

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Definisi Preferensi

Preferensi berasal dari bahasa Inggris "*Preference*" yang berarti sesuatu yang lebih diminati, suatu pilihan utama, merupakan kebutuhan prioritas. Preferensi merupakan suatu hal yang harus didahulukan, dan diutamakan dari pada yang lain, prioritas, pilihan, kecenderungan dan lebih disukai (Departemen Pendidikan Nasional, 2001).

Menurut Salvatore (1996), konsep preferensi berkaitan dengan kemampuan konsumen dalam menyusun prioritas pilihan agar dapat mengambil keputusan. Minimalnya ada dua sikap yang berkaitan dengan preferensi konsumen yaitu lebih suka (*prefer*) dan atau sama-sama disukai (*indifference*).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2006) Preferensi adalah pilihan, kecenderungan, kesukaan atau hal yang untuk didahulukan, diprioritaskan, dan diutamakan daripada yang lain. Jadi preferensi konsumen adalah kecenderungan seseorang dalam memilih penggunaan barang tertentu untuk dapat dirasakan dan dinikmati sehingga dapat mencapai kepuasan dari pemakaian produk, pada akhirnya konsumen loyal terhadap merk tertentu daripada produk yang sejenis. Preferensi adalah suatu sikap yang lebih menyukai sesuatu benda daripada benda lainnya. Penilaian preferensi adalah teknik penelitian dengan menyajikan dua objek atau lebih yang harus dipilih subjek yang diukur lewat tes verbal atau lisan.

Menurut Kotler (2008), preferensi konsumen terbentuk melalui variabel-variabel kebiasaan, kecenderungan, dan kesesuaian terhadap berbagai variasi produk atau pemasok yang tersedia. Preferensi konsumen dapat dijelaskan sebagai suatu sikap konsumen terhadap satu pilihan merek produk maupun pemasok yang terbentuk melalui proses evaluasi.

Berdasarkan pengertian di atas, dapat dipahami bahwa preferensi konsumen adalah gambaran-gambaran dari nilai-nilai terbaik yang dipertimbangkan konsumen dalam menentukan sebuah pilihan. Selain itu, preferensi juga mampu membentuk sebuah perilaku yang lebih mengarah pada sikap atau respon atas sebuah produk.

## **2.2 Teori Preferensi Konsumen**

Ada empat pendekatan untuk menjelaskan preferensi konsumen, mulai dari pendekatan ordinal (pendekatan kurva tak acuh), pendekatan kardinal (pendekatan guna batas klasik), pendekatan *revealed preference* serta pendekatan atribut.

### **2.2.1 Teori Preferensi dengan Pendekatan Kardinal**

Pada pendekatan kardinal asumsi yang digunakan yaitu: (1) utility dapat diukur dengan satuan uang, (2) berlaku Hukum Gosen (*The Law Of Diminishing Returns*): "Semakin banyak sesuatu barang dikonsumsi maka tambahan kepuasan yang diperoleh dari satuan barang tersebut akan berkurang atau menurun", (3) konsumen berusaha memaksimalkan kepuasan.

Dalam pendekatan kardinal dikenal adanya hukum mengenai penurunan utilitas marginal (*The Law Of Diminishing Returns*). Hukum ini mengatakan

bahwa jika seseorang mengkonsumsi suatu barang dengan frekuensi yang diulang-ulang, maka nilai tambahan kepuasan dari unit barang konsumsi berikutnya akan semakin menurun. Pengertian konsumsi disini bisa dimaknai mengkonsumsi apa saja termasuk mengkonsumsi waktu luang (*leisure*). Hal ini berlaku juga untuk setiap kegiatan yang dilakukan seseorang.

Jika seseorang mengkonsumsi suatu barang atau jasa secara terus menerus secara berurutan, maka nilai tambahan kepuasan yang diperoleh semakin menurun. Hal ini terjadi karena munculnya masalah kebosanan yang seterusnya, kalau berlanjut, akan menjadi kejenuhan yang menyebabkan orang yang bersangkutan bukannya merasa senang dalam mengkonsumsi barang tersebut, melainkan justru rasa kurang senang. Syarat pencapaian kepuasan maksimal pada pendekatan kardinal yaitu apabila yang dikonsumsi hanya satu barang maka tingkat kepuasan maksimum dapat dicapai pada saat total utiliti mencapai maksimum. Selanjutnya apabila yang dikonsumsi dua macam barang atau lebih maka ekuilibrium konsumen dapat dicapai dengan syarat yaitu:

$$\frac{\text{MU barang A}}{P_a} = \frac{\text{MU barang B}}{P_b} = \frac{\text{MU barang C}}{P_c}$$

dimana MU adalah marginal utility dan P adalah harga barang.

### 2.2.2 Teori Preferensi dengan Pendekatan Ordinal

Dalam pendekatan ordinal digunakan anggapan sebagai berikut : konsumen mempunyai pola preferensi akan barang-barang tertentu. Konsumen mempunyai sejumlah uang tertentu, konsumen berusaha memaksimalkan kepuasan. Pendekatan Ordinal beranggapan bahwa kepuasan konsumen tidak dapat diukur dengan satu satuan uang tetap, hanya dapat dinyatakan lebih tinggi

atau rendah. Alat analisis yang digunakan adalah dengan menggunakan kurva *indifference curve*.

### 2.2.3 Teori Preferensi dengan Pendekatan Atribut

Pendekatan atribut mendasarkan pada asumsi bahwa pertimbangan konsumen dalam memilih suatu barang/jasa didasarkan pada atribut yang melekat pada barang/jasa tersebut. Atribut suatu barang mencakup semua jasa yang dihasilkan dari penggunaan dan atau pemilikan barang tersebut. Seperti halnya dengan pendekatan ordinal, alat analisis yang digunakan dalam pendekatan Atribut adalah kepuasan digabung dengan analisis kurva indifferensi. Adanya pembagian anggaran pada semua kelompok kebutuhan menimbulkan beberapa macam garis anggaran dan kurva indifferensi. Konsumen akan memperoleh kepuasan maksimum (keseimbangan konsumen) manakala anggaran untuk tiap kelompok kebutuhan bisa didistribusikan diantara berbagai pilihan yang ada dengan kepuasan marginal tertinggi.

Pendekatan atribut, menjelaskan perilaku konsumen dalam memilih suatu barang tidak hanya karena daya gunanya yang diberikan barang tersebut. Namun juga karena karakteristik atau atribut-atribut yang disediakan oleh produk tersebut. Pendekatan ini diperkenalkan oleh Kelvin Lancaster pada tahun 1966 dan dikembangkan lagi pada tahun 1971. Setiap konsumen memilih produk untuk memaksimalkan daya guna yang diturunkan dari atribut-atribut yang melekat dari produk tersebut dengan kendala anggaran yang terbatas. Dengan demikian, konsumen harus memilih kombinasi terbaik berdasarkan anggaran yang ada. Adapun atribut yang biasa melekat dalam suatu produk diantaranya: harga,

pendapatan dan persepsi. Dalam pendekatan atribut konsumen akan mendapatkan kepuasan yang maksimal pada saat garis anggaran bersinggungan dengan kurva frontier. Titik persinggungan ini disebut *efisiensi frontier* (Amaliah dan Westi Riani, 2013).

