

## BAB II KAJIAN

### PUSTAKA

#### A. Konsep Perilaku Konsumen

##### 1. Pengertian Perilaku Konsumen

Kata *konsumen* berasal dari bahasa Inggris, yakni *consumer* atau dalam bahasa Belanda *consument*. Konsumen secara harfiah bisa diartikan sebagai orang yang memerlukan, membelanjakan, atau menggunakan, memakai atau pembedah.<sup>37</sup>

Konsumen ialah orang yang menghabiskan nilai barang dengan mengeluarkan sejumlah uang untuk menikmatinya. Barang (*good*) yang dihasilkan (*diproduksi*) oleh pelaku usaha dapat berbentuk fisik atau non fisik, seperti kue, mobil, baju, dan rumah.

Selain barang, jasa (*service*) adalah suatu produk yang dihasilkan oleh produsen, meskipun tidak terlihat secara fisik, memungkinkan terselenggaranya urusan kepentingan seseorang konsumen yang memerlukannya, misalnya pelayanan seorang dokter, pengacara, arsitek, psikolog, pendidikan, wisata, perbankan, koperasi.<sup>38</sup>

---

<sup>37</sup>Intan Nur Rahmawati & Rukiyah Lubis, *win win solution sengketa konsumen*. (Yogyakarta; Media Pressindo, 2014) 8.

<sup>38</sup>Intan Nur Rahmawati & Rukiyah Lubis, *win win solution sengketa konsumen*. 7

Perilaku konsumen (Costumer behavior) adalah kegiatan individu yang terlibat secara langsung guna mendapatkan dan mempergunakan barang dan jasa yang dihasilkan oleh produsen dengan mengorbankan sejumlah uang untuk menikmatinya yang mana proses pengambilan keputusan terdapat di dalamnya pada persiapan dan penentuan kegiatan tersebut. Konsumen memiliki keragaman yang berbeda dan menarik karena ia terdiri dari berbagai kalangan, dari segi usia, latar belakang yang berbeda-beda, baik dari pendidikan maupun keadaan sosial ekonomi.<sup>39</sup>

Menurut Engel sebagaimana dikutip oleh Nugroho dalam bukunya mengatakan bahwa perilaku konsumen merupakan tindakan individual yang terlibat secara langsung dalam usaha memperoleh, serta menggunakan produk dan jasa. Termasuk proses pengambilan keputusan dan penentuan yang mendahului dan juga mengikuti tindakan-tindakan tersebut.<sup>40</sup>

Memahami perilaku konsumen dan mengenal nasabah merupakan tugas penting bagi produsen, untuk itu pihak produsen atau perusahaan yang menjual atau menghasilkan suatu produk yang sasarannya pada konsumen harus memiliki strategi yang jitu. Untuk itu, perusahaan harus memahami konsep perilaku konsumen agar memenuhi kebutuhan dan keinginannya dengan melakukan transaksi pembelian dan merasakan

---

<sup>39</sup><http://jurnalfsh.uinsby.ac.id/index.php/maliyah/article/view/345>. pdf. jurnal (14.14) di akses pada tgl 21January 2019.

<sup>40</sup>Nugroho J. Setiadi *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2003), 24.

kepuasan terhadap produk yang ditawarkan sehingga konsumen menjadi pelanggan tunggal (loyal).

Dari definisi-definisi tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen yaitu proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh perorangan ataupun organisasi yang bertindak secara langsung dalam merencanakan, mencari, membeli dan mempergunakan barang atau jasa sebagai kebutuhan yang harus dipenuhi.

## **2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen**

Perilaku konsumen pada umumnya dipengaruhi oleh beberapa faktor utama yang menentukan keputusan pembelian, diantaranya :

### **e. Faktor budaya**

Faktor budaya mempunyai pengaruh paling mendalam dan luas terhadap perilaku konsumen. Pemasar harus memahami peran kebudayaan, sub-budaya, dan kelas sosial konsumen. Budaya merupakan penentu utama keinginan dan perilaku yang paling dasar.

4) Kebudayaan. Kebudayaan menjadi faktor penentu paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Perilaku manusia umumnya dipelajari, sedangkan makhluk-makhluk lainnya bertindak berdasarkan naluri.

5) Sub-budaya. Sub-budaya merupakan akar dari kebudayaan, namun lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih mendalam/spesifik untuk para anggotanya. Sub-

budaya dibedakan menjadi empat macam: kelompok ras nasionalisme, era geografis, dan kelompok keagamaan.

- 6) Kelas sosial. Kelas sosial adalah kelompok yang relatif homogeny yang tersusun secara hierarki, bertahan lama dalam suatu masyarakat dan setiap anggotanya mempunyai nilai, minat serta perilaku yang serupa.<sup>41</sup>

f. Faktor sosial

Perilaku seorang konsumen dipengaruhi juga oleh faktor sosial seperti keluarga, kelompok acuan (kelompok referensi), serta peran dan status sosial.

