

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI

A. Tinjauan Pustaka

Untuk pembahasan dan penelitian mengenai permasalahan praktik-praktik akad *murabahah* dalam Islam sudah banyak dilakukan baik itu berbentuk buku maupun skripsi. Akan tetapi, setiap penulis dalam melakukan penelitian memiliki pembahasan yang berbeda-beda.

Penulis & Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan	Persamaan
Azfar Ahmad Basyarah dengan judul skripsi <i>Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Pembiayaan Murabahah (Studi Kasus : PT Bank Muamalat Indonesia Tbk.)</i>	Penelitian tersebut menyebutkan variabel independen seperti DPK, NPF, <i>quick ratio</i> , dan <i>debt to equityratio</i> berpengaruh pada pembiayaan <i>murabahah</i> , sedangkan biaya operasional, pendapatan operasional, dan kas tidak berpengaruh.	Objek : variabel independen dan PT BPRS Magetan. Variabel : DPK dan sebagainya, dan SDI Metode : kuantitatif dan kualitatif	Sama sama membahas mengenai akad <i>murabahah</i>
Dwi Nurapriyani dengan judul <i>"Faktor-Faktor yang mempengaruhi Pembiayaan Murabahah di Bank Syariah Mandiri Periode</i>	NPF, SWBI, suku bunga konvensional, dan dana pihak ketiga berpengaruh secara signifikan pada pembiayaan yang dilakukan, DPK sangat	Objek : variabel independen dan PT BPRS Bank Syariah Magetan. Variabel : DPK dan sebagainya, dan SDI Metode : kuantitatif dan	Sama sama membahas mengenai akad <i>murabahah</i>

2004-2007"	mempengaruhi pembiayaan <i>murabahah</i> .	kualitatif	
M. Haris Fikri dengan judul skripsi " <i>Pelaksanaan Pembiayaan Murabahah Berdasarkan Prinsip Hukum Ekonomi Syariah (studi kasus bank Muamalat cabang Bandar Lampung)</i> " (2016).	pelaksanaan pembiayaan <i>murabahah</i> menggunakan akad wakalah tidak melanggar UU No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah, tidak bertentangan dengan ketentuan No. 4/DSN-MUI/IV/2000 tentang <i>murabahah</i> , juga tidak bertentangan dengan peraturan Bank Indonesia No 7/46/PBI/2005 tentang akad penghimpunan dan penyaluran dana bagi bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip syariah	Objek : Bank Muamalat Cabang Bandar Lampung dan PT BPRS Bank Syariah Magetan Variabel : prinsip hukum ekonomi syariah dan SDI	Sama sama membahas mengenai akad <i>murabahah</i> dan menggunakan metode yang sama.

Di dalam penulisan skripsi ini, penulis ingin membahas mengenai akad *murabahah*, seperti pada tinjauan pustaka sebelumnya yang membahas mengenai akad *murabahah*. Tentunya di dalam pembahasan setiap individu mempunyai perbedaan di dalam penyampaian. Penulis mengambil tema "*PEMAHAMAN SUMBER DAYA INSANI BPRS MAGETAN TERHADAP AKAD-AKAD PERBANKAN SYARIAH*" (studi kasus BPRS Magetan) di

dalam tulisan skripsi ini. Permasalahan yang penulis angkat sejauh ini masih tergolong baru, dan juga belum banyak yang menjadikannya sebagai topik utama pembahasan.

B. Kerangka Teori

1. Sumber Daya Insani (SDI)

a. Pengertian Sumber Daya Insani

Sumber daya insani (SDI) merupakan orang-orang yang berada dalam suatu organisasi yang keberadannya sebagai penyumbang pemikiran dan melakukan berbagai jenis pekerjaan demi mencapai tujuan suatu organisasi (Sudono 2011 dalam ainice. *Pengertian SDI*. 2015). Sedangkan menurut Rivai, sumber daya insani adalah seseorang yang siap, mau dan mampu memberikan sumbangan demi tercapainya suatu tujuan dari organisasi. SDI merupakan salah satu unsur produksi seperti bahan, mesin, modal, metode yang merupakan *input*(masukan) yang nantinya akan diolah oleh perusahaan menjadi *output* (keluaran) berupa barang dan jasa yang akan mendukung tercapainya suatu tujuan organisasi / perusahaan (Rivai, 2014: 12).

Untuk mencapai tujuan dari suatu organisasi tidak hanya dibutuhkan bahan mentah, alat-alat pekerja, mesin-mesin produksi, uang, dan lingkungan kerja saja yang baik, akan tetapi juga dibutuhkan SDI yang mumpuni, karena SDI juga merupakan faktor produksi. Seperti faktor produksi yang lainnya yang mana oleh perusahaan

input(masukan) akan diolah menjadi *output* (keluaran). Karyawan baru yang belum terlatih dan belum mempunyai keterampilan dilatih agar menjadi tenaga yang profesional, terampil, dan ahli (Rivai, 2014: 4). Untuk menghasilkan SDI yang bagus maka dibutuhkan Manajemen. Manajemen sendiri merupakan kumpulan pengetahuan tentang bagaimana seharusnya *me-manage* (mengelola) sumber daya manusia (rivai., 2014: 3).

Keberadaan manusia sebagai SDI sangat penting bagi suatu perusahaan. Pada abad 21 ini merupakan era persaingan SDI antar bangsa. Kualitas SDI dari setiap organisasi harus ditingkatkan. Kualitas tersebut meliputi, kualitas moral/*spiritual*, kualitas intelektual, serta kualitas fisik, sehingga SDI yang tersedia bisa menjawab tantangan pada masa depan. SDI sendiri sangat menunjang perusahaan melalui karya, bakat, kreativitas, dorongan, dan peran nyata dapat disaksikan sebagai karyawan, manajer/pemimpin, komisaris, dan pemilik (Rivai, 2014: 11).

Jika SDI dikelola dengan baik dan profesional, diharapkan nantinya SDI akan bisa bekerja secara efisien, efektif, dan produktif. Pengelolaan SDI harus dilakukan sejak dimulainya perekrutan, seleksi, pengklasifikasian, penempatan sesuai dengan bakat dan kemampuan mereka, serta pelatihan demi kemajuan dan pengembangan karir (Rivai, 2014: 12).

b. Rekrutmen SDI

Rekrutmen adalah proses pencarian dan penerimaan calon karyawan yang mampu untuk melamar sebagai karyawan. Proses rekrutmen ini dimulai dari perusahaan membutuhkan pekerja dan mencari pelamar, setelahnya pelamar tersebut menyerahkan aplikasi lamaran, dan hasilnya, kumpulan aplikasi pelamar diseleksi dan dipilih mana yang cocok dengan perusahaan untuk menduduki suatu jabatan atau pekerjaan dalam suatu perusahaan. Rekrutmen merupakan hal yang wajar bahkan menjadi penting adanya untuk mewujudkan cita-cita ideal yang diharapkan dari suatu perusahaan (rivai, 2014: 147).

Allah berfirman dalam surah Al-Qashash (28): 26),

قَالَتْ إِحْدَاهُمَا يَا أَبَتِ اسْتَأْجِرْهُ ^ط إِنَّ خَيْرَ مَنِ اسْتَأْجَرْتَ الْقَوِيُّ الْأَمِينُ

yang artinya "*salah seorang dari kedua wanita itu berkata: "Ya bapakku ambillah ia sebagai orang yang bekerja (pada kita), karena sesungguhnya orang yang paling baik yang kamu ambil untuk bekerja (pada kita) ialah orang yang kuat lagi dapat di percaya"*.

Manusia di dalam sebuah organisasi merupakan penggerak dari roda perkembangan dan laju produktifitas organisasi tersebut. Manusia berperan sangat dominan maka dari itu segala upaya terus lakukan dan dikembangkann untuk menciptakan kinerja yang efektif dan efisien dari karyawan dalam organisasi, hal itu juga untuk menjawab tantangan dari laju modernisasi dan perkembangan teknologi yang menuntut suatu organisasi lebih responsif terhadap tuntutan zaman (Rivai, 2014: 146).

