BAB II

LANDASAN TEORI

A. Murabahah

1. Pengertian Murabahah

Murabahah merupakan salah satu produk jual beli dari bank syariah yang sudah dikenal oleh masyrakat luas. *Murabahah* secara bahasa adalah bentuk *mutlak* (bermakna: saling) dari kata "*ribh*" yang artinya keuntungan, yakni pertambahan modal (jadi artinya saling mendapatkan keuntungan). Menurut terminologi ilmu fiqih *murabahah* adalah menjual dengan modal asli bersama tambahan modal yang jelas (Abdullah Al-Muslih dan Shalah Ash-Shawi, 2004: 198).

Murabahah adalah penjualan barang seharga biaya/ harga pokok *(cost)* barang tersebut ditambah *mark-up* atau margin keuntungan yang disepakati, penjual harus memberi tahu pembeli mengenai harga pembelian produk dan menyatakan jumlah keuntungan yang ditambahkan pada biaya *(cost)* (Wiroso, 2005: 13).

Jual beli *murabahah* adalah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Dalam jual beli *murabahah*, penjual harus memberitahukan bahwa harga produk yang ia beli dan menentukan suatu tingkat

2. ***Dasar Hukum Jual Beli Murabahah***

Murabahah merupakan skim pembiayaan yang digunakan di lembaga pembiayaan syariah, dengan mengacu pada dalil-dalil berikut ini:

a. Al-Quran

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

"Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba." (QS. Al-Baqarah : 275) (Departemen Agama, 2003: 81).

Dalam ayat ini, Allah mempertegas legalitas dan keabsahan jual beli secara umum, serta menolak dan melarang konsep ribawi. Berdasarkan ketentuan ini, jual beli *murabahah* mendapat pengakuan dan legalitas dari syara', dan sah untuk dioperasionalkan dalam praktik pembiayaan bank syariah karena ia merupakan salah satu bentuk jual beli dan tidak mengandung unsur ribawi. (Penjelasan Fatwa No. 4/DSN/-MUI/2000).

b. Hadits

عَنْ أَبِيْ سَعِيْدِ الْخُدْرِيِّ رَضِيَ اللهُ عَنْهُ أَنَّ رَسُوْلَاللهِ صَلَّي اللهُ عَلَيْهِ وَأَلِهِ وَسَلَّمَ قَالَ:

إِنَّمَاالْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ, (رواه البيهقي وابن ماجه وصححه ابن حبان)

Dari Abu Sa'id Al Khudri bahwa Rasulullah saw bersabda : "sesungguhnya jual beli itu hanya boleh dilakukan dengan kerelaan kedua belah pihak" (HR. Al Baihaqi dan Ibnu Majah, dan dinilai shahih oleh Ibnu Hibbah).

Hadis ini memberikan prasyarat bahwa akad jual beli *murabahah* harus dilakukan dengan adanya kerelaan masing-masing pihak ketika melakukan transaksi. Segala ketentuan yang terdapat dalam jual beli *murabahah*, seperti

penentuan harga jual, margin yang diinginkan, mekanisme pembayaran dan lainnya, harus terdapat persetujuan dan kerelaan antara pihak nasabah dan lembaga pembiayaan syariah, tidak bisa ditentukan secara sepihak.

c. Kaidah Fiqih

اَلأَصْلُ فِى الْمُعَامَلاَتِ الأِبَاحَةُ إِلاَّ أَنْ يَدُلَّ دَلِيْلٌ عَلَى تَحْرِيْمِهَا

"Pada dasarnya, bahwa semua bentuk muamalah itu boleh kecuali ada dalil yang mengharamkannya".

3. *Rukun Transaksi Murabahah*

Rukun transaksi murabahah meliputi transaktor, yaitu adanya pembeli (nasabah) dan penjual (bank syariah), objek akad *murabahah* yang didalamnya terkandung barang dan harga, serta ijab dan kabul berupa pernyataan kehendak masing-masing pihak, baik dalam bentuk ucapan maupun perbuatan. (Rizal Yaya, Aji Erlangga, Ahim Abdurahim, 2009: 180-182).

a. Transaktor

Transaktor dalam transaksi *murabahah* terdiri atas pembeli (yaitu nasabah yang memerlukan barang) dan penjual (yaitu bank syariah). Dalam fikih muamalah, transaktor disyaratkan memiliki kompetensi berupa akil baligh dan kemampuan memilih yang optimal, seperti tidak gila, tidak sedang dipaksa, dan lainnya. Adapun untuk transaksi dengan anak kecil, dapat dilakukan dengan izin dan pantauan dari walinya

b. Objek *murabahah*

Rukun objek akad transaksi *murabahah* meliputi barang dan harga barang yang diperjual belikan. Fatwa NO. 04/DSN-MUI/IV/2000 terkait dengan barang, dalam jual beli *murabahah*, barang yang diperjual belikan bukanlah barang yang diharamkan oleh syariah Islam. DSN mensyaratkan bank membeli barang yang diperlukan nasabah atas nama bank sendiri dan harus menyampaikan semau hal yang berkaitan dengan pembelian kepada nasabah, misalnya jika pembelian dilakukan secara utang.

c. Ijab dan Kabul

Ijab dan kabul merupakan pernyataan kehendak para pihak yang bertransaksi, baik secara lisan, tertulis, atau secara diam-diam. Akad *murabahah* memuat semua hal yang terkait dengan posisi serta hak dan kewajiban bank sebagai penjual dan nasabah sebagai pembeli. Akad ini bersifat mengikat bagi kedua pihak dan mencantumkan berbagai hal, antara lain sebagai berikut :

1) Nama notaris serta waktu dan tempat penandatanganan akad.
2) Identitas pihak pertama, dalam hal ini pihak yang mewakili bank syariah (biasanya kepala cabang).
3) Identitas pihak kedua, dalam hal ini nasabah yang akan membeli barang dengan didampingi oleh suami/ istri yang bersangkutan sebagai ahli waris.
4) Bentuk akad beserta penjelasan akad. Beberapa hal yang dijelaskan terkait akad murabahah adalah definisi perjanjian pembiayaan murabahah, syariah, barang, pemasok, pembiayaan, harga beli, margin keuntungan, surat pengakuan pembayaran, masa berlakunya surat pembayaran

dokumen jaminan, jangka waktu perjanjian, pembukuan pembiayaan, surat penawaran *(offering letter),* surat permohonan realisasi pembiayaan, cidera janji.

