

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Pengertian Pembiayaan

Pembiayaan merupakan pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan.<sup>10</sup> Pengertian pembiayaan menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah adalah penyediaan dana atau tagihan yang dipersamakan dengan hal itu berupa:

- a) transaksi bagi hasil dalam bentuk mudharabah dan musyarakah
- b) transaksi sewa-menyewa dalam bentuk ijarah atau sewa beli dalam bentuk ijarah muntahiya bittamlik
- c) transaksi jual beli dalam bentuk piutang murabahah, salam, dan istishna transaksi pinjam meminjam dalam bentuk piutang qardh
- d) transaksi sewa-menyewa jasa dalam bentuk ijarah untuk transaksi multijasa, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara Bank Syariah atau UUS dan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai atau diberi fasilitas dana untuk mengembalikan dana setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan ujarah, dan bagi hasil.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> Muhammad, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, (Yogyakarta: UPP. AMN YKPN, 2002), 17.

<sup>11</sup> UU No. 21 Tahun 2008 sebagai revisi UU No. 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan Syariah, Pasal 1 ayat 25

Pembiayaan pembiayaan yang saling berhubungan dengan kredit prinsip syariah yaitu penyediaan uang yang saling berhubungan berdasarkan kesepakatan pinjam meminjam dengan bank dan pihak lain, ouhak peminjam untuk melunasinya hutang setelah jangka waktu dengan pemberian bagi hasil. Pembiayaan juga dapat diartikan dengan penyediaan dana atau tagihan<sup>12</sup>dengan kata lain, pembiayaan adalah pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan.

## **B. Unsur Pembiayaan**

Pembiayaan pada dasarnya diberikan atas dasar kepercayaan, dengan demikian pemberian pembiayaan adalah pemberian kepercayaan. Hal ini berarti bahwa prestasi yang diberikan benar-benar harus dapat diyakini dapat dikembalikan oleh penerima pembiayaan sesuai dengan waktu dan syarat-syarat yang telah disepakati bersama. Berdasarkan hal diatas unsur-unsur dalam pembiayaan tersebut adalah :<sup>13</sup>

- a) Adanya dua pihak, yaitu pemberian pembiayaan (*shaibul maal*) dan penerima pembiayaan (*mudharib*).
- b) Adanya kepercayaan shaibul maal kepada mudharib yang didasarkan atas prestasi yaitu prestasi mudharib
- c) Adanya persetujuan, berupa kesepakatan pihak shaibul maal dengan pihak lainnya yang berjanji membayar dari mudharib kepada shaibul maal.

---

<sup>12</sup> Wangsawidjaja, *Pembiayaan Bank Syariah*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum, 2012), 78.

<sup>13</sup> Veitzal Rival & Arviyan Arifin, *Islamic Banking: Sebuah Teori, Konsep, dan Aplikasi* (Jakarta : Sinaar Grafika Offset, 2010), 698.

### **C. Fungsi Pembiayaan**

Pembiayaan berfungsi dan bertujuan meningkatkan roda perekonomian masyarakat yang terbantu dengan kucuran dana segar yang juga akan membantu untuk mengurangi pengangguran yang ada di daerah tersebut. supaya komitmen selalu dijaga antara bank dan nasabah, agar supaya fasilitas pembiayaan yang diberikan dapat memberikan manfaat terhadap semua pihak.<sup>14</sup>

### **D. Jenis-jenis Pembiayaan**

Ada beberapa jenis-jenis pembiayaan yaitu:<sup>15</sup>

#### a) Pembiayaan Modal Kerja Syariah

Secara umum yang dimaksud dengan pembiayaan modal kerja (PMK) syariah adalah pembiayaan jangka pendek yang diberikan kepada perusahaan untuk membiayai kebutuhan modal kerja usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Jangka waktu pembiayaan modal kerja maksimum 1 tahun dan dapat diperpanjang sesuai kebutuhan.

