

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Tinjauan tentang Pembiayaan

##### 1. Pengertian Pembiayaan

Kegiatan pembiayaan konsumen mulai diperkenalkan dalam usaha perusahaan. Pembiayaan dimulai pada waktu dikeluarkannya Keputusan Presiden No. 61 Tahun 1988 Tentang Lembaga Pembiayaan yang diikuti dengan Surat Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia No.1251/KMK.013/1988 Tentang Ketentuan Dan Tata Cara Pelaksanaan Lembaga Pembiayaan.<sup>1</sup>

Pembiayaan konsumen merupakan salah satu model pembiayaan yang dilakukan oleh perusahaan finansial, di samping kegiatan seperti *leasing*, *factoring*, kartu kredit dan sebagainya. Target pasar dari model pembiayaan konsumen ini sudah jelas yaitu konsumen. suatu istilah yang dipakai sebagai lawan produsen. Di samping itu besarnya biaya yang diberikan per konsumen relatif kecil mengingat barang yang dibidik untuk dibiayai secara pembiayaan konsumen adalah barang-barang keperluan yang akan dipakai oleh konsumen untuk keperluan hidupnya, misalnya barang-barang keperluan rumah tangga seperti televisi, lemari es, mobil, motor dan sebagainya. Karena itu, risiko dari pembiayaan ini juga

---

<sup>1</sup> Muhammad Abdul Kadir, *Hukum Perikatan* (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 1992), 56.

menyebarkan, berhubung akan terlibat banyak konsumen dengan pemberian biaya yang relatif kecil, ini lebih aman bagi pihak pemberi biaya.

Pranata hukum pembiayaan konsumen dipakai sebagai terjemahan dari istilah *Consumer finance*. Pembiayaan konsumen ini tidak lain dari sejenis kredit konsumsi (*consumer credit*), hanya saja jika pembiayaan konsumen dilakukan oleh perusahaan pembiayaan, sementara kredit konsumsi diberikan oleh bank. Namun demikian pengertian kredit konsumsi secara substantif sama saja dengan pembiayaan konsumen.

Menurut A. Abdurahman dalam buku Munir Fuady:

“Pembiayaan konsumsi adalah kredit yang diberikan kepada konsumen-konsumen guna pembelian barang-barang konsumsi dan jasa-jasa seperti yang dibedakan dari pinjaman-pinjaman yang digunakan untuk tujuan-tujuan produktif atau dagang. Pembiayaan yang demikian itu dapat mengandung risiko yang lebih besar dari pada pembiayaan dagang biasa, maka dari itu biasanya pembiayaan itu diberikan dengan tingkat bunga yang lebih tinggi”<sup>2</sup>.

Definisi pembiayaan konsumen (*consumer finance*) berdasarkan Surat Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia No.448/KMK.017/2000 Tentang Perusahaan Pembiayaan, pembiayaan konsumen (*consumer finance*) adalah “kegiatan yang dilakukan dalam bentuk dana bagi konsumen untuk pembelian barang yang pembayarannya dilakukan secara angsuran atau berkala oleh konsumen”. Berdasarkan

---

<sup>2</sup> Munir Fuady, *Hukum Tentang Pembiayaan Dalam Teori dan Praktek* (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2002), 12.

definisi tersebut, terdapat beberapa hal yang perlu digarisbawahi dan merupakan dasar dari kegiatan pembiayaan konsumen, yaitu;<sup>3</sup>

- a) Pembiayaan konsumen adalah merupakan salah satu alternatif pembiayaan yang dapat diberikan kepada konsumen.
- b) Obyek pembiayaan usaha jasa pembiayaan konsumen adalah barang kebutuhan konsumen, biasanya kendaraan bermotor, alat kebutuhan rumah tangga, komputer, barang-barang elektronik, dan lain sebagainya.
- c) Sistem pembayaran angsuran dilakukan secara berkala, biasanya dilakukan secara bulanan dan ditagih langsung kepada konsumen.
- d) Jangka waktu pengembalian, bersifat fleksibel tidak terikat dengan ketentuan seperti *financial lease*.

Pelaksanaan kegiatan pembiayaan konsumen sehari-hari, sama dengan kegiatan pembiayaan sewa guna usaha (*leasing*) dengan hak opsi untuk perorangan, sehingga dalam prakteknya produk pembiayaan konsumen dijadikan pengganti sewa guna usaha (*leasing*) dengan hak opsi.

