

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI

A. Tinjauan Pustaka

Penulis bukanlah orang yang pertama yang membahas mengenai minat masyarakat terhadap pembiayaan murabahah. Untuk itu penulis sertakan beberapa peneliti terdahulu sebagai rujukan dalam menyelesaikan skripsi ini, diantaranya:

1. Jurnal penelitian (Volume 6, Nomer 2, Agustus 2009) yang berjudul Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Pembiayaan Murabahah Bank Syariah di Indonesia (Periode Januari 2004-Desember 2008) (M. Nadratauzaman, 2009) menyimpulkan bahwasannya faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan pembiayaan murabahah dipengaruhi secara signifikansi positif oleh variabel akses, dan signifikansi negatif oleh variabel margin murabahah, bunga kredit konsumtif bank konvensional dan nilai tukar rupiah terhadap dolar AS. Sementara variabel inflasi dan nilai jaminan telah dikeluarkan dari model, dikarenakan tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap permintaan murabahah.
2. Penelitian Visa Alvi (2013) dengan judul “ Pengaruh Harga Jual dan Tingkat Margin terhadap Keputusan Pembiayaan Murabahah pada Anggota BMT Agritama Blitar“. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penetapan harga jual terhadap keputusan pembiayaan murabahah memiliki pengaruh yang positif signifikan. Hasil penelitian bahwa tingkat margin terhadap keputusan pembiayaan murabahah memiliki

pengaruh yang positif signifikan. Dan hasil penelitian yang dilakukan secara bersama-sama juga memiliki pengaruh yang positif signifikan. Dari hasil yang telah diuji bahwa penetapan harga jual dan tingkat margin sangat menentukan kualitas dan kuantitas dari pembiayaan murabahah. Karena elemen-elemen tersebut saling berhubungan.

3. Kemudian, Jurnal penelitian (Volume 10 , Nomer 2, Oktober 2014) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Produk Pembiayaan Terhadap Minat Dan Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Sumantri, 2014) menyimpulkan bahasannya berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat ditarik beberapa kesimpulan. Pertama terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap minat menjadi nasabah bank Syariah di Kota Yogyakarta. Kedua terdapat pengaruh positif produk pembiayaan terhadap minat menjadi nasabah bank Syariah di Kota Yogyakarta. Ketiga terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah bank Syariah di Kota Yogyakarta. Keempat terdapat pengaruh positif produk pembiayaan terhadap keputusan menjadi nasabah bank Syariah di Kota Yogyakarta. Kelima terdapat pengaruh positif minat menjadi nasabah terhadap keputusan menjadi nasabah bank Syariah di Kota Yogyakarta.

B. Kerangka Teori

1. Definisi BMT

Baitul Maal wat Tamil (BMT) terdiri dari dua istilah, yaitu *baitul maal* dan *baitut tamwil*. *Baitul maal* lebih mengarah pada

usaha-usaha dan *shodaqoh*. Sedangkan *baitut tamwil* sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial. Usaha-usaha tersebut menjadikan BMT sebagai lembaga pendukung kegiatan ekonomi masyarakat kecil dan berlandaskan Syariah.

Secara kelembagan BMT didampingi atau didukung Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil (PINBUK). PINBUK sebagai lembaga premier karena mengemban misi yang lebih luas, yakni meneteskan usaha kecil. Dalam prakteknya, PINBUK menetaskan BMT, dan pada gilirannya BMT menetaskan usaha kecil.

Keberadaan BMT disetiap daerah merupakan hal penting untuk kehidupan masyarakat. Dengan adanya BMT, masyarakat mampu mengakomodir kepentingan ekonomi masyarakat yaitu pembinaan dan pendanaan yang berdasarkan Syariah. Peran ini menegaskan arti penting prinsip-prinsip Syariah dalam kehidupan ekonomi masyarakat. Sebagai lembaga keuangan Syariah yang bersentuhan langsung dengan kehidupan masyarakat kecil yang serba cukup ilmu pengetahuan ataupun materi, maka BMT mempunyai tugas penting dalam mengemban misi keislaman dalam segala aspek kehidupan masyarakat.

2. Sejarah Berdirinya Baitul Mal wat Tamwil (BMT)

Setelah berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI) timbul peluang untuk mendirikan suatu lembaga keuangan yang berprinsip Syariah. Operasionalisasi BMI kurang menjangkau usaha masyarakat

kecil dan menengah, maka muncul usaha untuk mendirikan bank dan lembaga keuangan mikro, seperti BPR Syariah dan BMT yang bertujuan untuk mengatasi hambatan operasionalisasi di daerah.

Ditengah kehidupan masyarakat yang hidup serba berkecukupan, timbul kekhawatiran akan munculnya pengikisan akidah. Pengikisan akidah ini bukan hanya dipengaruhi dari aspek syiar Islam tetapi juga dipengaruhi oleh lemahnya ekonomi masyarakat. Sebagaimana diriwayatkan dari Rasulullah saw, *“kekafiran itu mendekati kekufuran”* maka keberadaan BMT diharapkan mampu mengatasi masalah ini lewat pemenuhan kebutuhan-kebutuhan ekonomi masyarakat.

