

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1. Landasan Teori

##### 2.1.1. *Leasing*

Pengertian *leasing* menurut surat Keputusan Bersama Menteri Keuangan dan Menteri Perdagangan dan Industri Republik Indonesia No. KEP- 122/MK/IV/2/1974, Nomor 32/M/SK/2/1974, dan Nomor 30/Kpb/I/1974 tanggal 7 Februari 1974 adalah:

”Setiap kegiatan pembiayaan perusahaan dalam bentuk penyediaan barang-barang modal untuk digunakan oleh suatu perusahaan untuk jangka waktu tertentu, berdasarkan pembayaran-pembayaran secara berkala disertai dengan hak pilih bagi perusahaan tersebut untuk membeli barang-barang modal yang bersangkutan atau memperpanjang jangka waktu *leasing* berdasarkan nilai sisa uang telah disepakati bersama”.<sup>5</sup>

Sedangkan pengertian *leasing* sesuai Keputusan Menteri Keuangan No. 1169/KMK.01/1991 adalah “*Kegiatan pembiayaan dalam bentuk penyediaan barang modal, baik secara sewa guna usaha dengan hak opsi (finance lease) maupun sewa guna usaha tanpa hak opsi (operating lease) untuk digunakan oleh lessee selama jangka waktu tertentu berdasarkan pembayaran secara berkala*”. Selanjutnya yang dimaksud dengan *Finance Lease* adalah “*kegiatan sewa guna usaha di mana lessee pada akhir masa kontrak mempunyai hak opsi untuk membeli objek sewa guna usaha berdasarkan nilai sisa*

---

<sup>5</sup> Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2003), hlm. 258.

yang disepakati. Sebaliknya *operating lease* tidak mempunyai hak opsi untuk membeli objek sewa guna usaha”.<sup>6</sup>

Dari segi pandangan hukum. Kegiatan *Leasing* memiliki empat ciri, yaitu :

1. Perjanjian antara pihak lessor dan pihak lessee
2. Berdasarkan perjanjian *leasing*, lessor mengalihkan hak pengguna barang kepada pihak lessee.
3. *Lessee* membayar kepada lessor uang sewa atas penggunaan barang atau asset.
4. *Lessee* mengembalikan barang atau asset tersebut kepada lessor pada akhir periode yang ditetapkan lebih dahulu dan jangka waktunya kurang dari umur ekonomi barang tersebut.<sup>7</sup>

Unsur-unsur yang terdapat pada *Leasing* :

1. Pembiayaan perusahaan.
2. Penyediaan barang-barang modal.
3. Jangka waktu tertentu.
4. Pembayaran berkala.
5. Adanya hak pilih atau hak opsi.
6. Adanya nilai sisa yang disepakati bersama.

---

<sup>6</sup> Keputusan Menteri Keuangan No. 1169/KMK.01/1991

<sup>7</sup> Sigit Triandaru, Totok Budisantoso, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, (Jakarta : Salemba Empat, 2006), hlm.189-190.

### 2.1.1.1. Mekanisme *Leasing*

Dalam transaksi *leasing* sekurang-kurangnya melibatkan 4 pihak yang berkepentingan, antara lain :

#### 1. *Lessor*

Yaitu perusahaan *leasing* atau pihak yang memberikan jasa pembiayaan kepada pihak *lessee* dalam bentuk barang modal.

#### 2. *Lessee*

Yaitu perusahaan atau pihak yang memperoleh pembiayaan dalam bentuk barang modal dari *lessor*.

#### 3. Pemasok

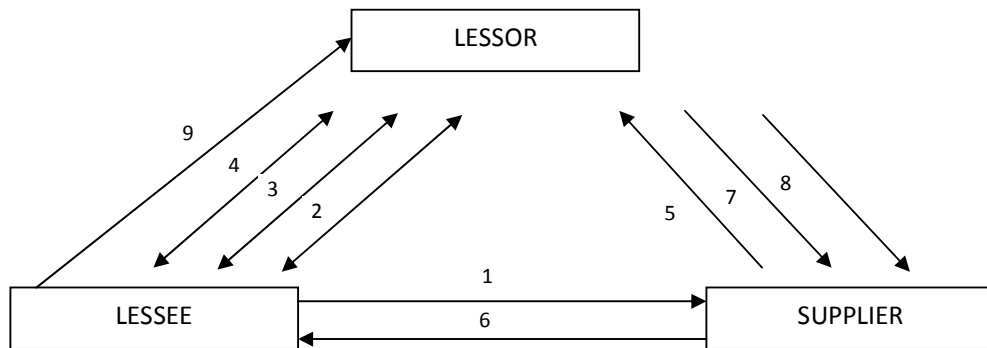
Yaitu perusahaan atau pihak yang mengadakan atau menyediakan barang untuk dijual kepada *lessee* dengan pembayaran secara tunai oleh *lessor*.

#### 4. Bank atau Kreditor

Dalam suatu perjanjian atau kontrak *leasing*, pihak bank atau kreditor tidak terlibat secara langsung dalam kontrak tersebut tetapi bank memegang peranan dalam hal penyediaan dana kepada *lessor*.<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> *Ibid*, hlm.190.



Gambar 2.1. Mekanisme *Leasing*

Keterangan gambar :

1. *Lessee* menghubungi pemasok untuk pemilihan dan penentuan jenis barang, spesifikasi, harga, jangka waktu penagihan, dan jaminan purna jual atas barang yang akan disewa.
2. *Lessee* melakukan negosiasi dengan *lessor* mengenai kebutuhan pembiayaan barang modal. Dalam hal ini, *lessee* dapat meminta *lease quotation* yang tidak mengikat dari *lessor*.
3. *Lessor* mengirimkan *letter of offer* atau *commitment letter* kepada *lessee* yang berisi syarat-syarat pokok persetujuan *lessor* untuk membiayai barang modal yang dibutuhkan *lessee* menandatangani dan mengembalikannya kepada *lessor*.
4. Penandatanganan kontrak *leasing* setelah semua persyaratan dipenuhi *lessee* dimana kontrak tersebut

mencakup hal-hal : pihak-pihak yang terlibat, hak milik, jangka waktu, jasa *leasing*, opsi bagi *lessee*, penutupan asuransi, tanggung jawab atas objek *leasing*, perpajakan jadwal pembayaran angsuran sewa dan sebagainya.

5. Pengiriman order beli kepada pemasok disertai instruksi pengiriman barang kepada *lessee* sesuai dengan tipe dan spesifikasi barang yang disetujui.
6. Pengiriman barang dan pengecekan barang oleh *lessee* sesuai pesanan sertab menandatangani surat tanda terima perintah bayar yang selanjutnya diserahkan kepada pemasok.
7. Penyerahan dokumen oleh pemasok kepada *lessor* termasuk faktur dan bukti-bukti kepemilikan barang lainnya.
8. Pembayaran oleh *lessor* kepada pemasok.
9. Pembayaran sewa (*lease payment*) secara berkala oleh *lessee* kepada *lessor* selama masa *leasing* yang seluruhnya mencakup pengembalian yang dibiayai serta bunganya.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> *Ibid.* Hlm. 191-193.

