

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Pengertian Prinsip-prinsip Good Corporate Governance

Corporate Governance terdiri dari dua kata, yaitu *Corporate* dan *Governance*. Kata *Corporate* merupakan kata sifat (*adjektive*) yang bermakna "berbagai sifat yang berkaitan dengan korporasi atau perusahaan". Kata *Governance* merupakan kata benda (*Noun*) yang bermakna pengelolaan ". Definisi CGC menurut Bank Dunia adalah aturan, standar dan organisasi di bidang ekonomi yang mengatur perilaku pemilik perusahaan, direktur dan manajer serta perincian dan penjabaran tugas dan wewenang serta pertanggungjawabannya kepada investor (pemegang saham dan kreditur). Tujuan utama dari GCG adalah untuk menciptakan sistem pengendalian dan keseimbangan (*check and balances*) untuk mencegah penyalahgunaan dari sumber daya perusahaan dan tetap mendorong terjadinya pertumbuhan perusahaan.¹

Inti dari kebijakan tata kelola perusahaan adalah agar pihak-pihak yang berperan dalam menjalankan perusahaan memahami dan menjalankan fungsi dan peran sesuai wewenang dan tanggung jawab. Pihak yang berperan meliputi pemegang saham, dewan komisaris, komite, direksi, pimpinan unit dan karyawan.

¹ *Ibid*

Konsep *Good Corporate Governance* (GCG) adalah konsep yang sudah saatnya diimplementasikan dalam perusahaan-perusahaan yang ada di Indonesia, karena melalui konsep yang menyangkut struktur perseroan, yang terdiri dari unsur-unsur RUPS, direksi dan komisaris dapat terjalin hubungan dan mekanisme kerja, pembagian tugas, kewenangan dan tanggung jawab yang harmonis, baik secara intern maupun ekstern dengan tujuan meningkatkan nilai perusahaan demi kepentingan shareholders dan stakeholders.

Konsen pemerintah terhadap GCG cukup beralasan. Bulan Juni 2006 yang lalu, *Political and Economic Risk Consultancy* (PERC) merilis *Persepsi Standart Corporate Governance*. Dari 12 negara yang disurvei, Indonesia menduduki posisi ke 10 dengan skor 7.5. Rangkaian pertama diduduki oleh Singapore dengan skor 2.4, diikuti Jepang (3.8) dan Hong Kong (4.2). Skor yang rendah itu memesankan bahwa sejak diperkenalkan tahun 1999, dengan membentuk Komite Nasional *Corporate Governance* yang kemudian berhasil melahirkan *Code for Good Corporate Governance*, CG belum lagi membawakan perubahan yang signifikan bagi perkembangan perseroan.²

Bank Muamalat sebagai pelopor Bank Syari'ah di Indonesia, semenjak awal berdirinya hingga saat ini, terus berupaya untuk menjadi salah satu pelopor implementasi *Good Corporate Governance* (GCG) di

² Miko Kamal, , 2008, *Undang Undang PT dan Harapan Implementasi GCG*, www.alf.com.

perbankan syari'ah. Pelaksanaan Tata Kelola Perusahaan di Bank Muamalat merupakan bagian yang tak terpisahkan dari Muamalat spirit sebagai penyemangat dan landasan moral untuk mencapai Visi dan Misi Bank Muamalat yang dijalankan melalui pengabdian serta ketaatan kepada Allah SWT. Semangat inilah yang menjadi dasar bagi pengelolaan usaha, aktivitas dan bisnis di Bank Muamalat. Dengan komitmen yang tinggi, Bank Muamalat berupaya agar selalu konsisten dalam menerapkan dan meningkatkan implementasi GCG.

Prinsip – prinsip mengenai Tata kelola perusahaan secara Islami (Syari'ah) dan sesuai dengan praktek – praktek terbaik yang berlaku di perbankan nasional maupun internasional serta nilai – nilai yang ada di Bank Muamalat, merupakan dasar bagi Bank Muamalat untuk terus berupaya menjadi bank terbaik dalam penerapan GCG.

Dalam Undang-undang No 40 Tahun 2007 prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* harus mencerminkan pada hal-hal sebagai berikut :

Macam – macam prinsip Good Corporate Governence antara lain.³ :

1. ***Transparansi***, yaitu keterbukaan dalam melaksanakan proses pengambilan keputusan dan keterbukaan dalam mengemukakan informasi materiil dan relevan mengenai perusahaan.

³ Warsono, Sony dkk,2009, *Corporate Governance Concept and Model*, Yogyakarta: Center for Good Corporate Governance. hlm : 70

Definisi Transparansi secara harfiah adalah jelas (obvious) dapat dilihat secara menyeluruh. Dengan demikian transparansi adalah keterbukaan dalam melaksanakan suatu proses kegiatan perusahaan. Transparansi mendorong diungkapkannya kondisi yang sebenarnya sehingga setiap pihak yang berkepentingan (stakeholder) dapat mengukur dan mengantisipasi segala sesuatu yang menyangkut Bank Muamalat. Transparansi biasa dimulai dengan penyajian secara terbuka laporan keuangan yang akurat dan tepat waktu, kriteria yang terbuka tentang seleksi personil, informasi adanya seleksi, pengungkapan transaksi atau kontrak dengan pihak – pihak yang memiliki hubungan atau kedudukan istimewa, struktur kepemilikan, sampai kepada penyajian informasi tentang kemungkinan resiko yang dihadapi organisasi.

Pada dasarnya transparansi menuntut institusi untuk memberikan informasi yang relevan bagi para pemangku kepentingan secara handal dan dalam bahasa yang mudah dipahami. Informasi yang diberikan tidak sebatas mengenai keuangan, tetapi juga mengenai non keuangan, misalnya informasi yang terkait dengan operasi, struktur, dan konflik yang kemungkinan terjadi.

