

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Bank Syariah

Bank syariah adalah suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara bagi pihak yang berkelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana untuk kegiatan usaha dan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum Islam. Selain itu bank syariah biasa disebut *Islamic banking* atau *interest free banking*, yaitu suatu sistem perbankan dalam pelaksanaan operasional tidak menggunakan sistem bunga (*riba*), spekulasi (*maisir*), dan ketidakpastian atau ketidakjelasan (*gharar*).¹

Bank syariah sebagai sebuah lembaga keuangan mempunyai mekanisme dasar, yaitu menerima deposito dari pemilik modal (*depositor*) dan mempunyai kewajiban (*liability*) untuk menawarkan pembiayaan kepada investor pada sisi asetnya, dengan pola atau skema pembiayaan yang sesuai dengan syariat Islam. Pada sisi kewajiban, terdapat dua kategori utama, yaitu, *interest free current and saving accounts* dan *investment accounts* yang berdasarkan pada prinsip PLS (*Profit and Loss Sharing*) antara pihak bank

¹ Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), 1-2.

dengan pihak depositor; sedangkan pada sisi aset, yang termasuk di dalamnya adalah segala bentuk pola pembiayaan yang bebas riba dan sesuai prinsip atau standar syariah, seperti *mudharabah*, *musyarakah*, *istisna*, *salam*, dan lain-lain.

Perbankan syariah sebagai bank yang bebas bunga dalam menjual produk-produknya mendapatkan pendapatan berupa bagi hasil, *margin*, biaya administrasi, dan *fee*. Bagi hasil merupakan pendapatan bank dari pembiayaan *mudharabah* dan *musyarakah* yang digulirkan kepada nasabah, *margin* merupakan pendapatan bank dari pembiayaan yang didasarkan pada akad jual beli (*murabahah*, *salam* dan *istisna*), sedangkan *fee* dan biaya administrasi merupakan pendapatan bank dari sektor jasa.

Produk perbankan syariah di bidang jasa ini merupakan salah satu sektor pendapatan yang saat ini dikembangkan oleh bank-bank syariah. Berbagai produk baru dikeluarkan oleh bank dengan terlebih dahulu pihak bank meminta fatwa dari DSN. Pengeluaran produk baru sebagaimana dimaksud juga memerlukan izin dari Bank Indonesia sebagai pemegang otoritas perbankan.²

² Abdul Ghofur Anshori, *Perbankan Syariah di Indonesia* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2009), 152.

B. BPR Syariah

1. Pengertian BPR Syariah

Bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) sebagai salah satu lembaga keuangan perbankan syariah, yang pola operasionalnya mengikuti prinsip-prinsip syariah ataupun muamalah Islam. BPR Syariah didirikan sebagai langkah aktif dalam rangka restrukturisasi perekonomian Indonesia yang dituangkan dalam berbagai paket kebijaksanaan keuangan, moneter, dan perbankan secara umum, dan secara khusus mengisi peluang terhadap kebijaksanaan bank konvensional dalam penetapan tingkat suku bunga (*rate of interest*), yang selanjutnya BPRS secara luas dikenal sebagai sistem perbankan bagi hasil atau sistem perbankan Islam.³

BPR Syariah berdiri berdasarkan UU No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan dan Peraturan Pemerintah (PP) No. 72 Tahun 1992 tentang Bank Berdasarkan Prinsip Bagi Hasil. Pada pasal 1 (butir 4) UU No. 10 Tahun 1998 tentang Perubahan atas UU No.7 Tahun 1992 tentang Perbankan, disebutkan bahwa BPRS adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha

³ Ahmad Rodoni, Abdul Hamid, *Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2008), 38.

berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.⁴

Pelaksanaan BPR yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah selanjutnya diatur menurut Surat Keputusan Direktur Bank Indonesia No. 32/36/KEP/DIR/1999 tanggal 12 Mei 1999 tentang Bank Perkreditan Rakyat Berdasarkan Prinsip Syariah. Dalam hal ini, secara teknis BPR Syariah bisa diartikan sebagai lembaga keuangan sebagaimana BPR konvensional, yang operasinya menggunakan prinsip-prinsip syariah terutama bagi hasil.⁵

2. Tujuan BPR Syariah

Adapun tujuan yang dikehendaki dengan berdirinya BPR Syariah adalah:

- a. Meningkatkan kesejahteraan ekonomi umat Islam, terutama masyarakat golongan ekonomi lemah yang pada umumnya berada di daerah pedesaan.
- b. Menambah lapangan kerja terutama di tingkat kecamatan, sehingga dapat mengurangi arus urbanisasi.

