

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pembiayaan Syariah

2.1.1 Pengertian Pembiayaan Syariah

Berdasarkan UU No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah, dijelaskan bahwa pembiayaan berdasarkan prinsip syariah adalah penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.¹

2.1.2 Produk-Produk Pembiayaan Syariah

1. Pembiayaan dengan prinsip Bagi Hasil

Dalam teori hukum kontrak secara syariah, setiap transaksi akan terjadi salah satu dari tiga hal, yaitu: *pertama*, kontrak sah, *kedua*, kontrak *fasad*, dan *ketiga*, kontrak batal. Untuk melihat kontrak itu jatuhnya kemana perlu diperhatikan instrumen hukum dari akad yang disepakati dan bagaimana amplikasinya dalam instrumen bank syariah melakukan pembiayaan atau penyaluran dana.²

¹ Dr. Drs. H. Dadan Muttaqien, SH, M.Hum. *Aspek Legal Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta : Safiria Insania Press. 2009. Hlm 85

² Lasmiatun. *Perbankan Syariah*. Semarang : LPSDM. RA Kartini. 2010.Hlm 13

a. *Mudhārabah*

Pembiayaan *mudhārabah* adalah perjanjian antara penanam dana dan pengelola dana untuk melakukan kegiatan usaha tertentu, dengan pembagian keuntungan antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang telah disepakati sebelumnya. Aplikasi: pembiayaan modal kerja, pembiayaan proyek, pembiayaan ekspor.³

Dengan demikian *mudhārabah* merupakan kemitraan antara penyumbang modal pada suatu pihak dan pemakai modal di pihak lain yang berkemampuan, baik dalam berusaha dan mengelola, yang dilandasi dengan menurut isi kontrak Mutual yang mereka sepakati termasuk pembagian keuntungan bagi keduanya yaitu *shohibul maal* menerima 60% dan *mudharib* menerima 40% atau dengan presentase lain yang mereka sepakati.⁴

Dalam hal ini, bank dapat meminta jaminan/agunan untuk mengantisipasi resiko apabila nasabah tidak memenuhi kewajiban sebagaimana dimuat dalam akad. (Aplikasi: pembiayaan modal kerja, pembiayaan proyek, pembiayaan ekspor).⁵ Berdasarkan kewenangan yang diberikan kepada *mudharib*, *mudhārabah* dibagi menjadi 2 (dua) jenis, yakni:

³ Prof. Dr. H Veitzal Rifai, SE, MM, MBA, dkk. *Islamic Banking Sebuah Teori, Konsep dan Aplikasi*. Jakarta : Bumi Aksara. 2010. Hlm 687

⁴ Afzalur Rahman. *Doktrin Ekonomi Islam Terjemah : Economic Doctrines Of Islam Jilid IV*. Yogyakarta : PT Dana Bakti Wakaf 1995. Hlm 380-381

⁵ Prof. Dr. H Veitzal Rifai, SE, MM, MBA, dkk. *Op.cit.* hlm 687

1. *Mudhārabah Mutlaqah* adalah bentuk kerja sama antara *shahibul maal* dan *mudharib* cakupnya sangat luas dan tidak dibatasi oleh spesifikasi jenis usaha, waktu dan daerah bisnis.⁶ Intinya pengusaha memiliki kewenangan penuh untuk menjalankan usahanya, sesuai dengan bisnis yang ada.⁷
2. *Mudhārabah Muqāyyadah* adalah *mudhārabah* yang memberikan kesempatan kepada pemilik dana untuk memberi batasan kepada *mudharib*. Jenis *mudhārabah* ini merupakan penyaluran dana kepada pelaksana usahanya, dimana bank bertindak sebagai perantara yang mempertemukan antara pemilik dana dengan pelaksana usaha.⁸ Dalam skim ini *mudharib* tidak diperkenankan untuk mencampurkan dengan modal atau dana lain. Pembiayaan *mudhārabah muqayyadah* antara lain di gunakan untuk investasi khusus dan reksadana.⁹

Mudhārabah biasanya diterapkan pada produk-produk pembiayaan dan pendanaan. Pada sisi penghimpunan dana. Adapun pada sisi pembiayaan *mudhārabah* diterapkan untuk, pembiayaan modal kerja perdagangan dan jasa, investasi khusus disebut *mudhārabah*

⁶ Muhammad Syafi'i Antonio. *Bagi Bankir dan Praktisi Keuangan*. Jakarta : Tazkia Insitute. 1999. Hlm 151

