

Volume 2, Nomor 1, Januari-Juni 2017

ISSN 2528 - 5629

E-ISSN 2528 - 5637

AL-MASRAF

JURNAL LEMBAGA KEUANGAN DAN PERBANKAN

ALAMAT PENERBIT/REDAKSI

Jurusan Manajemen Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam – UIN Imam Bonjol Padang
Kampus FEBI-UIN Imam Bonjol Padang, Balai Gadang, Koto Tangah, Padang, Sumatera Barat
E-mail: journal.almasraf@gmail.com
Website: <http://journal.febi.uinib.ac.id/index.php/almasraf>

AL-MASRAF

JURNAL LEMBAGA KEUANGAN DAN PERBANKAN

Volume 2, Nomor 1, Januari-Juni 2017

ISSN: 2528-5629, E-ISSN: 2528-5637

Jurnal ini terbit dua kali setahun pada bulan Juni dan Desember. Berisi artikel ilmiah dalam bentuk hasil penelitian, kajian analisis, aplikasi teori dan *review* kajian-kajian lembaga keuangan dan perbankan. Penerbitan jurnal ini bertujuan meningkatkan kuantitas dan kualitas dalam menyebarkan kajian ilmu pengetahuan dan sekaligus sebagai wahana komunikasi di antara cendekiawan, praktisi, mahasiswa dan pemerhati kajian lembaga keuangan dan perbankan.

LEMBAGA PENERBIT

Jurusan Manajemen Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Imam Bonjol Padang

PENANGGUNG JAWAB

Yenti Afrida, M.Ag

PIMPINAN REDAKSI/REDAKTUR

Huriyatul Akmal, M.Si

EDITOR/PENYUNTING

Testru Hendra, M.Ag
Irsadunas, SE.,M.Si

DESAIN GRAFIS

Romi Iskandar, SE.,MM
Wushi Adilla Arsyi, SE.Sy.,M.Si

SEKRETARIAT

Almizan, MA
Verison, SE
Yuneti
Ruslan Abdul Gani

MITRA BESTARI

Ahmad Wira, M.Ag.,M.Si.,Ph.D
(IAIN Imam Bonjol Padang)
Hidayatul Ihsan, Ph.D
(Politeknik Negeri Padang)
Dr. Aidil Novia, MA
(IAIN Imam Bonjol Padang)

ALAMAT PENERBIT/REDAKSI

Jurusan Manajemen Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam – UIN Imam Bonjol Padang
Kampus FEBI-UIN Imam Bonjol Padang, Balai Gadang, Koto Tangah, Padang, Sumatera Barat
E-mail: journal.almasraf@gmail.com
Website: <http://journal.febi.uinib.ac.id/index.php/almasraf>

Tim editor menerima sumbangan tulisan yang belum pernah diterbitkan dalam media lain. Syarat-syarat, format dan tata aturan, serta tata tulis dapat dilihat pada petunjuk penulisan. Artikel yang masuk akan ditelaah oleh dewan editor untuk dinilai kelayakannya.

KATA PENGANTAR EDITOR

Bismillaahirrahmaanirrahim

Alhamdulillah kami haturkan kehadiran Allah S.W.T, kami dari editor Jurnal ilmiah Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan, Jurusan Manajemen Perbankan Syariah-Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Imam Bonjol, pada kesempatan ini telah menerbitkan jurnal untuk Volume 2, Nomor 1, Januari-Juni 2017.

Tim editor menyadari bahwa dalam era globalisasi ekonomi dan perdagangan bebas di milenium ke tiga ini, kesuksesan perguruan tinggi dalam menciptakan daya saing dari asset bangsa sangat ditentukan oleh keberhasilan suatu negara dalam mengelola sumber daya yang dimilikinya.

Bertitik tolak dari pemikiran tersebut, Jurusan Manajemen Perbankan Syariah-Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol melakukan upaya untuk menghimpun berbagai pendapat, opini, hasil kajian, baik kajian penelitian lapangan maupun kajian kepustakaan yang berkaedahkan kajian ilmiah dari para pakar, pemerhati, peneliti, dan praktisi dalam mengembangkan keilmuan khususnya di bidang kajian Ekonomi dan Bisnis Islam.

Selanjutnya harapan sekaligus tekad dari Jurusan Manajemen Perbankan Syariah- Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol dalam menyusun Jurnal ilmiah Jurnal ilmiah Al-Masraf : Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan dapat dijadikan sebagai penyampaian informasi ilmiah dan pengembangan ilmu pengetahuan yang ditujukan kepada mahasiswa, pemerhati dan para akademisi khususnya di perguruan tinggi dalam mencerdaskan kehidupan berbangsa dan bernegara.

Selanjutnya rasa terima kasih yang sebesar-besarnya ditujukan kepada para penulis yang telah menyumbangkan pemikirannya, dan kepada semua pihak yang telah terlibat dalam pelaksanaan penyusunan Jurnal ilmiah Al-Masraf : Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan ini.

Padang, Juni 2017

Tim Editor

KETENTUAN PENGIRIMAN NASKAH

1. Naskah berbasis penelitian atau telaah mendalam (bukan sekedar refleksi atau opini);
2. Naskah merupakan karya ilmiah orisinal penulis serta tidak mengandung unsur plagiarisme;
3. Naskah ditulis dalam bahasa Indonesia atau Inggris;
4. Naskah menggunakan istilah baku serta bahasa yang baik dan benar mengacu kepada Permendiknas Nomor 46 Tahun 2009 tentang EYD;
5. Naskah diketik dengan program Microsoft Word, huruf Times New Roman, ukuran 12 pts, spasi 1.5, kertas ukuran A4, 15-30 halaman;
6. Naskah dikirimkan dalam bentuk *softcopy* ke alamat email redaksi **journal.almasraf@gmail.com**.
7. Sistematika penulisan artikel:
 - a. Judul, maksimal 14 kata dalam bahasa Indonesia dan 12 kata dalam Bahasa Inggris, ditulis dengan huruf kapital ukuran 14 pts;
 - b. Nama penulis, ditulis tanpa mencantumkan gelar akademik. Artikel yang ditulis oleh lebih dari satu orang, harus mencantumkan nama semua penulis dengan meletakkan nama penulis utama pada urutan awal;
 - c. Lembaga dan email penulis, dicantumkan di bawah nama penulis;
 - d. Abstrak dan kata kunci (*keywords*), abstrak ditulis dalam dua bahasa, yaitu bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Panjang abstrak maksimal 250 kata, dan kata kunci (*keywords*) maksimal 5 kata. Abstrak memuat tema, tujuan, metode *result* dan implikasi penelitian. Jika tulisan dalam bahasa Indonesia, maka abstrak ditulis dalam bahasa Inggris, dan apabila tulisan dalam bahasa Inggris, maka abstrak ditulis dalam bahasa Indonesia;
 - e. Pendahuluan berisikan latar belakang masalah, konteks penelitian, tujuan penelitian dan telaah pustaka. Seluruh bagian pendahuluan diuraikan secara terintegrasi dalam bentuk paragraf-paragraf dengan panjang uraian 15-20% dari total panjang artikel;
 - f. Metode penelitian berisikan uraian tentang rancangan teknis-prosedural penelitian, berupa setting lokasi penelitian, jenis data penelitian, teknik pengumpulan data, penyajian data dan analisis data, dapat juga ditambahkan dengan paradigma penelitian;

