

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI

A. Tinjauan Pustaka

Menurut pengamatan peneliti, judul “Optimalisasi Pemasaran Produk Pembiayaan Pada Koperasi Jasa Keuangan Syariah Muamalah Mandiri Magelang” belum ada yang meneliti, namun peneliti mencari hasil-hasil penelitian yang relevan atau terkait dengan judul diatas, ditemukan beberapa penelitian antara lain:

Fera Agustina (2008), “*Strategi Pemasaran Produk Mudharabah Di BMT Bina Ihsanul Fikri*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran pada BMT BIF, selain itu untuk mengetahui metode promosi yang digunakan oleh BMT BIF. Metode penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan metode promosi ditetapkan untuk meningkatkan jumlah nasabah menggunakan promosi melalui media cetak, elektronik, kegiatan bakti sosial dan personal selling. Metode personal selling yang paling efektif dalam menjelaskan produk-produk BMT BIF.

Penelitian tersebut relevan atau terkait dengan penelitian ini, karena berkaitan dengan strategi pemasaran. Namun, terjadi perbedaan antara pembahasan yaitu dalam penelitian ini membahas metode strategi yang digunakan BMT BIF dalam pemasaran produk mudharabah, sedangkan dalam penelitian ini membahas strategi pemasaran seluruh produk pembiayaan yang ada di BTM AMMAN.

Asclihan (2009), "*Kajian Penilaian Kesehatan Dalam Rangka Mengevaluasi Kinerja Lembaga Keuangan Mikro Syariah Baitul Maal wat Tamwil (Kasus BMT Bina Umat Sejahtera Lasem Rembang)*". Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kinerja keuangan dari BMT Bina Umat Sejahtera dilihat dari rasio keuangannya dan model penilaian kesehatan versi PINBUK, menyusun strategi pengembangan BMT dalam meningkatkan usaha UMKM, dan merumuskan implikasi manajerial bagi pengembangan BMT berdasarkan hasil analisis. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan analisis rasio keuangan dan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan tingkat kesehatan BMT BUS termasuk dalam kategori cukup sehat dan cukup optimal dalam memanfaatkan dana hutangnya.

Penelitian tersebut relevan dengan penelitian ini karena menganalisis rasio keuangan pada BMT untuk menilai kinerja keuangannya. Namun, terjadi perbedaan yaitu dalam penelitian tersebut menganalisis dengan seluruh komponen rasio keuangan sedangkan dalam penelitian ini hanya menganalisis satu rasio keuangan yaitu FDR (*Financing to Deposit Ratio*).

Amala Shabrina (2013), "*Optimalisasi Pinjaman Kebajikan (Al-Qardh) Pada BMT (Studi pada BMT UMJ, Ciputat)*". Penelitian ini bertujuan menjelaskan strategi yang digunakan BMT UMJ untuk menghimpun dana, optimalisasi dana *Al-Qardh*, dan strategi mengoptimalkan dana untuk produk *Al-Qardh*. Penelitian ini adalah penelitian lapangan, menggunakan metode analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penyaluran dana *Al-Qardh* pada BMT UMJ pada periode 2010-2012 belum berjalan optimal.

Penelitian tersebut relevan atau terkait dengan penelitian ini karena sama-sama membahas tentang optimalisasi dan produk pembiayaan, hanya perbedaannya penelitian tersebut fokus pada penyaluran pembiayaan Al-Qardh saja sedangkan dalam penelitian ini seluruh pembiayaan yang ada pada KJKS BTM AMMAN Magelang.

B. Kerangka Teori

1. Pengertian Optimalisasi

Optimalisasi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI1996: 705) dalam Pengertian Optimalisasi, adalah suatu proses, cara atau perbuatan untuk menjadikan sesuatu paling baik dan paling tinggi. Sedangkan menurut beberapa ahli berpendapat bahwa optimalisasi adalah suatu upaya untuk meningkatkan kinerja sehingga mempunyai kualitas yang baik dan hasil kerja yang tinggi (Arya, 2014).

