

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Pemasaran

1. Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani “*strategia*” yang diartikan sebagai “*the art of the general*” atau seni seorang panglima yang biasanya digunakan dalam peperangan.¹ Dalam pengertian umum, strategi adalah cara untuk mendapatkan kemenangan atau mencapai tujuan. Strategi pada dasarnya merupakan seni dan ilmu yang menggunakan dan mengembangkan kekuatan (ideology, politik, ekonomi dan sosial budaya) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Strategi menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia, strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.²

Strategi menurut Wiliam F. Guck adalah suatu kesatuan rencana yang terpadu dan menyalur, agar mengaitkan kekuatan perusahaan dengan lingkungan yang dihadapinya agar dapat dicapainya tujuan.

Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan perencanaan dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Didalam strategi yang baik

¹M. Suyanto, *Marketing Strategy*, Yogyakarta: Andi Offset, 2007, h.106

² Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Pusat Bahasa, Edisi 4, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2008, h.1340

terdapat koordinasi tim kerja memiliki tema mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif.³

Adapun manfaat strategi secara umum adalah:

- a. Sebagai cara untuk mengantisipasi masalah-masalah perusahaan di masa depan pada kondisi perusahaan yang berubah secara cepat.
- b. Dapat memberikan tujuan dan arah perusahaan di masa depan dengan jelas kepada semua karyawan.
- c. Membuat tugas para eksekutif puncak menjadi lebih mudah dan kurang beresiko.
- d. Untuk memonitor apa yang dikerjakan dan apa yang terjadi didalam perusahaan agar dapat memberikan sumbangan terhadap kesuksesan perusahaan atau justru mengarah pada kegagalan.

2. Pemasaran

Salah satu kegiatan pokok yang harus diperhatikan dalam mempertahankan perusahaan adalah pemasaran, yang merupakan kumpulan aktivitas dalam rangka sosialisasi dan pendistribusian produk oleh perusahaan melalui penciptaan dan penghargaan nilai

³ Paul N. Bloom dan Louise N. Boone, *Strategi pemasaran produk: 18 Langkah Membangun Jaringan Pemasaran Produk yang Kokoh*, Jakarta: Prestasi Pustakaraya, 2009, h.72

yang ditujukan untuk kepuasan konsumen dan pencapaian tujuan perusahaan.

Menurut Wiliam pemasaran ada 2 pengertian

a. Dalam arti kemasyarakatan

Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

b. Dalam arti bisnis

Pemasaran adalah termasuk salah satu kegiatan dalam perekonomian dan membantu dalam penciptaan nilai ekonomi sedangkan nilai ekonomi itu sendiri akan menentukan harga barang dan jasa bagi individu-individu.

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan managerial antara individu atau kelompok dengan individu atau kelompok lain agar mereka memperoleh apa yang dibutuhkan dan diinginkan melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran segala sesuatu yang bernilai⁴. Dengan demikian pemasaran dapat didefinisikan sebagai hasil prestasi kerja kegiatan usaha manusia yang diarahkan untuk memuaskan kebutuhan konsumen dengan adanya pengadaan barang dan jasa dari produsen sampai ke konsumen.

⁴ Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank*, Yogyakarta: Liberty, 2002, h.5

Setelah kita mengetahui definisi awal mengenai pemasaran secara umum yang tidak hanya berupa proses, menjual, iklan dan promosi. Melainkan keseluruhan proses dalam perusahaan yang mempertukarkan produk atau nilai dengan pihak lain termasuk proses riset pemasaran, pelayanan purna jual, branding, perilaku konsumen, dan lain sebagainya. Selanjutnya kita akan mencoba membahas pemasaran bank. Secara umum pemasaran bank dapat diartikan sebagai suatu proses untuk menciptakan dan mempertukarkan produk atau jasa bank yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cara memberikan kepuasan kepada nasabah⁵.

Bagi perusahaan kegiatan pemasaran merupakan suatu hal yang pokok dalam mencapai tujuan karena kegiatan pemasaran diarahkan untuk menciptakan pertukaran yang memungkinkan perusahaan untuk memperoleh laba. Dalam rangka mencapai tujuan tersebut perusahaan harus dapat menganalisa faktor permintaan terdiri dari faktor yang tidak dapat dikendalikan dan faktor yang dapat dikendalikan. Faktor yang tidak dapat dikendalikan yaitu faktor yang tidak dapat dikuasai oleh perusahaan misalnya faktor konsumen, pesaing, teknologi, peraturan pemerintah. Kedua yaitu faktor yang dapat dikendalikan perusahaan yaitu faktor-faktor yang dapat dikuasai oleh perusahaan misalnya masalah harga, produk, promosi dan lokasi

⁵ Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2004, h.63

(tempat).Rangkainya faktor-faktor yang dapat dikendalikan perusahaan pada saat tertentu sering dikenal sebagai *marketing mix* atau bauran pemasaran dalam ilmu pemasaran modern⁶.