#### 2.2.4 Teori Preferensi Nyata (*Revealed Preference Theory*)

Teori preferensi yang diungkapkan (*Revealed Preference*) oleh Samuelson untuk menerangkan perilaku konsumen dalam mengkonsumsi tanpa harus mendekatinya melalui daya guna yang menurut Samuelson memiliki kelemahan yang mendasar yaitu daya guna (kepuasan) tidak bisa diukur dan kesulitan dalam membuat orde dari utilitas konsumsi. Pada dasarnya teori ini tidak ingin mengesampingkan teori nilai guna ordinal, akan tetapi hanya berbeda dalam pendekatannya saja, dimana dalam teori ini konsumenlah yang dikedepankan baru kemudian menentukan daya guna/tingkat utilitasnya, artinya bila konsumen sudah memiliki preferensi untuk konsumsinya maka konsumen tersebut tidak akan berpindah ke preferensi lain karena adanya perubahan harga barang. Teori ini menambah 2 asumsi dasar dan asumsi yang ada pada teori nilai guna ordinal yaitu konsumen harus konsisten atas pilihannya dan adanya pilihan yang diungkapkan (Putong, 2009).

Asumsi dasar dari teori preferensi nyata adalah:

- a. Konsumen bersikap rasional.
- b. Konsumen konsisten, artinya bila barang A lebih dipilih dari barang B, karena A lebih disukai daripada B dan tidak berlaku sebaliknya, B lebih dipilih daripada A.

- c. Prinsip transitif artinya bila barang A lebih disukai daripada barang B, dan B lebih disukai daripada C, maka A lebih disukai daripada C.
- d. *Revealed preference axiom*, artinya konsumen akan menyisihkan sejumlah uang tertentu untuk pengeluarannya.

Pendekatan ini dikembangkan karena adanya kelemahan dari pendekatan ordinal, seperti harus diterimanya asumsi *convexity* pada *indifference curve* dan kelemahan dari pendekatan kardinal yaitu daya guna dapat diukur. Dengan pendekatan *revealed preference* ini semua kelemahan tersebut dapat dinetralisir karena dengan pendekatan *revealed preference* akan dapat diperoleh kurva permintaan secara langsung serta dapat dibuat *indifference curve*-nya (Joesron dan Fathurozi, 2003 dalam Arbaeni, 2015).

Teori *revealed preference* ini didasarkan atas gagasan yang sederhana bahwa seseorang konsumen akan memutuskan membeli beberapa kelompok barang atau jasa tertentu, karena ia lebih menyukai daripada kumpulan barang lain, atau barang dan jasa itu lebih murah jika dibandingkan dengan kumpulan barang atau jasa lainnya.

### 2.2.5 Pentingnya Pengukuran Preferensi

Sudibyo(2002), menyatakan bahwa pengukuran terhadap preferensi konsumen sangat penting karena :

- a. Sebagai dasar untuk menarik minat pembeli konsumen pada suatu produk.
- b. Sebagai acuan bagi perusahaan untuk menerapkan program-program pembangunan loyalitas konsumen.

- c. Untuk menjaga interaksi yang terus berkelanjutan antara konsumen dan pelaku usaha

### 2.3 Persepsi dan Faktor yang mempengaruhinya

Persepsi merupakan salah satu unsur psikologis yang turut menentukan bagaimana seseorang itu berperilaku. Dari persepsi dan perilaku mereka dapat diidentifikasi apa yang dibutuhkan dan diinginkan mereka sehingga ditemukan peluang-peluang yang memungkinkan hingga dijadikan sebagai dasar untuk menyampaikan informasi mengenai sesuatu. Pengertian persepsi yang dikemukakan oleh Krech (1981), adalah proses pemberian arti (*cognitive*) terhadap lingkungan oleh seseorang. Karena setiap orang memberi arti kepada stimulus, maka individu yang berbeda akan melihat hal yang sama dengan cara yang berbeda-beda.

Menurut Sekuler & Blake (1985), persepsi adalah hubungan final dalam suatu rangkaian dari kejadian-kejadian yang saling berkaitan. Disebabkan persepsi bertautan dengan objek atau kejadian pada saat tertentu, berdasarkan pengetahuan yang dimiliki, maka persepsi terjadi kapan saja stimulus menggerakkan indera. Jadi persepsi mencakup penafsiran objek, tanda, dan orang dari sudut pengalaman yang bersangkutan. Dengan perkataan lain, persepsi mencakup penerimaan stimulus yang telah diorganisasi dengan cara yang dapat mempengaruhi perilaku dan pembentukan sikap.

Di lain sisi beberapa ahli pemasaran memberikan pengertian/definisi persepsi, antara lain definisi yang diberikan Kotler (1986), persepsi sebagai proses seseorang individu memilih, mengorganisir, menafsirkan masukan-masukan informasi untuk menciptakan sebuah gambaran yang bermakna tentang dunia.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa persepsi merupakan suatu proses aktivitas mengindra, menyeleksi, mengorganisasi dan mengintreprestasikan serta memberikan penilaian terhadap objek tertentu. Persepsi dimulai dengan aktivitas mengindra yaitu individu menangkap rangsangan atau stimulus objek melalui panca indera, penglihatan, pendengaran, penciuman, perabaan dan perasaan. Stimulus yang ditangkap oleh indera secara selektif kemudian diorganisir dengan menggunakan akal pikiran (otak) sehingga dapat menyadari tentang apa yang diterimanya melalui inderanya. Stimulus dari suatu objek tertentu dapat diterima individu adalah sebagai suatu kesatuan yang tidak terpisah, sehingga dapat memberikan suatu gambaran yang bermakna.

Dengan menyadari tentang apa yang diterima melalui inderanya berarti individu akan mengintreprestasikan dan menilai suatu objek akan tercermin dari respon yang timbul. Dengan demikian, persepsi dapat diartikan dengan suatu proses seseorang, mengorganisasikan dan mengintreprestasikan kesan-kesan inderanya sehingga ia dapat memberikan arti kepada lingkungannya. Namun demikian dalam kehidupan sehari-hari apabila kita mengatakan persepsi, orang lebih mengidentifikasikan dengan pandangan, artinya bagaimana pandangan tentang sesuatu objek (Amaliah dan Riani, 2013).

Menurut Hutagalung (1994) dalam Amaliah (2013), Perbedaan-perbedaan persepsi yang terjadi ditimbulkan karena dipengaruhi beberapa faktor diantaranya:

1. Kebutuhan, persepsi seseorang terhadap suatu objek tertentu timbul karena harapannya bahwa objek tersebut dapat memberikan sesuatu yang dibentuk.



2. Pengetahuan, persepsi seseorang terhadap suatu objek yang telah di kenal serta diketahui dengan jelas cenderung lebih mudah timbul
3. Pengalaman, kesan terlintas yang diperoleh melalui pengalaman, merupakan faktor yang menentukan terbentuknya persepsi.

Menurut Kotler (1997) dalam Tanjung (2007) faktor yang mempengaruhi preferensi seseorang terhadap produk yaitu *price*. Dalam penelitian ini termasuk pada bagi hasil dan pendapatan.

1. Bagi hasil, ekonomi Islam menawarkan sistem bagi hasil (*profit and loss sharing*) ketika pemilik modal (*surplus spending unit*) bekerja sama dengan pengusaha (*deficit spending unit*) untuk melakukan kegiatan usaha. Apabila kegiatan usaha menghasilkan, keuntungan dibagi berdua, dan apabila kegiatan usaha menderita kerugian, kerugian ditanggung bersama. Sistem bagi hasil menjamin adanya keadilan dan tidak ada pihak yang tereksplorasi (*didzalimi*).
2. Pendapatan, pasar memerlukan daya beli dan penduduk. Daya beli yang ada di dalam suatu perekonomian tergantung kepada pendapatan, harga, tabungan, hutang, dan ketersediaan kredit berjalan. Para pemasar harus memberikan perhatian khusus pada kecenderungan-kecenderungan utama dalam pendapatan dan pola pengeluaran konsumen.