Masalah-masalah penting yang perlu mendapat perhatian dalam rekrutmen menurut (Rivai, 2014: 147) adalah :

- 1) Bagaimana mengidentifikasi strategi rekrutmen berdasarkan informasi dari analisis perencanaan dan pekerjaan SDI.
- 2) Bagaimana aturan dan cara rekrutmen pada sebuah perusahaan untuk mengorganisasikan tujuan-tujuan tindakan yang sudah diterapkan.
- 3) Membahas mengenai rekrutmen sebagai dasar penempatan.
- 4) Kaitan metode rekrutmen dengan jenis pekerjaan atau tugas yang berbeda.
- 5) Bagaimanan aturan penempatan dalam perusahaan, kantor tenaga kerja, dan organisasi lain pencari tenaga kerja (rekruter).
- 6) Diskripsi aturan tentang aplikasi dalam rekrutmen dan seleksi, serta
- 7) Proses rekrutmen dimulai ketika para rekruter mengidentifikasi lowongan pekerjaan melalui perencanaan SDI dan permintaan manajer.

Tujuan dari rekrutmen sendiri adalah untuk mendapatkan seseorang yang tepat untuk menempati posisi yang dibutuhkan oleh suatu perusahaan, dengan harapan orang tersebut dapat bekerja secara optimal, efektif, dan efisien juga dapat bertahan dalam perusahaan tersebut dengan waktu yang lama (Rivai, 2014: 152).

Di dalam pencarian karyawan yang sesuai dengan kriteria perusahaan melewati proses yang sangat kompleks, memakan waktu yang banyak, biaya yang banyak juga adanya kemungkinan untuk melakukan kesalahan dalam penerimaan karyawan. Kesalahan dalam hal penerimaan karyawan sangat berdampak buruk bagi perusahaan, bukan hanya menelan waktu yang lama dan biaya tinggi akan tetapi kesalahan dalam penerimaan karyawan ini juga akan berdampak bagi efisiensi, produktivitas, dan dapat merusak moral

pekerja yang bersangkutan dan orang yang berada disekelilingnya (Rivai. 2014: 152).

Prinsip-prinsip dalam rekrutmen menurut (rivai, 2014: 153)

- 1) Mutu karyawan yang akan direkrut harus sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan untuk mendapatkan mutu yang sesuai, sebelumnya perlu dibuat analisis pekerjaan, deskripsi pekerjaan, spesifikasi pekerjaan.
- 2) Jumlah karyawan yang diperlukan harus sesuai dengan job yang tersedia, untuk mendapatkan hal itu perlu dilakukan estimasi kebutuhan tenaga kerja, dan analisis terhadap kebutuhan tenaga kerja
- 3) Meminimalkan biaya yang diperlukan.
- 4) Perencanaan dan keputusan strategis tentang perekrutan.
- 5) *Flexibility*.
- 6) Pertimbangan-pertimbangan hukum.

2. *Marketing Syariah*

a. Pengertian *marketing syariah*

Marketing syariah menurut definisi adalah penerapan suatu disiplin ilmu bisnis yang didalamnya membahas strategi di mana disesuaikan dengan nilai dan prinsip syariah. *Marketing syariah* dijalankan sesuai ajaran Nabi Muhammad SAW dengan konsep keislaman. Nilai pokok dari *marketing syariah* adalah *intregitas* dan transparansi, dimana seorang marketing tidak melakukan suatu kebohongan di dalam pekerjaannya dan orang akan membeli sesuai dengan keinginan dan kebutuhan bukan karena aspek lainnya (diskon) (Agustina, 2011: 15).

MarketingSyariah merupakan disiplin ilmu bisnis strategis yang di dalam proses penciptaan, *penawaran*, dan perubahan nilai dari

seorang *inisiator* kepada *stakeholders*-nya dimana prinsip-prinsip dan akad bisnis Islam digunakan dalam setiap prosesnya. Ini artinya di dalam *Marketing* Syariah tidak diperbolehkan ada akad dan prinsip-prinsip Islam yang bertentangan dengan setiap proses dari penciptaan, penawaran, sampai perubahan nilai. Sepanjang hal itu dapat dijamin dan penyimpangan prinsip muamalah Islam tidak terjadi, maka transaksi dalam pemasaran diperbolehkan (Kotler & Susanto, AB, 1999: 11).

Salah satu hal yang menjadi isu dalam *marketing* syariah adalah terbaginya segmen pasar syariah menjadi dua yaitu pasar emosional dan pasar rasional. Yang dimaksud dengan pasar emosional adalah kumpulan nasabah yang datang ke lembaga keuangan syariah karena pertimbangan halal dan haram, mereka datang ke LKS didorong karena ketakutan akan adanya riba dan hal yang menyimpang dari syariat Islam lainnya, mereka kurang memperdulikan harga dan kualitas layanan serta *network* yang memadai, bagi pasar ini yang utama adalah halal. Disamping pasar emosional terdapat pasar rasional. Dimaksud dengan pasar rasional adalah kumpulan orang yang sangat *sensitive* terhadap perbedaan harga, kualitas layanan, *bonafiditas* bank, *varietas* produk, dan hal lainnya. Secara umum pasar ini berpendapat bahwa boleh syariah tapi juga harus kompetitif, dengan kata lain kalau terlalu berbeda dengan yang lainnya kita akan berpindah haluan (Kartajaya, & Sula, 2006: 16)

b. Dasar-dasar *Marketing* Syariah

Dasar dari *marketing* syariah sendiri tidak terlalu berbeda jauh dengan *marketing* (pemasaran) pada umumnya/ yang sering kita kenal. Pada umumnya pemasaran adalah sebuah ilmu atau seni yang mengarah pada proses penciptaan, penyampaian, dan pengkomunikasian nilai pada konsumen dan menjaga hubungan dengan para *stakeholders*. Akan tetapi pada era sekarang menurut Hermawan di dalam *marketing* pada umumnya terdapat *kelirumologi* atau membujuk orang sebanyak-banyaknya untuk membeli produknya, dan agar konsumen tertarik pada akhirnya mereka membuat kemasan yang sebagus bagusnya padahal produknya tidak bagus atau membujuk dengan segala cara agar konsumen mau membeli produk yang ditawarkan (Kartajaya, & Sula, 2006: 61).

Sedangkan pada *marketing* syariah merupakan disiplin bisnis strategis *marketing* pada umumnya, yang didalamnya mengandung nilai-nilai Islam dan prinsip-prinsip muamalah dalam Islam. Di dalam *marketing* syariah muncul paradigma baru yang disebut *spiritual marketing*. *Spiritual marketing* adalah pemasaran yang dilandasi dengan kebutuhan paling pokok yang paling dasar, yaitu kejujuran dan moral dalam berbisnis (Kartajaya, & Sula, 2006: 54).

Di dalam *spiritual marketing* menghitung nilai untung dan rugi bukan lagi menjadi tujuan semata-mata. Bukan hanya duniawi yang

mereka pikirkan, nilai *spiritual* yang terdapat pada diri mereka yang akhirnya mendorong untuk melakukan pekerjaan yang sesuai dengan syariat Islam. Di dalam dunia syariah spiritual marketing merupakan tingkatan tertinggi, karena didalamnya mengandung nilai ibadah, dalam keseluruhan prosesnya tidak ada yang menyimpang dari prinsip-prinsip muamalah, sehingga menjadikan tingkatan tertinggi dalam dunia muamalah (Kartajaya, & Sula, 2006: 54).

Seorang *marketing* syariah di dalam melakukan kegiatan muamalah harus menerapkan keadilan, kejujuran, transparansi, etika, dan moralitas sebagai nafas mereka. Selain itu bisnis yang semata mata hanya untuk mencari keridhaan Allah SWT dilakukan dengan penuh keikhlasan, maka insyaallah akan bernilai ibadah semua bentuk transaksi yang dilakukan.

c. Karakteristik Marketing Syariah

Terdapat 4 karakteristik *marketing* syariah yang dapat dijadikan sebagai panduan bagi pemasar (Kartajaya dan Sula, 2006: 27), yaitu :

1) Teistis (*Rabbaniyyah*)

Ciri khas dari seorang marketing syariah yang tidak dimiliki oleh konvensional adalah sifatnya yang religius. Kondisi ini tercipta dari nilai religius yang mencegah orang untuk berbuat hal yang merugikan orang lain. *Marketing* syariah meyakini hukum syariah Islam yang bersifat *teistis* atau bersifat ketuhanan inilah yang

paling adil, sempurna, paling selaras dengan segala bentuk kebaikan, paling dapat mencegah dari segala bentuk kerusakan, paling mampu mewujudkan kebenaran, memusnahkan kebatilan, dan menyebarkan kemaslahatan (Kartajaya dan Sula, 2006: 28).