Pada dasarnya pengertian konsep pemasaran mempunyai persamaan dengan konsep pemasaran bank.Konsep pemasaran (produksi) berorientasi pada kebutuhan konsumen, sedangkan konsep pemasaran berorientasi pada konsumen (nasabah).Dasar pemikirannya bagaimana caranya aktivitas pemasaran bank dapat dilaksanakan berdasarkan suatu falsafah yang mantap, yang mengungkapkan pemasaran yang tanggap, bertanggung jawab dan selalu memberikan kepuasan pada nasabah serta menguntungkan perusahaan.

Konsep pemasaran bank mengandung arti⁷:

- a. Mempunyai falsafah yang mantap dan bertanggung jawab
- b. Berorientasi pada nasabah di satu pihak
- c. Menguntungkan perusahaan di lain pihak

Secara umum tujuan pemasaran bank adalah untuk⁸:

- a. Memaksumkan konsumsi atau dengan kata lain memudahkan dan merangsang konsumsi, sehingga dapat menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan bank secara berulang-ulang.
- b. Memaksimumkan kepuasan pelanggan melalui berbaai pelayanan yang diinginkan nasabah. Nasabah yang puas akan menjadi ujung

⁶M. Nur Arinto Al Arif,*Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2012,h.10-11

⁷Herry Achmad Buchory dan Djaslim Saladin, *Dasar-dasar Pemasaran Bank*, Bandung: Linda Karya,2006,h.9

⁸ Kasmir, *Pemasaran...*,h.66-67

tombak pemasaran selanjutnya, karena kepuasan ini akan ditularkan kepada nasabah lainnya melalui cerita (*word of mouth*).

- c. Memaksimalkan pilihan (ragam produksi) dalam arti bank menyediakan berbagai jenis produk bank sehingga nasabah memiliki beragam pilihan pula.
- d. Memaksimalkan mutu hidup dengan membrikan berbagai kemudahan kepada nasabahan menciptakan iklim yang efisien.

3. Strategi Pemasaran

Menurut Mill & Kahli, strategi pemasaran adalah alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan pesaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar saluran tersebut.

Strategi pemasaran adalah suatu rencana yang memungkinkan perusahaan dalam memanfaatkan sumberdaya yang dimiliki dengan sebaik-baiknya untuk mencapai tujuan perusahaan.⁹

Strategi pemasaran adalah menentukan pasar target dan bauran pemasaran yang terkait, gambaran besar mengenai apa yang dilakukan suatu perusahaan di suatu pasar.

Sedangkan strategi pemasaran syariah adalah cara yang ditempuh dalam rangka menawarkan dan menjual kepada masyarakat

⁹MahmudMachfoedz, *Pengantar Pemasaran Modern*, Yogyakarta: AMP YKPN, 2005,h.73

produk-produk yang diwujudkan dalam bentuk tindakan dan langkah-langkah kebijakan yang sejalan dengan prinsip-prinsip syariah¹⁰.

Di era globalisasi, daya saing perusahaan perlu ditingkatkan, tidak hanya aspek produksi tetapi juga aspek pemasarannya. Meskipun fungsi manajemen kontribusi masing-masing saat penyusunan strategi bagi tingkatan yang berbeda, namun rentang kendali perusahaan terhadap lingkungan eksternalnya cenderung terbatas. Dalam kondisi ini, perusahaan perlu menempatkan strategi pemasaran agar berperan penting bagi keberlanjutannya. Hal ini berfungsi manajemen memiliki kontak yang paling besar dengan dunia luar adalah fungsi pemasaran.

Pada prinsipnya strategi pemasaran memberikan arah dalam kaitannya dengan variabel-variabel seperti segmentasi pasar, identifikasi pasar sasaran, positioning, elemen bauran pemasaran dan biaya pemasaran, dimana strategi pemasaran merupakan bagian integral dari strategi bisnis yang memberi arah bagi semua fungsi manajemen suatu organisasi.