Sedangkan transaksi pembiayaan konsumen yang biasa dilakukan oleh perusahaan pembiayaan adalah seperti *direct finance lease*, di mana dalam transaksi ini debitur belum pernah memiliki barang kebutuhan konsumen yang akan menjadi objek pembiayaan konsumen.. Dengan demikian kreditur atas nama debitur akan membeli barang kebutuhan

---

<sup>3</sup> Ibid, 34.

konsumen tersebut secara langsung kepada *supplier/dealer/developer* dengan menggunakan nama debitur sebagai pemilik.<sup>4</sup>

## 2. Macam-macam Pembiayaan

Pada prinsipnya, pembiayaan itu cuma satu macam saja yaitu uang bank yang dipinjamkan kepada nasabah dan akan dikembalikan pada suatu waktu tertentu di masa mendatang, disertai dengan kontra prestasi berupa bunga.<sup>5</sup> Tetapi berdasarkan berbagai keperluan usaha serta berbagai unsur ekonomi yang mempengaruhi bidang para nasabah, maka jenis pembiayaan menjadi beragam antara lain :

### a. Berdasarkan keperluannya:

#### 1. Pembiayaan Konsumtif

Pembiayaan ini digunakan oleh peminjam untuk keperluan konsumsi artinya uang pembiayaan akan habis digunakan atau semua akan terpakai untuk membeli kebutuhannya. Dengan demikian pembiayaan ini tidaklah bernilai bila ditinjau dari segi *utility* uang, akan tetapi hanya untuk membantu seseorang memenuhi kebutuhan hidupnya.

#### 2. Pembiayaan Produktif

Pembiayaan yang digunakan untuk peningkatan usaha/produksi/investasi, pembiayaan ini diberikan untuk menghasilkan barang dan jasa. Sebagai contoh: pembiayaan untuk membangun pabrik yang nantinya akan menghasilkan barang,

<sup>4</sup> Muchdarsyah Sinungan, *Manajemen Dana Bank* (Jakarta: Bumi Aksara, 2000), 242.

<sup>5</sup> *Ibid*, 212.

pembiayaan pertanian yang nantinya akan menghasilkan produk pertanian atau pembiayaan pertambangan menghasilkan tambang atau pembiayaan industri lainnya.<sup>6</sup>

### 3. Pembiayaan Profesi

Pembiayaan profesi adalah pembiayaan yang diberikan lembaga dalam rangka membantu para professional (dokter, apoteker, akuntan publik, dosen, konsultan, pengacara, dan lain-lain) untuk mengembangkan profesinya.<sup>7</sup>

#### b. Berdasarkan penggunaannya:

##### 1. Pembiayaan Modal Kerja (PMK)

Pembiayaan modal kerja adalah pembiayaan yang digunakan untuk membiayai kebutuhan modal kerja nasabah bergerak dalam bidang perdagangan sembako, misalnya KMK dapat digunakan untuk pembelian sembako, honor sopir yang mengangkut sembako, pembelian solar untuk perjalanan truk, tagihan listrik dan lain-lain. KMK biasanya berjangka pendek dan disesuaikan dengan jangka waktu perputaran modal kerja nasabah.

##### 2. Pembiayaan Investasi (PI)

Pembiayaan investasi yaitu yang digunakan untuk pengadaan barang modal jangka panjang untuk kegiatan usaha nasabah. Pembiayaan investasi biasanya berjangka menengah atau

<sup>6</sup> Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002), 99.

<sup>7</sup> Lukman Dendawijaya, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2001), 28.

panjang karena nilainya relatif besar dan cara pelunasannya oleh nasabah melalui angsuran.

### 3. Pembiayaan Konsumsi

Pembiayaan konsumsi adalah pembiayaan yang digunakan dalam rangka pengadaan barang atau jasa untuk tujuan konsumsi dan bukan sebagai barang modal dalam kegiatan usaha nasabah.

### 3. Analisis Pembiayaan

Untuk dapat melaksanakan kegiatan pembiayaan secara sehat telah dikenal adanya beberapa prinsip analisis, diantaranya.

#### a. Prinsip 5C, kelima prinsip klasik ini meliputi:

##### (1). *Character*

Lembaga mencari data tentang kepribadian si peminjam, meliputi kebiasaan-kebiasaan, sifat-sifat, cara hidup, keadaan keluarga, hobi, dan sosialnya.

##### (2). *Capacity*

Yaitu suatu penelitian kepada calon debitur mengenai kemampuan melunasi kewajiban-kewajiban dengan kegiatan usaha yang dilakukannya atau kegiatan usaha yang dilakukannya akan dibiayai dengan pembiayaan dari lembaga.

