

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia sebagai sebuah Negara berpenduduk muslim terbesar di dunia baru pada akhir abad XX ini memiliki bank-bank yang mendasarkan pengelolaannya pada prinsip syariah. Pada awal-awal berdirinya Negara Indonesia perbankan masih berpegang pada sistem konvensional. Perbankan syariah mengalami kemajuan yang menggembirakan, pada akhir tahun 2012 terdapat 11 BUS (Bank Umum syariah) dengan 1.745 kantor dan akhir tahun 2014 sudah menjadi 12 BUS dengan 2.151 kantor. Begitu juga pada jumlah BPRS (Bank Pembiayaan Rakyat Syariah) pada tahun 2012 ada 158 BPRS dengan 401 kantor dan akhir tahun 2014 menjadi 163 BPRS dengan 439 kantor.¹ Secara kelembagaan bank syariah yang pertama kali berdiri di Indonesia adalah PT. Bank Muamalat Indonesia (BMI) pada tahun 1991, kemudian baru menyusul bank-bank lain yang membuka jendela syariah (*Islamic window*) dalam menjalankan kegiatan usahanya. Melalui *Islamic window* ini bank-bank konvensional dapat memberikan jasa pembiayaan syariah kepada nasabahnya melalui produk-produk yang bebas dari unsur *riba*, *garar*, dan *maysir* dengan terlebih dahulu membentuk Unit Usaha Syariah (UUS). UUS adalah unit kerja di kantor pusat bank umum konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor cabang syariah dan atau unit syariah.²

Perbankan syariah merupakan lembaga *intermediary financing* (perantara keuangan) yang menggunakan prinsip syariah. Dua fungsi utama perbankan syariah adalah mengumpulkan dan menyalurkan dana. Penyaluran dana yang dilakukan oleh bank syariah adalah pemberian pembiayaan kepada debitur yang membutuhkan, baik untuk modal usaha ataupun untuk konsumsi. Praktek pembiayaan yang sebenarnya dilakukan oleh lembaga keuangan islami adalah

¹Statistik Perbankan Syariah, di akses dari <http://www.bi.go.id/id/statistik/perbankan/syariah>, diunduh pada tanggal 14 April 2015.

²Abdul Ghafur Anshori, *Perbankan Syariah di Indonesia*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2009), hlm. 31.

pembiayaan dengan sistem bagi hasil atau *syirkah*. Praktek *syirkah* ini terkemas dalam dua jenis pembiayaan yaitu pembiayaan *mudharabah* dan pembiayaan *musyarakah*.

Sistem keuangan Islam yang berpihak pada kepentingan kelompok mikro sangat penting. Berdirinya BPRS membawa andil yang sangat baik dalam sistem keuangan di Indonesia karena dapat dijangkau oleh masyarakat pedesaan. Peranan ini sebagai upaya dalam mewujudkan sistem keuangan yang adil. Oleh karena itu, keberadaannya perlu mendapat dukungan dari segenap lapisan masyarakat Muslim. Lembaga keuangan bank memiliki sistem dan prosedur yang baku sehingga sulit menjangkau masyarakat lapisan bawah dan kelompok mikro. Bank syariah dengan prosedurnya yang panjang dan rumit, menyebabkan pengusaha mikro tidak dapat meminjam sumber pendanaan dari bank, sehingga potensi besar yang dimiliki oleh sektor mikro menjadi tidak berkembang, meskipun dewasa ini banyak bank umum yang membuka pelayanan mikro.

Kehadiran BPRS hingga saat ini telah diakui eksistensinya oleh masyarakat pedesaan dan pengusaha mikro. Dalam operasionalnya, BPRS memakai prinsip-prinsip operasional sebagaimana yang digunakan oleh lembaga keuangan syariah. Salah satunya sistem bagi hasil (*profit and loss sharing*) dirancang untuk terbinanya kebersamaan dalam menanggung resiko usaha dan berbagi hasil antara pemilik dana (*shohibul mal*) yang menyimpan uangnya di bank dan bank selaku pengelola dana (*mudharib*). Adapun hubungan yang terbina antara bank dan nasabah bukanlah hubungan kreditur dan debitur, melainkan hubungan kemitraan (*partnership*) antara *shohibul mal* dan *mudharib*.