## 2.4 Prinsip-prinsip Ekonomi Islam

Prinsip-prinsip dalam ekonomi Islam, sebagai berikut:

### a. Prinsip Tauhid

Prinsip tauhid dalam ekonomi Islam sangat esensial, sebab prinsip ini mengajarkan kepada manusia agar dalam hubungan kemanusiaannya (hubungan horisontal), sama pentingnya dengan hubungan dengan Allah (hubungan vertikal). Dalam arti manusia dalam melakukan aktifitas ekonominya didasarkan pada keadilan sosial yang bersumber kepada Al-Qur'an. Prinsip tauhid juga berkaitan erat dengan aspek kepemilikan dalam Islam. Kepemilikan dalam Islam berbeda dengan kepemilikan yang ada dalam sistem ekonomi kapitalis maupun sosialis. Setiap kepemilikan dari hasil pendapatan yang tidak selaras dengan prinsip tauhid merupakan hubungan yang tidak islami. Oleh sebab itu, kepemilikan mutlak tidak dibenarkan dalam ekonomi Islam, karena konsep kepemilikan mutlak hanya dimiliki oleh Allah SWT, sedangkan kepemilikan oleh manusia bersifat relatif.

### b. Prinsip Keseimbangan

Kegiatan ekonomi dalam Islam harus didasarkan pada prinsip keseimbangan. Keseimbangan yang dimaksud bukan hanya berkaitan dengan keseimbangan antara kebutuhan duniawi dan ukhrawi, tapi juga berkaitan dengan keseimbangan kebutuhan individu dan kebutuhan masyarakat (umum). Islam menekankan keselarasan antara lahir dan bathin, individu dan masyarakat. Pencapaian kesejahteraan dunia dan akhirat dilakukan secara bersama-sama. Oleh sebab itu, sumber daya ekonomi harus diarahkan untuk mencapai kedua kesejahteraan tersebut. Islam menolak secara tegas umat manusia yang terlalu rakus

dengan penguasaan materi dan menganggapnya sebagai ukuran keberhasilan ekonomi, sebagaimana yang tujuan ekonomi dalam sistem ekonomi kapitalisme dan sosialisme.

c. Prinsip Khilafah

Manusia adalah khalifah (wakil) tuhan di muka bumi yang harus menjalankan aturan dan hukum-hukum yang telah ditetapkan pemberi "mandat" kekhalifahan, Allah SWT. Posisi manusia sebagai khalifah dapat dilihat dalam berbagai ayat Al-Qur'an, seperti:

*Yang Artinya: "Ingatlah ketika Tuhanmu berfirman kepada para Malaikat: "Sesungguhnya Aku hendak menjadikan seorang khalifah di muka bumi". Mereka berkata: "Mengapa Engkau hendak menjadikan (khalifah) di bumi itu orang yang akan membuat kerusakan padanya dan menumpahkan darah, padahal kami senantiasa bertasbih dengan memuji Engkau dan mensucikan Engkau?" Tuhan berfirman: "Sesungguhnya Aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui".*

(QS. Al-Baqarah:30)

d. Prinsip Keadilan

Keadilan adalah salah satu prinsip yang penting dalam mekanisme perekonomian Islam. Adil dalam ekonomi bisa diterapkan dalam penentuan harga, kualitas produk, perlakuan terhadap para pekerja, dan dampak yang timbul dari berbagai kebijakan ekonomi yang dikeluarkan. Penegakkan keadilan dan pembasmian bentuk diskriminasi telah ditekankan oleh Al-Qur'an, bahkan salah satu tujuan utama risalah kenabian adalah untuk penegakkan keadilan, Allah SWT berfirman:

*Yang Artinya: "Sesungguhnya Kami telah mengutus rasul-rasul Kami dengan membawa bukti-bukti yang nyata dan telah Kami turunkan bersama mereka Al-Kitab dan neraca keadilan..."*

(QS. Al-Hadid:25)

Allah SWT dalam Al-Qur'an menempatkan keadilan sederajat dengan kebajikan dan ketakwaan. Hal itu didasarkan pada QS. Al-Maidah ayat 8 berikut ini.

*Yang Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap suatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada taqwa..."*

#### **2.4.1 Pelarangan Riba Dalam Sistem Ekonomi Islam**

Riba dapat timbul dalam pinjaman (*riba dayn*) dan dapat pula timbul dalam perdagangan (*riba bai'*). *Riba bai'* terdiri dari dua jenis, yaitu riba karena pertukaran barang sejenis, tetapi jumlahnya tidak seimbang (*riba fadl*), dan riba karena pertukaran barang sejenis dan jumlahnya dlebihkan karena melibatkan jangka waktu (*riba nasiah*).

*Riba dayn* berarti 'tambahan', yaitu pembayaran "premi" atas setiap jenis pinjaman dalam transaksi hutang-piutang maupun perdagangan yang harus dibayarkan oleh peminjam kepada pemberi pinjaman di samping pengembalian pokok, yang ditetapkan sebelumnya. Secara teknis, *riba* berarti pengambilan tambahan dari harta pokok atau modal secara *bathil*. Dikatakan *bathil* karena pemilik dana mewajibkan peminjam untuk membayar lebih dari yang dipinjam tanpa memperhatikan apakah peminjam mendapat keuntungan atau mengalami kerugian.

Menurut Qardhawi (2002), hikmah eksplisit yang tampak jelas di balik pelarangan riba adalah pewujudan persamaan yang adil di antara pemilik harta (modal) dengan usaha, serta pemikulan risiko dan akibatnya secara berani dan penuh rasa tanggung jawab. Prinsip keadilan dalam Islam ini tidak memihak kepada salah satu pihak, melainkan keduanya berada pada posisi yang seimbang.

#### 2.4.2 Konsep Akad

Secara khusus akad berarti keterkaitan antara *ijab* (pernyataan penawaran / pemindahan kepemilikan) dan *qabul* (pernyataan penerimaan kepemilikan) dalam lingkup yang disyariatkan dan berpengaruh pada sesuatu. Rukun dalam akad ada tiga, yaitu: (1) pelaku akad, (2) objek akad, dan (3) *Shighah* atau pernyataan pelaku akad, yaitu *ijab* dan *qabul*. Syarat dalam akad ada empat, yaitu: (1) syarat berlakunya akad (*In'iqod*), (2) syarat sahnya akad (*Shihah*), (3) syarat terealisasinya akad (*Nafadz*), dan (4) syarat *Lazim*.

Akad atau transaksi yang berhubungan dengan kegiatan usaha bank syariah dapat digolongkan ke dalam transaksi untuk mencari keuntungan (*tijarah*) dan transaksi tidak untuk mencari keuntungan (*tabarru'*). Transaksi untuk mencari keuntungan dapat dibagi lagi menjadi dua, yaitu transaksi yang mengandung kepastian (*natural certainty contracts*), yaitu kontrak dengan prinsip nonbagi hasil (jual-beli dan sewa), dan transaksi yang mengandung ketidakpastian (*natural uncertainty contracts*), yaitu kontrak dengan prinsip bagi hasil. Semua transaksi untuk mencari keuntungan tercakup dalam pembiayaan dan pendanaan, sedangkan transaksi tidak untuk mencari keuntungan tercakup dalam pendanaan, jasa pelayanan (*fee based income*), dan kegiatan sosial.