Di lain pihak masyarakat harus menghadapi rentenir atau lintah darat yang menghalalkan segala cara untuk mendapatkan keuntungan yang besar dari dana yang dipinjamkan. Maraknya rentenir ditengah-tengah masyarakat mengakibatkan masyarakat semakin terjerumus dalam masalah ekonomi yang semakin tidak menentu. Besarnya pengaruh rentenir terhadap perekonomian masyarakat tidak lain karena tidak adanya unsur-unsur yang cukup akomodatif dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi masyarakat. Oleh karena itu, BMT diharapkan mampu berperan lebih aktif dalam memperbaiki kondisi ini. Dilihat dari keadaan tersebut, keberadaan BMT mempunyai beberapa peran:

- a. Menjauhkan masyarakat dari transaksi ekonomi non-Syariah yang dianggap merugikan diri sendiri dengan cara selalu aktif dalam melakukan sosialisasi ditengah masyarakat tentang arti penting sistem ekonomi Islam.
- b. Melakukan pembinaan pendanaan usaha kecil yaitu BMT selalu bersikap aktif menjalankan fungsi sebagai lembaga keuangan mikro, contohnya dengan pendampingan, pembinaan penyuluhan, dan pengawasan terhadap usaha-usaha nasabah atau masyarakat umum.
- c. BMT harus berusaha melayani masyarakat lebih baik dari rentenir yang selalu menyediakan dana setiap saat, birokrasi yang sederhana dan lain sebagainya.
- d. Menjaga keadilan ekonomi masyarakat dengan distribusi yang merata. Fungsi BMT langsung berhadapan dengan masyarakat yang kompleks dituntut harus pandai bersikap, oleh karena itu langkah-langkah untuk melakukan evaluasi dalam rangka pemetaan skala prioritas yang harus diperhatikan, misalnya dalam masalah pembiayaan, BMT harus memperhatikan kelayakan dan kemampuan nasabah dalam hal golongan nasabah dan jenis pembiayaan.

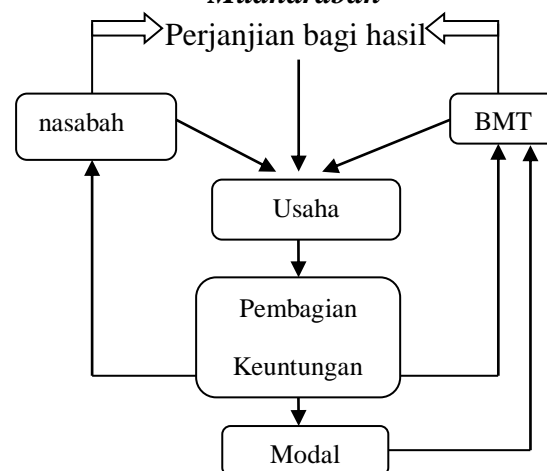
3. Prinsip BMT

Dalam menjalankan usahanya BMT tidak jauh dengan BPR syariah, yakni menggunakan 3 prinsip:

a. Prinsip Bagi Hasil

- 1) *Al-mudharabah* adalah perjanjian antara penyedia modal dengan pengusaha. Setiap keuntungan yang diraih akan dibagi menurut rasio tertentu yang disepakati. Resiko kerugian ditanggung penuh oleh pihak bank kecuali kerugian yang diakibatkan oleh kesalahan pengelolaan, kelalaian dan penyimpangan pihak nasabah seperti penyelewengan, kecurangan dan penyalahgunaan.
- 2) *Mudharabah Mutlaqah* adalah bentuk kerjasama antara *sahibul maal* dan *mudharib* yang cakupannya sangat luas dan tidak dibatasi oleh spesifikasi jenis usaha, waktu, dan daerah bisnis. *Mudharabah Muqayyah* adalah bentuk kerjasama antara *sahibul maal* dan *mudharib* dimana *mudharib* memberikan batasan kepada *sahibul maal* mengenai tempat, cara, dan objek investasi.

Gambar 2.1
Mudharabah



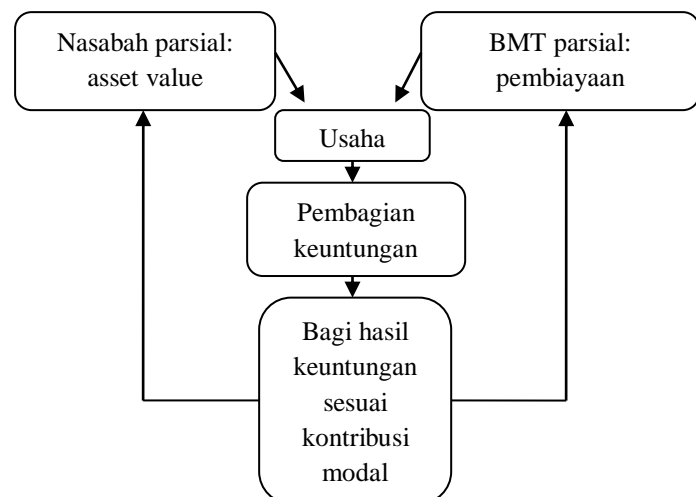
Sumber, Antonio: 2001

Keterangan :

1. BMT memberikan modal kepada nasabah.
2. Akad mudharabah antara pihak BMT dan nasabah.
3. BMT hanya selaku pembeli modal.
4. Bagi hasil atau untung BMT untuk Pembiayaan.