5) Kesepakatan-kesepakatan yang disepakati, meliputi kesepakatan tentang fasilitas pembiayaan dan pengunaannya, pembayaran dan jangka waktu, realisasi fasilitas pembiayaan, pengutamaan pembayaran, biaya dan pengeluaran, jaminan, syarat-syarat penarikan fasilitas pembiayaan, peristiwa cidera janji, pernyataan dan jaminan, pajak-pajak, dan penyelesaian sengketa.

4. ***Syarat Murabahah***

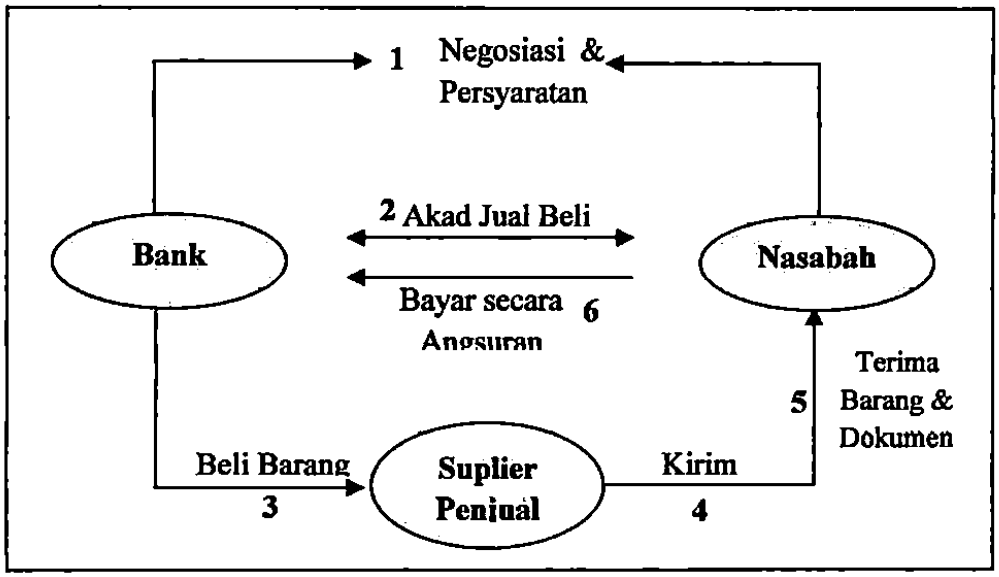
Menurut Al Kasani (Penjelasan fatwa NO. 04/DSN-MUI/IV/2000) tentang *Murabahah*, jual beli *murabahah* dapat dikatakan sah jika memenuhi beberapa syarat berikut ini :

a. Mengetahui harga pokok pembelian bagi nasabah, hal ini merupakan syarat mutlak bagi keabsahan jual beli *murabahah*, pihak bank harus men-*disclose* harga pokok pembelian kepada nasabah.
b. Adanya kejelasan margin/ keuntungan yang diinginkan oleh pihak bank, keuntungan harus dijelaskan nominalnya kepada nasabah.
c. Modal yang digunakan untuk membeli komoditas merupakan barang mitsli, dalam arti terdapat padanannya di pasaran sebagaimana [illegible]

d. Akad jual beli pertama (antara pihak bank dan *supplier*) harus sah adanya, jika tidak, maka transaksi jual beli yang dilakukan pihak bank dengan nasabah akan menjadi rusak dan batal akadnya.

5. *Skema Pengembangan Murabahah*

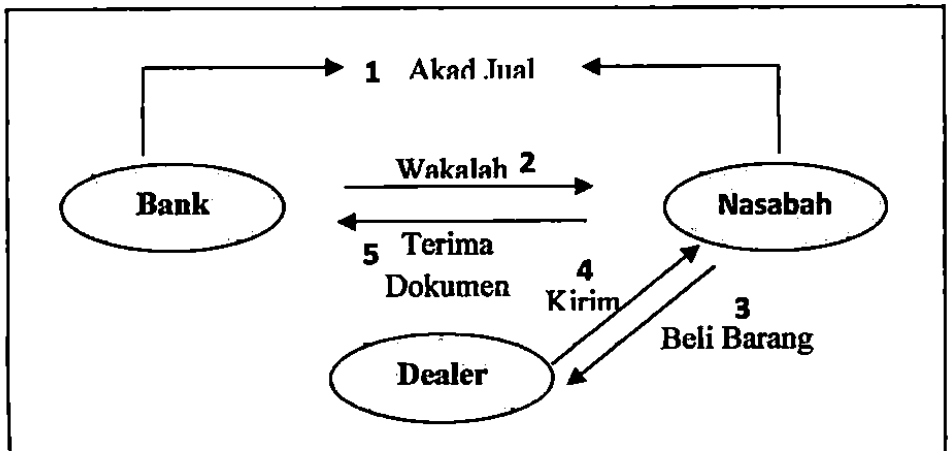
a. Gambar Skema Asli Murabahah



Sumber : Muhammad Syafi'I Antonio, 1999: 166

Bank Syariah sebagai penjual dan nasabah sebagai pembeli, barang diserahkan segera dan pembayaran dilakukan secara tangguh.

b. Gambar Skema Pengembangan Murabahah



Jika pihak penjual ingin mewakilkan kepada pembeli (nasabah) untuk membeli barang dari pihak ketiga (*supplier*), maka kedua pihak harus menandatangani kesepakatan agensi (*agency contract*), di mana pihak penjual memberikan otoritas kepada pembeli untuk menjadi agennya guna membeli komoditas dari pihak ketiga atas nama penjual, dengan kata lain, pembeli menjadi wakil penjual untuk membelikan komoditas. Kemudian, pembeli membeli komoditas atas nama penjual, dan kepemilikannya hanya sebatas sebagai agen dari pihak penjual. Selanjutnya, pembeli memberikan informasi kepada pihak penjual bahwa ia telah membeli komoditas, kemudian pihak penjual menawarkan komoditas tersebut kepada pembeli, dan terbentuklah kontrak jual beli dan komoditas kemudian pindah menjadi milik pembeli dengan segala risikonya. Menurut Ahmad Muhyiddin Ahmad dari Kuwait Islamic Bank, transaksi ini diperbolehkan dan lazim disebut dengan *al murabahah lil amir bissyira' bil wakalah* (Penjelasan Fatwa NO. 04/DSN-MUI/IV/2000).