##### (3). *Capital*

Yaitu jumlah dana atau modal yang dimiliki oleh debitur. Analisis ini digunakan untuk menunjang kekuatan nasabah dalam

mengembalikan modal. Semakin banyak modal maka semakin tinggi penilaian dari analisis *capital*.

(4). *Collateral*

Yaitu barang jaminan yang diserahkan oleh peminjam sebagai jaminan atas pembiayaan yang diterima.

(5). *Condition of Economy*

Yaitu situasi dan kondisi politik, sosial, ekonomi, budaya, dan lain yang mempengaruhi keadaan perekonomian pada suatu saat maupun untuk suatu kurun waktu tertentu yang kemungkinan akan dapat mempengaruhi kelancaran usaha yang memperoleh pembiayaan.<sup>8</sup>

b. Analisis pembiayaan model 6A antara lain :

(1). Aspek hukum

Aspek hukum di sini adalah penilaian terhadap keaslian dan keabsahan dokumen-dokumen yang diajukan oleh pemohon pembiayaan.

(2). Aspek pasar dan pemasaran

Aspek pasar dan pemasaran yaitu prospek usaha yang dijalankan oleh pemohon pembiayaan untuk masa sekarang dan akan datang.

(3). Aspek keuangan

Dalam aspek ini yang dinilai dengan menggunakan analisis keuangan adalah aspek keuangan perusahaan yang dilihat dari

<sup>8</sup> Teguh Pudo Muljono, *Manajemen Perpembinaan Bagi Bank Komersial* (Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta, 2001), 10.

laporan keuangan yang termuat dalam neraca dan laporan rugi laba yang ditampilkan dalam aplikasi pembiayaan.

(4). Aspek teknis/operasional

Aspek teknis/operasional adalah aspek teknis operasional dari perusahaan yang mengajukan aplikasi pembiayaan, misalnya mengenai lokasi usaha, kondisi gedung beserta sarana dan prasarana pendukung lainnya.

(5). Aspek manajemen

Penilaian dalam aspek ini adalah untuk menilai pengalaman dari perusahaan yang memohon pembiayaan dalam mengelola kegiatan usahanya, termasuk SDM yang mendukung kegiatan usaha tersebut.

(6). Aspek sosial ekonomi

Untuk melaksanakan penilaian terhadap dampak dari kegiatan usaha yang dijalankan oleh perusahaan yang memohon pembiayaan khususnya bagi masyarakat baik secara ekonomi atau sosial.

4. Pelaksanaan Pembiayaan

Setiap pemberian pembiayaan harus dibuatkan suatu perjanjian tertulis antara lembaga dengan si pemohon pembiayaan. Dalam garis

besarnya tercantum hal-hal yang menyangkut persyaratan pelaksanaan pembiayaan:<sup>9</sup>

- a. Maksimum pembiayaan, yaitu jumlah yang tertera dalam maksimum pembiayaan ini adalah jumlah tertinggi yang diizinkan kepada si penerima.
- b. Jangka waktu, untuk pembiayaan jangka pendek, jangka waktu yang diberikan paling lama untuk pemakaian 1 tahun.
- c. Keperluan pembiayaan, keperluan pembiayaan harus sesuai dengan bidang usaha debitur, berdasarkan target produktifitas yang akan dicapainya.
- d. Bunga atau proporsi, yaitu suatu beban yang dikenakan kepada debitur sebagai akibat dari perjanjian pembiayaan yang dibuat.
- e. Bea materai, maka setiap pemberian pembiayaan dikenakan bea sebesar 0.5% dari maksimal pembiayaan yang diberikan.
- f. Jaminan pembiayaan, dalam jaminan harus dikemukakan secara terperinci, seperti jumlah jaminan, nilai jaminan, dan status pemilikinya.
- g. Asuransi, setiap jaminan pembiayaan sebaiknya diasuransikan sesuai dengan sifat jaminan tersebut. Hal ini dimaksudkan untuk mengamankan risiko bilaman terjadi hal-hal yang tidak diinginkan seperti kebakaran dan lain sebagainya.

---

<sup>9</sup> Budi Rachmat. *Multi Finance Sewa Guna Usaha, Anjak Piutang, Pembiayaan Konsumen* (Jakarta: CV Novindo Pustaka Mandiri, 2002), 25.