⁷ Muhammad Ridwa. *Kontruksi Bank Syariah Indonesia*. Yogyakarta:Pustaka SM.2007. hlm 13

⁸ Dwi Suwiknyo, SEI, M.Si. *Jasa-Jasa Perbankan Syariah*, Yogyakarta:Pustaka Pelajar.2010. Hlm 14

⁹ Ascarya. *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: PT. Raja Grafinda Persada. 2007. Hlm 257

muqayyadah, dimana sumber dana khusus dengan penyaluran yang telah ditetapkan oleh *shahibul maal*.¹⁰

b. *Musyārahah*

Pembiayaan *musyārahah* adalah pembiayaan sebagai kebutuhan modal pada suatu usaha untuk jangka waktu terbatas sesuai dengan kesepakatan.¹¹ *Musyārahah* ada dua jenis, yaitu *musyārahah* pemilik dan *musyārahah* akad (kontrak). *Musyārahah* pemilik tercipta karena warisan wasiat atau kondisi lainnya yang berakibat pemilikan satu oleh dua orang atau lebih. Sedangkan *musyārahah* akad tercipta dengan kesepakatan dimana dua orang atau lebih setuju bahwa tiap orang dari mereka memberikan modal *musyārahah* dan berbagi keuntungan dan kerugian. Semua modal disatukan untuk dijadikan modal proyek *musyāraka* di kelola bersama-sama. Setiap pemilik modal berhak turut serta dalam menentukan kebijakan usaha yang dijalankan oleh pelaksana pemilik proyek. Pemilik modal dipercaya untuk menjalankan proyek *musyārahah* tidak boleh melakukan tindakan.¹² Aplikasi: pembiayaan modal kerja, dan pembiayaan ekspor.¹³

¹⁰ Muhammad Syafi'i Antonio. *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, Jakarta:Gema Insani. 200. hlm 97

¹¹ Wirdyaningsih, SH., MH., et al. *Bank dan Asuransi Islam di Indonesia*. Jakarta: Kencana Prenada Media. 2005. Hlm 119

¹² Heri Sudarsono, SE. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi*. Yogyakarta: Ekonisoa. Hlm 63-64

¹³ Prof. Dr. H Veitzal Rifai, SE, MM, MBA, dkk. *Op.cit.* hlm 687

2. Pembiayaan dengan Prinsip Sewa (*Ijarah*)

Ijarah disebut akad pemindahan hak guna (manfaat) atau suatu barang atau jasa dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa/upah tanpa di ikuti dengan pemindahan kepemilikan barang itu sendiri. Maksud manfaat adalah berguna, yaitu barang yang mempunyai banyak manfaat dan selama menggunakannya barang tersebut tidak mengalami perubahan atau musnah. Manfaat yang diambil tidak berbentuk zatnya melainkan sifatnya dan di bayar sewa.¹⁴ Pada dasarnya *ijārah* didefinisikan sebagai hak untuk memanfaatkan barang atau jasa dengan membayar imbalan tertentu. Menurut Fatwa Dewan Syari'ah Nasional, *Ijārah* 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 pemindahan hak guna saja dari yang menyewakan kepada penyewa.¹⁵

Dalam kegiatan perbankan Syariah pembiayaan melalui *Ijārah* dibedakan menjadi :

¹⁴ Muhammad. *Model-Model Akad Pembiayaan di Bnak Syariah*. Yogyakarta: UII Press. 2009. Hlm 124

¹⁵ Adimarwan Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, Jakarta : IIIT Indonesia, 2003, Hlm 106

- a. *Ijārah*, sewa murni dalam teknis perbankan, bank dapat kembali dahulu *equipment* yang dibutuhkan nasabah, kemudian menyewakan dalam waktu dan hanya yang telah disepakati kepada nasabah.
- b. *Ijārah Muntahiyyah Bit-Tamlīk* di beberapa negara menyebutkan sebagai *Ijārah Wa Iqtina'* yang artinya sama juga yaitu sama juga yaitu menyewa dan setelah itu diakuisisi oleh penyewa (*Finance lease*).¹⁶

Ijārah adalah kontrak yang melibatkan suatu barang (sebagai barang) dengan jasa atau manfaat atas barang lainnya. Penyewa dapat juga diberi opsi untuk memiliki barang yang di sewakan tersebut pada saat sewa selesai, dan kontrak ini disebut *al ijārah wa iqtina' atau al ijārah muntahilah bi tamlīk*, dimana akad sewa yang terjadi antara bank (sebagai pemilik barang). Dengan cicilan sewanya sudah termasuk cicilan pokok harga barang.¹⁷

Barang yang disewakan kepada nasabah umumnya berjenis aktiva tetap atau fixed assets seperti : gedung-gedung (*buildings*), kantor, mesin, rumah-rumah petak (*tenements*), atau barang bergerak yang memiliki *specific fixed*.