6. *Fatwa MUI Tentang Murabahah*

Fatwa Dewan Syariah Nasional NO: 04/DSN-MUI/IV/2000

Menetapkan : FATWA TENTANG MURABAHAH

Pertama : Ketentuan Umum Murabahah dalam Bank Syari'ah:

1) Bank dan nasabah harus melakukan akad murabahah yang bebas riba
2) Barang yang diperjualbelikan tidak diharamkan oleh syari'ah Islam.
3) Bank membiayai sebagian atau seluruh harga pembelian barang yang telah disepakati kualifikasinya.
4) Bank membeli barang yang diperlukan nasabah atas nama bank sendiri, dan pembelian ini harus sah dan bebas riba.

5) Bank harus menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian, misalnya jika pembelian dilakukan secara hutang.
6) Bank kemudian menjual barang tersebut kepada nasabah (pemesan) dengan harga jual senilai harga beli plus keuntungannya. Dalam kaitan ini Bank harus memberitahu secara jujur harga pokok barang kepada nasabah berikut biaya yang diperlukan.
7) Nasabah membayar harga barang yang telah disepakati tersebut pada jangka waktu tertentu yang telah disepakati.
8) Untuk mencegah terjadinya penyalahgunaan atau kerusakan akad tersebut, pihak bank dapat mengadakan perjanjian khusus dengan nasabah.
9) Jika bank hendak mewakilkan kepada nasabah untuk membeli barang dari pihak ketiga, akad jual beli murabahah harus dilakukan setelah barang, secara prinsip, menjadi milik bank.

Kedua : Ketentuan Murabahah kepada Nasabah:

1) Nasabah mengajukan permohonan dan perjanjian pembelian suatu barang atau aset kepada bank.
2) Jika bank menerima permohonan tersebut, ia harus membeli terlebih dahulu aset yang dipesannya secara sah dengan pedagang.
3) Bank kemudian menawarkan aset tersebut kepada nasabah dan nasabah harus menerima (membeli)nya sesuai dengan perjanjian yang telah disepakatinya, karena secara hukum perjanjian tersebut mengikat; kemudian kedua belah pihak harus membuat kontrak jual beli.
4) Dalam jual beli ini bank dibolehkan meminta nasabah untuk membayar uang muka saat menandatangani kesepakatan awal pemesanan.
5) Jika nasabah kemudian menolak membeli barang tersebut, biaya riil bank harus dibayar dari uang muka tersebut.
6) Jika nilai uang muka kurang dari kerugian yang harus ditanggung oleh bank, bank dapat meminta kembali sisa kerugiannya kepada nasabah.
7) Jika uang muka memakai kontrak 'urbun sebagai alternatif dari uang muka, maka
    - Jika nasabah memutuskan untuk membeli barang tersebut, ia tinggal membayar sisa harga.
    - Jika nasabah batal membeli, uang muka menjadi milik bank maksimal sebesar kerugian yang ditanggung oleh bank akibat pembatalan tersebut; dan jika uang muka tidak mencukupi, nasabah wajib melunasi kekurangannya.

Ketiga : Jaminan dalam Murabahah:

1) Jaminan dalam murabahah dibolehkan, agar nasabah serius dengan pesanannya.
2) Bank dapat meminta nasabah untuk menyediakan jaminan yang dapat dipegang.

Keempat : Hutang dalam Murabahah:

1) Secara prinsip, penyelesaian hutang nasabah dalam transaksi murabahah tidak ada kaitannya dengan transaksi lain yang dilakukan nasabah dengan pihak ketiga atas barang tersebut. Jika nasabah menjual kembali barang tersebut dengan keuntungan atau kerugian, ia tetap berkewajiban untuk menyelesaikan hutangnya kepada bank.
2) Jika nasabah menjual barang tersebut sebelum masa angsuran berakhir, ia tidak wajib segera melunasi seluruh angsurannya.
3) Jika penjualan barang tersebut menyebabkan kerugian, nasabah tetap harus menyelesaikan hutangnya sesuai kesepakatan awal. Ia tidak boleh memperlambat pembayaran angsuran atau meminta kerugian itu diperhitungkan.

Kelima : Penundaan Pembayaran dalam Murabahah:

1) Nasabah yang memiliki kemampuan tidak dibenarkan menunda penyelesaian hutangnya.
2) Jika nasabah menunda-nunda pembayaran dengan sengaja, atau jika salah satu pihak tidak menunaikan kewajibannya, maka penyelesaiannya dilakukan melalui Badan Arbitrasi Syari'ah setelah tidak tercapai kesepakatan melalui musyawarah.

Keenam : Bangkrut dalam Murabahah:

Jika nasabah telah dinyatakan pailit dan gagal menyelesaikan hutangnya, bank harus menunda tagihan hutang sampai ia menjadi sanggup kembali, atau berdasarkan kesepakatan.

B. Harga

1. *Pengertian Harga*

Harga adalah sesuatu yang bernilai yang harus direlakan oleh pembeli untuk memperoeh barang atau jasa. Di dunia perbankan ini, mencakup biaya-biaya transaksi suku bunga, saldo minimum atau kompensasi (Soedrajat, 2004: 57-58).

Harga adalah bunga, biaya administrasi, biaya provisi dan komisi, biaya kirim, biaya tagih, biaya sewa, biaya iuran, dan biaya-biaya lainnya. Sedangkan harga bagi bank berdasarkan prinsip syariah adalah bagi hasil (Kasmir, 2003: 196).

Harga jual dalam *murabahah* merupakan harga pokok ditambah dengan keuntungan yang disepakati antara penjual dan pembeli (Wiroso, 2005: 94).

