

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kerangka Teori

2.1.1 Teori Minat

Menurut Eysenck, dkk, minat merupakan suatu kecenderungan untuk tingkah laku yang berorientasi pada obyek, kegiatan atau pengalaman tertentu dan kecenderungan tersebut antara individu dengan individu yang lain, tidak sama intensifnya. Minat diartikan pula sebagai kesadaran seseorang, bahwa suatu obyek, seseorang, suatu masalah ataupun suatu situasi yang mempunyai sangkut paut dengan dirinya yang dilakukannya dengan sadar serta diikuti rasa senang.

Menurut Tanunihardjo dan Santoso, minat akan ditunjukkan oleh tindakan sebagai berikut :

- a. Orang tersebut akan berusaha mendapatkan informasi yang lengkap.
- b. Orang tersebut akan menyesuaikan diri dengan kondisi yang ada.
- c. Orang tersebut akan berusaha memperhatikan.

Sedangkan menurut Pintrich dan Schunk membagi minat menjadi tiga, yaitu :

- a. Minat pribadi adalah minat yang berasal dari pribadi atau karakteristik individu yang relatif stabil.

- b. Minat situasi yaitu minat yang berhubungan dengan kondisinya.¹¹
- c. Minat dalam rumusan psikologi yaitu perpaduan antara minat pribadi dengan minat situasi.

Aspek perhatian tidak digunakan karena masih berupa perhatian belum bisa dikatakan sebagai minat, karena tidak adanya dorongan untuk memiliki. Tidak digunakannya keputusan dan perbuatan adalah sah bukan merupakan minat lagi, namun adalah menimbulkan reaksi lebih lanjut yaitu keputusan membeli.

2.1.2 Unsur-Unsur Minat

Unsur-unsur yang terkandung dalam minat meliputi:

- a. Perasaan Tertarik

Kurt Singer mengatakan bahwa sejak semula dunia ini menunjukkan suatu karakter yang bersifat mengajak bagi seseorang anak, artinya ini memperlihatkan dirinya dengan cara yang menarik dan memikat.

- b. Motif

Motif dapat diartikan sebagai gerakan atau pembangkit tenaga bagi terjadinya suatu tingkah laku.¹²

¹¹. Richard Carlson, "Teori Minat", *www.cosynook.worldpress.com/2013/02/14/teori-minat*, diakses 28 Oktober 2014.

¹². Ngalm Purwanto, *Psikologi Pendidikan*, Jakarta: PT Remaja Rosdakarya, 1992, h.71.

c. perasaan senang

Antara minat dengan perasaan senang terdapat hubungan timbal balik, sehingga tidak mengherankan kalau peserta didik yang berperasaan tidak senang juga akan kurang berminat dan sebaliknya. Perasaan senang merupakan aktivitas psikis yang didalamnya subyek menghayati nilai-nilai dari suatu obyek.

d. Perhatian

Menurut Witherington perhatian dapat diartikan menjadi dua macam, yang pertama perhatian yaitu pemusatan tenaga atau kekuatan jiwa tertuju kepada suatu obyek-obyek dan kedua perhatian adalah pendayagunaan kesadaran untuk mengerti suatu aktivitas.¹³

2.1.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Untuk Menggunakan Produk *Bai' Bitsman Ajil* (BBA) :

Dengan biaya yang ditawarkan oleh marketer syari'ah lebih ringan dengan produk *Bai' Bitsman Ajil* sehingga menarik perhatian individu untuk menggunakan produk *Ba'i Bitsaman Ajil* di BMT MADE Demak.

1. Motif sosial, dalam hal ini persyaratan yang mudah untuk mendapatkan pembiayaan *Bai' Bitsaman Ajil* yang ditawarkan marketer syari'ah menarik perhatian bagi nasabah BMT MADE Demak.

¹³. H.C Witherington, *Psikologi Pendidikan*, Jakarta::Aksara Baru,1978, h. 121.

2. Faktor emasional, yang mempengaruhi minat anggota yang menggunakan produk *Bai' Bitsaman Ajil* Di BMT MADE Demak dalam membentuk transparansi perhitungan oleh pihak marketer syari'ah sehingga calon anggota menjadi percaya, senang, dan inisiatif untuk menjadi anggota.¹⁴

2.2 Pengertian Marketing Syari'ah

Marketing menurut bahasa yaitu pemasaran. Sedangkan marketing menurut istilah adalah memindahkan barang dan jasa dari pemasok ke konsumen. Termasuk didalamnya adalah perancang dan pembuatan produk, pengembangan, pendistribusian iklan, promosi, serta analisa pasar untuk menentukan pasar yang sesuai.¹⁵

Menurut pakar marketing Indonesia Hermawan Kartajaya bersama dengan *Muhammad Syakir Sula*, dalam bukunya mengatakan bahwa marketing syari'ah merupakan suatu proses bisnis yang keseluruhannya prosesnya menerapkan nilai-nilai islam kejujuran juga keadilan. pemasaran syari'ah adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan *value* dari suatu inisiator kepada *stakeholdersnya*, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dan Islam. Hal ini berarti bahwa dalam

¹⁴. Abdul Waris, skripsi, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penerapan Prinsip-Prinsip Syari'ah Terhadap Minat Konsumen Hotel*, Semarang: IAIN Walisongo, 2009.