BPRS dalam menjalankan usahanya menggunakan prinsip bagi hasil. Bagi hasil adalah bentuk *return* (perolehan kembaliannya) dari kontrak investasi, dari waktu ke waktu, tidak pasti dan tidak tetap. Besar-kecilnya perolehan kembali itu bergantung pada hasil usaha yang benar-benar terjadi. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa sistem bagi hasil merupakan salah satu praktik perbankan syariah.³ Meskipun demikian, pola pembiayaan bagi hasil ini belum

³Adiwarman Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 191.

begitu familiar di kalangan masyarakat umum. Masyarakat lebih mengenal sistem bunga yang pasti daripada sistem bagi hasil yang tidak pasti. Upaya pemasaran produk pembiayaan ini masih perlu dilakukan lebih intens lagi dengan cara memberitahu dan memperkenalkan kepada nasabah dan calon nasabah.

Jika dilihat dari kajian fiqih muamalah prinsip dasar yang dikembangkan dalam *syirkah* adalah prinsip kemitraan dan kerjasama antara pihak-pihak yang terkait untuk meraih kemajuan bersama. Bentuk *syirkah* yang ditawarkan PT. BPRS Artha Mas Abadi merupakan pilihan usaha yang lebih efektif untuk meningkatkan etos kerja. Setiap pihak mempunyai tanggung jawab untuk menjalankan tanggung jawabnya secara optimal. Adapun ciri khas yang paling utama dalam *syirkah* adalah adanya prinsip keadilan dan kejujuran.⁴ *Musyarakah* adalah salah satu produk pembiayaan yang ada di perbankan syariah dengan prinsip bagi hasil. *Musyarakah* adalah kerjasama antara kedua belah pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan keuntungan dan resiko akan ditanggung bersama sesuai kesepakatan.⁵

Sejalan dengan perkembangan pesat industri perbankan syariah yang terjadi pada belakangan ini, penyusunan akad produk dan jasa bank syariah dapat menimbulkan iklim usaha yang kurang kondusif bagi bank syariah dan nasabah karena dalam pelaksanaan akad pembiayaan masih banyak menggunakan akad jual beli (*murabahah*) dan sedikit yang menggunakan akad bagi hasil (*musyarakah* dan *mudharabah*). Dengan demikian, diperlukan pengaturan akad penghimpunan dan penyaluran dana bank syariah dalam rangka memelihara kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah. Dengan adanya ketentuan tentang akad penghimpunan dan penyaluran dana bank syariah akan memberikan manfaat kepada semua pihak yang berkepentingan yang pada gilirannya akan mewujudkan pengelolaan bank syariah yang sehat. Selain itu, kejelasan akad akan membantu

⁴Ghufron A. Mas'adi, *Fiqih Muamalah Kontekstual*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002), hlm. 197.

⁵Heri Sudarsono, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syari'ah; Deskripsi Dan Ilustrasi*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2003), hlm. 52.

operasional bank sehingga menjadi lebih efisien dan meningkatkan kepastian hukum para pihak.⁶ Akad pembiayaan pada BPRS menggunakan akad kerja sama (*musyarakah dan mudharabah*), jual beli (*salam, istishna'* dan *murabahah*) dan sewa (*ijarah*). Di bawah ini adalah komposisi pembiayaan BPRS di Indonesia:⁷

Tabel 1.1
Komposisi Pembiayaan BPRS di Indonesia (dalam jutaan)

Akad	2011	2012	2013	2014
<i>Mudharabah</i>	75.807	99.361	106.851	122.467
<i>Musyarakah</i>	246.796	321.131	426.528	567.658
<i>Murabahah</i>	2.154.494	2.854.646	3.546.361	4.054.034
<i>Salam</i>	20	197	26	16
<i>Istishna'</i>	23.673	20.751	17.614	12.460
<i>Ijarah</i>	13.815	13.522	8.318	6.162
<i>Qard</i>	72.095	81.666	93.325	103.521
Multijasa	89.230	162.469	234.469	246.695
Jumlah	2.675.930	3.553.520	4.433.492	5.004.909

Sumber: Bank Indonesia

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa porsi pembiayaan untuk akad jual beli (*murabahah, salam dan istishna'*) untuk tahun 2014 mencapai 81,25% berbanding terbalik dengan pembiayaan akad bagi hasil (*musyarakah dan mudharabah*) yang hanya 13,39%. Dengan porsi pembiayaan ini dapat ditarik kesimpulan bahwa mayoritas kegiatan usaha yang dibiayai oleh BPRS adalah jual beli, meskipun bisa juga menggunakan akad bagi hasil seperti pada pembelian barang dagangan, pembelian pupuk pertanian dan lain-lain. Berbeda dengan

⁶. Muhammad, *Model- Model Akad Pembiayaan di Bank Syariah*, (Yogyakarta : UII Press, 2009), hlm. 5.