2. *Tujuan Penentuan Harga*

Kasmir dalam *"Manajemen Perbankan"* menegaskan tentang tujuan penentuan harga secara umum adalah sebagai berikut:

a. Untuk Bertahan Hidup

Artinya, dalam kondisi tertentu terutama dalam kondisi persaingan yang tinggi. Dalam hal ini bank menentukan harga semurah mungkin dengan maksud produk atau jasa yang ditawarkan laku dipasaran, misalnya untuk bunga simpanan lebih tinggi dibandingkan dengan bunga pesaing dan bunga pinjaman rendah, tetapi dalam kondisi menguntungkan

b. Untuk Memaksimalkan Harga

Bertujuan untuk mengharapkan penjualan yang meningkat sehingga laba dapat ditingkatkan. Penentuan harga biasanya dapat dilakukan dengan harga murah atau tinggi.

c. Untuk Memperbesar *Market Share*

Penentuan harga ini dengan harga yang murah, sehingga diharapkan jumlah nasabah meningkat dan diharapkan pula nasabah peasaing beralih ke produk yang ditawarkan. Contohnya seperti penentuan suku bunga simpanan yang lebih tinggi dari pesaing di tambah kelebihan lainnya seperti hadiah.

d. Mutu Produk

Tujuan dalam hal mutu produk adalah untuk memberikan kesan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan memiliki kualitas yang tinggi dan biasanya harga ditentukan setinggi mungkin dan untuk bunga simpanan ditawarkan dengan suku bunga rendah.

e. Karena Pesaing

Dalam hal ini, penentuan harga dengan melihat harga pesaing. Tujuannya adalah agar harga yang ditawarkan jangan melebihi harga pesaing, artinya bunga simpanan diatas pesaing dan bunga pinjaman dibawah

3. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga*

Kasmir (2003: 37-38) mengemukakan bahwa faktor-faktor utama yang mempengaruhi besar kecilnya penetapan harga suku bunga adalah:

a. Kebutuhan dana.

Apabila bank kekurangan dana (jumlah simpanan sedikit), sementara permohonan pinjaman meningkat, maka yang dilakukan bank agar dana tersebut cepat terpenuhi adalah dengan meningkatkan tingkat suku bunga simpanan. Dengan meningkatnya suku bunga simpanan akan menarik nasabah untuk menyimpan dananya di bank.

b. Kebijakan pemerintah

Dalam arti baik untuk bunga simpanan maupun bunga pinjaman, tidak boleh melebihi bunga yang sudah ditetapkan oleh pemerintah.

c. Target laba yang diinginkan

Target laba yang diinginkan, merupakan besarnya keuntungan yang diinginkan oleh bank. Jika laba yang diingankan besar, maka bunga pinjaman ikut besar dan demikian pula sebaliknya.

d. Jangka waktu

Semakin panjang jangka waktu pinjaman, maka akan semakin tinggi bunganya,

e. Kualitas jaminan

Semakin *liquid* jaminan yang diberikan, maka semakin rendah bunga kredit yang dibebankan.

4. *Strategi Penetapan Harga*

Ada beberapa startegi yang di gunakan dalam penetapan harga di antaranya: (http://elearning.gunadarma.ac.id/docmodul/selling_pdf/bab3sell.pdf. diakses pada 29 Oktober 2010).

a. Penetapan harga yang berpedoman pada biaya

Cara yang ditempuh yaitu dengan menambah prosentase laba dan biaya

Misalnya : Harga Beli = Rp. 1000

Laba 10% = Rp. 100

Biaya = Rp. 25 +

Harga jual = Rp. 1125

b. Penetapan harga *cost (cost plus pricing)*

Penetapan harga *cost plus* merupakan praktek di mana harga penjualan suatu produk ditetapkan dengan jalan menambahkan prosentase tertentu yang ditetapkan sebelumnya atas biaya produk tersebut.

Harga jual = Harga pokok + biaya + laba

c. Penetapan harga yang berpedoman pada persaingan

Terdapat beberapa alternatif dalam menghadapi pesaing yaitu dengan menetapkan harga di atas harga pesaing, sama dengan harga pesaing atau di

1) Harga di atas harga pesaing dimungkinkan bila :

- Kelengkapan barang lebih baik, barang-barang lebih eksklusif dan mode lebih maju *(fashionable).*
- Memberikan kenyamanan yang lebih baik kepada konsumen.
- Toko telah memiliki reputasi yang lebih baik.

2) Harga sama dengan pesaing

Cara yang paling umum dilakukan oleh para pengecer adalah menetapkan harga barang yang sesuai dengan harga pasar. Barang-barang yang ditetapkan harganya dengan cara ini umumnya barang-barang sehari-hari yang biasanya sudah dihafal oleh konsumen. Strategi untuk memenangkan persaingan dalam kondisi seperti ini adalah bersaing dalam pelayanan.

3) Harga di bawah harga pesaing

Dalam melakukan strategi dengan menetapkan harga di bawah harga pesaing, kita harus menyelesaikan penyesuaian dengan menurunkan biaya operasional, pembatasan jenis-jenis barang, penyediaan sarana fisik yang lebih sederhana dan lebih sedikit pelayanan-pelayanan pribadi. Hal ini harus dilakukan untuk mempertahankan laba yang ingin dicapati atau dipertahankan.

d. Penetapan harga yang berorientasi pada permintaan

Cara yang ditempuh adalah dengan diskriminasi harga. Sasaran dari diskriminasi harga ini adalah para pelanggan khusus yang memerlukan perlakuan khusus. Disamping itu dapat juga diberikan dalam kaitannya

- Kualitas atau bentuk produk tertentu
- Waktu tertentu
- Volume penjualan tertentu

e. Harga psikologikal

Harga psikologikal yaitu harga yang diharapkan dapat memberikan efek psikologis pada konsumen. Taktik yang biasa digunakan adalah sebagai berikut :

- Beberapa barang yang digabung jadi satu dan diberi harga yang lebih murah daripada bila dijual terpisah. Dengan sedikit kerugian bisa menjual barang lebih banyak
- Kadang-kadang konsumen mengasumsikan barang mahal adalah barang bermutu. Dengan menggunakan strategi harga yang tepat, harga barang yang lebih tinggi di suatu tempat bisa menjual lebih banyak barang ditempat lain yang harganya lebih murah padahal barangnya sama.

f. Harga Promosi

1) *Leader Pricing* (harga dijual di bawah harga pasar)

Leader pricing adalah strategi penetapan harga dengan menjual harga dengan keuntungan yang sangat tipis, sehingga harga di bawah harga pasar. Tujuan *leader pricing* adalah sebagai harga penuntun, agar konsumen dapat membeli barang lain yang lebih banyak

2) *Loss Leader Pricing* (harga di bawah harga pokok)

Strategi ini dilakukan dengan menjual barang di bawah harga pokok (modal), dengan harapan agar memberikan kesan kepada konsumen bahwa barang yang dijual ditoko rata-rata harganya murah.