## 5. Pengawasan Pembiayaan

Secara spesifik pengertian pengawasan pembiayaan yaitu suatu fungsi manajemen dalam usahanya untuk penjagaan dan pengamatan pembiayaan yang lebih baik dan efisien, guna menghindari terjadinya penyimpangan-penyimpangan pembiayaan yang telah disepakati serta mengusahakan penyusunan administrasi pembiayaan yang benar.<sup>10</sup>

Pengawasan pembiayaan meliputi berbagai aspek atau kegiatan yaitu sebagai berikut :

- a. Adanya administrasi pembiayaan yang memadai dan menggunakan cara-cara mutakhir, seperti penggunaan komputer, *online system*, dan sebagainya.
- b. Keharusan bagi nasabah pembiayaan untuk menyampaikan laporan secara berkala atas jenis-jenis yang telah disepakati dan dituangkan dalam perjanjian pembiayaan, seperti:
  1. Laporan produksi
  2. Laporan penjualan
  3. Laporan utang dan piutang perusahaan
  4. Laporan keuangan (neraca, perhitungan rugi laba, dan lain-lain)
  5. Laporan tenaga kerja
  6. Laporan asuransi aktiva tetap
  7. Laporan izin yang diterima dari instansi

---

<sup>10</sup> Ibid, 459.

- c. Keharusan untuk melaksanakan kunjungan ke perusahaan ataupun proyek yang dibiayai, baik selama berlangsungnya pembangunan proyek maupun setelah proyek tersebut berjalan sebagai suatu usaha bisnis.
- d. Adanya konsultasi yang terstruktur antara perusahaan pemberi pembiayaan (pembiayaan) dengan debitur, terutama jika debitur mulai mengalami kesulitan dalam bisnisnya atau telah menunjukkan tanda-tanda kemungkinan terjadinya kemacetan. Kesulitan tersebut mungkin terjadi pada berbagai masalah, seperti masalah produksi, pemasaran, tenaga kerja, keuangan, perpajakan, dan sebagainya. Konsultasi yang dilakukan secara dini dapat mengurangi atau menekan kemungkinan terjadinya kegagalan proyek/pembiayaan macet.
- e. Adanya suatu sistem peringatan pada administrasi lembaga (umumnya dikelola oleh wirapembiayaan yang menangani nasabah yang bersangkutan), peringatan dini tersebut dapat memperlihatkan kepada wirapembiayaan berbagai informasi tentang nasabah pembiayaan yang berkaitan dengan kepatuhan kepada ketentuan yang telah dibuat dalam perjanjian pembiayaan, misalnya:
- 1). Pengasuransian berbagai aktiva tetap yang dimiliki nasabah, terutama aktiva tetap yang dijadikan acuan (jaminan pembiayaan)
  - 2). Besarnya nilai agunan yang masih ada dibanding dengan nilai sisa pinjaman.

3). Posisi nasabah berdasarkan kolektibilitas pembiayaannya dengan setiap waktu, apakah nasabah ini lancar atau macet. Posisi nasabah ini erat kaitannya dengan sistem pelaporan ke Bank Indonesia dan sangat menentukan dalam penelitian terhadap tingkat kesehatan lembaga yang bersangkutan.

Beberapa pengertian mengenai kategori kolektibilitas pembiayaan berdasarkan ketentuan yang dibuat Bank Indonesia adalah sebagai berikut :

a). Pembiayaan lancar

Pembiayaan lancar yaitu pembiayaan yang tidak mengalami penundaan pengembalian pokok pinjaman dan pembayaran bunga.

b). Pembiayaan kurang lancar

Pembiayaan kurang lancar adalah pembiayaan yang pengembalian pokok pinjaman dan pembayaran bunganya telah mengalami penundaan selama 3 bulan dari waktu yang diperjanjikan.

c). Pembiayaan diragukan

Pembiayaan diragukan adalah pembiayaan yang pengembalian pokok dan pembayaran bunganya telah mengalami penundaan 6 bulan atau 2 kali dari jadwal yang telah diperjanjikan.

d). Pembiayaan macet

Pembiayaan macet adalah pembiayaan yang pengembalian pokok dan pembayaran bunganya telah mengalami penundaan lebih dari 1 tahun sejak jatuh tempo menurut jadwal yang telah diperjanjikan.

Tentunya dalam lembaga keuangan non bank tidak sama persis dengan yang digariskan oleh Bank Indonesia, tetapi kita dapat menjadikannya sebagai landasan awal atau pedoman sehingga dalam pembiayaan kita dapat mengelompokkan debitur menurut lancar dan tidaknya membayar angsuran yang telah disepakati ke dua pihak.