- g. Hasil/temuan penelitian/analisis merupakan analisis yang berkaitan dengan pertanyaan penelitian. Setiap temuan data penelitian harus dibahas berupa pemaknaan, interpretasi dan pendekatan atau pembacaan teori terhadap data yang diperoleh;
 - h. Simpulan merupakan temuan dalam penelitian yang merupakan jawaban atas pertanyaan penelitian atau merupakan intisari dari pembahasan. Kesimpulan disajikan dalam bentuk paragraf;
 - i. Daftar rujukan hanya memuat sumber-sumber yang dirujuk, setiap sumber yang dirujuk harus tercantum dalam daftar rujukan. Rujukan berupa sumber-sumber primer yang terdiri dari hasil penelitian, artikel jurnal, penelitian skripsi, tesis atau disertasi;
 - j. Biodata penulis berisikan nama, tempat tanggal lahir, alamat, lembaga, alamat email, nomor telepon/HP, pendidikan dan pekerjaan. Dapat ditambahkan juga dengan publikasi ilmiah terbaru;
8. Rujukan dan pengutipan menggunakan teknik rujukan *bodynotes* (format: nama akhir penulis, [spasi] tahun: nomor halaman). Pencantuman sumber pada kutipan langsung disertai dengan keterangan tentang nomor halaman tempat asal kutipan. Contoh: (Lukito, 2013:124);
9. Transliterasi Arab-Latin yang dipergunakan mengacu kepada model *Library of Congress* untuk transliterasi dari bahasa Arab ke bahasa Inggris, dan didasarkan kepada SK Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Tanggal 22 Januari 1988 untuk transliterasi dari bahasa Arab ke bahasa Indonesia;
10. Daftar rujukan disusun dengan tata cara seperti contoh berikut ini, dan diurutkan secara alfabetis dan kronologis:

Buku

Kotler, Philip. (2000). *Marketing Management*. New York: Prentice Hall.

Timmons, J. A., Spinelli, S. (2000). *New Venture Creation, Entrepreneurship for the 21st Century*. Boston: McGraw-Hill.

Buku kumpulan artikel

Saukah, A, & Waseso, M.G. (Eds). (2002). *Menulis Artikel untuk Jurnal Ilmiah*. Malang: UM Press.

Artikel dalam buku kumpulan artikel

Russel, T. (1998). *An Alternative Conception: Representing Representation*. Dalam P.J. Black & A. Lucas (Eds), *Children's Informal Ideas in Science* (hal. 62-84). London: Routledge.

Artikel dalam jurnal atau majalah

Harrison, L. Jean and Walker. (2001). The Measurement Of Word Of Mouth Communication and An Investigation Of Service Quality and Customer Commitment As Potential Antecedents. *Journal of Service Research*, 4 (1): 60-75.

Artikel dalam Koran

Pitunov, B. (2002). Sekolah Unggulankah atau Sekolah Pengunggulan? *Kompas*, hlm. 4 & 11, 13 Desember.

Tulisan/berita dalam Koran (tanpa nama pengarang)

Republika. (2013). *Wanita Kelas Bawah Lebih Mandiri*, hlm. 3, 22 April.

Dokumen resmi

Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa. (1978). Pedoman Penulisan Laporan Penelitian. Jakarta: Depdikbud. *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 2 tentang Sistem Pendidikan Nasional*. Jakarta: PT Armas Duta Jaya.

Buku terjemahan

Kotler, Philip. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Skripsi, tesis, disertasi dan laporan penelitian

Herispon. (2004). *Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Perkembangan Usaha Industri Kecil di Pekanbaru*. Tesis tidak diterbitkan. Padang: Pasca Sarjana Universitas Andalas.

Makalah seminar, lokakarya dan penataran

Waseso, M.G. (2001). *Isi dan Format Jurnal Ilmiah*. Makalah disajikan dalam Seminar Lokakarya Penulisan Artikel dan Pengelolaan Jurnal Ilmiah, Banjarmasin: Universitas Lambungmangkurat, 9-11 Agustus.

Internet (karya individual)

Hitchcock, S., Carr, L. & Hall, W. (1996). *A Survey of STM Online Journals, 1990-1995: The Calm before the Storm*. (Online). (<http://journal.ecs.soton.ac.uk/survey/survey.html>, diakses 12 Juli 2011)

Artikel dalam jurnal online

Kumaidi. (1998). Pengukuran Bekal Awal Belajar dan Pengembangan Tesnya. *Jurnal Ilmu Pendidikan*. (Online). 5 (4), (<http://www.malang.ac.id>, diakses 20 Januari 2011)

Internet (bahan diskusi)

Wilson, D. 20 November 1995. Summary of Citing Internet Sites. *NETTRAIN Discussion List*, (Online), NETTRAIN@ubvm.cc.buffalo.edu, diakses 22 Oktober 2010.

Internet (email pribadi)

Andespa, Roni. (roni@febi.iainimambonjol.ac.id). 1 Oktober 2016. *Artikel Untuk Jurnal*. E-mail kepada Sri Ramadhan (sri_ramadhan@gmail.com).

11. Penyajian kutipan, rujukan, tabel dan gambar mengikuti ketentuan dalam pedoman penulisan karya ilmiah atau mencontoh langsung tata cara pada artikel yang telah dimuat;
12. Semua naskah ditelaah secara anonim oleh mitra bestari (*peer-reviews*) yang ditunjuk oleh penyunting menurut bidang kepakarannya. Penulis artikel diberikan kesempatan untuk melakukan perbaikan (*revisi*) naskah atas dasar rekomendasi/saran dari mitra bestari atau penyunting. Kepastian pemuatan atau penolakan naskah akan diberitahukan secara tertulis;
13. Segala yang menyangkut perizinan dan pengutipan atau penggunaan software komputer untuk pembuatan naskah atau ihwal lain yang terkait dengan HaKI yang dilakukan oleh penulis artikel, berikut konsekuensi hukum yang mungkin timbul karenanya, menjadi tanggung jawab penuh penulis artikel;
14. Artikel yang tidak dimuat, *tidak akan dikembalikan*, kecuali atas permintaan penulis.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR EDITOR	iii
KETENTUAN PENGIRIMAN NASKAH	v
DAFTAR ISI	ix
STRATEGI PENGHIMPUNAN DAN PENYALURAN DANA PADA <i>BAITUL MAL WAT TAMWIL</i> SANWANI (Pascasajana Universitas Mataram, Program Studi Ilmu Ekonomi) TITIEK HERWANTI (Universitas Mataram) AKHMAD JUFRI (Universitas Mataram)	1 - 16
PENGARUH DISIPLIN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA BANK PERKREDITAN RAKYAT JELI NATA LIYAS (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau) REZA PRIMADI (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau)	17 - 26
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PEGADAIAN SYARIAH DI KOTA PEKANBARU WIRDAYANI WAHAB (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahaputra Riau)	27 - 41
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH DALAM MENABUNG DI BANK SYARIAH RONI ANDESPA (Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang)	43 - 57
PERANAN <i>RISK-PREFERENCE</i> TERHADAP PEMBIAYAAN MACET PADA BMT: METODE EKSPERIMEN <i>MULTIPLE PRICE LIST</i> DAVY HENDRI (Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang)	59 - 71
BANK SYARI'AH MENGHADAPI TANTANGAN DAN HARAPAN MEIRISON (Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang)	73 - 83
ANALISA KINERJA KEUANGAN DAN PREDIKSI KEBANKRUTAN BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH TONY ISWADI (Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang)	85 - 96