3) *Bait pricing* (harga umpan yang diturunkan dengan tajam)

Dengan menggunakan strategi ini, barang dijual dengan harga yang dibanting secara tajam, misalnya barang diturunkan sampai dengan 40%-50% dari harga semula. Hal ini dimaksudkan untuk meramaikan toko sekaligus cuci gudang.

4) *Special Event Pricing* (harga khusus pada waktu-waktu tertentu)

Strategi harga khusus dalam rangka menghadapi hari-hari besar tertentu dan peristiwa-peristiwa yang penting, seperti : tahun ajaran baru, Natal dan Tahun Baru, Lebaran dan sebagainya.

5) Diskon Psikologikal

Diskon psikologikal adalah sebuah strategi penetapan harga promosi di mana penjual menaikkan harganya terlebih dahulu dan kemudian produk yang bersangkutan ditawarkan dengan harga jauh lebih murah.

Contoh :

Harga sebelumnya Rp 10.000,00 (padahal Rp. 6000,00)

Harga sekarang Rp. 6.000,00 (harga sebenarnya)

C. Tinjauan Penentuan Harga Menurut Konvensional

Metode penentu harga suatu produk bank secara umum terdapat beberapa model, di antaranya: (Kasmir, Manajemen Perbankan, 2003: 204-206).

1. Modifikasi harga atau diskriminasi yang dapat dilakukan di antaranya:
   a. Menurut pelanggan, yaitu harga yang dibedakan berdasarkan nasabah utama (primer) atau nasabah biasa (sekunder). Nasabah utama adalah nasabah yang loyal dan memenuhi kriteria yang ditetapkan oleh bank. Nasabah biasa adalah nasabah umum.
   b. Menurut bentuk produk, harga ditentukan berdasarkan pada produk atau kelebihan-kelebihan yang dimiliki oleh suatu produk, misalnya untuk kartu kredit, master card, dan visa card.
   c. Menurut tempat, yaitu harga yang ditentukan berdasarkan lokasi cabang bank dimana produk atau jasa ditawarkan.
   d. Menurut waktu, yaitu harga yang ditentukan berdasarkan periode atau masa tertentu dapat berupa jam, hari, mingguan atau bulanan.

2. Penetapan untuk produk baru.

   Misalnya, bank baru mengeluarkan kartu kredit sehingga perlu ditentukan berapa iuran perbulan dan berapa bunga yang dikenakan untuk setiap transaksi.

   a. *Market Skimming Pricing* yaitu harga awal produk yang ditetapkan setinggi-tingginya dengan tujuan bahwa produk atau jasa memiliki kualitas tinggi.
   b. *Market Penetration Pricing* yaitu dengan menetapkan harga yang serendah mungkin dengan tujuan untuk menguasai pasar.

3. Metode penentu harga

a. *Cost Plus Pricing* yaitu penentuan harga yang didasarkan pada harga pokok, biaya tetap, biaya variable.

$$\text{Harga pokok} = \text{VC} + \frac{\text{FC}}{\text{Total Sales}}$$

Dimana:

Variabel Cost (VC) = Biaya Variabel

Fixed Cost (FC) = Biaya Tetap

Total Sales (TS) = Total penjualan

b. *Margin Pricing* yaitu penentuan harga dengan menghitung marginal *cost* ditambah dengan laba yang di inginkan.

c. *Non Cost Pricing* yaitu harga yang didasarkan pada mekanisme permintaan dan penawaran, dalam hal ini bank harus mampu menyesuaikan dengan kondisi pasar.

d. *BEP atau Target Pricing* yaitu harga ditentukan berdasarkan titik impas.

$$BEP = \frac{FC}{P-VC} \quad \text{atau} \quad BEP = \frac{FC}{1-}$$

e. *Cost Plus Pricing dengan Mark Up* sama seperti halnya dengan *cost plus pricing*, harga dalam hal ini ditambahkan laba yang di inginkan.

$$\text{Biaya per unit} = \text{Biaya Variabel} + \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Jumlah Penjualan}}$$

$$\text{Harga dengan Mark Up} = \frac{\text{Biaya Per Unit}}{}$$

f. *Target Return Pricing* (Muhammad, 2005 :136-137)

Adalah penentuan harga jual produk yang bertujuan mendapatkan tingkat *return* atas besarnya modal yang diinvestasikan. Dalam bahasa keuangan dikenal dengan *Return On Investement (ROI)*. Dal hal ini, perusahaan akan menentukan beberapa *return* yang diharapkan atas modal yang telah diinvestasikan.

$$\text{Target return pricce} = \text{Unit Cost} + \frac{\text{Return yg diharapkan x modal}}{\text{Unit Sale}}$$

g. *Perceived-Value Pricing*

Adalah penentuan harga dengan tidak menggunakan variabel harga sebagai dasar harga jual. Harga jual didasarkan pada harga produk pesaing di mana perusahaan melakukan penambahan atau perbaikan unit untuk meningkatkan kepuasan pembeli.

h. *Value Pricing*

Adalah kebijakan harga yang kompetitif atas barang yang berkualitas tinggi. Dengan ungkapan : *Ono rego ono rupo,* Artinya:

Barang yang baik pasti harganya mahal. Namun perusahaan yang sukses adalah perusahaan yang mampu menghasilkan barang yang berkualitas dengan biaya yang efisien, sehingga perusahaan tersebut

D. Tinjauan Penentuan Harga Menurut Syariah

Pada suatu transaksi jual beli yang ideal, lembaga pembiayaan syariah harus dapat menghitung dan memisahkan *'real costs'* atau biaya yang riil dikeluarkan dan tingkat keuntungan yang diinginkan oleh bank sebagai penetapan margin. Namun demikian, pada kenyataannya margin keuntungan pada transaksi jual beli masih di *'benchmark'* atau berpatokan terhadap tingkat suku bunga di pasar atau menggunakan metode *going rate pricing,* karena lembaga pembiayaan syariah berkompetisi dengan lembaga pembiayaan konvensional. Meskipun demikian, dalam penentuan margin dan harga jual yang diberikan oleh konsumen harus memperhatikan ketentuan-ketentuan yang dibenarkan menurut syariah (Muhammad, 2005: 137).

