

BAB II

TEORI TENTANG PENDAPATAN, PERMINTAAN, DAN PEMBIAYAAN DALAM ISLAM

2.1. Pendapatan

2.1.1. Pengertian Pendapatan

Dalam kamus besar bahasa Indonesia, pendapatan adalah hasil kerja (usaha dan sebagainya)²³. Sedangkan pendapatan dalam kamus manajemen adalah uang yang diterima oleh perorangan, perusahaan, dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, dan laba²⁴.

Sukirno mendefinisikan pendapatan adalah “jumlah penghasilan yang diterima oleh penduduk atas prestasi kerjanya selama satu periode tertentu, baik harian, mingguan, bulanan, ataupun tahunan²⁵.”

Budiono mengemukakan bahwa pendapatan adalah “hasil dari penjualan faktor-faktor produksi yang dimilikinya kepada sektor produksi.”

Pendapatan adalah pendapatan uang yang diterima dan diberikan kepada subjek ekonomi berdasarkan prestasi-prestasi yang diserahkan yaitu berupa pendapatan dari profesi yang dilakukan sendiri atau usaha perorangan dan pendapatan dari kekayaan. Besarnya pendapatan seseorang bergantung pada jenis pekerjaannya²⁶.

²³ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta, 1998, hlm.185.

²⁴ BN. Marbum, *Kamus Manajemen*, Pustaka Sinar Harapan, 2003, hlm.230.

²⁵ Sadono Sukirno, *Teori Pengantar Mikro Ekonomi*, Rajagrafindo Persada, Jakarta, 2006, hlm. 47

²⁶ <http://khairilanwarsemsi.blogspot.com/2011/12/pendapatan-masyarakat.html>

Pendapatan masyarakat dapat digolongkan menjadi 2 yaitu²⁷:

1. Pendapatan permanen (*permanent income*) adalah pendapatan yang selalu diterima pada setiap periode tertentu dan dapat diperkirakan sebelumnya, misalnya pendapatan dari gaji, upah. Pendapatan ini juga merupakan pendapatan yang diperoleh dari semua faktor yang menentukan kekayaan seseorang (yang menciptakan kekayaan).
2. Pendapatan sementara (*transitory income*) adalah pendapatan yang tidak bisa diperkirakan sebelumnya.

Beberapa klasifikasi pendapatan antara lain: “ 1) pendapatan pribadi, 2) pendapatan disposibel²⁸.”

Berikut ini penjelasan dari kutipan di atas:

1. Pendapatan pribadi adalah pendapatan yang dihasilkan oleh atau dibayarkan kepada perorangan sebelum dikurangi dengan pajak penghasilan perorangan. Sebagian dari pendapatan perorangan dibayarkan untuk pajak, sebagian ditabung oleh rumah tangga yaitu pendapatan perorangan dikurangi dengan pajak penghasilan.
2. Pendapatan disposibel adalah merupakan jumlah pendapatan saat ini yang dapat dibelanjakan atau ditabung oleh rumah tangga yaitu pendapatan perorangan dikurangi dengan pajak penghasilan.

²⁷ Mangkoesobroto Guritno dan Algifari, *Teori Ekonomi Makro*, STIE YPKN, Yogyakarta, 1998, hlm.72.

²⁸ Richard G Lipsey (et.all), *Pengantar Makroekonomi*, Erlangga, Jakarta, 1993, hlm.70.

2.1.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan

Ada beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan, yakni²⁹:

1. Kesempatan kerja yang tersedia.
Semakin banyak kesempatan kerja yang tersedia berarti semakin banyak penghasilan yang bisa diperoleh dari hasil kerja tersebut
2. Kecakapan dan keahlian.
Dengan bekal kecakapan dan keahlian yang tinggi akan dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas yang pada akhirnya berpengaruh pula terhadap penghasilan
3. Motivasi.
Motivasi atau dorongan juga mempengaruhi jumlah penghasilan, semakin besar dorongan seseorang untuk melakukan pekerjaan, semakin besar pula penghasilan yang diperoleh
4. Keuletan kerja.
Pengertian keuletan dapat disamakan dengan ketekunan, keberanian untuk menghadapi segala macam tantangan. Bila saat menghadapi kegagalan maka kegagalan tersebut dijadikan sebagai bekal untuk meneliti ke arah kesuksesan dan keberhasilan
5. Banyak sedikitnya modal yang digunakan.
Besarnya kecilnya usaha yang dilakukan seseorang sangat dipengaruhi oleh besarnya modal yang dipergunakan. Suatu usaha yang besar akan dapat memberikan peluang yang besar pula terhadap pendapatan yang akan diperoleh.