IMPLEMENTASI KAIDAH-KAIDAH ISLAM DALAM
PENGELOLAAN ZAKAT PROFESI

SUTARDI (Magister Ilmu Ekonomi Universitas Mataram)

MUHAMMAD IRWAN (Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Mataram)

IHSAN RO'IS (Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Mataram)..... 97 - 109

STRATEGI PENGHIMPUNAN DAN PENYALURAN DANA PADA *BAITUL MAL WAT TAMWIL*

SANWANI

Pascasajana Universitas Mataram
Program Studi Ilmu Ekonomi
E-mail: sanwaniseno@gmail.com

TITIEK HERWANTI

Universitas Mataram
E-mail: titiek_herwanti@gmail.com

AKHMAD JUFRI

Universitas Mataram
E-mail: akhmadjufri@gmail.com

Abstract

The theme of the article is the banks and financial institutions. The research objective was to determine strategies in collecting and distributing funds on BMT Al-Hidayah. The study was qualitative. Research technique is triangulation. The focus of the study was to determine the strategy that is used in collecting and distributing funds. Results of the study are: the collection and distribution of funds strategies used are: 1) Direct the place of prospective customers, 2) Social Care, 3) Marketing, and 4) Spread the brochure.

Keywords: *Baitul Mal Wat Tamwil, Marketing, Product, Strategy*

PENDAHULUAN

Sistem keuangan Islam yang berpihak pada kepentingan kelompok mikro sangat penting. Berdirinya lembaga keuangan syariah yang terus mengalami perkembangan pesat membawa andil yang sangat baik dalam tatanan sistem keuangan di Indonesia. Peran ini tentu saja sebagai upaya untuk mewujudkan sistem keuangan yang adil. Oleh karenanya keberadaannya perlu mendapat dukungan dari segenap lapisan masyarakat muslim (Muhammad Ridwan, 2011:6).

Ajaran-ajaran Islam mengatur dan membimbing semua aspek kehidupan manusia, baik yang berdimensi vertikal (*hablum min*

al-Allah) maupun yang berdimensi horizontal (*hablum min al-Nas*). Al-Quran sebagai sumber utama ajaran Islam yang di dalamnya berisi antara lain aqidah, syari'ah, sejarah dan etika (moral), mengatur tingkah laku dan tata cara kehidupan manusia, baik sebagai makhluk individu maupun sebagai makhluk sosial. Universalitas ini tampak jelas terutama dalam aspek muamalah yang sangat luas medan gerakannya, bersifat relatif dan fleksibel sesuai dengan situasi, kondisi dan domisili. Ini berbeda secara diametral dengan aspek ibadah (formal) yang bersifat absolut-permanen-konstan dan tak berubah-ubah sebagaimana yang telah diajarkan oleh Rasulullah (Zaidi Abdad, 2003:15).

Di Indonesia fenomena penerapan prinsip syariah dalam lembaga keuangan semakin berkembang pesat, tidak hanya diperbankan tetapi juga di Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB). Di sektor lembaga keuangan bank dikenal dengan perbankan syariah, sedangkan pada lembaga keuangan bukan bank dengan mengacu pada penjelasan pasal 49 huruf i Undang-undang Nomor 3 Tahun 2006 tentang perubahan atas Undang-undang Nomor 7 Tahun 1989 tentang Peradilan Agama, terdiri dari lembaga keuangan mikro syariah, asuransi syariah, reasuransi syariah, reksadana syariah, obligasi syariah dan surat berharga berjangka menengah syariah, sekuritas syariah, pembiayaan syariah, pegadaian syariah, dana pensiunan lembaga keuangan syariah. Secara historis BMT telah lama dikenal di Indonesia sekitar awal tahun 1980 an yaitu dengan berdirinya *Baitul Tamwil* (BT) Tenosa di Bandung dan *Baitul Tamwil* (BT) Ridho Gusti di Jakarta, akan tetapi keduanya tidak berkembang. Adapun BMT yang masih berkembang adalah BMT Ihsan Kamil yang didirikan pada tahun 1992 di Bandung dan di motori oleh tiga orang pemuda masjid.

Dari gambaran diatas lahirnya lembaga keuangan syaria`h seperti *Baitul Mal wat Tamwil* yang biasa disebut BMT, sesungguhnya dilatar belakangi oleh kondisi keresahan

masyarakat dengan lembaga pelepas uang yang beredar pada masyarakat khususnya masyarakat usaha kecil atau mikro.

Dalam proses pengembangan usaha kecil dan mikro pada skala NTB khususnya Lombok Timur, para pelaku usaha kecil dan mikro dalam mengakses dana (modal) selalu berhubungan dengan lembaga pelepas uang baik yang terorganisir maupun perorangan yang sering disebut rentenir, dengan mengedepankan keuntungan semata atau *profit orientation* dengan prinsip dari modal sekecil-kecilnya mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya, tanpa mengedepankan nilai-nilai keseimbangan dan keadilan dalam ekonomi.

Salah satu usaha pemberdayaan ekonomi rakyat khususnya Usaha Kecil sangat dibutuhkan adanya lembaga keuangan yang bersentuhan langsung dengan masyarakat, tanpa prosedur yang berbelit-belit dan bunga yang berlipat ganda seperti yang terjadi saat ini. BMT merupakan Lembaga Keuangan Syariah yang lebih adil dan dekat dengan masyarakat karena selain berfungsi sebagai lembaga sosial (*Baitul Mal*) juga sebagai lembaga bisnis (*Baitul Tamwil*) dalam pemberdayaan ekonomi umat. Perkembangan BMT di kabupaten lombok timur terus mengalami perkembangan setiap tahunnya. Hal ini bisa dilihat seperti dalam tabel di bawah ini:

Tabel 1. Data BMT Yang Tersebar di Kabupaten Lombok Timur Tahun 2015

No	Nama BMT	Alamat	Tahun Berdiri	Total Asset (Rp)
1	BMT Al-Hidayah	Kotaraja Lotim	2006	5.640.000.000
2	BMT Al-Hidayah	Rarang Terara Lotim	2012	1.510.000.000
3	BMT Al-Hidayah	Resing Sakre Lotim	2014	910.000.000
4	BMT Daruzzakah	Paok Motong Lotim	2009	300.000.000
5	BMT Daruzzakah	Masbaqik Lotim	2009	245.000.000

6	BMT Daruzzakah	Selong Pancor Lotim	2009	250.000.000
7	BMT Daruzzakah	Rarang Terara Lotim	2009	267.000.000
8	BMT Daruzzakah	Rensing Sakra Lotim	2009	350.000.000
9	BMT Mandiri syariah	Lendang Nangka Lotim	2010	280.000.000
10	BMT Mandiri syariah	Montong Gading Lotim	2010	200.000.000
11	BMT Mandiri syariah	Peringga Baya Lotim	2010	205.000.000
12	BMT Permata Hidayatullah	Paok Motong Lotim	2011	610.000.000
13	BMT Gemar Insanai	Anjani Lotim	2010	500.000.000
15	BMT Al- Kausar	Jero Waru Lotim	2010	171.000.000
16	BMT Al-Mujaddid	Kotaraja Lotim	2014	112.000.000
Total				11.060.000.000

