua variabel, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif deskriptif dan analitik dengan hasil yang menyimpulkan bahwa: (1) mutu produk dan pelayanan Bank Danamon Bogor belum memenuhi harapan nasabahnya, namun dalam segi kinerja bank telah dinilai baik oleh nasabahnya. (2) faktor kinerja Bank Danamon Bogor merupakan faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabahnya. Yang membedakan

⁷⁴ Lovenia, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Jateng Cabang Utama Semarang," dikutip dalam skripsinya dari Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang 2012

⁷⁵ Didik Kurniawan, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah" dalam <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/id/eprint3555> diakses pada 04 April 2017 pukul 07:35

dengan penelitian yang akan saya teliti adalah dari segi salah satu variabel bebas dan metode analisisnya.⁷⁶

Sasono. Penelitian dengan tujuan untuk mengetahui Analisis Faktor-faktor yang Menentukan Kepuasan Pelanggan dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Bank Syariah di Jawa Tengah dan D.I Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dengan variabel penelitian meliputi kualitas layanan, fitur layanan dan penanganan keluhan. Hasil penelitian menunjukkan variabel kualitas layanan, fitur layanan, dan penanganan keluhan masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dari penelitian tersebut dapat menjadi bahan masukan bagi penelitian ini bahwa kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Bank Syariah di Jawa Tengah dan D.I Yogyakarta. Yang membedakan dengan penelitian yang akan saya teliti adalah terletak pada variabel x dan lokasi penelitian.⁷⁷

Rahman El Junusi. Penelitian dengan tujuan untuk menegetahui Pengaruh Atribut Produk Islam, Komitmen Agama, Kualitas Jasa dan Kepercayaan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah pada Bank Muamalat Kota Semarang.

⁷⁶ Lady Octavia Limbong, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kinerja Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Danamon Bogor" dalam <http://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/52239> diakses pada 12 Januari 2017 pukul 13:56

⁷⁷ Eko Sasono, "Analisis Faktor-faktor yang Menentukan Kepuasan Pelanggan dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Bank Syariah di Jawa Tengah dan D.I Yogyakarta". (Skripsi Fakultas Ekonomi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Bangsa Jawa Tengah, 2006) dalam <http://digilib.uinsby.ac.id/11197/4/babi.pdf> diakses pada 15 Maret 2017 pukul 19:04 WIB

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan variabel yang diteliti meliputi atribut produk Islam berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan. Hasilnya adalah kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dari penelitian tersebut dapat menjadi bahan rujukan untuk penelitian ini bahwa atribut produk Islam berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Yang membedakan dengan penelitian yang akan saya teliti adalah lokasi, metode penelitian serta objeknya.⁷⁸

Khotijah. Penelitian dengan tujuan untuk mengetahui Analisis Pengaruh Pembiayaan *Ijarah* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI Syariah Dharmawangsa Surabaya. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan jenis *simple random sampling* dengan teknik penentuan sampel yaitu *accidental sampling*. Teknik pengujian menggunakan analisis ekonometrika yang terdiri dari uji normalitas dan uji linier, sedangkan uji kedua menggunakan uji regresi sederhana yang diolah dengan menggunakan SPSS V.16 dengan pola pikir deskriptif. Hasil penelitian menyatakan secara simultan bahwa pembiayaan *ijarah* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank BNI Syariah Dharmawangsa Surabaya. Yang membedakan dengan