#### 6. Mekanisme Sistem Pembiayaan Sepeda Motor Secara Umum

Secara garis besar, mekanisme pembiayaan sepeda motor secara umum terdapat beberapa langkah, antara lain:

- a) Tahap permohonan kepada *dealer/supplier*
- b) Tahap pembuatan *customer profile*
- c) Tahap pengajuan kepada komite pembiayaan (tahap pemeriksaan dan analisis pembiayaan)
- d) Tahap keputusan komite
- e) Tahap pengecekan dan pemeriksaan lapangan
- f) Tahap pembuatan perjanjian (pengikatan)
- g) Tahap pemesanan sepeda motor
- h) Tahap pembayaran kepada supplier

### **B. Pembiayaan Syari'ah**

#### 1. Pengertian Pembiayaan Syari'ah

Menurut UU No. 10 tahun 1989 pembiayaan syari'ah adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara lembaga keuangan

dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan bagi hasil.<sup>11</sup>

Dari pengertian di atas terlihat bahwa pembiayaan syari'ah dapat berupa uang atau tagihan yang diukur dengan uang baik digunakan dalam kegiatan produktif maupun kegiatan konsumtif.

Menurut penggunaannya pembiayaan syari'ah dapat dibagi menjadi dua yaitu :<sup>12</sup>

- a. Pembiayaan syari'ah produktif, yaitu pembiayaan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan produksi dalam arti luas, yaitu untuk peningkatan usaha, baik usaha produksi, perdagangan, maupun investasi.
- b. Pembiayaan syari'ah konsumtif, yaitu pembiayaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi yang akan habis untuk dipakai memenuhi kebutuhan.

## 2. Macam-macam pembiayaan syari'ah

### a. Pembiayaan *Mudharabah*

*Mudharabah* berasal dari kata *dharb*, berarti memukul atau berjalan. Pengertian memukul atau berjalan ini lebih tepatnya adalah proses seseorang memukulkan kakinya dalam menjalankan usaha. Secara teknis *mudharabah* adalah akad kerjasama usaha antara dua pihak di mana pihak pertama (*shahibul mal*) menyediakan modal,

<sup>11</sup> Kasmir, *Bank dan Keuangan Lainnya* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003), 92.

<sup>12</sup> Zainul Arifin, *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah* (Jakarta: Alfabeta, 2003), 200.

sedangkan pihak kedua menjadi pengelola. Keuntungan usaha dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak. Sedangkan apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian itu bukan kelalaian si pengelola.<sup>13</sup>

Secara umum, *Mudharabah* terbagi menjadi dua jenis, yaitu :<sup>14</sup>

1. *Mudharabah Muthlaqah*, yaitu bentuk kerjasama antara *shohibul mal* dan *mudharib* yang cakupannya sangat luas dan tidak dibatasi oleh spesifikasi jenis usaha, waktu dan daerah bisnis. Pemilik dana memberikan otoritas dan hak sepenuhnya kepada *mudharib* untuk menginvestasikan atau memutar uangnya.
2. *Mudharabah Muqayyadah*, adalah kebalikan dari *mudharabah muthlaqah*, yaitu pemilik dana memberikan batasan kepada *mudharib*. Batasan itu misalnya jenis usaha, jenis investasi, serta pihak-pihak yang diperbolehkan terlibat investasi.

#### b. Pembiayaan *Murabahah* (jual beli)

Menurut Syafi'i Antonio *murabahah* adalah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati.<sup>15</sup> Pada *murabahah* penjual harus memberitahukan harga asal dan menentukan tingkat keuntungan yang diperoleh atas kesepakatan.

Sedangkan menurut Sunarto Zulkifli, "*Bai' Al Murabahah* adalah prinsip jual beli di mana harga jual terdiri dari harga pokok barang

<sup>13</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek* (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), 45.

<sup>14</sup> Ibid, 97.

<sup>15</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Wacana Ulama* (Jakarta: Tazkia Institut, 1999), 121.

ditambah nilai keuntungan yang disepakati”.<sup>16</sup> Dalam akad *murabahah* barang diserahkan pada saat transaksi, sedangkan pembayarannya dapat dilakukan dengan angsuran lebih dikenal dengan *Bai' Bitsaman Ajil*.

c. Pembiayaan *Musyarakah*

*Musyarakah* adalah suatu perkongsian antara dua pihak atau lebih dalam suatu proyek, di mana masing-masing pihak atas segala keuntungan bertanggung jawab akan segala kerugian yang terjadi sesuai dengan penyertaannya masing-masing.<sup>17</sup>

Menurut istilah para fuqaha berbeda redaksi tentang *musyarakah* antara lain :