Kepentingan manajemen dan karyawan juga akan terkait dengan prinsip transparansi, karena pada dasarnya mereka juga berhak untuk mengambil kondisi riil suatu perusahaan, apakah

berada dalam keadaan sehat atau tidak. Sering kali perusahaan tidak transparansi baik terhadap pihak internal, maupun eksternal perusahaan, secara psikologis, karyawan dapat bekerja dengan kondisi yang lebih tenang dan lebih kondusif. Fakta menunjukkan ketika terjadi Pemutusan Hubungan Kerja (PHK), pihak manajemen dan karyawan tidak mengetahui adanya informasi tersebut, sehingga tidak bersiap – siap. Hal ini jelas merugikan mereka semua.⁴

Suatu organisasi melalui implementasi prinsip transparansi, ada kejelasan perhitungan yang diberikan oleh perusahaan. Bukan saja hal tersebut akan lebih memuaskan bagi pihak manajemen dan karyawan, tetapi juga mengurangi resiko terjadinya pemogokkan ataupun tuntutan yang berlebihan dari manajemen dan karyawan perusahaan. Mengingat mereka telah mengetahui dasar – dasar yang diberikan untuk besar upah mereka. Dengan demikian penerapan GCG tidak sekedar dapat meningkatkan kepuasan pemegang saham dan kreditor, tetapi juga ingin meningkatkan kesejahteraan manajemen dan karyawan sebagai bagian integral dari *stakeholder* perusahaan.⁵

Transparansi publik masyarakat bahwa setiap pejabat publik berkewajiban membuka ruang partisipasi kepada masyarakat dalam

⁴ Surya, 2008. *Manajemen Perusahaan dan Karyawan*, Jakarta: Erlangga

⁵ *Ibid*

proses pembuatan kebijakan publik (khususnya menyangkut dengan pengelolaan sumber daya publik) dengan membuka akses dan memberikan informasi yang benar, jujur, dan tidak diskriminatif, baik diminta maupun tidak diminta oleh masyarakat.

Dengan diharuskan Bank mengungkapkan informasi secara relevan, akurat dan dapat diperbandingkan serta mudah diakses oleh pemegang saham sesuai dengan haknya tentunya harus diiringi kebenaran atas informasi tersebut, seperti firman Allah dalam surat Al-Ahzab ayat 70 yaitu :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٧٠﴾

Artinya : “*Hai orang – orang yang beriman, bertaqwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar*”.⁶

2. **Kemandirian**, yaitu suatu keadaan dimana perusahaan dikelola secara profesional dan independen, tanpa benturan kepentingan dan pengaruh / tekanan dari manapun yang tidak sesuai peraturan perundangan yang berlaku dan prinsip-prinsip korporasi yang sehat.

Bank harus bebas dari tekanan dari pihak manapun dalam setiap pengambilan keputusan maupun tindakan agar hak dari orang yang ada didalam bank tersebut dapat terpenuhi dengan semestinya.

⁶ DEPAG RI, 1998, *Al – Qur’an dan Terjemahannya*, Semarang: CV Asy Syifa. Hlm : 341

Seperti firman Allah dalam surat An-Nahl ayat 90 yaitu :

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايِ ذِي الْقُرْبَىٰ
وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴾

Artinya : “*Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, member kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran*”.⁷

3. **Profesional** (Professional), yaitu memiliki kompetensi, mampu bertindak obyektif, dan bebas dari pengaruh/tekanan dari pihak manapun serta memiliki komitmen yang tinggi untuk mengembangkan institusi tersebut⁸.

Sutau keadaan dimana perusahaan dikelola secara professional tanpa benturan kepentingan dan pengaruh/tekanan dari pihak mamnapun yang tidak sesuai dengan peraturan perundang – undangan yang berlaku dan prinsip – prinsip korporasi yang sehat.

Seperti dalam QS Al-Anam ayat ke-132

﴿ وَلِكُلِّ دَرَجَاتٍ مِّمَّا عَمِلُوا وَمَا رَبُّكَ بِغَافِلٍ عَمَّا يَعْمَلُونَ ﴾

⁷ *Ibit*, hlm. 221

⁸ www.Bank Muamalat.com “ *Pelaksanaan Tata Kelola Perusahaan (GCG)*”, 2010

Artinya : “ *Dan masing – masing orang memperoleh derajat – derajat (seimbang) dengan apa yang dikerjakannya. Dan Tuhanmu tidak lengah dari apa yang mereka kerjakan*”⁹.

4. **Akuntabilitas** (Accountability), yaitu kejelasan fungsi, pelaksanaan dan pertanggungjawaban organ sehingga pengelolaan perusahaan secara efektif.

Akuntabilitas adalah kewajiban untuk memberikan pertanggung-jawaban atau untuk menjawab atau menerangkan kinerja dan tindakan pimpinan organisasi kepada pihak yang memiliki hak atau kewenangan untuk meminta pertanggungjawaban atau keterangan. Melalui penerapan prinsip ini, suatu proses pengambilan keputusan atau kinerja dapat dimonitor, dinilai dan dikritisi. Akuntabilitas juga menunjukkan adanya *traceableness* yang berarti dapat ditelusur sampai ke bukti dasarnya serta *reasonable* yang berarti dapat diterima secara logis.

Setiap karyawan dengan prinsip akuntabilitas, direksi dan dewan pengawas diberikan wewenang dan tanggung jawab yang jelas, diwajibkan untuk melaporkan pelaksanaan wewenang dan tanggung jawab yang dimaksud, serta diawasi dan dikendalikan agar tidak terjadi penyalahgunaan wewenang yang dimilikinya.

⁹ DEPAG RI, 1998, *Al – Qur’an dan Terjemahannya*, Semarang: CV Asy Syifa.

Optimalisasi kinerja manajemen dan karyawan mendapat dukungan penuh dari penerapan prinsip akuntabilitas, yang dibutuhkan untuk menciptakan manajemen yang efektif dan efisien. Kebanyakan perusahaan kurang memperhatikan bagaimana manajemen perusahaan berjalan dan mempercayakan sepenuhnya kepada manajemen tersebut. Hal ini tidak tepat mengingat manajemen sendiri tidak dapat berjalan dengan baik tanpa adanya mekanisme pengawasan yang andal. Berarti manajemen dan karyawan membutuhkan mekanisme check and balance yang dilakukan oleh komisaris.

Pengecekan tersebut termasuk dalam pengecekan laporan keuangan secara berkala, pengawasan intensif terhadap semua lini manajemen, menentukan struktur dan besarnya manajemen yang paling sesuai dengan kondisi perusahaan. Termasuk mencari sumber daya manusia yang bermutu dan benar – benar berguna bagi efektivitas perusahaan. Penerimaan karyawan tidak boleh didasarkan pada proses yang terbingkai dalam kerangka, korupsi dan nepotisme (KKN). Intinya manajemen dan karyawan harus dibimbing sedemikian rupa sehingga mereka menjalankan pekerjaan mereka dapat menjalankan pekerjaan mereka dengan baik.