### 2.1.1.2. Teknik-teknik Pembiayaan *Leasing*

Dilihat dari jenis transaksi *leasing*, teknik pembiayaan *leasing* secara garis besar dapat dibagi dalam dua kategori, yaitu *finance lease* dan *operating lease*.

#### 1. *Finance Lease*

Dalam sewa guna usaha ini, perusahaan sewa guna usaha (*lessor*) adalah pihak yang menyediakan barang modal. *Lessee* biasanya memilih barang modal yang dibutuhkan lalu terjadi transaksi sewa guna usaha. Selama masa sewa guna usaha, *lessee* melakukan pembayaran secara berkala dengan jumlah seluruhnya ditambah pembayaran nilai sisa atau nilai residu (*residual value*).<sup>10</sup>

Dalam praktiknya, *finance lease* dapat dibagi dalam beberapa bentuk transaksi, antara lain sebagai berikut :<sup>11</sup>

##### a. *Direct Finance Lease*

Dalam transaksi *direct finance lease*, pihak *lessor* membeli barang modal atas permintaan dari *lessee* dan langsung disewagunausahakan kepada *lessee*. *Lessee* dapat terlibat dalam proses pembelian barang.

##### b. *Sale and Lease Back*

Pihak *lessee* menjual barang modalnya kepada *lessor* untuk kemudian dilakukan kontrak sewa guna

---

<sup>10</sup> *Ibid*, hlm. 194.

<sup>11</sup> *Ibid*, hlm. 194.

usaha atas barang tersebut dengan jangka waktu yang disepakati bersama. Metode transaksi ini membantu *lessee* yang mengalami kesulitan modal kerja.

c. *Leveraged Lease*

Dalam proses sewa guna usaha ini, pihak yang terlibat adalah *lessor*, *lessee* dan kreditor jangka panjang dalam membiayai objek *leasing*.

d. *Syndicated Lease*

Metode ini terjadi apabila pembiayaan sewa guna usaha dilakukan oleh lebih dari satu *lessor*. Kerja sama antar *lessor* ini didasarkan pada pertimbangan resiko atau objek *leasing* yang membutuhkan dana dalam jumlah besar.

e. *Vendor Program*

Vendor program adalah suatu metode penjualan yang dilakukan oleh dealer kepada konsumen dengan mendapatkan fasilitas *leasing*. *Lessor* akan membayar angsuran secara periodic langsung kepada *lessor* atau melalui dealer.

2. *Operating Lease*

Dalam teknik *operating lease*, pihak pemilik objek *leasing* atau *lessor* membeli barang modal dan disewagunausahakan kepada *lessee*. Pembayaran periodik

yang dilakukan oleh *lessee* tidak mencakup biaya yang dikeluarkan oleh *lessor* untuk mendapatkan barang modal tersebut dan bunganya. *Lessor* mengharapkan keuntungan dari penjualan barang modal yang disewagunausahakan. *Lessor* juga dapat memperoleh sumber penghasilan dari perjanjian sewa guna usaha lain. Karena harapan keuntungan *operating lease* ini tergantung pada penjualan barang yang sudah selesai disewagunausahakan. Serta *operating lease* ini bersifat *cancelable* (bisa membatalkan masa sewa guna usaha sebelum jangka waktu yang disepakati.<sup>12</sup>

Ketentuan *Operating lease* :

- a. *Lessor* sebagai pemilik objek *leasing* menyerahkannya kepada pihak *lessee* untuk digunakan dengan jangka waktu relatif lebih pendek dari umur ekonomis barang modal tersebut.
- b. *Lessee* atas penggunaan barang modal tersebut, membayar sejumlah sewa secara berkala kepada *lessor* yang jumlahnya tidak meliputi jumlah keseluruhan biaya perolehan barang tersebut beserta bunganya. Hal ini disebut *nonfull pay out lease*.

---

<sup>12</sup> *Ibid*, hlm. 195.



- c. *Lessor* menanggung segala resiko ekonomis dan pemeliharaan atas barang-barang tersebut.
- d. *Lessee* pada akhir kontrak harus mengembalikan objek *leasing* pada *lessor*.
- e. *Lessee* dapat membatalkan perjanjian kontrak *leasing* sewaktu-waktu (*cancelable*).<sup>13</sup>

### 2.1.2. Pengertian *Leasing* Syariah

*Leasing Syariah* adalah kegiatan pembiayaan dalam bentuk penyediaan barang modal baik secara sewa guna usaha dengan hak opsi (*finance lease*), maupun sewa guna usaha tanpa hak opsi (*operating lease*), untuk digunakan oleh penyewa guna usaha (*lessee*) selama jangka waktu tertentu berdasarkan pembayaran secara angsuran sesuai dengan prinsip syariah.<sup>14</sup>

Dalam istilah transaksi syariah, *leasing* diartikan sebagai *ijarah*. *Ijarah* berasal dari kata *al-‘ajr* dan berarti kompensasi, pengganti, ganjaran, keuntungan, atau nilai tandingan (*al-‘iwad*). Sebagai kontrak (akad), ia mengacu pada pengupahan atau penyewaan asset atau komoditas untuk mendapatkan hak pemanfaatan atasnya.

Dalam hukum islami, *ijarah* adalah kontrak (akad) dari hak pemanfaatan yang dikenal dan diajukan untuk aset tertentu selama periode waktu tertentu dengan imbalan tertentu dan sah atau ganjaran bagi jasa atau keuntungan untuk manfaat yang diajukan yang akan

---

<sup>13</sup> *Ibid*, hlm. 194-196.

<sup>14</sup> Andri Soemitra, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta : Kencana, 2009), hlm.

diambil, atau untuk upaya atau hasil kerja yang diajukan yang dikeluarkan. Dengan kata lain, ia merupakan pengalihan hak pemanfaatan untuk ganjaran yang berupa sewa dalam hal penyewaan aset atau barang dan upah dalam hal penyewaan orang. Menurut *fuqaha*, *Ijarah* adalah penjualan hak pemanfaatan (dan bukan 'Ain atau barang pemenuh kebutuhan badani) suatu komoditas untuk ditukarkan dengan *ujrah*, upah, atau sewa, dan mencakup rumah, toko, binatang tunggangan atau pekerjaan, pakaian dan sebagainya.<sup>15</sup>

Karena dalam system *leasing* belum terbebas dari bunga, maka dalam transaksi *syariah* menggunakan istilah *Ijarah Muntahiah Bit-Tamlik* (IMBT). *Ijarah Muntahiah bit-tamlik* adalah akad sewa menyewa antara pemilik objek sewa dengan penyewa untuk mendapatkan imbalan atas objek yang disewakan dengan opsi perpindahan hak milik objek sewa pada saat tertentu sesuai dengan akad sewa. Pada praktek yang lain terdapat juga salah satu jenis *ijarah* dalam sistem pembiayaan, yaitu : *Ijarah mutlaqah, bai' at takjiri* dan *musyarakah mutanaqisah*.<sup>16</sup> *Ijarah mutlaqah* adalah proses sewa menyewa yang biasa kita temui dalam kegiatan perekonomian sehari-hari. *Bai' at takjiri* adalah suatu kontrak sewa yang diakhiri dengan penjualan. Dalam kontrak ini pembayaran sewa telah diperhitungkan sedemikian rupa sehingga sebagian merupakan pembelian barang

---

<sup>15</sup> Muhammad Ayub, *Understanding Islamic Finance*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2009), hlm. 427-428.