¹⁵. Mutmainnah (082411128), *Implementasi Strategi Marketing Syari'ah Di Hotel Semesta Semarang*, Fakultas syari'ah institut agama islam negeri semarang, 2012, h. 23-24

marketing syari'ah seluruh proses baik proses penciptaan, penawaran, maupun perubahan *value*. Tidak boleh ada hal-hal yang pertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah islami tidak terjadi dalam suatu transaksi atau dalam proses suatu bisnis, maka bentuk transaksinya apapun dalam pemasaran dibolehkan.¹⁶

Antara akhlaq dan ekonomi memiliki keterkaitan yang tak dapat dipisahkan. Dengan demikian, akhlaq yang baik berdampak pada terbangunnya muamalah atau kerjasama ekonomi yang baik. Rasulullah SAW tidak hanya diutus untuk menyebar luaskan akhlaq semata. Melainkan untuk menyempurnakan akhlak mulia baik akhlak dalam berucap, maupun dalam tingkah laku. Agama islam mengandung tiga komponen pokok struktur dan tidak dapat dipisahkan antara satu sama lain, yaitu : aqidah atau iman, syari'ah dan akhlak.¹⁷

Ada empat karakteristik marketing syari'ah yang dapat menjadi panduan bagi para marketer sebagai berikut:

1. Teistis (*Rabbaniyah*)

Hukum yang paling adil, paling selaras dalam bentuk kebaikan, paling dapat mencegah segala kerusakan, paling mampu mewujudkan kebenaran, memusnahkan kebatilan, dan menyebarluaskan kemaslahatan karena merasa cukup akan segala

¹⁶. kartajaya dan syakir sula, *Syari'ah...*, h. 26

¹⁷. <http://facebook.com/notes/menjaga.belajar.mengamalkan-alquran/Kewirausahaan-Berbasis-Syari'ah/4760913307636>

kesempurnaan dan kebaikannya, dia rela melaksanakannya dari hati yang paling dalam seorang syari'ah marketer menyakini bahwa Allah SWT. Selalu dekat dan mengawasinya ketika dia sedang melaksanakan segala macam bisnis.

Dan Allah akan meminta pertanggung jawaban darinya atas pelaksanaan syari'ah tersebut kelak di hari kiamat. Allah SWT berfirman (surah al-zalzalayah ayat 7-8)

﴿۸﴾ وَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ ﴿۷﴾ فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ ﴿۸﴾

Artinya:

“(7) Barang siapa yang mengerjakan kebaikan seberat dzarrahpun, niscaya dia akan melihat (balasan)nya (8) dan barang siapa yang mengerjakan kejahatan seberat dzarrahpun, niscaya dia akan melihat (balasan) nya pula”. (Qs. al-zalzalayah: 7-8)¹⁸

Marketing syari'ah didalam melakukan proses pejualan (*selling*), yang sering menjadi empat seribu satu macam kesempatan untuk melakukan kecurangan dan penipuan, kehadiran nilai-nilai religius menjadi sangat penting.

Marketing syari'ah harus memiliki *value* yang lebih tinggi. Ia harus memiliki merek yang lebih baik, karena bisnis syari'ah adalah bisnis kepercayaan, bisnis berkeadilan dan bisnis tidak mengadung tipu muslihat didalamnya.

¹⁸. Departemen Agama RI, *Alqur'an dan terjemahnya*, Bandung: CV Penerbit Depenegoro, 2008, h. 599.

Selain itu tunduk kepada hukum-hukum syari'ah, juga senantiasa menjauhi segala larangan-larangannya dengan suka rela, pasrah, dan nyaman, didorong oleh bisikan dari dalam, bukan paksaan dari luar.

Pelanggaran perintah dan larangan syari'ah misalnya mengambil uang yang bukan haknya, memberi keterangan palsu, ingkar janji, dan sebagainya, maka ia akan merasa berdosa, kemudian bertaubat dan mensucikan diri dari penyimpangan yang dilakukan. ia akan senantiasa memeliharanya segala aktifitas bisnisnya.¹⁹

2. Etis (*Akhlaqiyah*)

Sifat akhlaqiyah ini sebenarnya merupakan turunan dari sifatnya teitis (*Rabbiah*) diatas. dengan demikian, Marketing syari'ah adalah konsep pemasaran yang sangat mengedepankan nilai-nilai moral dan etika. tidak peduli apapun agamanya. karena nilai-nilai moral dan etika adalah yang bersifat universal. Muhammad Syafi'i Antonio melukiskan hal ini dengan indah. Ia menyatakan bahwa manusia adalah kholifah dimuka bumi. Islam memandang bumi dengan segala isinya merupakan amanah Allah SWT. Kepada