### 2.4.3 Sistem Bagi Hasil dan Sistem Bunga

Sebagai alternatif sistem bunga dalam ekonomi konvensional, ekonomi Islam menawarkan sistem bagi hasil (*profit and loss sharing*) ketika pemilik modal (*surplus spending unit*) bekerja sama dengan pengusaha (*deficit spending unit*) untuk melakukan kegiatan usaha. Apabila kegiatan usaha menghasilkan, keuntungan dibagi berdua, dan apabila kegiatan usaha menderita kerugian, kerugian ditanggung bersama. Sistem bagi hasil menjamin adanya keadilan dan tidak ada pihak yang tereksplotasi (*didzalimi*). Sistem bagi hasil dapat berbentuk musyarakah atau mudharabah dengan berbagai variasinya.

**Tabel 2.1 Perbedaan Bunga dan Bagi Hasil**

Bunga	Bagi Hasil
1. Penentuan bunga dibuat pada waktu akad dengan asumsi usaha akan selalu menghasilkan keuntungan.	1. Penentuan besarnya rasio/nisbah bagi hasil disepakati pada waktu akad dengan berpedoman pada kemungkinan untung rugi.
2. Besarnya persentase didasarkan pada jumlah dana/modal yang dipinjamkan.	2. Besarnya rasio bagi hasil didasarkan pada jumlah keuntungan yang diperoleh.
3. Bunga dapat mengambang/variabel, dan besarnya naik turun sesuai dengan naik turunnya bunga patokan atau kondisi ekonomi.	3. Rasio bagi hasil tetap tidak berubah selama akad masih berlaku, kecuali diubah atas kesepakatan bersama.
4. Pembayaran bunga tetap seperti yang dijanjikan tanpa pertimbangan apakah usaha yang dijalankan peminjam untung atau rugi.	4. Bagi hasil bergantung pada keuntungan usaha yang dijalankan. Bila usaha merugi, kerugian akan ditanggung bersama.
5. Jumlah pembayaran bunga tidak meningkat sekalipun keuntungan naik berlipat ganda.	5. Jumlah pembagian laba meningkat sesuai dengan peningkatan keuntungan.
6. Eksistensi bunga diragukan (kalau tidak dikecam) oleh semua agama.	6. Tidak ada yang meragukan keabsahan bagi hasil

Sumber: Ascarya, 2006. *Akad dan Produk Bank Syariah: Konsep dan Praktek di Beberapa Negara*. Bank Indonesia

## 2.5 Gambaran Lembaga Keuangan Syariah

Menurut Dewan Syariah Nasional (DSN), Lembaga keuangan syariah (LKS) adalah lembaga keuangan yang mengeluarkan produk keuangan syariah dan yang mendapat izin operasional sebagai lembaga keuangan syariah (DSN-MUI, 2003).

Diantara lembaga keuangan syariah yang berkembang secara pesat adalah antara lain bank syariah, BPRS, dan BMT. Bank syariah berkembang berdampingan dengan bank-bank konvensional. Hal tersebut dibuktikan dengan munculnya Bank BNI syariah, Bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin Syariah, Bank Danamon Syariah, dan lain-lain. Disamping itu, berkembang juga lembaga keuangan syariah yang bersifat makro, yang bergerak dikalangan ekonomi bawah yaitu BMT (*Baitul Maal wat-Tamwil*)

### 2.5.1 Definisi Perbankan Syariah

Definisi bank dijelaskan oleh Muhammad, bahwa bank adalah lembaga perantara keuangan atau biasa disebut *financial intermediary*. Artinya, lembaga bank adalah lembaga yang dalam aktivitasnya berkaitan dengan masalah uang. Oleh karena itu, usaha bank akan selalu dikaitkan dengan masalah uang yang merupakan alat pelancar terjadinya perdagangan yang utama.

Menurut UU No 21 Tahun 2008, perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha serta tata cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Bank Syariah itu sendiri adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan Prinsip Syariah dan menurut jenisnya terdiri atas

Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Bank Umum Syariah merupakan bank syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

### 2.5.2 Definisi Baitul Maal Wat-Tamwil

BMT atau *Baitul Maal wat-Tamwil* merupakan padanan kata dari Balai Usaha Mandiri Terpadu. *Baitul maal* berfungsi menampung dan menyalurkan dana berupa zakat, infaq dan shadaqah (ZIS) dan mentasruflkan sesuai amanah. Sedangkan *Baitul Tamwil* adalah pengembangan usaha-usaha produktif investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil serta mendorong kegiatan menabung dalam menunjang ekonomi. Sedangkan Lubis mendefinisikan baitul maal secara harfiah yang berarti rumah harta benda atau kekayaan. Namun demikian, kata baitul maal bisa diartikan sebagai perbendaharaan (umum atau negara). Baitul maal dilihat dari istilah fikih adalah suatu lembaga atau badan yang bertugas untuk mengurus kekayaan negara terutama keuangan, yang berkenaan dengan soal pemasukan dan pengelolaan, maupun yang berhubungan dengan masalah pengeluaran lain. Sedang baitul tamwil berupa rumah penyimpanan harta milik pribadi yang dikelola oleh suatu lembaga. (Lubis,1995 dalam Yusuf, 2014)



### 2.5.3 Produk Pembiayaan Lembaga Keuangan Syariah

Pembiayaan dalam perbankan Syariah menurut Al Harran (1999) dapat dibagi tiga.

- a. *Return bearing financing*, yaitu bentuk pembiayaan yang secara komersial menguntungkan, ketika pemilik modal mau menanggung risiko kerugian dan nasabah juga memberikan keuntungan.
- b. *Return free financing*, yaitu bentuk pembiayaan yang tidak untuk mencari keuntungan yang lebih ditujukan kepada orang yang membutuhkan (*poor*), sehingga tidak ada keuntungan yang dapat diberikan.
- c. *Charity financing*, yaitu bentuk pembiayaan yang memang diberikan kepada orang miskin dan membutuhkan, sehingga tidak ada klaim terhadap pokok dan keuntungan.

Ini berlaku juga pada *Baitul Maal wat-Tamwil*, namun yang membedakan yaitu BMT beroperasi dan memfokuskan target pasar pada bisnis skala kecil yang kurang terjangkau oleh perbankan pada umumnya.

Produk-produk pembiayaan bank syariah, khususnya pada bentuk pertama, ditujukan untuk menyalurkan investasi dan simpanan masyarakat ke sektor riil dengan tujuan produktif dalam bentuk investasi bersama (*investment financing*) yang dilakukan bersama mitra usaha (kreditor) menggunakan pola bagi hasil (*mudharabah* dan *musyarakah*) dan dalam bentuk investasi sendiri (*trade financing*) kepada yang membutuhkan pembiayaan menggunakan pola jual beli (*murabahah*, *salam*, dan *istishna*) dan pola sewa (*ijarah* dan *ijarah muntahiya*

bittamlik). Dapat disimpulkan bahwa produk-produk pembiayaan bank syariah dapat menggunakan empat pola yang berbeda.