Optimalisasi merupakan proses, cara, atau perbuatan mengoptimalkan. Mengoptimalkan berarti menjadikan paling baik, paling tinggi atau paling menguntungkan.

Berdasarkan pengertian diatas penulis menyimpulkan pengertian Optimalisasi adalah suatu proses yang dilakukan dengan cara terbaik dalam suatu pemasaran untuk mendapatkan keuntungan yang paling baik.

Optimalisasi dalam penelitian ini adalah upaya peningkatan pemasaran produk pembiayaan sebagai peran intermediasi melalui suatu kegiatan penyaluran dana dan pemasaran.

2. Pemasaran

a. Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain (Kotler, 2000: 8).

Pemasaran adalah salah satu fungsi organisasi dan seperangkat proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan menyerahkan nilai kepada pelanggan dan mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan para pemilik sahamnya (Rianto, 2010: 6).

Sehingga secara umum pemasaran dapat diartikan sebagai suatu proses sosial yang merancang dan menawarkan sesuatu yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari pelanggan dalam rangka memberikan kepuasan yang optimal kepada pelanggan.

b. Tujuan Pemasaran

Dalam kegiatan pemasaran yang bertujuan jangka pendek maupun jangka panjang mempunyai tujuan yaitu dalam jangka pendek biasanya hanya bersifat sementara dan juga dilakukan sebagai langkah untuk mencapai tujuan jangka panjang. Demikian pula dalam hal menjalankan kegiatan pemasaran suatu perusahaan memiliki banyak kepentingan untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Tujuan pemasaran lembaga keuangan adalah sebagai berikut :

- a) Memaximumkan konsumsi atau dengan kata lain memudahkan dan merangsang konsumsi, sehingga dapat menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan bank secara barulang-ulang.
 - b) Memaximumkan kepuasan konsumen melalui berbagai pelayanan yang diinginkan nasabah.
 - c) Memaximumkan pilihan dalam arti lembaga menyediakan berbagai jenis produk bank sehingga nasabah memiliki beragam pilihan pula.
 - d) Memaximumkan mutu hidup dengan memberikan berbagai kemudahan kepada nasabah dan menciptakan iklim yang efisien.
- (Kasmir, 2008: 177)

c. Konsep - Konsep Pemasaran

Dalam pemasaran, terdapat beberapa konsep dasar yang melandasi kegiatan-kegiatan pemasaran suatu lembaga keuangan pada umumnya. Menurut Kasmir (2008: 178), terdiri dari:

a. Konsep Produksi

Menyatakan bahwa konsumen akan menyukai produk yang tersedia dan selaras dengan kemampuan mereka. Konsep ini merupakan salah satu falsafah tertua yang menjadi penuntun para penjual dan merupakan konsep yang menekankan kepada volume produksi yang seluas-luasnya dengan harga serendah mungkin.

b. Konsep Produk

Konsep produk ini berpendapat bahwa konsumen akan memilih produk yang akan menawarkan mutu dan kinerja terbaik.

Konsep produk ini menimbulkan adanya “*Marketing Nyopia*” dimana pemasaran hanya menfokuskan perhatiannya pada produk tidak pada kebutuhan dan keinginan pasar.

c. Konsep Penjualan

Menurut konsep ini jika konsumen dibiarkan saja, maka konsumen tidak akan membeli produk perusahaan dalam jumlah yang cukup. Perusahaan akan melakukan kegiatan penjualan dan promosi yang agresif.

d. Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran menyatakan bahwa kunci untuk mencapai sasaran organisasi tergantung pada penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran dan pemberian kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan lebih efisien dari yang dilakukan pesaing.

d. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) merupakan kegiatan pemasaran yang dilakukan secara terpadu. Artinya kegiatan ini dilakukan secara bersamaan di antara elemen-elemen yang ada dalam *marketing mix* itu sendiri. Setiap elemen tidak dapat berjalan sendiri tanpa didukung elemen yang lain (Kasmir, 2008: 192).