Rukun dan Syarat *Ijārah Muntahiyyah Bittamlīk* :

- a. Penyewa (*musta'jir*)
- b. Pemilik barang (*mu'ajjir*)

¹⁶ Drs. Muhammad, M. Ag. *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta: UPP AMPP YKPN.1987.Hlm 85

¹⁷ Drs. Zainul Arifin, MBA. *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*. Jakarta: Pustaka Alvabet. 2006.Hlm 25

- c. Barang atau obyek sewaan (*ma'jur*)
- d. Hargasewa/manfaatsewa(*ajran/ujran*)
- e. *Ijab Qabul* ¹⁸

3. Pembiayaan dengan Prinsip Jual Beli

Prinsip jual beli pada dasarnya dilaksanakan sehubungan dengan adanya perpindahan kepemilikan barang atau benda. Transaksi jual beli dibedakan berdasarkan bentuk pembayaran dan waktu penyerahan barangnya.¹⁹

a. *Murābahah*

Salah satu skim fiqih yang paling populer digunakan oleh perbankan syariah adalah skim jual-beli *murābahah*. Secara sederhana, *murabahah* berarti suatu penjualan barang seharga barang tersebut ditambah dengan keuntungan yang telah di sepakati. Misalnya, seorang membeli barang kemudian menjualnya kembali dengan keuntungan tertentu. Jadi singkatnya *murābahah* adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (*margin*) yang disepakati oleh penjual dan pembeli. Akad ini merupakan salah satu bentuk *natural certainty contracts*, karena dalam *murābahah* ditentukan berapa keuntungan yang diperoleh. Pembayaran *murābahah* dapat dilakukan secara tunai atau cicilan. dalam *murābahah* juga diperkenankan adanya

¹⁸ <http://Pembiayaan Ijarah - zonaekis.com.htm> 12/10/2012./17.23 WIB

¹⁹ Dr. Muhammad Firdaus NH, dkk. *Konsep dan Implementasi Bank Syariah*. Jakarta: Renaisan Anggota IKAPI. Hlm 48

perbedaan dalam harga barang untuk cara pembayaran yang berbeda. *Murābahah muajjal* dicirikan dengan adanya penyerahan barang diawal akad dan pembayaran kemudian (setelah awal akad), baik dalam bentuk angsuran maupun dalam bentuk *lump sum*(sekaligus).²⁰

b. Salam

Pembiayaan salam adalah perjanjian jual beli dengan cara pemesanan dengan syarat-syarat tertentu dan pembayaran harga terlebih dulu.²¹ Bank dapat menjual kembali barang tersebut kepada nasabah/pihak lain (pembeli) maupun kepada nasabah (produsen) semula secara angsuran. Syarat utama dari salam adalah jenis, macam, ukuran jumlah barang yang dijual harus jelas dan menguntungkan. *Ba'i as-salam* dalam perbankan biasanya di aplikasikan berjangka pendek untuk produksi agribisnis atau hasil pertanian, industri lainnya. Harga jual yang disepakati harus dicantumkan dalam akad dan tidak boleh berubah selama selaku akad²² Aplikasi: pembiayaan sektor pertanian, dan produk manufakturing.

²⁰Ir. Ardiwarman. A, SE., M.B.A., M.A.E.P. *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. Cet 3.2006. Hlm 113-115

²¹ Prof. Dr. H Veitzal Rifai, SE, MM, MBA, dkk. *Op.cit.* hlm 687

²² Dahlan Siamat. *Menejemen Lembaga Keuangan Kebijakan Moneter dan Perbankan Edisi 5*. Jakarta : *Fakultas Ekonomi UI*. 2005. Hlm 425

c. *Istishna*

Pembiayaan *istishna* adalah perjanjian jual beli dalam bentuk pemesanan pembutaan barang dengan kriteria dan persyaratan tertentu yang disepakati antara pemesan dan penjual.²³ Aplikasi: pembiayaan konstruksi/ proyek/produk manufakturing.

Pada dasarnya merupakan kontrak penjualan antara pembeli dan membuat barang pembayaran di muka, baik dilakukan secara tunai, cicilan atau ditangguhkan²⁴ Pada umumnya, pembiayaan *istishna* dilakukan untuk pembiayaan konstruksi. Aplikasi : pembiayaan konstruksi/proyek/produk manufakturing.