2.1.3. Pendapatan Dalam Ekonomi Islam

Distribusi pendapatan merupakan suatu proses pembagian (sebagian hasil penjualan produk) kepada faktor-faktor produksi yang ikut dalam menentukan pendapatan. Prinsip utama dalam konsep distribusi menurut pandangan Islam adalah peningkatan dan pembagian bagi hasil kekayaan agar sirkulasi kekayaan dapat ditingkatkan, sehingga kekayaan yang ada dapat melimpah dengan merata dan tidak hanya beredar diantara golongan tertentu saja.

²⁹ Ratna Sukmayani (et.all), *Ilmu Pengetahuan Sosial*, PT Galaxy Puspa Mega, Jakarta, 2008, hlm.117.

Dalam ekonomi Islam ditegakan suatu sistem yang adil dan merata dalam mendistribusikan pendapatan. Sistem ini tidak memberikan kebebasan dan hak atas milik pribadi secara individual dalam bidang produksi, tidak pula mengikat mereka dengan satu sistem pemerataan ekonomi yang seolah-olah tidak boleh memiliki kekayaan secara bebas.

Islam tidak mengatur distribusi harta kekayaan termasuk kepada semua masyarakat dan tidak menjadi komoditas diantara golongan orang kaya saja. Selain itu untuk mencapai pemerataan pendapatan kepada masyarakat secara obyektif, Islam menekankan perlunya membagi kekayaan kepada masyarakat melalui kewajiban membayar zakat, mengeluarkan infaq, serta adanya hukum waris dan wasiat serta hibah.

Usaha yang dilakukan manusia itu baik dalam bentuk fisik maupun mental dalam rangka menghasilkan produk dalam bentuk barang maupun jasa. Hasil produk ini nilainya ditukar dengan kemampuan menambah manfaat atas barang atau jasa yang sudah ada. Seseorang yang bekerja harus mendapatkan pendapatan yang adil sesuai dengan kondisi yang wajar dalam masyarakat. Seorang pekerja tidak boleh diperas tenaganya sementara pendapatan yang diterima tidak memadai. Demikian pula seorang pekerja tidak boleh dibebani pekerjaan yang terlalu berat di luar kemampuannya.

كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةٌ بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ

“Agar harta itu jangan hanya beredar di antara orang-orang kaya saja di antara kamu.” (Qs. Al-Hasyr: 7).

2.2. Teori Permintaan

2.2.1. Pengertian Permintaan

Menurut pengertian sehari-hari, permintaan diartikan sebagai jumlah barang yang dibutuhkan. Permintaan ini hanya didasarkan atas kebutuhan saja atau manusia mempunyai kebutuhan sehingga disebut permintaan potensial. Dengan kebutuhan ini manusia atau individu mempunyai permintaan akan barang³⁰.

Setiap kali individu menginginkan sesuatu barang maka akan melakukan apa yang disebut dengan permintaan. "Permintaan adalah sebagai jumlah barang yang diminta oleh konsumen pada berbagai tingkat harga pada periode tertentu³¹." Di dalam dunia nyata, suatu barang itu mempunyai harga pasar.

"Permintaan (*demand*) adalah keinginan yang disertai kemampuan untuk membeli barang dan jasa pada tingkat harga dalam waktu tertentu³²." Dalam suatu perekonomian, permintaan merupakan keinginan dari masyarakat sebagai konsumen. Keinginan konsumen untuk membeli suatu barang dan jasa di pasar sangat tinggi, tetapi pada kenyataannya kemampuan konsumen untuk memenuhi keinginan tersebut terbatas.

Ada tiga hal penting yang perlu diperhatikan dalam konsep permintaan, yaitu:³³

1. Jumlah yang diminta merupakan kuantitas yang diinginkan (*desired*). Ini menunjukkan berapa banyak yang ingin dibeli oleh rumah tangga, atas

³⁰ <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/9904/1/10E00053.pdf>

³¹ Tri Kunawangsih Pracoyo dan antyo Pracoyo, *Aspek Dasar Ekonomi Mikro*, PT Grasindo, Jakarta, 2006, hlm.29

³² Suparmoko, *Ekonomi*, Quadra, 2007, hlm.37.

³³ Richard G Lipsey (et.all), *Pengantar Makroekonomi*, Erlangga, Jakarta, 1993, hlm.61.

dasar harga komoditi itu, harga-harga lainnya, penghasilan mereka, selera mereka, dan sebagainya.