3) *Al-musyarakah* (joint venture), konsep ini diterapkan pada model *partnership* atau *joint venture*. Keuntungan yang diraih akan dibagi dalam rasio yang disepakati, sementara kerugian akan dibagi berdasarkan rasio ekuitas yang dimiliki masing-masing pihak. Perbedaan mendasar dengan *mudharabah* adalah dalam konsep ini ada campur tangan pengelolaan manajemennya sedangkan *mudharabah* tidak ada campur tangan. *Musyarakah* pemilikan, tercipta kepada warisan, wasiat, atau kondisi lainnya yang mengakibatkan pemilikan suatu asset oleh dua orang atau lebih.

Gambar 2. 2
Musyarakah



Sumber, Antonio: 2001

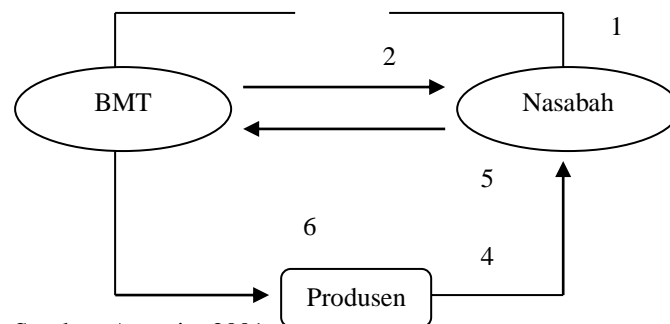
Keterangan :

1. BMT dan nasabah sama-sama memberikan modal.
2. Akad musyarakah antara pihak BMT dan nasabah.
3. Nasabah dan BMT menjalankan usaha.
4. Bagi hasil atau untung BMT dan nasabah sesuai porsi modal masing-masing.

b. Prinsip jual beli

- 1) *Al-murabahah* adalah akad jual beli barang dimana BMT sebagai penjual sementara nasabah sebagai pembeli dengan memberitahukan harga beli dari pemasok dan biaya-biaya lainnya serta menetapkan keuntungan sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak.

Gambar 2.3
Murabahah



Sumber, Antonio: 2001

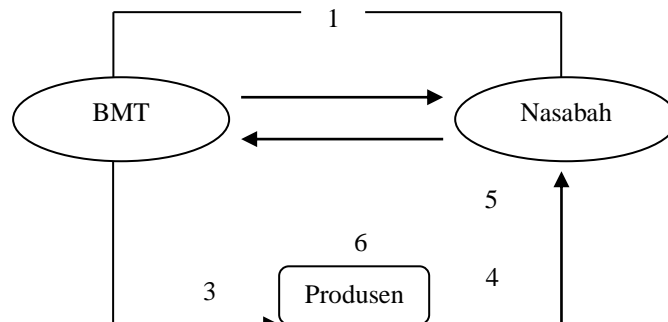
Keterangan :

1. Pembeli (nasabah) melakukan negosiasi dengan penjual (BMT) mengenai barang yang akan dibeli.
2. Pembeli (nasabah) melakukan akad jual beli dengan penjual (BMT).

3. Pengiriman barang yang dilakukan oleh penjual kepada pembeli.
4. Pembeli menerima barang dari penjual
5. Pembeli membayar tunai kepada penjual

2) *Murabahah bitsaman ajil* adalah bentuk akad pembiayaan dengan konsep jual beli antara BMT dan nasabah dimana BMT mendapat margin (keuntungan) dari penjualan tersebut (Prasetyo, 2010). Pengembalian pokok dan keuntungan dilakukan dengan cicilan atau angsuran.

Gambar 2.4
Murabahah bitsaman ajil

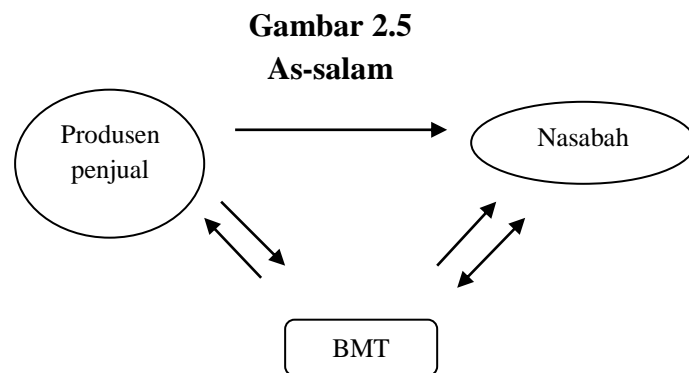


Sumber, Sudarsono: 2003

Keterangan :

1. Negoisasi
2. Akad jual beli
3. Beli barang
4. Kirim
5. Terima barang atau dokumen
6. Bayar (cicilan atau angsuran).

- 3) *As-salam*, BMT akan membelikan barang yang dibutuhkan di kemudian hari, sedangkan pembayaran dilakukan di muka. Barang yang dibeli harus diukur dan ditimbang secara jelas dan spesifik, dan penetapan harga beli berdasarkan keridhoan yang utuh antara kedua belah pihak.