⁴ Ahmad Kamil, Fauzan, *Kitab Undang-undang Hukum Perbankan dan Ekonomi Syariah* (Jakarta: Kencana, 2007), 37-38.

⁵ Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah, Deskripsi dan Ilustrasi*, (Yogyakarta: EKONOSIA, 2005), 83.

- c. Membina semangat ukhuwah Islamiyah melalui kegiatan ekonomi dalam rangka meningkatkan pendapatan per kapita menuju kualitas hidup yang memadai.

3. Produk-produk BPR Syariah

a) Mobilisasi Dana Masyarakat

Bank akan mengerahkan dana masyarakat dalam berbagai bentuk seperti menerima simpanan *wadi'ah*, adanya fasilitas tabungan dan deposito berjangka. Fasilitas ini dapat digunakan untuk menitip *shadaqah*, *infaq*, zakat, persiapan ongkos naik haji (ONH), dan lain-lain.

1. Simpanan *Amanah*

Bank menerima titipan amanah berupa dana *infaq*, *shadaqah* dan zakat. Akad penerimaan titipan ini adalah *wadi'ah* yakni titipan yang tidak menanggung resiko. Bank akan memberikan kadar *profit* dari bagi hasil yang didapat melalui pembiayaan kepada nasabah.⁶

2. Tabungan *Wadi'ah*

Bank menerima tabungan pribadi maupun badan usaha dalam bentuk tabungan bebas. Akad penerimaan yang digunakan sama yakni *wadi'ah*. Bank akan memberikan kadar *profit* kepada nasabah yang dihitung harian dan dibayar setiap bulan.

⁶ Heri Sudarsono, 84.

3. Deposito *Wadi'ah* / deposito *Mudharabah*

Bank menerima deposito berjangka pribadi maupun badan usaha. Akad penerimaannya *wadi'ah* atau *mudharabah*, dimana bank menerima dana yang digunakan sebagai penyertaan sementara dalam jangka 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan, 12 bulan, dan seterusnya. Deposan yang menggunakan akad *wadi'ah* mendapat nisbah bagi hasil keuntungan lebih kecil dari *mudharabah* bagi hasil yang diterima dalam pembiayaan nasabah setiap bulan.⁷

b) Penyaluran Dana

1. Pembiayaan *Mudharabah*

Perjanjian antara pemilik dana (pengusaha) dengan pengelola dana (bank) yang keuntungannya dibagi menurut rasio sesuai dengan kesepakatan. Jika mengalami kerugian maka pengusaha menanggung kerugian dana, sedangkan bank menanggung pelayanan materiil dan kehilangan imbalan kerja.

2. Pembiayaan *Musyarakah*

Perjanjian antara pengusaha dengan bank, dimana modal kedua pihak digabungkan untuk sebuah usaha yang dikelola bersama-sama. Keuntungan dan kerugian ditanggung bersama sesuai kesepakatan awal.

⁷ Ibid, 85-86.

3. Pembiayaan *Bai' Bitsaman Ajil*

Proses jual beli antara bank dan nasabah, dimana bank menalangi lebih dulu pembelian suatu barang oleh nasabah, kemudian nasabah akan membayar harga dasar barang dan keuntungan yang disepakati bersama.

4. Pembiayaan *Murabahah*

Perjanjian antara bank dan nasabah, dimana bank menyediakan pembiayaan untuk pembelian bahan baku atau modal kerja yang dibutuhkan nasabah, yang akan dibayar kembali oleh nasabah sebesar harga jual bank (harga beli bank plus margin keuntungan saat jatuh tempo).⁸

5. Pembiayaan *Qardhul Hasan*

Perjanjian antara bank dan nasabah yang layak menerima pembiayaan kebajikan, dimana nasabah yang menerima hanya membayar pokoknya dan dianjurkan untuk memberikan ZIS.

6. Pembiayaan *Istishna'*

Pembiayaan dengan prinsip jual beli, dimana BPR Syariah akan membelikan barang kebutuhan nasabah sesuai kriteria yang telah ditetapkan nasabah dan menjualnya kepada nasabah dengan harga jual sesuai kesepakatan kedua belah pihak dengan jangka waktu serta mekanisme

⁸ Ibid, 87.

pembayaran atau pengembalian disesuaikan dengan kemampuan atau keuangan nasabah.

7. Pembiayaan *Al-Hiwalah*

Pengambil alihan hutang nasabah kepada pihak ketiga yang telah jatuh tempo oleh BPR Syariah, dikarenakan nasabah belum mampu untuk membayar tagihan yang seharusnya digunakan untuk melunasi hutangnya. Pembiayaan ini menggunakan prinsip pengambil alihan hutang, dimana BPR Syariah dalam hal ini akan mendapatkan *ujroh* atau *fee* dari nasabah yang besar dan cara pembayarannya berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak.