1. Pola bagi hasil, untuk *investment financing* terdiri dari musyarakah dan mudharabah.
2. Pola jual beli, untuk *trade financing* terdiri dari murabahah, salam, istishna
3. Pola sewa, untuk *trade financing* terdiri dari ijarah dan ijarah muntahiya bittamlik.
4. Pola pinjaman, untuk dana talangan yaitu Qardh

**Tabel 2.2 Produk-produk Pembiayaan**

No	Produk Pembiayaan	Prinsip
1	Modal Kerja	<i>Mudharabah, Musyarakah, Murabahah, Salam</i>
2	Investasi	<i>Mudharabah, Musyarakah, Murabahah, Istishna, Ijarah, Ijarah Muntahiya Bi Tamlik</i>
3	Pengadaan Barang Investasi, Aneka Barang	<i>Murabahah, Ijarah Muntahiya Bi Tamlik, Musyarakah Mutanaqisah</i>
4	Perumahan, Properti	<i>Murabahah, Ijarah Muntahiya Bi Tamlik, Musyarakah Mutanaqisah</i>
5	Proyek	<i>Mudharabah, Musyarakah</i>
6	Ekspor	<i>Mudharabah, Musyarakah, Murabahah</i>
7	Produksi Agribisnis / Sejenis	<i>Salam, Salam Paralel</i>
8	Manufaktur, Konstruksi	<i>Istishna, Istishna Paralel</i>
9	Penyertaan	<i>Musyarakah</i>
10	Surat Berharga	<i>Mudharabah, Qardh</i>
11	Sewa beli	<i>Ijarah Muntahiya Bi Tamlik</i>
12	Akuisisi Aset	<i>Ijarah Muntahiya Bi Tamlik</i>

Sumber: Ascarya, 2006. *Akad dan Produk Bank Syariah: Konsep dan Praktek di Beberapa Negara*. Bank Indonesia

#### 2.5.4 Ciri-ciri dan Prinsip Lembaga Keuangan Syariah

Adapun yang menjadi ciri-ciri bank syariah yang membedakan dengan bank konvensional, antara lain :

1. Beban biaya yang disepakati bersama pada waktu akad perjanjian diwujudkan dalam bentuk jumlah nominal, yang besar tidak kaku dan dapat dilakukan dengan kebebasan untuk tawar menawar dalam batas wajar. Misalnya beban biaya pada kredit *mudharabah* dan *Bai'u Bithaman Ajil* dan beban biaya (misalnya pada pinjaman *al-Qardhul Hasan*) yang disepakati tidak kaku (*rigid*) dan ditentukan berdasarkan kelayakan tanggungan resiko dan korbanan masing-masing.
2. Beban biaya tersebut hanya dikenakan sampai batas waktu sesuai dengan kesepakatan dalam kontrak.
3. Penggunaan persentase dalam hal kewajiban untuk melakukan pembayaran selalu dihindari, karena persentase mengandung potensi melipatgandakan dan bersifat melekat pada sisa utang meskipun batas waktu perjanjian telah berakhir.
4. Didalam kontrak pembiayaan-pembiayaan proyek, bank syariah tidak menerapkan perhitungan berdasarkan keuntungan yang pasti (*fixed return*) yang diterapkan di muka, karena pada hakekatnya yang mengetahui tentang ruginya suatu proyek yang dibiayai bank hanyalah Allah semata.
5. Pengerahan dana masyarakat dalam bentuk deposito tabungan oleh penyimpan dianggap sebagai titipan (*al-wadiah*) sedangkan bagi bank dianggap sebagai titipan yang diamanatkan sebagai penyertaan dana pada

proyek-proyek yang dibiayai bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip syariah sehingga pada penyimpan tidak dijanjikan imbalan yang pasti.

6. Dewan Pengawas Syariah (DPS) bertugas untuk mengawasi operasionalisasi bank dari sudut syariahnya. Selain itu manajer dan pimpinan bank Islam harus menguasai dasar-dasar *muamalah* Islam.
7. Fungsi kelembagaan bank syariah selain menjembatani antara pihak pemilik modal dengan pihak yang membutuhkan dana, juga mempunyai fungsi khusus yaitu fungsi amanah, artinya berkewajiban menjaga dan bertanggung jawab atas keamanan dana yang disimpan dan siap sewaktu-waktu apabila dana diambil pemiliknya.
8. Uang dari jenis yang sama tidak bisa diperjualbelikan/disewakan atau dianggap barang dagangan. Oleh karena itu Bank Islam pada dasarnya tidak memberikan pinjaman berupa uang tunai tetapi berupa pembiayaan atau talangan dana untuk pengadaan barang dan jasa.

Sedangkan prinsip-prinsip bank syariah adalah sebagai berikut:

- a. Larangan riba

Riba dalam Islam hukumnya haram, dengan dasar sebagai berikut:

*Yang Artinya: "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".*

(QS. Al-Baqarah:275)

*Yang Artinya: Dan sabda Nabi SAW: "Dosa riba adalah lebih besar disisi Allah Ta'ala dari pada tiga puluh tiga perzinaan, yang dilakukan oleh seorang lelaki dalam 95 Islam"*

(Riwayat al-Hakim)

b. Mengutamakan perdagangan dan jual beli

*Yang Artinya:"Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba".*

(QS. Al-Baqarah:275)

*Yang Artinya:Bahwa Nabi SAW pernah ditanya: "Mata pencaharian apakah yang paling baik? Nabi menjawab: Seorang bekerja dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang mulus dan bersih".*

(Riwayat Al-Bazzar)

c. Keadilan

*Yang Artinya:"Dan janganlah kamu dekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih bermanfa'at, hingga sampai ia dewasa. Dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak memikulkan beban kepada seseorang melainkan sekedar kesanggupannya. Dan apabila kamu berkata, maka hendaklah kamu berlaku adil kendatipun dia adalah kerabat (mu), dan penuhilah janji Allah. Yang demikian itu diperintahkan Allah kepadamu agar kamu ingat".*

(QS. Al-An'am:152)

*Yang Artinya:"Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan".*

(QS. An-Nahl:90)

d. Kebersamaan dan tolong menolong

*Yang Artinya:"Dan tolong menolonglah kamu dalam mengerjakan kebajikan dan takwa, dan jangan tolong menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran".*

(QS. Al-Maidah:2)

e. Saling mendorong untuk meningkatkan prestasi

*Yang Artinya: "Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan kebahagiaanmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan".*

(QS. Al-Qashash:77)

*Yang Artinya: "Sesungguhnya Allah telah mewajibkan kepada kalian berusaha, maka hendaklah kalian berusaha".*

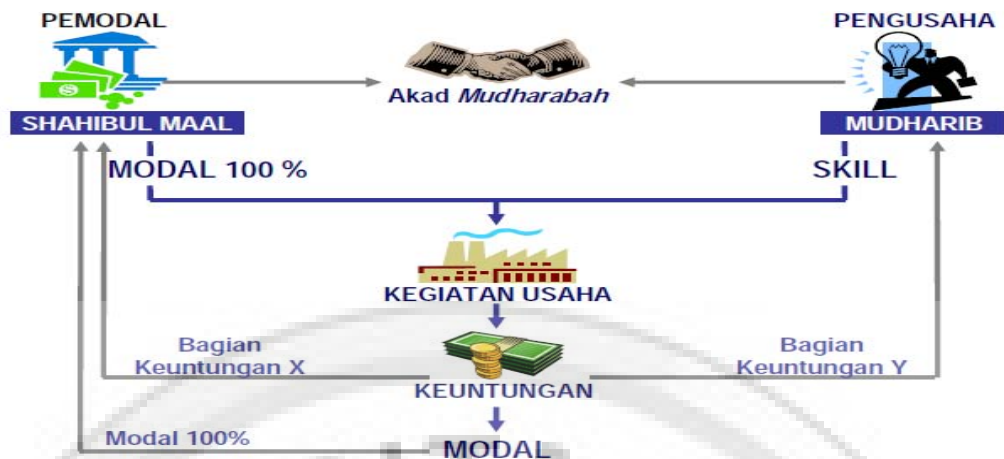
(Hadist riwayat Thabrani)