Pada penerapan di lapangan, strategi pemasaran sangat erat hubungannya dengan *marketing mix* (bauran pemasaran). Strategi pemasaran mengandung dua faktor yang terpisah tetapi berhubungan erat yaitu target pasar yang dihubungkan dengan *marketing mix*. Target pasar merupakan suatu kelompok konsumen yang homogen, yang merupakan sasaran pasarsedangkan *marketing mix* adalah kombinasi

¹⁰Makhalul Ilmi, *Teori dan Praktek Mikro Keuangan Syariah*, Yogyakarta: UII Press, 2002, h57

dari empat elemen yaitu perencanaan produk, penentuan harga, sistem distribusi, dan promosi yang digunakan untuk memuaskan kebutuhan target pasar dan pada saat yang bersamaan digunakan untuk memenuhi kebutuhan pemasaran¹¹.

B. Pembiayaan

1. Pengertian Pembiayaan

Menurut UU No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Salah satu kegiatan usaha Bank Syariah adalah dalam hal penyaluran dana atau sering disebut pembiayaan. Pembiayaan adalah kegiatan bank syariah dalam menyediakan dana guna membiayai kebutuhan nasabah yang memerukannya layak memperolehnya¹².

Sedangkan pengertian lain dari pembiayaan menurut kodifikasi produk perbankan syariah tahun 2007 oleh Bank Indonesia adalah peyediaan dana atau tagihan/piutang yang dapat dipersamakan dengan itu berupa:

- a. Transaksi investasi dalam akad *mudharabah* dan atau *musyarakah*
- b. Transaksi sewa dalam akad *ijarah*/sewa dengan opsi perpindahan hak milik dalam akad *Ijarah Muntahiya bit Tamlik*

¹¹ Marwan Asri, *Marketing*, Yogyakarta: AMP YKPN, 1991, h.30

¹² Zaenul Arifin, *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*, Jakarta: Alfabeta, 2002, h.217

- c. Transaksi jual beli dalam akad *mudharabah*, *salam*. Dan *istishna*
- d. Transaksi pinjam meminjam dalam akad *qardhdan*
- e. Transaksi *Multijasa* dengan menggunakan akad *ijarah* atau *kafalah*, berdasarkan persetujuan/kesepakatan antara bank dengan nasabah pembiayaan untuk melunasi hutang/kewajiban dan atau menyelesaikan investasimudharabah dan atau *musyarakah* dan hasil pengelolaan sesuai dengan akad.

Pembiayaan atau *financing* yaitu pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihaklain untuk mendukung investasi yang telah direncanakam baik dilakukan sendiri maupun lembaga. Dengan kata lain, pembiayaan adalah pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan. Dalam kaitannya dengan pembiayaan pada perbankan islam atau istilah teknisnyadisebut sebagai aktiva produktif. Aktifa produktif adalah penanaman dana bank islam baik dalam rupiah maupun valuta asing dalam bentuk pembiayaan, piutang,*qardh*,surat berharga, penempatan,penyertaan modal, penyertaan modal sementara, komitmen dan kontijensi pada rekening administratif serta sertifikat *wadiah*¹³.

¹³Veithzal Rivai & Arviyan Arifin,*Islamic Banking sebuah Teori Konsep dan Aplikasi*,Jakarta:PT. Bumi Aksara,2010,h.681

2. Jenis-jenis pembiayaan

a. jenis pembiayaan berdasarkan tujuan penggunaan

Pengelompokkan pembiayaan menurut sifat penggunaannya dibagi menjadi dua yaitu:

1. Pembiayaan produktif, yaitu pembiayaan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan produksi seperti peningkatan usaha, perdagangan dan investasi.
2. Pembiayaan konsumtif yaitu pembiayaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi, yang akan habis di gunakan untuk memenuhi kebutuhan.

b. Jenis pembiayaan Berdasarkan Jangka Waktu

Jenis pembiayaan berdasarkan jangka waktu dapat dikelompokkan menjadi:

- 1) Pembiayaan jangka pendek yaitu fasilitas pembiayaan dengan tenggang waktu pelunasan kepada bank tidak lebih dari satu tahun. Pembiayaan jenis ini umumnya berupa pembiayaan modal kerja untuk perdagangan, industry, dan sektor lainnya.
- 2) Pembiayaan jangka menengah yaitu fasilitas pembiayaan dengan tenggang waktu pelunasan kepada bank lebih dari satu tahun sampai dengan tiga tahun. Contoh pembiayaan ini adalah pembiayaan untuk pembelian kendaraan, pembiayaan modal kerja, untuk konstruksi.