C. Produk Pembiayaan

Dalam arti sempit, pembiayaan dipakai untuk mendefinisikan pendanaan yang dilakukan oleh lembaga pembiayaan seperti bank syariah kepada nasabah. Pembiayaan secara luas berarti *financing* atau pembelanjaan yaitu pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun dikerjakan oleh orang lain.

Menurut M. Syafi'I Antonio menjelaskan bahwa pembiayaan merupakan salah satu tugas pokok bank yaitu pemberian fasilitas dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang merupakan *deficit unit*. Sedangkan menurut UU No. 10 tahun 1998 tentang Perbankan menyatakan Pembiayaan berdasarkan prinsip syariah adalah penyediaan uang atau tagihan yang

dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.⁹

Hubungan pemberi pembiayaan dan penerima pembiayaan merupakan kerja sama yang saling menguntungkan, yang diartikan pula sebagai kehidupan tolong-menolong sebagaimana firman Allah SWT yang berbunyi:

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ
وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٥١﴾

“Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.”¹⁰

1. Pembiayaan *Murabahah*

a. Pengertian Pembiayaan *Murabahah*

Murabahah (*al-bai' bi tsaman ajil*) lebih dikenal sebagai *murabahah* saja. *Murabahah*, yang berasal dari kata *ribhu* (keuntungan), adalah transaksi

⁹ “Definisi Pembiayaan”, <http://gokmat20.blogspot.com/2010/07/.html>. Diakses tanggal 16 April 2012.

¹⁰ QS. Al-Ma'idah (5): 2.

jual-beli dimana bank menyebutkan jumlah keuntungannya. Bank bertindak sebagai penjual, sementara nasabah sebagai pembeli. Harga jual adalah harga beli bank dari pemasok ditambah keuntungan (*margin*).

Kedua belah pihak harus menyepakati harga jual dan jangka waktu pembayaran. Harga jual dicantumkan dalam akad jual beli dan jika telah disepakati tidak dapat berubah selama berlakunya akad. Dalam perbankan, murabahah selalu dilakukan dengan cara pembayaran cicilan (*bi tsaman ajil*, atau *muajjal*). Dalam transaksi ini barang diserahkan segera setelah akad, sementara pembayaran dilakukan secara tangguh atau cicilan.¹¹

b. Landasan Hukum

1) Al-Qur'an

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ
الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا
وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى
فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ
هُم فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

¹¹ Adiwarmar Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), 98.

“Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka Berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah Telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang Telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang Telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.”¹²

2) Hadis

حَدَّثَنَا الْعَبَّاسُ بْنُ الْوَلِيدِ الدَّمَشَقِيُّ. ثَنَا مَرْوَانُ بْنُ مُحَمَّدٍ. ثَنَا عَبْدُ الْعَزِيزِ
ابْنُ مُحَمَّدٍ، عَنْ دَاوُدَ بْنِ صَالِحِ الْمَدَنِيِّ، عَنْ أَبِيهِ؛ قَالَ: سَمِعْتُ أَبَا سَعِيدِ
الْخُدْرِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: إِنَّمَا
الْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ،

“Mewartakan kepada saya Al-‘Abbas bin Al-Walid al-Damasyqiy, Mewartakan kepada saya Marwan bin Muhammad, Mewartakan kepada saya ‘Abdul ‘Aziz Bin Muhammad, dari Dawud bin Shalih al-Madaniy, dari bapaknya, dia berkata: Saya mendengar Abu Sa’id Al-Khudriy ra. bahwa Rasulullah SAW bersabda: “Sesungguhnya jual beli itu hanya boleh dilakukan dengan kerelaan kedua belah pihak”.¹³

3) Kaidah Fiqh

الأصل في المعاملات الإباحة إلا أن يدل دليل على تحريمها

“Pada dasarnya, semua bentuk muamalah boleh dilakukan kecuali bila ada dalil yang mengharamkannya.”¹⁴

¹² QS. Al-Baqarah (2): 275.

¹³ Ibnu Majah, *Sunan Ibnu Majah*, terj. Abdullah Shonhaji (Semarang: CV Asy Syifa’, 1993), 38-39.