¹⁹. Ibid, h. 38-31

sang kholifah agar diperguruan dengan sebaik-baiknya bagi kesejahteraan bersama.²⁰

Prinsip bersuci dalam islam tidak hanya dalam rangkaian ibadah, tetapi dapat ditemukan juga dalam kehidupan sehari-hari didalam bisnis, berumah tangga, bergaul, bekerja, belajar dan lain-lain. semua tempat itu, diajarkan bersikap suci, menjauhkan diri dari dusta, kezaliman, penipuan, penghianatan, dan bahkan sikap bermuka dua (munafik). Itulah sesungguhnya hakikat pola hidup bersih sebagai seorang syari'ah marketer.²¹

3. Realistis (*Al-Waqi'iyah*)

Marketing syari'ah bukanlah konsep eksklusif, fanatis, *anti-modernitas*, dan kaku. pemasaran syari'ah adalah konsep pemasaran *fleksibel*, sebagaimana keluwesan syari'ah islamiyah yang melandasinya.

Syari'ah marketer bukanlah berarti apa pemasar itu harus penampilan ala bangsa arab dan mengharamkan dasi karena dianggap merupakan simbol masyarakat barat, misalnya. Syari'ah marketer adalah para pemasar profesional dengan penampilan yang bersih, rapi dan bersahaja, apapun model atau gaya berpakaian yang dilakukan dikenakanya. Mereka bekerja dengan profesional dan

²⁰. Muhammad Syafi'i Antonio, Bank syari'ah:wacana ulama cendikiawan, BI dan institute Jakarta,1990

²¹. Kartajaya Dan Syakir Sula, Syari'ah..., h. 32-35

mengedepankan nilai-nilai religius, kesalehan, aspek moral dan kejujuran dalam segala aktivitas pemasarannya.

Ia tidak kaku, eksklusif, tetapi sangat fleksibel dan luwes dalam bersikap dan bergaul. Ia sangat memahami bahwa dalam situasi pergaulan dilingkungan yang sangat heterogen, dengan beragam suku, agama, dan ras ada jaran yang diberikan oleh Allah SWT. Dan contohnya oleh nabi untuk bersikap lebih bersahabat, salah satu, dan simpatik terhadap saudara-saudaranya dari umat lain. Ada jumlah pedoman dalam perilaku bisnis yang dapat diterapkan kepada siapa saja tanpa melihat suku, agama, dan asal usulnya. Allah SWT berfirman (surah al-hujarat ayat 1)

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تُقَدِّمُوا بَيْنَ يَدَيْ اللَّهِ وَرَسُولِهِ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ

اللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ ﴿١﴾

Artinya:

“Hai manusia. sesungguhnya kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling mengenal, sesungguhnya oaran yang paling mulai diantara kamu disisi Allah SWT ialah orang yang paling taqwa diantara kamu, sesungguhnya Allah maha mengetahui lagi maha mengenal”. (Qs. al-hujarat: 1)²²

²². Departemen agama RI, Al-qur'an dan Terjemahnya, Bandung: CV penerbit Diponegoro, 2005, h. 411

Semua ini menunjukkan bahwa sedikitnya beban dan luasnya ruang kelonggaran bukanlah suatu kebetulan, malainkan kehendak Allah agar syari'ah islam senantiasa abadi dan kekal sehingga sesuai bagi setiap zaman, daerah, dan keadaan apapun. Dalam sisi inilah, pemasaran syari'ah berada. Ia bergaul silaturahmi, melakukan transaksi bisnis ditengah-tengah realitas kemunafikan, kecurangan, kebohongan atau penipuan yang sudah biasa terjadi dalam duniabisnis. akan tetapi, pemasaran syari'ah berusaha tegar, istiqomah, dan menjadi cahaya penerang ditengah-tegah kegelapan.²³

4. Humanistis (*Al-Insaniyyah*)

Humanistis (*Al-Insaniyyah*) adalah bahwa syari'ah diciptakan untuk manusia agar derajatnya terangkat. Sifat kemanusianya terjaga dan terpelihara, serta sifat-sifat kehewananya dapat terkenkang dengan panduan syari'ah dengan memiliki, nilai humanitis ia menjadi manusia yang terkontrol dan seimbang (*tawazun*), bukan manusia yang serakah, yang menghalalkan segala cara untuk meraih keuntungan sebesar besarnya. Bukan menjadi manusia yang bisa bahagia diatas penderitaan orang lain tau manusianya yang hatinya kering dengan kepedulian sosial.

Syari'at islam humanitis (*insaniyah*) diciptakan manusia sesuai dengan kapasitasnya tanpa menghiraukan ras, warna, kulit, kebangsaan, dan status hal inilah yang membuat syari'ah memiliki sifat universal.