4. Pembiayaan dengan Prinsip Akad Pelengkap

a. *Hawalah*

Hawalah adalah akad pemindahan utang/ piutang suatu pihak kepada pihak yang lain. Dalam hal ini ada tiga pihak yang berutang (*muhil* atau *madin*), pihak yang memberi utang (*muhal da'in*) dan pihak yang menerima pemindahan (*muhal 'alaih*).²⁵

b. *Rahn*

Rahn yaitu menjadikan barang yang mempunyai nilai harta menurun pandangan syariah sebagai jaminan utang sehingga orang yang

²³ Prof. Dr. H Veitzal Rifai, SE, MM, MBA, dkk. *Op.cit.* hlm 688

²⁴ Dahlan Siamat. *Op.cit.* hlm 426

²⁵ Drs. Zainul Arifin, MBA. *Op.cit.* Hlm 29

bersangkutan boleh mengambil atau ia bisa mengambil sebagai manfaat barang itu.²⁶

c. *Qard*

Pinjaman *Qard* atau talangan adalah penyediaan dana atau tagihan antara bank islam dengan pihak peminjaman yang mewajibkan pihak peminjaman melakukan pembayaran sekaligus atau secara cicilan dalam jangka waktu tertentu.²⁷ *Qardh ul- hasan* merupakan perjanjian yard untuk tujuan sosial. Adalah tidak mustahil bagi suatu bank syariah yang terpenggil untuk memberikan pinjaman-pinjaman kepada mereka yang tergolong lemah ekonominya untuk memberikan fasilitas *qardh ul- hasan*.²⁸

5. Pembiayaan Multijasa

Pembiayaan *Multijasa* merupakan pola pembiayaan yang menggunakan akad *Ijārah* atau *Kafalah*. Bank menerima titipan berupa uang atau surat berharga dan mendapat kuasa dari yang menitipkan untuk mengelola uang atau surat berharga tersebut.²⁹

²⁶ Amir Mahmud. *Bank Syariah Teori, Kebijakan dan Studi Empiris di Indonesia*. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama. 2010.Hlm 27

²⁷ Prof. Dr. H Veitzal Rifai, SE, MM, MBA, dkk. *Op.cit.* hlm 689

²⁸ Sultan Remy Sjahdeini. *Perbankan Islam dan Kedudukannya dalam Tata Hukum Perbankan Indonesia*. Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti. 1999. Hlm 75

²⁹ Warkum Sumitro, SH. *Asas-asas Perbankan Islam Dan Lembaga-lembaga Terkait BMI dan Takaful di Indonesia Edisi Revisi*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada. 1996. Hlm 103

2.1.3 Tujuan Pembiayaan .

Dalam pembahasan tujuan pembiayaan, mencakup lingkup yang luas, pada dasarnya, terdapat pihak atau pelaku utama yang terlibat dalam setiap pemberian pembiayaan akan mencakup pula pemenuhan tujuan ke tiga pelaku utama tersebut, yaitu sebagai berikut:

1. Bank (selaku *mudahrrib* atau *shahibul maal*)
 - a. Penghimpunan dana masyarakat yang mengalami kelebihan dana.
 - b. Penyaluran/pemberian pembiayaan merupakan bisnis utama dan tersebar hampir pada sebagian besar bank.
 - c. Penerimaan bagi hasil dari pemberian pembiayaan bagi bank merupakan sumber pendapatan tersebar.
 - d. Sebagai salah satu instrumen / produk bank dalam memberikan pelayanan pada *customer*
2. Nasabah (selaku *shahibul maal* atau *mudahrrib*)
 - a. Sebagai pemilik dana yang menginginkan penitipan atau investasi atas dana yang dimiliki.
 - b. Sebagai salah satu potensi untuk mengembangkan usaha.
 - c. Dapat meningkatkan kinerja perusahaan.
 - d. Sebagai salah satu alternatif pembiayaan perusahaan .
3. Negara (selaku regulator)

- a. Sebagai salah satu sarana dalam memacu pembangunan.
- b. Meningkatkan arus dana dan jumlah uang beredar.
- c. Meningkatkan pertumbuhan ekonomi
- d. Meningkatkan pendapatan negara dari pajak.
- e. Selain negara dan bank sentral, dalam operasional perbankan syariah adanya peran dari Dewan Syariah Nasional (DSN) yang mengawasi dan mengeluarkan fatwa berkaitan dengan kepatuhan atas aspek syariahnya.³⁰