¹⁴ Beni Ahmad Saebani, *Ilmu Ushul Fiqh* (Bandung: Pustaka Setia, 2008), 223.

c. Ketentuan umum *murabahah* dalam bank syariah

- 1) Bank dan nasabah harus melakukan akad *murabahah* yang bebas riba.
- 2) Barang yang diperjualbelikan tidak diharamkan oleh syariah Islam.
- 3) Bank membiayai sebagian atau seluruh harga pembelian barang yang telah disepakati kualifikasinya.
- 4) Bank membeli barang yang diperlukan nasabah atas nama bank sendiri, dan pembelian ini harus sah dan bebas riba.
- 5) Bank harus menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian, misalnya jika pembelian dilakukan secara hutang.
- 6) Bank kemudian menjual barang tersebut kepada nasabah (pemesan) dengan harga jual senilai harga beli plus keuntungannya. Dalam kaitan ini Bank harus memberitahu secara jujur harga pokok barang kepada nasabah berikut biaya yang diperlukan.
- 7) Nasabah membayar harga barang yang telah disepakati tersebut pada jangka waktu tertentu yang telah disepaki.
- 8) Untuk mencegah terjadinya penyalahgunaan atau kerusakan akad tersebut, pihak bank dapat mengadakan perjanjian khusus dengan nasabah.

- 9) Jika bank hendak mewakilkan kepada nasabah untuk membeli barang dari pihak ketiga, akad jual beli murabahah harus dilakukan setelah barang, secara prinsip menjadi milik bank.¹⁵

2. Pembiayaan *Mudharabah*

a) Pengertian *Mudharabah*

Mudharabah berasal dari kata *dharb*, artinya memukul atau berjalan. Secara teknis *mudharabah* adalah akad kerja sama usaha antara dua pihak, dimana pihak pertama (*shahibul mal*) dalam hal ini adalah bank, menyediakan seluruh (100%) modal, sedang pihak lainnya menjadi pengelola (*mudharib*) yang dalam hal ini adalah nasabah.

Keuntungan usaha secara *mudharabah* dibagi menurut kesepakatan dalam kontrak, sedangkan kerugian ditanggung oleh pemilik modal (bank) selama kerugian itu bukan akibat kelalaian pengelola (nasabah). Seandainya kerugian itu diakibatkan karena kecurangan atau kelalaian pengelola, maka pengelola harus bertanggung jawab atas kerugian tersebut.¹⁶

¹⁵ "Murabahah", <http://id.wikipedia.org/wiki/> . diakses tanggal 16 April 2012.

¹⁶ Veithzal Rivai, *Islamic Financial Management* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), 123.

b) Jenis *Mudharabah*

1. *Mudharabah Muthlaqah*

Pemilik dana (*shahibul mal*) memberikan keleluasaan penuh kepada pengelola (*mudharib*) dalam menentukan jenis usaha atau pola pengelolaan yang dianggapnya baik dan menguntungkan sepanjang tidak bertentangan dengan ketentuan syariah.

2. *Mudharabah Muqayyadah*

Pemilik dana memberikan batasan-batasan kepada pengelola usaha dengan menetapkan jenis usaha yang harus dikelola, jangka waktu pengelolaan, lokasi usaha, dan sebagainya.

c) Landasan Hukum

1) Al-Quran

وَأَخْرُونَ يَصْرِبُونَ فِي الْأَرْضِ يَبْتَغُونَ مِنْ فَضْلِ اللَّهِ

“Dan orang-orang yang berjalan di muka bumi mencari sebagian karunia Allah.”¹⁷

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ

وَأَذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿٢٠﴾

¹⁷ QS. Al-Mujammil (73):20.

“Apabila Telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.”¹⁸

2) Al-Hadis

حَدَّثَنَا الْحَسَنُ عَلَى الْخَلَّالِ. ثَنَا بَسْرُ بْنُ ثَابِتِ الْبَزَّارِ. ثَنَا نَصْرُ بْنُ الْقَاسِمِ، عَنْ عَبْدِ الرَّحْمَنِ (عَبْدِ الرَّحِيمِ) بْنِ دَاوُدَ، عَنْ صَالِحِ بْنِ صُهَيْبٍ، عَنْ أَبِيهِ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: ثَلَاثٌ فِيهِنَّ الْبَرَكَاتُ الْبَيْعُ إِلَى أَجَلٍ وَالْمُقَارَضَةُ وَأَخْطَاؤُ الْبُرِّ بِالشَّعِيرِ لَا لِلْبَيْعِ

“Mewartakan kepada saya Hasan Ali al-Khalal, mewartakan kepada saya Basyar bin Tsabit al-Bazzar, mewartakan kepada saya Nashr bin al-Qasim, dari ‘Abdur Rahman (‘Abdur Rahim) bin Dawud, dari Shalih Bin Shuhaib dari Bapaknya, beliau berkata: bahwa Rasulullah bersabda: Tiga hal yang di dalamnya terdapat keberkahan, Jual beli secara tangguh (*Murabahah*), *Muqaradhah* (*Mudharabah*), dan mencampur gandum dengan tepung untuk kepentingan rumah bukan untuk diperjual belikan.”¹⁹

3. Pembiayaan *Musyarakah*

a) Pengertian *Musyarakah*

Istilah lain dari *musyarakah* adalah *syarikah* atau *syirkah*.