<sup>16</sup> Muhammad, *Sistem dan Prosedur Operasional Bank Syariah*, (Yogyakarta : UII Press, 2001), hlm. 35-36.

secara berangsur (*hire purchase*). *Musyarakah mutanaqisah* merupakan kombinasi antara *musyarakah* dengan *ijarah*.<sup>17</sup>

Sebagaimana Dewan Syariah Nasional (DSN) Majelis Ulama Indonesia (MUI) telah menetapkan *Ijarah* dengan nomor fatwa 09/DSN-MUI/IV/2000 sebagai berikut :

1. Rukun dan Syarat *Ijarah* :

- a. Pernyataan ijab dan qabul.
- b. Pihak-pihak yang berakad (berkontrak) terdiri atas pemberi sewa dan penyewa.
- c. Obyek kontrak, pembayaran (sewa) dan manfaat penggunaan aset.
- d. Manfaat dari penggunaan aset dalam *ijarah* adalah obyek kontrak yang harus dijamin.
- e. *Sighat ijarah* adalah berupa pernyataan dari kedua belah pihak yang berkontrak.

2. Ketentuan obyek *Ijarah* :

- a. Obyek *ijarah* adalah manfaat dari penggunaan barang/jasa.
- b. Manfaat barang harus bisa dinilai dan dapat dilaksanakan dalam kontrak.
- c. Pemenuhan manfaat harus bersifat dibolehkan.
- d. Manfaat harus dikenali secara spesifik.

---

<sup>17</sup> *Ibid.* hlm. 36.

- e. Spesifikasi manfaat harus dinyatakan dengan jelas, termasuk jangka waktunya.
  - f. Sewa adalah sesuatu yang dijanjikan dan dibayar nasabah kepada LKS sebagai pembayaran manfaat.
  - g. Pembayaran sewa boleh berbentuk jasa (manfaat lain) dari jenis yang sama dengan obyek kontrak.
  - h. Ketentuan dalam menentukan sewa dapat diwujudkan dalam ukuran waktu, tempat dan jarak.
3. Kewajiban LKS dan Nasabah dalam pembiayaan *ijarah* :
- a. Kewajiban LKS sebagai pemberi sewa ;
    - 1) Menyediakan aset yang disewakan.
    - 2) Menanggung biaya pemeliharaan aset.
    - 3) Menjamin bila terdapat cacat pada aset yang disewakan.
  - b. Kewajiban nasabah sebagai penyewa :
    - 1) Membayar sewa dan bertanggung jawab untuk menjaga keutuhan aset yang disewa serta serta menggunakan sesuai kontrak.
    - 2) Menanggung biaya pemeliharaan aset yang sifatnya ringan.
    - 3) Jika aset yang disewa rusak, bukan karena pelanggaran dari penggunaan yang dibolehkan, juga bukan karena kelalaian pihak penyewa dalam menjaganya, ia tidak bertanggung jawab atas kerusakan tersebut.

4. Jika salah satu pihak tidak menunaikan kewajibannya atau jika terjadi perselisihan diantara para pihak, maka penyelesaiannya dilakukan melalui Badan Arbitrasi Syariah setelah tidak tercapai kesepakatan melalui musyawarah.<sup>18</sup>

Begitu juga dengan *Ijarah Almuntahia bit-Tamlik* dengan nomor Fatwa 27/DSN-MUI/III/2002 sebagai pedoman dalam usaha leasing dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Ketentuan akad *Ijarah Almuntahia bit-Tamlik* :
  - a. Semua rukun dan syarat yang berlaku dalam akad *ijarah* (Fatwa DSN nomor 09/DSN-MUI/IV/2000) berlaku pula dalam akad *Ijarah Almuntahia bit-Tamlik*.
  - b. Perjanjian untuk melakukan akad *Ijarah Almuntahia bit-Tamlik* harus disepakati ketika akad *ijarah* ditandatangani.
  - c. Hak dan kewajiban setiap pihak harus dijelaskan dalam akad.
2. Ketentuan tentang *Ijarah Almuntahia bit-Tamlik*
  - a. Pihak yang melakukan *Ijarah Almuntahia bit-Tamlik* harus melaksanakan akad *ijarah* terlebih dahulu. Akad pemindahan kepemilikan baik dengan jual-beli, atau pemberian, hanya dilakukan setelah masa *ijarah* selesai.
  - b. Janji pemindahan kepemilikan yang disepakati di awal akad *ijarah* adalah *wa'd* (janji), yang hukumnya tidak mengikat. Apabila janji itu ingin dilaksanakan, maka harus ada akad

---

<sup>18</sup> Tim Penulis Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, *Himpunan Fatwa Dewan Syariah Nasional*, Jakarta, 2003, hlm. 63-64

pemindahan kepemilikan yang dilakukan setelah masa *ijarah* selesai.

3. Jika salah satu pihak tidak menunaikan kewajibannya atau jika terjadi perselisihan diantara kedua belah pihak, maka penyelesaiannya dilakukan melalui Badan Arbitrasi Syariah setelah tidak tercapai kesepakatan melalui musyawarah.<sup>19</sup>

Perbandingan *Ijarah automotif* dan Produk *leasing konvensional* :

1. Kontrak (akad) *ijarah* tidak mengandung kondisi yang membuat kontraknya batal dari sudut pandang syariah. Penjualan bukan bagian darinya. Sedangkan pada penyewaan pembiayaan konvensional mengandung perjanjian sewa-beli yang tidak diperbolehkan oleh syariah.
2. Semua resiko berkenaan dengan kepemilikan ditanggung oleh LKS, nasabah hanya menanggung beban yang terkait dengan pemakaian. Sedangkan dalam penyewaan konvensional, nasabah bertanggung jawab untuk jenis kerugian atau kerusakan pada kendaraan, tanpa memandang keadaan sekitar yang di luar kendalinya.
3. Takaful menjadi tanggungan pihak yang menyewakan. Sedangkan dalam penyewaan konvensional, asuransi terlepas dari kontrak, pengeluaran asuransi dari aset ditanggung oleh penyewa.