Sumber, Antonio: 2001

Keterangan :

1. Negoisasi antara pihak nasabah dan BMT.
 2. Pemesanan barang nasabah dan bayar tunai antara produsen penjual dan BMT.
 3. Mengirim dokumen pemesanan antara produsen penjual dan BMT.
 4. Nasabah membayar tunai barang yang dibeli kepada BMT.
- 4) *Al-istishna* merupakan bentuk *as-salam* khusus di mana harga barang dibayar saat kontrak, dibayar secara angsuran, atau dibayar di kemudian hari. BMT mengikat masing-masing kepada pembeli dan penjual secara terpisah, tidak seperti *As-*

salam di mana semua pihak diikat secara bersama sejak semula. Dengan demikian, BMT sebagai pihak yang mengadakan barang bertanggung-jawab kepada nasabah atas kesalahan pelaksanaan pekerjaan dan jaminan yang timbul dari transaksi tersebut.

c. Prinsip sewa-menyewa

- a) *Ijarah* adalah akad untuk memanfaatkan jasa, baik jasa atas barang atau tenaga kerja. Bila digunakan untuk mendapatkan manfaat barang disebut sewa-menyewa. Bila digunakan untuk mendapatkan manfaat tenaga kerja disebut upah-mengupah.
- b) *Ijarah muntaha bittamlik* (IMBT) adalah ijarah yang membuka peluang kemungkinan perpindahan atas barang yang disewakan.
- c) *Ju'alah* adalah akad ijarah yang pembayarannya didasarkan atas kinerja objek yang disewa.

4. Al-Murabahah

a. Pengertian al-murabahah

Murabahah didefinisikan oleh para *fuqaha* sebagai penjualan barang seharga biaya atau biaya pokok (*cost*) barang tersebut ditambahkan *mark-up* atau margin (keuntungan) yang disepakati. Karakteristik murabahah adalah bahwa penjual harus memberi tahu pembeli mengenai harga pembelian produk dan menyatakan jumlah keuntungan yang ditambahkan pada biaya (*cost*) tersebut (Wiroso, *Jual Beli Murabahah* hal 13).

Dalam daftar istilah buku himpunan fatwa DSN (Dewan Syariah Nasional) dijelaskan bahwa yang dimaksud dengan murabahah (DSN,2003:311) adalah menjual suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih sebagai laba. Sedangkan dalam PSAK 59 tentang Akuntansi Perbankan Syariah paragraph 52 dijelaskan bahwa murabahah adalah akad jual beli barang yang menyatakan harga perolehan dan margin (keuntungan) yang disepakati oleh penjual dan pembeli.

Menurut Ibnu Rusyd, didalam kitabnya Bidaayatul Al-Mujtahid Wa Al-Nihaayatu Al-Muqtasid, murabahah adalah penjual menyebutkan harga barang yang dibeli kepada pembeli, yang kemudian disyaratkan kepadanya keuntungan dari barang tersebut, baik dalam bentuk dirham maupun dinar. Lebih lanjut dijelaskan Ibnu Rusyd bahwa bentuk jual beli barang dengan tambahan harga atas harga dasar pembelian, berlandaskan sifat kejujuran.

Kemudian, Imam Syafi'i didalam kitabnya al-Ulum menyebutkan murabahah ini dengan istilah al-Amir Bi al-Syara' adalah pembelian barang yang dilakukan oleh orang yang diminati untuk membeli secara tunai oleh orang yang memesan barang untuk kemudian orang yang memesan atau meminta pembelian itu membayar secara angsuran atau cicilan kepada yang diminati.

Dari beberapa pengertian yang dikemukakan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa murabahah adalah akad jual beli barang dimana BMT sebagai penjual sementara nasabah sebagai pembeli dengan memberitahukan harga beli dari pemasok dan biaya-biaya lainnya serta menetapkan keuntungan sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak.

Murabahah dapat dilakukan berdasarkan pesanan atau tanpa pesanan. Dalam murabahah berdasarkan pesanan, BMT melakukan pembelian barang setelah ada pemesanan dari nasabah dan dapat bersifat mengikat atau tidak mengikat nasabah untuk membeli barang yang dipesannya (BMT dapat meminta uang muka pembelian kepada nasabah) sembari menunggu pesanan yang diinginkan tersedia.

b. Landasan Syariah

Murabahah sebagaimana dilakukan saat ini memiliki landasan-landasan syariah yang tercantum di dalam Al-Qur'an dan hadits seperti yang dijelaskan oleh (Syafi'i Antonio, 2001:102) diantaranya adalah Qur'an Surah Al-Baqarah Ayat 275 :

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ
 الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ
 اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ
 وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا
 خَالِدُونَ

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. Orang-orang yang telah penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya (Al-Qur'an Departemen Agama RI,1987).

Ketentuan jual beli Murabahah tercantum dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional, Dewan Syariah Nasional (DSN) setelah menimbang bahwa :

- 1) Masyarakat banyak memerlukan bantuan penyaluran dana dari bank berdasarkan pada prinsip jual beli.
- 2) Bahwa dalam membantu masyarakat guna melangsungkan dan meningkatkan kesejahteraan dan berbagai kegiatan, bank syariah perlu memiliki fasilitas murabahah bagi yang memerlukannya, yaitu menjual suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih sebagai laba.

3) Bahwa oleh karena itu, Dewan Syariah Nasional, memandang perlu menetapkan fatwa tentang murabahah untuk dijadikan pedoman oleh Bank Syariah (Dewan Syariah Nasional, No 04/DSN-MUI/ IV/ 2000).

c. Syarat Al-Murabahah

Syarat-syarat transaksi murabahah di antaranya adalah sebagai berikut (Syafi'i Antonio, 2001:102):

- 1) Penjual memberi tahu biaya modal kepada nasabah,
- 2) Kontrak harus bebas dari riba,
- 3) Penjual harus menjelaskan kepada pembeli bila terjadi cacat atas barang sesudah pembelian,
- 4) Penjual harus menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian barang.