2.1.4 Unsur Pembiayaan

Pembiayaan pada dasarnya di berikan atas dasar kepercayaan, dengan demikian pemberian pembiayaan adalah pemberian kepercayaan. Hal ini berarti bahwa prestasi yang di berikan benar-benar harus dapat di yakini dapat dikembalikan oleh penerima pembiayaan sesuai dengan waktu dan syarat-syarat yang disepaki bersama. Berdasarkan hal di atas unsur-unsur dalam pembiayaan tersebut adalah:

1. Adanya dua pihak, yaitu pemberi pembiayaan (*shahibul maal*) dan penerima pembiayaan (*mudahrib*). Hubungan pemberi pembiayaan dan penerima pembiayaan merupakan hubungan kerja sama yang saling menguntungkan, yang diartikan pula

³⁰ Prof. Dr. H Veitzal Rifai, SE, MM, MBA, dkk. *Op.cit.* hlm 712

sebagai kehidupan saling tolong menolong sebagaimana firman Allah dalam surat Al-maidah ayat 2.

2. Adanya kepercayaan *shahibul maal* kepada *mudharib* yang didasarkan atas prestasi, yaitu potensi *mudharib*.
3. Adanya persetujuan, berupa kesepakatan pihak *shahibul maal* dengan pihak lainnya yang berjanji membayar dari *mudharib* kepada *shahibul maal*. Janji membayar tersebut dapat berupa janji lisan, tertulis (akad pembiayaan) atau berupa instrumen (*credit instrumen*).³¹

2.1.5 Prinsip-Prinsip Pembiayaan

1. Bagi hasil atau *syirkah* (*profit sharing*)

Fasilitas pembiayaan yang di sediakan di sini berupa uang tunai atau barang yang di nilai dengan uang. Jika dilihat dari sisi jumlah, bank syariah dapat menyediakan sampai dengan 100% (bank konvensional tidak mungkin 100%) dari modal yang diperlukan. Sedangkan dalam hal prestasi bagi hasilnya dikenal dengan nisbah, yang yang dapat di sepakati antara bank dengan customer yang mendapat fasilitas pembiayaan pada saat akad pembiayaan.³²

³¹ *Ibid.* hlm 703

³² Prof. Dr. H Veitzal Rifai, SE, MM, MBA, dkk. *Op.cit.* hlm754

a. *Al – Mudhārabah (Trust Financing, Trust Investment)*

Al – Mudhārabah klasik seperti ini memiliki ciri-ciri khusus, yakni bahwa biasanya hubungan antara *shahibul maal* dengan *mudahrib* merupakan hubungan personal dan langsung serta dilandasi oleh rasa saling percaya (amanah).

b. *Musyāarakat (Partnership, Project Financing Participation)*

Musyāarakat atau *syirkah* yaitu suatu perjanjian usaha antara dua atau beberapa pemilik modal untuk menyertakan modalnya pada suatu proyek, di mana masing-masing pihak mempunyai hak untuk ikut serta, meewakikan atau menggugurkan haknya dalam manajemen proyek.³³

c. Jual beli atau *ba'i (sale and purchase)*

Prinsip ini dilaksanakan karena adanya perpindahan kepemilikan barang atau benda. Bentuk pembiayaan ini adalah:

1. *Ba'i Al- Murābahah* atau beli angsur (*al-bai' bi Tasman ajil*) atau diartikan pula dengan keuntungan (*deferred paymen sale*).

Dilihat dari asal kata *ribbu* (keuntungan), merupakan transaksi jual beli dimana bank menyebutkan

³³ Drs. H. Karnaen Perwata Atmaja, MPA. *Apa dan Bagaimana Bank Islam*. Jogjakarta : Dana Bakti Wakaf. 1992. Hlm 23

jumlah keuntungan tertentu.³⁴ Untuk memenuhi kebutuhan barang oleh nasabahnya, bank membeli barang dari supplier sesuai dengan spesifikasi barang yang dipesan atau dibutuhkan oleh nasabah, kemudian bank menjual kembali barang tersebut kepada nasabah dengan memperoleh marjin keuntungan yang disepakati.³⁵

2. *Al- Bai' Naqdan*

Al-bai' Naqdan ini diartikan sebagai akad jual beli yang dilakukan secara tunai (*al- bai'* berarti jual beli, sedangkan *naqdan* artinya tunai).