---

<sup>19</sup> *Ibid*, hlm. 63-64

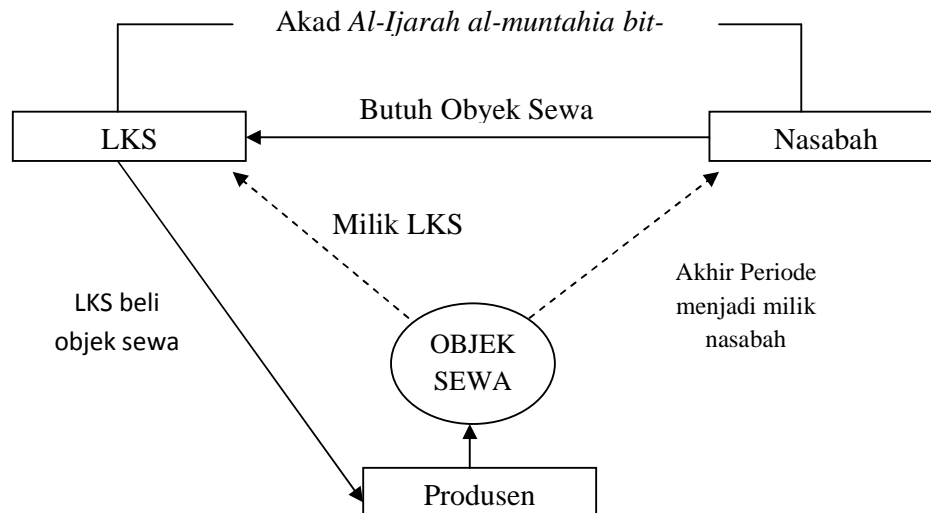
4. LKS menanggung resiko penyelesaian tuntutan takaful. Sedang dalam penyewaan konvensional, jika perusahaan asuransi tidak mengompensasikan keseluruhan jumlah dalam kehilangan/kerusakan, nasabah tidak berkewajiban membayar sisanya.
5. Dibawah system syariah, bila aset sewa hilang atau hancur, konsep penyewaan menjadi batal. Sedang dalam penyewaan konvensional, *lessor* akan tetap melanjutkan pengenaan uang sewa hingga penyelesaian tuntutan asuransi.
6. *Ijarah* adalah kontrak (akad) yang mengikat dan jika tidak ada pelanggaran dari pihak penyewa, penyewaan tidak dapat dihentikan oleh salah satu pihak. Sedangkan dalam penyewaan konvensional pihak yang menyewakan diberi wewenang tanpa batas untuk menghentikan penyewaan secara sepihak sesuai dengan kebijaksanaannya.
7. Dalam *Ijarah* pihak penyewa mungkin akan diminta membayar sejumlah uang yang ditujukan ke rekening sosial bila ia gagal membayar uang sewa tepat pada waktunya. Sedangkan pada penyewaan konvensional, ada biaya tambahan yang dikenakan jika uang sewa tidak dibayarkan tepat pada waktunya. Biaya ini diambil sebagai keuntungan.
8. Dalam *ijarah*, nasabah tidak berkewajiban membeli kendaraan tersebut. Sedangkan penyewaan konvensional kendaraan secara

otomatis dialihkan ke nama nasabah pada saat penyelesaian periode penyewaan.

9. LKS biasanya hanya minta suatu simpanan jaminan, yang dapat dikembalikan jika penyewaannya telah selesai. Sedangkan dalam penyewaan konvensional, pembayaran di muka harus dilakukan dalam bentuk uang muka, premi asuransi tahun pertama dan pengeluaran asuransi lainnya, uang sewa bulan pertama dan sebagainya.<sup>20</sup>

### 2.1.3. Mekanisme Operasional *Leasing Syariah*

Dalam transaksi *Ijarah muntahiah bit-tamlik*, diterapkan ketentuan-ketentuan sebagaimana skema sebagai berikut :



Gambar 2.2. Skema *Ijarah Muntahia Bit-Tamlik*<sup>21</sup>

<sup>20</sup> Muhammad Ayub, *Op. Cit.*, hlm. 461-462.

<sup>21</sup> Agus Waluyo Nur, *Sistem Pembiayaan Leasing di Perbankan Syariah*, Jurnal La\_Riba, Vol. I, No. 2, Desember 2007.



Apabila mengikuti ketentuan sebagaimana diatur dalam standar akuntansi perbankan syariah PSAK 59, maka ketentuan *ijarah* dan *ijarah muntahia bit-tamlik* adalah sebagai berikut :

1. Objek sewa diakui sebesar biaya perolehan pada saat perolehan dan disusutkan sesuai kebijakan penyusutan pemilik objek sewa untuk aktiva sejenis jika merupakan transaksi *ijarah* dan masa sewa jika merupakan transaksi *ijarah muntahia bit-tamlik*.
2. Pendapatan *ijarah* dan *ijarah muntahia bit-tamlik* diakui selama masa akad secara proporsional kecuali pendapatan *ijarah muntahia bit-tamlik* melalui penjualan secara bertahap maka besar pendapatan setiap periode akan menurun secara progresif selama masa akad karena adanya pelunasan bagian perbagian objek sewa pada setiap periode.
3. Piutang pendapatan *ijarah* dan *ijarah muntahia bit-tamlik* diukur sebesar nilai bersih yang dapat direalisasikan pada akhir periode pelaporan.
4. Jika biaya akad dibebankan pemilik objek sewa maka biaya dialokasikan secara konsisten dengan alokasi pendapatan *ijarah* atau *ijarah muntahia bit-tamlik* selama masa akad.
5. Pengakuan biaya perbaikan objek sewa adalah sebagai berikut:
  - a. Biaya perbaikan tidak rutin objek sewa diakui pada saat terjadinya.

- b. Jika penyewa melakukan perbaikan rutin objek sewa dengan persetujuan pemilik objek sewa maka biaya tersebut dibebankan kepada pemilik objek sewa dan diakui sebagai beban pada periode terjadinya perbaikan tersebut.
  - c. Dalam *ijarah muntahia bit-tamlik* melalui penjualan secara bertahap biaya perbaikan objek sewa yang dimaksud dalam huruf (a) dan (b) ditanggung pemilik objek sewa maupun penyewa sebanding dengan bagian kepemilikan masing-masing.
6. Perpindahan hak milik objek sewa dalam *ijarah muntahia bit-tamlik* melalui hibah diakui pada saat seluruh pembayaran sewa telah diselesaikan dan objek sewa yang telah diserahkan kepada penyewa. Objek sewa dikeluarkan dari aktiva pemilik objek sewa pada saat terjadinya perpindahan hak milik objek sewa.
7. Perpindahan hak milik objek sewa dalam *ijarah muntahia bit-tamlik* melalui penjualan objek sewa dengan harga sebesar sisa cicilan sewa sebelum berakhirnya masa sewa diakui pada saat penyewa membeli objek sewa. Pemilik objek sewa mengakui keuntungan atau kerugian atas penjualan tersebut sebesar selisih antara harga jual dan nilai buku bersih.
8. Pengakuan pelepasan objek sewa dalam *ijarah muntahia bit-tamlik* melalui pembayaran sekadarnya adalah bagian berikut:

- a. Perpindahan hak milik objek sewa diakui jika seluruh pembayaran sewa telah diselesaikan dan penyewa membeli objek sewa dari pemilik objek sewa.
  - b. Objek sewa dikeluarkan dari aktiva pemilik objek sewa pada saat terjadinya perpindahan hak milik objek sewa.
  - c. Jika penyewa berjanji untuk membeli objek sewa tetapi kemudian memutuskan untuk tidak melakukan dan nilai wajar objek sewa ternyata lebih rendah dari nilai bukunya, maka selisihnya diakui sebagai piutang pemilik objek sewa pada penyewa.
  - d. Jika penyewa tidak berjanji untuk membeli objek sewa dan memutuskan untuk tidak melakukannya, maka objek sewa dinilai sebesar nilai wajar atau nilai buku mana yang lebih rendah. Jika nilai wajar objek sewa tersebut lebih rendah dari nilai buku, maka selisihnya diakui sebagai kerugian pada periode berjalan.
9. Pengakuan pelepasan objek sewa dalam melalui penjualan objek sewa secara bertahap adalah sebagai berikut:
- a. Perpindahan hak milik sebagian objek sewa diakui jika seluruh pembayaran sewa telah diselesaikan dan penyewa membeli sebagian objek sewa dari pemilik objek sewa.