- 4) Kelompok referensi. Kelompok referensi terdiri dari seluruh kelompok baik yang berpengaruh langsung maupun tidak langsung pada sikap dan perilaku orang lain. Para pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok referensi dari konsumen sasaran mereka. Orang umumnya sangat dipengaruhi oleh kelompok referensi mereka ada tiga cara: Pertama, kelompok referensi memperlihatkan pada seseorang perilaku dan gaya hidup baru. Kedua, mereka juga memengaruhi sikap dan konsep jati diri seseorang karena orang tersebut umumnya ingin menyesuaikan diri. Ketiga, mereka menciptakan tekanan untuk menyesuaikan diri yang dapat memengaruhi pilihan produk dan merek seseorang.

---

<sup>41</sup>Nugroho J. Setiadi *Perilaku Konsumen*, 10.

5) Keluarga. Keluarga dapat dibedakan menjadi dua dalam kehidupan pembeli. *Keluarga orientasi*, yang merupakan orang tua seseorang. Dari orang tualah seseorang mendapatkan pandangan tentang agama, politik, ekonomi, dan merasakan ambisi pribadi nilai atau harga diri dan cinta. *Keluarga prokreasi*, yaitu pasangan hidup anak-anak seorang keluarga merupakan organisasi konsumen yang penting dalam suatu masyarakat yang diteliti secara intensif.

6) Peran dan status. Seseorang umumnya berpartisipasi dalam kelompok baik itu keluarga, klub maupun organisasi. Posisi seseorang dalam setiap kelompok dapat diidentifikasi dalam peran dan status.<sup>42</sup>

g. Faktor pribadi

Keputusan seorang konsumen juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi yaitu usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, kondisi ekonomi, gaya hidup serta kepribadian dan konsep diri konsumen yang bersangkutan.

6) Usia dan tahap siklus hidup. Konsumsi seseorang juga dibentuk oleh tahapan siklus hidup keluarga. Orang-orang dewasa biasanya mengalami perubahan atau transformasi tertentu pada saat mereka menjalani hidupnya.

---

<sup>42</sup>Nugroho J. Setiadi *Perilaku Konsumen*, 11.

- 7) Pekerjaan. Para pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok-kelompok pekerja yang memiliki minat diatas rata-rata terhadap produk dan jasa tertentu.
- 8) Keadaan ekonomi. Keadaan ekonomi seseorang terdiri dari pendapatan yang dapat dibelanjakan, tabungan dan hartanya, dan kemampuan untuk meminjam.
- 9) Gaya hidup. Gaya hidup seseorang adalah pola hidup di dunia yang di ekspresikan oleh kegiatan, minat, dan pendapat seseorang. Gaya hidup menggambarkan seseorang secara keseluruhan yang berinteraksi dengan lingkungan.
- 10) Kepribadian dan konsep diri. Kepribadian adalah karakteristik psikologis yang berbeda dan setiap orang yang memandang responsnya terhadap lingkungan yang relative konsisten.<sup>43</sup>

#### h. Faktor psikologis

Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi pula oleh motivasi, persepsi, pengetahuan, serta keyakinan dan sikap.

- 4) Motivasi. Kebutuhan berasal dari keadaan psikologis berkaitan dengan ketegangan seperti rasa haus, lapar, tidak senang. Ataupun kebutuhan akan pengakuan, penghargaan, atau rasa kepemilikan. Suatu kebutuhan akan berubah menjadi motif apabila kebutuhan itu telah mencapai tingkat tertentu.

---

<sup>43</sup>Nugroho J. Setiadi *Perilaku Konsumen*,12.

5) Persepsi. Orang yang termotivasi akan benar-benar bertindak dipengaruhi oleh persepsinya mengenai situasi tertentu. Sebagai proses dimana individu memilih, merumuskan, dan menafsirkan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti mengenai dunia. Masukan informasi diterima melalui pengelihatn, perasaan, pendengaran, penciuman, dan sentuhan.

Ketika kita melihat gedung, merasakan sejuk, mendengar informasi penjualan dan iklan, mencium udara, berarti kita menerima informasi.