5. Minat

Minat merupakan suatu ketertarikan terhadap sesuatu yang muncul dari diri seseorang, yang mana hal ini juga sesuai pada teori perilaku konsumen yang berarti suatu kegiatan individu yang secara langsung terlihat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang atau jasa termasuk didalamnya suatu proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut (Danang, 2013:66).

Minat adalah suatu proses yang tetap untuk memperhatikan dan menfokuskan diri pada sesuatu yang diminatinya dengan perasaan senang dan rasa puas (Hilgar& Slameto, 1988: 59).

Minat nasabah terhadap produk pembiayaan yang ditawarkan oleh BMT dipengaruhi oleh banyak faktor yang mempengaruhinya. Oleh sebab itu, minat merupakan aspek psikis yang dimiliki seseorang sehingga menimbulkan rasa suka atau tertarik terhadap sesuatu yang mampu mempengaruhi tindakan orang tersebut. Seseorang akan berminat terhadap suatu obyek yang dirasa dapat memberikan keuntungan atau kepuasan bagi orang tersebut dan merasa senang jika bergabung didalam obyek tersebut sehingga obyek tersebut akan diperhatikan. Oleh karena itu, kesan pertama yang dilihat nasabah dalam penawaran yang dilakukan oleh pihak BMT sangatlah berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam pemilihan obyek. Obyek yang dimaksud adalah pemilihan produk pembiayaan. Hal positif yang diberikan BMT akan berpengaruh dalam memberikan arahan bagi para nasabahnya untuk memanfaatkan produk yang ditawarkannya. Minat seseorang dipengaruhi faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal antara lain dipengaruhi oleh produk, harga, promosi, dan tempat. Sedangkan faktor internal dipengaruhi oleh budaya, sosial, pribadi dan psikologi (Kotler dan Gary, 2001:196).

Menurut Kinneer dan Taylor, 2003 dalam sukrawati, 1994, minat merupakan “ komponen dari perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan”. Dapat disimpulkan indikator minat beli adalah:

- a. Ketertarikan (*Interest*) yang menunjukkan adanya pemutusan perhatian dan perasaan senang.
- b. Keinginan (*desire*) ditunjukkan dengan adanya dorongan untuk ingin memiliki.
- c. Keyakinan (*conviction*) ditunjukkan dengan adanya perasaan percaya diri individu terhadap kualitas, daya guna dan keuntungan dari produk yang akan dibeli.

Indikator diatas diharapkan akan menghasilkan gambaran yang menjadikan suatu kesimpulan dari minat nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan murabahah yang ada di BMT Citra Buana Syariah.

6. Kualitas Pelayanan

Menurut Zeithaml dan Bitner (2002), kualitas pelayanan (jasa), adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan demikian ada 2 faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan (jasa), yaitu: *expected service* dan *perceived Service*. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan (*perceived service*)

sesuai dengan yang diharapkan (*expected service*), maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika pelayanan (jasa) yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika pelayanan yang di terima lebih rendah daripada yang di harapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Jadi, baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada penyedia pelayanan dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

Sedangkan Zeithaml (2003), menjelaskan bahwa kualitas pelayanan berfokus terhadap evaluasi yang mencerminkan persepsi pelanggan dari dimensi yang spesifik tentang pelayanan. Kualitas pelayanan juga merupakan komponen daripada kepuasan pelanggan. Dalam hal ini bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Schiffman dan Kanuk (2009), menjelaskan bahwa pelayanan merupakan suatu hal yang penting, sebab peningkatan daripada pelayanan itu sendiri dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan pada waktu yang bersamaan dapat meningkatkan keuntungan bagi perusahaan. Handi Irawan (2002), menjelaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang dapat mendorong kepuasan pelanggan. Zeithaml, dan Berry (dalam Tjiptono, 1998:69) mengidentifikasi sepuluh faktor utama yang menentukan kualitas pelayanan, yaitu:

- a. *Tangibles* yaitu segala bukti fisik ruangan, pegawai, fasilitas peralatan dan sarana komunikasi. Dengan demikian bukti langsung atau wujud merupakan suatu indikator yang paling konkrit. Wujud yang dimaksud adalah segala fasilitas yang secara nyata dapat terlihat.
- b. *Reliability*, yang mencakup konsistensi kerja (*performance*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependability*). Hal ini berarti perusahaan memberikan pelayanan secara baik, tepat sejak awal dan iklan yang ditawarkan terbukti diberikan.
- c. *Responsiveness* kemauan atau kesiapan para pegawai untuk memberikan pelayanan yang dibutuhkan pelanggan.
- d. *Competence*, artinya setiap pegawai perusahaan memiliki pengetahuan dan ketrampilan yang dibutuhkan untuk dapat memberikan pelayanan tertentu.
- e. *Courtesy*, yaitu sikap sopan, santun, ramah, dan perhatian dari para kontak personal suatu perusahaan.
- f. *Credibility*, yaitu jujur dan dapat dipercaya menyangkut reputasi perusahaan, karakteristik pribadi, kontak personal, dan interaksi dengan pelanggan.
- g. *Security*, yaitu aman (secara fisik, finansial, dan kerahasiaan) dari bahaya, resiko melakukan transaksi dengan perusahaan tersebut, dan keragu-raguan.