Seperti firman Allah yang mengenai akuntabilitas terdapat pada surat Al-Baqarah ayat 282 yaitu :

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَيْنْتُمْ بِدَيِّنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَآكْتُبُوهُ
وَلْيَكْتُبْ بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا يَأْبَ كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ
اللَّهُ فَلْيَكْتُبْ وَلْيُمْلِلِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا يَبْخَسْ
مِنْهُ شَيْئًا فَإِن كَانَ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ سَفِيهًا أَوْ ضَعِيفًا أَوْ لَا يَسْتَطِيعُ
أَنْ يُمْلِئَ هُوَ فَلْيُمْلِلْ وَلِيُّهُ بِالْعَدْلِ وَاسْتَشْهِدُوا شَهِيدَيْنِ مِنْ رِجَالِكُمْ
فَإِن لَّمْ يَكُونَا رَجُلَيْنِ فَرَجُلٌ وَامْرَأَتَانِ مِمَّن تَرَ ضُونَ مِنَ الشُّهَدَاءِ أَن
تَضِلَّ إِحْدَاهُمَا فَتُذَكِّرَ إِحْدَاهُمَا الْأُخْرَىٰ وَلَا يَأْبَ الشُّهَدَاءُ إِذَا مَا دُعُوا
وَلَا تَسْمَعُوا أَنْ تَكْتُبُوهُ صَغِيرًا أَوْ كَبِيرًا إِلَىٰ أَجَلٍ ذَٰلِكُمْ أَقْسَطُ عِنْدَ
اللَّهِ وَأَقْوَمُ لِلشُّهَدَةِ وَأَدْنَىٰ أَلَّا تَرْتَابُوا إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً حَاصِرَةٌ
تُدِيرُونَهَا بَيْنَكُمْ فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَلَّا تَكْتُبُوهَا وَأَشْهِدُوا إِذَا
تَبَايَعْتُمْ وَلَا يُضَارَّ كَاتِبٌ وَلَا شَهِيدٌ وَإِنْ تَفَعَّلُوا فَإِنَّهُ فُسُوقٌ بِكُمْ
وَآتَقُوا اللَّهَ وَيُعَلِّمُكُمُ اللَّهُ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ



Artinya : “Hai orang – orang yang beriman, apabila kamu bermu’amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklan seorang penulis diantara kamu menuliskannya dengan benar. Dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah mengajarkannya, maka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang

yang berhutang itu mengimlakkan (apa yang akan ditulis itu), dan hendaklah ia bertakwapepada Allah Tuhannya, dan janganlah ia mengurangi sedikitpun daripada hutangnya. Jika yang berhutang itu orang yang lemah akalnya atau lemah (keadaannya) atau dia sendiri tidak mampu mengimlakkan, maka hendaklah walinya mengimlakkan dengan jujur. Dan persaksikanlah dengan dua orang saksi dari orang – orang lelaki (diantaramu). Jika tidak ada dua orang lelaki maka (boleh) seorang lelaki dan dua orang perempuan dari saksi – saksi yang kamu Rindhoi, supaya jika seorang lupa maka yang seorang mengingatkannya. Janganlah saksi – saksi itu enggan (memberi keterangan) apabila mereka dipanggil dan janganlah kamu jemu menulis hutang itu, baik kecil maupun besar sampai batas waktu membayarnya. Yang demikian itu, lebih adil di sisi Allah dan menguatkan persaksian dan lebih dekat tidak (menimbulkan) keraguanmu. (Tulislah mu'amalahmu itu), kecuali jika muamalah itu perdagangan tunai yang kamu jalankan di antara kamu, maka tidak ada dosa bagi kamu, (jika) kamu tidak menulisnya. Dan persaksikanlah apabila kamu berjual beli, dan janganlah penulis dan saksi saling sulit menyulitkan. Jika kamu lakukan (yang demikian), maka sesungguhnya hal itu adalah

*suatu kefasikan pada dirimu, dan bertakwalah kepada Allah, Allah mengajarkanmu, dan Allah Maha Mengetahui segala sesuatu”.*¹⁰

5. ***Pertanggungjawaban*** (Responsibility), yaitu kesesuaian di dalam pengelolaan perusahaan terhadap peraturan perundangan yang berlaku dan prinsip-prinsip korporasi yang sehat. Serta melaksanakan tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan.

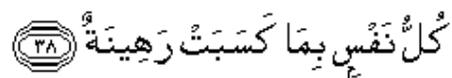
Responsibility merupakan keterlibatan yang aktif, kalau pada suatu organisasi tentunya dari setiap pelaku organisasi dan *stakeholders* lain dalam menunjang peningkatan nilai organisasi. Dari definisi tersebut kita dapat memahami bahwa top manajemen, disebut sebagai pemegang kendali organisasi. Dengan demikian selain ketiga pihak tersebut dapat kita kategorikan sebagai bukan partisipan utama tetapi sebagai partisipan pendukung. Apa yang dilakukan oleh partisipan tentunya disebut partisipasi. Partisipasi yang dimaksud adalah pemenuhan tanggung jawab, hak, dan wewenang serta tindakan – tindakan lain yang patut diambil oleh seseorang sesuai jabatannya.

Suatu organisasi dalam pencapaian tujuan yaitu kinerja yang diharapkan dengan penerapan konsep *good corporate governance*.

Penerapan GCG dalam rangka mencapai organisasi yang bersih dan

¹⁰ DEPAG RI, 1998, *Al – Qur'an dan Terjemahannya*, Semarang: CV Asy Syifa. Hlm , 37

berwibawa serta mampu menyediakan pelayanan kepada masyarakat umum dengan lebih baik lagi dan memuaskan. Berdasarkan uraian di atas prinsip – prinsip GCG tersebut dapat dilihat dari sikap transparansi, independensi, serta akuntabilitas dari seorang manajer sangat mempengaruhi kinerja perusahaan. Dan ini merupakan tindakan dari perusahaan yang sesuai dengan undang – undang yang berlaku. Seperti yang tercantum dalam Surat Al Mudatstsir ayat 38 :



artinya: “ *Tiap-tiap diri bertanggungjawab atas apa yang telah diperbuatnya*”¹¹.

6. **Kewajaran** (fairness), yaitu keadilan dan kesetaraan dalam memenuhi hak-hak stakeholder yang timbul berdasarkan perjanjian dan perundangan yang berlaku.

Fairness merujuk adanya perlakuan yang setara (equal) terhadap semua pihak yang berkepentingan (*stakeholder*) sesuai dengan kriteria dan proporsi yang seharusnya. Penegakkan prinsip *fairness* ini terutama ditujukan terhadap pemegang saham mayoritas maupun minoritas. *Fairness* juga perlu diperluas pada pola

¹¹ DEPAG RI, 1998, *Al – Qur'an dan Terjemahannya*, Semarang: CV Asy Syifa.

perlakuan kepada stakeholders lainnya, misalnya pola hubungan dengan karyawan.

Keseimbangan hak pemilik mayoritas dan minoritas harus diperhatikan, sehingga tidak ada kelompok pemilik yang dirugikan. Demikian pula halnya dengan hak – hak karyawan, kreditur, serta pemasok dan langganan, harus ditetapkan secara jelas dengan melibatkan sebanyak mungkin pihak – pihak yang terkait.