6) Kepercayaan dan sikap. Melalui bertindak dan belajar, orang-orang memperoleh keyakinan dan sikap. Kedua faktor ini kemudian mempengaruhi perilaku pembelian mereka.<sup>44</sup>

### **3. Keputusan Pembelian Konsumen**

Proses pengambilan keputusan yang rumit sering melibatkan beberapa keputusan. Suatu keputusan (*decision*) melibatkan pilihan diantara dua atau lebih alternatif tindakan atau perilaku. Keputusan selalu mensyaratkan pilihan diantara beberapa perilaku yang berbeda.<sup>45</sup>

Suatu keputusan merupakan jawaban yang pasti terhadap suatu pertanyaan. Keputusan harus menjawab pertanyaan tentang apa yang dibicarakan dalam hubungannya dengan perencanaan. Keputusan dapat pula berupa tindakan terhadap pelaksanaan yang sangat menyimpang dari

---

<sup>44</sup> Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), 112.

<sup>45</sup> Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, 341.

rencana semula.<sup>46</sup> Keputusan adalah suatu hal yang diputuskan konsumen menentukan pilihan pembelian barang atau jasa. Berarti Keputusan (*decision*) adalah pilihan (*choice*), yaitu pilihan dari dua kemungkinan atau lebih.

Semua aspek pengaruh dan kognisi dilibatkan dalam pengambilan keputusan konsumen, termasuk pengetahuan, arti, kepercayaan yang diaktifkan dari ingatan serta proses perhatian dan pemahaman yang terlibat dalam penerjemahan informasi di lingkungan. Akan tetapi inti dari pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya.<sup>47</sup>

Pengambilan keputusan adalah suatu pendekatan sistematis terhadap suatu masalah, pengumpulan fakta dan data, penelitian yang matang atas alternatif dan tindakan. Fungsi pengambilan keputusan individual atau kelompok baik secara institusional ataupun organisasional, sifatnya futuristik.<sup>48</sup>

Sesuatu yang diputuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa atau suatu keputusan setelah melalui beberapa proses yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian

---

<sup>46</sup> <http://ejournal.ilkom.fisipunmul.ac.id/site/wpcontent/uploads/2014/05.pdf>, jurnal (09.37) di akses tgl 17 January 2019.

<sup>47</sup> Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, 342.

<sup>48</sup> Hasan, M. Iqbal, *Pokok-pokok Materi Pengambilan Keputusan*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2004), 10.



informasi, dan melakukan evaluasi alternatif yang menyebabkan timbulnya keputusan<sup>49</sup> yaitu keputusan nasabah mengambil pembiayaan.

## **B. Konsep Pembiayaan**

### **1. Pengertian Pembiayaan**

Pembiayaan merupakan aktifitas bank syari'ah dalam menyalurkan dana kepada pihak lain selain bank berdasarkan prinsip syari'ah. Penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan didasarkan pada kepercayaan yang diberikan oleh pemilik dana kepada pengguna dana. Di dalam perbankan syari'ah, pembiayaan yang diberikan kepada pengguna dana berdasarkan pada prinsip syari'ah. Aturan yang digunakan yaitu sesuai dengan hukum islam.<sup>50</sup>

Dalam perbankan syari'ah, istilah kredit ini dinamakan istilah pembiayaan. Pembiayaan digunakan untuk mendefinisikan pendanaan yang dilakukan oleh lembaga keuangan syari'ah seperti bank syari'ah kepada nasabah.

Berdasarkan prinsip syari'ah pembiayaan didefinisikan sebagai penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu.

Berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain

---

<sup>49</sup> Irham Fahmi, *Manajemen Pengambilan Keputusan*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 2.

<sup>50</sup> Ismail, *Perbankan Syari'ah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), 105-

yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu.<sup>51</sup>

Dengan kata lain, pembiayaan merupakan pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan. Pembiayaan atau *financing* merupakan pendanaan yang diberikan oleh pihak satu kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri ataupun lembaga.<sup>52</sup>

Dana tersebut harus digunakan harus disertai dengan syarat-syarat yang jelas, benar, dan adil. Pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan pinjam-meminjam antar bank atau lembaga keuangan lainnya dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi hutangnya setelah jangka waktu tertentu.

Pembiayaan adalah aktivitas bank syari'ah dalam dana kepada pihak lain selain bank berdasarkan prinsip bank syari'ah.<sup>53</sup> Dalam konsep perbankan syariah melarang keras adanya riba. Baik yang terdapat dalam al-Quran maupun hadist, dalam al-Quran terdapat dalam surat Ali Imran ayat 130:

---

<sup>51</sup> Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*, (Jakarta: PT Raja Grafindi Persada, 2010), 463.

<sup>52</sup> Muhammad, *Manajemen Pembiayaan Syari'ah*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2005), 17.