2. Apa yang diinginkan tidak merupakan harapan kosong, tetapi merupakan permintaan yang efektif, artinya merupakan jumlah yang orang bersedia membelinya pada harga yang mereka harus bayar untuk komoditi.
3. Kuantitas yang diminta merupakan arus pembelian yang kontinyu. Oleh karena kuantitas tersebut harus dinyatakan dalam banyaknya per satuan waktu.

Sedangkan menurut Rosyidi, hal yang penting yang dapat dilihat dari definisi permintaan, yaitu³⁴:

1. Bahwa permintaan merupakan sederatan angka yang menunjukkan banyaknya satuan barang yang diminta pada beberapa tingkat harga.
2. Bahwa yang diselidiki dalam suatu pembicaraan mengenai masalah permintaan adalah jenis barang saja dan bahwa permintaan itu terjadi di pasar waktu yang tertentu.

Secara sistematis dapat dijelaskan bagaimana perubahan dan pendapatan secara bersama-sama mempengaruhi terhadap jumlah barang yang diminta. Agar dapat dianalisis dengan jelas tingkah laku konsumen yang dinyatakan dalam hukum permintaan. Artinya, bagaimana reaksi konsumen dalam kesediaannya membeli barang yang bersangkutan, dengan asumsi *ceteris paribus* (faktor-faktor lain dianggap konstan)³⁵.

2.2.2. Hukum Permintaan

Teori konsumen menjelaskan bagaimana tingkah laku atau kegiatan konsumen dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumsinya. Tingkah laku atau kegiatan tersebut dapat dijumpai jika kita melihat bagaimana reaksi konsumen didalam bersangkutan, terhadap berubahnya selera yang dimiliki.

³⁴ Suherman Rosyidi, *Pengantar Teori Ekonomi*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2000, hlm.39.

³⁵ Sadono Sukirno, *Pengantar Teori Mikro Ekonomi*, PT Salemba Empat, Jakarta, 2003, hlm.76.

Hukum permintaan menyatakan “jika harga suatu barang naik, jumlah barang yang diminta akan berkurang. Sebaliknya, jika harga suatu barang turun, jumlah barang yang diminta akan bertambah³⁶.”

Bila harga suatu barang naik maka permintaan barang tersebut akan turun, sebaliknya bila harga barang tersebut turun maka permintaan akan naik dengan asumsi *ceteris paribus*³⁷.

Hukum permintaan menerangkan hubungan antara jumlah yang diminta akan suatu barang dengan harga barang tersebut. Hukum permintaan pada hakikatnya menyatakan bahwa semakin rendah harga suatu barang makin banyak jumlah yang diminta akan barang tersebut.

Hakikat hukum permintaan dapat ditulis sebagai berikut³⁸:

1. Kenaikan harga menyebabkan para konsumen mencari barang lain yang dapat digunakan sebagai pengganti barang yang mengalami kenaikan harga.
2. Kenaikan harga menyebabkan pendapatan riil konsumen berkurang sehingga memaksa para konsumen untuk mengurangi pembelian berbagai jenis barang terutama yang mengalami kenaikan.

Di dalam analisis permintaan perlu dibedakan antara dua istilah yaitu permintaan dan jumlah barang yang diminta. Dikatakan permintaan jika dimaksudkan adalah keseluruhan hubungan antara harga dan jumlah yang diminta maksudnya adalah banyak permintaan pada suatu tingkat harga tertentu.

³⁶ Ima Rahma Mardiah, *Pengantar Ekonomi*, PT Grafindo Media Pratama, Bandung, 2008, hlm.7.

³⁷ Iskandar Putong, *Ekonomi Makro*, Mitra Media, Jakarta, 2005, hlm.36.

³⁸ <https://latansablog.wordpress.com/2012/03/18/pengertian-hukum-permintaan/>

2.2.3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan

Permintaan seseorang atau suatu masyarakat akan suatu barang ditentukan oleh banyak faktor. Di antara faktor-faktor tersebut yang terpenting adalah³⁹:

1. Harga barang itu sendiri
2. Harga barang-barang lain yang bersifat substitutif barang tersebut
3. Pendapatan rumah tangga atau pendapatan masyarakat
4. Selera seseorang atau masyarakat
5. Jumlah penduduk.

Dalam analisis permintaan ini sangat sukar menganalisis pengaruh dari semua faktor-faktor tersebut terhadap permintaan suatu barang secara bersama-sama sekaligus. Oleh karena itu, ahli ekonomi menyederhanakan analisis tersebut, dengan menganggap bahwa permintaan suatu barang terutama dipenuhi oleh harga barang itu sendiri, sedangkan faktor-faktor lainnya dianggap tidak berubah atau *ceteris paribus*. Jadi, sesuai dengan hukum permintaan, yang dianalisis dalam permintaan suatu barang itu sendiri⁴⁰. Analisis permintaan ini dapat dilakukan dengan pendekatan grafis atau matematis. Pendekatan grafis akan menghasilkan kurva permintaan, sedangkan pendekatan matematis akan menghasilkan fungsi permintaan.