Para anggota manajemen dan karyawan haruslah mendapat perlakuan yang seimbang dan wajar, sesuai dengan kedudukan masing – masing untuk mencapai suatu kinerja yang optimal. Sekali lagi prinsip *fairness* dari GCG pemegang peranan penting untuk mengkonkretkan keseimbangan tersebut. Berbeda dengan kepentingan pemegang saham, keseimbangan bagi manajemen dan karyawan yang berupa pemberian upah yang disesuaikan dengan pekerjaan dan tanggung jawab masing – masing pihak. Dengan demikian, kesejahteraan mereka dapat lebih terjamin dan implikasinya memungkinkan manajemen perusahaan berjalan dengan lebih baik.

Dan juga adanya keharusan bank memberikan kesempatan kepada seluruh pemegang saham untuk memberikan masukan dan menyampaikan pendapat bagi kepentingan bank dengan lemah

lembut dan bermusyawarah sehingga membuat mereka mendekat dan tidak akan menjauh.

Seperti firman Allah dalam surat Al-Imron ayat 159 yaitu :

فَمَا رَحْمَةً مِّنَ اللَّهِ لَئِن لَّمْ يَظْهَرْ لَّهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِن حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya :”Maka disebabkan rahmat dari Allah – lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang – orang yang bertawakkal kepada-Nya”.¹²

7. **Sikap Kepedulian** (social Awareness), yaitu rasa peduli kepada masyarakat dan lingkungan sekitar, sebagai wujud dari pertanggungjawaban sosial institusi kepada masyarakat¹³.

Bank Muamalat sebagai bank yang berbasis Agama tentu saja kepedulian terhadap sesama baik sesama muslim maupun non

¹² Ibit, hlm. 56

¹³ www.Bank Muamalat.com “Pelaksanaan Tata Kelola Perusahaan (GCG)”, 2010

muslim sangat diperhatikan, apalagi dalam hal kepedulian antar sesama. Memang perkembangan jaman menuntut suatu bank harus bersikap peduli untuk menarik kepercayaan terhadap pelanggan. Sebagai contoh bank menyalurkan santunan untuk anak – anak fakir, anak – anak miskin, menyalurkan bantuan untuk kaum du’afah. Semua itu dilakukan demi pertanggungjawaban terhadap masyarakat sekitar serta kepada Tuhan Yang Esa.

Seperti firman Allah dalam Surat al-Fajr ayat 17 – 20:

كَلَّا بَلْ لَا تُكْرِمُونَ الْيَتِيمَ ﴿١٧﴾
وَلَا تَحْتَضُونَ عَلَىٰ طَعَامِ الْمَسْكِينِ ﴿١٨﴾
وَلَا تَحْتَضُونَ عَلَىٰ طَعَامِ الْمَسْكِينِ ﴿١٨﴾
وَتَأْكُلُونَ التُّرَاثَ أَكْلًا لَّمًّا ﴿١٩﴾
وَتُحِبُّونَ الْمَالَ حُبًّا جَمًّا ﴿٢٠﴾

Ayat 17 Artinya : “ *Sekali – kali (demikain), sebenarnya kamu tidak memuliakan yatim*”.

Ayat 18 Artinya : “ *Dan kamu tidak saling mengajak member makan orang miskin*”.

Ayat 19 Artinya : “ *Dan kamu memakan harta pusaka dengan cara mencampur baurkan (yang halal dan yang batil)*”.

Ayat 20 artinya : “ *Dan kamu mencintai harta benda dengan kecintaan yang berlebihan*”.¹⁴

2.2. Pengertian Kepercayaan

Definisi kepercayaan adalah kemauan seseorang untuk bertumpu pada orang lain dimana kita memiliki keyakinan padanya. Kepercayaan merupakan kondisi mental yang didasarkan oleh situasi seseorang dan konteks sosialnya. Ketika seseorang mengambil suatu keputusan, ia akan lebih memilih keputusan berdasarkan pilihan dari orang – orang yang lebih dapat ia percaya dari pada yang kurang dipercayai.

Menurut Rousseu et al (1998), kepercayaan adalah wilayah psikologi yang merupakan perhatian untuk menerima apa adanya berdasarkan harapan terhadap perilaku yang baik dari orang lain. Kepercayaan terhadap konsumen didefinisikan sebagai kesediaan satu pihak untuk menerima resiko dari tindakan pihak lain berdasarkan harapan bahwa pihak lain akan melakukan tindakan penting untuk pihak yang mempercayainya, terlepas dari kemampuan untuk mengawasi dan mengendalikan tindakan pihak yang dipercaya.

Kepercayaan (trust atau belief) merupakan kenyataan bahwa tindakan orang lain atau suatu kelompok konsisten dengan kepercayaan

¹⁴ DEPAG RI, 1998, *Al – Qur'an dan Terjemahannya*, Semarang: CV Asy Syifa.

mereka. Kepercayaan lahir dari suatu proses secara perlahan kemudian terakumulasi menjadi suatu bentuk kepercayaan¹⁵.

Kepercayaan konsumen dapat dijelaskan melalui dimensi pengalaman masa lalu, informasi dan antusiasme. Kepercayaan konsumen tergantung dari pengalaman konsumen dalam mengkonsumsi barang atau jasa dan menerima informasi yang baik dari penyedia jasa. Sehingga pengalaman informasi yang baik akan menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap suatu produk maupun layanan jasa. Hal ini dikarenakan pengalaman yang terbentuk pada memori konsumen terhadap suatu produk atau jasa dapat membangun rasa percaya seseorang jika pengalaman yang mereka alami menyenangkan dan memuaskan mereka¹⁶.

Dimensi kepercayaan yang mendasari konsep kepercayaan adalah¹⁷ :

- 1) Integritas : kejujuran (*honesty*) dan bersikap sebenarnya (*truthfulness*).
- 2) Kemampuan (*competence*) : pengetahuan dan ketrampilan teknis antar pribadi.
- 3) Konsisten : andal, dapat diramalkan dan pertimbangan yang baik dalam menangani situasi.

¹⁵ El Junus, Rahman, 2002 *Membangun Kepuasan dan Loyalitas Nasabah melalui Atribut Produk, Komitmen Agama, Kualitas Jasa dan Kepercayaan pada Bank Syariah*, Semarang : CV Akademika Presindo.

¹⁶ ibid

¹⁷ Sopiah, 2008, *Perilaku Organisasional*, Yogyakarta: ANDI.

- 4) Kesetiaan (*loyalty*) : kesediaan melindungi dan menyelamatkan muka seseorang.
- 5) Keterbukaan : kesediaan berbagi gagasan dan informasi dengan bebas.