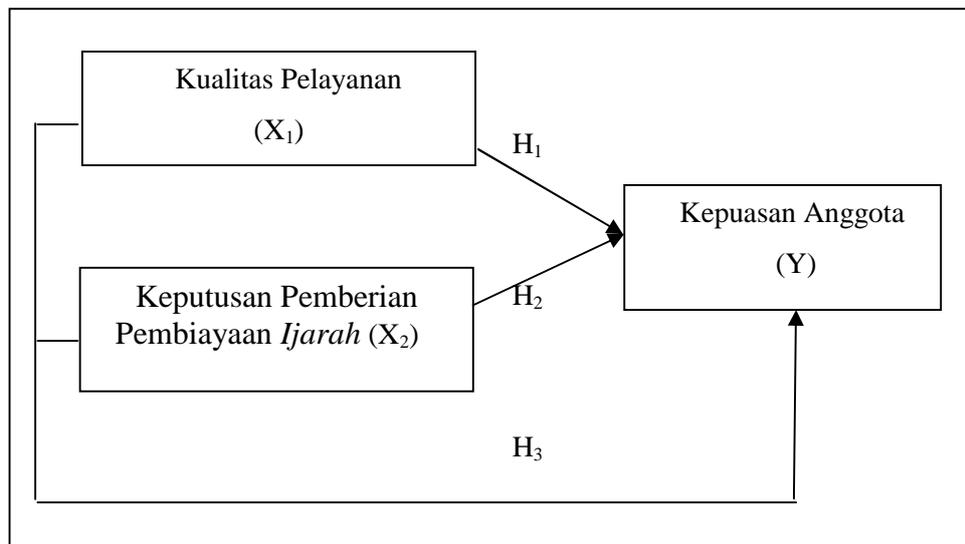
⁷⁸ Rahman El Junusi, "Pengaruh Atribut Produk Islam, Komitmen Agama, Kualitas Jasa dan Kepercayaan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah pada Bank Muamalat Kota Semarang" (Skripsi: Fakultas Ekonomi, IAIN Wali Songo, Semarang, 2009) dalam <http://digilib.uinsby.ac.id/11197/4/babi.pdf> diakses pada 15 Maret 2017 pukul 19:24 WIB

penelitian yang akan saya teliti adalah mengenai lokasi penelitian, teknik pengumpulan data dan teknik penentuan sampel.⁷⁹

5. Kerangka Konseptual

Berdasarkan landasan teori yang sudah dipaparkan diatas, maka kerangka konseptual penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.2
Kerangka Konseptual



Dari kerangka di atas, peneliti menjelaskan bahwa:

H₁ = didasarkan pada teori menurut Wyckof dalam Fandy Ciptono bahwa kualitas jasa merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk

⁷⁹ Khotijah, "Analisis Pengaruh Pembiayaan *Ijarah* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI Syariah Dharmawangsa Surabaya" (Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Ekonomi Islam, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2013) dikutip dari skripsinya <http://digilib.uinsby.ac.id/id/eprint/11197> diakses 15 Maret 2017 pukul 19:53

memenuhi keinginan pelanggan.⁸⁰ Teori yang sama menurut Wyckof dari sumber yang berbeda bahwa kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi pelanggan dengan dua faktor utama, yaitu (*expected service*) pelayanan yang diharapkan dan (*perceived service*) pelayanan yang ditasakan. Apabila pelayanan yang dirasakan sesuai yang diharapkan, maka pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka termasuk dalam pelayanan yang ideal. Sedangkan pelayanannya lebih rendah dari yang diharapkan termasuk dalam pelayanan yang buruk.⁸¹ Teori lain menurut Philip Kotler bahwa kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat.⁸² Dan penelitian terdahulu dari Transtianingzah.⁸³ Penelitian yang bertujuan untuk menegetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Cabang Solo. Berdasarkan pengujian menggunakan metode analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa hasilnya adalah 81,50% variasi dari variabel kepuasan nasabah, dan dari variabel lain diperoleh 18,50% yang tidak masuk dalam model.

⁸⁰ Fandy Ciptono. *Pemasaran Jasa...*, hlm.331

⁸¹ Arief. *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan...*, hlm.118

⁸² *Ibid...*, hlm.117

⁸³ Transtianingzah, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Cabang Solo" dikutip dalam skripsinya