#### b) Pembiayaan Investasi Syariah

Yang dimaksud dengan investasi adalah penanaman dana dengan maksud untuk memperoleh keuntungan di kemudian hari. Sedangkan yang dimaksud dengan pembiayaan investasi adalah pembiayaan jangka menengah atau jangka panjang untuk pembelian barang-barang modal yang diperlukan untuk:

---

<sup>14</sup> Zainal Arifin, *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*, (Bandung : Pustaka Alvabet, 2006), 158.

<sup>15</sup> Adi Warman Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Damaskus: Dar āl-fikr, 1428H/2007M), 231-254.

- ✓ Pendirian proyek baru adalah pendirian atau pembangunan proyek dalam rangka usaha baru.
- ✓ Rehabilitasi adalah penggantian peralatan lama yang sudah rusak dengan
- ✓ peralatan baru yang lebih baik.
- ✓ Modernisasi adalah penggantian menyeluruh peralatan lama dengan peralatan baru yang tingkat teknologinya lebih baik. Ekspansi adalah penambahan peralatan yang telah ada dengan peralatan baru dengan teknologi sama atau lebih tinggi.
- ✓ Relokasi proyek yang sudah ada adalah pemindahan lokasi proyek secara keseluruhan.

c) Pembiayaan Konsumtif Syariah

Secara definitif, konsumsi adalah kebutuhan individual meliputi kebutuhan baik barang maupun jasa yang tidak dipergunakan untuk tujuan usaha. Dengan demikian yang dimaksud pembiayaan konsumtif adalah jenis pembiayaan yang diberikan untuk tujuan diluar usaha dan umumnya bersifat perorangan. Semua itu dilakukan oleh bank dengan sedikit imbalan (kepada bank) dari pihak yang bertransaksi. Bank telah memberikan pelayanan begitu banyak untuk orang-orang yang sibuk, bank melepaskannya dari berbagai kesulitan. Bank juga membantunya membayarkan berbagai pembiayaan yang memberatkannya (kalau harus

dibayar sendiri). Sebagai wakil, bank berhak menerima upah sesuai dengan kontribusinya untuk nasabah.<sup>16</sup>

Akad pembiayaan juga sebagai salah satu syarat dalam melakukan pembiayaan di Bank Syariah sebagai persetujuan pinjam meminjam antara bank dengan pihak lain (nasabah). Untuk sahnya suatu akad pembiayaan harus memenuhi syarat dan rukun akad.

Sehubungan dengan sahnya suatu akad pembiayaan, perlu juga diperhatikan ketentuan aturan bea materai. Untuk lampiran-lampiran dari akad pembiayaan perlu dibubuhi materai temple dan ditandatangani di atasnya setelah diberi tanggal yang sesuai dengan tanggal penandatanganan. Tanda tangan para pihak sebagai bukti dari persetujuan para pihak untuk bertanggung jawab di kemudian hari atas segala akibat sesuatu yang telah disetujui.

## **E. Karakteristik Pembiayaan Syariah**

### **1. Prima Kausa Akad Baarung atau Usaha Dalam Sektor Riil**

Penyebab utama atau prima kausa timbulnya akad yaitu transaksi yang berhubungan dengan masing-masing akad. Untuk akad murabahah transaksi yang terkait adalah jual beli suatu barang, yang dilalukan terlebih dahulu oleh bank/leasing secara tunai, dan kemudian dijual kembali kepada nasabah yang membutuhkan dengan cara pembayaran yang diangsur.

### **2. Non Ribawi: Pendapatan yang Setara dengan Hasil Kerja**

---

<sup>16</sup> Musthafa Dib Al-bugha, *buku pintar transaksi syariah, ter. Fakhri Gafur*, (Damaskus: Darul Mustafa, 2009), 73.

Riba dapat timbul karena pertukaran barang atau barter yang tidak sepadan, baik dalam takaran, timbangan, ataupun kualitas barang. Dalam transaksi itu harus jelas mengetahui dan menyadari perbedaan barang yang ditukarkan, sekaligus dapat mengukur tambahan yang seimbang. Pada dasarnya, pertukaran atau jual beli dengan *counter value* yang tidak seimbang adalah juga riba.