Berdasarkan pada tabel 1 tersebut di atas dapat dilihat bahwa Kabupaten Lombok Timur sudah mulai mengembangkan *Baitul Mal Wat Tamwil* (BMT) sejak tahun 2006 yang diawali dengan berdirinya BMT Al-Hidayah di Kotaraja. Dengan jumlah penduduk Muslim hampir 100% persen di Lombok Timur. Kabupaten Lombok Timur berupaya untuk menegakkan syariat Islam, hal ini terlihat dengan berkembangnya lembaga keuangan mikro syariah seperti *Baitul Mal Wat Tamwil* (BMT) yang bebas bunga. Kabupaten Lombok Timur sudah memiliki 15 BMT yang tersebar

di seluruh wilayah Kabupaten Lombok Timur. lembaga ini telah tersebar di beberapa lokasi Pasar di Lombok Timur dengan harapan dapat mengangkat kelompok usaha kecil menengah dan bakulan dimasing-masing pasar atau tempat perdagangan.

Dari data di atas dapat dilihat bahwa perkembangan aset BMT Al-Hidayah memiliki peningkatan yang sangat signifikan dari tahun ke tahun di bandingkan dengan BMT yang lain di Lombok Timur. Hal ini bisa dilihat dari laporan kinerja keuangan dalam kurun waktu 10 tahun terakhir seperti pada tabel di bawah ini:

Tabel 2. Data Perkembangan Aset BMT Al-Hidayah Dari Tahun 2006 S/d 2015

TAHUN	ASET (Rp)	Persentase (%)
2006	61.825.995	8,087213
2007	286.698.229	21,56483
2008	602.064.146	47,61922
2009	1.151.217.795	52,29802
2010	1.243.922.920	92,54736
2011	2.030.030.293	61,27608
2012	4.060.405.064	49,99576
2013	6.286.000.000	64,59442
2014	6.338.000.000	99,17955
2015	8.060.000.000	79,225

Berdasarkan pada tabel 2 di atas menunjukkan bahwa perkembangan kinerja keuangan BMT Al-Hidayah dalam kurun waktu 10 tahun terakhir dari tahun 2006-2015 menunjukkan peningkatan yang sangat signifikan untuk tingkatan lembaga keuangan mikro syariah.

Selain itu di wilayah Lombok Timur, dukungan pada Usaha kecil dan mikro (UKM) dalam aktivitas perekonomian guna menumbuh kembangkan ekonomi masyarakat rakyat sangat dirasakan peranan/manfaatnya. Revitalisasi berbagai aspek baik kualitas

anggota maupun kuantitas BMT perlu terus mendapat perhatian sehingga dapat menjadi strategi yang baik untuk meningkatkan kemajuan dan manfaat lembaga keuangan khususnya BMT dalam mensejahterakan masyarakat di Lombok Timur.

BMT Al-Hidayah sejak didirikan pada Tahun 2006 sampai saat ini sudah memiliki aset sebesar Rp.8.060.000.000 hal ini menunjukan kemajuan yang cukup signifikan dibandingkan dengan BMT yang lain. Dan sudah memiliki sebanyak 7.045 Nasabah dan telah berjalan pada usianya yang ke 10 pada Tahun 2016 dan sudah tersebar di 3 Kecamatan di Kabupaten Lombok Timur.

Baitul Mal Wat Tamwil (BMT) adalah lembaga keuangan non bank yang dananya bersumber dari masyarakat yang akan di salurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan atau pinjaman dengan sistem bagi hasil. BMT ini adalah menggunakan prinsip syari'ah. Sehingga dalam pengoprasiaannya menggunakan sistem bagi hasil dan berbagai produk yang telah dibuat sesuai dengan syari'at Islam. Berbeda dengan lembaga keuangan konvensional dalam pengoprasiaannya menggunakan sistem bunga yang memang sudah jelas bertentangan dengan syariat Islam. BMT hanya memfokuskan kegiatan usahanya kepada pengusaha mikro, kecil dan menengah kebawah yang dapat memberikan dampak yang positif bagi para pengusaha, misalnya dengan peningkatan kesejahteraan keluarga pengusaha tersebut yang diakibatkan dari terpenuhinya modal usaha, sehingga usaha dapat berjalan dengan lancar seperti yang diharapkan.

Sistem bagi hasil yang ditawarkannya mengakibatkan para pengusaha kecil menjadi leluasa bergerak karena tidak terbebani akan adanya bunga yang terus bertambah. BMT dipandang sebagai salah satu alternatif sehubungan dengan usaha untuk memperjuangkan nasib pengusaha kecil (Barus, 2009:20).

BMT berfungsi sebagai lembaga *intermediasi* atau sebagai jembatan atau perantara antara masyarakat yang kelebihan dana dengan masyarakat yang membutuhkan dana. *Baitul Mal Wat Tamwil* (BMT) mempunyai dua aktivitas yaitu aktivitas keuangan yang bersifat sosial atau nirlaba (*baitul mal*) dan aktivitas *profit oriented*.

Baitul Mal-nya (kegiatan sosial), berarti berupaya menghimpun dana dari anggota masyarakat yang berupa zakat, infak, dan shodaqoh (ZIS) dan disalurkan kembali kepada yang berhak menerimanya, ataupun dipinjamkan kepada masyarakat yang benar-benar membutuhkan melalui produk pembiayaan qordhul hasan (pinjaman kebijakan tanpa jaminan) disini nasabah hanya diwajibkan mengembalikan modalnya saja tanpa harus membagi keuntungan yang diperoleh dari pinjaman tersebut dengan tujuan untuk membangun kesejahteraan bagi masyarakat dengan taraf ekonomi menengah kebawah yang hendak berusaha. Al-Qard diberikan untuk membatu keuangan nasabah secara cepat dan berjangka pendek untuk pengusaha kecil yang tidak memiliki dana dan diperuntukan untuk keperluan sosial, dan dapat bersumber dari dana zakat, infaq, dan

sedekah. Secara teknis mengenai pembiayaan *qardh* ini mengacu pada Fatwa DSN MUI No. 19/DSN-MUI/IX/2000 tentang pembiayaan Qardhul Hasan.

Sementara Kegiatan Bisnisnya (Baitul Tamwil) berfungsi menghimpun dan menyalurkan dana (intermediasi) yang bersifat profit motif. Penghimpunan dana diperoleh melalui simpanan pihak ketiga (anggota BMT) melalui simpanan berbentuk tabungan simpanan mudharabah' simpanan berjangka, dan wadi'ah kurban dan penyalurannya dalam bentuk pembiayaan atau investasi, dengan prinsip jual beli (murabahah), prinsip bagi hasil (mudharabah dan musyarakah), dan pembiayaan qardh yang dijalankan berdasarkan prinsip syari'ah. Dalam konteks ini BMT berfungsi sebagai lembaga pengelola dan pemberdayaan dana masyarakat, dengan jalan menjalin mitra kerjasama antara pihak pengelola BMT dengan masyarakat. yakni dengan menghimpun dana masyarakat kemudian didistribusikan kembali kepada masyarakat (nasabah) yang bergerak dalam sektor usaha produktif dan membutuhkan

bantuan dana dengan sifat perolehan laba (Ridwan, 2004:149-184).