Konsep bauran pemasaran terdiri dari 4P, yaitu:

a. *Product* (Produk)

Menurut Philip Kotler, Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk

digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan (Kasmir, 2008:195).

b. *Price* (Harga)

Harga adalah jumlah dari nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki dan menggunakan produk atau jasa. Harga adalah salah satu elemen yang membedakan antara perbankan syariah dan bank konvensional (Danupranata, 2013: 41).

c. *Place* (Lokasi)

Penentuan lokasi kantor cabang dilakukan untuk cabang utama, cabang pembantu atau kantor kas. Penentuan lokasi kantor beserta sarana dan prasarana pendukung menjadi sangat penting, hal ini disebabkan agar nasabah mudah menjangkau setiap lokasi lembaga keuangan yang ada. Dengan demikian pula sarana dan prasarana harus memberikan rasa yang nyaman dan aman kepada seluruh nasabah yang berhubungan dengan lembaga keuangan (Kasmir, 2008: 215).

d. *Promotion* (Promosi)

Promosi merupakan komponen yang dipakai untuk memberitahukan dan mempengaruhi pasar bagi produk perusahaan, sehingga pasar dapat mengetahui tentang produk yang diproduksi oleh perusahaan tersebut (Rianto, 2010: 16).

Ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh setiap lembaga keuangan dalam mempromosikan baik produk maupun jasanya, yaitu:

a) Periklanan (*Advertising*)

Iklan adalah sarana promosi yang digunakan oleh bank guna menginformasikan, menarik, dan memengaruhi calon nasabahnya. Penggunaan promosi dengan iklan dapat dilakukan dengan berbagai media seperti lewat *billboard*, brosur, spanduk, koran, majalah, televisi, radio dan media lainnya. (Kasmir, 2008: 222)

b) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Di samping promosi lewat iklan, promosi lainnya dapat dilakukan melalui promosi penjualan atau *sales promotion*. Tujuan promosi penjualan adalah meningkatkan penjualan atau untuk meningkatkan jumlah nasabah. Promosi penjualan dilakukan untuk menarik nasabah untuk segera membeli setiap produk atau jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu, agar nasabah tertarik untuk membeli maka perlu dibuatkan promosi penjualan yang semenarik mungkin. (Kasmir, 2008: 223)

c) Publisitas (*Publicity*)

Publisitas merupakan kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial, perlombaan cerdas cermat, kuis serta kegiatan lainnya melalui berbagai media (Kasmir, 2008: 224).

d) Penjualan Pribadi (*Personel Selling*)

Penjualan pribadi atau *Personel Selling* merupakan kegiatan perusahaan yang dilakukan dengan presentasi lisan dalam suatu

percakapan dengan satu calon nasabah atau lebih yang ditujukan untuk menggunakan jasa lembaga keuangan. (Danupranata, 2013: 45).

3. Pembiayaan

a. Pengertian Pembiayaan

Dua fungsi utama bank syariah yaitu mengumpulkan dana dan menyalurkan dana. Penyaluran dana yang dilakukan oleh bank syariah adalah pemberian pembiayaan kepada debitur yang membutuhkan, baik digunakan sebagai modal usaha maupun untuk kebutuhan konsumsi.

Menurut Undang-Undang Perbankan No. 10 Tahun 1998, Pembiayaan berdasarkan Prinsip Syariah adalah penyediaan uang atau tagihanyang dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antarabank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untukmengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu denganimbalan atau bagi hasil(www.bi.go.id).

Pembiayaan atau financing ialah pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga. Dengan kata lain, pembiayaan adalah pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan (Muhammad, 2005: 17).