Salah satu akibat dari riba adalah mendorong orang untuk memperoleh hasil instan tanpa bekerja, sehingga menjadi malas atau tidak produktif. Itulah sebabnya Allah Swt, telah menghalalkan perdagangan dan mengharamkan riba, walaupun pada dasarnya perdagangan dan riba serupa, dalam hal memperoleh keuntungan bagi yang pertama dan tambahan bagi yang kedua. Peminjaman uang dengan tambahan, pertukaran yang tidak seimbang dalam takaran dan timbangan serta kadar barang, atau transaksi pertukaran dengan *counter value* yang tidak sepadan atau tambahan yang diperoleh tanpa kerja, usaha, atau resiko, tidak produktif, atau memakan harta orang dengan cara yang bathil, merupakan transaksi ribawi.

### 3. Non Gharar

Gharar merupakan sesuatu yang tidak jelas atau dapat bersifat tipu daya atau desepsi berupa *hazard*, atau sesuatu yang tersembunyi, atau informasi yang tidak terungkap atau tidak diungkapkan, dengan membawa konsekuensi yang tidak pasti, atau menimbulkan ketidakpastian yang berlebihan.

Dalam praktik *gharah* dapat merupakan sesuatu yang bersifat ambigu, atau ketidakjelasan yang berkaitan dengan pihak-pihak dalam suatu transaksi seperti penjual dan pembeli, objek atau harga objek dari transaksi itu, atau merupakan praktik-praktik desepsi atau misrepresentasi mengenai kualitas harga, jenis dan spesifikasi barang.

Untuk menghindari unsur *gharar* dalam berkontrak, diperlukan keterbukaan informasi yang lengkap dan hal ini akan mendorong timbulnya transparansi yang lebih baik, sehingga *asymmetric information* dapat diperkecil. *Gharar* juga diartikan sebagai sesuatu yang memiliki konsekuensi yang belum diketahui atau *majhul al-aqiba*, atau sesuatu yang tidak ada atau *habal al-habala*, atau sesuatu yang tidak dapat diberikan atau diserahkan seperti kuda yang telah lepas, atau sesuatu yang tidak diketahui sama sekali atau *majhul mutlaq* atau sesuatu yang dapat disebut tetapi tetap tidak diketahui jenis atau kualitasnya, seperti ikan dilaut.

#### 4. Non Maisir

Kata *maisir* dalam bahasa arab secara harfiah adalah memperoleh sesuatu atau keuntungan dengan mudah tanpa kerja, atau dapat disebut judi. Unsur yang bersifat spekulatif membawa kepada situasi untung-untungan atau *maisir* atau judi. Judi dilarang oleh Al-Qur'an (QS:5:90,91), karena pada intinya judi merupakan usaha untuk memperoleh harta tanpa kerja, dan memiliki sifat yang menimbulkan mudharat yang lebih besar dari manfaat yang dapat diperoleh, baik bagi individu maupun masyarakat.

#### 5. Pembiayaan Melekat pada Sektor Ekonomi Riil

Objek dari suatu akad dan bagaimana dana digunakan untuk masing-masing akad, dapat dikatakan bahwa akad-akad bank syariah melekat erat pada sektor ekonomi riil. Kedekatan ini membuat sistem keuangan Islam lebih stabil, karena sektor keuangan dan sektor riil menyatu, dan tidak menimbulkan dikotomi dari keduanya.