<sup>53</sup> Ismail Anwar, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia group, 2014), 105.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِن ثَمَرِهِ إِذَا أَثْمَرَ وَآتُوا حَقَّهُ وَاسْتَكْبَرُوا  
 وَتَالَىٰ أَلْبَابُ الْمُظْلِمِينَ إِنَّهَا سَاءَ مُسْتَقَرًّا وَسَاءَ مَبْلَغًا

عَنْدَةَ آلِ هَارُونَ لَمْ يَكْفُرُوا  
 لَمْ يَكْفُرُوا

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda<sup>54</sup> dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan.”<sup>55</sup>

Pada dasarnya Istilah pembiayaan lahir dari pengertian *I believe, I trust*, yaitu “saya percaya” atau “saya menaruh kepercayaan”. Perkataan pembiayaan yang artinya kepercayaan (*trust*) yang berarti bank menaruh kepercayaan kepada seseorang untuk melaksanakan amanah yang diberikan oleh bank selaku *shahibul maal*.<sup>56</sup>

## 2. Fungsi Pembiayaan

Secara garis besar pembiayaan berfungsi di dalam perekonomian, perdagangan, dan keuangan. Pembiayaan juga dapat meningkatkan daya guna suatu barang dari modal, meningkatkan peredaran lalu lintas uang, menimbulkan gairah usaha masyarakat, pembiayaan sebagai alat

<sup>54</sup>Yang dimaksud riba disini ialah riba nasi'ah. menurut sebagian besar ulama bahwa riba

nasiah itu selamanya Haram, walaupun tidak berlipat ganda. Riba itu ada dua macam: nasiah dan fadhil. riba nasiah ialah pembayaran lebih yang disyaratkan oleh orang yang meminjamkan. riba fadhil ialah penukaran suatu barang dengan barang yang sejenis, tetapi lebih banyak jumlahnya. Karena orang yang menukarkan mensyaratkan demikian, seperti penukaran emas dengan emas, padi dengan padi, dan sebagainya. riba yang dimaksud dalam ayat ini riba nasiah yang berlipat ganda yang umum terjadi dalam masyarakat Arab zaman Jahiliyah.

<sup>55</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya (Special for Woman)*, (Jakarta: PT. Sygma Axamedia Arkanleema, 2009), 4: 66.

<sup>56</sup> Veithzal Rivai, *Islamic Banking*, (Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2010), 698.



stabilitas ekonomi, sebagai jembatan untuk meningkatkan pendapatan nasional dan sebagai alat hubungan ekonomi internasional.<sup>57</sup>

Fungsi pembiayaan secara terperinci diantaranya :

- a. Pembiayaan dapat meningkatkan arus tukar-menukar barang dan jasa. Hal ini seandainya belum ada uang sebagai alat untuk membayar, maka pembiayaan akan membantu melancarkan lalu lintas pertukaran barang dan jasa.
- b. Pembiayaan sebagai alat pengendali harga. Ekspansi pembiayaan akan mendorong meningkatnya jumlah uang yang beredar dan peningkatan peredaran uang akan mendorong kenaikan harga. Sebaliknya, pembatasan pembiayaan akan berpengaruh pada jumlah uang yang beredar, dan keterbatasan uang yang beredar di masyarakat memiliki dampak pada penurunan harga.
- c. Pembiayaan dapat mengaktifkan dan meningkatkan manfaat ekonomi yang ada. Setelah mendapatkan pembiayaan dari lembaga keuangan syariah Mitra (pengusaha atau nasabah pembiayaan) akan memproduksi barang, mengolah bahan baku menjadi barang jadi, meningkatkan volume perdagangan dan melaksanakan kegiatan ekonomi lainnya.<sup>58</sup>

### 3. Tujuan Pembiayaan

---

<sup>57</sup> Veithzal Rivai, *Islamic Banking*, (Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2010), 712.

<sup>58</sup> Ismail, *Perbankan Syariah*, 108-109.

Tujuan pembiayaan ini memberikan manfaat, baik bagi lembaga keuangan selaku pemberi pinjaman dan nasabah pembiayaan selaku peminjam atau pengelola dana. Cakupan tujuan pembiayaan itu luas. Terdapat dua kelompok tujuan pembiayaan yaitu tujuan pembiayaan secara mikro dan makro.<sup>59</sup> Secara mikro, pembiayaan bertujuan untuk mengoptimalkan laba, meminimalkan risiko, pendaya-gunaan sumber ekonomi dan penyaluran kelebihan dana. Sedangkan secara makro, pembiayaan bertujuan untuk peningkatan ekonomi umat, tersedianya dana bagi peningkatan usaha, meningkatkan produktifitas, membuka lapangan kerja baru dan terjadi distribusi pendapatan.