- 3) Pembiayaan jangka panjang yaitu fasilitas pembiayaan dengan jangka waktu pembiayaan dengan jangka waktu pembiayaan yang diberikan lebih dari tiga tahun. Contoh pembiayaan jangka panjang adalah pembiayaan untuk pembangunan pabrik besar, jalan tol, bandara besar, dan lain-lain.

3. Fungsi Pembiayaan

Pembiayaan mempunyai peran yang sangat penting dalam perekonomian, berikut adalah fungsi pembiayaan antara lain¹⁴:

- a. Pembiayaan dapat meningkatkan *utility* (daya guna) dari modal/uang para penabung menyimpan uang di lembaga keuangan. Uang tersebut dalam presentase tertentu perlu ditingkatkan kegunaannya oleh lembaga keuangan. Sehingga dana yang mengendap artinya yang diperoleh dari penabung tidak idle dan disalurkan untuk usaha-usaha yang bermanfaat.
- b. Pembiayaan meningkat *utility* (daya guna) suatu barang produsen dengan bantuan pembiayaan dapat memindahkan barang dari suatu tempat yang kegunaannya kurang ke tempat yang lebih bermanfaat. Mereka membutuhkan pembiayaan untuk memindahkan barang-batang tersebut yang tidak dapat diatasi oleh keuangan distributor saja.

¹⁴Veithzal Rivai dan Andria Permata Veithzal, *Islamic Financial Management*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008, h.7

c. Pembiayaan meningkatkan peredaran dan lalu lintas uang

Pembiayaan yang disalurkan melalui rekening-rekening Koran, pengusaha menciptakan pertambahan peredaran uang giral dan sejenisnya melalui pembiayaan.

Beberapa pendekatan analisis pembiayaan bank syariah yang berkaitan dengan pembiayaan yang akan dilakukan yaitu¹⁵:

- a. Pendekatan jaminan adalah bank dalam memberikan pembiayaan selalu memperhatikan kualitas dan kuantitas jaminan yang dimiliki oleh peminjam.
- b. Pendekatan karakter adalah bank mencermati dengan sungguh-sungguh terkait dengan karakter nasabah.
- c. Pendekatan kemampuan pelunasan adalah bank menganalisis kemampuan nasabah untuk melunasi jumlah pembiayaan yang telah diambil.
- d. Pendekatan dengan studi kelayakan adalah bank memperhatikan kelayakan usaha yang dijalankan oleh nasabah peminjam.

Analisis pembiayaan dilakukan dengan tujuan pembiayaan yang diberikan mencapai sasaran dan aman. Artinya pembiayaan harus diterima pengembaliannya secara tertib, teratur dan tepat waktu sesuai dengan perjanjian antara bank dan nasabah sebagai penerima dan

¹⁵Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, Yogyakarta: Unit Percetakan dan AMP YKPN, 2002, h.206

pemakai pembiayaan¹⁶. Sedangkan tujuan analisis pembiayaan sebagai berikut¹⁷:

- a. Untuk menilai kelayakan usaha calon peminjam
- b. Untuk menekan resiko tidak terbayarnya pembiayaan
- c. Untuk menghitung kebutuhan pembiayaan yang layak.

4. Prinsip-prinsip Pembiayaan

Prinsip pembiayaan dengan menggunakan 5c yaitu:

- a. Character yaitu sifat atau watak seorang dalam hal ini calon debitur.

Tujuannya memberikan keyakinan kepada bank bahwa sifat atau watak dari orang-orang yang akan diberikan kredit benar-benar dapat dipercaya.

- b. Capacity yaitu untuk melihat kemampuan calon nasabah dalam membayar kredit yang dihubungkan dengan kemampuan mengelola bisnis serta kemampuannya mencari laba.
- c. Capital yaitu untuk mengetahui sumber-sumber pembiayaan yang dimiliki nasabah terhadap usaha yang akan di biayai oleh bank.
- d. Collateral yaitu jaminan yang diberikan nasabah baik yang bersifat fisik maupun non fisik.
- e. Condition yaitu dalam nilai kredit hendaknya juga menilai kondisi ekonomi sekarang dan untuk dimasa yang akan datang sesuai sektor masing-masing¹⁸.