- b. Nilai buku bagian objek sewa yang telah dijual dikeluarkan dari aktiva pemilik objek sewa pada saat terjadinya perpindahan hak milik bagian objek sewa.
- c. Pemilik objek sewa mengakui keuntungan atau kerugian sebesar selisih antara harga jual dan nilai buku atas bagian objek sewa yang telah dijual.
- d. Jika penyewa tidak melakukan pembelian atas objek sewa yang tersisa maka perlakukan akuntansinya sesuai dengan ketentuan nomor 8 huruf c dan d.

10. Dalam *ijarah muntahia bit-tamlik* jika objek sewa mengalami penurunan nilai permanen sebelum perpindahan hak milik kepada penyewa dan penurunan nilai tersebut timbul bukan akibat tindakan penyewa atau kelaiannya, serta jumlah cicilan *ijarah* yang sudah dibayar melebihi nilai sewa yang wajar, maka selisih antara keduanya diakui sebagai kewajiban kepada penyewa dan dibebankan sebagai kerugian pada periode terjadinya penurunan nilai.

11. Jika nasabah menjual aktiva kepada bank dan menyewanya kembali, maka perlakuan akuntansi bank sebagai pemilik objek sewa diterapkan.<sup>22</sup>

Apabila terjadi perpindahan hak milik objek sewa kepada penyewa dalam *ijarah muntahia bit-tamlik* dapat dilakukan dengan

---

<sup>22</sup> IAI, PSAK no 59.

hibah, penjualan sebelum akad berakhir sebesar harga yang sebanding dengan sisa cicilan sewa, penjualan pada akhir masa sewa dengan pembayaran tertentu yang disepakati pada awal akad, dan penjualan bertahap sebesar harga yang disepakati dalam akad.<sup>23</sup>

## **2.1.4. Marketing**

### **2.1.4.1. Pengertian Marketing**

Menurut bahasa, pengertian dari marketing yaitu pemasaran, sedangkan pengertian marketing menurut istilah adalah: Memindahkan barang dan jasa dari pemasok ke konsumen. Termasuk didalamnya perancangan dan pembuatan produk, pengembangan, pendistribusian iklan promosi, dan publikasi, serta analisa pasar untuk menentukan pasar yang sesuai.<sup>24</sup>

Menurut Philip Kotler; *“Marketing as social and managerial process whereby individuals and groups obtain what they need and want through creating and exchanging products and value with others.”* “Marketing merupakan suatu proses sosial dan manajerial dimana melalui proses tersebut, individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan dan

---

<sup>23</sup> Agus Waluyo Nur, *Op. Cit.*

<sup>24</sup> Ahmad Antoni K. Muda, *Kamus Lengkap Ekonomi*, Gitamedia Press, hlm. 230.

mempertukarkan produk dan nilai dengan individu dan kelompok lain”<sup>25</sup>

Dalam bahasa yang ringkas, Pemasaran adalah memuaskan kebutuhan dan keinginan orang dengan mendapatkan keuntungan.<sup>26</sup>

Dari beberapa definisi tersebut dapat dijelaskan bahwa marketing adalah segala proses praktis dan terencana untuk melakukan segala sesuatu mengenai penetapan harga, promosi, distribusi ide, barang serta jasa untuk menciptakan transaksi dan pertukaran yang menghasilkan tujuan secara individu maupun organisasi.

#### **2.1.4.2. Syariah marketing**

Kata syariah berasal dari kata شرع – يشرع – شرعا yang berarti: Menerangkan atau menjelaskan sesuatu, undang-undang (hukum-hukum yang diperintahkan Allah).<sup>27</sup> Atau berasal dari kata شرعة – شريعة yang berarti “Suatu tempat yang dijadikan sarana untuk mengambil air secara langsung sehingga orang yang mengambilnya tidak memerlukan bantuan alat lain.”<sup>28</sup>

---

<sup>25</sup> Philip Kotler, dan A.B. Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, (Jakarta : Salemba Empat, 2000, hlm. 19.

<sup>26</sup> M. Taufiq Amir, *Dinamika Pemasaran; Jelajahi dan Rasakan*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 4.

<sup>27</sup> Mahmud Yunus, *Kamus Arab – Indonesia*, Jakarta: Hidayakarya Agung, 1990, hlm. 195.

<sup>28</sup> Mu’jam Alfazh Al-Qur’an Al-Karim, Kairo: *Mu’jam Al-lughah Al-Arabiyyah*, Juz 2, hlm. 13.

Sedangkan pengertian Syariah menurut (Yusuf Al-Qaradhawi 1990), syariah menurut pandangan islam sangatlah luas dan komprehensif (*al-syumul*). Di dalamnya mengandung makna mengatur seluruh aspek kehidupan, mulai dari aspek ibadah (hubungan manusia dengan Tuhannya), aspek keluarga (seperti nikah, talak, nafkah, wasiat, warisan), aspek bisnis (perdagangan, industri, perbankan, asuransi, utang-piutang, pemasaran, hibah), aspek ekonomi (permodalan, zakat, *bait al-mal*, *fa'i*, *ghonimah*), aspek hukum dan peradilan, aspek undang-undang hingga hubungan antar-negara.<sup>29</sup>

Hukum-hukum syar'i" adalah hukum-hukum yang diambil dari syari'at, seperti wajib dan haram, maka keluar darinya (yakni Hukum-hukum syar'i) hukum-hukum akal; seperti mengetahui bahwa keseluruhan lebih besar daripada sebagian; dan hukum-hukum adat (kebiasaan); seperti mengetahui turunnya embun di malam yang dingin jika cuaca cerah.

Sejalan dengan kaidah ushul fiqih

“ الاصل في الاحكام التقييد بحكم الشارع “,

yang berarti bahwa hukum asal sesuatu perbuatan adalah terikat dengan hukum syara', antara lain: Wajib, sunnah, mubah, makruh, dan haram, maka pelaksanaan bisnis

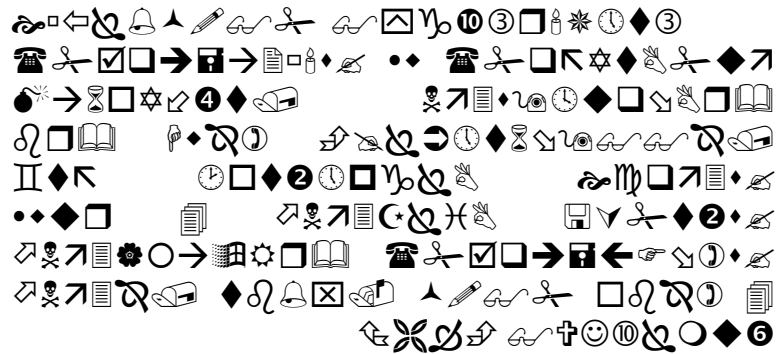
---

<sup>29</sup> Harmawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah marketing*, (Jakarta: Mizan Pustaka, 2008), hlm. 25.

harus tetap berpegang pada ketentuan syariat. Dengan kata lain, *syari'at* merupakan nilai utama yang menjadi payung strategis maupun taktis organisasi bisnis.