1. Penetapan Margin Keuntungan

Bank Syariah menetapkan margin keuntungan terhadap produk-produk pembiayaan yang berbasis *Natural Certainty Contracts (NCC),* yakni akad bisnis yang memberikan kepastian pembayaran, baik dari segi jumlah *(amount)* maupun waktu *(timing)*, seperti pembiayaan murabahah, ijarah, ijarah muntahia bit tamlik, salam, dan isthisna.

2. Referensi Margin Keuntungan

Referensi margin keuntungan adalah margin keuntungan yang ditetapkan dalam rapat ALCO Bank Syariah. Hal-hal yang menjadi pertimbangan dalam

penetapam margin keuntungan pembiayaan di antaranya: (Adiwarman Karim, 2004: 254-255).

a. *Direct Competitor's Market Rate (DCMR)*

Yaitu tingkat margin keuntungan rata-rata perbankan syariah, atau tingkat margin keuntungan rata-rata beberapa bank syariah yang ditetapkan dalam rapat ALCO sebagai kelompok kompetitor langsung atau tingkat margin keuntungan bank syariah.

b. *Indirect Competitor's Market Rate (ICMR)*

Yaitu tingkat suku bunga rata-rata perbankan kovensional, atau tingkat rata-rata suku bunga beberapa bank konvensional yang dalam rapat ALCO ditetapkan sebagai kelompok kompetitor tidak langsung.

c. *Expected Competitive Return for Investors (ECRI)*

Yaitu target bagi hasil kompetitif yang diharapkan dapat diberikan kepada dana pihak ketiga.

d. *Acquiring Cost*

Yaitu biaya yang dikeluarkan oleh bank yang langsung terkait dengan upaya memperoleh dana pihak ketiga.

e. *Overhead Cost*

Yaitu biaya yang dikeluarkan oleh bank yang tidak langsung terkait dengan upaya untuk memperoleh dana pihak ketiga.

3. *Penetapan Harga Jual*

Dengan memperoleh referensi margin keuntungan, maka bank melakukan penetapan harga jual. Harga jual adalah penjumlahan harga beli/ harga pokok/ harga perolehan bank dan margin keuntungan (Adiwarman Karim, 2004: 255).

Referensi Margin Keuntungan + Harga Beli (Harga Pokok Bank) = Harga Jual

4. *Persyaratan Perhitungan Margin Keuntungan*

Margin keuntungan = *f (Plafond)* hanya bisa dihitung apabila komponen-komponen dibawah ini tersedia: (Adiwarman Karim, 2004: 256-257).

a. Jenis perhitungan margin keuntungan.
b. Plafond pembiayaan sesuai jenis.
c. Jangka waktu pembiayaan.
d. Tingkat margin keuntungan pembiayaan.
e. Pola tagihan atau jatuh tempo tagihan (baik harga pokok maupun margin keuntungan).

5. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Margin Murabahah*

Adapun beberapa faktor yang berpengaruh terhadap margin *murabahah* antara lain: (Ahamd Chumsoni, 2006: 37-38).

a. Tingkat margin *murabahah*

Adalah selisih antara harga jual dan harga beli yang telah disepakati bersama antara bank dengan debitur pada pembiayaan *murabahah*. Margin

murabahah ini diharapkan lebih rendah dari bunga pinjaman di bank konvensional agar mempunyai daya saing yang tinggi.

b. Porsi bagi hasil DPK

Adalah nilai distribusi bagi hasil bagi pemilik Dana Pihak Ketiga (DPK) maupun yang berasal dari pinjaman serta ekuitas. Porsi bagi hasil DPK sifatnya tidak tetap sebagaimana beban bunga pada perbankan konvensional, namun selalu diusahakan maksimal agar nasabah tetap loyal dan mendapatkan keadilan dan ketentraman. Porsi bagi hasil DPK untuk *murabahah* merupakan perkalian antara total bagi hasil DPK dengan porsi pembiayaan *murabahah* terhadap total pembiayaan. Semakin tinggi target nilai bagi hasil DPK, maka semakin tinggi persentase margin murabahahnya yang terbentuk.

c. Biaya *overhead*

Adalah biaya-biaya yang dikeluarkan bank dalam kegiatan penghimpunan dana dari berbagai sumber yang menjadi beban rugi laba, seperti biaya tenaga kerja, biaya administrasi dan umum, biaya penyusutan, biaya pencadangan aktiva produktif dan biaya lain yang terkait dengan operasional bank. Nilainya diperoleh dengan mengalikan total biaya operasional dengan porsi pembiayaan *murabahah* terhadap total pendapatan (pendapatan operasional dan pendapatan non operasional). (www.psktti-ui.com/indonesia/abstrakalumni.php?id=7102910028, diakses pada 22 Oktober 2010)

d. Volume pembiayaan *murabahah*

Adalah jumlah total pembiayaan *murabahah.* Volume pembiayaan pada hakikatnya adalah nominal pembiayaan *murabahah* yang saldonya selalu berhubungan dari satu bulan ke bulan berikutnya.

e. Premi resiko

Adalah biaya cadangan untuk menutup kegagalan pembayaran atas nasabah yang *default.* Premi resiko *murabahah* dalam hal ini merupakan hasil kali total premi yang dicadangkan untuk nasabah *default* dengan porsi *murabahah.*

f. Target keuntungan

Adalah tingkat keuntungan yang diinginkan oleh suatu bank yang diperoleh dari hasil Rencana Kerja dan Anggaran Perusaaan (RKAP) bank tersebut.