Musyarakah adalah kerjasama antara kedua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana

¹⁸ QS. Al-Jumu'ah (62): 10.

¹⁹ Ibnu Majah, *Sunan Ibnu Majah*, terj. Abdullah Shonhaji (Semarang: CV Asy Syifa', 1993), III:121-122.

dengan keuntungan dan risiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.²⁰

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

b) Landasan Hukum

1. Al-Qur'an:

فَهُمْ شُرَكَاءٌ فِي الثُّلُثِ

“Maka mereka berserikat pada sepertiga.”²¹

وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي بَعْضُهُمْ عَلَى بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ

“Dan, sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebagian mereka berbuat dzalim kepada sebagian yang lain kecuali orang yang beriman dan mengerjakan amal saleh.”²²

²⁰ Heri Sudarsono, 67-69.

²¹ QS. an-Nisaa' (4): 12.

²² QS. Shaad (38): 24.

2. Al-Hadits:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَفَعَهُ قَالَ: إِنَّ اللَّهَ يَقُولُ: أَنَا ثَالِثُ الشَّرِيكِينَ مَا لَمْ يَخُنْ أَحَدُهُمَا صَاحِبَهُ فَإِذَا خَانَ خَانَهُ خَرَجْتُ مِنْ بَيْنَهُمَا

“Dari Abu Hurairah ra, dinyatakan marfu’ dia berkata, “Sesungguhnya Allah berfirman, “Aku pihak ketiga dari kedua orang yang berserikat selama salah satunya tidak mengkhianati lainnya, maka jika salah satunya berkhianat kepada lainnya, Aku keluar dari mereka”.²³

c) Teknik perbankan

1. Bentuk umum dari usaha bagi hasil *musyarakah* (*syirkah* atau *syarikah* atau serikat atau kongsi). Transaksi *musyarakah* dilandasi adanya keinginan para pihak yang bekerjasama untuk meningkatkan nilai aset yang mereka miliki secara bersama-sama.
2. Termasuk dalam golongan *musyarakah* adalah bentuk usaha yang melibatkan dua pihak atau lebih dimana mereka secara bersama-sama memadukan seluruh bentuk sumber daya baik yang berwujud maupun tidak berwujud.
3. Secara spesifikasi bentuk kontribusi dari pihak yang bekerjasama dapat berupa dana, barang perdagangan (*trading asset*),

²³ Abu Dawud, *Sunan Abi Dawud*, terj. Boy Arifin dan Syinqithy Djamaluddin (Semarang: CV Asy Syifa’, 1993), IV: 33-34.

kewiraswastaan (*entrepreneurship*), kepandaian (*skill*), kepemilikan (*property*), peralatan (*equipment*) atau *intangible asset*, seperti hak paten atau *goodwill*, kepercayaan reputasi (*credit worthiness*) dan barang-barang lainnya yang dapat dinilai dengan uang.

4. Dengan merangkum seluruh kombinasi dan bentuk kontribusi masing-masing pihak dengan atau tanpa batasan waktu menjadikan produk ini sangat fleksibel.

d) Ketentuan umum

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

- 1) Menggabungkan dana proyek dengan dana pribadi.
- 2) Menjalankan proyek *musyarakah* dengan pihak lain tanpa izin pemilik modal lainnya.
- 3) Setiap pemilik modal dapat mengalihkan penyertaannya atau digantikan oleh pihak lain.
- 4) Setiap pemilik modal dianggap mengakhiri kerjasama apabila; menarik diri dari perserikatan, meninggal dunia dan menjadi tidak cakap hukum.

- 5) Biaya yang timbul dalam pelaksanaan proyek dan jangka waktu proyek harus diketahui bersama, keuntungan dibagi sesuai dengan porsi kontribusi modal.
- 6) Proyek yang akan dijalankan harus disebutkan dalam akad. Setelah proyek selesai nasabah mengembalikan dana tersebut bersama bagi hasil yang telah disepakati untuk bank.²⁴

4. Pembiayaan *Ijarah*

a) Pengertian *Ijarah*

Ijarah berarti sewa, jasa atau imbalan, yaitu akad yang dilakukan atas dasar suatu manfaat dengan imbalan jasa.²⁵ Menurut Sayyid Sabiq, *Ijarah* adalah suatu jenis akad yang mengambil manfaat dengan jalan penggantian.²⁶

Dengan demikian pada hakikatnya *ijarah* adalah penjualan manfaat yaitu pemindahan hak guna (manfaat) atas suatu barang dan jasa dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa atau upah tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan barang itu sendiri. Akad *ijarah* tidak ada

²⁴ Heri Sudarsono, 70.