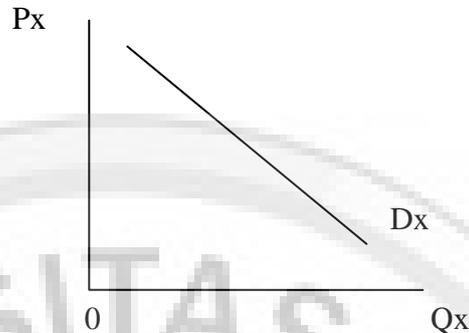
“Kurva permintaan adalah suatu kurva yang menggambarkan sifat hubungan antara harga suatu barang dan jumlah barang tersebut yang diminta oleh para pembeli⁴¹.” Hubungan antar harga suatu komoditi dengan jumlah yang diminta dapat dilihat dalam grafik permintaan di bawah ini.

³⁹ Sukirno Sadono, *Pengantar Teori Makroekonomi*, ed. 2, Rajawali Pers, Jakarta, 2002, hlm.27.

⁴⁰ Tri Kunawangsih Pracoyo dan antyo Pracoyo, *Aspek Dasar Ekonomi Mikro*, PT Grasindo, Jakarta, 2006, hlm.33.

⁴¹ <http://accounting-media.blogspot.com/2013/06/kurva-permintaan-dan-fungsi-permintaan.html>

Gambar 2.1
Kurva Permintaan Individu



Sumber: Suryawati, 2005

Dimana:

P_x : Harga barang yang diminta

Q_x : Jumlah barang yang diminta

Kurva permintaan mempunyai *slope* yang menurun ke kanan (*berslope negatif*) yang berarti jika harga suatu barang naik (asumsi yang lain tetap) maka konsumen akan cenderung untuk menurunkan permintaannya atas barang tersebut, begitu pula sebaliknya.

Apabila permintaan digunakan dalam persamaan matematika maka persamaan tersebut merupakan fungsi permintaan. Fungsi permintaan (*demand function*) adalah persamaan yang menunjukkan hubungan antara jumlah barang yang diminta dengan semua faktor-faktor yang mempengaruhinya. Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen terhadap suatu barang sangat banyak, diantaranya harga, pendapatan, selera, musim, jumlah penduduk, dan lain-lain⁴².

Fungsi permintaan sesuai dengan hukum permintaan yang menyatakan jika harga suatu barang naik, jumlah barang yang diminta akan berkurang.

⁴² Tri Kunawangsih Pracoyo dan antyo Pracoyo, *Aspek Dasar Ekonomi Mikro*, PT Grasindo, Jakarta, 2006, hlm.31.

Sebaliknya, jika harga suatu barang turun, jumlah barang yang diminta akan bertambah⁴³.

Dengan demikian, hubungan antara harga barang dengan jumlah barang yang diminta adalah negatif atau berbanding terbalik. Bentuk umum fungsi permintaan adalah:

$$Q_d = f(P_q, P_{s.i}, Y, S, D)^{44}$$

Dimana:

Q_d : Jumlah barang yang diminta

P_q : Harga barang itu sendiri

$P_{s.i}$: Harga barang-barang substitusi ($i=1,2,\dots,n$)

Y : Pendapatan

S : Selera

D : Jumlah penduduk

Adapun syarat mutlak fungsi permintaan adalah:

- a. Nilai a harus positif (+)
- b. Nilai b harus negatif (-)

2.2.4. Elastisitas Permintaan

Dalam pembahasan mengenai permintaan adanya hubungan yang jelas antara harga dan jumlah barang dan jasa yang diminta. Tetapi tidak dijelaskan mengenai besarnya reaksi konsumen terhadap adanya perubahan harga dari barang dan jasa yang diminta.

⁴³ Ima Rahma Mardiah, *Pengantar Ekonomi*, PT Grafindo Media Pratama, Bandung, 2008, hlm.7.

⁴⁴ Suparmoko, *Ekonomi*, Quadra, Jakarta, 2007, hlm.44.

Dalam mengukur seberapa besar reaksi konsumen terhadap perubahan harga dan faktor-faktor lainnya, para ahli ekonomi menggunakan konsep elastisitas. Elastisitas (harga) menunjukkan bagaimana reaksi pembeli (dalam hal jumlah yang mau dibeli) bila ada perubahan harga, atau peka tidaknya jumlah yang mau dibeli terhadap perubahan harga⁴⁵.