¹⁶Veithzal, Islamic ...,h.345

¹⁷ Muhammad, Manajemen ...,h.261

C. Multijasa

1. Pengertian Pembiayaan Multijasa

Dalam menyalurkan dana kepada nasabah, bank syariah memiliki produk pembiayaan yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaan salah satunya pembiayaan dengan prinsip jual beli (*murabahah*) dan pembiayaan dengan prinsip sewa menyewa. Produk pembiayaan *murabahah* diciptakan untuk memenuhi kebutuhan nasabah akan barang sedangkan yang menggunakan prinsip sewa di tujukan untuk mendapatkan jasa. Adapun untuk memenuhi kebutuhan nasabah akan jasa, seperti pendidikan, pelayanan kesehatan, dan ibadah umrah maka lembaga keuangan syariah memiliki produk yaitu pembiayaan multijasa. Pembiayaan multijasa dalam lembaga keuangan syariah (LKS) merupakan salah satu pembiayaan yang sangat penting, hal ini terkait dengan fungsi dari ekonomi syariah adalah menggerakkan sektor riil yang ada di masyarakat.

Multijasa terdiri dari dua kata, yaitu *multi* yang berarti banyak, bermacam-macam dan *jasa* yang berarti perbuatan yang berguna atau bernilai bagi orang lain. Jadi multijasa adalah suatu perbuatan atau manfaat yang bermacam-macam gunanya bagi orang lain¹⁹.

Sedangkan transaksi ijarah dalam pembiayaan multijasa adalah transaksi sewa menyewa atas suatu barang atau jasa antara pemilik modal obyek sewa, termasuk kepemilikan hak pakai atas obyek sewa

¹⁸ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012, h.110

¹⁹ Ahmad Ifham Sholihin, *Pedoman Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2010, h.210

dengan penyewa, untuk mendapatkan imbalan atas objek sewa yang disewakan.

Pembiayaan multijasa adalah pembiayaan yang diberikan oleh lembaga keuangan syariah, baik perbankan maupun non perbankan kepada nasabah dalam memperoleh manfaat atas suatu jasa. Pembiayaan multijasa merupakan fasilitator pinjaman yang diberikan oleh lembaga keuangan syariah, dalam hal ini BPRS kepada pihak-pihak yang memerlukan dana (deficit unit). Dalam hal ini masyarakat yang membutuhkan dana yang diperoleh dari masyarakat pula, yaitu masyarakat yang menitipkan uangnya atau dana yang ada di lembaga keuangan syariah.

2. Dasar Hukum Pembiayaan Multijasa

- a. Al-Qur'an surat Al Baqarah ayat 233:

وَإِنْ أَرَدْتُمْ أَنْ تَسْتَرْضِعُوا أَوْلَادَكُمْ فَلَا جُنَاحَ عَلَيْكُمْ إِذَا سَلَّمْتُمْ مَا

ءَاتَيْتُمْ بِالْمَعْرُوفِ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ ﴿٢٣٣﴾

“Dan jika kamu ingin anakmu disusukan oleh orang lain, tidak dosa bagimu apabila kamu memberikan pembayaran menurut yang patut. Bertaqwalah kepada Allah dan ketahuilah bahwa Allah Maha Melihat apa yang kamu kerjakan.”

b. Hadits riwayat

Hadis riwayat Abd ar-Razzaq dari Abu Hurairah dan Abu Sa'id al-Khudri, Nabi SAW bersabda:

مَنْ اسْتَأْجَرَ أَجْرًا فَلْنَعْلِمُهُ أَجْرَهُ

"Barang siapa mempekerjakan pekerja, beritahukanlah upahnya."

c. Dasar operasional Pembiayaan Multijasa berdasarkan Fatwa DSN-MUI No. 44/DSN-MUI/VIII/2004 yaitu:

Menurut fatwa DSN-MUI, pembiayaan multijasa adalah pembiayaan yang diberikan oleh lembaga keuangan syariah kepada nasabah dalam memperoleh manfaat atas suatu jasa. DSN-MUI memandang perlu menetapkan membuat fatwa tentang pembiayaan multijasa sebagai pedoman pelaksanaan transaksi tersebut agar sesuai dengan prinsip syariah dalam memenuhi kebutuhan masyarakat yang berkaitan dengan jasa.

Fatwa ini ditetapkan dari hasil rapat pleno DSN-MUI pada tanggal 11 Agustus 2004 dan dibuat Karena datangnya surat permohonan dari Bank Rakyat Indonesia pada tanggal 28 April 2004 dan dari Bank Danamon. Fatwa ini substansi dari fatwa DSN-MUI No.09/DSN-MUI/IV/2000 Tentang pembiayaan Ijarah dan No. 11/DSN-MUI/IV/2000 tentang pembiayaan kafalah.