#### **4. Jenis-jenis Pembiayaan**

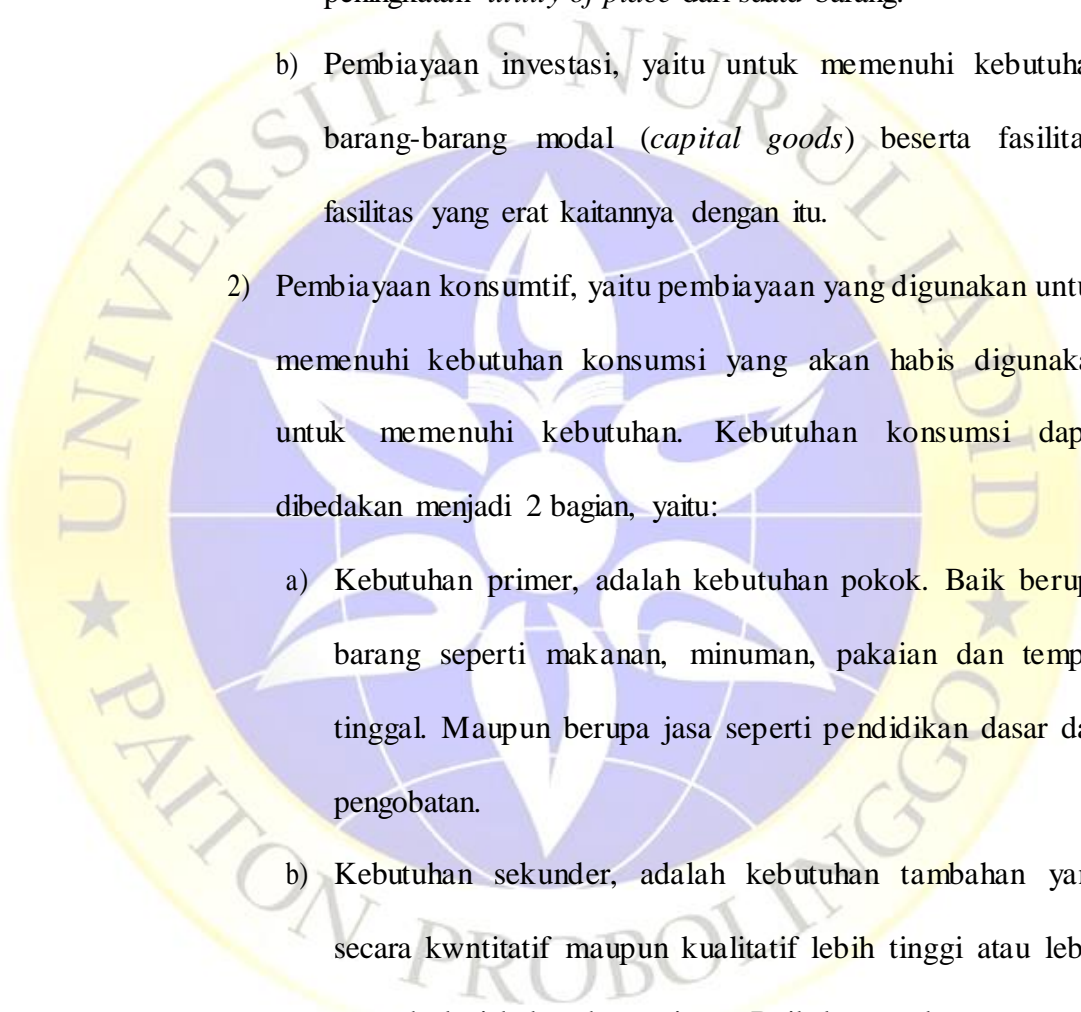
Pembiayaan merupakan salah satu tugas pokok bank syari'ah, yaitu pemberian fasilitas dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang membutuhkan pembiayaan.

a. Pembiayaan dilihat dari tujuan penggunaan, pembiayaan dapat dibagi menjadi 2, yaitu:

- 1) Pembiayaan produktif, yaitu pembiayaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan produksi dalam arti luas. Seperti peningkatan usaha baik usaha produk perdagangan maupun investasi. Menurut keperluannya, pembiayaan produktif terbagi menjadi 2 hal, yaitu:

---

<sup>59</sup>Veithzal Rivai, *Islamic Banking*, 681.

- 
- a) Pembiayaan modal kerja, yaitu yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan. *Pertama*, peningkatan produksi, baik secara kuantitatif, yaitu jumlah hasil produksi, maupun secara kualitatif, yaitu peningkatan kualitas atau mutu hasil produksi. *Kedua*, untuk keperluan perdagangan atau peningkatan *utility of place* dari suatu barang.
- b) Pembiayaan investasi, yaitu untuk memenuhi kebutuhan barang-barang modal (*capital goods*) beserta fasilitas-fasilitas yang erat kaitannya dengan itu.
- 2) Pembiayaan konsumtif, yaitu pembiayaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi yang akan habis digunakan untuk memenuhi kebutuhan. Kebutuhan konsumsi dapat dibedakan menjadi 2 bagian, yaitu:
- a) Kebutuhan primer, adalah kebutuhan pokok. Baik berupa barang seperti makanan, minuman, pakaian dan tempat tinggal. Maupun berupa jasa seperti pendidikan dasar dan pengobatan.
- b) Kebutuhan sekunder, adalah kebutuhan tambahan yang secara kuantitatif maupun kualitatif lebih tinggi atau lebih mewah dari kebutuhan primer. Baik berupa barang seperti bangunan rumah, kendaraan, dan periasan. Maupun berupa

jasa seperti pendidikan, pariwisata, hiburan dan sebagainya.<sup>60</sup>

b. Pembiayaan dilihat dari jangka waktunya dibagi menjadi 3 bagian, yaitu :