2.3. Pengertian Kepercayaan Pelanggan atau Nasabah

Kepercayaan Pelanggan atau Nasabah merupakan salah satu tujuan inti yang diupayakan dalam pemasaran modern. Hal ini dikarenakan dengan kepercayaan Nasabah diharapkan perusahaan akan mendapatkan keuntungan jangka panjang atas hubungan mutualisme yang terjalin dalam kurun waktu tertentu.

Boulding mengemukakan bahwa terjadinya kepercayaan merk pada konsumen disebabkan oleh adanya pengaruh kepuasan dan ketidakpuasan terhadap merk tersebut yang terakumulasi secara terus – menerus disamping adanya persepsi tentang kualitas produk¹⁸.

Dalam suatu pembelian barang maupun jasa, keputusan yang harus diambil tidak selalu berurutan, tergantung pada situasi pembeliannya. Kepercayaan konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembelian. Proses ini merupakan suatu tahap konsumen dalam mengambil keputusan yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, akhir dari suatu proses pengambilan keputusan yang dibuat konsumen adalah dilakukan pembelian produk atau jasa.

¹⁸ Hasan Ali, 2008, *Kepercayaan Konsumen*, Yogyakarta: ANDI. Hlm. 83

Menurut Strategi pemasaran merupakan usaha-usaha pemasaran yang terpadu , yaitu *product, place, price* dan *promotion* yang selalu berkembang sejalan dengan gerak di dalam suatu perusahaan. Sedangkan keadaan di luar perusahaan yang utama adalah perilaku konsumen. Implikasi perilaku konsumen sangat luas terhadap perumusan strategi pemasaran, dua kegiatan pokok pemasarannya¹⁹ .

1. Pemilihan pasar-pasar yang akan dijadikan sasaran pemasaran merupakan suatu kegiatan yang memerlukan kemampuan untuk memahami perilaku konsumen dan mengukur secara efektif kesempatan pemasaran di berbagai segmen pasar.
2. Merumuskan dan menyusun strategi pemasaran adalah suatu kombinasi yang harus dilakukan oleh perusahaan agar kebutuhan dan keinginan para konsumen dapat dipenuhi dan konsumen menjadi puas. Ini merupakan kegiatan yang memerlukan kemampuan untuk menilai kebutuhan konsumen di berbagai segmen pasar yang berlainan.

Implikasi perilaku konsumen perlu diperhatikan oleh suatu perusahaan yang menginginkan keberhasilan dalam membuat strategi pemasaran. Perusahaan tersebut harus benar-benar memahami bagaimana sifat-sifat produk, harga dan pendekatan iklan yang berbeda, sehingga memiliki keunggulan yang besar atas pesaingnya.

¹⁹ Kotler & Armstrong, 2001, *Strategi Pemasaran Yang Terpadu* , Jakarta: Salemba Empat, hlm : 76

Carthy (1985) mengemukakan kombinasi aspek-aspek pemasaran atau dikenal 4P dari bauran pemasaran. Perincian 4P dari bauran pemasaran ditunjukkan pada tabel sebagai berikut :

Tabel 2.1
Perincian Bauran Pemasaran

Kategori	Atribut
<i>Product</i> (produk)	Kualitas, ciri-ciri, sifat, pilihan, gaya, merk dagang, kemasan, ukuran, pelayanan, jaminan, pengembangan.
<i>Place</i> (saluran distribusi)	Saluran, liputan, lokasi, persediaan, transportasi
<i>Promotion</i> (kegiatan promosi)	Periklanan, penjualan secara pribadi, promosi, penjualan, publikasi
<i>Price</i> (harga)	Daftar harga, potongan, penghargaan, jangka pembayaran, syarat-syarat

Sumber : Carthy (1985 :249), Dasar-dasar Pemasaran

Helga Drummond (1993) mengemukakan bahwa pengambilan keputusan pembelian adalah mengidentifikasi semua pilihan yang mungkin untuk memecahkan persoalan itu dan menilai pilihan-pilihan secara sistematis dan obyektif serta sasaran-sasarannya yang menentukan keuntungan serta kerugian masing-masing. Untuk sampai pada kesiapan membeli, konsumen melalui tahapan-tahapan berikut :

1. Kesadaran

Kesadaran akan adanya obyek yang dibutuhkan di setiap waktu. Hal ini bisa diawali dengan pengenalan nama.

2. Mengetahui.

Pengetahuan tentang produk dilakukan dengan mendapatkan informasi sebanyak-banyaknya.

3. Menyukai

Pengenalan dan pengetahuan tentang produk yang bermanfaat untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan produk tersebut sehingga akan timbul rasa suka.

4. Preferensi.

Kesukaan pada produk menimbulkan minat untuk memiliki.

5. Keyakinan.

Pilihan pada produk harus dilandasi keyakinan bahwa hal ini merupakan tindakan yang tepat.

6. Pembelian.

Keyakinan yang kuat mengakibatkan konsumen bergerak untuk membeli produk yang dipilih sebagai langkah terakhir.

Keputusan pembelian yaitu mengidentifikasi semua pilihan yang mungkin untuk memecahkan persoalan itu dan menilai pilihan-pilihan secara sistematis dan obyektif serta sasaran-sasarannya yang menentukan keuntungan serta kerugiannya masing-masing²⁰.

Seseorang yang telah merasakan pemakaian konsep syari'ah yang dijalankan oleh Bank Muamalat Kendal akan bisa memberi penilaian dan mempunyai kesimpulan untuk memberikan sebuah keputusan bahwa dirinya akan terpengaruh menjadi nasabah Bank

²⁰ Cummins, Julian,1990, *Perilaku Konsumen* , Bina rupa Aksara Jakarta.

Muamalat, dengan sebuah persyaratan utama bahwa Bank Muamalat mempunyai Kepercayaan yang mampu mendukung terhadap kemudahan dalam memberikan pelayanan. Dan pelayanan yang diberikan juga mencerminkan kecepatan, keramahan, kehandalan, dapat dipercaya dan mempunyai kelebihan dengan sistem “*jemput bola*” sehingga seseorang merasakan kemudahan dalam bertransaksi dengan Bank Muamalat. Selain itu dengan konsep syari’ah yang dijalankan oleh Bank Muamalat akan terhindar dari riba yang akan membawa aman dunia akhirat dikarenakan menggunakan konsep bagi hasil.

2.4. Perbankan

a. Definisi Perbankan

Perbankan adalah lembaga keuangan yang berperan sangat vital dalam aktivitas perdagangan internasional serta pembangunan nasional. Pada dunia ekonomi modern saat ini, masyarakat sangat bank minded. Ini dapat dilihat dari makin maraknya minat masyarakat untuk menyimpan, berbisnis bahkan sampai berinvestasi melalui perbankan. Hal ini menyebabkan semakin maraknya dunia perbankan yang dapat dilihat dari tumbuhnya bank – bank swasta baru walaupun pemerintah semakin memperketat regulasi pada dunia perbankan.