Dari pengertian di atas pembiayaan adalah penyaluran danaoleh pihak yang kelebihan dana kepada pihak yang kekurangan dana dengan adanya perjanjian antara kedua belah pihak yang menyatakan bahwa peminjam wajib mengembalikan dana yang dipinjam sesuai ketentuan

dan jangka waktu tertentu dengan sistem imbalan atau bagi hasil serta tidak melanggar prinsip syariah.

b. Tujuan Pembiayaan

Menurut Muhammad (2005: 17), Secara umum, tujuan pembiayaan dibedakan menjadi dua kelompok yaitu tujuan pembiayaan untuk tingkat makro dan tujuan pembiayaan untuk tingkat mikro. Secara makro, pembiayaan bertujuan untuk:

- 1) Peningkatan ekonomi umat, artinya masyarakat yang tidak dapat akses secara ekonomi, dengan adanya pembiayaan mereka dapat melakukan akses ekonomi. Dengan demikian dapat meningkatkan taraf ekonominya.
- 2) Tersedianya dana bagi peningkatan usaha, artinya untuk pengembangan usaha membutuhkan dana tambahan. Dana tambahan ini dapat diperoleh melakukan aktivitas pembiayaan.
- 3) Meningkatkan produktivitas, artinya adanya pembiayaan memberikan peluang bagi masyarakat usaha mampu meningkatkan daya produksinya.
- 4) Membuka lapangan kerja baru, artinya dengan dibukanya sektor-sektor usaha melalui penambahan dana pembiayaan, maka sektor usaha tersebut akan menyerap tenaga kerja.
- 5) Terjadi distribusi pendapatan, artinya masyarakat usaha produktif mampu melakukan aktifitas kerja, berarti mereka akan memperoleh pendapatan dari hasil usahanya. Penghasilan merupakan bagian dari

pendapatan masyarakat. Jika ini terjadi maka akan terdistribusi pendapatan.

Adapun secara mikro, pembiayaan diberikan dalam rangka untuk:

- 1) Upaya memaksimalkan laba, artinya setiap usaha yang dibuka memiliki tujuan tertinggi, yaitu menghasilkan laba usaha. Setiap pengusaha menginginkan mampu mencapai laba maksimal.
- 2) Upaya meminimalkan risiko, artinya usaha yang dilakukan agar mampu menghasilkan laba maksimal, maka pengusaha harus mampu meminimalkan risiko yang mungkin timbul.
- 3) 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, dan sumber daya modal tidak ada, maka dipastikan diperlukan pembiayaan.
- 4) Penyaluran kelebihan dana, artinya dalam kehidupan masyarakat ini ada pihak yang memiliki kelebihan sementara ada pihak yang kekurangan. Dalam kaitannya dengan masalah dana, maka mekanisme pembiayaan dapat menjadi jembatan dalam penyeimbangan dan penyaluran kelebihan dana dari pihak yang kelebihan (*surplus*) kepada pihak yang kekurangan (*minus*) dana.

c. Jenis – Jenis Pembiayaan

Sesuai dengan akad pengembangan produk, maka bank islam memiliki banyak jenis pembiayaan. Jenis – jenis pembiayaan pada dasarnya dapat dikelompokkan menurut beberapa aspek, di antaranya:

1. Pembiayaan menurut tujuan

Pembiayaan menurut tujuannya dibedakan menjadi:

- a) Pembiayaan modal kerja, yaitu pembiayaan yang dimaksudkan untuk mendapatkan modal dalam rangka pengembangan usaha.
- b) Pembiayaan investasi, yaitu pembiayaan yang dimaksudkan untuk melakukan investasi atau pengadaan barang konsumtif.

2. Pembiayaan menurut jangka waktu

Pembiayaan menurut jangka waktu dibedakan menjadi:

- a) Pembiayaan jangka waktu pendek, pembiayaan yang dilakukan dengan waktu 1 bulan sampai dengan 1 tahun.
- b) Pembiayaan jangka waktu menengah, pembiayaan yang dilakukan dengan waktu 1 tahun sampai dengan 5 tahun.
- c) Pembiayaan jangka waktu panjang, pembiayaan yang dilakukan dengan waktu lebih dari 5 tahun (Muhammad, 2005: 22).

Menurut pemanfaatannya, pembiayaan BMT dapat dibagi menjadi dua yakni pembiayaan investasi dan pembiayaan modal kerja (Ridwan, 2004: 166) :

1. Pembiayaan Investasi

Pembiayaan yang digunakan untuk pemenuhan barang-barang permodalan (capital goods) serta fasilitas-fasilitas lain yang erat hubungannya dengan hal tersebut.