⁷Statistik Perbankan Syariah, di akses dari <http://www.bi.go.id/id/statistik/perbankan/syariah>, diunduh pada tanggal 14 April 2015.

perbankan syariah pada umumnya yang mayoritas pembiayaannya adalah *murabahah*, tetapi produk *musyarakah* di PT. BPRS Artha Mas Abadi juga mendapat porsi yang besar yang dengan itu diklaim oleh Direktornya bahwa porsi pembiayaan dengan bagi hasil di PT. BPRS Artha Mas Abadi adalah salah satu yang terbesar di Indonesia. Dibawah ini adalah tabel pembiayaan di PT. BPRS Artha Mas Abadi;⁸

Tabel 1.2
Pembiayaan Pada PT. BPRS Artha Mas Abadi (dalam ribuan)

Pembiayaan	2011	2012	2013	2014
<i>Murabahah</i>	3.461.437	4.558.727	7.826.146	9.233.887
<i>Mudharabah</i>	222.480	175.630	80.730	5.500
<i>Musyarakah</i>	4.052.400	4.449.346	5.744.410	6.270.271
<i>Qard</i>	97.380	11.000	22.620	2.600
<i>Ijarah Multijasa</i>	0	0	23.000	23.000
Total	7.833.697	9.191.703	13.696.906	15.535.258

Sumber: Bank Indonesia

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa porsi pembiayaan *musyarakah* di PT. BPRS Artha Mas Abadi sebesar 40,4 %. Keberhasilan produk pembiayaan *musyarakah* ini tentu tidak terlepas dari manajemen pemasaran yang dijalankan oleh PT. BPRS Artha Mas Abadi. Konsumen (nasabah) mengambil banyak macam keputusan membeli setiap hari. Perilaku konsumen menyangkut masalah keputusan yang diambil seseorang dalam persaingannya dan penentuan untuk mendapatkan dan mempengaruhi produk dan jasa. Dalam persaingan usaha yang semakin ketat hampir setiap perusahaan mempelajari keputusan membeli

⁸Laporan Keuangan BPR Syariah Artha Mas Abadi Tahun 2014, di akses dari <http://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan-keuangan/bank/bpr-syariah>, diunduh pada tanggal 14 April 2015.

konsumen secara rinci untuk menjawab pertanyaan mengenai apa yang dibeli konsumen, dimana mereka membeli, bagaimana dan berapa banyak mereka membeli. Dari latar belakang diatas maka penulis melakukan penelitian tentang “*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Pembiayaan Musyarakah di PT. BPRS Artha Mas Abadi Kabupaten Pati*”

B. Rumusan Masalah

Dengan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

- A. Bagaimana penerapan produk pembiayaan *musyarakah* di PT. BPRS Artha Mas Abadi ?
- B. Faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan *musyarakah* di PT. BPRS Artha Mas Abadi ?

C. Tujuan Penelitian

Searah dengan rumusan masalah yang dipaparkan di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

- A. Untuk menganalisis penerapan produk pembiayaan *musyarakah* di PT. BPRS Artha Mas Abadi.
- B. Untuk menganalisis faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan *musyarakah* PT. BPRS Artha Mas Abadi.

D. Manfaat Penelitian

Searah dengan rumusan masalah yang dipaparkan di atas, maka manfaat dalam penelitian ini ada dua sisi yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini bermanfaat bagi perkembangan ilmu manajemen pemasaran, khususnya tentang perilaku konsumen terkait dengan penerapan teori faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku

konsumen dan teori bauran pemasaran. Manfaat penelitian ini pada ilmu ekonomi syariah untuk menciptakan aplikasi produk *musyarakah* yang dapat dengan mudah dipahami masyarakat umum sehingga pemasaran syariah dapat berjalan dengan baik.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi pemikiran dan bahan evaluasi PT. BPRS Artha Mas Abadi Pati untuk pengembangan produk pembiayaan *musyarakah*.

b. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk meningkatkan pengetahuan peneliti tentang perkembangan produk-produk pembiayaan perbankan syariah serta fenomena perilaku nasabah terutama pada pembiayaan *musyarakah* di PT. BPRS Artha Mas Abadi Pati.

c. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan informasi dan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan untuk nasabah atau calon nasabah pembiayaan *musyarakah*.