Secara umum elastisitas permintaan dapat dibedakan menjadi 3, yaitu⁴⁶:

1. Elastis permintaan terhadap harga (*price elasticity of demand*)
2. Elastisitas permintaan terhadap pendapatan (*income elasticity of demand*)
3. Elastisitas permintaan silang (*cross price elasticity of demand*)

Pengukuran elastisitas permintaan dinyatakan dalam ukuran koefisien elastisitas permintaan. Koefisien permintaan merupakan ukuran perbandingan presentase perubahan harga atas barang tersebut. Koefisien elastisitas permintaan dapat dirumuskan sebagai berikut: “1) Elastis, 2) Elastisitas uniter, 3) Tidak elastis⁴⁷.”

Berikut ini penjelasan dari kutipan di atas:

1. Elastis

Barang dikatakan elatis sempurna bila kurva permintaan mempunyai koefisien elastisitas lebih besar daripada satu. Hal ini terjadi bila jumlah barang yang diminta lebih besar daripada presentase perubahan harga barang tersebut.

2. Elastisitas Uniter

Barang dikatan elatis uniter bila kurva permintaan mempunyai koefisien elastisitas sebesar satu. Presentase perubahan harga direspon proporsional terhadap presentase jumlah barang yang diminta.

⁴⁵ T Gilarso, *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro*, KANISIUS (Anggota IKAPI), Yogyakarta, 2003, hlm.51.

⁴⁶ Sugiarto (et.all), *Ekonomi Mikro Sebuah Kajian Komprehensif*, Pt Gramdeia Pustaka Utama, Jakarta, 2002, hlm.102.

⁴⁷ Sadono Sukirno, *Pengantar Teori Mikroekonomi*,ed. 3, Grafindo, Jakarta, 2003, hlm.104.

3. Tidak elastis

Barang dikatakan tidak elastis bila presentase perubahan jumlah yang diminta lebih kecil daripada presentase perubahan harga sehingga koefisien elastisitas permintaannya antara nol dan satu.

Menurut Sukirno terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi elastisitas permintaan suatu barang, yaitu⁴⁸:

1. Tingkat kemampuan barang-barang lain untuk menggantikan barang yang bersangkutan. Apabila suatu barang mempunyai banyak barang pengganti (barang substitusi), permintaan atas barang tersebut cenderung akan bersifat elastis. Perubahan harga yang kecil akan beralih ke barang lain sebagai pengganti.
2. Presentase pendapatan yang akan dibelanjakan untuk membeli barang tersebut. Besar bagian pendapatan yang digunakan untuk membeli suatu barang dapat mempengaruhi elastisitas permintaan terhadap barang tersebut. Semakin besar bagian pendapatan yang diperlukan elastisitas permintaan terhadap barang tersebut. Semakin besar bagian pendapatan yang diperlukan untuk membeli suatu barang, maka permintaan barang tersebut akan semakin elastis.
3. Jangka waktu pengamatan atas permintaan. Semakin lama jangka waktu permintaan dianalisis, permintaan atas barang tersebut semakin elastis. Jangka waktu yang singkat permintaan tidak bersifat elastis karena perubahan pasar belum diketahui oleh konsumen. Dalam jangka waktu lebih lama konsumen akan mencari barang alternatif untuk menggantikan barang yang mengalami kenaikan harga.

2.2.5. Permintaan Dalam Ekonomi Islam

Permintaan suatu barang adalah hasrat terhadap sesuatu, yang digambarkan dengan istilah *raghbah fil al-syai*. Diartikan juga sebagai jumlah barang yang diminta. Islam mengharuskan orang untuk mengkonsumsi barang halal dan *thayyib*. Aturan Islam melarang seorang muslim memakan barang yang haram, kecuali dalam keadaan darurat dimana apabila barang tersebut tidak dimakan, maka akan berpengaruh

⁴⁸ *Ibid*, hlm111.

terhadap muslim tersebut. Disaat darurat seorang muslim dibolehkan mengkonsumsi barang haram secukupnya⁴⁹.

Selain itu, dalam ajaran Islam orang yang mempunyai uang banyak tidak serta merta diperbolehkan untuk membelanjakan uangnya untuk membeli apa saja dan dalam jumlah berapapun yang diinginkannya. Batasan anggaran (*budget constrain*) belum cukup dalam membatasi konsumsi. Batasan lain yang harus diperhatikan adalah bahwa seorang muslim tidak berlebihan (*israf*), dan harus mengutamakan kebaikan (*maslahah*)⁵⁰.