6. Metode Penentu Harga Jual (Profit Margin) di Bank Syariah

Penentu harga dalam pembiayaan di bank syariah yang lazim digunakan oleh bank syariah saat ini adalah dengan menggunakan metode *going rate pricing,* yaitu menggunakan tingkat suku bunga pasar sebagai rujukan (*benchmark).*

Adapun alasannya karena bank syariah berkompetisi dengan bank konvensional. Disamping itu bank syariah juga berkeinginan untuk mendapatkan *customer* yang bersifat *floating customer*

Meski demikian, penentu harga jual produk pada bank syariah harus memperhatikan ketentuan-ketentuan yang dibenarkan menurut syariah. Oleh karena itu, metode penentu harga jual berdasarkan *target return pricing* maupun *mark up pricing* dapat digunakan dengan melakukan modifikasi (Muhammad, 2005: 137-139).

a. Penerapan *Mark-up Pricing* untuk Pembiayaan Syariah

   Jika bank hendak menerapkan metode *Mark-up Pricing,* metode ini hanya tepat jika digunakan untuk pembiayaan yang sumber dananya dari *Restricted Investment Account (RIA)* atau *Mudharabah Muqayyadah.* Mengapa demikian?.. Karena akad *Mudharabah Muqayyadah* adalah akad di mana pemilik dana menuntut adanya kepastian hasil dari modal yang di investasikan.

b. Penerapan *Target Return Pricing* untuk Pembiayaan Syariah

   Bank syariah beroperasi dengan tidak menggunakan bunga. Mekanisme operasional dalam memperoleh pendapatan dapat dihasilkan berdasarkan klasifikasi akad, yaitu akad yang menghasilkan keuntungan secara pasti, disebut *Natural Certainty Contract,* dan akad yang menghasilkan keuntungan yang tidak pasti disebut *Natural Uncertainty Contract.*

   Jika pembiayaan dilakukan dengan akad *Natural Certainty Contract,* maka metode yang digunakan adalah *required profit rate (rpr).*

$$rpr = n.v$$

Dimana:

n = Tingkat keuntungan dalam transaksi tunai

v = Jumlah transaksi dalam satu periode

Jika pembiayaan dilakukan dengan akad *Natural Uncertainty Contract*, maka metode yang digunakan *expected profit rate (epr)*.

epr diperoleh berdasarkan:

- Tingkat keuntungan rata-rata pada industri sejenis
- Pertumbuhan ekonomi
- Dihitung dari nilai *rpr* yang berlaku dibank yang bersangkutan.

Perhitungannya:

Nisbah bank = *epr/expected return* bisnis yang dibiayai *100%

Actual return bank = nisbah bank + aktual return bisnis.

7. ***Penetapan Harga Jual Murabahah yang Efisien***

Bank-bank syariah pada umumnya telah menggunakan *murabahah* sebagai model pembiayaan yang utama. Praktik pada bank syariah di Indonesia, portofolio pembiayaan *murabahah* mencapai 70-80%. Kondisi demikian ini tidak hanya di Indonesia, namun terjadi jupa pada bank-bank syariah, seperti di Malaysia dan Pakistan.

Sejumlah alasan diajukan untuk menjelaskan popularitas murabahah dalam operasi investasi perbankan syariah: (i) *Murabahah* adalah suatu mekanisme investasi jangka pendek, dan dibandingkan dengan sistem bagi hasil (*musyarakah dan mudharabah*), cukup memudahkan; (ii) *Mark-up* dalam *murabahah* dapat ditetapkan sedemikian rupa sehingga memastikan bahwa bank dapat memperoleh keuntungan yang sebanding dengan keuntungan bank-bank berbasis bunga yang

menjadi saingan bank-bank syariah; (iii) *Murabahah* menjauhkan ketidakpastian yang ada pada pendapatan dari bisnis-bisnis dengan sistem bagi hasil; dan (iv) *Murabahah* tidak memungkinkan bank-bank syariah untuk mencampuri manajemen bisnis. Karena bank bukanlah mitra si nasabah, sebab hubungan mereka dalam *murabahah* adalah hubungan antara kreditur dan debitur.

Berdasarkan kondisi dan alasan praktik *murabahah* di bank syariah, maka ada semacam "kecaman" atau penilaian masyarakat terhadap praktik bank syariah tidak jauh beda dengan bank konvensional (bank bunga). Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh BI menunjukkan bahwa 15% responden menilai bank syariah tidak

ada bedanya dengan bank konvensional, "hanya beda bungkusannya". Kalangan awam juga menilai bahwa bank syariah dalam mengambil keuntungan lebih besar dibandingkan dengan bank konvensional.

Kondisi inilah yang harus dicarikan solusinya. Karena selama ini kalangan awam menilai yang namanya lembaga syariah selalu identik dengan harga murah. Sehingga jika terjadi penjualan barang oleh bank syariah dengan harga lebih tinggi dibanding harga jual bank tidak syariah, maka bank syariah dinilai lebih tidak islami. Paahal, suatu ketika memang bisa terjadi demikian adanya. Oleh karena itu, perlu kiranya dicarikan kemasan produk *murabahah* yang memberikan keuntungan secara adil antara pihak bank syariah dengan nasabah peminjam *murabahah*. Bagaimana kemasan *murabahah* dapat adil?..

Bank syariah harus tidak hanya menjadikan tingkat suku bunga sebagai rujukan dalam penentuan harga jual (pokok + *margin*) produk *murabahah*. Cara

penetapan *margin* yang hanya mengacu pada suku bunga merupakan langkah sesat sekaligus menyesatkan dan lebih berat lagi dapat merusak reputasi bank syariah. Dalam praktiknya, barangkali tingginya margin yang diambil oleh pihak bank syariah adalah kenaikan suku bunga di pasar atau inflasi. Sehingga kalau terjadi kenaikan suku bunga yang besar, maka bank syariah tidak mengalami kerugian secara riil, namun demikian apabila suku bunga di pasar tetap stabil atau bahkan turun, maka margin *murabahah* akan lebih besar dibandingkan dengan tingkat bunga pada bank konvensional.

Dengan penetapan *margin* keuntungan *murabahah* yang tinggi ini, secara tidak langsung bahkan akan dapat menyebabkan inflasi yang lebih besar dari pada yang disebabkan oleh suku bunga. Oleh karena itu, perlu dicari format atau formula yang tepat, agar nilai penjualan dengan *murabahah* tidak mengacu pada sikap mengantisipasi kenaikan suku bunga selama masa pembayaran cicilan. Karena, mengkait *margin* keuntungan *murabahah* dengan bunga perbankan konvensional, baik di atasnya maupun di bawahnya, tetaplah bukan cara yang baik.