²³. Ibid, h.35-38

Syari'at islam bukanlah syari'at bangsa arab, walaupun muhammad yang membawanya adalah orang arab. Syari'at islam adalah memiliki Tuhan bagi seluruh manusia. Dia menurunkan kitab yang berisi syari'at sebagai kitab universal, yaitu al-qur'an sebagaimana firman-nya: (Surah al-maa-idah ayat 7)

وَأْتَلُ عَلَيْهِمْ نَبَأَ ابْنَيْ آدَمَ بِالْحَقِّ إِذْ قَرَّبَا قُرْبَانًا فَتُقُبِّلَ مِنْ أَحَدِهِمَا وَلَمْ

يُتَقَبَّلَ مِنَ الْآخَرِ قَالَ لَأَقْتُلَنَّكَ ^ط قَالَ إِنَّمَا يَتَقَبَّلُ اللَّهُ مِنَ الْمُتَّقِينَ 

Artinya:

“Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan taqwa dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran” (Qs. al-maa-idah:7).²⁴

Diantara dalil-dalil tentang humanitas dan universal syari'at islam adalah prinsip *ukhuwah insaniyah* (persaudaraan antar umat manusia) islam mengarahkan dasar ikatan persaudaraan antar sesama manusia.²⁵

2.3 Pengertian *Bai' Bitsaman Ajil* (BBA)

BBA singkatan dari *Bai' Bitsaman Ajil* adalah istilah dalam lembaga keuangan syari'ah. Jual beli BBA adalah jual beli tangguh dan bukan dan bukan jual beli spot (*Bai*= jual beli, *Tsaman*= harga, *Ajil*= bertempo atau tidak tunai). Jenis transaksi ini sesuai dengan namanya adalah jual beli yang uangnya diberikan kemudian atau ditangguhkan. Sehingga BBA termasuk Dalam

²⁴. Departemen Agama RI, *Alqur'an*, h. 106.

²⁵. *Ibid*, h. 38-39

kategori sistem perdagangan dan perniagaan yang dibolehkan syariah. Oleh karena itu, keuntungan dari jual beli BBA halal, sedangkan keuntungan dari pemberian pinjaman adalah riba yang diharamkan syari'ah.²⁶

Sebutan BBA (*Bai' Bitsaman Ajil*), jika ditelusuri dalam referensi fiqh muamalah kebalikan dari *Bai' Mu'ajjal* (jual beli dengan pembayaran segera (kontan-*cash*). Kedua bentuk jual beli tersebut (jual beli dengan bayar tangguh dan jual dengan bayar kontan) karena kontrak ini sama diperbolehkan.²⁷

Ada beberapa pengertian tentang *Bai' Bitsaman Ajil* (BBA), berpendapat tentang BBA antara lain:

Syafi'i Antonio berpendapat bahwa *Bai' Bitsaman Ajil* (BBA) adalah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Dalam *Bai' Bitsaman Ajil* ini, penjual harus memberi tahu harga pokok yang ia beli dan menentukan tingkat keuntungan sebagai tambahannya. *Bai' Bitsaman Ajil* ini dapat dilakukan untuk pembeli secara pemesanan.²⁸

Menurut Osman Sabran, Pembiayaan *Bai' Bitsaman Ajil* (BBA) adalah suatu kontrak perjanjian oleh Bank untuk membeli barang yang dikehendaki oleh si nasabah. Bank tersebut akan menjual barang yang dibelinya itu kepada nasabah tersebut dengan harga pokok dan keuntungan yang disepakati, dan nasabah akan membayarnya secara tangguh.

²⁶ . Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syari'ah*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008, h. 193.

²⁷ . Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010, h. 67.

²⁸ . Syafi' I Antonio, *Bank Syari'ah Dari Teori Praktik*, Jakarta: Gema Insani, 2000, h. 101.

Mengikuti masa tempo yang ditetapkan dan bayar dengan jumlah tertentu secara berangsur-angsur.²⁹

Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa *Bai' Bitsaman Ajil* merupakan suatu pembayaran yang berskema jual-beli. Antara BMT dan si nasabah yang pembayarannya dilakukan secara angsuran dengan BMT mengambil keuntungan dari harga barang yang telah disepakati. Adanya unsur penangguhan waktu menyebabkan perlunya jaminan pembayaran. Dalam konsep ini dapat menggunakan surat-surat transaksi sebagai lunasnya pembayaran.

Perbedaan antara *Murabahah* dan *Bai' Bitsaman Ajil* dapat dilihat dari definisinya, yaitu

1. *Bai Bitsaman Ajil* merupakan pembiayaan jual beli yang pembayarannya dilakukan secara berangsur terhadap pembelian suatu barang dan jumlah kewajiban yang harus dibayar oleh nasabah sebesar jumlah harga besar *mark-up* yang telah disepakati.

Dengan sistem ini anggota akan mengembalikan pembiayaan tersebut yakni harga pokok dengan cara mengangsur sesuai jangka waktu yang telah disepakati.

²⁹.Osman Sabran, *Urus Niaga Al-Bai' Bitsaman Ajil dalam Mekanisme Pembiayaan Tanpa Riba*, Malaysia: UTM,2000, h. 4.