1. Menurut Sayyad Sabiq, bahwa yang dimaksud dengan *musyarakah* adalah akad antar dua orang berserikat pada pokok harta (modal) dan keuntungan.
2. Menurut Muhammad al-Syarbini al-Khatib, yang dimaksud dengan *musyarakah* adalah ketetapan hal pada dua orang atau lebih dengan cara yang masyhur (diketahui).
3. Shihab al-Din al-Qasyubi wa Umaira, yang dimaksud dengan *musyarakah* adalah penetapan pada hak sesuatu untuk dua orang atau lebih.
4. Idris Ahmad menyebutkan *musyarakah* sama dengan syarikat dagang yaitu dua orang atau lebih sama-sama berjanji yang akan

<sup>16</sup> Sunarto Zulkifli, *Panduan Praktis Perbankan Syariah* (Jakarta: Zikrul Hakim, 2003), 39.

<sup>17</sup> Muhammad, *Sistem dan Prosedur Bank Islam* (Yogyakarta: UII Press, 2000), 9-10.

bekerja sama dalam dagang dengan menyerahkan modal masing-masing di mana keuntungan dan kerugiannya diperhitungkan menurut besar kecilnya modal masing-masing.<sup>18</sup>

Setelah diketahui definisi menurut para ulama, kiranya dapat dipahami yang dimaksud dengan *musyarakah* adalah kerjasama antara dua orang atau lebih dalam usaha, yang mana keuntungan dan kerugiannya ditanggung bersama.

d. Pembiayaan *Bai' Bitsaman Ajil*

*Bai' Bitsaman Ajil* adalah pembiayaan pembelian barang dengan cicilan. Pembiayaan ini dicitil dengan pembiayaan investasi, karena itu jangka pembiayaan tidak lebih dari satu tahun. Lembaga keuangan mendapat keuntungan dari harga barang yang dinaikkan.<sup>19</sup>

- e. *Al Qordul Hasan* yaitu pembiayaan lunak yang diberikan atas dasar kewajiban sosial semata di mana anggota (penerima pembiayaan) tidak dituntut mengembalikan apapun kecuali modal pokok pembiayaan. Namun peminjam berhak memberikan tambahan tertentu pada saat mencicil atau melunasi pembiayaan. Kelebihan dana tersebut akan disalurkan kembali dalam bentuk *qordul hasan* pula.

<sup>18</sup> Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah: Membahas Ekonomi Islam* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002), 125-127.

<sup>19</sup> Imammudin Ladi, *Ekonomi Islam: Sebuah Pengantar* (Yogyakarta: LPPI, 2001), 134.

### 3. Analisis Pembiayaan syari'ah

Analisis pembiayaan syari'ah diperlukan agar memperoleh keyakinan bahwa pembiayaan yang diberikan dapat dikembalikan oleh anggotanya. Pada dasarnya ada dua aspek yang dianalisis:<sup>20</sup>

- a. Analisa terhadap kemauan membayar, disebut analisa kualitatif. Aspek yang dianalisa mencakup karakter atau watak dan komitmen anggota.
- b. Analisa terhadap kemampuan membayar disebut analisa kuantitatif.

Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam menganalisa pembiayaan syari'ah adalah sebagai berikut :

1. Pendekatan jaminan, artinya dalam memberikan pembiayaan selalu memperhatikan kuantitas dan kualitas jaminan yang dimiliki oleh peminjam.
2. Pendekatan karakter, artinya mencermati secara sungguh-sungguh terkait dengan karakter nasabah.
3. Pendekatan kemampuan pelunasan, artinya menganalisa kemampuan nasabah untuk melunasi jumlah pembiayaan yang diambil.
4. Pendekatan dengan studi kelayakan, artinya memperhatikan kelayakan usaha yang dijalankan oleh nasabah.

Tujuan analisis pembiayaan :

Analisis pembiayaan syari'ah memiliki dua tujuan, yaitu tujuan umum dan tujuan khusus. Tujuan umum analisis pembiayaan syari'ah adalah pemenuhan jasa pelayanan terhadap kebutuhan masyarakat dalam

---

<sup>20</sup> Muhammad. *Manajemen Bank Syariah* (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2002), 260.

rangka mendorong dan melancarkan perdagangan, produksi, jasa-jasa, bahwa konsumsi yang kesemuanya ditujukan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat.