2) *Etis (akhlaqiyyah)*

Keistimewaan dari seorang marketing syariah yaitu dengan mengedepkannya masalah akhlaq (moral, etika) dalam semua kegiatan muamalahnya. Sifat ini merupakan turunan dari sifat *teistis*, maka marketing syariah sangat mengutamakan nilai moral dan etika, tidak memandang apa agamanya. Karena dalam semua agama mengajarkan nilai dari moral dan etika. Nabi Muhammad SAW pernah bersabda kepada umatnya. "*sesungguhnya aku diutus untuk menyempurnakan akhlak yang mulia*", maka dari itu ini seharusnya sudah bisa menjadi panduan bagi *marketer* untuk menjaga nilai moral dan etika (Kartajaya dan Sula, 2006: 32).

3) *Realistis (al-waqiyyah)*

Marketing syariah adalah konsep yang sangat fleksibel, tidak terlalu kaku dan anti-*modernitas*, seperti dalam agama Islam yang sangat fleksibel. Marketing syariah bukan berarti harus berpenampilan seperti orang Arab, bukan pula yang mengharamkan dasi yang merupakan simbol dari dunia Barat. Marketing syariah itu merupakan pemasar profesional yang menggunakan kostum bersih, rapi, dan bersahaja dengan apa yang digunakan.

Tidak kaku dan *eksklusif* tetapi sangathumble, fleksibel, dan luwes, mereka menyadari kehidupan sosial sangat *heterogen*, banyak suku budaya, adat istiadat, agama, ras. Seperti yang sudah dicontohkan oleh nabi Muhammad SAW supaya lebih bisa bersikap sopan, santun, bersahabat, dan simpatik di dalam bersosialisasi. Dan di dalam melakukan bisnis ada pedoman untuk tidak melihat suku, agama, dan asal-usulnya.

Fleksibel dan kelonggaran sengaja diberikan oleh Allah SWT, supaya penerapan marketing syariah senantiasa mengikuti perkembangan zaman, seperti yang pernah disampaikan oleh Rasulullah SAW.

“sesungguhnya Allah SWT telah menetapkan ketentuan-Nya, janganlah kalian langgar. Dia telah menetapkan beberapa perkara yang wajib, janganlah kalian sia-siakan. Dia telah mengharamkan beberapa perkara, janganlah kalian langgar. Dan dia telah membiarkan dengan sengaja beberapa perkara sebagai bentuk kasih-Nya terhadap kalian, jangan kalian permasalahan, (HR Al-Daruquthnhi)” (Kartajaya dan Sula, 2006: 34).

4) *Humanistis (insaniyyah)*

Maksud dari *humanistis (insniyyah)* adalah bahwa syariah diciptakan untuk manusia agar derajatnya terangkat, sifat kemanusiaan-nya tetap ada dan sifat kehewanannya terkekang oleh aturan syariah. Dengan memiliki sifat seperti ini perilaku manusia dapat terkontrol, bukan manusia yang serakah, dan yang menghalalkan cara untuk mendapat keuntungan. Mereka tidak akan bahagia di atas penderitaan orang lain (Kartajaya & Sula, 2006: 37).

d. Sembilan Etika (Akhlaq) Pemasar

Etika pemasar yang nantinya akan menjadi pedoman bagi marketing syariah dalam melakukan bisnis muamalah, (kartajaya dan Sula, 2006: 104) menyebutkan ada 9 etika pemasar, yaitu :

- 1) Memiliki kepribadian spiritual (*Taqwa*).
- 2) Berperilaku baik dan simpatik (*Shidq*).
- 3) Berlaku adil dalam bisnis (*Al-'Adl*).
- 4) Bersikap melayani dan merendah hati (*Khidmah*).
- 5) Menepati janji dan tidak curang.
- 6) Jujur dan terpercaya (*Al-Amanah*).
- 7) Tidak suka berburuk sangka (*Su'uzh-Zhann*).
- 8) Tidak suka menjelek-jelekkkan (*Ghibah*).
- 9) Tidak melakukan sogok (*Rhiswah*).

3. Akad

a. Pengertian Akad

Akad dalam bahasa arab adalah *uqud* jamak dari *aqd* yang artinya mengikat, bergabung, mengunci, menahan, atau bisa diartikan dengan membuat suatu perjanjian. Dalam arti yang luas akad dapat diartikan sebagai ikatan antara beberapa pihak. Dalam makna linguistik bisa diartikan sebagai keinginan seseorang untuk melakukan sesuatu, baik itu keinginan di dalam dirinya sendiri seperti *talak*, sumpah,

ataupun keinginan yang melibatkan orang lain seperti jual beli, sewa, dan lain sebagainya (Djuwaini 2010, 48).

Sedangkan menurut istilah, akad memiliki arti yang khusus. Akad merupakan hubungan antara *ijab* dan *qabul* yang telah dibenarkan secara hukum Islam dan mempunyai kekuatan hukum. Dengan kata lain akad merupakan hubungan antara keinginan kedua pihak yang dibenarkan oleh hukum Islam dan akan menimbulkan implikasi hukum tertentu (Djuwaini, 2010: 48).

Dalam UU No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah pasal 1 mengenai pengertian akad, akad didefinisikan sebagai kesepakatan tertulis antara bank syariah atau UUS dan pihak lain yang memuat adanya hak dan kewajiban bagi masing-masing pihak sesuai dengan prinsip syariah. *Ijab* dan *qabul* merupakan ucapan atau tindakan kedua pihak yang mencerminkan kerelaan dan keridhaan untuk melakukan kesepakatan. *Ijab* merupakan penawaran dari pihak pertama, sedangkan *qabul* merupakan penerimaan dari penawaran yang disebutkan oleh pihak pertama (Djuwaini, 2010: 48).

Akad memiliki nilai hukum tersendiri, seperti pemindahan kepemilikan, hak sewa, dan lain sebagainya. Muncul, berakhir, atau pindahnya suatu hak atau kewajiban disebabkan dengan adanya akad (Djuwaini, 2010: 48).

b. Rukun Akad

Rukun akad dapat didefinisikan sebagai segala sesuatu yang bisa digunakan untuk mengungkapkan kesepakatan atas dua kehendak, atau sesuatu yang bisa disamakan dengan hal itu dari tindakan, isyarat atau korespondensi (tulisan Al-Kasani, IV, hal. 132 dalam Djuwaini, 2010: hal 50).

Rukun akad terdiri atas '*akid* (pihak yang berakad), *ma'qud 'alaih* (objek akad), dan *sighat* (ijab qabul) (Djuwaini, 2010: 51).

1) *Ijab Qabul*

Ijab Qabul merupakan tindakan yang menunjukkan kerelaan diantara kedua pihak yang melakukan sebuah transaksi atau perjanjian. Menurut Hanafiyah *ijab* merupakan ungkapan pertama yang terlontar dari salah satu pihak yang akan melakukan akad, dimana dengan niat kerelaan entah itu diucapkan pihak penjual atau pembeli, sedangkan *qabul* adalah sebaliknya. Menurut hanafiyah *ijab* adalah ungkapan dari pihak penjual, dan *qabul* adalah ungkapan yang menunjukkan penerimaan dari orang yang akan membeli atau yang akan memiliki barang.

Ijab qabul dapat direpresentasikan menggunakan ucapan, tindakan, isyarat, ataupun korespondensi. *Ijab* dan *qabul* harus dilakukan ditempat dan waktu yang sama, istilahnya dilakukan dalam satu *majlis* yang sama.