*Dalam doanya Nabi memohon perlindungan agar dijauhkan dari lemah dan malas: "Wa a'uudzu bika minal 'ajzi wal kasali : dan aku berlindung kepadaMu, ya Allah, dari lemah dan malas".*

(Hadist riwayat Abu Daud)

## 2.6 Pembiayaan Mudharabah

*Mudharabah* merupakan akad bagi hasil ketika pemilik dana/modal (pemodal), biasa disebut *shahibul maal/rabbul maal*, menyediakan modal (100 persen) kepada pengusaha sebagai pengelola, biasa disebut *mudharib*, untuk melakukan aktivitas produktif dengan syarat bahwa keuntungan yang dihasilkan akan dibagi di antara mereka menurut kesepakatan yang ditentukan sebelumnya dalam akad (yang besarnya juga dipengaruhi oleh kekuatan pasar). *Shahibul maal* (pemodal) adalah pihak yang memiliki modal, tetapi tidak bisa berbisnis, dan *mudharib* (pengelola atau *entrepreneur*) adalah pihak yang pandai berbisnis, tetapi tidak memiliki modal.



Sumber: Ascarya, 2006. *Akad dan Produk Bank Syariah: Konsep dan Praktek di Beberapa Negara*. Bank Indonesia

**Gambar 2.1 Bagan Proses Mudharabah**

Nisbah bagi hasil antara pemodal dan pengelola harus disepakati di awal perjanjian. Besarnya nisbah bagi hasil masing-masing pihak tidak diatur dalam Syariah, tetapi tergantung kesepakatan mereka. Nisbah bagi hasil bisa dibagi rata 50:50, tetapi bisa juga 30:70, 60:40, atau proporsi lain yang disepakati. Pembagian keuntungan yang tidak diperbolehkan adalah dengan menentukan alokasi jumlah tertentu untuk salah satu pihak. Diperbolehkan juga untuk menentukan proporsi yang berbeda untuk situasi yang berbeda. Misalnya, jika pengelola berusaha dibidang produksi, maka nisbahnya 50 persen, sedangkan kalau pengelola berusaha dibidang perdagangan, maka nisbahnya 40 persen.

Di luar porsi bagi hasil yang diterima pengelola, pengelola tidak diperkenankan meminta gaji atau kompensasi lainnya untuk hasil kerjanya. Semua mazhab sepakat dalam hal ini. Namun demikian, Imam Ahmad memperbolehkan pengelola untuk mendapatkan uang makan harian dari rekening *mudharabah*. Ulama dari mazhab Hanafi memperbolehkan pengelola untuk mendapatkan uang harian (seperti untuk akomodasi, makan, dan transpor) apabila dalam perjalanan bisnis ke luar kota.

### 2.6.1 Landasan syariah

Dalam firman Allah pada surat Al-Jumuah ayat 10 yang berbunyi :

...فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ مِنَ وَابْتَغُوا اللَّهَ...

Yang artinya : “Apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah”.

Dalam ayat lain Allah berfirman :

...لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ...

Yang artinya : “Tidak ada dosa (halangan) bagi kamu untuk mencari karunia Tuhanmu. (Q.S Al-Baqarah:198)

### 2.6.2 Rukun Akad

Rukun dari akad *mudharabah* yang harus dipenuhi dalam transaksi ada beberapa, yaitu:

1. Pelaku akad, yaitu *shahibul maal* (pemodal) adalah pihak yang memiliki modal tetapi tidak bisa berbisnis, dan *mudharib* (pengelola) adalah pihak yang pandai berbisnis, tetapi tidak memiliki modal.
2. Objek akad, yaitu modal (*maal*), kerja (*dharabah*), dan keuntungan (*ribh*)
3. *Shighah*, yaitu *Ijab* dan *Qabul*.

### 2.6.3 Syarat Khusus

Syarat khusus *mudharabah* terbagi menjadi dua, yaitu syarat modal dan syarat keuntungan. Untuk syarat modal, yaitu modal harus berupa uang, modal harus jelas dan diketahui jumlahnya, modal harus tunai bukan hutang, modal harus diserahkan kepada mitra kerja. Sedangkan syarat keuntungan, yaitu keuntungan harus jelas ukurannya, dan keuntungan harus dengan pembagian yang disepakati kedua belah pihak.



#### 2.6.4 Syarat Pokok Mudharabah

Beberapa syarat pokok *mudharabah* menurut Usmani (1999) antara lain sebagai berikut :

1. Usaha *mudharabah*. *Shahibul maal* boleh menentukan usaha apa yang akan dilakukan oleh *mudharib*, dan *mudharib* harus menginvestasikan modal ke dalam usaha tersebut saja. Seorang *shahibul maal* dapat melakukan kontrak *mudharabah* dengan lebih dari satu orang *mudharib* melalui satu transaksi. Hal ini berarti bahwa *shahibul maal* dapat menawarkan modalnya kepada A dan B sehingga masing-masing bertindak sebagai *mudharib* untuknya dan modal *mudharabah* dapat digunakan bersama oleh mereka, dan bagian *mudharib* harus dibagi di antara mereka dengan proporsi yang disepakati bersama.

Dalam kasus ini kedua *mudharib* harus menjalankan usaha seperti mitra usaha satu terhadap yang lain. Kepada *mudharib*, secara individu atau bersama, diberi otoritas untuk menjalankan apa saja sebagaimana layaknya suatu usaha. Namun demikian, jika mereka ingin melakukan kerja ekstra, di luar kebiasaan usaha, mereka tidak dapat melakukannya tanpa izin dari *shahibul maal*.

2. Pembagian keuntungan. Untuk validitas *mudharabah* diperlukan bahwa para pihak sepakat, pada awal kontrak, pada proporsi tertentu dari keuntungan nyata yang menjadi bagian masing-masing. Tidak ada proporsi tertentu yang ditetapkan oleh Syariah, melainkan diberi kebebasan bagi mereka dengan kesepakatan bersama. Mereka dapat membagi keuntungan dengan proporsi

yang sama. Mereka juga dapat membagi keuntungan dengan proporsi berbeda untuk *mudharib* dan *shahibul maal*. Namun demikian, mereka tidak boleh mengalokasikan keuntungan secara lumsum untuk siapa saja dan mereka juga tidak boleh mengalokasikan keuntungan dengan tingkat persentase tertentu dari modal. Misalnya, jika modal Rp100 juta, mereka tidak boleh sepakat terhadap syarat bahwa *mudharib* akan mendapatkan Rp10 juta dari keuntungan, atau terhadap syarat bahwa 20 persen dari modal harus menjadi bagian *shahibul maal*. Namun, mereka boleh sepakat bahwa 40 persen dari keuntungan riil menjadi bagian *shahibul maal* dan 60 persen menjadi bagian *mudharib* atau sebaliknya.