Islam tidak mengajurkan permintaan terhadap suatu barang dengan tujuan kemegahan, kemewahan, dan kemubadziran. Bahkan Islam memerintahkan bagi yang sudah mencapai nisab, untuk menyisihkan dari anggarannya untuk membayar zakat, infak, dan shadaqah.⁵¹

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ط وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ﴿٧٧﴾

“Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.” (Qs. Al-Israa: 27).

Hal-hal yang mempengaruhi terhadap permintaan suatu barang antara lain⁵²:

1. Keinginan atau selera masyarakat (*raghbah*) terhadap berbagai jenis barang yang berbeda selalu berubah-ubah. Dimana ketika masyarakat telah memiliki selera terhadap suatu barang maka hal ini akan mempengaruhi jumlah permintaan terhadap barang tersebut
2. Jumlah para peminat (*tullab*) terhadap suatu barang. Jika jumlah masyarakat yang menginginkan suatu barang semakin banyak, maka harga barang tersebut akan semakin meningkat.
3. Kualitas pembeli (*al-mu'awid*). Dimana tingkat pendapatan merupakan salah satu ciri kualitas pembeli yang baik. Semakin besar tingkat

⁴⁹ Mustafa Edwin Nasution (et.all), *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Kencana, Jakarta, 2007, hlm.85.

⁵⁰ *Ibid*, hal. 86

⁵¹ *Ibid*, hal.88

⁵² Ibnu Taimiyah, *Majmu' Fatawa Shaikh al Islam Ahmad b. Taimiyah*. Al Riyadh Press, Riyadh, 1383. Vol.29. Hlm.523.

pendapatan masyarakat, maka kualitas masyarakat untuk membeli suatu barang akan naik

4. Lemah atau kuatnya kebutuhan terhadap suatu barang. Apabila kebutuhan terhadap suatu barang tinggi, maka permintaan terhadap barang tersebut tinggi.
5. Cara pembayaran yang dilakukan, tunai atau angsuran. Apabila pembayaran dilakukan dengan tunai, maka permintaan tinggi.
6. Besarnya biaya transaksi. Apabila biaya transaksi dari suatu barang rendah, maka besar permintaan meningkat.

2.3. Pembiayaan

2.3.1. Pengertian Pembiayaan

Pembiayaan berdasarkan prinsip syariah adalah berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan mengembalian uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil⁵³.

Kasmir mendefinisikan pembiayaan adalah “penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalian uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil⁵⁴.”

Pembiayaan secara luas berarti *financial* atau pembelanjaan, yaitu pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun dijalankan oleh orang lain. Sedangkan, dalam arti sempit pembiayaan dipakai untuk mendefinisikan pendanaan yang dilakukan oleh lembaga pembiayaan. Namun dalam perbankan, pembiayaan dikaitkan dengan bisnis dimana pembiayaan merupakan pendanaan aktif maupun pasif yang

⁵³ Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan, Pasal 1 ayat (12)

⁵⁴ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2001, hlm.92.

dilakukan oleh lembaga pembiayaan kepada nasabah dan bisnis merupakan aktivitas berupa jasa, perdagangan, dan industri guna memaksimalkan nilai keuntungan⁵⁵.

Dalam perbankan syariah sebenarnya penggunaan kata pinjam meminjam kurang tepat digunakan, karena:

1. Pinjaman merupakan salah satu metode hubungan *financial* dalam Islam.
2. Pinjam meminjam adalah akad komersial yang artinya bila seseorang meminjam sesuatu, dia tidak boleh disyaratkan untuk memberikan tambahan atas pokok pinjamannya, karena setiap pinjaman yang menghasilkan manfaat adalah riba. Sedangkan para ulama sepakat bahwa riba itu haram. Oleh karena itu, dalam perbankan syariah, pinjaman tidak disebut kredit akan tetapi disebut pembiayaan⁵⁶.

2.3.2 Sistem Pembiayaan

Pembiayaan merupakan salah satu tugas pokok bank, yaitu pemberian fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang merupakan defisit unit, menurut sifat penggunaannya. “Pembiayaan dapat dibagi menjadi dua yaitu: 1) pembiayaan produksi, 2) pembiayaan konsumsi⁵⁷.”

1. Pembiayaan produksi, pembiayaan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan produksi, perdagangan, maupun investasi⁵⁸.

⁵⁵ Muhammad, *Lembaga-Lembaga Keuangan Umat Kontemporer*, UII Press, Yogyakarta, 2002, hlm.260.

⁵⁶ Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek*, Penerbit Gema Insani, Jakarta, 2001, hlm.170

⁵⁷ Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek*, Penerbit Gema Insani, Jakarta, 2001, hlm.160. Lihat pula Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek*, Penerbit Gema Insani, Jakarta, 2001, hlm.160

⁵⁸ Muhammad, *Lembaga-Lembaga Keuangan Umat Kontemporer*, UII Press, Yogyakarta, 2002, hlm.22.