2) '*Akid* (pihak yang bertransaksi)

'*Akid* adalah pihak yang melakukan transaksi, di dalam jual beli '*akid* adalah pihak penjual dan pembeli. Syarat yang harus dipenuhi oleh '*akid* adalah *ahliyah* dan *wilayah*. *Ahliyah* disini merupakan kecakapan atau kepatutan yang harus dimiliki oleh kedua pihak yang akan melakukan transaksi, biasanya mereka akan memiliki *ahliyah* ketika menginjak *baligh*. Sedangkan *wilayah* merupakan hak seseorang untuk mendapatkan legalitas syari untuk melakukan transaksi atas suatu objek tertentu. Artinya orang tersebut memang pemilik sah atau pemilik asli dari suatu objek atau barang yang akan dijadikan sebagai objek transaksi, sehingga orang tersebut memiliki hak untuk melakukan transaksi dengan objek yang dimilikinya (Zuhaili, 1989, hal.117, 139).

3) *Ma'qud 'Alaih* (objek transaksi)

Ma'qud 'alaih adalah objek transaksi, sesuatu yang dengan adanya hal tersebut transaksi bisa dilaksanakan, sehingga akan munculnya implikasi atau nilai hukum tertentu. Objek transaksi bisa berupa *asset financial* (yang bernilai ekonomi), *non financial* seperti wanita di dalam pernikahan, ataupun manfaat seperti di dalam akad ijarah (sewa).

Menurut (Zuhaili, 1989, IV, hal. 173-1810 dalam Djuwaini 2010: 57-58) syarat yang harus dimiliki objek transaksi : *pertama*, objek transaksi harus ada ketika akad sedang dilakukan,

boleh saja objek *akad* tidak ada waktu dilakukan kontrak, namun objek harus dipastikan ada dikemudian hari sehingga bisa diserahkan, *kedua* objek transaksi harus berupa harta yang dibenarkan oleh *syara* untuk ditransaksi, *ketiga* adanya kejelasan mengenai objek transaksi, artinya barang tersebut diketahui secara detail oleh kedua pihak, *keempat* objek transaksi harus suci, tidak terkena najis dan bukan merupakan barang najis.

4. Jenis Akad

a. *Murabahah*

Murabahah merupakan akad jual beli barang dengan harga pokok pembelian ditambah dengan tingkat keuntungan tertentu (*margin*) yang diinformasikan kepada pembeli (Karim, 2013: 113).

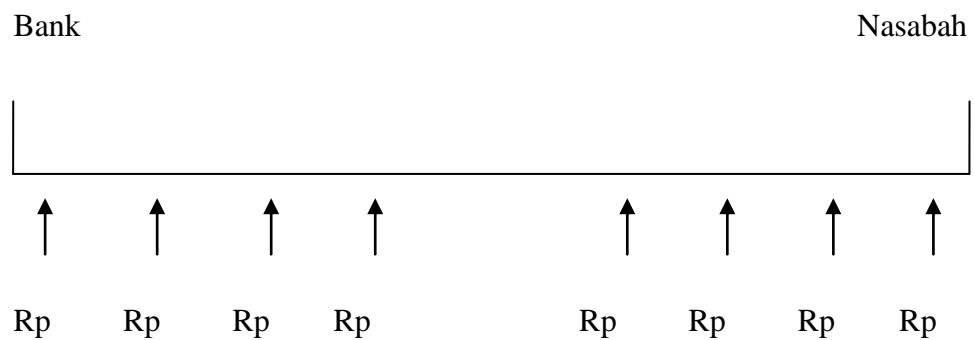
Akad ini merupakan salah satu bentuk *natural certainly contracts*, dimana kepastian dalam pembayaran baik dalam segi jumlah maupun waktu untuk membayarkan sudah diberikan. Juga di dalam akad ini berapa jumlah *required rate of profitnya* (keuntungan yang diinginkan) sudah ditentukan (Muhammad, 2005: 119).

Dalam daftar istilah buku himpunan fatwa DSN (Dewan Syariah Nasional) dijelaskan bahwa maksud *murabahah* (DSN, 2003:311) adalah menjual suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih sebagai laba.

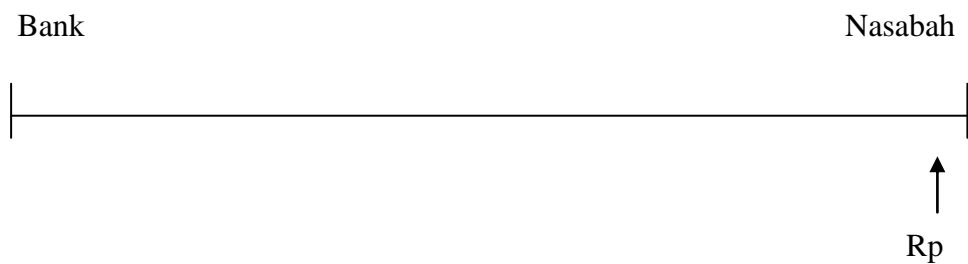
Di dalam jual beli *murabahah* bisa dilakukan dengan cara pesanan atau tanpa pesanan, yang dimana pihak bank membelikan barang setelah ada pesanan dari nasabah, jual beli ini tidak mengikat untuk nasabah, nasabah bisa membatalkan akad jual beli tersebut. Untuk menghindari kerugian bank bisa meminta uang muka pembelian kepada nasabah. Bila pemesanan pada akad jual beli *murabahah* yang bersifat mengikat maka pembeli tidak bisa membatalkan pemesanan yang sudah dilakukan (Karim, 2013: 115).

Pembayaran dalam *murabahah* dapat dilakukan secara tunai (di awal atau di akhir) atau cicilan.

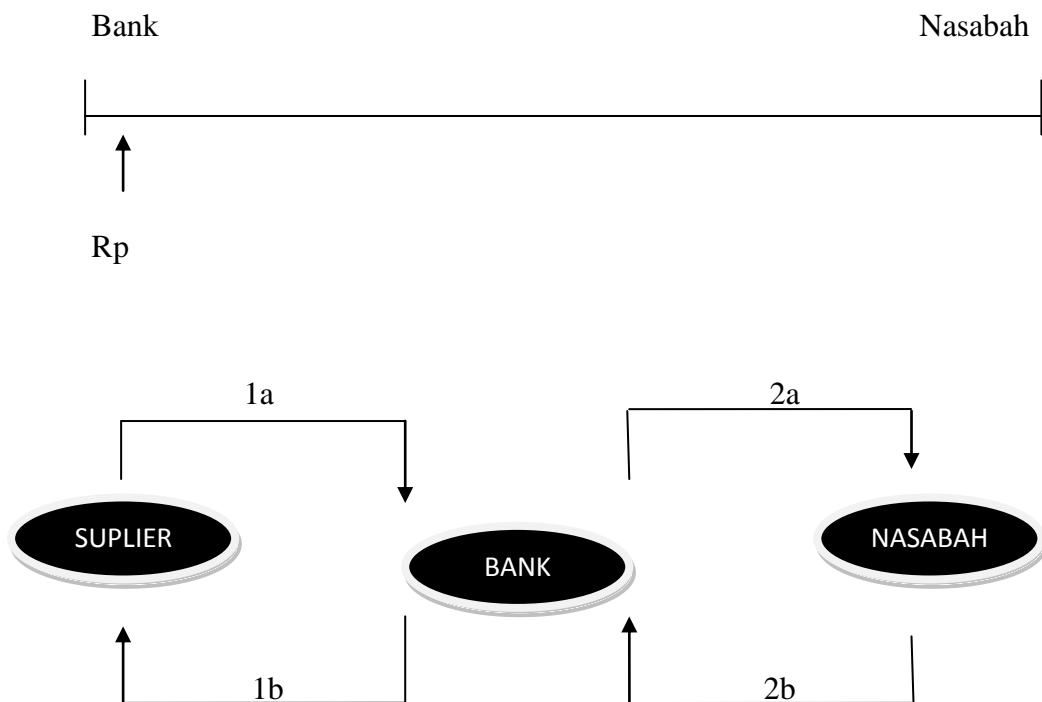
Murabahah Taqhsith, (cicilan dengan angsur)



Murabahah Mu'ajjal (pembayaran total di akhir)



Murabahah Naqdan (Tunai)



Keterangan :

1a : *supplier* menjual secara tunai

1b : bank membeli secara tunai sebesar Rp X

2a : bank menjual secara cicilan

2b : nasabah membeli secara cicilan Rp X, + keuntungan bank

Gambar 1.1
Skema Pembiayaan *Murabahah*
(Karim, 2013: 116)

Contoh soal pembiayaan *Murabahah*

Pak Ahmad membutuhkan sebuah mesin fotocopy pada tanggal 1 mei 2002 dengan spesifikasi sebagai berikut

Merk : Xerok

Memiliki kemampuan untuk memperbesar dan memperkecil hingga ukuran A0, Memiliki kemampuan untuk memfotocopy warna

Untuk membeli mesin ini secara tunai, Bpk. Ahmad harus menyediakan dana sebesar Rp 80.000.000,- . Melihat kondisi keuangan, Bpk. Ahmad mengalami kesulitan untuk melakukan pembelian secara tunai. Bpk.