²⁵ Habib Nazir & Muh. Hasan, *Ensiklopedi Ekonomi dan Perbankan Syari'ah*, (Bandung: Kaki Langit, 2004), 246.

²⁶ Sayyid Sabiq, *Fiqh al-Sunnah Jilid 3* (Beirut: Dar al-Kitab al-Araby, 1983), 177.

perubahan kepemilikan tetapi hanya perpindahan hak guna saja dari yang menyewakan kepada penyewa.

b) *Jenis Ijarah*

1. Ijarah yang berhubungan dengan sewa jasa, yaitu mempekerjakan jasa seseorang dengan upah sebagai imbalan jasa yang disewa. Pihak yang mempekerjakan disebut mustajir, pihak pekerja disebut ajir dan upah yang dibayarkan disebut ujarah.
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) pada bisnis konvensional. Pihak yang menyewa (*lessee*) disebut mustajir, pihak yang menyewakan (*lessor*) disebut mu'jir/muajir dan biaya sewa disebut ujarah.

Ijarah bentuk pertama banyak diterapkan dalam pelayanan jasa perbankan syari'ah, sementara ijarah bentuk kedua biasa dipakai sebagai bentuk investasi atau pembiayaan di perbankan syari'ah.²⁷

²⁷ Ascarya, *Akad dan Produk Syari'ah* (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada , 2007), 99.

c) Landasan Hukum *Ijarah*

1) Al-Quran

وَإِنْ أَرَدْتُمْ أَنْ تَسْتَرْضِعُوا أَوْلَادَكُمْ فَلَا جُنَاحَ عَلَيْكُمْ إِذَا سَلَّمْتُمْ مَا
ءَاتَيْتُمْ بِالْعُرْفِ وَأَنْتُمْ بِاللَّهِ وَآعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ مِمَّا تَعْمَلُونَ بَصِيرًا ﴿٢٣٣﴾

“Dan jika kamu ingin anakmu disusukan oleh orang lain, tidak dosa bagimu apabila kamu memberikan pembayaran menurut yang patut. Bertaqwalah kepada Allah; dan ketahuilah bahwa Allah Maha Melihat apa yang kamu kerjakan.”²⁸

2) Hadis

حَدَّثَنَا الْعَبَّاسُ بْنُ الْوَلِيدِ الدَّمَشْقِيُّ، ثَنَا وَهْبُ بْنُ سَعِيدِ بْنِ عَطِيَّةِ السَّلْمِيُّ.
ثَنَا 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 عِرْقُهُ".

“Mewartakan kepada saya al-‘Abbas bin al-Walid al-Damasyki, mewartakan kepada saya Wahab bin Sa’id bin ‘Athiyah al-Salma, mewartakan kepada saya ‘Abdur Rahman bin Zaid bin Aslam, dari Bapakny, dari Abdullah bin Umar; dia berkata: Rasulullah SAW bersabda: Berikanlah upah pekerja sebelum kering keringatnya” (HR. Ibnu Majah)²⁹

²⁸ QS. Al-Baqarah (2): 233.

²⁹ Ibnu Majah, *Sunan Ibnu Majah*, terj. Abdullah Shonhaji, (Semarang: CV Asy Syifa’, 1993), III: 250.

D. Strategi Pemasaran

1. Pengertian Strategi

Strategi adalah langkah-langkah yang harus dilakukan oleh suatu perusahaan atau lembaga keuangan untuk mencapai tujuan. Kadangkala langkah itu sulit, tetapi ada pula yang sangat mudah.³⁰

2. Pengertian Pemasaran

Pemasaran (*marketing*) adalah kegiatan kelangsungan aliran barang dan atau jasa dari produsen kepada konsumen atau pengguna. Philip Kotler mendefinisikan pemasaran sebagai suatu proses sosial dan manajerial di mana individu atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain.³¹

Pemasaran juga diartikan sebagai kegiatan meneliti kebutuhan dan keinginan konsumen, menghasilkan barang dan jasa sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen (*product*), menentukan tingkat harga (*price*), mempromosikan agar produk dikenal konsumen (*promotion*), dan mendistribusikan produk ke tempat (*place*).

³⁰ Abas Sunarya, et. al. *Kewirausahaan* (Yogyakarta: ANDI Offset, 2011), 236.

³¹ Ibid, 225.