2. Pembiayaan konsumsi, pembiayaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi yang akan habis digunakan memenuhi kebutuhannya⁵⁹.

2.3.3. Perencanaan Pembiayaan

Suatu perencanaan yang baik dilakukan melalui berbagai proses kegiatan yang meliputi: “ 1) *forecasting*⁶⁰, 2) *objective*⁶¹, 3) *policies*⁶², 4) *programmes*⁶³, dan 5) *budget*⁶⁴.”

Berikut ini penjelasan dari kutipan di atas:

1. *Forecasting* adalah suatu peramalan usaha yang sistematis, untuk mencapai sesuatu yang paling mungkin diperoleh di masa yang akan datang, dengan melakukan penaksiran dan perhitungan yang rasional atas fakta yang ada.
2. *Objective* merupakan langkah kedua yaitu merumuskan tujuan pembiayaan. Tujuan pembiayaan merupakan bagian dari tujuan bank sebagai perusahaan, yaitu memperoleh keuntungan bagi kesejahteraan. Oleh karena itu tujuan pembiayaan harus mendukung visi, misi, dan strategi usaha bank.

⁵⁹Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek*, Penerbit Gema Insani, Jakarta, 2001, hlm.170

⁶⁰ Zainul Arifin, *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syari'ah*, Azkia Publisher, Tangerang, 2009, hlm.244-249

⁶¹ *Ibid.*

⁶² *Ibid.*

⁶³ *Ibid.*

⁶⁴ *Ibid.*

Secara umum tujuan pembiayaan dibedakan menjadi dua kelompok, yaitu: “1) Tujuan pembiayaan untuk tingkat makro⁶⁵ 2) Tujuan pembiayaan untuk tingkat mikro⁶⁶.”

Secara makro pembiayaan bertujuan untuk:

- a. Peningkatan ekonomi umat
- b. Tersedianya dana bagi peningkatan usaha
- c. Meningkatkan produktivitas
- d. Membuka lapangan kerja baru
- e. Terjadi distribusi pendapatan

Adapun secara mikro pembiayaan diberikan dalam rangka untuk:

- a. Upaya memaksimalkan laba
- b. Upaya memaksimalkan resiko, artinya usaha yang dilakukan agar mampu menghasilkan laba maksimal, maka pengusaha harus mampu meminimalkan resiko yang mungkin timbul. Resiko 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 akan tetapi sumber daya modalnya tidak ada, maka dipastikan diperlukan

⁶⁵ Muhammad, *Lembaga-Lembaga Keuangan Umat Kontemporer*, UII Press, Yogyakarta, 2002, hlm.60.

⁶⁶ *Ibid.*

pembiayaan. Dengan demikian, pembiayaan pada dasarnya dapat meningkatkan daya guna sumber-sumber daya ekonomi.

d. Penyaluran kelebihan dana, artinya kehidupan masyarakat ini ada pihak lain yang memiliki kelebihan sementara ada pihak yang kekurangan.

3. Kebijakan pembiayaan yang perlu dirumuskan dalam bentuk kebijakan dasar (*basic policies*) umumnya meliputi hal-hal berikut:

a. Segmentasi pembiayaan

Kebijakan tentang segmentasi pembiayaan merupakan salah satu bentuk implementasi dari pelaksanaan misi dan usaha pencapaian visi. Segmentasi pembiayaan dapat ditetapkan dalam bentuk pilihan sektor nasabah (*line of business*) atau tipe nasabah (*size of business*).

b. Jenis pembiayaan yang disediakan bagi nasabah

Jenis pembiayaan yang disediakan oleh bank biasanya berkaitan erat dengan sektor usaha dan tipe nasabah yang ingin dilayani. Jenis nasabah tertentu cukup dilayani melalui beberapa jenis pembiayaan untuk memperoleh barang dan modal kerja saja, tetapi nasabah lain memerlukan jenis pembiayaan lain yang lebih terkait dengan kombinasi jasa informasi dan pelayanan bisnis perusahaan.

c. Wilayah pelayanan

Pertimbangan wilayah pelayanan berkaitan dengan perencanaan jaringan kerja, pembukaan kantor-kantor cabang dan besar

kecilnya kantor-kantor tersebut. Sentra-sentra ekonomi harus ditelaah terlebih dahulu seperti pertanian, industri, perdagangan dan sebagainya.

d. Sistem penyampaian (*Delivery system*) produk dan jasa bank

Kebijakan ini berkaitan dengan pola perluasan jangkauan pemasaran dan penyampaian produk dan jasa bank. Sebagian bank mengutamakan penggunaan jaringan organik yang dimilikinya sendiri seperti kantor cabang, kantor kas, dan sebagainya. Sebagian bank lain memilih melakukan *outsourcing* dengan menggunakan agen-agen sebagai *remarketer*.

e. Distribusi pembiayaan

Dalam menerapkan distribusi aktiva produktif perlu disusun kebijakan alokasi dana, baik menurut sektor ekonomi, sektor industri maupun daerah atau wilayah pemasaran.