- 1) Pembiayaan jangka pendek, pembiayaan jangka pendek biasanya diberikan oleh bank syari'ah untuk membiayai modal kerja perusahaan yang mempunyai siklus usaha dalam satu tahun, dan pengembaliannya disesuaikan dengan kemampuan nasabah. Maksimal peminjaman selama satu tahun.
- 2) Pembiayaan jangka menengah, pembiayaan ini dapat diberikan dalam bentuk pembiayaan modal kerja, investasi, dan konsumsi. Dengan jangka waktu antara 1–3 tahun.
- 3) Pembiayaan jangka panjang, pembiayaan ini umumnya diberikan dalam bentuk investasi seperti pembangunan proyek yang nominalnya besar serta pembiayaan konsumsi yang nilainya besar seperti pembelian rumah. Pembiayaan ini jangka waktunya lebih dari 3 tahun.<sup>61</sup>

c. Pembiayaan dilihat dari segi jaminan dibagi menjadi 2 bagian, diantaranya :

- 1) Pembiayaan dengan jaminan, pembiayaan ini merupakan jenis pembiayaan yang disukung dengan jaminan (agunan) yang cukup, baik jaminan atau agunan perorangan (jaminan

---

<sup>60</sup> Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syari'ah dari Teori ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), 168.

<sup>61</sup> Ismail, *Perbankan Syariah*, 114-115.



seseorang), benda berwujud (kendaraan bermotor, dan surat tanah), dan benda tidak berwujud (saham, obligasi dan lainnya).

2) Pembiayaan tanpa jaminan.

## 5. Unsur Pembiayaan

Pembiayaan adalah pemberian kepercayaan, karena pada dasarnya lembaga keuangan atau bank memberikan pinjaman kepada nasabah atas dasar kepercayaan dan sesuai dengan syarat-syarat yang telah ditentukan.

Terdapat beberapa unsur pembiayaan, diantaranya :

- a. Bank syariah atau lembaga keuangan syari'ah, merupakan badan usaha yang memberikan pembiayaan kepada pihak lain yang membutuhkan dana.
- b. Mitra usaha, partner atau nasabah peminjam, yang merupakan pihak yang mendapatkan pembiayaan dari bank syari'ah. Hubungan yang memberi pinjaman dengan peminjam merupakan hubungan kerja sama yang saling menguntungkan, dapat juga diartikan sebagai kehidupan saling tolong menolong.
- c. Adanya kepercayaan (*trust*) antara pihak Bank atau Lembaga Keuangan dengan Nasabah Peminjam.
- d. Adanya akad dan penyerahan barang, jasa atau uang dari pemberi pembiayaan kepada penerima pembiayaan. Akad merupakan suatu kontrak perjanjian atau kesepakatan yang dilakukan antara bank syari'ah pada pihak nasabah/mitra.

- e. Adanya risiko, setiap dana yang disalurkan oleh lembaga keuangan syari'ah selalu mengandung risiko tidak kembalinya dana. Risiko pembiayaan merupakan kemungkinan kerugian yang akan timbul karena dana yang disalurkan tidak dapat kembali.<sup>62</sup>

### C. Konsep Murabahah

#### 2. Definisi Murabahah

Murabahah adalah akad jual beli barang pada harga asal dengan tambahab keuntungan yang di sepakati. Dalam prinsip ini, penjual harus memberi tahu harga yang di beli dan menentukan keuntungan sebagai tambahan.<sup>63</sup>

Murabahah dalam perspektif fiqih merupakan salah satu dari bentuk jual beli yang bersifat amanah (*bai' al-amanah*). Jual beli ini berbeda dengan jual beli *musawwamah*/tawar-menawar. Murabahah terjadi antara penjual dan pembeli berdasarkan harga barang, harga asli pembelian penjual yang diketahui oleh pembeli dan keuntungan yang diambil oleh penjualpun diberitahukan kepada pembeli. Sedangkan *musawwamah* adalah transaksi yang terjadi antara penjual dan pembeli dengan suatu harga tanpa melihat harga asli barang. Jual beli yang juga termasuk dalam jual beli bersifat amanah adalah jual beli wadhi'ah, yaitu menjual kembali dengan harga rendah (lebih kecil dari harga asli