Ahmad hanya memiliki kemampuan keuangan sebesar Rp 8.000.000,- per bulan untuk mesin tersebut.

Untuk memecahkan masalah ini, Bpk. Ahmad mendatangi sebuah bank syariah untuk meminta pembiayaan untuk memaparkan kondisi kebutuhan dan keuangannya

Analisis bank:

Berikut adalah analisis bank untuk memberikan pendanaan dengan memperhitungkan kebutuhan dan kemampuan *financial*/keuangan nasabah serta *required rate of profit* bank (sebesar 20%):

harga barang dari pemasok	: Rp 80.000.000
kemampuan keuangan nasabah/bulan	: Rp 8.000.000
<i>required rate of profit</i> bank (20%)	: Rp 16.000.000
harga jual barang kepada nasabah	: Rp 80.000.000+16.000.000
	=
	96.000.000+8.000.000

Periode pembayaran : 12 bulan (360 hari)

Dengan analisis tersebut maka bentuk pembiayaan yang diberikan oleh bank kepada Bpk. Ahmad adalah pembiayaan murabahah *taqsith*, harga jual 96.000.000,- 360 hari, angsuran 8.000.000,-/bulan. Pendanaannya di ambil dari *unrestricted investmen account* (URIA) (karim, 2013: 119).

Di dalam akad *murabahah* cara untuk menghitung/menentukan harga jual dan *profit margin* menggunakan *target return pricing*. Ini merupakan satu dari empat cara yang digunakan di dalam perbankan konvensional, dan cara tersebut yang bisa digunakan di dalam perbankan syariah untuk pembiayaan yang sejenis *natural certainly contracts* dengan modifikasi sesuai ketentuan yang dibenarkan syariah (Muhammad, 2005: 138).

1) *Target Return pricing*

Di dalam lembaga keuangan syariah beroperasi tidak dengan menggunakan bunga, mekanisme dioperasional untuk mendapatkan pendapatan dapat dihasilkan sesuai dengan klasifikasi akad. Akad murabahah merupakan jenis akad *natural*

certainly contracts di mana keuntungan yang diinginkan pihak bank sudah pasti. Dalam jenis pembiayaan ini maka metode yang digunakan adalah *rpr* (*required profit rate*).

$$rpr = n.v$$

Dimana :

n = tingkat keuntungan dalam transaksi tunai

v = jumlah transaksi dalam satu periode

Selain menggunakan cara di atas, di dalam buku (Rivai, 2010: 826) dijelaskan bagaimana proses penentuan tingkat margin, yaitu dengan cara menambahkan unsur-unsur seperti beban dana efektif, beban *overhead*, beban dana, *margin*, pajak, resiko, yang dari penambahan semua itu akan diperoleh hasil tingkat keuntungan

1) Beban dana efektif

Merupakan beban dana operasional yang dikeluarkan bank setelah diperhitungkan cadangan liquiditas wajib minimum dan harus dipertahankan oleh bank. Tahap-tahap perhitungan beban dana efektif, yaitu:

- a) Tampilkan dana menurut jenisnya
- b) Hitung *reserve requirement* (RR) yang sesuai dengan ketentuan bank Indonesia misalnya 5%
- c) Kurangkan dari saldo rata-rata perjenis dana

d) Hitung beban dana efektif, dengan rumus

$$\frac{\text{total beban pendapatan}}{\text{total dana efektif}} = \frac{1.075.437.139}{151.547.333.883} \times 100\% = 0,7096\%$$

(ER=8,5157%)

2) Beban *overhead*

Beban *overhead* tergantung dari kebijakan masing-masing bank, idealnya seluruh beban dana di luar beban dana yang digunakan dalam menghimpun dana serta beban yang dikeluarkan dalam rangka pengelolaan penyaluran pembiayaan sepatutnya dihitung sebagai beban *overhead*. Rumus penghitungan beban *overhead*.

$$\text{Beban Overhead} = \frac{\text{total biaya overhead}}{\text{total earning asset}} \times 100\% = \frac{5.194.113}{228.377.433} = 2,2744\%$$

Total *earning asset* terdiri dari sertifikat bank Indonesia, penempatan lainnya BI, giro pada bank lain, penempatan pada bank lain, surat berharga yang dimiliki, obligasi, surat berharga yang dibeli dengan janji dijual kembali, pembiayaan yang diberikan, penyertaan, dan lain sebagainya

3) Beban dana

Beban dana merupakan beban dana efektif yang ditambah dengan beban *overhead*

$$\text{Beban dana} = \text{beba dana efektif} + \text{beban overhead} = 8,5157\% + 2,2744\% = 10,7901\%$$

4) *Margin* (laba yang diinginkan)

Margin biasanya dinyatakan dalam bentuk presentase, yang dimana dalam menghitung tingkat margin bank menetapkan *spread* sebesar 2,4613% yang dihitung dari perkiraan keuntungan yang diinginkan bank. Contoh proyeksi keuntungan bank 2.500.000 juta sementara proyeksi penyaluran pembiayaan sebesar 101.573.245 juta, maka *spread* adalah

$$\text{spread} = \frac{\text{proyeksi keuntungan}}{\text{proyeksi penyaluran pembiayaan}} = \frac{2.500.000}{101.573.245} = 2,4613\%$$

5) Cadangan resiko pembiayaan bermasalah (Resiko dan Pajak)

Penentuan besaran resiko di dalam dunia perbankan digunakan untuk berjaga-jaga terhadap terjadinya kemungkinan resiko pembiayaan dikemudian hari. Resiko pembiayaan dapat dihitung sebagai berikut:

$$\frac{\text{total penyisihan cadangan penghapusan}}{\text{total pembiayaan yang di klasifikasikan}} = \frac{8.125.859,59}{101.573.245,00} \times 100\% = 8,000\%$$

Sedangkan nilai pajak diambil dari

$$\text{Pajak} = 35\% \times \text{spread} = 35\% \times 2,4613\% = 0,8614\%$$

Jadi nilai dari tingkat keuntungan yang diharapkan oleh bank adalah (beban dana efektif + beban *overhead*) + *margin* +

$$\text{pajak} + \text{resiko} = \text{beban dana} + \text{margin} + \text{pajak} + \text{resiko} = (8,5157\% + 2,2744\%) + 2,4613\% + 0,8614\% + 8,000\% = 22,1128\%.$$

Ada beberapa landasan syariah mengenai jual beli *murabahah* menurut (Djuwaini, 2010: 106)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن

تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

"Hai orang-orang beriman, janganlah kalian saling memakan (mengambil) harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan sukarela di antaramu" QS. An Nisa (4): 29.

Ayat ini melarang segala bentuk transaksi yang *bathil*. Di antara transaksi yang *bathil* adalah yang mengandung bunga (*riba*) sebagaimana terdapat pada sistem kredit konvensional. Berbeda dengan *murabahah*, dalam akad ini tidak ditemukan unsur bunga, namun hanya menggunakan *margin*. Disamping itu, ayat ini mewajibkan untuk keabsahan setiap transaksi *murabahah* harus berdasarkan prinsip kesepakatan antar para pihak yang dituangkan dalam suatu perjanjian yang menjelaskan dan dipahami segala hal yang menyangkut hak dan kewajiban masing-masing.