4. *Programmes* adalah sederetan kegiatan yang dipaparkan untuk melaksanakan *policies*. Program itu merupakan rencana kegiatan (*action plan*) yang dinamis yang biasanya dilaksanakan secara bertahap, dan terkait dengan ruang dan waktu. Program itu merupakan suatu kesatuan yang terkait erat dan tidak dapat dipisahkan dengan tujuan yang telah ditentukan dalam organisasi.

Program itu harus diselesaikan menurut *schedules*, yaitu urutan-urutan kegiatan menurut waktu tertentu (*action step*). Dalam keadaan

terpaksa *schedules* dapat berubah, tetapi program dan tujuan tidak berubah.

5. *Budget* adalah suatu taksiran atau perkiraan volume portofolio pembiayaan yang ingin dicapai selama kurun suatu periode anggaran, termasuk biaya yang harus dikeluarkan dan pendapatan yang diharapkan diperoleh di masa yang akan datang. Perkiraan tersebut disusun secara terinci, yang meliputi besaran-besaran yang dianggarkan terhadap setiap jenis pembiayaan, setiap segmen, setiap wilayah pemasaran dan sebagainya. Dengan demikian, *budget* dinyatakan dalam waktu, uang, material, dan unit-unit yang melaksanakan pekerjaan guna memperoleh hasil yang diharapkan.

2.3.4. Prinsip Analisis Pembiayaan

Prinsip adalah sesuatu yang dijadikan pedoman dalam melaksanakan suatu tindakan, prinsip analisis pembiayaan adalah pedoman-pedoman yang harus diperhatikan oleh pejabat pembiayaan di bank-bank syariah pada saat melakukan analisis pembiayaan. Secara umum prinsip pembiayaan didasarkan pada rumus 5C dan 7P, yaitu⁶⁷:

1. Prinsip analisis pembiayaan 5C meliputi:
 - a. *Character* artinya sifat atau karakter nasabah pengambil pinjaman.
 - b. *Capacity* artinya kemampuan nasabah untuk menjalankan usaha dan mengembalikan pinjaman yang diambil.

⁶⁷ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2001, hlm.106-107.

- c. *Capital* artinya besarnya modal yang diperlukan peminjam.
- d. *Collateral* artinya jaminan yang telah dimiliki yang diberikan peminjam kepada bank.
- e. *Condition* artinya keadaan usaha atau nasabah prospek atau tidak.

2. Prinsip analisis pembiayaan yang 7P meliputi:

- a. *Personality* adalah menilai nasabah dari segi kepribadian atau tingkah lakunya sehari-hari maupun masa lalunya. *Personality* juga mencakup sikap, emosi, tingkah laku, dan tindakan nasabah dalam menghadapi suatu masalah.
- b. *Party* adalah mengklasifikasikan nasabah ke dalam klasifikasi tertentu atau golongan-golongan tertentu berdasarkan modal, loyalitas serta karakternya, mendapatkan fasilitas yang berbeda dari bank.
- c. *Purpose* adalah untuk mengetahui tujuan nasabah dalam mengambil kredit termasuk jenis kredit yang diinginkan nasabah. Tujuan pengambilan kredit dapat bermacam-macam, sebagai contoh apakah untuk modal kerja atau investasi.
- d. *Prospect* adalah untuk memulai usaha nasabah di masa yang akan datang menguntungkan atau tidak, atau dengan kata lain mempunyai prospek atau sebaliknya.
- e. *Payment* merupakan ukuran bagaimana cara nasabah mengembalikan kredit yang telah diambil atau dari sumber mana saja dana untuk pengembalian kredit.

- f. *Profitability* untuk menganalisis bagaimana kemampuan nasabah dalam mencari laba, *profitability* diukur dari periode ke periode apakah akan tetap sama atau akan semakin meningkat, apabila dengan tambahan kredit yang akan diperoleh.
- g. *Protection* tujuannya adalah bagaimana menjaga agar usaha dan jaminan mendapatkan perlindungan (barang atau jaminan asuransi).