Semakin banyaknya lembaga keuangan, maka persaingan untuk menghimpun dana dari masyarakatpun semakin meningkat dan menuntut perbankan khususnya lembaga keuangan mikro untuk terus menciptakan strategi-strategi yang kreatif dan inovatif dalam mengembangkan dan memperoleh sumber-sumber dana baru. Dana-dana yang dihimpun dari masyarakat merupakan sumber dana terbesar yang dapat mencapai 80% dari seluruh dana yang dikelola oleh BMT.

Bank memerlukan strategi yang bertujuan untuk menarik minat masyarakat dan mampu bersaing dengan lembaga keuangan lainnya. Menurut Amin Qutbi selaku menejer BMT Al-Hidayah menerapkan beberapa stretegi diantaranya yaitu: strategi sistem jemput bola, lingkungan pemasaran, pemberian hadiah, dan peduli sosial/masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari dana simpanan dan dana yang disalurkan oleh BMT pada tahun 2015, seperti dalam tabel di bawah ini:

Tabel 3. Data Tabungan dan Pembiayaan Yang Diperoleh BMT Al-Hidayah Tahun 2014 – 2015

PRODUK	TAHUN			
	2014		2015	
	Target	Capaian	Target	Capaian
Tabungan	3.500.000.000	5.922.286.044,49	4.000.000.000	5.266.173.894,99
Pembiayaan	3.000.000.000	4.015.944.103,43	4.500.000.000	4.237.956.464,73

Dari tabel diatas dapat kita lihat bahwa dana simapan atau tabungan terus mengalami peningkatan setiap tahunnya dan selalu memenuhi targetnya akan tetapi terjadi penurunan capaian pada tahun 2015 sebesar Rp.5.266.173.894,99 dibandingkan

pada tahun 2014 capaiannya sebesar Rp.5.922.286.044,49. Sedangkan dalam pembiayaan atau penyaluran dana yang ditargetkan sebesar Rp.3.000.000.000 yang terealisasi sebesar Rp.4.015.944.103,43 akan tetapi terjadi penurunan pada tahun 2015 dana

yang ditargetkan sebesar Rp. 4.500.000.000 dana pembiayaan yang terealisasi sebesar Rp. 4.237.956.464,73, ini artinya target penerimaan dana simpanan maupun dana yang disalurkan oleh BMT Al-Hidayah belum bisa tercapai secara maksimal, karena BMT Al-Hidayah masih memiliki keterbatasan dalam menjangkau para usaha kecil dan menengah kebawah (UKM). Sementara keluhan yang paling banyak diajukan oleh Nasabah adalah plafon maksimal pinjaman yang masih sangat kecil serta pinjaman yang dicairkan lebih kecil dari yang diajukan dan waktu pinjaman yang masih sangat pendek yaitu setiap minggu nasabah harus mengembalikan pinjaman tersebut sampai batas waktu yang disepakati. Keluhan lainnya adalah masih banyaknya nasabah yang belum memahami produk-produk yang dimiliki oleh BMT serta ratio bagi hasil. Ratio bagi hasil yang harus di serahkan ke BMT terlalu besar bahkan bisa lebih besar dari angsuran pinjaman dan bunganya ke bank. Keluhan ini setidaknya menunjukkan bahwa pemahaman mitra terhadap sistem bagi hasil tidak sama dengan pemahaman BMT.

Selanjutnya, dibutuhkan suatu strategi inovasi dalam kaitannya dengan produk yang dihasilkan organisasi. Hal ini disebabkan inovasi memegang peranan penting dalam menjaga kelangsungan hidup BMT dalam industri lembaga keuangan. BMT dapat menggunakan strategi penetrasi pasar (*Market Penetration*) dimana BMT mencari pangsa pasar yang lebih besar untuk produk/jasa yang sudah dihasilkan melalui aktivitas pemasaran yang gencar. Selanjutnya BMT bisa

menggunakan pengembangan pasar (*Market Development*) dimana BMT memperkenalkan produk/jasa yang sudah ada ke wilayah geografi yang baru. Strategi pengembangan produk (*Product Development*) juga dapat diterapkan melalui peningkatan penjualan dengan memperbaiki produk/jasa yang sudah ada atau mengembangkan produk yang baru. BMT juga dapat menggunakan strategi diversifikasi konsentris (*Concentric Diversification*) dimana terjadi penambahan produk/jasa baru yang masih ada kaitannya dengan produk/jasa utama BMT. Pada akhirnya dengan inovasi yang handal maka BMT akan mampu membuat diferensiasi dengan lembaga keuangan mikro lainnya sehingga eksistensinya tetap terjaga.

Pengertian *Baitul Mal Wat Tamwil* (BMT)

Baitul Mal Wat Tamwil (BMT) terdiri dari dua istilah yaitu *Baitul Mal* dan *Baitul Tamwil*. Secara harfiah/*lughowi* *Baitul Mal* berarti rumah dana dan *Baitul tamwil* berarti rumah usaha. *Baitul Mal* dikembangkan berdasarkan sejarah perkembangannya, yakni dari masa nabi sampai abad pertengahan perkembangan Islam. Dimana *Baitul Mal* berfungsi untuk mengumpulkan sekaligus mentasyarufkan dana sosial. Sedangkan *baitul tamwil* merupakan lembaga bisnis yang bermotif laba (Alma, 2014:22).

Menurut Muhammad (1998, 114) *Baitul Tamwil* merupakan sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial. Usaha-usaha tersebut menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari BMT sebagai lembaga pendukung kegiatan ekonomi masyarakat kecil yang berlandaskan syariah.

Penghimpunan Dana

Sebagai lembaga keuangan, dana merupakan persoalan utama. Tanpa dana bank tidak dapat berbuat apa-apa, artinya tidak berfungsi sama sekali. Dana bank adalah uang tunai yang dimiliki bank atau pun aktiva lancar yang dikuasai bank dan setiap waktu dapat diuangkan. Dana yang dimiliki atau yang dikuasai bank tidaklah bersumber dari milik bank sendiri, tapi juga ada dari pihak lain (Sinungan, 1997:84).

Penghimpunan dana oleh BMT diperoleh melalui simpanan, yaitu dana yang dipercayakan oleh nasabah kepada BMT untuk disalurkan ke sektor produktif dalam bentuk pembiayaan. Simpanan ini dapat berbentuk tabungan *wadi'ah*, simpanan *mudharabah* jangka pendek dan jangka panjang. Tujuan utama masyarakat menyimpan uang biasanya adalah untuk keamanan uangnya. Kemudian untuk melakukan investasi dengan harapan memperoleh bunga dari hasil simpanannya. Selain itu juga untuk memudahkan melakukan transaksi pembayaran.