3. *Al- Bai' Muajjal*

Jual beli yang dilakukan dengan cara tidak tunai tetapi cicilan, jual beli cicilan disebut *al-bai' muajjal*.

4. *Al- Bai' Salam (In Front Paymen Sale)*

Jual beli ini berlawanan dengan jual beli *muajjal*. Dalam jual beli *as salam*, uang diserahkan sekaligus di muka sedangkan barangnya diserahkan di akhir periode pembiayaan.³⁶ *Ba'i as-salam* dalam perbankan biasanya di aplikasikan berjangka pendek untuk produksi agribisnis atau hasil pertanian, industri

³⁴ Prof. Dr. H Veitzal Rifai, SE, MM, MBA, dkk. *Op.cit.* hlm 760

³⁵ Dahlan Siamat. *Op.cit.* hlm 423

³⁶ Prof. Dr. H Veitzal Rifai, SE, MM, MBA, dkk. *Op.cit.* hlm 762

lainnya. Harga jual yang disepakati harus dicantumkan dalam akad dan tidak boleh berubah selama selaku akad.

5. *Bai' Al- Istishna (purchase by Order or Manufacture)*

Pada dasarnya merupakan kontrak penjualan antara pembeli dan membuat barang pembayaran di muka, baik dilakukan secara tunai, cicilan atau ditangguhkan.³⁷ *Bai' Al istishna* ini jelas transaksi yang merupakan kontrak penjualan antara pembeli dengan produsen atau *suppleyer*.

2. Sewa menyewa (*ijārah* dan *IMBT*)

Selain akad jual beli yang telah dijelaskan di atas, ada pula akad sewa menyewa, yaitu akad *ijārah*, *ijārah muntabia bittamlik* (IMBT), dan *ju'alah*.³⁸ Pada dasarnya, *ijārah* didefinisikan sebagai hak untuk memanfaatkan barang/jasa dengan membayar imbalan tertentu. Menurut fatwa Dewan Pengawas Syariah Nasional, *ijārah* adalah akad pemindahan hak guna (manfaat) atas suatu barang atau jasa dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa/upah tanpa di ikuti dengan pemindahan kepemilikan barang itu sendiri.³⁹

³⁷ Dahlan Siamat. *Op.cit.* hl 425-426

³⁸ Prof. Dr. H Veitzal Rifai, SE, MM, MBA, dkk. *Op.cit.* hlm 765

³⁹ Adiwarmar Karim. *Op.cit.* hlm 106

2.2 Marketing Syariah

2.2.1 Pengertian Marketing Syariah

Marketing syariah sendiri menurut definisi adalah adalah penerapan suatu disiplin bisnis strategis yang sesuai dengan nilai dan prinsip syariah. Jadi marketing syariah dijalankan berdasarkan konsep keislaman yang telah diajarkan Nabi Muhammad SAW. Islam tidak mengotak ngatik ilmu, karena semuanya bersumber dari Allah SWT. Oleh karena itu, bab ini merangkul pengertian yang menyeluruh dari dua termonologi yang menyatu dalam diri Nabi Muhammad SAW. Sebagaimana kita semua memahami, profesi yang ditekuni nabi sejak remaja adalah sebagai pedagang. Artinya bahasan tentang perdagangan tidak harus selalu dalam konteks ekonomi makro dan pemasaran hanya boleh didiskusikan dalam manajemen, melainkan dapat dan harus dilaksanakan secara simultan. Dalam melaksanakan aktivitas perdagannya, Rasulullah SAW, dengan sangat baik telah menerapkan strategi pemasaran yang jitu dan tepat sasaran. Perlu diingat bahwa perdagangan bagi bangsa arab merupakan aktivitas perekonomian yang utama mengingat kondisi daerahnya yang dikelilingi oleh padang pasir yang panas dan kering. Selain itu, perlu pula diingat bahwa islam masuk ke Indonesia melalui pedagang-pedagang Arab.

Dalam garis besarnya dapat dikatakan bahwa pemasaran adalah berbagai upaya yang dilakukan agar memudahkan terjadinya penjualan. Rasulullah SAW adalah orang yang menggeluti dunia perdagangan, sekaligus

orang pemasar (*marketer*) yang andal. Sebagai pedagang, menurut Gunara dan Sudibyo (2006), Rasulullah SAW, berpegang pada lima konsep, yakni :

1. Jujur, suatu sifat yang sudah melekat pada diri beliau.
2. Ikhlas, di mana dengan keikhlasan seorang pemasar tidak akan berusaha mengejar materi belaka.
3. Profesionalisme. Seorang yang profesional akan selalu bekerja maksimal.
4. Silaturrohmi yang berdasarkan pola hubungan beliau dengan pelanggan, calon pelanggan, pemodal, dan pesaing.
5. Murah hati dalam melakukan kegiatan perdagangan.