2. Pembiayaan Modal Kerja

Pembiayaan yang ditujukan untuk pemenuhan, peningkatan produksi, dalam arti yang luas dan menyangkut semua sektor ekonomi, perdagangan dalam arti yang luas maupun penyediaan jasa.

Sedangkan menurut sifatnya, pembiayaan juga dibagi menjadi dua, yakni pembiayaan produktif dan konsumtif, yaitu:

1. Pembiayaan Produktif

Yaitu pembiayaan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan produksi dalam arti yang sangat luas seperti pemenuhan kebutuhan modal untuk meningkatkan volume penjualan dan produksi, pertanian, perkebunan maupun jasa.

2. Pembiayaan Konsumtif

Yaitu pembiayaan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi, baik yang digunakan sesaat maupun dalam jangka waktu yang relatif panjang.

d. Produk Pembiayaan

Dalam penyaluran dana pada nasabah, secara garis besar produk pembiayaan syariah terbagi kedalam tiga kategori yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaannya, yaitu:

- 1) Transaksi pembiayaan yang ditujukan untuk memiliki barang berdasarkan prinsip jual-beli.
- 2) Transaksi pembiayaan yang ditujukan untuk mendapatkan jasa berdasarkan prinsip sewa.
- 3) Transaksi pembiayaan untuk usaha kerjasama yang ditujukan guna mendapatkan sekaligus barang dan jasa dengan prinsip bagi hasil (Sudarsono, 2008: 68)

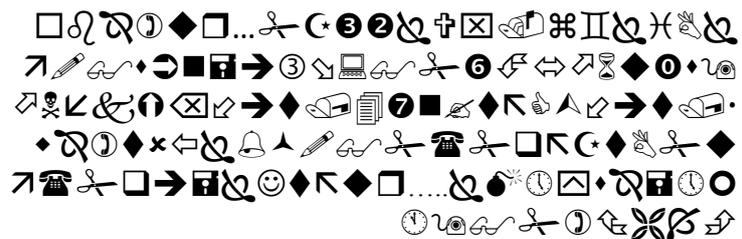
Jenis produk pembiayaan pada bank syariah akan diwujudkan dalam bentuk aktiva produktif dan aktiva tidak produktif yaitu:

1. Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil, untuk jenis pembiayaan dengan prinsip ini meliputi:

a) Pembiayaan *Musyarakah*

Pembiayaan *Musyarakah* adalah perjanjian di antara para pemilik dana/modal untuk mencampurkan dana/modal mereka pada suatu usaha tertentu, dengan pembagian keuntungan di antara pemilik dana/modal berdasarkan nisbah yang telah disepakati sebelumnya (Muhammad, 2005: 23).

Landasan hukum pada pembiayaan *musyarakah* ini adalah QS. Shaad, 38: 24:



Artinya: ...Dan Sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebahagian mereka berbuat zalim kepada sebahagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang saleh (QS.Shaad,38:24)

b) Pembiayaan Mudharabah

Pembiayaan *Mudharabah* adalah perjanjian antara penanam dana dan pengelola dana untuk melakukan kegiatan usaha tertentu, dengan pembagian keuntungan antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang telah disepakati sebelumnya (Muhammad, 2005: 22).

Dasar hukum yang biasa digunakan oleh para *Fuqaha* tentang kebolehan bentuk kerjasama ini adalah firman Allah dalam QS. Al-Muzzammil, 73: 20:



Artinya: ...Dan orang-orang yang berjalan di muka bumi mencari sebagian karunia Allah... (QS. Al-Muzzamil, 73: 20).

Kemudian firman Allah dalam surat Q.S Al- Baqarah: 198 :



Artinya: Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezki hasil perniagaan) dari Tuhanmu... (Al-Baqarah, 02: 198).

Kedua ayat tersebut di atas, secara umum mengandung kebolehan akad mudharabah yang secara bekerjasama mencari rezeki yang ditebarkan Allah SWT di muka bumi.