3. Tujuan Pemasaran

Tujuan pemasaran adalah bagaimana agar barang dan jasa atau produk yang dihasilkan oleh perusahaan dapat disukai, dibutuhkan, dan dibeli oleh konsumen.

4. Pengertian Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Dengan kata lain, strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan atau lembaga keuangan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.³²

5. Bauran Pemasaran

Strategi pemasaran yang berhasil pada umumnya ditentukan dari satu atau beberapa variabel *marketing mix*-nya (bauran pemasaran). Jadi perusahaan dapat mengembangkan strategi produk (*product*), strategi harga (*price*), strategi distribusi (*place*) atau strategi promosi (*promotion*) (4-P),

³² Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2004), 167-169.

atau mengkombinasikan variabel-variabel tersebut ke dalam suatu rencana strategi yang menyeluruh.

a) Strategi Produk

Produk adalah sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen atau pengguna. Pengertian produk menurut Philip Kotler adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, untuk dibeli, digunakan atau dikonsumsi, sehingga dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan. Produk yang akan dijual atau ditawarkan harus dikenal oleh konsumen. Dalam strategi ini yang harus dipertimbangkan adalah yang berkaitan dengan produk secara utuh dan terpadu, mulai dari merek dan nama produk, bentuk, isi, karakteristik, kualitas.³³

b) Strategi Harga

Harga merupakan sejumlah nilai yang harus dibayar oleh konsumen untuk membeli dan menikmati barang atau jasa yang ditawarkan. Penentuan strategi harga sangat penting untuk diperhatikan mengingat harga produk merupakan salah satu penyebab laku atau tidaknya produk atau jasa yang ditawarkan. Strategi harga yang salah akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan dan berakibat tidak lakunya produk tersebut di pasar. Harga

³³ Abas Sunarya, 240.

yang ditetapkan harus disesuaikan dengan tujuan perusahaan atau pengusaha.³⁴

c) Strategi tempat atau distribusi

Distribusi adalah cara pengusaha menyalurkan produknya mulai dari produsen sampai ke konsumen akhir. Distribusi dapat juga diartikan sebagai cara memilih dan menentukan metode dan jalur distribusi yang akan dipakai dalam penyaluran produk ke pasar tujuan. Dalam strategi ini yang perlu dipertimbangkan adalah berapa jalur atau rantai distribusi atau tingkat yang diperlukan dalam penyaluran produk. Semakin pendek jalur atau rantai distribusi yang dilalui suatu produk maka akan semakin efisien dan efektif (tepat sasaran dan tepat waktu). Kelambatan dalam waktu penyaluran produk, akan berakibat kesempatan diambil oleh pesaing. Untuk itu lembaga keuangan harus mampu memilih strategi yang tepat dalam strategi distribusi produk.³⁵

Dalam strategi saluran distribusi terhadap beberapa tujuan yang hendak dicapai pengusaha. Strategi distribusi yang tepat akan memberi manfaat sebagai berikut:

1. Melayani nasabah secara tepat.
2. Menjaga mutu produk agar tetap stabil.

³⁴ Ibid, 241.

³⁵ Ibid, 244-245.

3. Menghemat biaya.
4. Menghindari para pesaing terdekat.

d) Strategi Promosi

Kegiatan ini sama pentingnya dengan tiga kegiatan sebelumnya. Dalam kegiatan ini setiap pengusaha berusaha mempromosikan produk dan atau jasa yang dimilikinya, baik langsung maupun tidak langsung. Tanpa promosi, pelanggan tidak akan mengenal produk atau jasa yang ditawarkan. Untuk itu promosi merupakan sarana paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan konsumen atau nasabah.³⁶

Setidaknya ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan pengusaha atau lembaga keuangan dalam mempromosikan produk maupun jasanya. Empat macam sarana promosi itu adalah:

- 1) *Periklanan (advertising)*. Iklan dapat dipasang di berbagai media, seperti:
 - a. Pemasangan billboard di jalan. Tempat atau lokasi yang strategis.
 - b. Pencetakan brosur yang ditempel atau disebar di setiap pusat pembelian atau tempat-tempat strategis.
 - c. Pemasangan spanduk di jalan, tempat atau lokasi yang dianggap strategis.

³⁶ Abas Sunarya, 246.