.....وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا.....

"...dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba" QS. Al-Baqarah (2): 275

Merujuk pada kehalalan jual beli dan keharaman *riba*. Dalam ayat ini Allah mempertegas legalitas dan keabsahan jual beli secara umum, serta menolak dan melarang konsep *ribawi*. Berdasarkan ketentuan ini, jual beli *murabahah* dapat pengakuan dan legalitas dari syara dan sah untuk dioperasikan dalam dunia perbankan Islam, karena tidak ada unsur *riba* didalamnya.

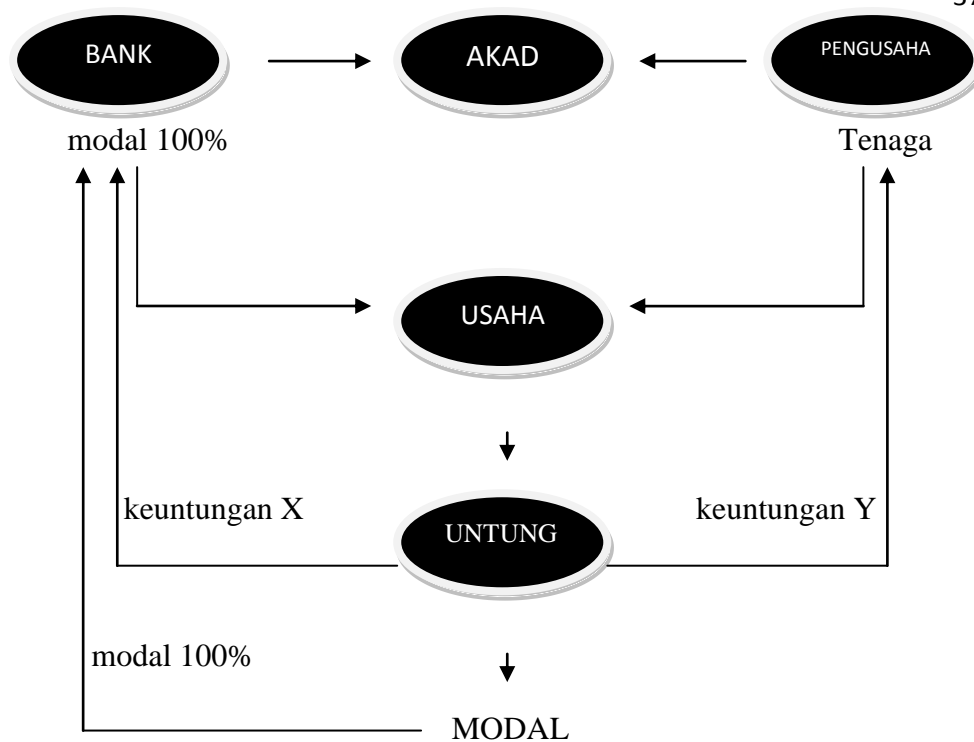
Syarat dan rukun jual beli *murabahah* ada beberapa, yaitu:

(Al-Kasani hal. 220-222 dalam Dimyauddin, 2010: 106) mengatakan akad *bai' murabahah* akan dikatakan sah, apabila memenuhi beberapa syarat berikut, **pertama** pembeli kedua harus mengetahui harga pokok beli yang dilakukan oleh pembeli pertama, **kedua** adanya kejelasan *margin* yang diinginkan oleh pembeli pertama/penjual kedua, **ketiga** Modal yang digunakan untuk membeli objek transaksi harus merupakan barang yang terdapat padanannya dipasaran, alangkah baiknya jika menggunakan uang jika barang untuk transaksi yang digunakan merupakan barang misalkan berupa pakaian dan *margin*-nya berupa uang maka diperbolehkan, **keempat** objek transaksi dan alat pembayaran tidak boleh barang *ribawi*, **kelima** akad jual beli pertama harus sah, jika akad jual beli pertama tidak sah maka jual beli kedua juga tidak sah.

b. *Mudharabah*

Mudharabah berasal dari kata *dharb* yang berarti memukul/berjalan. Pengertian dari memukul atau berjalan ini lebih tepatnya diartikan dengan proses seseorang yang menggerakkan kakinya untuk menjalankan usaha/bisnis (Djuwaini, 2010: 224). *Mudharabah* merupakan akad kerjasama antara dua pihak, yang dimana pihak pertama sebagai *shahibul maal* (penyedia dana 100%), dan pihak kedua bertindak sebagai *mudharib* (pengelola usaha). Keuntungan dari usaha yang dijalankan oleh *mudharib* akan dibagi dua sesuai dengan kesepakatan antara kedua pihak yang biasa disebut dengan bagi hasil. Jika terjadi kerugian di dalam menjalankan usaha dan bukan merupakan kelalaian dari pengelola usaha maka kerugian ditanggung utuh oleh penyedia dana, sedangkan pengelola dana kehilangan tenaga dan pikiran yang telah dicurahkan dalam menjalankan usaha. Namun jika kerugian diakibatkan oleh kelalaian dari pengelola usaha maka pengelolaan usaha bertanggung jawab penuh atas kerugian yang disebabkan (muhammad, 2005: 102).

Disini pemilik modal tidak ikut campur di dalam menjalankan usahanya, pemilik modal hanya menyerahkan modal 100% sedangkan di dalam menjalankan usaha diserahkan secara penuh kepada pengelola usaha (Muhammad, 2005: 102).



Gambar 1.2
Bagan proses pembiayaan mudharabah
(Rivai, 2010: 192)

Faktor-faktor yang harus ada (rukun) di dalam pembiayaan akad *mudharabah* antara lain, pelaku (pemilik dana dan pengelola dana), objek *mudharabah* (modal dan tenaga), *shigat* (*ijab qabul*), *nisbah* keuntungan (Karim, 2013: 205). Landasan syariah mengenai akad *mudharabah*, akad ini di perbolehkan berdasarkan Al-qur'an, hadits, dan dalil. Akad ini sudah dikenal bangsa Arab sebelum turunnya agama Islam, bahkan nabi Muhammad SAW melakukan akad *mudharabah* dengan khadijah (Djuwaini, 2010: 225).

..وآخِرُونَ يَصْرِبُونَ فِي الْأَرْضِ يَلْتَمِعُونَ مِنْ فَضْلِ اللَّهِ..

".....dan dari orang-orang yang berjalan d muka bumi mencari karunia dari Allah...." (QS. Al-Muzamli: 20).

Yang mendasari argumen ini adalah adanya kata yang mempunyai arti sama dengan suatu perjalanan usaha, yang dimana hal tersebut sama artinya dengan *mudharabah*.

"Abbas bin Abdul Muthalib jika menyerahkan harta sebagai mudharabah, ia mensyaratkan sebagai mudharibnya agar tidak mengarungi lautan dan tidak menuruni lembah, serta tidak membeli hewan ternak. Jika persyaratan itu dilanggar, ia (mudharib) harus menanggung resikonya. Ketika persyaratan yang ditetapkan oleh Abbas itu didengar Rosulullah SAW, beliau membenarkannya". (HR Tabrani dari Ibnu Abbas).

Kedudukan hadits ini lemah akan tetapi banyak fuqaha yang menjadikan hadits ini sebagai dasar pembiayaan *mudharabah*, terutama *mudharabah muqayyadah*, karena adanya persyaratan dari *shahibu maal*.

Nisbah keuntungan di dalam akad *mudharabah* harus dinyatakan dengan persentase sesuai dengan kesepakatan antara kedua pihak yang melakukan transaksi kerja sama. Tidak boleh dinyatakan dengan sejumlah nominal tertentu. Di dalam akad ini juga diterapkan bagi laba dan bagi rugi, hal ini wajar karena *mudharabah* merupakan akad yang keuntungannya belum bisa ditentukan di awal, jika pendapatan besar maka bagi hasil yang diterima besar begitupun sebaliknya. Akan tetapi jika usaha yang dilakukan mengalami kerugian karena proses usaha dan bukan kesalahan *mudharib* maka kerugian akan ditanggung oleh penyedia dana, sedangkan pengelola usaha akan mengalami kerugian tenaga dan fikiran (Karim, 2013: 206).