2. Pembiayaan dengan prinsip jual-beli (piutang). Untuk jenis pembiayaan dengan prinsip ini meliputi:

a) Pembiayaan *Murabahah*

Pembiayaan *Murabahah* adalah perjanjian jual beli antara bank dan nasabah dimana Bank Syariah membeli barang yang diperlukan oleh nasabah dan kemudian menjualnya kepada nasabah yang bersangkutan sebesar harga perolehan ditambah dengan margin / keuntungan yang disepakati anatar bank syariah dan nasabah (Muhammad, 2005: 23).

Landasan islam dalam pembiayaan *murabahah* ini adalah QS. Al-Baqarah,2: 275 :

......
 Artinya: ...Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba... (QS.Al-Baqarah, 02: 275).

b) Pembiayaan *Salam*

Pembiayaan *Salam* adalah perjanjian jual beli barang dengan cara pemesanan dengan syarat-syarat tertentu dan pembayaran harga terlebih dulu (Muhammad, 205: 23)

Salam merupakan bentuk jual beli dengan pembayaran di muka dan penyerahan barang di kemudian hari dengan harga, spesifikasi , jumlah, kualitas, tanggal dan tempat penyerahan yang jelas, serta disepakati sebelumnya dalam perjanjian (Ascarya, 2007: 90)

Landasan islamdalam pembiayaan *salam* ini adalah QS. Al-Baqarah, 2: 282:



Artinya: Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya... (Al-Baqarah, 02: 282).

c) Pembiayaan *Istishna*

Pembiayaan *Istishna* adalah perjanjian jual beli dalam bentuk pemesanan pembuatan barang dengan kriteria dan persyaratan tertentu yang disepakati antara pemesan dan penjual (Muhammad, 2005: 23)

Jika perusahaan mengerjakan untuk memproduksi barang yang dipesan dengan bahan baku dari perusahaan, maka kontrak/akad *istishna* muncul. Agar akad *istishna* menjadi sah, harga ditetapkan di awal sesuai kesepakatan dan barang harus memiliki spesifikasi yang jelas yang telah disepakati bersama. Dalam *istishna* pembayaran dapat di muka, di cicil sampai selesai, atau di belakang, serta *istishna* biasanya diaplikasikan untuk industry dan barang manufaktur (Ascarya, 2013: 97)

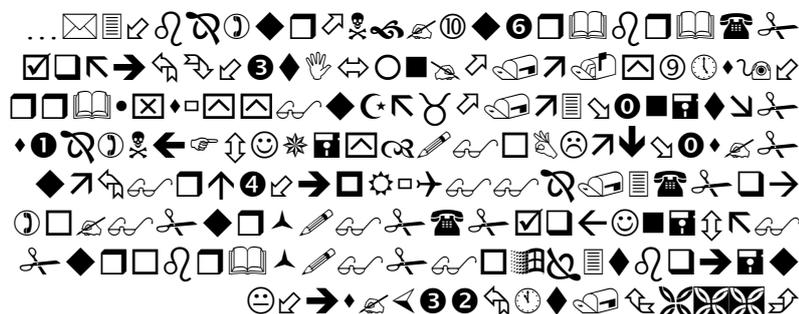
3. Pembiayaan dengan prinsip sewa. Untuk jenis pembiayaan ini diklasifikasikan menjadi pembiayaan:

a) *Pembiayaan Ijarah*

Pembiayaan *Ijarah* adalah perjanjian sewa menyewa suatu barang dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa (Muhammad, 2005: 23).

Pembiayaan *Ijarah* adalah akad pemindahan hak guna atas barang atau jasa, melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barang itu sendiri (Sudarsono, 2008: 73).