#### 6. Uang Mengikuti Alur Barang dan Jasa

Uang mengikuti alur barang dan jasa jika ditinjau dari transaksi yang terkait dengan penjualan uang atau piutang itu, maka terdapat dua macam transaksi yang perlu diuraikan. Pada transaksi pertama, umumnya merupakan transaksi jual beli suatu barang dengan pembayaran tangguh atau dengan kredit, sehingga menciptakan utang atau piutang bagi masing-masing pihak dalam transaksi kemudian, pada transaksi kedua, yaitu ketika piutang itu dijual, maka disini tidak ada lagi alur barang yang mengimbanginya

#### 7. Penggunaan Dana Lebih Terkontrol

Pada umumnya penggunaan uang atau *fund disbursement* lebih jelas dapat dilihat atau dikontrol, karena mengikuti alur barang atau usaha. Kemungkinan penyimpangan dalam penggunaan dana, atau kemungkinan wanprestasi akibat dari penyimpangan penggunaan dana dari yang telah disepakati, dapat diperkecil. Tambahan pula, praktik penggunaan dana untuk tujuan spekulasi tidak kemungkinan, karena pembiayaan yang

mengandung unsur *gharar* atau *maisir* memang dilarang dalam ekonomi Islam.

## **F. Pengertian Marketing Syariah**

Pemasaran dalam Islam adalah bentuk muamalah yang dibenarkan dalam Islam, sepanjang dalam segala proses transaksinya terpelihara dari hal-hal terlarang oleh ketentuan syariah. Sedangkan menurut Kertajaya dan Sula Syariah marketing adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan value dari suatu inisiator kepada stakeholders-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam.

Definisi ini didasarkan pada salah satu ketentuan dalam bisnis Islam yang tertuang dalam kaidah fiqih yang mengatakan, “*Al-muslimuna „ala syurutihim illa syarthan harrama halalan aw ahalla haraman*” (kaum muslimin terikat dengan kesepakatan-kesepakatan bisnis yang mereka buat, kecuali kesepakatan yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram). Selain itu, kaidah fiqih lain mengatakan “ *Al-ashlu fil-muamalah al-ibahah illa ayyadulla dalilun „ala tahrimiha*” (pada dasarnya semua bentuk muamalah [bisnis] boleh dilakukan kecuali ada dali yang mengharamkannya). Bahwa dalam marketing syariah, seluruh proses, baik proses penciptaan, proses penawaran, maupun proses perubahan nilai (value), tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah yang Islami. Sepanjang hal tersebut dapat dijamin, dan penyimpangan prinsip-prinsip muamalah Islami tidak terjadi dalam suatu

transaksi apapun dalam pemasaran dapat dibolehkan. Allah mengingatkan agar senantiasa menghindari perbuaran zalim dalam berbisnis termasuk dalam proses penciptaan, penawaran dan proses perubahan nilai dalam pemasaran.

Menurut Yusuf Qhardawi syariah pemasaran adalah segala aktivitas yang dijalankan dalam kegiatan bisnis berbentuk kegiatan penciptaan nilai (value creating activities) yang memungkinkan siapa pun yang melakukannya bertumbuh serta mendayagunakan kemanfaatannya yang dilandasi atas kejujuran, keadilan, keterbukaan, dan keikhlasan sesuai dengan proses yang berprinsip pada akad bermuamalah Islami atau perjanjian transaksi bisnis dalam Islam.

### **G. Konsep Marketing Syariah**

Dalam konsep marketing syariah pada dasarnya menyerupai konsep dari pemasaran secara umum. Dimana dalam konsep pemasaran umum adalah “sebuah ilmu dan seni yang mengarah pada proses penciptaan, penyampaian, dan pengkomunikasikan value kepada konsumen serta menjaga hubungan dengan stekeholdennya” sedangkan marketing syariah merupakan bentuk pengajaran untuk pemasar agar selalu jujur pada setiap pelanggan dan juga orang lain.<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup> Muhammad Syakir Sula, Amanah, *Konsep dan Sistem Ekonomi Syariah, (Jakarta: Masyarakat Ekonomi Syariah, 2007), 45.*

Penamaan marketing syariah bukanlah hanya sekedar penambahan syariah dalam istilah marketing, tetapi adanya nilai-nilai lebih dalam istilah marketing syariah itu sendiri, jika dimaknai lebih mendalam lagi marketing berfungsi dalam islam begitupun sebaliknya islam berfungsi dalam pemasaran yang dikatakan pemasaran dalam islam suatu harapan terhadap perusahaan yang telah menerapkan prinsip islam mampu bekerja dan bersikap secara professional dalam menjalankan bisnisnya, karena terbentuk sikap profesionalisme dapat menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaannya.