Penentuan *nisbah* bagi hasil disesuaikan dengan pembiayaan *mudharabah* yang dipilih, apakah itu *mudharabah muthlaqah* ataupun *mudharabah muqayyadah*. Penghitungan *nisbah* bagi hasil pembiayaan *mudharabah mutlaqah*, yang dimana pembiayaan ini di dalam penggunaan modal diserahkan seutuhnya kepada pengelola usaha, pemilik modal tidak memberikan syarat khusus mengenai jenis usaha apa yang harus dilakukan (Muhammad, 2005: 109).

$$\text{Nisbah bank} = \frac{\text{expected profit rate}}{\text{expecter return bisnis yang dibiayai (ERB)}} \times 100\%$$

$$\text{Nisbah nasabah} = 100\% - \text{nisbah bank}$$

$$\text{Aktual return bank} = \text{nisbah bank} + \text{aktual return bisnis}$$

Keterangan :

EPR (expected prifit rate) = keuntungan yang ingin diperoleh bank

ERB (expected return bisnis) = keuntungan bisnis yang dijalankan

Penghitungan nisbah bagi hasil dari pembiayaan *mudharabahmuqayyadah*, dimana dalam pembiayaan ini penyedia modal memberikan syarat kepada pengelola mengenai usaha apa yang akan dilakukan oleh pengelola usaha, intinya terdapat persyaratan yang diberikan oleh pemilik modal

Contoh (karim, 2013: :

Harga jual kacang kedelai : Rp 2.150/kg

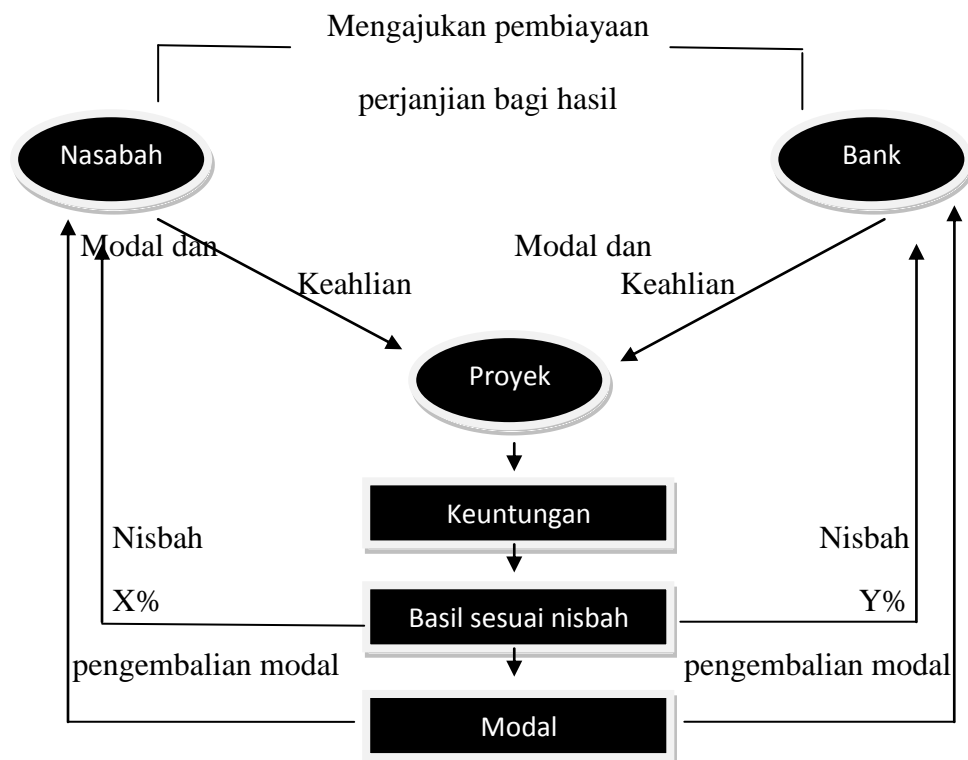
Harga jual kepada nasabah	: setara 16pa (return yang diminta oleh pemilik dana)
Volum penjualan kedelai/bulan	: 65.000kg
Nilai penjualan (65.000x2.150)	: 139.750.000
Harga pokok pembelian	: 125.000.000
Laba bersih pnjualan kedelai	: 14.750.000
Nisbah bagi hasilnya	
Volume penjualan	: 65.000kg
<i>Profit margin</i> (14.750.000/139.750.000) x 100%	: 10,55%
Lama iutang (data 31-07-2003)	: 65 hari
Lama persediaan	: 2 hari
Lama hutang dagang	: 0
<i>Cash to cash periode</i> 360/(DI+DR-DP)	: 5,4
Dengan demikian	
<i>Profit margin</i> pertahun = 5,4% x 10,55%	= 57%
Nisbah bank syariah (16%)/(57%) x 100%	= 28%
Nisbah untuk nasabah 100% - 28%	= 72%
<i>Rasio nisbah</i> untuk bank dan nasabah adalah 28% dan 72%	
Cicilan pokok dibayar secara prorata	: Rp 125.000.000/12 = 10.416.000

c. *Musyarakah*

Musyarakah merupakan bentuk pembiayaan bagi hasil yang dimana dilakukan oleh dua orang atau lebih, masing-masing pihak yang melakukan kesepakatan sama-sama memberikan kontribusi dana di dalam usaha yang akan dilakukan. Di dalam dunia perbankan pihak bank ikut memberikan kontribusi dana kepada mitra usahanya/nasabah (perseorangan/kelompok). Pihak bank boleh ikut serta dalam menjalankan usaha, akan tetapi itu bukan merupakan suatu kewajiban. Pihak pengelola bisa meminta gaji sesuai dengan kinerja yang diberikan (Karim, 2010: 193).

Keuntungan dari usaha yang dilakukan dibagi sesuai dengan kesepakatan yang dilakukan di awal. Jika usaha yang dilakukan oleh

nasabah sudah selesai maka nasabah mengembalikan uang dari pihak perbankan serta bagi hasil yang sudah disepakati. Jika terjadi kerugian maka kerugian ditanggung oleh pihak bank dan nasabah sesuai dengan porsi modal yang diberikan di awal (Djuwaini, 2010: 207)



gambar 1.3
bagan proses pembiayaan musyarakah

contoh kasus pembiayaan *musyarakah*

menghitung *nisbah* bagi hasil dan realisasi bagi hasil pada pembiayaan *musyarakah* – konstruksi. PT ABC yang bergerak dalam pengerjaan proyek (konstruksi) memengangi tender pengerjaan proyek pengerasaan jalan sepanjang 20km dengan niali proyek sebesar Rp 5 milyar rupiah dengan jangkan waktu pengerjaan 6 bulan. Untuk pengerjaan proyek tersebut PT ABC mengajukan pembiayaan modal kerja pada bank syariah D, dengan melampirkan estimasi perhitungan kebutuhan modal sebagai berikut.

Kebutuhan modal kerja:

Nilai proyek	: Rp 5.000.000.000
Pajak (misal 10%)	: <u>Rp 500.000.000</u>
Nilai proyek bersih	: Rp 4.500.000.000
Estimasi biaya modal kerja	: <u>Rp 3.500.000.000</u>
Estimasi keuntunagn	: <u>Rp 1.000.000.000</u>
Porsi pemenuhan modal kerja	
Modal sendiri	: Rp 1.500.000.000
Pembiayaan bank	: <u>Rp 2.000.000.000</u>
Total modal kerja	: Rp 3.500.000.000

Diasumsikan bahwa analisis pembiayaan di bank syariah sependapat dengan estimasi perhitungan tersebut di atas.