Landasan islam dari *ijarah* adalah QS. Al-Baqarah, 2: 233



Artinya: ...dan jika kamu ingin anakmu disusukan oleh orang lain, Maka tidak ada dosa bagimu apabila kamu memberikan pembayaran menurut yang patut. bertakwalah kamu kepada Allah dan ketahuilah bahwa Allah Maha melihat apa yang kamu kerjakan (QS. Al-Baqarah, 02: 233).

b) Pembiayaan *Ijarah Muntahiya Biltamlik / Wa Iqtina*

Pembiayaan *Ijarah Muntahiya Biltamlik / Wa Iqtina* adalah perjanjian sewa menyewa suatu barang yang diakhiri dengan pemindahan kepemilikan barang dari pihak yang memberikan sewa kepada pihak penyewa (Muhammad, 2005: 24).

Untuk mempermudah pelaksanaan pembiayaan biasanya diperlukan juga akad pelengkap. Hal ini merupakan jenis aktiva tidak

produktif dalam pembiayaan. Akad pelengkap tidak ditujukan untuk mencari keuntungan, namun ditujukan untuk mempermudah pelaksanaan pembiayaan, yaitu:

a) *Al- Hiwalah*

Kata *Hiwalah* diambil dari kata *tahwil* yang berarti *intiqaal* (perpindahan). Yang dimaksud di sini adalah memindahkan hutang dari tanggungan orang yang berhutang (*muhil*) menjadi tanggungan orang yang berkewajiban membayar hutang (*muhal alaih*). Dalam konsep hukum perdata, *hiwalah* adalah serupa dengan lembaga pengambilalihan utang atau lembaga pelepasan utang atau penjualan utang, atau lembaga penggantian kreditor atau penggantian debitor (Sudarsono, 2008: 78).

b) *Ar-Rahn*

Rahn adalah menahan salah satu harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Barang yang ditahan tersebut memiliki nilai ekonomis. Dengan demikian, pihak yang menahan memperoleh jaminan untuk dapat mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya. Secara sederhana dapat dijelaskan bahwa *rahn* adalah semacam jaminan utang atau gadai (Sudarsono, 2008: 80).

c) *Al- Qardh*

Al- qardh adalah pemberian harta kepada orang lain yang dapat ditagih atau diminta kembali atau dengan kata lain

meminjamkan tanpa mengharapkan imbalan. Dalam literatur fiqh klasik, *qardh* dikategorikan dalam *aqd tathwawwu* atau akad saling membantu dan bukan transaksi komersial (Sudarsono, 2008: 81).

d) *Al- Wakalah*

Wakalah adalah pelimpahan kekuasaan oleh seorang sebagai pihak pertama kepada orang lain sebagai pihak kedua dalam hal-hal yang diwakilkan. Dalam hal ini, pihak kedua hanya melaksanakan sesuatu sebatas kuasa atau wewenang yang diberikan oleh pihak pertama, namun apabila kuasa tersebut telah dilaksanakan sesuai disyaratkannya, maka semua risiko dan tanggungjawab atas dilaksanakannya perintah tersebut sepenuhnya menjadi tanggungjawab pihak pertama atau pemberi kuasa (Sudarsono, 2008: 82).

e) *Al- Kafalah*

Kafalah merupakan jaminan yang diberikan oleh penanggung (*kafil*) kepada pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban pihak kedua atau ditanggung. Dalam pengertian lain, kafalah juga berarti mengalihkan tanggungjawab seseorang yang dijamin dengan berpegang pada tanggungjawab orang lain sebagai jaminan (Sudarsono, 2008: 84).

4. *Financing to Deposit Ratio (FDR)*

Untuk melihat optimalisasi pemasaran produk pembiayaan maka dalam penelitian ini dilihat dari peran intermediasi BTM AMMAN

Magelang. Dalam penelitian ini menggunakan FDR (*Financing to Deposit Ratio*) dalam memberikan standar keoptimalan suatu penyaluran dana / pembiayaan. Untuk melihat seberapa efisien BTM AMMAN dalam mengelola pembiayaannya, maka dapat diperhitungkan dengan rasio *Financing to Deposit Ratio* (FDR). FDR adalah rasio dari total pembiayaan dibagi dengan dana pihak ketiga. Semakin efisien pengelolaan pembiayaan, maka akan semakin besar pula pendapatan yang akan didapat oleh perusahaan.