H₂ = didasarkan pada teori J.Paul dan Jerry C. Olson dalam bukunya menerangkan bahwa suatu keputusan (*decision*) mencakup suatu pilihan di antara dua atau lebih tindakan atau perilaku alternatif.⁸⁴ Teori yang terkait pembiayaan menurut Muhammad dalam bukunya beliau mengemukakan bahwa pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan oleh sendiri maupun oleh lembaga.⁸⁵ Teori yang menjelaskan tentang *ijarah* yang dikemukakan oleh Muhammad Syafi'i Antonio dalam bukunya menjelaskan bahwa *Al ijarah* adalah akad pemindahan hak guna atas barang dan jasa, melalui pembayaran upah dan sewa tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan (*ownership / milkiyah*) atas barang itu sendiri.⁸⁶ Dan penelitian terdahulu dari Khotijah.⁸⁷ Penelitian dengan tujuan untuk mengetahui Analisis Pengaruh Pembiayaan *Ijarah* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI Syariah Dharmawangsa Surabaya. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan jenis *simple random sampling* dengan teknik penentuan sampel yaitu *accidental sampling*. Teknik pengujian menggunakan analisis ekonometrika yang terdiri dari uji normalitas dan uji linier, sedangkan uji kedua menggunakan uji regresi sederhana yang

⁸⁴ J. Paul Peter, Jerry C.Olson. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran...*, hlm. 162

⁸⁵ Muhammad. *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah...*, hlm.16

⁸⁶ Muhammad Syafi'i Antonio. *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek...*, hlm. 117

⁸⁷ Khotijah, "Analisis Pengaruh Pembiayaan *Ijarah* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI Syariah Dharmawangsa Surabaya" (Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Ekonomi Islam, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2013) dikutip dari skripsinya <http://digilib.uinsby.ac.id/id/eprint/11197> diakses 15 Maret 2017 pukul 19:53

diolah dengan menggunakan SPSS V.16 dengan pola pikir deskriptif. Hasil penelitian menyatakan secara simultan bahwa pembiayaan *ijarah* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank BNI Syariah Dharmawangsa Surabaya.

H₃ = didasarkan pada teori menurut Kotler-Keller yang dialih bahasan oleh Bob Sabran menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan.⁸⁸ Teori Ikain dari Buchari Alma dalam bukunya yang menjelaskan kinerja yang diharapkan konsumen dan harapan konsumen. Jika kinerja berada dibawah harapan, maka pelanggan tidak puas, sedangkan jika kinerja melebihi harapan, maka pelanggan amat puas atau senang.⁸⁹ Dan penelitian terdahulu dari Aristiana.⁹⁰ Penelitian yang bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah dan Tingkat Laba Pada PD BPR BKK Jepara. Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan metode analisis kuantitatif dan analisis regresi diperoleh taraf signifikansi 5% didapatkan F hitung sebesar 3,98882 yang artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan nasabah pada PD BPR-BKK Jepara. Dan dari

⁸⁸ Philip Kotler-Keller. *Manajemen Pemasaran...*, hlm. 177

⁸⁹ Buchari Alma. *Kewirausahaan Untuk Mahasiswa Dan Umum...*, hlm.117

⁹⁰ Aristiana, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah dan Tingkat Laba Pada PD BPR BKK Jepara," dikutip dalam skripsinya Melina Ita Aristiana dari Fakultas Ilmu Keguruan dan Pendidikan Universitas Sebelas Maret Surakarta 2010

Lovenia.⁹¹ Penelitian dengan tujuan menganalisis seberapa besar Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Jateng Cabang Utama Semarang. Hasil pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa kelima variabel independen (*tangibles*, *reliability*, *assurance*, *responsiveness*, dan *empathy*) yang diteliti terbukti secara signifikan berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen kepuasan nasabah. Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa variabel Wujud Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Kepedulian secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen kepuasan nasabah. Angka *Adjusted R Square* yaitu sebesar 0,779 yang menunjukkan bahwa antara wujud fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati mampu menjelaskan secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah Bank Jateng Cabang Utama Semarang sebesar 77,90%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti, seperti promosi, suku bunga dan lain-lain.

6. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan pada kajian teori dan perumusan masalah di atas, maka hipotesis yang diajukan adalah:

H₁ = kualitas pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan anggota

⁹¹ Lovenia, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Jateng Cabang Utama Semarang," dikutip dalam skripsinya dari Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang 2012

- H₂ = keputusan pemberian pembiayaan *ijarah* berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan anggota
- H₃ = kualitas pelayanan dan keputusan pemberian pembiayaan *ijarah* berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan anggota