Perbankan syariah dapat diartikan sebagai suatu sistem perbankan dikembangkan berdasarkan syariah (hukum) islam. Usaha pembentukan sistem ini didasari oleh larangan dalam agama islam untuk memungut maupun meminjam dengan bunga atau yang disebut riba serta larangan investasi untuk usaha – usaha yang dikategorikan haram misalnya : usaha yang berkaitan dengan produksi makanan/minuman haram, usaha media yang tidak islami dll, hal ini tidak dapat dijamin oleh system perbankan konvensional.

b. Pengertian Bank Muamalat

Bank Muamalat ialah lembaga keuangan syaria'ah sebagai lembaga pendukung kegiatan ekonomi masyarakat kecil dengan berlandaskan syariah.

Bank Muamalat merupakan lembaga ekonomi rakyat yang berupaya mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dengan sistem bagi hasil untuk meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha kecil bawah dan kecil dalam upaya pengentasan kemiskinan.

Bank Muamalat lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dan penyaluran dana yang non profit seperti zakat, infaq, shodaqoh , hibah, dan lain-lain dan pengumpulan dan penyaluran dana komersial.

Dari pengertian tersebut dapatlah ditarik suatu pengertian yang menyeluruh bahwa Bank Muamalat merupakan organisasi bisnis yang juga berperan sosial. Sebagai lembaga bisnis, Bank Muamalat lebih mengembangkan usahanya pada sektor keuangan, yakni simpan pinjam..

Peran umum yang dilakukan Bank Muamalat adalah melakukan pembinaan dan pendanaan yang berdasarkan sistem syari'ah. Peran ini menegaskan arti penting prinsip-prinsip syari'ah dalam kegiatan ekonomi masyarakat. Sebagai lembaga keuangan syari'ah yang bersentuhan langsung dengan kehidupan masyarakat kecil, maka Bank Muamalat mempunyai tugas penting dalam mengemban misi keislaman dalam segala aspek kehidupan masyarakat.

1. Penghimpunan dana dari anggota Bank Muamalat dan menyalurkannya kepada para anggota yang layak memenuhi standar kriteria yang ditentukan.
 2. Menerima titipan dana Amanah (dari dana zakat infaq, shodaqoh) dan menyalurkannya kepada yang berhak (delapan ashnaf)
- c. Prinsip Utama Bank Muamalat

Dalam melaksanakan usahanya Bank Muamalat berpegang teguh pada prinsip utama sebagai berikut :

1. Keimanan dan ketaqwaan kepada Allah SWT dengan mengimplementasikannya pada prinsip-prinsip syari'ah dan muamalah Islam ke dalam kehidupan nyata.
 2. Keterpaduan, yaitu nilai-nilai spiritual dan moral menggerakkan dan mengarahkan etika bisnis yang dinamis, proaktif, progresif adil dan berahlaq mulia.
 3. Kekeluargaan, yaitu mengutamakan kepentingan bersama di atas kepentingan pribadi.
 4. Kebersamaan, yaitu kesatuan pola pikir, sikap dan cita-cita antar semua elemen Bank Muamalat.
 5. Kemandirian, yaitu mandiri di atas semua golongan politik, tidak tergantung pada dana-dana pinjaman tetapi senantiasa proaktif untuk menggalang dana masyarakat sebanyak-banyaknya.
 6. Profesionalisme, yaitu semangat kerja yang tinggi, dengan bekal pengetahuan dan ketrampilan yang senantiasa ditingkatkan yang dilandasi keimanan. Kerja yang tidak hanya berorientasi pada kehidupan dunia saja, tetapi juga kenikmatan dan kepuasan rohani dan akhirat.
 7. Istiqomah, yaitu konsisten, konsekuen, kontinuitas/berkelanjutan tanpa henti dan tanpa pernah putus asa.
- d. Fungsi Bank Muamalat

Dalam rangka mencapai tujuannya, Bank Muamalat berfungsi :

1. Mengidentifikasi, memobilisasi, mengorganisasi, mendorong dan mengembangkan potensi serta kemampuan potensi ekonomi anggota.
 2. Meningkatkan kualitas SDM anggota menjadi lebih profesional dan Islami sehingga semakin utuh dan tangguh dalam menghadapi persaingan global.
 3. Menggalang dan memobilisasi potensi masyarakat dalam rangka meningkatkan kesejahteraan anggota.
 4. Menjadi perantara keuangan (financial aintermediaty) antara pemilik dana dengan dhuafa' terutama untuk dana-dana sosial seperti zakat, infaq, shodaqoh, hibah , dan lain-lain.
 5. Menjadi perantara keuangan antara pemilik dana, baik sebagai pemodal maupun sebagai penyimpan dengan pengguna dana untuk usaha pengembangan produktif.
- e. Prinsip Operasi Bank Muamalat.

Dalam menjalankan usahanya Bank Muamalat menggunakan prinsip-prinsip sebagai berikut :

1. Prinsip Bagi Hasil.

Bagi hasil/Nisbah adalah kesepakatan besarnya masing-masing porsi hasil yang akan diterima oleh pemilik dana (shohibul Maal) dan pelaksana usaha (mudharib) yang tertuang dalam akad atau perjanjian yang telah ditandatangani pada awal sebelum

dilaksanakannya kerjasama. Dengan prinsip ini ada pembagian hasil dari pemberi pinjaman dengan Bank Muamalat.

2. Sistem Jual Beli

Sistem ini merupakan suatu tata cara jual beli yang dalam pelaksanaannya Bank Muamalat mengangkat nasabah sebagai agen yang diberi kuasa melakukan pembelian barang atas nama Bank Muamalat dan kemudian bertindak sebagai penjual, dengan menjual barang yang telah dibelinya tersebut dengan ditambah mark-up. Keuntungan Bank Muamalat nantinya akan dibagi kepada penyedia dana.

3. Sistem Non Profit.

Sistem yang sering disebut sebagai pembiayaan kebajikan ini merupakan pembiayaan yang bersifat sosial dan non komersial. Nasabah cukup mengembalikan pokok pinjaman saja.

4. Akad bersyarikat.

Akad bersyarikat merupakan kerjasama antara dua pihak atau lebih dan masing-masing pihak mengikutsertakan modal (dalam berbagai bentuk) dengan perjanjian keuntungan atau kerugian yang disepakati.

5. Produk Pembiayaan

Penyedia uang dan tagihan berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam diantara Bank Muamalat dengan

pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi utangnya beserta bagi hasil setelah jangka waktu tertentu.

f. Aspek Kesehatan Bank Muamalat.