Lima konsep ini menyatu dalam apa yang disebut *soul marketing* (jiwa marketing) yang nantinya akan melahirkan kepercayaan. Kepercayaan ini merupakan suatu modal yang tidak ternilai dalam bisnis. Asumsi dasarnya adalah bahwa perdagangan harus dengan kejujuran,keadilan, dalam bingkai ketaqwaan kepada Allah SWT.⁴⁰

Setiap orang Islam mencari nafkah dengan cara jual beli, tetapi cara itu harus di lakukan sesuai hukum Islam, yaitu harus saling rela merelakan, tidak boleh menipu, tidak boleh berbohong, tidak boleh merugikan kepentingan umum, dan bebas memilih.⁴¹ Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam surat *An-Nisa'* ayat 29 yang berbunyi :

⁴⁰ Prof. Jusmaliani, M.E., dkk. *Op.cit.* Hlm 2

⁴¹ Ustad Labib Mz. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Surabaya : Bintang Usaha Jaya. 2006. Hlm 15



“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu”.⁴²

2.2.2 Tujuan Marketing Syariah

Untuk memperkenalkan dan menjual produk-produk serta memberikan pengetahuan dasar tentang perbankan syariah. Tujuan ini akan memberikan efek, baik bagi nasabah maupun bagi bank itu sendiri, nasabah akan terbantu dalam memahami produk dan juga bank akan terbantu dalam mendapatkan customer base-nya. Sehingga, marketing merupakan jantungnya kegiatan pada sebuah perusahaan, jika ingin mencapai target yang ditetapkan, bank haruslah melakukan kegiatan pemasaran ini dengan serius. Untuk Bank Syariah, kita bisa melakukan segmentasi atau menganalisa potensi-potensi nasabah yang akan kita prospek.

Secara garis besar, calon nasabah Bank Syariah bisa kita bagi kepada calon nasabah muslim dan non muslim. Untuk calon nasabah muslim, ada 2

⁴² Yayasan Penyelenggara Penterjemah Al-Qur'an. *Al-Quraan dan Terjemahnya*. Jakarta : Departemen Agama RI. 1984. hlm 122

kriteria segmentasi yang menjadi tolak ukur marketing yang akan kita jalankan. Mereka adalah nasabah *Emotional market* dan *Rational Market*. *Emotional market* merupakan pasar dimana nasabah mempertimbangkan faktor keyakinan tentang halal dan haram, ketakutan akan riba dan pertimbangan ukhrowi lainnya. Sedangkan *Rational Market* merupakan pasar yang sangat sensitif terhadap perbedaan harga, keberagaman produk, bonafiditas perusahaan dan kualitas layanan. Dari beberapa penelitian kecil yang dilakukan, terlihat bahwa nasabah yang mendominasi pasar saat ini adalah rational market. Sehingga bisa diartikan bahwa pada saat ini nasabah sudah mulai menafikan masalah halal dan haram, dan banyak nasabah yang memilih produk perbankan syariah karena kualitas produk dan pelayanannya.⁴³

2.2.3 Prinsip-Prinsip Marketing Syariah

1. *Syariah marketing strategy*, untuk memenangkan *mind-share*, meliputi:

- a. Prinsip 1 : *View Market Unniversally (segmentation)*

Segmentasi adalah seni mengidentifikasi serta memanfaatkan peluang-peluang yang muncul di pasar. Dan, pada saat yang sama adalah ilmu untuk melihat pasar berdasarkan variabel-variabel yang berkembang ditengah masyarakat. Dalam melihat pasar, perusahaan harus kreatif dan

⁴³ <http:// Sharia Marketing « Rifka Dejavu.htm> 09/11/2012.09.30 WIB

inovatif menyikapi perkembangan yang terjadi, karena segmentasi merupakan langkah awal yang menentukan keseluruhan aktivitas perusahaan. Segmentasi memungkinkan perusahaan untuk lebih fokus dalam mengalokasikan sumber daya.

b. Prinsip 2 : *Target Customer's Heart and Soul (Targeting)*

Setelah membagi-bagi dan memetakan pasar dalam beberapa segmen, selanjutnya yang dilakukan adalah penentuan target pasar yang akan dibidik. *Targeting* adalah strategi mengalokasikan sumber daya perusahaan secara efektif, karena sumber daya yang dimiliki terbatas. Dengan menguntungkan target yang akan dibidik, usaha kita akan lebih terarah.