- d. Pemasangan iklan melalui media cetak seperti koran, majalah, tabloid, buku, dan lain sebagainya.
 - e. Pemasangan iklan melalui media elektronik, seperti internet, radio, televisi, film, dan sebagainya.
- 2) *Promosi penjualan (sales promotion)*, bertujuan untuk meningkatkan penjualan atau peningkatan jumlah pelanggan. Promosi ini dilakukan untuk menarik pelanggan agar membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Agar pelanggan tertarik untuk membeli maka promosi harus dibuat semenarik mungkin.
- 3) *Publisitas (publicity)*, kegiatan untuk memancing *pelanggan* melalui kegiatan, seperti pameran, bakti sosial, dan berbagai kegiatan lain. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan pamor perusahaan di mata konsumen atau nasabah.
- 4) *Penjualan pribadi (personal selling)*. Penjualan produk yang dilakukan secara langsung oleh *salesman* dan atau *salesgirl* secara *door to door*, dari pintu ke pintu.³⁷

³⁷ Sunarya, 247.

6. Tahap-tahap dalam Strategi Pemasaran

a. Tahap Perkenalan

Pertumbuhan penjualan ditandai hasil yang lambat dalam mencapai target pemasaran dan keuntungan. Pertumbuhan yang lambat disebabkan oleh beberapa hal, yaitu :³⁸

- 1) Kelambatan dalam perluasan kapasitas produksi.
- 2) Masalah teknis.
- 3) Kelambatan dalam penyediaan produk untuk konsumen atau nasabah terutama di bidang distribusi.
- 4) Keengganan konsumen untuk mengubah pola kebiasaan.

Pada tahap ini perusahaan cenderung menjual barangnya lebih tinggi dan membatasi produk, alasannya ongkos produksi yang masih tinggi, masalah teknologi yang belum sepenuhnya dapat diatasi, dan biaya promosi tinggi.³⁹

b. Tahap Pertumbuhan

Pada tahap pertumbuhan setelah adanya pengenalan produk, konsumen mulai merasakan kepuasan atas produk yang ditawarkan

³⁸ Syafrizal Helmi, "strategi-pemasaran-pada-tahap-siklus-kehidupan-produk" <http://shelmi.wordpress.com/2010/01/08/> // diakses tanggal 27 Januari 2012.

³⁹ Philip Kotler, Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, terj. Imam Nurmawan (Jakarta: Erlangga, 1997), 327.

kemudian ia datang lagi untuk membelinya. Maka secara otomatis penjualan akan meningkat. Tahap pertumbuhan ditandai dengan:

1. Terdapat pesaing yang memasuki pasar.
2. Perusahaan mengadakan perbaikan terhadap produk yang telah diluncurkan.
3. Harga produk cenderung tetap.
4. Penjualan meningkat secara cepat.

Langkah strategi yang diambil adalah bagaimana terus mempertahankan pertumbuhan selama mungkin. Cara-cara yang dapat dilakukan, antara lain:

1. Meningkatkan kualitas produk, menambah model, atau ciri-ciri produk yang lain.⁴⁰
2. Mencari segmen pasar lain.
3. Mencari saluran distribusi yang baru untuk memperbesar distribusi.
4. Periklanan sudah bukan untuk perkenalan tapi mengajak untuk meyakinkan

⁴⁰ Nengsih, "*strategi-pemasaran-untuk-setiap-tahapan-siklus-hidup-produk*", <http://kasusmanajemen.wordpress.com/2011/09/02/> / diakses tanggal 27 Januari 2012.

c. Tahap Kedewasaan

Perusahaan tidak lagi mengadakan perbaikan pada produknya atau usaha untuk meningkatkan penjualan, maka volume penjualan kadang cenderung tetap bisa juga turun.⁴¹ Strategi yang dapat diambil :

1. Modifikasi Pasar yaitu perusahaan berusaha menemukan pembeli-pembeli baru bagi produknya.
2. Modifikasi Produk yaitu modifikasi dengan cara mengubah sifat-sifat produk yang dapat menarik pembeli baru. Cara yang biasa dilakukan antara lain : perbaikan kualitas produk, perbaikan ciri produk, perbaikan corak.
3. Modifikasi marketing mix yaitu modifikasi yang dilakukan manajer, mempertimbangkan untuk mengubah elemen-elemen marketing mix untuk mendorong penjualan.

d. Tahap Kemunduran

Tahap kemunduran ini terjadi bila :

- 1) Perubahan selera konsumen
- 2) Perubahan kegiatan pesaing
- 3) Kebijakan untuk meninggalkan produk oleh perusahaan.

⁴¹ Nengsih, "*strategi-pemasaran-untuk-setiap-tahapan-siklus-hidup-produk*", <http://kasusmanajemen.wordpress.com/2011/09/02/> / diakses tanggal 27 Januari 2012.

Strategi yang dapat dilakukan :

- a) Mencari produk yang lemah dipasaran kemudian kita ambil kekuatannya untuk dimodifikasi.
- b) Membangkitkan lagi produk tersebut.
- c) Meninggalkan produk sampai tidak ada yang membeli atau menjualnya ke perusahaan lain dengan lisensi.