Yaitu faktor-faktor yang menjadi ukuran kesehatan dan keberhasilan usaha Bank Muamalat. Ada dua aspek utama kesehatan Bank Muamalat meliputi :

1. Aspek Jasadiyah

- a. Kinerja keuangan adalah kemampuan Bank Muamalat dalam melakukan penataan, pengaturan, pembagian dan penempatan dana dengan baik, teliti, cerdas dan benar.
- b. Kelembagaan dan manajemen merupakan aspek kesiapan Bank Muamalat untuk melakukan operasinya.

2. Aspek Ruhudiyah

- a. Visi dan misi Bank Muamalat Kendal yaitu komitmen dan semangat pendiri/anggota dan pengurus terhadap usaha harkat dan martabat.
- b. Kepekaan sosial yaitu kepekaan yang sangat tajam dan mendalam terhadap nasib umat di dalam masyarakat sekitar.
- c. Rasa memiliki yang kuat di antara pendiri, pemilik, anggota dan pengurus
- d. Pelaksanaan prinsip-prinsip syariah.

Secara umum Bank Muamalat mempunyai ciri-ciri sebagai berikut :

1. Merupakan lembaga ekonomi yang dapat dijangkau dan mampu menjangkau masyarakat kecil bawah (mikro) , berorientasi secara syariah dengan potensi jaminan dari dalam/sekitar lingkungannya.
2. Berusaha untuk mengumpulkan dana anggota dan menyalurkannya kepada anggota untuk modal usaha produktif.
3. Bank Muamalat menerima zakat, infaq, shodaqoh dan menyalurkannya kepada yang berhak menurut ketentuan syariah dengan perkiraan pemanfaatan yang paling produktif dan paling bermanfaat.

Pola Operasional Bank Muamalat, adalah :

1. Visi dan Misi sosial (non komersial- non profit oriented-profit oriented)
2. Memiliki fungsi sebagai mediator antara pembayar zakat (Muzakki) dan penerima zakat (mustahik)
3. Tidak mengambil profit apapun dari operasionalnya.
4. Pembiayaan operasionalnya dapat diambil dari bagian amil.
5. Dijalankan dengan prinsip ekonomi Islam.
6. Memiliki fungsi sebagai mediator antara anggota yang memiliki kelebihan dana dengan anggota yang kekurangan dana.
7. Pembiayaan operasional berasal dari asset sendiri atau dari keuntungan (bagi hasil) pembiayaan usaha produktif anggota.

g. Ciri-ciri kegiatan Bank Muamalat

1) Usaha

- a) Menerima simpanan anggota dengan prinsip berbagihasil (laba) berdasarkan syariah.
- b) Memberi pembiayaan kegiatan usaha ekonomi (produktif) dari Rp. 25.000 sampai Rp. 1.000.000,- , atau jika modalnya cukup besar bisa lebih dari itu.
- c) Menerima titipan dan mengelola pemanfaatan zakat, infaq, shodaqoh menurut ketentuan syariah.

2) Kegiatan Usaha

- a) Mendidik anggota untuk menyimpan/menabung dengan menyediakan pelayanan simpanan anggota.
- b) Memberikan pembiayaan untuk pengembangan usaha.
- c) Membimbing anggota dalam perencanaan dan pengembangan usaha.
- d) Membimbing anggota dalam pemanfaatan pembiayaan.
- e) Menyediakan sarana produksi.
- f) Memberikan latihan manajemen usaha maupun latihan teknis usaha.
- g) Memberikan pembinaan rohani dan pengkajian keislaman bagi seluruh anggota.

3) Pengelolaan.

- a) Dikelola secara profesional dan amanah.
- b) Mengutamakan jaminan usaha/sosial/lingkungan/tokoh masyarakat setempat daripada jaminan uang atau harta benda.
- c) Manager Bank Muamalat minimal lulusan DIII atau S1 bidang apa saja yang telah dilatih secara intensif dalam hal :
 - ❖ Konsepsi Syariah Bank Muamalat.
 - ❖ Mekanisme kerja Bank Muamalat.
 - ❖ Organisasi lingkungan Bank Muamalat (dukungan peran serta dan modal lingkungan)
- 4) Supervisi/Audit

Ada supervisi/audit keuangan internal yang dibentuk oleh masing-masing lembaga/organisasi yang mendirikan Bank Muamalat.
- 5) Modal Awal.

Modal awal Bank Muamalat disesuaikan dengan kemampuan penyertaan dana anggota, semakin banyak dana yang dijadikan sebagai modal awal semakin baik.
- 6) Pendiri.

Pendiri Bank Muamalat berjumlah minimal 20 orang atau lebih dan terdiri dari masyarakat setempat.
- 7) Persyaratan Pendirian.

- a) Adanya ikatan pemersatu yang jelas.
- b) Adanya kesamaan kebutuhan ekonomi tertentu.
- c) Adanya pemrakarsa atau sekelompok kecil orang inti yang memiliki peranan berpengaruh dan dipercaya orang lain di sekelilingnya.
- d) Ada orang yang bersedia mengelola dan melakukan kegiatan pelayanan kepada para anggota.
- e) Ada tujuan bersama yang disepakati dan memberikan manfaat yang nyata kepada perorangan anggotanya.

8) Jaminan dan Mitra

Pada prinsipnya jaminan dalam Bank Muamalat ditekankan pada faktor kepercayaan, kedekatan hubungan dengan pengusaha dan kegiatan usahanya, saling mengenal karena daerah usahanya tidak terlalu luas melalui tanggung renteng dan atau tokoh setempat yang diringi dengan kegiatan pengajian bersama. Untuk pembiayaan yang jumlahnya cukup besar (menurut skala Bank Muamalat) dibolehkan adanya jaminan material yang tersedia (Q.S Al-Baqarah : 283).

Mitra operasi Bank menjadi satu kesatuan dengan masyarakat dan lembaga lokal, misalnya pengajian/majlis taklim, lingkungan masjid dan atau pesantren. Sekretariat kantor diprioritaskan di lingkungan Masjid, namun jika tidak bisa,

dapat dipusatkan di lingkungan pasar (dekat kantong ekonomi) dan di perkampungan. Dalam operasinya sehari-hari, Bank Muamalat harus lebih aktif menjemput anggota ke lokasi, tidak hanya menunggu kedatangan anggota di kantor/sekretariat.