Sedangkan tujuan khusus analisis pembiayaan syari'ah adalah :

- a. Untuk menilai kelayakan usaha calon peminjam
  - b. Untuk menekan risiko akibat tidak terbayarnya pembiayaan
  - c. Untuk menghitung pembiayaan yang layak.
4. Teknis Pembiayaan syari'ah
- a. Lembaga *Finance* (lembaga keuangan) bertindak sebagai penjual sementara nasabah sebagai pembeli. Harga jual adalah harga beli lembaga *finance* dari produsen ditambah keuntungan. Kedua pihak harus menyepakati harga jual dan waktu pembiayaan.
  - b. Harga jual dicantumkan dalam akad jual beli dan jika telah disepakati tidak dapat berubah selama berlaku akad. Dalam perbankan, *Murabahah* lazimnya dilakukan dengan cara pembayaran cicilan.
  - c. Dalam transaksi ini bila sudah ada barang diserahkan segera kepada nasabah, sedangkan pembayaran dilakukan secara angsuran tangguh.<sup>21</sup>
5. Pengawasan Pembiayaan syari'ah
- Pembiayaan adalah suatu proses, mulai dari analisis kelayakan pembiayaan sampai pada realisasinya. Namun pembiayaan bukanlah tahap terakhir dari proses pembiayaan. Setelah realisasi pembiayaan, maka perlu

<sup>21</sup> Hari Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah* (Yogyakarta: Ekonomi, 2003), 63.

melaksanakan pengawasan pembiayaan. Aktivitas ini memiliki aspek dan tujuan tertentu:

1. Kekayaan lembaga akan selalu terpantau dan menghindari adanya penyelewengan-penyelewengan baik oknum dari luar maupun dari dalam.
2. Untuk memastikan ketelitian dan kebenaran administrasi di bidang pembiayaan.
3. Untuk memajukan efisiensi di dalam pengelolaan tata laksana usaha di bidang peminjaman dan sarana pencapaian yang ditetapkan.
4. Kebijakan manajemen lembaga akan dapat lebih rapi dan mekanisme dan prosedur pembiayaan akan lebih dipatuhi.

Media pengawasan pembiayaan syari'ah:

- a. Informasi dari luar lembaga

Diupayakan data dari laporan periodik usaha dibiayai baik itu berupa laporan stok, realisasi kerja, dan laporan keuangan. Laporan juga harus dikontrol melalui realisasi kerjanya, jangan hanya berdasarkan formulir laporan keuangan.

- b. Informasi dari dalam lembaga

Penelitian keuangan anggota dalam rekening, sehingga dapat diperoleh gambaran mutasi yang sesungguhnya dan tidak terjadi manipulasi.

- c. Meneliti perputaran yang terjadi di atas debit dan pembiayaan pada beberapa bulan berjalan.

- d. Memberikan tanda pada laporan sehingga dapat diantisipasi jika ada kekeliruan yang lebih besar.
  - e. Memeriksa tanggal-tanggal jatuh tempo yang telah dijadikan realisasi.
  - f. Meneliti buku-buku pembantu atau tambahan dan map-map yang berkaitan dengan peminjaman.
6. Mekanisme Pembiayaan Sepeda Motor Syari'ah

Secara garis besar, mekanisme pembiayaan sepeda motor secara umum terdapat beberapa langkah, antara lain:

- a) Tahap permohonan kepada *dealer/supplier*
- b) Tahap pembuatan *customer profile*
- c) Tahap pengajuan kepada komite pembiayaan (tahap pemeriksaan dan analisis pembiayaan)
- d) Tahap keputusan komite
- e) Tahap pengecekan dan pemeriksaan lapangan
- f) Tahap pembuatan perjanjian (pengikatan)
- g) Tahap pemesanan sepeda motor
- h) Tahap pembayaran kepada *supplier*

### **C. Pengaruh Sistem Layanan Pembiayaan Terhadap Peningkatan Jumlah**

#### **Konsumen/Nasabah**

##### **1. Kepuasan Pelanggan**

Persaingan yang semakin ketat dan kompetitif dewasa ini membuat pelaku pasar lebih berpacu dan terus bersaing untuk dapat bertahan di

dunia bisnisnya karena pelaku bisnis tidak saja dari dalam negeri tapi juga luar negeri, kompetisi ini bisa diibaratkan sebagai "*war of movement*". Yakni dalam segala hal keberhasilan ditentukan pada bagaimana cara perusahaan mengantisipasi pasar dan reaksi cepat terhadap setiap perubahan kebutuhan maupun perilaku konsumen. Dengan adanya situasi persaingan tersebut menyebabkan perusahaan-perusahaan sulit untuk meningkatkan jumlah pelanggan, apalagi di dalam suatu proses pembelian konsumen tidak hanya berhenti sampai proses konsumsi. Konsumen pasti akan melakukan evaluasi terhadap konsumsi yang dilakukannya, sehingga akan timbul perasaan puas atau tidak puas terhadap produk yang telah dikonsumsinya. Di dalam pasar yang sudah ada, terlalu banyak produk dengan berbagai keunggulan serta nilai lebih yang ditawarkan oleh para pesaing. Sehingga sulit bagi perusahaan untuk merebut pangsa pasar pesaing dan alternatif yang lebih baik adalah perlunya melakukan berbagai upaya mempertahankan pasar yang sudah ada. Melalui usaha meningkatkan loyalitas pelanggan serta memberikan nilai lebih berupa pelayanan yang sesuai harapan maupun tuntutan dari konsumen secara terus-menerus.