2. Sedangkan *Murabahah* ialah pembiayaan jual beli yang pembayarannya dilakukan pada saat jatuh tempo dan satu kali lunas beserta mark-up sesuai dengan kesepakatan bersama.³⁰

Dengan sistem ini anggota baru akan mengembalikan pembiayaan setelah jatuh tempo, namun keuntungan dapat diminta setiap bulan atau sekaligus dengan pokoknya.

Fatwa Dewan Syari'ah Nasional yang terkait dengan transaksi *Bai' Bitsaman Ajil* (BBA) dipersamakan dengan fatwa Dewan Syari'ah Nasional yang terkait dengan transaksi *murabahah* sebagai berikut:

1. Nomor 4/DSN-MUI/IV/2000 Tanggal 1 April 2000 *Bai' Bitsaman Ajil*
2. Nomor 13/DSN-MUI/IV/2000 Tanggal 16 september 2000 tentang uang muka dalam *Bai' Bitsaman Ajil*
3. Nomor 16/DSN-MUI/IX/2000 Tanggal 16 September 2000 tentang diskon dalam *Bai' Bitsaman Ajil*
4. Nomor 17/DSN-MUI/IX/2000 Tanggal 16 september tentang sanksi atas nasabah mampu menunda-nunda pembayarannya
5. Nomor 23/DSN-MUI/III/2002 Tanggal 28 Maret 2002 tentang potongan pelunasan dalam *Bai' Bitsaman Ajil*.³¹

³⁰. Wiroso, *Jual Beli Murabahah*, Yogyakarta: UII PRESS, 2005, h.56

³¹. Rizka Ulfana (102503072), *Peran Pembiayaan Bai' Bitsaman Ajil Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Di BMT Al-Hikmah*, Intitut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang, 2013,

2.3.1 Landasan Hukum Bai' Bitsaman Ajil

Adapun landasan hukum dari pembiayaan perdagangan dalam al bai' bitsaman ajil pada QS. An-Nisa' : 29

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِإِلْبَاطٍ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya:

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu makan hak sesama dengan jalan yang bathil kecuali dengan jalan perniagaan yang belaku dengan suka sama suka kamu.³²

Dari dasar hukum diatas, dapat dijelaskan bahwa jual beli dimana al bai' bitsaman ajil merupakan bagian terpenting dari padanya, merupakan sebagian terbesar dari rangkaian perniagaan atau bisnis.

Ayat ini menjelaskan menghalalkan kegiatan jual beli, tetapi mengharamkan jika kegiatan tersebut mengandung unsur riba. *Bai' bitsaman ajil* adalah salah satu mekanisme dalam jual beli islam yang dilaksanakan menurut hukum islam, memelihara rukun dan syarat jual beli yang ada dalam muamalah Islam. Jadi dalam praktek *bai' bitsaman ajil* diperbolehkan selama didalamnya tidak ada yang melanggar hukum islam.

Surah Al-baqorah Ayat 282

http://eprints.walisongo.ac.id/869/4/102503072_Bab3.pdf, Dalam Pdf diakses tanggal 18/11/2016 jam 11:15

³². Departemen Agama RI, Alqur'an dan Terjemahnya, Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2005, h. 29.

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدِينٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ ؕ وَلْيَكْتُبَ
بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ ؕ وَلَا يَأْبَ كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ ؕ
فَلْيَكْتُبْ وَلْيَمْلِلِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ ؕ وَلَا يَبْخَسْ مِنْهُ شَيْئًا ؕ

Artinya:

Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah[179] tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah mengajarkannya, meka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berhutang itu mengimlakkan (apa yang akan ditulis itu), dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya, dan janganlah ia mengurangi sedikitpun daripada hutangnya.(QS. Al-baqarah ayat: 282)³³

وَإِنْ كَانَ ذُو عُسْرَةٍ فَنَظِرَةٌ إِلَىٰ مَيْسَرَةٍ ؕ وَأَنْ تَصَدَّقُوا خَيْرٌ لَّكُمْ إِنْ كُنْتُمْ
تَعْلَمُونَ

Artinya:

Dan jika (orang yang berhutang itu) dalam kesukaran, Maka berilah tangguh sampai Dia berkelapangan. dan menyedekahkan (sebagian atau semua utang) itu, lebih baik bagimu, jika kamu mengetahui. (Q.S Al-baqarah ayat: 280)

Hadits Riwayat Ibnu Majah dari Shuhaib

Landasan hukum yang diambil dari hadits Hadist ini menunjukkan bahwa *Bai' bitsaman ajil* atau jualan barang dengan harga tangguh pernah diamalkan oleh rasulullah S.A.W sendiri yang membeli makanan dari seorang dengan menangguhkan bayarannya, dijelaskan hadits dibawah:

³³. Departemen agama RI, Al-qur'an dan Terjemahnya, Bandung: CV penerbit Diponegoro, 2005, h. 48