#### **H. Karakteristik Marketing Syariah**

Sesuai pengajaran dalam konsep pemasaran syariah untuk bersikap jujur, adil, bertanggung jawab, dapat dipercaya serta professional dengan nilai-nilai syariah, maka dalam konsepnya pemasaran syariah memiliki 4 karakteristik yang dapat dijadikan panduan untuk para syariah marketer, karakteristik tersebut yaitu sebagai berikut :

##### 1) Teistis (*Rabbaniyah*)

Marketing konvensional yaitu tidak memiliki sifat religious. Nilai-nilai religious yang sangat penting sehingga mewarnai segala aktivitas dalam marketing. Marketing syariah akan selalu mematuhi hukum-hukum syariah, dalam aktivitas marketing dari *segmenting, targeting dan positioning*. Marketing syariah haruslah memiliki nilai (value) yang lebih tinggi dan lebih baik. Karena bisnis syariah adalah bisnis kepercayaan,

bisnis berkeadilan dan bisni yang tidak mengandung tipu muslihat di dalamnya.<sup>18</sup>

## 2) Etis (*Akhlaqiyyah*)

Sifat ini merupakan sifat turunan dari teistis diatas, yang dimana mengedepankan nilai moral dan juga etika adalah bentuk dari konsep marketing syariah itu sendiri, apapun agamanya nilai moral dan etika harus diterapkan karena dalam hal ini nilai moral serta etika bersifat universal dan juga dianjurkan semua agama.<sup>19</sup>

Dengan semakin ditanamkannya nilai etika dalam melakukan bisnis, maka sebuah perusahaan akan mendapatkan kemudahan dalam setiap usahanya bahkan akan menjadi sukses. Begitu pun sebaliknya, jika dalam pelaksanaan bisnisnya jauh dari penerapan nilai etika maka akan mengakibatkan terjadinya kemunduran dalam bisnisnya. Oleh perilaku manusia dalam keberlangsungan bisnis suatu perusahaan menjadi hal yang sangat penting. Pentingnya perilaku bisnis tersebut akan menimbulkan masalah apabila yang bersangkutan memiliki perilaku kurang baik bahkan bisa membawa kerugian dalam suatu perusahaan.<sup>20</sup>

---

<sup>18</sup> Hermawan Kartajaya dan M. Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung : Mizan, 2006), Cet. Ke-3, 3.

<sup>19</sup> Ibid 29.

<sup>20</sup> Johan Arifin, *Fiqh Perlindungan Konsumen*, (Semarang : Rasial, 2007), 58.

### 3) Realistis (al-Waqi'iyah)

Syariah marketing berkembang ditengah realitas marketing secara umum yang penuh dengan kecurangan, kebohongan dan juga penipuan. Dengan ini, marketing syariah berusaha untuk tetap tegar, istiqomah dan menjadi penerang ditengah kegelapan yang sedang terjadi dibidang marketing secara umum. Realitas berarti melakukan suatu hal sesuai dengan kenyataan yang ada, tidak membuat-buat apalagi sampai melakukan pembohongan publik.<sup>21</sup>.

### 4) Hurmanitis (al-Insaniyyah)

Keistimewaan dari pemasaran syariah yaitu sifat yang humanistik universal. Pengertian humanistik yaitu bahwa syariah yang diciptakan untuk manusia agar derajatnya terangkat, sifat kemanusiaannya terjaga dan terpelihara, serta sifat-sifat kemewahannya dapat terkekang dengan panduan syariah.

Syariat Islam merupakan I'nsaniyah yang diciptakan agar manusia berperilaku sesuai aktivitas tanpa memandang warna kulit, ras, status serta kebangsaan. Maka dari itu yang membuat syariah mempunyai unsur menyeluruh.