Dalam fatwa No.44/DSN-MUI/VII/2000 tentang pembiayaan multijasa, terdapat beberapa ketentuan, yaitu sebagai berikut:

- a. Pembiayaan multijasa hukumnya boleh (jaiz) dengan menggunakan akad ijarah
 - b. Dalam hal LKS menggunakan akad ijarah, maka harus mengikuti semua ketentuan yang ada dalam fatwa Ijarah.
 - c. Besar ujarah atau fee harus disepakati di awal dan dinyatakan dalam bentuk nominal bukan bentuk presentase
3. Fitur dan Mekanisme pembiayaan Multijasa

Fitur mekanisme pembiayaan multijasa atas dasar akad ijarah:

- a. bank bertindak sebagai penyedia dana dalam kegiatan transaksi ijarah dengan nasabah
- b. bank wajib menyediakan dana untuk merealisasikan penyediaan objek sewa yang dipesan nasabah
- c. pengembalian atas penyedia dana bank dapat dilakukan baik dengan angsuran maupun sekaligus, dan pengembalian atas penyedia dana bank tidak dapat dilakukan dalam bentuk piutang maupun bentuk pembebasan utang²⁰.

Menurut PBI No. 10/16/PBI/2008, kegiatan penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan berdasarkan *ijarah* untuk transaksi *multijasa* berlaku persyaratan paling kurang sebagai berikut:

- a. Bank dapat menggunakan akad *ijarah* untuk transaksi *multijasa* dalam jasa keuangan antara lain dalam bentuk pelayanan pendidikan, kesehatan, ketenagakerjaan, dan kepariwisataan.

²⁰Wangsa Widjaja, Pembiayaan ...,h.10

- b. Dalam pembiayaan kepada nasabah yang menggunakan akad ijarah untuk transaksi multijasa, bank dapat memperoleh imbalan jasa (*ujrah*) atau *fee*
- c. Besarnya *ujrah* atau *fee* harus disepakati di awal dan dinyatakan dalam bentuk nominal bukan dalam bentuk presentase.

D. Ijarah

1. Pengertian *Ijarah* dan Landasan Hukumnya

a. Pengertian *Ijarah*

Secara etimologi *ijarah* berarti upah, sewa, jasa dan imbalan²¹. Adapun secara terminologi adalah akad sewa menyewa dengan mengambil manfaat sesuatu dari orang lain dengan membayar sesuatu dari orang lain dengan membayar sesuatu dengan perjanjian yang telah ditentukan dengan syarat-syarat²².

Menurut fatwa DSN, *Ijarah* adalah akad pemindahan hak guna (manfaat) atas suatu barang atau jasa dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa/upah, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan barang itu sendiri. Dengan demikian, dalam akad *ijarah* tidak ada perubahan kepemilikan, tetapi hanya perpindahan hak guna saja dari yang menyewa kepada penyewa²³.

²¹ AH. Azharuddin Lathif, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: UIN Jakarta Press, 2005, h.120

²² Al-Imam Taqiyuddin Abu Bakar Al-Husni, *Kifayatul Akhyar Fii Ali Ghayati Ikhtisaar*, (terj) oleh Ahmad Zaidun dan A. Ma'ruf Asrori, Surabaya: PT. Bina Ilmu, 1997, cet. Ke1, h.183

²³ Karim Adiwarmanto, *Analisis Fiqh dan Keuangan*, Jakarta: Rajawali Pers, 2001, h.138

Pada dasarnya prinsip *ijarah* sama saja dengan prinsip jual beli, namun perbedaannya terletak pada obyek transaksinya. Bila pada jual beli obyek transaksinya adalah barang, maka pada *ijarah* obyek transaksinya adalah manfaat jasa. Penggunaan akad *ijarah* pada pembiayaan *multijasa* karena pembiayaan ini dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan akan jasa. Oleh karena akad jual beli atas benda di bolehkan, maka seharusnya boleh pula akad jual *ijarah* atas manfaat²⁴.

b. Landasan Hukum *Ijarah*

Dasar-dasar hukum *ijarah* adalah Al-Qur'an, As-Sunah, dan Al-ijma' dan landasan Operasional lainnya.

1) Al-Qur'an surat Al-Qashash ayat 26:

قَالَتْ إِحْدَاهُمَا يَا أَبَتِ اسْتَجِرْهُ ^ط إِنَّ خَيْرَ مَن اسْتَجَرْتَ

الْقَوِيُّ الْأَمِينُ ﴿٢٦﴾

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

²⁴*Ibid*

untuk bekerja (pada kita) ialah orang yang kuat lagi dapat dipercaya.”

2) Dasar hukum ijarah dalam as-sunah adalah:

Hadis Riwayat Ibnu Majah dari Ibnu Umar, bahwa Nabi bersabda:

أَعْطُوا الْأَجْرَ قَبْلَ أَنْ يَجِفَّ عَرَقُهُ

"Berikanlah upah pekerja sebelum keringatnya kering."