Dari beberapa definisi Syari'ah diatas, maka dapat disimpulkan bahwa *Syari'ah* adalah hukum-hukum yang telah dinyatakan dan ditetapkan oleh Allah swt. sebagai peraturan hidup manusia untuk diimani, diikuti dan dilaksanakan oleh manusia di dalam kehidupannya. Dan Syari'ah mencakup pengertian segala peraturan hidup yang mengatur seluruh aspek kehidupan manusia.

*Marketer* atau pemasar muslim selalu mengacu pada syariah islam, sebagaimana dalam transaksi muamalahnya bersifat keadilan, kejujuran, transparansi, etika, moralitas menjadi nafas dalam setiap bentuk transaksinya. Sebagaimana Allah telah berfirman dalam Al-Quran:<sup>30</sup>



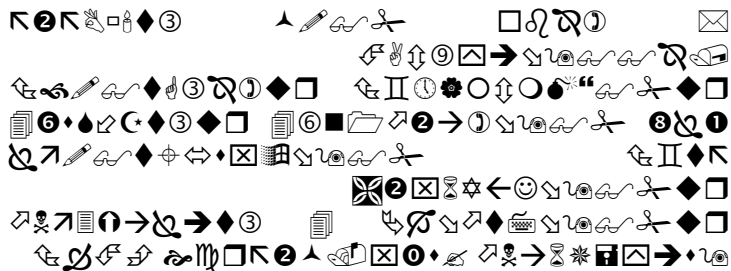
<sup>30</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Semarang : CV. Asy-Syifa, 1992), hlm. 122.



Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”. (An-Nisa’ : 29)

Dari firman Allah diatas, dapat disimpulkan bahwa diharamkan transaksi yang mengandung bathil, dan transaksi juga harus bersifat adil serta saling sukarela dan saling percaya.<sup>31</sup>

Firman Allah SWT dalam Al-Qur’an :



Artinya: *Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran. (QS. Al-Nahl, Ayat: 90).*<sup>32</sup>

Menurut Kartajaya dan Sula (2008:27), *Syariah marketing* adalah: “Sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan value dari suatu inisiator kepada stakeholders-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip

<sup>31</sup> Veithzal Rivai, *Islamic Financial Management*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 3.

<sup>32</sup> Departemen Agama RI, *Op. Cit*, hlm. 415.

muamalah (bisnis) dalam islam. Dalam *syariah marketing*, seluruh proses, baik proses penciptaan, proses penawaran, maupun proses perubahan nilai (*value*) tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah yang islami.”<sup>33</sup>

Konsep pemasaran syariah ada empat karakteristik pemasaran syariah yang dapat menjadi panduan bagi para pemasar sebagai berikut:

1. Teistis (*rabbaniyyah*)

Salah satu ciri khas pemasar syariah yang tidak dimiliki dalam pemasar konvensional yang dikenal selama ini adalah sifatnya yang *religius (diniyyah)*. Kondisi ini tercipta tidak karena keterpaksaan, tetapi berangkat dari kesadaran akan nilai-nilai *religius*, yang dipandang penting dan mewarnai aktivitas pemasaran agar tidak terperosok ke dalam perbuatan yang merugikan orang lain.<sup>34</sup>

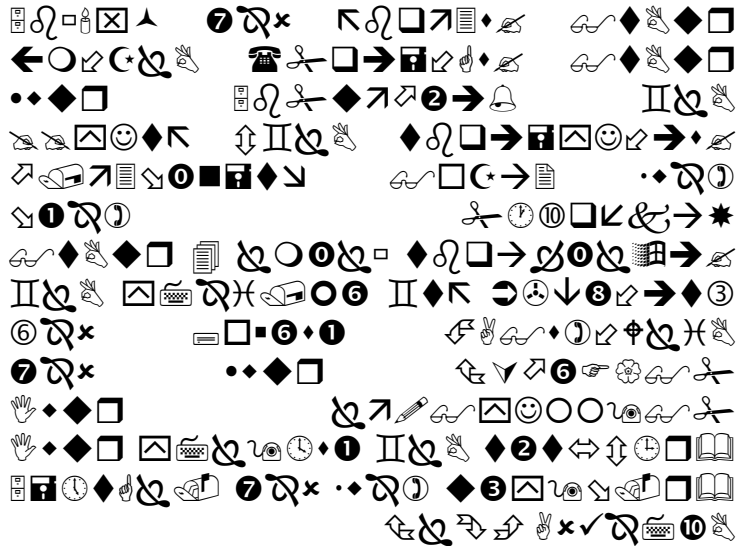
*Syariah marketing* sangat peduli pada dengan nilai (*value*). Karena bisnis syariah adalah bisnis kepercayaan, bisnis berkeadilan, dan bisnis yang tidak mengandung tipu muslihat di dalamnya. Selain itu para *marketer syariah* juga senantiasa menjauhi segala larangan-larangan dengan sukarela, pasrah, dan nyaman karena terdorong oleh

---

<sup>33</sup> Harmawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Op. Cit*, hlm. 26-27.

<sup>34</sup> Harmawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Op. Cit*, hlm. 28.

bisikan dari dalam dirinya sendiri dan bukan paksaan dari luar. Karena mereka sadar bahwa Allah senantiasa mengawasi segala perbuatan mereka. Sebagaimana Firman Allah SWT :



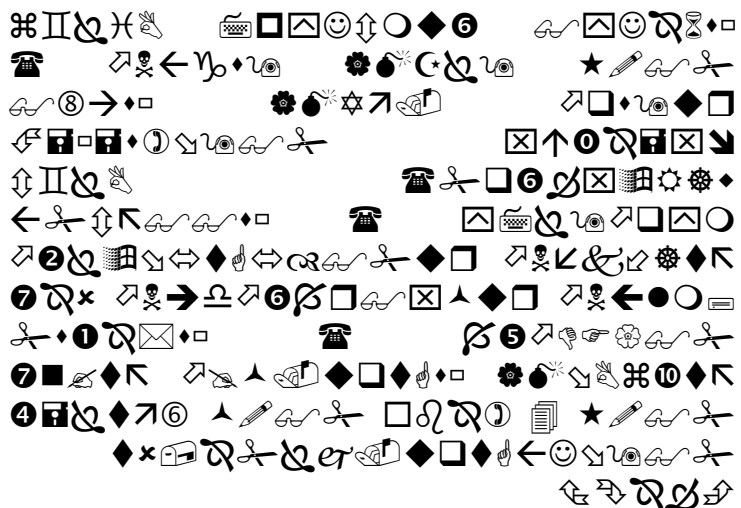
Artinya : “kamu tidak berada dalam suatu Keadaan dan tidak membaca suatu ayat dari Al Quran dan kamu tidak mengerjakan suatu pekerjaan, melainkan Kami menjadi saksi atasmu di waktu kamu melakukannya. tidak luput dari pengetahuan Tuhanmu biarpun sebesar zarah (atom) di bumi ataupun di langit. tidak ada yang lebih kecil dan tidak (pula) yang lebih besar dari itu, melainkan (semua tercatat) dalam kitab yang nyata (Lauh Mahfuzh).” (QS. Yunus : 61)<sup>35</sup>

2. Etis (akhlaqiyah),

Dimana pemasar syariah selain karena teistis (rabbaniyyah), juga karena ia mengedepankan masalah akhlak (moral, etika) dalam seluruh aspek kegiatannya.