Jika ketentuan tingkat bagi hasil bank syariah D sebesar 15% efektif, maka

- Nisbah bagi hasil
Tingkat basil yang diharapkan x plafond pembiayaan
 $15\% \times 6/12 \times 2.000.000.000 = 150.000.000$
Nisbah bagi hasil bank syariah D
Bagi hasil diharapkan/estimasi keuntungan x 100%
 $150.000.000 / 1.000.000.000 \times 100\%$
15%
Nisbah basil PT ABC $100\% - 15\% = 85\%$
- Bagi hasil
Realisasi keuntungan
Nilai proyek yang dibayar – pajak – biaya pengerjaan proyek
 $5.000.000.000 - 500.000.000 - 3.500.000.000$
1.000.000.000
Bagi hasil bank syariah D
Nisbah bagi hasil bank syariah D x realisasi keuntungan
 $15\% \times 1.000.000.000 = 150.000.000$
Bagi hasil PT ABC
Nisbah babgi hasil PT ABC x realisasi keuntungan
 $85\% \times 1.000.000.000 = 850.000.000$

Musarakah merupakan akad yang diperbolehkan oleh syariah,

hal ini berdasarkan landasan dalil yang ada di dalam al Qur'an

(Antonio, 2007: 90), salah satunya adalah:

...وَأَنَّ كَثِيرًا مِنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي بَعْضُهُمْ عَلَى بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا
الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَا هُمْ ۗ وَظَنَّ دَاوُودُ أَنَّمَا فَتَنَّاهُ فَاسْتَغْفَرَ رَبَّهُ وَخَرَّ رَاكِعًا
وَأَنَابَ

"....dan sesungguhnya kebanyakan orang-orang yang berserikat itu sebagian dari mereka berbuat dzalim kepada sebagian lain, kecuali

orang yang beriman dan mengerjakan amal shaleh, dan amat sedikitlah mereka yang begitu.'dan Dawud menduga bahwa kami mengujinya; maka dia memohon ampunan kepada TuhanNya lalu menyungkur sujud dan bertaubat"(QS. Shad: 24).

Di dalam ayat ini terdapat lafadz "*al- khulatha*" yang dapat diartikan dengan bersekutu / *partnership*. Bersekutu di sini diartikan kerjasama dengan dua atau lebih pihak untuk melakukan sebuah usaha.

5. Dewan Pengawas Syariah (DPS)

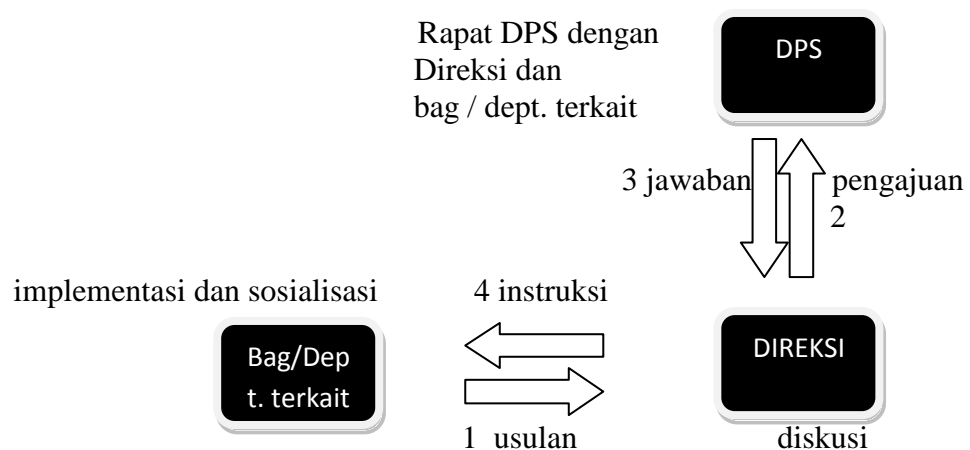
a. Pengertian DPS

Dewan Pengawas Syariah (DPS) setingkat dengan komisaris yang bersifat independen yang dibentuk oleh Dewan Syariah Nasional (DSN) yang ditempatkan pada lembaga keuangan syariah yang bekerja sesuai dengan prinsip Islam, dengan tugas yang diatur oleh DSN (Antonio, 2010: 166). DPS merupakan suatu dewan yang sengaja dibentuk untuk mengawasi kinerja operasional dari lembaga keuangan agar berjalan sesuai dengan aturan syariat (Nurhasanah, 2011: 220).

Peran utama dari DPS adalah mengawasi jalannya operasional dari bank yang berjalan sehari-hari agar tetap sesuai dengan prinsip syariah. Karena lembaga keuangan syariah berbeda dengan lembaga keuangan konvensional, dengan begitu dibutuhkan garis panduan (*guidelines*) dimana hal itu untuk mengatur langkah operasional dari lembaga keuangan syariah yang disusun dan ditentukan oleh DSN. Dari hasil pengawasan DPS yang dilakukan akan dibuat laporan berkala yang menyatakan bahwa lembaga keuangan yang bersangkutan sudah

berjalan sesuai dengan prinsip Islam, biasanya pernyataan ini dibuat dalam laporan tahunan (Antonio, 2007: 31).

Selain itu DPS berfungsi sebagai peneliti dan pembuat rekomendasi produk baru yang akan diluncurkan oleh bank yang diawasinya. DPS merupakan penyaring pertama mengenai produk baru yang akan dimunculkan sebelum produk tersebut diteliti lagi dan difatwakan oleh DSN. Mekanisme kerja DPS sebagai penyaring pertama



Gambar 1.4
Mekanismen kerja DPS
(Antonio, 2007: 31)

fungsi DPS menurut (Antonio, 2010: 166) ada 4, yaitu:

- 1) Sebagai penasehat dan sebagai pemberi saran mengenai hal yang berkaitan dengan islam.

- 2) Sebagai pengawas aktif/pasif dalam pelaksanaan fatwa DSN, serta menjadi penyaring pertama untuk produk/jasa yang akan dibuat, agar sesuai dengan syariah.
- 3) Mediator antara pihak bank dengan DSN.
- 4) Sebagai perwakilan dari DSN yang diletakkan dilembaga keuangan.

DPS adalah lembaga yang bertugas mengawasi pelaksanaan fatwa DSN dilapangan oleh lembaga ekonomi Islam. DPS lembaga khusus yang bertugas mengawasi tentang kepatuhan syariah, setidaknya anggotanya memiliki keahlian di dalam dua bidang sekaligus yaitu, *fiqh muamalah* dan dalam bidang perbankan secara umum. Di dalam peraturan perundang-undangan dijelaskan dalam bentuk aturan mengenai persyaratan DPS. Disyaratkan untuk menjadi seorang DPS wajib mempunyai integritas yang baik, memiliki kompetensi minimal bidang pengetahuan dan pengalaman, dan memiliki catatan keuangan yang baik (Ilhami, 2009: 486)

6. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)

a. Pengertian BPRS

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) merupakan Bank yang khusus melayani masyarakat kecil dikecamatan dan pedesaan (Soemitra, 2009: 46). Pelaksanaan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah, yang di dalam kegiatannya tidak melayani jasa dalam lalu lintas pembayaran (UU No. 21 th 2008).

Bank Pengkreditan Rakyat (BPR) menurut undang-undang (UU) perbankan no. 7 tahun 1992, adalah lembaga keuangan bank yang menerima simpanan hanya dalam bentuk deposito berjangka, tabungan, dan/bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu dan menyalurkan dana sebagai usaha BPR. Sedangkan pada UU perbankan butir 4 pasal 1 UU. No 10 tahun 1998, pengganti UU No.7 tahun 1992, disebutkan bahwa BPR lembaga keuangan bank yang melaksanakan kegiatan usahanya secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah, dan di dalam peraturan perundang-undangan yang terbaru di sebutkan dalam UU No. 21 tahun 2008 BPRS merupakan bank yang dalam usahanya berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

Dalam pelaksanaan BPR yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah selanjutnya diatur menurut Surat Keputusan Direktur Bank Indonesia No. 32/36/KEP/DIR/1999 tanggal 12 Mei 1999 tentang Bank Perkreditan Rakyat Prinsip Syariah. Dalam hal ini, secara teknis BPR Syariah bisa diartikan sebagai lembaga keuangan sebagaimana BPR konvensional, yang operasinya menggunakan prinsip-prinsip syariah.