Penghimpunan dana adalah kegiatan usaha BMT yang dilakukan dengan kegiatan usaha penyimpanan. Simpanan merupakan dana yang dipercayakan oleh anggota, calon anggota, atau BMT lain dalam bentuk simpanan dan simpanan berjangka.

Adapun pengertian simpanan menurut undang-undang no. 7 tahun 1992 dalam pasal 1 (5) yakni: Simpanan adalah dana yang dipercayakan oleh masyarakat kepada bank berdasarkan perjanjian penyimpanan dana dalam bentuk giro, deposito, sertifikat

deposito, tabungan dan atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu (Kasmir, 2007).

Pengertian Pembiayaan

Menurut Muhammad (2005, 17) pembiayaan atau *financing* yaitu pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga. Dengan kata lain, pembiayaan adalah pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan. Menurut PP No. 9 tahun 1995, tentang pelaksanaan simpan pinjam oleh koperasi, pengertian pinjaman adalah: Penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan tujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara koperasi dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi hutangnya setelah jangka waktu tertentu dengan disertai pembayaran sejumlah imbalan (UU No. 9 Tahun 1995. Tentang Perkoperasian). Istilah pembiayaan menurut konvensional disebut dengan kredit.

Dalam sehari-hari kredit sering diartikan memperoleh barang dengan membayar cicilan atau angsuran sesuai dengan perjanjian. Jadi dapat diartikan bahwa kredit berbentuk barang atau berbentuk uang. Baik kredit berbentuk barang atau berbentuk uang dalam hal pembayarannya adalah dengan menggunakan metode angsuran atau cicilan tertentu (Kasmir, 2004).

Sedangkan pembiayaan dalam konsep Islam adalah Pembiayaan pada dasarnya diberikan atas dasar kepercayaan. Dengan

demikian, pemberian pembiayaan adalah pemberian kepercayaan. Hal ini berarti prestasi yang diberikan benar-benar harus diyakini dapat dikembalikan oleh penerima pembiayaan sesuai dengan waktu dan syarat-syarat yang telah disepakati bersama. Adanya persetujuan, berupa kesepakatan pihak *mudharib* kepada pihak *shahibul mal* untuk berjanji membayar. Perjanjian tersebut dapat berupa janji lisan, tertulis (akad pembiayaan), atau berupa instrumen (*credit instrument*).

Dari pengertian di atas dapat diambil kesimpulan bahwa pembiayaan adalah penyediaan/penyaluran dana oleh pihak-pihak yang kekurangan dana (peminjam) dan wajib bagi peminjam untuk mengembalikan dana tersebut dalam waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.

Produk Penyaluran dana

- 1) Pembiayaan Murabahah
- 2) Pembiayaan Mudharabah
- 3) Pembiayaan Musyarakah
- 4) Pembiayaan Al-Qardhul Hasan

Teori Strategi

Strategi berasal dari kata Yunani *strategia* (*stratus* = militer ; dan *ag* = memimpin), yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal. Strategi juga bisa diartikan sebagai suatu rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan militer dan material pada daerah-daerah tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. Konsep strategi dapat didefinisikan berdasarkan 2 perspektif yang berbeda yaitu: (1) dari perspektif apa suatu organisasi ingin dilakukan (*intends to do*), dan

(2) dari perspektif apa yang organisasi akhirnya lakukan (*eventually does*).

Menurut Armstrong Strategi merupakan suatu hal yang meliputi seluruh sistem yang berhubungan dengan tujuan untuk merencanakan dan menetapkan harga suatu produk sampai memasarkannya serta mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memberi kepuasan pembeli aktual serta potensial.

Strategi Menurut Para Ahli

Menurut Tjiptono (2002) strategi pemasaran merupakan alat fundamental yang dirancang atau direncanakan untuk mencapai tujuan suatu perusahaan dengan melakukan pengembangan keunggulan bersaing yang berkesinambungan lewat pasar yang dimasuki dan program yang digunakan untuk melayani pasar sasarannya. Menurut Kotler (2000) strategi pemasaran merupakan pola pikir yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran pada suatu perusahaan, bisa mengenai strategi spesifik untuk pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran (*marketing mix*), dan besarnya sebuah pengeluaran pemasaran.

Bentuk-bentuk Strategi

a. Strategi Pemasaran

Philip Kotler mendefinisikan pengertian pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dengan mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain (Wilhelmus, 1995:7).

b. Strategi Promosi

Strategi promosi adalah suatu rencana untuk penggunaan yang optimal atas sejumlah elemen-elemen promosi: periklanan, hubungan masyarakat, penjualan pribadi, dan promosi penjualan. Para manager pemasaran menentukan tujuan dari strategi promosi penjualan dari sudut tujuan keseluruhan perusahaan bagi bauran pemasaran: produk, tempat (distribusi), promosi dan harga (Kasmir, 2007:213).

Adapun promosi yang diselenggarakan oleh bank, bertujuan untuk :

- 1) Menyampaikan informasi (*Informing*)
- 2) Membujuk nasabah sasaran (*Persuading*)
- 3) Mengingatkan (*Reminding*)

Ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan, yaitu sebagai berikut:

1) Periklanan (*Advertising*)

Iklan adalah sarana promosi yang digunakan oleh bank guna menginformasikan, menarik dan mempengaruhi calon nasabahnya, yang dapat dilakukan dalam bentuk tayangan atau gambar atau kata-kata yang tertuang dalam spanduk, brosur, billboard, koran, majalah, televisi, media internet atau radio-radio.

2) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan terdiri dari intensif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan produk atau jasa. Kalau iklan menyodorkan alasan untuk membeli suatu produk atau jasa, maka promosi penjualan menekankan alasan mengapa kita harus membeli sekarang juga.

3) Publisitas (*Publicity*)

Promosi yang ketiga adalah publisitas. Publisitas merupakan kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan sponsorship terhadap suatu kegiatan seperti pameran, bakti sosial, perlombaan cerdas cermat, kuis serta kegiatan lainnya melalui berbagai media. Promosi ini dilakukan untuk meningkatkan citra bank di depan para calon nasabah atau nasabahnya.

4) Penjualan pribadi (*Personal Selling*)

Dalam dunia perbankan penjualan pribadi secara umum dilakukan oleh seluruh pegawai bank, mulai dari cleaning service, satpam sampai pejabat bank. Secara khusus *personal selling* dilakukan oleh perugas *customer service* dan *service assistensi*.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan pendekatan deskriptif atau penelitian kualitatif dengan jenis penelitiannya yaitu penelitian lapangan (*field research*). Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data-data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati (Maleong, 1996:3).

Penelitian ini dilakukan pada Baitul Mal Wat Tamwil (BMT) Al-Hidayah di Kabupaten Lombok Timur. Kantor pusat BMT Al-Hidayah beralamat di Jalan Parwisata Tetebatu Kecamatan Sikur dengan kantor cabang yang tersebar di 2 Kecamatan di Lombok Timur.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data deskriptif atau data kualitatif,

yang mana data kualitatif adalah data yang dinyatakan dalam bentuk kalimat, symbol, dan data lain yang bentuknya bukan dalam angka.