c. Prinsip 3 : *Build A Belief System (Positioning)*

Strategi yang harus dirumuskan adalah bagaimana membuat positioning yang tepat bagi perusahaan dan produk-produk syariah yang dimiliki. *Positioning* adalah strategi untuk merebut posisi dibenak konsumen, sehingga strategi ini menyangkut bagaimana membangun kepercayaan, keyakinan, dan kompetensi bagi pelanggan.⁴⁴

⁴⁴ Hermawan Kertajaya. *Ibid.* Hlm 165-185

2. *Syariah marketing tactic*, untuk memenangkan *market-share*, meliputi:

a. Prinsip 4 : *Differ Yourself wiyh A Good Package of Content and Context (Differentiation)*

Positioning adalah inti dari strategi, dan diferensiasi adalah inti dari taktik. Dasar dari semua aktifitas pemasaran yang ada diperusahaan akan berbasis pada diferensiasi yang ingin ditawarkan. Setelah citra yang ingin dibentuk dalam positioning telah didefinisi, langkah selanjutnya adalah menyelaraskan taktik pemasaran dalam suatu diferensiasi.

b. Prinsip 5 : *Be Honest with Your 4 Ps (Marketing-Mix)*

Kita mengenal 4P sebagai marketing-mix yang elemen-elemennya adalah *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat atau distribusi), *promotion* (promosi) yang diperkenalkan oleh Jerone Mc Carthy. *Product* dan *price* adalah komponen dari tawaran (*of vers*), sedangkan *place* dan *promotion* adalah komponen dari akses (*aces*). Karena itu, marketing-mix yang dimaksud adalah bagaimana mengintegrasikan tawaran dari perusahaan (*company's overs*) dengan akses yang tersedia (*company's acces*).

c. Prinsip 6 : *Practice A Relationship-based Selling (Selling)*

Elemen dari taktik yang terakhir adalah melakukan selling. Selling yang dimaksud disini bukanlah berarti aktifitas menjual produk kepada konsumen semata. Penjualan dalam arti sederhana adalah penyerahan suatu barang atau jasa dari penjual kepada pembeli dengan harga yang disepakati atas dasar suka rela. Sedangkan penjualan dalam arti luas adalah bagaimana memaksimalkan kegiatan penjualan sehingga dapat menciptakan situasi yang win-win solution baik si penjual dan si pembeli.⁴⁵

3. *Syariah marketing value* untuk memenangkan *syariah heart-share*.

a. Prinsip 7 : *Use A Spiritual Brand Character (Brand)*

Brand atau merk adalah suatu identitas terhadap produk atau jasa perusahaan anda. *Brand* mencerminkan nilai (*value*) yang anda berikan kepada konsumen. Seperti sudah dibahas sebelumnya, *value* didefinisikan sebagai *Total Get* dibagi dengan *Total Give* dimana *Total Get* terdiri dari komponen *functional benefit* dan *emotional benefit*, sedangkan *Total Give* terdiri dari komponen *price dan other expenses*.

b. Prinsip 8 : *Services Should Have the Ability to Transform (Service)*

⁴⁵ Hermawan Kertajaya. *Ibid.* Hlm 165-185

Untuk menjadikan perusahaan yang besar dan *sustainable*, perusahaan berbasis *syariah marketing* harus memperhatikan service yang ditawarkan untuk menjaga kepuasan pelanggannya. Perusahaan-apapun jenis industrinya harus menjadi pelayan bagi pelanggannya. Apalagi jika perusahaan itu sudah semakin besar, filosofi pada sepatutnya diterapkan, semakin tinggi harus merunduk.

c. Prinsip 9 : *Practice A Reliable Bussiness Process (Process)*

Prinsip terakhir dalam syariah marketing value adalah proses. Proses mencerminkan tingkat *quality*, *cost*, dan *delivery* yang sering disingkat sebagai QCD. Kualitas suatu produk ataupun servis tercermin dari proses yang baik, dari proses produksi sampai *delivery* kepada konsumen secara tepat waktu dan dengan biaya yang efektif dan efisien. Proses dalam konteks kualitas adalah bagaimana menciptakan proses yang mempunyai nilai lebih untuk konsumen.⁴⁶

⁴⁶ Hermawan Kertajaya. *Ibid.* Hlm 165-185