## **2. Loyalitas Pelanggan**

Jika kita melihat pada loyalitas pelanggan di masa mendatang, maka akan terjadi beberapa kecenderungan yang akan terjadi, yaitu hambatan yang mungkin berlangsung di masa mendatang. Konsep yang sangat bervariasi dari loyalitas pelanggan akan menekankan banyak ide,

strategi dan taktik di masa lalu. Kita dapat mengelompokkan revolusi mikro ini ke dalam tiga kecenderungan makro yang akan mempengaruhi evolusi dari strategi loyalitas pelanggan. Ketiganya akan membawa pemasar ke dalam strategi loyalitas pemasaran dan taktik yang akan meningkatkan kekuatan dan pertumbuhan pada abad ke dua puluh satu. Tiga kecenderungan evolusioner untuk tahun 2006 ini adalah: (Ferguson dan Hlavinka, 2006: 2)

a. Kekuatan jaringan.

Di mana perusahaan memfokuskan pada pelanggan dan lingkungan sebenarnya untuk membangun komunitas pengguna merek mereka. Pemasar biasanya harus memahami kekuatan dialog dengan pelanggan mereka untuk lebih baik memahami kebutuhan dan keinginan mereka. Tetapi pemasar biasanya mendorong hambatan terhadap hubungan dengan konsumen yang juga memahami kekuatan komunitas konsumen. Kekuatan natural dari kekuatan jaringan konsumen ini akan eksis di antara sistem loyalitas pada kecenderungan evolusioner pertama ini.

Pada loyalitas pelanggan, dengan melakukan formasi dan kelompok konsumen maka merupakan salah satu cara untuk mengembangkan serangkaian komunitas di antara merek yang ada. Komunitas akan selalu melibatkan organisasi, tanpa membantu pemasaran, tetapi saat ini, pemasaran yang pintar akan mendorong hambatan yang ada dari loyalitas pelanggan dengan menciptakan

keuntungan unik yang lembut yang akan mendorong pelanggan berhubungan satu dengan lainnya untuk berbagi informasi, berbagai tips dan bahkan akan membawa pada peningkatan penjualan perusahaan. Maka, merupakan hal yang penting bagi pemasar untuk mengasumsikan bahwa mereka dapat melompat dari konsumen yang saling berhubungan tanpa pertama-tama harus membangun sistem loyalitas yang matang dan aktif. Untuk memahami hal ini, maka yang pertama kali harus dilakukan adalah bagaimana melibatkan dan memahami bagaimana sistem jaringan ini saling terhubung.

b. Kekuatan data.

Adalah hal yang benar, bahwa informasi atau data merupakan kekuatan. Kecenderungan evolusioner kita berikutnya adalah kecenderungan pada pengungkitan data loyalitas untuk meningkatkan nilai kompeten inti melalui personalisasi dan pengalaman manajemen pelanggan. Terutama pada bisnis retail, program loyalitas akan memainkan peranan vital dalam kemampuan mengidentifikasi konsumen. Maka data konsumen akan menyediakan bukti dalam mendorong pada model bisnis perusahaan dalam memahami keinginan konsumen sehingga akan menjadikan loyalitas yang semakin meningkat.

c. Kekuatan pemusatan.

Konsep dari pemusatan, maka kecenderungan ketiga dari evolusioner strategi loyalitas menggambarkan pembatasan perilaku,

dan memberikan serangkaian nilai dan kejadian. Dalam istilah teknis, pemusatan terjadi ketika teknologi terlibat secara independen untuk menyelesaikan tugas yang mirip. Misalnya, pemusatan dari telepon (komunikasi suara), komputer (komunikasi data) dan video (komunikasi gambar) menjadi satu jaringan komunikasi yang lebar.

Teknologi yang diciptakan untuk menyelesaikan tugas khusus sekarang dipusatkan untuk membagi sumber data dan menciptakan efisiensi baru. Kita dapat melihat bahwa teknologi terlibat dalam kegiatan pemusatan ini.