Sebaiknya penetapan harga jual *murabahah* dapat dilakukan dengan cara Rasulullah ketika berdagang. Dalam menentukan harga penjualan, Rasul secara transparan menjelaskan berapa harga belinya, berapa biaya yang telah dikeluarkan untuk setiap komoditas dan berapa keuntungan wajar yang di inginkan. Cara yang dilakukan Rasulullah ini dapat dipakai sebagai salah satu metode bank syariah dalam menetukan harga jual produk *murabahah*. Dengan demikian, secara

matematis harga jual barang oleh bank kepada calon nasabah pembiayaan *murabahah* dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

Harga Jual Bank = Harga Beli Bank + *Cost Recovery* + Keuntungan

$$Cost\ Recovery = \frac{\text{Proyeksi Biaya Operasi}}{\text{Target Volume Pembiayaan}}$$

$$\text{Margin dalam persentase} = \frac{Cost\ Recovery + \text{Keuntungan}}{\text{Harga Beli Bank}} \times 100\%$$

Cost Recovery adalah bagian dari estimasi biaya operasi bank syariah yang dibebankan kepada harga beli/total pembiayaan. *Cost Recovery* tersebut bisa didekati dengan membagi estimasi biaya operasi dengan target volume pembiayaan *murabahah*, kemudian ditambahkan dengan harga beli dari suppliyer dan keuntungan yang diinginkan sehingga didapatkan harga jual. Sedangkan margin *murabahah* didapat dari *cost recovery* ditambah keuntungan dibagi dengan harga beli.

Persentase margin di atas dapat dibandingkan dengan suku bunga. Jadi, suku bunga hanya dijadikan sebagai *benchmark*. Agar pembiayaan *murabahah* lebih kompetitif, margin *murabahah* tersebut harus lebih kecil dari bunga pinjaman. Jika masih lebih besar, maka yang harus dimainkan adalah dengan memperkecil *cost recovery* dan keuntungan yang diharapkan. Dengan metode ini, diharapkan keuntungan bank syari'ah akan meningkat meskipun dengan *profit margin* yang lebih kecil jika dibandingkan dengan bunga pinjaman bank

dicantumkan dalam kontrak pembiayaan *murabahah* dinyatakan dalam angka nominal, bukan bentuk persentasenya (Muhammad, 2005: 141-144).

E. Penelitian Terdahulu

Terdapat dua jenis penelitian terdahulu yang ditelaah dalam penelitian ini, antara lain adalah:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Maulidin (2004) yang berjudul "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Mekanisme Penentuan Mark-up (Profit Margin) dalam Pembiayaan Murabahah pada PT. BPR Syariah Harta Insani Karimah".

   Penelitian ini mengasumsikan model pembiayaan *murabahah* merupakan pembiayaan yang dominan dari masyarakat agar tidak disulitkan dalam perhitungan yang rumit.

   Tujuan penelitianya adalah: Pertama, mengetahui aplikasi *murabahah* pada PT. BPR Syariah. Kedua, mengetahui mekanisme penentuan *mark-up* (profit margin) dalam pembiayaan *murabahah*. Ketiga, mengetahui tinjauan hukum Islam terhadap mekanisme penentu *mark-up* (profit margin) dalam pembiayaan *murabahah*.

   Model penelitian yang digunakan adalah metode studi kepustakaan dan studi lapangan *(field research)*.

   Hasil Penelitian:

   Pertama, Aplikasi *murabahah* pada PT. BPR Syariah adalah bank membelikan terlebih dahulu barang yang dibutuhkan oleh nasabah, kemudian

menjualnya kembali kepada nasabah ditambah dengan margin keuntungan yang disepakati.

Kedua, Mekanisme penentuan *mark-up* dipengaruhi oleh biaya usaha, jumlah transaksi dan keuntungan yang wajar.

Ketiga, Sesuai dengan ketentuan syariah karena tidak menggunakan bunga.

Hubungan dengan penelitian ini:

Dalam penelitian ini pada dasarnya memiliki maksud yang sama yaitu mengenai margin, namun dalam hal ini penelitian ini masih bersifat sederhana, tanpa melihat secara keseluruhan bagaimana pembiayaan bisa disalurkan, pastinya ada kaitannya dengan tabungan dan deposito masyarakat, karena ini menyangkut *supplay* dari pembiayaan. Begitu juga dengan pembiayaan *murabahah* mempunyai penentuan margin juga, maka dimungkinkan ini dapat diperluas, sehingga bisa mendukung dalam menetapkan margin di sebuah produk perbankan syariah. Ketentuan hukum yang dimaksud sudah sesuai syariah yakni bebas dari riba.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Nugroho (2005) yang berjudul "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Margin Pembiayaan Murabahah pada Bank Muamalat Indonesia"

Penelitian ini melihat apakah biaya overhead, volume pembiayaan murabahah, tingkat keuntungan yang diinginkan dan bagi hasil dan pihak ketiga mempengaruhi dalam penetapan margin *murabahah*

Penelitian ini menggunakan metodologi analisis deskreptif dan analisis kuantitatif dengan *multiple regression.*

Hasil penelitian ini adalah:

Pertama, biaya *overhead* yang terjadi dari biaya tenaga kerja, biaya administrasi dan umum, biaya penyusutan, biaya pencadangan penghapusan aktiva produktif, dan biaya lainnya yang terkait dengan operasional bank syariah secara signifikan berpengaruh terhadap besarnay margin *murabahah.*

Kedua, volume pembiayaan *murabahah* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap margin *murabahah,* namun tetap memiliki hubungan antara keduanya.

Ketiga, Profit target bank Muamalat Indonesia juga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap margin *murabahah,* namun tetap memiliki hubungan antara keduanya.

Keempat, Bagi Hasil DPK yang diberikan kepada nasabah penabung, deposan maupun pihak lain yang memberikan pinjaman kepada bank syariah secara individu berpengaruh terhadap penetapan margin *murabahah*