ان النبي صلى الله عليه و اله وسلم قال : ثلاث فيهن البر اكة : البيع الى اجل
والمقارضة وخط البر بالشعير للبيت لا للبيع (رواه ابن ماجه عن صهيب)

Artinya:

Dari suhaib RA. Bahwa Rasulullah SAW bersabda: “ tiga perkara didalamnya terdapat keberkatan (1). jual beli secara tangguh (2). Muqaradhah (nama lain dari mudharabah), (3). Mencampurkan tepung dengan gandum untuk kepentingan rumah dan bukan untuk dijual.³⁴

Penjelasan hadits diatas, demikian dapat diambil faedah, Dimana Nabi mengutarakan adanya suatu keberkahan dalam 3 hal. Salah satunya adalah menjual dengan tempo pembayaran (kredit) karena didalamnya unsur saling berbaik hati, saling mempermudah urusan dan memberikan pertolongan kepada orang yang hutang dengan cara penundaan barang pembayaran. Demikian pula terhadap utang dengan menyegerakan pembayaran, kemudian diberikan (*discount* atau korting) untuk memperoleh pembayaran sebelum jatuh tempo.

2.3.2 Rukun dan Syarat *Ba'i Bitsaman Ajil*

Al Bai' Bitsaman Ajil adalah *ba'i al-murabahah* yang dinyatakan dibayarkan secara tangguh. Syarat-syarat dan rukun ini sama dengan murabahah. Perbedaan diantara terletak pada cara pembayarannya, dimana pada pembiayaan murabahah pembayaran ditunaikan setelah berlansungnya akad kredit, sedangkan pada pembiayaan *Al Bai' Bitsaman Ajil* cicilan baru

³⁴ . Syafi'i Antonio, Bank Syari'ah dari Praktek, Jakarta: Gema Insani, 2000, h.102

dilakukan setelah nasabah penerima barang mampu memperlihatkan hasil usahanya.³⁵ Rukunnya, yaitu:

a. Rukun *Bai' Bitsaman ajil*

1. Penjual.
2. Pembeli.
3. Barang yang diperjual-belikan.
4. Harga dan
5. Ijab- qabul

b. Syarat- syarat *Bai' Bitsaman Ajil*

1. Pihak yang berakad
2. Sama- sama ridha atau ikhlas.
3. Mempunyai kekuasaan untuk melakukan jual beli.

c. Barang obyek

1. Barang meskipun tidak ditempat, namun ada pernyataan kesanggupan untuk mengadakan barang tersebut.
2. Barang itu milik sah penjual dan sesuai dengan pernyataan penjual.
3. Barang yang diperjual belikan harus berwujud.
4. Tidak termasuk kategori yang diharamkan.

d. Harga

1. Harga jual beli bank adalah harga beli ditambah margin keuntungan.

³⁵. Mervyn K. Lewis dan Latifa M. Algaoud, *Islamic Banking*, Jakarta: Serambi Ilmu Semesta, 2007, h. 78.

2. Harga beli tidak boleh berubah selama masa perjanjian.
3. Sistem pembayaran dan jangka waktunya disepakati bersama.³⁶

2.3.3 Manfaat dan Resiko *Bai' Bitsaman Ajil* (BBA).³⁷

Sesuai dengan sifat bisnis, transaksi *Bai' Bitsaman Ajil* memiliki beberapa manfaat, demikian juga resiko yang harus diantisipasi. *Bai' Bitsaman Ajil* memberikan banyak manfaat kepada BMT, salah satunya adalah adanya keuntungan dari selisih harga beli dengan harga jual kepada nasabah. selain itu, sistem perhitungan *Bai' Bitsaman Ajil* juga sederhana. Hal tersebut memudahkan penanganan administrasinya di BMT.

Resiko yang harus diantisipasi adalah antara lain sebagai berikut:

1. *Default* atau kelalaian, nasabah sengaja tidak membayar angsuran.
2. *Fluktuasi harga komparatif*. Ini terjadi apabila harga suatu barang di pasar naik setelah bank membelikan untuk nasabah. Bank tidak bisa mengubah harga jual beli tersebut.

³⁶. M. Ali Hasan, *Berbagai Transaksi Dalam Islam Fiqh Muamalah*, Jakarta: Pustaka Pelajar, 2002, h. 118.

³⁷. Antonio, *Teori Kepratik ...*, h. 106-107

3. Penolakan nasabah, barang yang dikirim bisa saja ditolak oleh nasabah karena berbagai sebab. Bisa jadi karena rusak dalam perjalanan sehingga nasabah tidak mau menerimanya.

2.4 Pelaksanaan Pembiayaan Dengan Akad *Bai' Bitsaman Ajil* (BBA) Di BMT MADE DEMAK

Pembiayaan *Bai' Bitsaman Ajil* (BBA) Merupakan pembiayaan dengan sistem jual beli dengan menjual barang harganya telah ditambah dengan margin dan pembayarannya dapat dilakukan dengan dicicil. *Margin* yang diberikan pada BMT ditentukan dalam prosentase yang diberikan yaitu antara 2% sampai 3% selama tidak memberatkan nasabah.