3) Dasar hukum *Ijarah* dalam *Ijma'* adalah:

Hampir semua ulama ahli fiqh sepakat bahwa ijarah disyariatkan dalam Islam. Adapun golongan yang tidak menyepakatinya seperti Abu bakar Al-Asham, Ismail bin Aliah, asan Bashrial Qasyani, Nashrawi dan Ibnu Kaisar, beralasan bahwa ijarah adalah jual beli manfaat, yang tidak dapat dipegang (tidak ada) sesuatu yang tidak ada, tidak dapat dikategorikan jual beli, dalam menjawab pandangan ulama yang tidak menyepakati ijarah tersebut, Ibnu Rusyd berpendapat bawa manfaat walaupun tidak terbentuk, dapat dijakikan sebagai alat pembayaran sewa atau jasa menurut kebiasaan (adat).

Selain itu pula, ada yang mengatakan bawa ijma' perkara ijarah kembali kepada nash Al-Qur'an dan As-Sunnah Nabi, karena sewa menyewa ini dibutuhkan oleh manusia, seperti halnya jual

beli dan ketika jual beli barang diperbolehkan maka boleh juga hukumnya untuk menyewakan manfaatnya.

4) Landasan hukum ijarah dalam Fatwa DSN-MUI

Fatwa DSN 09/DSN-MUI/IV/2000: Pembiayaan *Ijarah*

Pertama: Rukun dan Syarat

- a) Obyek *ijarah* adalah manfaat dari penggunaan barang dan/atau jasa.
- b) Manfaat barang atau jasa harus bisa dinilai dan dapat dilaksanakan dalam kontrak.
- c) Manfaat barang atau jasa harus yang bersifat dibolehkan (tidak diharamkan).
- d) Kesanggupan memenuhi manfaat harus nyata dan sesuai dengan syari'ah.
- e) Manfaat harus dikenali secara spesifik sedemikian rupa untuk menghilangkan *jahalah* (ketidaktahuan) yang akan mengakibatkan sengketa.
- f) Spesifikasi manfaat harus dinyatakan dengan jelas, termasuk jangka waktunya. Bisa juga dikenali dengan spesifikasi atau identifikasi fisik.
- g) Sewa atau upah adalah sesuatu yang dijanjikan dan dibayar nasabah kepada LKS sebagai pembayaran manfaat. Sesuatu

yang dapat dijadikan harga (*tsaman*) dalam jual beli dapat pula dijadikan sewa atau upah dalam *Ijarah*.

- h) Pembayaran sewa atau upah boleh berbentuk jasa (manfaat lain) dari jenis yang sama dengan obyek kontrak.
- i) Kelenturan (*flexibility*) dalam menentukan sewa atau upah dapat diwujudkan dalam ukuran waktu, tempat dan jarak.

Ketiga : Kewajiban LKS dan Nasabah dalam Pembiayaan Ijarah

- 1) Kewajiban LKS sebagai pemberi manfaat barang atau jasa:
 - a) Menyediakan barang yang disewakan atau jasa yang diberikan.
 - b) Menanggung biaya pemeliharaan barang.
 - c) Menjamin bila terdapat cacat pada barang yang disewakan.
- 2) Kewajiban nasabah sebagai penerima manfaat barang atau jasa :
 - a) Membayar sewa atau upah dan bertanggung jawab untuk menjaga keutuhan barang serta menggunakannya sesuai akad (kontrak).
 - b) Menanggung biaya pemeliharaan barang yang sifatnya ringan (tidak materiil).
 - c) Jika barang yang disewa rusak, bukan karena pelanggaran dari penggunaan yang dibolehkan, juga bukan karena

kelalaian pihak penerima manfaat dalam menjaganya, ia tidak bertanggung jawab atas kerusakan tersebut.

Keempat :

Jika salah satu pihak tidak menunaikan kewajibannya atau jika terjadi perselisihan di antara para pihak, maka penyelesaiannya dilakukan melalui *Badan Arbitrasi Syari'ah* setelah tidak tercapai kesepakatan melalui musyawarah.