Financing to Deposit Ratio (FDR) merupakan perbandingan antara pembiayaan yang diberikan oleh bank dengan dana pihak ketiga yang berhasil dikerahkan oleh bank. Rasio ini dipergunakan untuk mengukur sejauh mana dana pinjaman yang bersumber dari dana pihak ketiga. Tinggi rendahnya rasio ini menunjukkan tingkat likuiditas bank tersebut sehingga semakin tinggi angka FDR suatu bank berarti digambarkan sebagai bank yang kurang likuid dibanding dengan bank yang mempunyai angka rasio lebih kecil (Muhammad, 2005: 55).

Berdasarkan Surat Edaran Bank Indonesia No. 26/5/BPPP tanggal 29 Mei 1993, besarnya *financing to deposit ratio* ditetapkan oleh Bank Indonesia tidak boleh melebihi 110% (Muhammad, 2005: 55).

$$\text{FDR} = \frac{\text{Pembiayaan}}{\text{Dana Pihak Ketiga}} \times 100\%$$

FDR merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur fungsi intermediasi atau penyaluran dana dari bank. Sedangkan rasio intermediasi tersebut digunakan untuk mengukur penyaluran dana yang disalurkan ke masyarakat dalam hal ini berbentuk koperasi. Istilah dalam koperasi, rasio untuk mengukur fungsi intermediasi bukan dengan istilah FDR, melainkan dengan istilah rasio pembiayaan terhadap dana yang diterima dalam hal ini adalah BTM AMMAN sedangkan istilah FDR digunakan oleh Bank Indonesia. Dalam hal ini adalah besaran dan parameter yang digunakan dalam perhitungan FDR, Bank Indonesia memberikan angka 78% - 100% (Peraturan Bank Indonesia Nomor 15/7/PBI/2013) sedangkan koperasi memberikan besaran dan parameter untuk rasio pembiayaan terhadap dana yang diterima dengan angka 75% - 100%.

Peran perbankan sebagai lembaga intermediasi kegiatan menghimpun dan menyalurkan pembiayaan hendaknya dilakukan secara optimal oleh bank, seperti yang kita ketahui yang telah ditetapkan oleh Bank Indonesia, hendaknya posisi *Financing to Deposit Ratio* antara 78% - 100%. Sedangkan FDR menurut koperasi disebut rasio pembiayaan terhadap dana yang diterima, besaran parameter dalam memberikan standar optimal antara lain sebagai berikut:

Rasio Pembiayaan	Nilai
$r \leq 50\%$	1
$50\% < r \leq 75\%$	2
$75\% < r \leq 100\%$	3
$r > 100\%$	4

Menurut Aslichan (2009), Penilaian ini dalam perbankan dikenal dengan *Loan to Deposit Ratio* (LDR) atau *Financing to Deposit Ratio* (FDR) untuk perbankan syariah, sedangkan rasio pembiayaan terhadap dana yang diterima, yakni menilai kemampuan BMT dalam mengoptimalkan dana hutang yang diterima untuk pembiayaan produktifnya. Nilai 1, bila BMT hanya menggunakan kurang dari 50% dan nilai 4 bila menggunakan lebih dari total hutangnya (artinya menggunakan juga modal) untuk pembiayaan produktifnya.

Koperasi memberikan besaran parameter antara 75% - 100%, jika hasil hitungan FDR menurut Bank Indonesia kurang dari 78% dan Rasio pembiayaan terhadap dana yang diterima menurut koperasi kurang dari 75% maka BMT dikatakan kurang optimal dalam mengoptimalkan pemanfaatan dana pihak ketiga yang telah dihimpun. Tetapi jika hasil perhitungan berada diatas 100% maka jumlah penyaluran dana atau pembiayaan yang diberikan melebihi jumlah dana pihak ketiga yang dihimpun, artinya dalam kondisi tersebut BMT kekurangan dana untuk menutupi penyaluran pembiayaan.