Sumber data dalam penelitian ini adalah subyek dari mana data dapat diperoleh (Arikunto, 2006:129). Untuk memperoleh data yang akurat diperlukan informan yang menguasai situasi sosial yang diteliti. Informan penelitian yang dimaksud adalah:

Informan utama adalah informan yang paling banyak tahu tentang subyek penelitian. Jadi, Informan Utama dalam penelitian ini adalah Nasabah terkait dengan proses penghimpunan dan penyaluran dana pada Baitul Mal Wat Tamwil (BMT) Al-Hidayah di Lombok Timur.

Untuk memperoleh data yang akurat diperlukan informan kunci. Informan kunci adalah informan yang benar-benar menguasai fenomena berupa pelaksanaan penghimpunan dan penyaluran dana yang diteliti.

Penentuan sumber data pada orang yang diwawancarai dilakukan secara purposive, yaitu dipilih dengan pertimbangan dan tujuan tertentu (Sugiyono, 2014:52).

Jadi informan kunci dalam penelitian ini adalah menejer dan ketua Pengurus atau para pengelola BMT AL-Hidayah di Lombok Timur. *Purposive* adalah pengambilan sumber data dengan pertimbangan tertentu. Misalnya saja informan dipilih karena dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin informan adalah orang yang sangat berpengaruh dilingkungan tempat penelitian berlangsung sehingga akan memudahkan peneliti untuk memperoleh data atau informasi yang diperlukan.

Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian dalam penelitian ini adalah peneliti itu sendiri. Peneliti adalah instrumen kunci (*key instrument*). Peneliti yang mengadakan sendiri pengamatan atau wawancara tak berstruktur dan hasil catatan. Hanya manusia sebagai instrumen yang memahami makna interaksi antara manusia, mengalami perasaan dan nilai-nilai yang terkandung dalam ucapan dan perbuatan responden. Peneliti sebagai key instrument berfungsi untuk menetapkan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, menafsirkan data, dan membuat kesimpulan atas temuannya (Sugiyono, 2012:222).

Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian ini, maka dilakukan teknik-teknik yang relevan, antara lain:

1. Observasi
2. Wawancara (*Interview*)
3. Dokumentasi

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses pengumpulan data secara sistematis untuk mempermudah peneliti dalam memperoleh kesimpulan. Analisis data menurut Bogdan dalam Sugiyono (2014, 88) yaitu proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.

Analisis selama dilapangan Model Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2014, 91) analisis data terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersama-sama yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan/verifikasi.

Keabsahan data diperlukan guna membuktikan keaslian data yang diteliti dengan kenyataan yang terjadi dilapangan. Dalam penelitian kualitatif diperlukan kredibilitas data, yaitu kriteria untuk memenuhi nilai kebenaran dari data dan informasi yang telah dikumpulkan, melalui uji kredibilitas data dengan teknik triangulasi.

1. Triangulasi Sumber
2. Triangulasi Metode
3. Triangulasi Penyidik atau Peneliti
4. Triangulasi Teori

Dalam penelitian ini, dilakukan uji keabsahan data dengan menggunakan triangulasi sumber karena lebih efisien, dan triangulasi teknik. Jadi, peneliti akan menguji keabsahan data berupa jumlah dana yang di himpun dan dana yang di salurkan dan juga bagaimana strategi dalam penghimpunan dan penyaluran dana yang dimaksud dengan berbagai sumber yang berbeda (kata-kata dan tindakan, sumber tertulis, foto, dan data statistik) dan teknik yang berbeda pula (observasi, wawancara, dan dokumentasi).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis terhadap BMT Al-Hidayah di Lombok Timur, berikut ini penulis

akan mengemukakan bagian-bagian yang terpenting yang menyangkut tentang kegiatan BMT tersebut. di antara penelitian yang sudah dilakukan ada beberapa bagian menarik yang menjadi pokok penelitian yaitu mengenai strategi penghimpunan dan penyaluran dana adalah proses pengelolaan sumber-sumber organisasi dengan menggunakan kecakapan dan rencana-rencana yang cemerlang dan dirancang secara sistematis dalam melaksanakan fungsi manajemen untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi tersebut secara optimal. Berikut ini analisa strategi yang dilakukan oleh BMT Al-Hidayah dalam penghimpunan dan penyaluran dana di Kabupaten Lombok Timur.

Strategi Penghimpunan Dana

Strategi yang digunakan dalam menghimpun dana di BMT Al-hidayah adalah strategi sistem jemput bola. Strategi Sistem Jemput Bola ini sebagai ajang promosi dan sosialisasi secara lebih optimal di masyarakat. Keaktifan pengelola dalam memasarkan produk BMT merupakan komponen terpenting diantara komponen-komponen lainnya yang akan menentukan tingkat keberhasilan lembaga. Salah satu cara efektif yang dapat dilakukan untuk mencapai target-target pemasaran produk BMT diawal operasionalnya adalah dengan melakukan pendekatan “jemput bola“. Pendekatan ini dilakukan dengan cara petugas langsung mendatangi calon nasabah dan petugas leluasa menjelaskan mengenai konsep keuangan syariah serta sistem dan prosedur operasional BMT AL-Hidayah. Berdasarkan hasil

wawancara ke informan pertama Sebagaimana yang di ungkapkan oleh SHRN selaku menejer cabang sakre. SHRN mengungkapkan ada beberapa strategi yang digunakan dalam penghimpunan dana di bmt al-hidayah yaitu:

Strategi kita melalui promo yang pertama promosi-promosi melauai brosur kemudian direck shaling istilahnya untuk menjual langsung atau jemput bola. (SHRN)

Selanjutnya dia juga mengatakan:

Ya kita langsung mendatangi atau istilahnya jemput bola kepada nasabah kemudian menawarkan prodak baik prodak pembiayaan maupun prodak simpanan. (SHRN) wawancara tanggal 11 Oktober 2016.

Pernyataan yang sama di ungkapkan oleh Edy Samsul Hakim selaku marketing mengatakan:

Mendatangi langsung, biasanya kalau kita ingin mendapatkan dana dari nasabah itu modelnya door to door untuk menawarkan tabungan dan pembiayaan gitu. (ESH) wawancara tanggal 23 oktober 2016.

Informan bapak Moh. Sa'id selaku nasabahpun mempertegas apa yang telah disampaikan oleh bapak Suherman dengan pernyataan-pernyataannya antara lain sebagai berikut:

Itu lah bank kalau kita lancar, record kita bagus dia akan datang menawari kita terus kalau sekali kita macet di bank semua akan memblacklis kita, sekali kita bagus selamanya kita akan di kasi. (MS) wawancara tanggal 8 Nopember 2016.

Biasa dari pihak bmt sendiri yang datang kesini menwarkan kita, saya gak pernah datang langsung ke bmt. (AM) wawancara tanggal 31 Oktober 2016.

Eggak, pihak bmt sendiri yang datang menawarkan kita. (MA) wawancara tanggal 7 Nopember 2016.