Bai' Bitsaman Ajil (BBA) tidak hanya terbatas antara pembeli dan penjual dipasar. Tetapi sebuah lembaga keuangan seperti BMT pun bisa melakukan akad ini. Namun sebenarnya BMT hanya memiliki uang dan tidak memiliki barang. Maka bila ada seseorang yang ingin membeli barang, pihak BMT tidak bisa menyediakan barang itu. Pihak BMT harus membeli terlebih dahulu barang yang dibutuhkan pembeli. Idealnya, pihak dan BMT akan datang kepasar dan membeli barang yang dibutuhkan lalu menjualnya kepada pembeli atau nasabah dengan mengambil keuntungan harga.

Menurut Bapak Hanan Efendi, Amd selaku menejer Cabang Karang anyar, pembiayaan *Bai' Bitsaman Ajil* dalam prakteknya, untuk pengadaan

barang, pihak penjual (BMT) akan kerepotan bila harus bolak balik ke pasar untuk memberi barang. Sehingga untuk mudah dan efiesinya, pihak BMT bisa mewakilkan pembelian barang dari pasar kepada nasabah, dengan cara memberikan jumlah plafon yang diminta dengan margin sesuai kesepakatan. Atau lebih mudahnya BMT minta tolong kepada nasabah untuk membelikan barang.³⁸

Demi keefektifan dan efiesinya suatu proses pemberian pembiayaan, maka perlu adanya suatu pedoman atau prosedur dalam pemberian pembiayaan yang layak, sehingga terjadi saling control antara satu dengan lainnya yang diharapkan tidak terjadi penyalahgunaan tugas dan wewenang dalam penanganan pembiayaan. Prosedur itu dibuat mengingat tingginya resiko terjadinya pembiayaan macet yang kerap kali menjadi batu sandungan bagi lembaga keuangan mikro syari'ah untuk tumbuh dan berkembang layaknya lembaga-lembaga keuangan lainnya.

2.5 Prosedur Pengajuan Pembiayaan *Bai' Bitsaman Ajil* (BBA) Di BMT MADE DEMAK

Nasabah yang akan mengajukan pembiayaan di BMT MADE Demak Jawa Tengah haruslah mengajukan permohonan pembiayaan, dengan melampirkan syarat-syarat yang ditentukan oleh BMT, syarat yang harus dipenuhi tersebut ada;ah mengisi form permohonan pembiayaan dengan

³⁸ Wawancara Hanan Efendi, Amd. Staff manager cabang karang anyar pada tanggal 21/01/2016 pada waktu 11.00-13.00

melengkapi berkas-berkas persyaratan, seperti foto copy KTP Suami dan istri, foto copy kartu keluarga, rekening listrik atau telepon, foto copy surat jaminan (STNK+BPKB/ PBB+SERTIFIKAT) dan bersedia disurvey.

Beberapa kriteria pembiayaan yang disetujui oleh bank adalah :³⁹

1. Calon Nasabah harus mempunyai karakter yang bagus, hal ini bertujuan untuk mengetahui apakah nantinya calon nasabah tersebut jujur berusaha memenuhi kewajibannya (*membayar angsuran*)
2. Mempunyai pendapatan yang tetap atau cukup.
3. Nilai jaminan (*sesuai dengan ketentuan BMT*) Hal bertujuan untuk menjadi pengganti apabila sinasabah tidak mampu untuk memenuhi kewajibanya. sebelum bank menetapkan agunan tersebut dengan cara meneliti dan mempelajari kelengkapan, dan keabsahan dukumen-dukumen yang diarahkan oleh nasabah, selain itu bagian marketing melakukan peninjauan setempat untuk mengetahui dan menilai dan memiliki fisik barang yang akan di jadikan jaminan, apakah sesuai dengan berkas dan dukumen yang diserahkan oleh sinasabah atau tidak.

Dan pembiayaan yang tidak disetujui adalah tidak memenuhi kreteria yang ada diatas.

2.6 Penelitian Terdahulu

³⁹. Wawancara dengan Pak Ariful Husni, SE, MM sebagai (Manajer Pusat) pada tanggal 1/11/2015 waktu 09.00.10.00

Sebelum penelitian yang akan dilaksanakan, ada beberapa penelitian yang telah mengkaji dan meneliti mengenai pemasaran syari'ah sebagaimana telah dilakukan oleh.