- h. *Access*, yaitu kemudahan untuk dihubungi dan ditemui, yang berarti lokasi fasilitas pelayanan mudah dijangkau, waktu menunggu tidak terlalu lama, dan saluran komunikasi mudah dihubungi.
- i. *Communication*, yaitu memberikan informasi yang mudah dipahami pelanggan serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan.
- j. *Understanding the customers*, yaitu upaya untuk memahami dan mengetahui kebutuhan yang diharapkan pelanggan.

Menurut Kotler, kualitas pelayanan adalah sebuah kinerja yang dapat ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain. Kinerja ini dapat berupa tindakan yang tidak berwujud serta tidak berakibat pada kepemilikan barang apapun dan terhadap siapapun. Jadi pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh seorang penjual kepada pembeli atau konsumennya demi memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Perilaku tersebut bertujuan agar tercapainya kepuasan pelanggan itu sendiri. Sebuah pelayanan dapat dilakukan pada saat konsumen memilih suatu produk maupun setelah selesai melakukan transaksi pembelian produk. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan dampak yang baik pula bagi perusahaan karena akan menjadi pelanggan yang royal dan memberikan keuntungan bagi perusahaan.

Maka dari itu, kualitas pelayanan merupakan strategi yang sangat baik dalam suatu perusahaan ataupun lembaga, dengan

memberikan kualitas pelayanan yang baik secara terus menerus perusahaan akan menjadi kuat dalam bersaing dengan perusahaan lain. Sebuah perusahaan atau lembaga keuangan yang memiliki kualitas pelayanan yang baik akan mempengaruhi kepuasan nasabah dalam melakukan transaksi di sebuah perusahaan atau lembaga keuangan karena kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat beli produk di sebuah lembaga keuangan. Teori diatas digunakan dalam penelitian karena mampu mengakomodasi dan mewakili obyek kualitas produk dan kualitas pelayanan dari produk yang diteliti yaitu produk pembiayaan murabahah BMT Citra Buana Syariah.

7. Penetapan Harga Jual

a. Pengertian Penetapan Harga Jual

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia pengertian tentang penetapan adalah proses, cara, perbuatan menetapkan, penentuan (Kamus Besar Bahasa Indonesia versi online, Januari 2017 pukul 20.00). Dalam transaksi jual beli, harga memegang peranan penting untuk sebuah produk. Menurut Basu Swastha, harga ialah yang digunakan di dalam pertukaran suatu barang. Sehingga harga dapat didefinisikan sebagai jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Berdasarkan definisi di atas dapat diketahui bahwa harga yang dibayar oleh pembeli itu sudah termasuk pelayanan yang diberikan

oleh penjual (Arna, 2014). Jadi penetapan harga jual adalah penentuan besaran suatu barang untuk mengetahui berapa penilaian yang pantas terhadap barang tersebut.

Harga jual dalam murabahah merupakan harga pokok yang ditambah dengan keuntungan yang disepakati antara penjual dan pembeli. Harga pokok merupakan nilai dari suatu barang penentuan nilai terkait dengan sesuatu yang dinilai, yaitu proses pengadaan barang sampai barang tersebut mempunyai nilai (Wiroso, 2005). Akibat dari harga jual murabahah yang pembayarannya dilakukan secara tangguh adalah timbulnya hutang nasabah. Hal-hal lain yang terkait dengan harga jual ini adalah pembayaran angsuran, potongan pelunasan sebelum jatuh tempo (Wiroso, 2005: 134)

Pembayaran angsuran adalah pembayaran yang diterima tidak sekaligus (tidak langsung tunai), pembayarannya bisa melalui 2 tahap atau lebih. Dalam pembayaran angsuran pada pembiayaan murabahah terkadang lebih tinggi dari harga tunai. Karena ini menghindari ketika suatu saat terjadi inflasi. Tetapi banyak yang memperlmasalahkan boleh tidaknya harga murabahah yang dibayar secara tunai berbeda atau lebih tinggi jika dibayar dengan tangguh. Sehubungan dengan hal tersebut, para ahli hukum tidak menanyakan keabsahan dari bentuk penjualan tertunda pertama, yakni terhadap harga tunai. Perbedaan pendapat terjadi pada para ahli hukum pada keabsahan dari harga kredit yang lebih tinggi.

(karena berbeda dengan harga tunai) dalam penjualan pembayaran yang tunda (Saeed, 2004:140).

b. Tujuan Penetapan Harga Jual

Tujuan penetapan harga secara umum adalah sebagai berikut (Sutojo, 1997:198):

1) Untuk Memaksimalkan Laba

Tujuan penetapan harga ini diharapkan penjualan yang telah dijalankan meningkat agar laba yang dihasilkan semakin tinggi. Penentuan harga biasanya dapat dilakukan dengan harga murah atau tinggi.

2) Untuk Memperbesar *Market Share*

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

3) Untuk Bertahan Hidup

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.

4) Karena Adanya Pesaing

Dalam hal ini penentuan harga dengan melihat harga pesaing. Tujuannya adalah agar harga yang ditawarkan jangan melebihi harga pesaing.

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Harga Jual

Faktor-faktor utama yang mempengaruhi besar kecilnya penetapan harga jual dan *profit margin* secara garis besar sebagai berikut (Kasmir, 2010: 138-140):

1) Kebutuhan Dana

Apabila bank kekurangan dana (jumlah simpanan sedikit), sementara permohonan pinjaman meningkat, maka yang dilakukan oleh bank untuk menutupi agar kekurangan dana tersebut cepat terpenuhi dengan meningkatkan suku bunga simpanan. Dengan meningkatnya suku bunga simpanan akan menarik nasabah baru untuk menyimpan uang di bank, maka kebutuhan dana akan terpenuhi. Sebaliknya, jika bank kelebihan dana, dimana simpanan banyak akan tetapi permohonan kredit sedikit, maka bank akan menurunkan bunga simpanan sehingga mengurangi minat nasabah untuk menyimpan. Atau dengan cara menurunkan juga bunga kredit sehingga permohonan kredit meningkat.