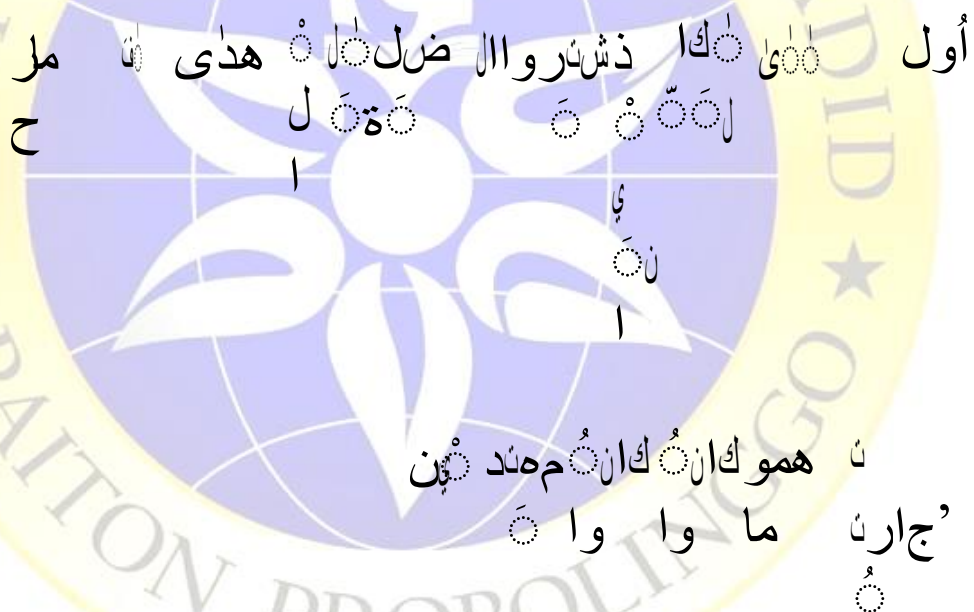
---

<sup>62</sup> Ismail Anwar, *Perbankan Syari'ah*, 134.

<sup>63</sup> Drs. Nurul Hak, *Ekonomi Islam Hukum Bisnis Syari'ah*, (Yogyakarta :Teras, 2011). 33

pembelian), dan jual beli tauliyah yaitu jual beli yang menjual dengan harga yang sama dengan harga pembelian.<sup>64</sup>

*Murabahah* adalah salah satu dari bentuk akad jual-beli yang telah banyak dikembangkan saat ini sebagai sandaran pokok dalam pembiayaan investasi dan modal kerja dalam perbankan syariah dan memiliki prosentase keuntungan yang cukup menjanjikan.<sup>65</sup> Secara etimologis, *murabahah* berasal dari kata *al-ribh* atau *al-rabh* yang memiliki arti kelebihan atau penambahan dalam perdagangan. Dengan kata lain, *al-ribh* tersebut dapat diartikan sebagai “keuntungan, laba dan faedah”. Dalam Al-Qur’an kata *al-ribh* dapat ditemukan pada al-Qur’an:



أُولَئِكَ الَّذِينَ ضَلَّوْا سُبُلَ الْهُدَىٰ فَزَادَتْهُمْ ذَلِيلًا  
وَمَا جَارُهُمْ عَلَيْهِمْ

Artinya : “Mereka itulah orang yang membeli kesesatan dengan petunjuk, maka tidaklah beruntung perniagaan mereka dan tidaklah mereka mendapat petunjuk.” (QS. Al-Baqarah : 16)<sup>66</sup>

Pembiayaan merupakan penyediaan tagihan atau dana yang disamakan dengan beberapa transaksi yang berupa:

d. Transaksi bagi hasil dalam bentuk *Mudharabah* dan *Musyarakah*.

---

<sup>64</sup>Wiroso, *Jual Beli Murabahah*, (Yogyakarta: UII Press, 2005), 14.

<sup>65</sup>Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*, 101.

<sup>66</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya (Special for Woman)*, (Jakarta: PT. Sygma Axamedia Arkanleema, 2009), 1: 3.



- e. Transaksi sewa-menyewa dalam bentuk ijarah atau jual beli dalam bentuk *Ijarah Muntahiya Bit-tamlik*.
- f. Transaksi jual beli dalam bentuk piutang *murabahah*.<sup>67</sup>

Dalam islam, perdagangan dan perniagaan selalu dihubungkan dengan nilai-nilai moral, sehingga semua transaksi bisnis yang bertentangan dengan kebajikan tidaklah bersifat islami. Sebagai contoh, setiap perdagangan atau penjual harus menyatakan kepada pembeli bahwa barang atau benda tersebut layak dipakai dan tidak ada cacat. Atau seandainya ada cacat maka itu pun harus diungkapkan dengan jelas.