3. Penghentian *mudharabah*. Kontrak *mudharabah* dapat dihentikan kapan saja oleh salah satu pihak dengan syarat memberi tahu pihak lain terlebih dahulu. Jika semua aset dalam bentuk cair/tunai pada saat usaha dihentikan, dan usaha telah menghasilkan keuntungan, maka keuntungan dibagi sesuai kesepakatan terdahulu. Jika aset belum dalam bentuk cair/tunai, kepada *mudharib* harus diberi waktu untuk melikuidasi aset agar keuntungan atau kerugian dapat diketahui dan dihitung.

### 2.6.5 Manfaat Mudharabah

Terdapat banyak manfaat dari pembiayaan secara mudharabah, di antaranya sebagai berikut :

- a. Bank akan menikmati peningkatan bagi hasil pada saat keuntungan meningkat.
- b. Bank tidak berkewajiban membayar bagi hasil kepada nasabah pendanaa secara tetap, tetapi disesuaikan dengan pendapatan/hasil usaha bank, sehingga bank tidak akan pernah mengalami *negative spread*.
- c. Pengembalian pokok pembiayaan disesuaikan dengan *cash flow*/ arus kas usaha nasabah, sehingga tidak memberatkan nasabah.
- d. Bank akan lebih selektif dan hati-hati (*prudent*) mencari usaha yang benar-benar halal, aman, dan menguntungkan karena keuntungan yang kongkrit dan benar-benar terjadi itulah yang akan dibagikan.

### 2.7 Pembiayaan Musyarakah

*Musyarakah* merupakan akad bagi hasil ketika dua atau lebih pengusaha pemilik dana/modal bekerja sama sebagai mitra usaha, membiayai investasi usaha baru atau yang sudah berjalan. Mitra usaha pemilik modal berhak ikut serta dalam manajemen perusahaan, tetapi itu tidak merupakan keharusan. Para pihak dapat membagi pekerjaan mengelola usaha sesuai kesepakatan dan mereka juga dapat meminta gaji/upah untuk tenaga dan keahlian yang mereka curahkan untuk usaha tersebut.



Sumber: Ascarya, 2006. *Akad dan Produk Bank Syariah: Konsep dan Praktek di Beberapa Negara*. Bank Indonesia

**Gambar 2.2** Bagan Proses Musyarakah

### 2.7.1 Landasan Syariah

Dalam firman Allah pada Surat An-Nisa' ayat 12 yang berbunyi :

... فَإِنْ كَانُوا أَكْثَرَ مِنْ ذَلِكَ فَهُمْ شُرَكَاءُ فِي الثَّلَاثِ ...

Yang artinya: "Dan jika saudara-saudara itu lebih dua orang, maka mereka bersyarikat pada yang sepertiga itu".

Dalam ayat lain Allah berfirman:

... وَإِنَّ كَثِيرًا مِنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي بَعْضُهُمْ عَلَى بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ ...

Yang artinya: "Sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebagian mereka berbuat zalim kepada sebagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal-amal shaleh dan amat sedikit mereka ini...(QS. Shad:24)

### 2.7.2 Rukun akad

Rukun dari akad *musyarakah* yang harus dipenuhi dalam transaksi ada beberapa, yaitu:

1. Pelaku akad, yaitu para mitra usaha.
2. Objek akad, yaitu modal (*maal*), kerja (*dharabah*), dan keuntungan (*ribh*).
3. *Shighah*, yaitu *Ijab* dan *Qabul*.

### 2.7.3 Syarat Pokok Musyarakah

Beberapa syarat pokok musyarakah menurut Usmani (1998) antara lain:

1. Syarat akad. Musyarakah merupakan hubungan yang dibentuk oleh para mitra melalui kontrak/akad yang disepakati bersama, maka otomatis empat syarat akad yaitu: (1) syarat berlakunya akad (*In'iqod*), (2) syarat sahnya akad (*Shihah*), (3) syarat terealisasinya akad (*Nafadz*), dan (4) syarat *Lazim* juga harus dipenuhi. Misalnya, para mitra usaha harus memenuhi syarat pelaku akad (*ahliyah* dan *wilayah*), akad harus dilaksanakan atas persetujuan para pihak tanpa adanya tekanan, penipuan, atau penggambaran yang keliru, dan sebagainya.
2. Pembagian proporsi keuntungan. Dalam pembagian proporsi keuntungan harus dipenuhi hal-hal berikut.
  - a. Proporsi keuntungan yang dibagikan kepada para mitra usaha harus disepakati di awal kontrak/akad. Jika proporsi belum ditetapkan, akad tidak sah menurut Syariah.
  - b. Rasio/nisbah keuntungan untuk masing-masing mitra usaha harus ditetapkan sesuai dengan keuntungan nyata yang diperoleh dari usaha, dan tidak ditetapkan berdasarkan modal yang disertakan. Tidak diperbolehkan untuk menetapkan lumsum untuk mitra tertentu, atau tingkat keuntungan tertentu yang dikaitkan dengan modal investasinya
3. Penentuan proporsi keuntungan. Dalam menentukan proporsi keuntungan terdapat beberapa pendapat dari para ahli hukum Islam sebagai berikut.

- a. Imam Malik dan Imam Syafi'i berpendapat bahwa proporsi keuntungan dibagi di antara mereka menurut kesepakatan yang ditentukan sebelumnya dalam akad sesuai dengan proporsi modal yang disertakan.
  - b. Imam Ahmad berpendapat bahwa proporsi keuntungan dapat pula berbeda dari proporsi modal yang mereka sertakan.
  - c. Imam Abu Hanifah, yang dapat dikatakan sebagai pendapat tengah-tengah, berpendapat bahwa proporsi keuntungan dapat berbeda dari proporsi modal pada kondisi normal. Namun demikian, mitra yang memutuskan menjadi *sleeping partner*, proporsi keuntungannya tidak boleh melebihi proporsi modalnya.
4. Pembagian kerugian. Para ahli hukum Islam sepakat bahwa setiap mitra menanggung kerugian sesuai dengan porsi investasinya. Oleh karena itu, jika seorang mitra menyertakan 40 persen modal, maka dia harus menanggung 40 persen kerugian, tidak lebih, tidak kurang. Apabila tidak demikian, akad musyarakah tidak sah. Jadi, menurut Imam Syafi'i, porsi keuntungan atau kerugian dari masing-masing mitra harus sesuai dengan porsi penyertaan modalnya.
5. Sifat modal. Sebagian besar ahli hukum Islam berpendapat bahwa modal yang diinvestasikan oleh setiap mitra harus dalam bentuk modal likuid. Hal ini berarti bahwa akad musyarakah hanya dapat dengan uang dan tidak dapat dengan komoditas. Dengan kata lain, bagian modal dari suatu perusahaan patungan harus dalam bentuk moneter (uang). Tidak ada bagian modal yang berbentuk natura.

6. Manajemen musyarakah. Prinsip normal dari musyarakah bahwa setiap mitra mempunyai hak untuk ikut serta dalam manajemen dan bekerja untuk usaha patungan ini. Namun demikian, para mitra dapat pula sepakat bahwa manajemen perusahaan akan dilakukan oleh salah satu dari mereka, dan mitra lain tidak akan menjadi bagian manajemen dari musyarakah. Dalam kasus seperti ini *sleeping partners* akan memperoleh bagian keuntungan sebatas investasinya, dan proporsi keuntungannya hanya sebatas proporsi penyertaan modalnya.