- 9) Ciri-ciri Bank Muamalat yang mandiri :
 - a) Simpanan anggota dan pembiayaan dari dan untuk anggota terus meningkat dan berjalan lancar.
 - b) Usaha produktif anggota terus berkembang.
 - c) Mampu memenuhi pembiayaan/modal pada anggota.
 - d) Mampu mengelola pembiayaan dari luar (Bank atau LPSM) secara baik.
 - e) Pengambilan keputusan pada tingkat pengurus maupun tingkat pengelola dilakukan secara mandiri dan demokratis.
 - f) Anggota terus meningkat baik jumlah maupun mutunya.
 - g) Sarana kerja dan pelayanan semakin lengkap.
 - h) Kegiatan Bank Muamalat semakin dikenal dan diterima masyarakat luas.
- 10) Manfaat Bank Muamalat bagi anggota :
 - a) Meningkatkan kesejahteraan hidup/perekonomian rumah tangga anggota.

- b) Mendidik anggota untuk hidup hemat, tidak konsumtif , ekonomis dan berpandangan ke depan (future oriented) melalui sikap dan kebiasaan menyimpan.
- c) Anggota dapat memperoleh pelayanan modal usaha.
- d) Anggota diarahkan (bimbingan manajemen) untuk mengembangkan usaha yang produktif dan menguntungkan.
- e) Adanya akad pembiayaan yang berpola bagi hasil akan melatih anggota berpikir kalkulatif(penuh perhitungan secara cermat dan teliti) dan musyawarah.
- f) Anggota akan terbiasa memegang amanah, bersikap jujur dan mengembangkan tanggungjawab atas pembiayaan yang diterima. Dalam hal ini anggota memperoleh pengajian Dinul Islam secara rutin.
- g) Meningkatkan kepercayaan pihak lain (misalnya dari BPRS ataupun lembaga yang semisal ketika akan mengajukan pembiayaan).

11) Manfaat Bank Muamalat bagi lingkungan

Bank Muamalat dapat didirikan di lokasi manapun juga, baik di wilayah ibukota negara, ibukota propinsi, ibukota kotamadya/Kabupaten, maupun ibukota kecamatan. Bank Muamalat bahkan tidak hanya dapat didirikan di masjid atau

pasar tetapi dapat juga didirikan di setiap instansi pemerintah/swasta, rumah sakit ,sekolah, balai desa, lokasi perkebunan, lokasi transmigrasi dan tempat-tempat lain yang padat penduduknya. Dengan begitu BMT memiliki pasar (market share) yang luas dan potensial. Kondisi ini akan sangat menguntungkan Bank Muamalat dalam pemasaran karena akan terbentuk jaringan pemasaran dan menguntungkan dalam strategi promosi karena akan terbentuk pemahaman yang sama pada masyarakat luas.

Dalam kondisi seperti ini yang perlu diperhatikan adalah :

1. Menjalin kemitraan antar sesama Bank Muamalat.
2. Membina hubungan dengan lingkungan fisik dan sosial dimana Bank Muamalat didirikan.

Pola kemitraan eksternal adalah interelasi antar sesama Bank dalam mengembangkan amal usaha, manajemen makruf dan strategi pemasaran yang tidak saling mematikan. Dengan demikian Bank Muamalat bermanfaat bagi lingkungannya, secara fisik, bangunan kantor/sekretariat Bank Muamalat harus mencerminkan keteduhan, persaudaraan dan keharmonisan dengan sekitarnya. Secara sosial program usaha dan kerja pengelola Bank Muamalat harus mampu membina

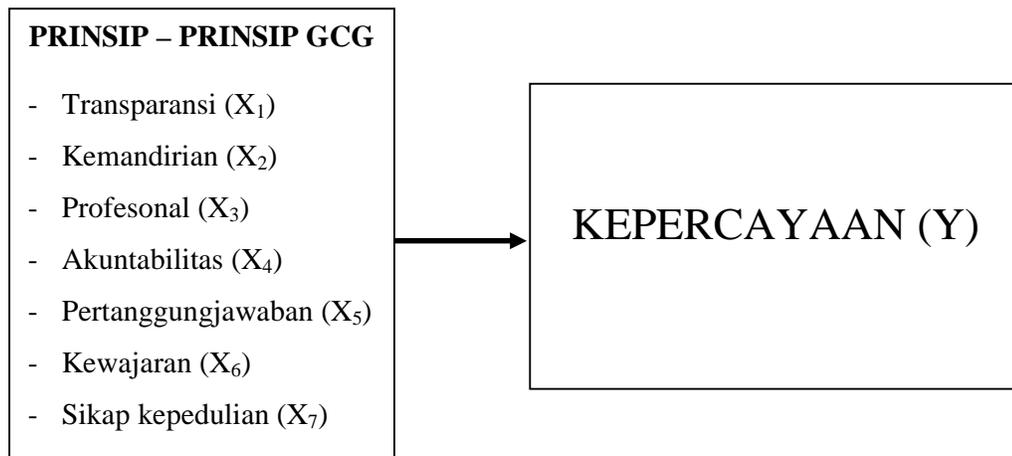
umat, misalnya mengadakan pengajian pendalaman Al-Qur'an secara periodik dengan anggota maupun masyarakat di sekitar Bank Muamalat.

12) Kegiatan Pokok Bank Muamalat :

1. Mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi berlandaskan syariah berupa penghimpunan dana dari anggota Bank Muamalat dan menyalurkannya kepada para anggota Bank Muamalat yang layak memenuhi standar kriteria yang ditentukan.
2. Menerima titipan dana Amanah (dari dana zakat infaq, shodaqoh) dan menyalurkannya kepada yang berhak (delapan ashnaf)

2.5 Kerangka Pemikiran Teoritis.

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi dan landasan teori yang ada, maka kerangka pemikiran teoritis penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut :



2.6 Hipotesis.

Berdasarkan pada telaah pustaka di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Diduga ada pengaruh signifikan antara variabel Transparansi terhadap Kepercayaan.
2. Diduga ada pengaruh signifikan antara variabel Kemandirian terhadap Kepercayaan.
3. Diduga ada pengaruh signifikan antara variabel Profesional terhadap Kepercayaan.
4. Diduga ada pengaruh signifikan antara variabel Akuntabilitas terhadap Kepercayaan.
5. Diduga ada pengaruh signifikan antara variabel Pertanggungjawaban terhadap Kepercayaan.

6. Diduga ada pengaruh signifikan antara variabel Kewajaran terhadap Kepercayaan.
7. Diduga ada pengaruh signifikan antara variabel Sikap Kepedulian terhadap Kepercayaan.
8. Diduga ada pengaruh signifikan antara variabel Prinsip – prinsip Good Corporate Governance (GCG), (Transparansi, Kemandirian, Profesional, Akuntabilitas, Pertanggungjawaban, Kewajaran, Sikap kepedulian) terhadap Kepercayaan Nasabah di Bank Muamalat Kendal.