Dalam jual beli juga sangat diharapkan adanya unsur suka sama suka, seperti yang tercantum dalam hadits :

إِذَا بَاعَ مُرَابِحًا  
مِنْ مَعْرُوفٍ  
يُتْرَقُ

“*Sesungguhnya jual beli itu harus dilakukan secara suka sama suka*” (HR Al-Baihaqi dan Ibnu Majah).

Murabahah adalah salah satu produk penyaluran dana yang cukup digemari di BMT karena karakternya yang profitable, mudah dalam penerapan, serta dengan risk-factor yang ringan untuk diperhitungkan. Dalam penerapan, BMT bertindak sebagai pembeli sekaligus penjual barang halal tertentu yang dibutuhkan anggota. Mula-mula BMT membeli barang sebagaimana dimaksud kepada pihak ketiga

<sup>67</sup>Muhammad, *Manajemen Bank Syari'ah*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014),

dengan harga tertentu, secara langsung atau melalui wakil yang ditunjuk, untuk selanjutnya barang tersebut dijual kepada nasabah dengan harga tertentu setelah ditambah keuntungan yang disepakati bersama.<sup>68</sup>

Besarnya keuntungan yang diambil BMT atas transaksi murabahah tersebut bersifat konstant, dalam pengertian tidak berkembang dan tidak pula berkurang, serta tidak terkait apalagi terikat oleh fluktuasi nilai tukar rupiah terhadap dolar. Keadaan ini berlangsung hingga akhir pelunasan hutang oleh anggota kepada BMT.

### **3. Syarat-syarat Murabahah**

Dalam murabahah dibutuhkan beberapa syarat, antara lain :

a) Mengetahui harga pertama (Harga pembelian)

Pembeli kedua hendaknya mengetahui harga pembelian karena hal itu adalah syarat sahnya transaksi jual beli. Syarat ini meliputi semua transaksi yang terkait dengan murabahah, seperti pelimpahan wewenang (tauliyah), kerja sama (isyarak) dan kerugian (wadhi'ah), karena semua transaksi ini berdasar pada harga pertama yang merupakan modal, jika tidak mengetahuinya, maka jual beli tersebut tidak sah hingga di tempat transaksi. Jika tidak diketahui hingga keduanya meninggalkan tempat tersebut, maka gugurlah transaksi tersebut.

b) Mengetahui besarnya keuntungan

---

<sup>68</sup> Wiroso, Jual Beli Murabahah, 13.

Mengetahui jumlah keuntungan adalah keharusan, karena ia merupakan bagian dari harga (tsaman), sedangkan mengetahui harga adalah syarat sahnya jual beli.

- c) Hendaknya modal berupa memiliki kesamaan dan sejenis, seperti benda-benda yang ditakar, ditimbang dan dihitung. Syarat ini diperlukan dalam murabahah dan tauliyah, baik ketika jual beli dilakukan dengan penjual pertama atau orang lain. Serta baik keuntungan dari jenis harga pertama atau bukan, setelah jenis keuntungan disepakati berupa sesuatu yang diketahui ketentuannya, misalkan dirham ataupun lainnya.<sup>69</sup> Jika modal dan benda-benda yang tidak memiliki kesamaan, seperti barang dagangan, selain dirham dan dinar, tidak boleh diperjualbelikan dengan cara murabahah atau tauliyah oleh pihak yang tidak memiliki barang dagangan. Hal ini karena murabahah atau tauliyah adalah jual beli dengan harga pertama, dengan adanya tambahan keuntungan dalam sistem murabahah.

Sistem murabahah dalam harta riba hendaknya tidak menisbatkan riba tersebut terhadap harga pertama. Seperti membeli barang yang ditakar atau ditimbang dengan barang sejenis dengan takaran yang sama, maka tidak boleh menjualnya dengan sistem murabahah. Hal semacam ini tidak diperbolehkan karena murabahah adalah jual beli dengan harga pertama dengan adanya tambahan, sedangkan tambahan terhadap harta riba hukumnya adalah riba dan bukan keuntungan.

- d) Transaksi pertama harus sah secara syara'.

Jika transaksi pertama tidak sah, maka tidak boleh dilakukan jual

beli secara murabahah, karena murabahah adalah jual beli dengan harga pertama disertai tambahan keuntungan dan hak milik jual beli yang tidak sah ditetapkan dengan nilai barang atau dengan barang yang semisal bukan dengan harga, karena tidak benarnya penamaan.

---

<sup>69</sup> Makhalul Ilmi, *Teori & Praktek Lembaga Mikro Keuangan Syariah*, (Yogyakarta : UII Press, 2002),