Jika semua mitra sepakat untuk bekerja di perusahaan, masing-masing mitra harus diperlakukan sebagai agen dari mitra yang lain dalam semua urusan usaha, dan semua pekerjaan yang dilakukan oleh setiap mitra, dalam keadaan usaha yang normal, harus disetujui oleh semua mitra.

7. Penghentian musyarakah. Musyarakah akan berakhir jika salah satu dari peristiwa berikut terjadi.
- a. Setiap mitra memiliki hak untuk mengakhiri musyarakah kapan saja setelah menyampaikan pemberitahuan kepada mitra lain mengenai hal ini.
  - b. Jika salah seorang mitra meninggal pada saat musyarakah masih berjalan, kontrak dengan almarhum tetap berakhir/dihentikan. Ahli warisnya memiliki pilihan untuk menarik bagian modalnya atau meneruskan kontrak musyarakah.

- c. Jika salah seorang mitra menjadi hilang ingatan atau menjadi tidak mampu melakukan transaksi komersial, maka kontrak musyarakah berakhir.
8. Penghentian musyarakah tanpa menutup usaha. Jika salah seorang mitra ingin mengakhiri musyarakah sedangkan mitra lain ingin tetap meneruskan usaha, maka hal ini dapat dilakukan dengan kesepakatan bersama. Mitra yang ingin tetap menjalankan usaha dapat membeli saham/bagian dari mitra yang ingin berhenti karena berhentinya seorang mitra dari musyarakah tidak berarti bahwa mitra lain juga berhenti. Namun demikian, dalam hal ini, harga saham mitra yang akan keluar harus ditetapkan dengan kesepakatan bersama, dan jika terjadi sengketa tentang penilaian saham sementara para mitra tidak mencapai kesepakatan, mitra yang akan keluar dapat memaksa mitra lain untuk melikuidasi atau mendistribusi aset.

#### **2.7.4 Manfaat Al-Musyarakah**

Terdapat banyak manfaat dari pembiayaan secara musyarakah ini, di antaranya sebagai berikut :

- a. Bank akan menikmati peningkatan dalam jumlah tertentu pada saat keuntungan usaha nasabah meningkat.
- b. Bank tidak berkewajiban membayar dalam jumlah tertentu kepada nasabah pendanaan secara tetap, tetapi disesuaikan dengan pendapatan/hasil usaha bank, sehingga bank tidak akan pernah mengalami *negative spread*.
- c. Pengembalian pokok pembiayaan disesuaikan dengan *cash flow*/ arus kas usaha bank, sehingga tidak memberatkan nasabah.



- d. Bank akan lebih selektif dan hati-hati (*prudent*) mencari usaha yang benar-benar halal, aman dan menguntungkan. Hal ini karena keuntungan yang riil dan benar-benar terjadi itulah yang akan dibagikan
- e. Prinsip bagi hasil dalam mudharabah/musyarakah ini berbeda dengan prinsip bunga tetap di mana bank akan menagih penerima pembiayaan (nasabah) satu jumlah bunga tetap berapa pun keuntungan yang dihasilkan nasabah, bahkan sekalipun merugi dan terjadi krisis ekonomi.

## **2.8 Penelitian Sebelumnya**

### **2.8.1 Penelitian Hanafi (2013), Persepsi Nasabah Terhadap Sistem Pembiayaan Bagi Hasil di Bank Jabar Banten Syariah**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh laporan Penelitian BI yang menyebutkan bahwa ternyata sektor pembiayaan khususnya yang berdasarkan sistem bagi hasil memiliki prosentase yang cukup rendah yaitu 0,6%. Disebutkan juga bahwa pembiayaan bagi hasil khususnya pada pembiayaan mudharabah pada wilayah kerja Bank Indonesia Cirebon mengalami rata-rata pertumbuhan pertahun yang negatif yaitu -12,8% dengan nilai nominal penyaluran dana yang semakin menurun setiap tahunnya. Hal ini disebabkan karena selain kurangnya pemahaman masyarakat terhadap pembiayaan bagi hasil, juga disebabkan karena sistem pembiayaan bagi hasil ini dianggap tidak memberikan keuntungan (profit).

penelitian yang dilakukan di Bank Jabar Banten Syariah Kota Cirebon menyimpulkan bahwa persepsi masyarakat khususnya nasabah terhadap sistem pembiayaan bagi hasil di Bank Jabar Syariah Kota Cirebon memiliki nilai yang sangat baik terhadap perkembangan sistem pembiayaan bagi hasil dengan prosentase sebesar 69,7%. dan faktor-faktor yang mempengaruhi terbentuknya

suatu persepsi nasabah terhadap pembiayaan bagi hasil di Bank Jabar Syariah Kota Cirebon adalah pengaruh dari umur nasabah, jenis kelamin nasabah, tingkat pendidikan nasabah, pekerjaan nasabah, tingkat penghasilan nasabah dan religiusitas nasabah.

### **2.8.2 Penelitian Ascarya, dkk (2012), Strategi Meningkatkan Preferensi Perbankan Syariah di Indonesia untuk Menggunakan Pembiayaan Bagi Hasil**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh rendahnya preferensi lembaga keuangan syariah, khususnya perbankan syariah, untuk menggunakan akad berpola bagi hasil dalam pembiayaan. Padahal, selain merupakan esensi pembiayaan syariah, pola pembiayaan bagi hasil juga lebih cocok untuk menggiatkan sektor riil. Penelitian ini menggunakan pendekatan sistem dengan kombinasi metode kualitatif dalam tiga tahap. Tahap pertama menggunakan metode deskriptif (diagram *casual-loop* dan *input-ouput*). Tahap kedua menggunakan metode *Interpretive Structural Modeling* (ISM). Tahap ketiga menggunakan *Fuzzy Rule Base*.

Hasil yang didapat menyimpulkan bahwa pandangan narasumber terhadap pendekatan strategi untuk meningkatkan preferensi bank syariah untuk menggunakan pembiayaan bagi hasil terbagi tiga, yaitu pendekatan atas-bawah untuk narasumber, pendekatan bawah-atas untuk praktisi, dan pendekatan atas-bawah yang didukung oleh pendekatan bawah-atas untuk regulator. Elemen kunci paling utama adalah aturan yang fleksibel dan pro bagi-hasil.

### 2.8.3 Penelitian Dian Ariani (2007), Persepsi Masyarakat Umum Terhadap Bank Syariah di Medan

Penelitian ini dilatar belakangi oleh perkembangan perbankan syariah yang masih hingga saat in kurang menunjukan pertumbuhan yang mengembirakan, baik jaringan maupun volume usaha. hal ini ditujukan dengan jumlah bank syariah yang masih sedikit khususnya di daerah Medan. Alat uji statistik yang digunakan untuk analisis penelitian ini adalah multiple regression dengan menggunakan metode *Ordinary Least Square* (OLS).

Hasil pengolahan data dengan menggunakan analisis regresi, menunjukan bahwa terdapat hubungan yang signifikan dan positif antara pendidikan, usia, dan pelayanan dengan persepsi masyarakat umum terhadap bank syariah di Medan. Dari ketiga variabel bebas, variabel pelayanan merupakan variabel utama yang memberikan kontribusi paling besar dalam hubungannya dengan hasil persepsi masyarakat umum terhadap bank syariah di Medan