<sup>35</sup> Departemen Agama RI, *Op. Cit*, hlm. 316.

Sifat *etis* sebenarnya merupakan turunan dari sifat teistis (*rabbaniyah*). Dengan demikian, *syariah marketing* adalah konsep pemasaran yang sangat mengedepankan nilai-nilai moral dan etika, tidak peduli apapun agamanya. Karena nilai-nilai moral dan etika adalah nilai yang bersifat universal, yang diajarkan oleh semua agama.<sup>36</sup>



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 ma'afkanlah 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.” (QS. Ali Imran : 159)<sup>37</sup>

### 3. Realistis (*al-waqi'iyah*)

<sup>36</sup> Harmawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Op. Cit*, hlm. 32.

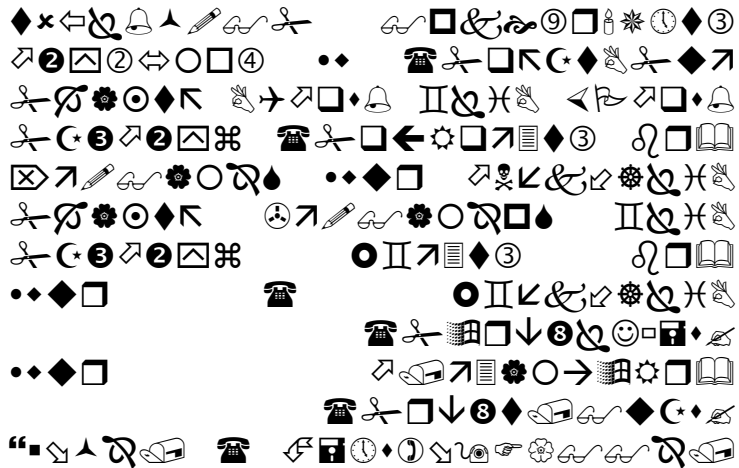
<sup>37</sup> Departemen Agama RI, *Op. Cit*, hlm. 103.

*Syariah marketing* adalah konsep pemasaran yang fleksibel, sebagaimana keluasaan dan keluwesan *syariah islamiyyah* yang melandasinya. Hal ini dicontohkan oleh nabi untuk bisa bersikap lebih bersahabat, santun, dan simpatik terhadap saudara-saudaranya dari umat lain.<sup>38</sup>

Jadi, para *syariah marketer* ini adalah para professional dengan penampilan yang baik dan rapi, mengedepankan nilai-nilai religious, kesalehan, aspek moral, dan kejujuran dalam segala aktifitas pemasarannya.

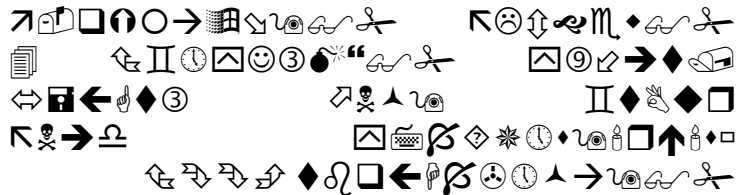
4. Humanistis (*insaniyyah*)

Pengertian dari *humanistis (insaniyyah)* adalah bahwa *syariah* diciptakan untuk manusia agar drajatnya terangkat, sifat kemanusiaannya terjaga dan terpelihara, serta sifat-sifat kehewanannya dapat terkekang dengan panduan syariah.<sup>39</sup> Sebagaimana firman Allah:



<sup>38</sup> Harmawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Op. Cit*, hlm. 35.

<sup>39</sup> Harmawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Op. Cit*, hlm. 42



Artinya : *Hai orang-orang yang beriman, janganlah sekumpulan orang laki-laki merendahkan kumpulan yang lain, boleh Jadi yang ditertawakan itu lebih baik dari mereka. dan jangan pula sekumpulan perempuan merendahkan kumpulan lainnya, boleh Jadi yang direndahkan itu lebih baik. dan janganlah suka mencela dirimu sendiri dan jangan memanggil dengan gelaran yang mengandung ejekan. seburuk-buruk panggilan adalah (panggilan) yang buruk sesudah iman dan Barangsiapa yang tidak bertobat, Maka mereka Itulah orang-orang yang zalim. (QS. Al-Hujurat : 11)*<sup>40</sup>

Dengan demikian, nilai humanistik menjadikan manusia yang terkontrol, dan seimbang. Bukan manusia yang serakah yang menghalalkan segala cara untuk meraih keuntungan yang sebesar-besarnya.

Karena dasar *syariah* adalah *ukhuwwah islamiyyah*, islam tidak mempedulikan semua faktor yang membedakan manusia dari segi muamalah, baik daerah, warna kulit, maupun status sosial.

## 2.1.5. Citra

### 2.1.5.1. Pengertian Citra

---

<sup>40</sup> Departemen Agama RI, *Op. Cit*, hlm. 847.

Menurut Lawrence L. Steinmetz, “Citra merupakan pancaran atau reproduksi jati diri atau bentuk orang perorangan, benda atau organisasi”.<sup>41</sup> Sedangkan menurut Philip Kotler (2004), “citra sebagai jumlah dari keyakinan-keyakinan, gambaran-gambaran dan kesan-kesan yang dipunyai seseorang pada suatu obyek. Obyek yang dimaksud dapat berupa orang, organisasi, kelompok orang atau yang lainnya yang dia ketahui. Jika obyek berupa organisasi, berarti seluruh keyakinan, gambaran dan kesan atas organisasi dari seseorang merupakan citra”.

Sedangkan citra menurut Rhenald Kasali, yaitu, “Kesan yang timbul karena pemahaman akan suatu kenyataan”. Dan Joe Markoni, mendefinisikan bahwa masyarakat atau nasabah akan mengambil keputusan berdasarkan persepsi mereka terhadap jati diri perusahaan.<sup>42</sup>

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa “Citra” diartikan sebagai Persepsi nasabah terhadap jati diri Danaku Syariah, dan didasari pada apa yang mereka ketahui atau kira tentang *Leasing* Syariah, yang akhirnya akan mempengaruhi rangsangan nasabah untuk mengambil keputusan dalam membeli produk Danaku Syariah.

---

<sup>41</sup> Siswanto Sutojo, *membangun Citra perusahaan*, (Jakarta: Damar Mulia Pustaka, 2004), hlm. 1.

<sup>42</sup> *Ibid*, hlm 34.