2. Rukun dan Syarat *Ijarah*

a. Rukun *Ijarah*

Rukun *ijarah* ada tiga macam, yaitu:

- 1) Pelaku akad, yaitu *musta'jir* (penyewa) adalah pihak yang menyewa asset, dan *mu'jir/muajir* (pemilik) pihak pemilik yang menyewakan asset
- 2) Objek akad, yaitu *ma'jur* (asset yang disewakan), dan *ujrah* (harga sewa), dan
- 3) *Sighah*, yaitu Ijab dan Kabul²⁵

b. Syarat *Ijarah*

Ada 5 syarat sah dari *ijarah* diantaranya:

- 1) Kerelaan dari dua pihak yang melakukan akad *ijarah* tersebut,

²⁵ Ascarya, Akad dan Produk Bank Syariah, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013), hlm.101

- 2) Mengetahui manfaat dengan sempurna barang yang diakadkan, sehingga mencegah terjadinya perselisihan,
- 3) Kegunaannya dari barang tersebut,
- 4) Kemanfaatan benda dibolehkan menurut syara'
- 5) Objek transaksi akad itu (barangnya) dapat dimanfaatkan kegunaannya menurut kriteria dan realita.

3. Macam-macam Ijarah

Ijarah dikelompokkan menjadi dua macam:

- a. *Ijarah 'ala al-manafi* yaitu *ijarah* yang objek akadnya adalah manfaat, seperti menyewakan rumah untuk ditempati, mobil untuk dikendarai, baju untuk dipakai dan lain-lain. Dalam *ijarah* ini tidak dibolehkan menjadikan obyeknya sebagai tempat yang dimanfaatkan untuk kepentingan yang dilarang oleh syara'.
- b. *Ijarah 'ala al-'amaal ijarah* yaitu *ijarah* yang obyek akad jasanya atau pekerjaan, seperti ini terkait erat dengan masalah upah mengupah. Karena itu, pembahasannya lebih dititik beratkan kepada pekerjaan atau buruh (*ajir*).

4. Ketentuan Objek Ijarah

- a. Obyek akad *ijarah*

Manfaat asset/jasa adalah sebagai berikut:

- 1) Harus bisa dinilai dan dapat dilaksanakan dalam kontrak, misalnya sewa komputer, maka komputer itu harus dapat berfungsi sebagaimana mestinya, dan tidak rusak.

- 2) Harus yang bersifat dibolehkan secara syariah (tidak diharamkan) maka ijarah atas obyek sewa yang melanggar perintah Allah tidak sah. Misalnya mengupah seseorang untuk membunuh, menyewakan ruma untuk tempat main judi atau menjual khamar dan lain sebagainya.
 - 3) Dapat dialihkan secara syariah, contoh manfaat yang tidak dapat dialihkan secara syariah sehingga tidak sah akadnya.
 - 4) Harus dikenali secara spesifik sedemikian rupa untuk menghilangkan ketidaktahuan yang dapat menimbulkan sengketa, misalnya kondisi fisik mobil yang disewa. Untuk mengetahui kejelasan manfaat dari suatu asset dapat dilakukan identifikasi fisik.
 - 5) Jangka waktu penggunaan manfaat ditentukan dengan jelas misalnya 2 tahun.
5. Pembatalan dan Berakhirnya Ijarah

Adapun jumhur ulama dalam hal ini mengatakan bahwa akad ijarah itu bersifat mengikat kecuali ada cacat atau barang itu tidak boleh dimanfaatkan. Akibat perbedaan pendapat ini dapat diamati dalam kasus apabila seseorang meninggal dunia maka akad ala-ijarah batal, karena manfaat tidak boleh diwariskan. Akan tetapi jumhur ulama mengatakan, bahwa manfaat itu boleh diwariskan karena termasuk harta (al-maal). Oleh sebab itu kematian salah satu pihak yang berakad tidak membatalkan akad *al-ijarah*. Menurut al-Kasani dalam kitab al-

Badaa'iuash-Shanaa'iu, menyatakan bahwa akad al-ijarah berakhir bila ada hal-hal sebagai berikut:

- a. Obyek *ijarah* hilang atau musnah seperti rumah yang disewakan terbakar atau kendaraan yang disewa hilang.
- b. Tenggang waktu yang disepakati dalam akad al-ijarah telah berakhir. Apabila yang diewakan itu rumah maka ruma itu dikembalikan kepada pemiliknya, dan apabila yang disewakan itu jasa seseorang maka orang tersebut berhak menerima upahnya.
- c. Wafatnya salah seorang yang berakad.
- d. Apabila ada uzur dari salah satu pihak, seperti rumah yang disewakan disita Negara kerana terkait adanya hutang, maka akad ijarahnya batal²⁶.

²⁶Abdul Rohman Ghazaly, M.A,et al, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Kencana Premedia Group, cet. 1,201,h.283