Maria Ulfa (082411108) mahasiswa Fakultas Syari'ah IAIN Walisonggo Semarang yang berjudul "Analisis Pengaruh Marketing Syari'ah Terhadap Minat Dana Talangan Haji Di Bank Muamalat Cabang Semarang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen (Pemasaran Syari'ah) terhadap variabel dependent (minat nasabah dana talangan haji) mampu memberikan sumbangan sebesar 42,7% sedangkan yang 57,3% sisa dijelaskan variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini (tidak diteliti). Hasil uji imperis pengaruh antara marketing syari'ah terhadap minat nasabah menunjukkan nilai t hitung 4,564 dan p value (sig) sebesar 0,000 yang dibawah 5% dengan menggunakan tingkat alfa 5% maka posisi probabilitasnya dibawah alfa. Dengan demikian penelitian tersebut terdapat pengaruh marketing syari'ah terhadap minat nasabah.⁴⁰

Penelitian yang lain tentang minat oleh Ali Maskhur (062411029) mahasiswa Fakultas Syari'ah IAIN walisonggo semarang yang berjudul "Hubungan Citra *Murabahah* dengan Minat Nasabah di BMT Nusa Umat

⁴⁰ Maria Ulfa, *Analisis pengaruh marketing syari'ah terhadap minat nasabah talangan haji bank Muamalat Semarang.* " Skripsi IAIN Walisonggo Semarang, 2012.

Sejahtera Kota Semarang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *coefficient correlation* dengan melihat pada baris *coefficient correlation* yang menunjukkan angka 0,901. Dari *table correlations* diketahui bahwa angka sig adalah sebesar 0,000. Oleh karena angka 0,000 adalah lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis yang diajukan dapat diterima. Dari perhitungan tersebut mengindikasikan bahwa citra *murabahah* memiliki hubungan yang positif dengan penciptaan minat nasabah untuk membeli atau memanfaatkan produk *murabahah* di BMT Nusa Umat Sejahtera Kota Semarang.⁴¹

Berdasarkan penelitian terdahulu maka pada penelitian Maria Ulfa tentang marketing syariah berpengaruh terhadap minat nasabah dana talangan haji, selanjutnya peneliti bermaksud mengimbangkan adapun penelitian selanjutnya dengan mengganti objek penelitian pada produk pembiayaan *Bai' Bitsaman Ajil* sedang akan penelitiannya Ali Maskur tentang Hubungan citra *Murabahah* dengan minat nasabah di BMT Nusa Umat Sejahtera, menunjukan bahwa adanya hubungan citra *murabahah* dengan minat nasabah di BMT Nusa Umat Sejahtera Kota Semarang. Maka peneliti bermaksud mengambil faktor minat dari nasabah tersebut untuk dijadikan variabel. Dengan demikian penelitian yang kami maksud belum pernah dilaksanakan sebelumnya.

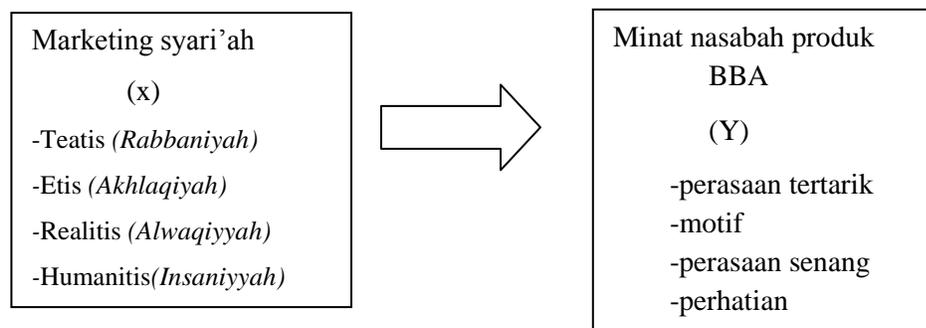
⁴¹ Ali Mansur, *Hubungan Citra Murabahah dengan Minat Nasabah di BMT Nusa Umat Sejahtera Semarang*,” Skripsi IAIN Walisongo Semarang, 2012.

2.7 Kerangka Teori

Model konseptual yang didasarkan pada tujuan pustaka, maka kerangka pemikiran teoritik penelitian dijelaskan pada gambar berikut:

Gambar 2.1

Kerangka Teori.⁴²



2.8 Hipotesis Peneliti

Hipotesis berasal dari kata *hypo* yang berarti kurang dan *thesis* yang berarti pendapat. Dari kedua kata itu dapat diartikan bahwa hipotesis adalah pendapat yang kurang, maksudnya bahwa hipotesis ini merupakan pendapat atau pernyataan yang masih belum tentu kebenarannya, masih harus diuji terlebih dahulu karena bersifat sementara atau dugaan awal (Kriyantono, 2010:28).⁴³ Dari pengertian di atas, uji hipotesis antara dua variabel adalah:

⁴². Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syari'ah Marketing*, Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006, h. 28.

⁴³. Burhan Burgin, *Metode Penelitian Kuantitatif, Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Prenada Media Group, 2005, h. 91

Ha : *Marketing Syari'ah* tidak berpengaruh terhadap minat nasabah produk *Bai' Bitsaman Ajil* (BBA).

Ho : *Marketing Syari'ah* berpengaruh terhadap minat nasabah produk *Bai' Bitsaman Ajil* (BBA).