2) Kebijakan Pemerintah

Dalam kondisi tertentu pemerintah dapat menentukan batas maksimal atau minimal suku bunga, baik bunga simpanan maupun

bunga pinjaman. Dengan ketentuan batas minimal atau maksimal bunga simpanan maupun bunga pinjaman bank tidak boleh melebihi batas yang sudah ditetapkan oleh pemerintah.

3) Target Laba yang Diinginkan

Target laba yang diinginkan, merupakan besarnya keuntungan yang diinginkan oleh bank, jika laba yang diinginkan besar, maka bunga pinjaman ikut besardan demikian pula sebaliknya. Oleh karena itu, pihak bank harus serius untuk menentukan persentase laba dan keuntungan yang diinginkan.

4) Kualitas Jaminan

Semakin likuid jaminan yang diberikan, maka semakin rendah bunga kredit yang dibebankan dan sebaliknya. Sebagai jaminan sertifikat deposito bunga pinjaman akan lebih rendah jika dibandingkan dengan jaminan sertifikat tanah. Alasan utama perbedaan ini adalah hal pencairan jaminan apabila kredit diberikan bermasalah. Bagi jaminan yang likuid seperti sertifikat deposito atau rekening giro yang dibekukan akan lebih mudah untuk dicairkan jika dibandingkan dengan jaminan tanah.

5) Produk yang Kompetitif

Produk yang kompetitif maksudnya adalah produk yang dibiayai kredit tersebut laku di pasaran. Untuk produk yang kompetitif bunga kredit yang diberikan relatif rendah jika dibandingkan dengan produk yang kurang kompetitif. Hal ini disebabkan tingkat

pengembalian kredit terjamin, karena produk yang dibiayai laku di pasaran.

d. Harga Jual yang Efisien

Dimana harga jual ini dilakukan dengan cara Rasulullah ketika berdagang. Dalam menentukan harga jual, Rasulullah secara transparan menjelaskan harga belinya, berapa harga yang dikeluarkan untuk setiap komoditas dan berapa keuntungan wajar yang diinginkan. Dengan demikian, secara matematis harga jual barang oleh bank atau lembaga keuangan syariah kepada calon nasabah pembiayaan murabahah dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut (Muhammad, 2005: 138-140) :

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual} &= \text{Harga beli bank} + \text{cost recovery} + \text{Keuntungan} \\ \text{Cost Recovery} &= \frac{\text{Proyeksi Biaya Operasional}}{\text{Target Volume Pembiayaan}} \\ \text{Marjin} &= \frac{\text{Cost Recovery} + \text{Keuntungan}}{\text{Harga Beli Bank}} \end{aligned}$$

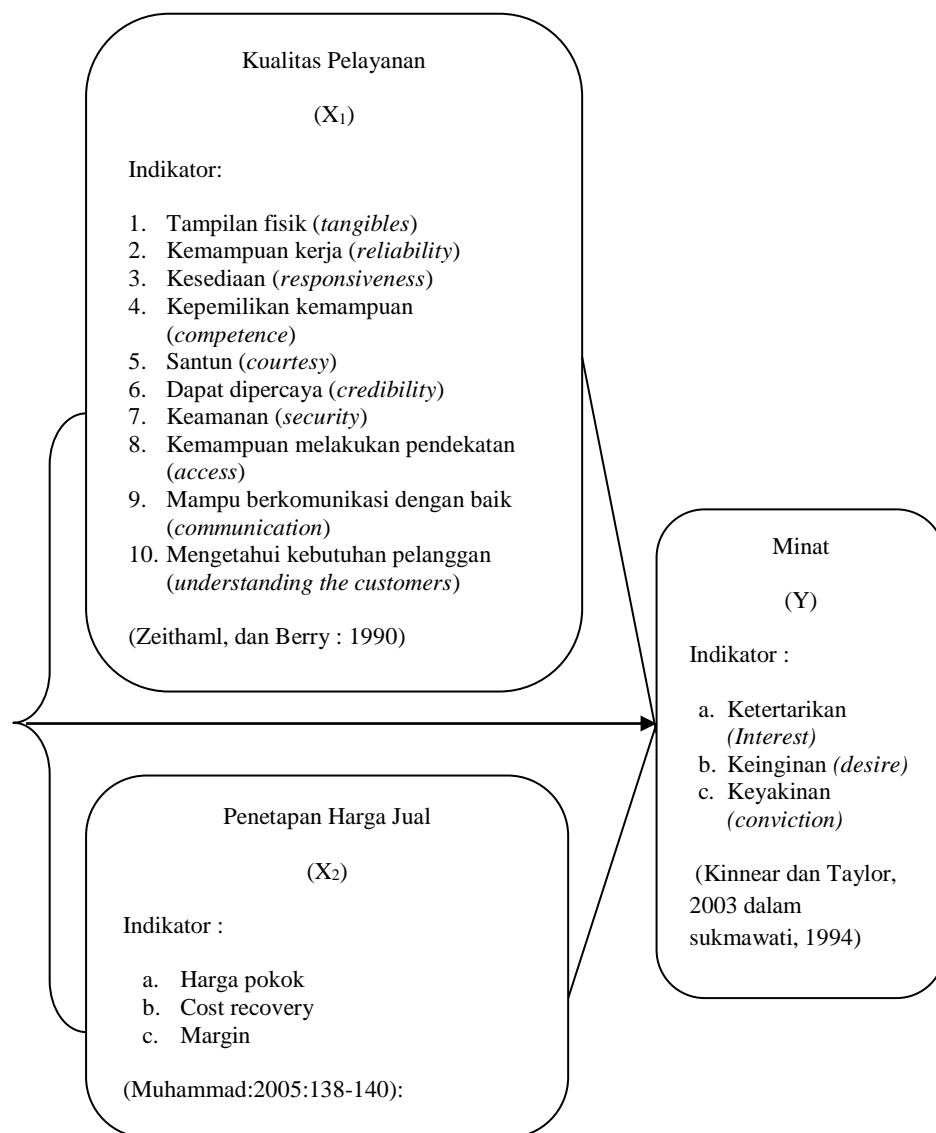
Setelah angka- angka tersebut didapat, presentase margin dibandingkan dengan suku bunga, jadi suku bunga hanya dijadikan *benchmark*. Agar pembiayaan murabahah kompetitif, margin murabahah harus kecil dari bunga pinjaman jika masih lebih besar, maka yang harus dimainkan adalah *cost recovery* dan keuntungan yang diharapkan.

C. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir penelitian dengan judul penelitian “Kualitas Pelayanan dan Pengaruh Penetapan Harga Jual terhadap Minat Nasabah Pembiayaan Murabahah pada Nasabah BMT Citra Buana Syariah” adalah:

Gambar 2.6

Variabel Independen dan Dependen



D. Hipotesis

Hipotesis dapat diartikan jawaban yang bersifat sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya masih lemah, sehingga harus diuji secara empiris (Hasan, 2002: 50). Hipotesis dalam penelitian **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga Jual Terhadap Minat Nasabah Pembiayaan Murabahah di BMT Citra Buana Syariah** adalah :

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli nasabah, pelayanan menjadi indikator yang juga menjadi perhatian penting dalam penelitian ini. Kualitas pelayanan merupakan indikator penting untuk diperhatikan karena terdapat sebagian peneliti yang mengatakan bahwa kualitas pelayanan mampu mempengaruhi minat nasabah dalam mengambil pembiayaan murabahah yang ditawarkan oleh BMT. Pernyataan ini didukung oleh penelitian Cahyani, Saryadi & Nurseto (2013) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung pada bank BNI Syariah di kota Semarang yakni sebesar 0,472 dengan koefisien determinasi 22,3%. Sehingga apabila BNI Syariah di kota Semarang terus menerus meningkatkan kualitas pelayanannya kepada nasabah, maka minat menabung pada BNI Syariah di kota Semarang akan meningkat. Penelitian yang dilakukan oleh Fure (2013) juga menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat beli. Kemudian peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H₁: Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah pembiayaan murabahah di BMT Citra Buana Syariah.

2. Penetapan Harga Jual

Penetapan harga jual merupakan aspek yang sangat penting dalam kegiatan pemasaran. Harga jual menjadi sangat penting karena menentukan laku atau tidak suatu produk barang atau jasa tersebut. Jika dalam penentuan harga jual ini tepat maka akan memberikan timbal balik yang akan memberikan laba kepada lembaga keuangan syariah tersebut. Penetapan harga jual menjadi suatu elemen yang begitu penting yang terdiri atas harga pokok, besaran diskon, besaran biaya operasional, margin. Pernyataan ini didukung oleh penelitian Visa (2012) yang menyatakan bahwa penetapan harga jual berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembiayaan murabahah. Ini dibuktikan dengan nilai yang telah dihasilkan lebih kecil dari nilai taraf signifikansi atau α sebesar 5% atau 0.05. Menandakan bahwa setiap penambahan satu satuan untuk meningkatkan penetapan harga jual maka keputusan pembiayaan murabahah pada BMT Agridama Blitar akan meningkat pula. Dan begitupun sebaliknya jika mengalami penurunan satu satuan dalam penetapan harga jual maka keputusan pembiayaan murabahah juga akan ikut turun. Ini membuktikan bahwa penetapan harga jual berpengaruh terhadap minat pembiayaan murabahah. Kemudian peneliti mengajukan hipotesis :

H₂: Penetapan harga jual berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah pembiayaan murabahah di BMT Citra Buana Syariah.

3. Kualitas pelayanan dan penetapan harga jual merupakan faktor penting yang berpengaruh terhadap minat nasabah dalam melakukan pembiayaan murabahah. Pelayanan yang ramah, karyawan yang memberikan solusi pembiayaan, dan pelayanan yang tanggap saat transaksi berlangsung akan membuat nasabah merasa tidak rugi melakukan pembiayaan di BMT Citra Buana Syariah. Selain itu, harga jual yang murah tentu saja akan diminati masyarakat khususnya masyarakat dengan berpenghasilan usaha mikro kecil dan menengah untuk melakukan pembiayaan di BMT Citra Buana Syariah. Kemudian peneliti mengajukan hipotesis:

H₃: Kualitas pelayanan dan penetapan harga jual berpengaruh secara simultan terhadap minat pembiayaan murabahah di BMT Citra Buana Syariah.