Upaya perusahaan sebagai sumber informasi terbentuknya citra perusahaan memerlukan keberadaan secara lengkap. Informasi yang lengkap dimaksudkan sebagai informasi yang dapat menjawab kebutuhan dan keinginan obyek sasaran. “Rhenald Kasali” (2003) mengemukakan, Pemahaman yang berasal dari suatu informasi yang tidak lengkap menghasilkan citra yang tidak sempurna. Menurut Shirley Harrison (1995) Informasi yang lengkap mengenai citra perusahaan meliputi empat elemen sebagai berikut:

- 1) Personality, yaitu: Keseluruhan karakteristik perusahaan yang dipahami publik sasaran seperti perusahaan yang dapat dipercaya, perusahaan yang mempunyai tanggung jawab sosial.
- 2) Reputation, yaitu: Hal yang telah dilakukan perusahaan dan diyakini publik perusahaan sasaran berdasarkan pengalaman sendiri maupun pihak lain seperti kinerja keamanan transaksi sebuah Bank.
- 3) Value, yaitu: Nilai-nilai yang dimiliki suatu perusahaan dengan kata lain budaya perusahaan, seperti sikap manajemen yang peduli terhadap pelanggan, karyawan yang cepat tanggap terhadap permintaan maupun keluhan pelanggan.



- 4) Corporate Identity, yaitu: Komponen-komponen yang mempermudah pengenalan publik sasaran terhadap perusahaan, seperti logo, Warna dan selogan.

#### **2.1.5.2. Strategi Dasar Membangun Citra**

##### **1. Menentukan Kelompok Sasaran**

Masyarakat terdiri dari jutaan bahkan ratusan juta manusia. Maka membangun citra di mata seluruh anggota masyarakat merupakan pekerjaan yang sia-sia, karena tidak efektif dan sumber pemborosan dana. Maka dari itu, perusahaan harus menentukan kelompok sasaran dan wajib mengusahakan agar kelompok sasaran tersebut mempunyai persepsi yang baik terhadap jati diri perusahaan.<sup>43</sup>

##### **2. Faktor Penunjang Keberhasilan**

Faktor-faktor tersebut adalah :

- a. Citra dibangun berdasarkan orientasi terhadap manfaat yang dibutuhkan dan diinginkan kelompok sasaran.
- b. Manfaat yang ditonjolkan cukup realistis.
- c. Citra ditonjolkan sesuai dengan kemampuan perusahaan.
- d. Citra yang ditonjolkan mudah dimengerti.

---

<sup>43</sup> *Ibid*, hlm. 34.

e. Citra yang ditonjolkan merupakan sarana, bukan tujuan usaha.

### 3. Koordinasi di Dalam

Koordinasi kegiatan seluruh anggota manajemen yang ikut bertanggung jawab terhadap keberhasilan citra, perlu dilakukan sejak tahap perencanaan, selama implementasi dan pada tahap monitoring.<sup>44</sup>

#### 2.1.5.3. Mempopulerkan Citra

Dalam tahap mempopulerkan citra, perusahaan harus memperhatikan hal-hal sebagai berikut :

1. Berfokus pada satu atau dua kelebihan (*narrow focus*)
2. Berciri khas (*unique*)
3. Mengena (*appropriate*)
4. Mendahului persepsi negatif segmen sasaran (*foresight*)
5. Berkesinambungan (*continuity*)
6. Realistis (*reality*)

Dalam dunia bisnis citra dapat di populerkan, yaitu dilakukan dengan mempergunakan dua macam sarana, yaitu: Periklanan (*advertising*), dan kegiatan humas (*public relation*).<sup>45</sup> Sebagaimana Danaku Syariah mempopulerkan citra dibenak masyarakat atau nasabah, berupa:<sup>46</sup>

---

<sup>44</sup> *Ibid*, hlm. 39

<sup>45</sup> Siswanto Sutujo, *op. cit*, hlm: 53

<sup>46</sup> PWI Danaku Syariah, *Buku panduan sistem dan prosedur operasional Pembiayaan Murabahah*, Danaku Syariah, 2009.

- 1) *Fairly*, yaitu sesuai dengan peraturan atau undang-undang dan tanpa penipuan atau kecurangan.
- 2) *Universal*, yaitu berlaku untuk umum untuk semua anggota kelompok.
- 3) *Transparency*, yaitu kualitas yang jelas dan transparan.
- 4) *Rahmatan lil 'Alamin*, yaitu memberikan rahmat dan barokah kepada semesta alam.
- 5) Penuh Kepastian, yaitu pasti karena telah ditetapkan oleh DSN MUI dan telah ditunjuk DPS (Dewan Pengawas Syariah) untuk memonitor Danaku Syariah.

## **2.2. Penelitian Terdahulu**

Penelitian Asnal Muntolib (2010), yang dilakukan berjudul: “*Implementasi syariah marketing serta pengaruhnya terhadap citra Pegadaian Syariah cabang Semarang*”. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah yang melakukan transaksi di Pegadaian Syariah Cabang Semarang. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Cluster Ramdom Sampling*. Hasil penelitian

menunjukkan bahwa implementasi *syariah marketing* berpengaruh langsung dan signifikan terhadap Citra Pegadaian Syariah Cabang Semarang.<sup>47</sup>

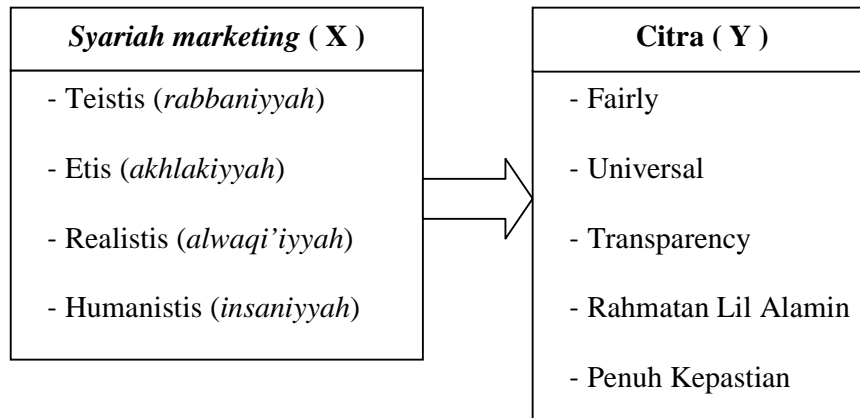
### **2.3. Kerangka Pemikiran Teoritik**

Sejalan dengan tujuan penelitian dan kajian teori yang sudah dibahas diatas selanjutnya akan diuraikan kerangka berfikir mengenai pengaruh penerapan *syariah marketing* terhadap citra Danaku Syariah Cabang Semarang. Kerangka pemikiran teoritik penelitian dijelaskan pada gambar dibawah ini;

---

<sup>47</sup> Asnal Muntolib, *Implementasi syariah marketing serta pengaruhnya terhadap citra Pegadaian Syariah cabang Semarang*, (Semarang : Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang, 2010).

Gambar Kerangka Pemikiran Teoritik :



Gambar 2.3. Kerangka Pemikiran Teoritik

#### 2.4. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka teori diatas maka hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut: “Ada pengaruh antara *syariah marketing* terhadap citra Danaku Syariah cabang Semarang”