Unsur moral dan etika juga merujuk kepada fatwa bahwa manusia apapun agama, warna kulit atau tempatnya, berasal dari generasi yang sama yakni adam dan hawa. Pada pelayanan, tanggung jawab dan pengabdian di dalam transaksi-transaksi bisnis. Dengan

---

<sup>21</sup> Ismail Nawawi, *Bisnis Syariah*, (Jakarta : CV. Dwipura Pustaka Jaya, 2012), 511.

kerangka normatif semacam itu, mudah bagi pengusaha bisnis dalam memperluas konsep mentalitas berkelimpahan (*abundance mentality*), yaitu aturan kehidupan yang lebih banyak memberi dibandingkan menuntut orang lain. bisnis hanyalah salah satu dari bentuk hubungan kemanusiaan ini. Oleh karena itu bisnis tidak bisa mengesampingkan persoalan silaturahmi.<sup>22</sup>

### **I. Etika Pemasar Syariah**

Seorang pemasar syariah sangat memegang teguh etika dalam melakukan pemasaran kepada calon konsumennya. Ia akan sangat menghindari memberikan janji bohong, ataupun terlalu melebih-lebihkan produk yang ditawarkan. Seorang pemasar syariah akan secara jujur menceritakan kelebihan serta kekurangan produk yang ditawarkannya. Hal ini merupakan praktek perniagaan yang telah dicontohkan oleh Rasulullah SAW, beliau dalam melakukan praktik perniagaan selalu berkata jujur mengenai kualitas produk, harga dan apa saja yang akan didapat oleh konsumen. yang akan menjadi prinsip-prinsip bagi pemasar syariah dalam menjalankan fungsi-fungsi pemasaran, yaitu:

#### **a) Memiliki Jiwa Spiritual**

Seorang muslim diperintahkan untuk selalu mengingat Allah SWT, bahkan dalam suasana mereka sedang sibuk dengan aktivitas mereka. Maka ia akan sadar terhadap prioritas-prioritas yang telah ditentukan

---

<sup>22</sup> Sanerya Hendrawan, *spiritual Management*, (Bandung: PT. Nizan Pustaka 2009), 215.

oleh Sang Maha Pencipta. Kesadaran akan Allah ini hendaklah menjadi sebuah kekuatan pemicu (diving force) dalam segala tindakan. Misalnya ia harus menghentikan aktivitas bisnisnya saat datang panggilan shalat, demikian juga dengan kewajiban-kewajiban lain.

b) Shidq ( baik dan jujur)

Bersikap baik, sopan santun dalam pergaulan yaitu pondasi dasar dan inti dari kebaikan tingkah laku. Sifat ini yaitu sifat Allah yang harus dimiliki oleh marketing syariah. Disamping itu, syariah marketer harus berperilaku sangat simpatik, berperilaku manis dan dermawan terhadap orang-orang yang miskin, setidaknya memperlakukan mereka dengan kata-kata yang baik dan sopan dalam pergaulan.<sup>23</sup>

c) Terpercaya dan Kredibel (Amanah).

Akhlak yang harus menghiasi bisnis syariah dalam setiap gerak geriknya adalah kejujuran. Islam menjelaskan bahwa kejujuran yang hakiki itu terletak pada muamalah mereka. Islam juga melarang semua penyalahgunaan dan penggunaan barang milik majikan oleh pekerja di luar imbalan yang telah ditetapkan. Hal ini dianggap ketidakjujuran dan pencurian, yang keduanya dilarang oleh Islam. Demikian pentingnya sikap amanah dalam bisnis, sehingga kutukan, celaan, dan

---

<sup>23</sup> Kartajaya, Syariah Marketing., 66.

larangan terhadap ketidakjujuran, kecurangan, dan pengkhianatan amanah. Bisnis syariah memang terkesan berat bagi yang terbiasa melakukan kecurangan, tetapi mudah bagi para professional yang biasa menjunjung nilai-nilai moral.