Terkait dengan jawaban informan tersebut di atas strategi yang dilakukan dalam penghimpunan dana itu dengan cara promosi,

promosi ini dilakukan apabila ada produk baru yang dimiliki oleh BMT Al-hidaya dan dengan cara sistem jemput bola karena hal ini merupakan langkah awal yang akan memungkinkan petugas BMT Al-Hidayah leluasa memberikan penjelasan mengenai konsep-konsep keuangan syariah, serta sistem dan prosedur yang berlaku dalam operasional BMT Al-Hidayah, sekaligus merupakan solusi bagi mereka yang memiliki tingkat kesibukan tinggi sehingga tidak memiliki cukup waktu untuk dapat berkunjung langsung ke BMT Al-Hidayah. Pendekatan jemput bola ini merupakan salah satu cara efektif yang dapat dilakukan untuk mencapai target-target pemasaran produk BMT Al-Hidayah di awal operasional, karena sebagai lembaga keuangan yang belum lama lahir, BMT Al-Hidayah membutuhkan promosi dan sosialisasi secara optimal di masyarakat.

Jadi dalam sistem jemput bola, BMT Al-Hidayah secara aktif mendatangi nasabah yang membutuhkan pembiayaan, tetapi dalam hal ini bukan berarti tidak ada nasabah yang datang sendiri ke BMT Al-Hidayah untuk mengajukan permohonan pembiayaan. Hanya saja jumlah nasabah yang datang sendiri untuk mengajukan permohonan pembiayaan kepada BMT Al-Hidayah sangat sedikit di bandingkan dengan nasabah sistem jemput bola. Hal ini disebabkan karena pada umumnya nasabah adalah pengusaha kecil yang kegiatan sehari-harinya berdagang di pasar sehingga mereka tidak mempunyai banyak waktu untuk datang ke BMT Al-Hidayah. Sistem jemput bola ini mempermudah nasabah dalam mengajukan

permohonan pembiayaan, karena nasabah tidak perlu meninggalkan usahanya untuk pergi ke BMT Al-Hidayah. Dengan demikian nasabah dapat mengajukan permohonan pembiayaan kepada BMT Al-Hidayah sambil menjalankan aktivitasnya sehari-hari, sehingga tidak menyita banyak waktu nasabah. Dari perspektif syariah, jemput bola dapat juga diartikan sebagai upaya BMT mengembangkan tradisi silaturahmi yang menurut keterangan Nabi saw, dapat menambah rizki, memanjangkan umur serta menjauhkan manusia dari dendam dan kebencian. Dari sini kemudian terbinalah persaudaraan yang baik antara BMT dengan nasabah dan antara muslim dengan muslim lainnya. (Makhalul Ilmi, 2002: 57-61). Sebagaimana firman Allah dalam Al-Quran Surat An-Nisa' ayat 1 :

وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي تَسَاءَلُونَ بِهِ وَالْأَرْحَامَ إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلَيْكُمْ رَقِيبًا

Dan bertakwalah kepada Allah yang dengan (mempergunakan) nama-Nya kamu saling meminta satu sama lain dan (peliharalah) hubungan silaturahmi. Sesungguhnya Allah selalu menjaga dan mengawasi kamu.

Hadist Nabi dari Anas Bin Malik Radiallahu bahwa Rasulullah saw bersabda:

Barang siapa yang ingin dilapangkan rezkinya, dan ingin dipanjangkan usianya, maka hendaklah dia menyambung silaturahmi. (HR. Buchari No. 5986).

Promosi

Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimiliki baik langsung maupun secara tidak langsung. Promosi merupakan salah satu kegiatan untuk menawarkan suatu produk kepada nasabah atau calon nasabah.

Sebagaimana yang diungkapkan oleh bapak Suherman menajer cabang Sakre mengatakan:

Kita membentuk struktur, ada yang bertanggung jawab terhadap produk itu, strateginya masih biasa melalui jasa marketing, marketing itu adalah ujung tombak kita untuk menyampaikan atau mempromosikan produk kita. (SHRN)

Selanjutnya SHRN juga mengungkapkan sebagai berikut :

Yang kita lakukan adalah bagaimana BMT ini dikenal oleh masyarakat dan kita melakukan pendekatan kepada tokoh masyarakat, sosialisasi dan aksi-aksi kegiatan sosial melalui Baitul Mal ini bentuk promosi kita juga. (SHRN) wawancara tanggal 11 Oktober 2016.

Hal yang sama juga diungkapkan oleh bapak TMJ menejer cabang Rarang mengatakan:

Biasanya kita melakukan promosi, funbay, sosialisasi, dan melakukan kegiatan sosial lainnya. (TMJ) wawancara tanggal 25 oktober 2016.

Ya cara kita melaksanakan strategi itu melalui PL kita, dengan cara mempromosikan, mensosialisasikan, dan juga dengan cara sistem jemput bola atau door to door, ini salah satu yang sering dilakukan selama ini. (AM) wawancara tanggal 26 oktober 2016.

Informasi dari informan Fahmi Rozi selaku marketing BMT Al-hidayah kembali memperkuat dengan pernyataannya sebagai berikut:

Cara kita melaksanakan strategi itu dengan cara promosi, dan memasarkan produk kita agar masyarakat tau tentang produk yang di miliki oleh BMT Al-Hidayah. (FR) wawancara tanggal 10 Nopember 2016.

Dari semua informasi di atas dapat disimpulkan bahwa strategi promosi bertujuan untuk menyampaikan atau memasarkan produk yang dimiliki oleh BMT Al-hidayah supaya dikenal oleh nasabah dan juga untuk menjalin komunikasi yang baik dengan nasabah.

Hasil strategi yang dilakukan oleh BMT Al-hidayah dapat dilihat dari data perkembangan tabungan dan nasabah dibawah ini sebagai berikut:

Tabel 1. Data Nasabah Penabung

Tahun	2014	2015
Volume Tabungan	5.922.286.044,49	5.266.173.894,99
Jumlah Penabung	4.532 orang	4.257 orang

Dari data di atas dapat diketahui bahwa perkembangan dana tabungan yang diperoleh oleh BMT Al-hidayah mengalami penurunan pada tahun 2015, ini artinya pernyataan informan di atas tidak sesuai dengan fakta yang terealisasi.

Strategi Penyaluran Dana atau Pembiayaan

Strategi yang dilakukan dalam penyaluran dana atau pembiayaan di BMT Al-hidayah, setelah dilakukan wawancara ke informan kunci terkait penjelasan mengenai strategi penyaluran dana adalah pemasaran, peduli sosial, dan personal selling. Pemasaran salah satu cara untuk menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan menawarkan produk yang dimiliki oleh BMT kepada masyarakat. Berdasarkan hasil wawancara keinforman pertama.

Informan pertama Edy Samsul Hakim mengatakan strategi dalam penyaluran dana atau pembiayaan di BMT Al-Hidayah yaitu:

Untuk pembiayaannya kan tergantung kita liat dari keinginan nasabah itu untuk meminjam kalau memang nasabah itu mau meminjam, kemudian kita kan ada target misal dalam jangka satu bulan ini, kita harus targetnya untuk mendapatkan laba harus sekian juta perbulan dan harus kita kejar, kalau ada nasabah atau anggota yang mau mengajukan pinjaman kita langsung proses secepat mungkin dan kita liat dari kondisi kemampuan dari nasabah untuk mengangsurnya. Istilahnya nasabah butuh dana kita salurkan dengan cepat. (ESH).

Selanjutnya ESH mengatakan:

Trik-triknya itu tergantung dari cara kita berkomunikasi sebenarnya, bersosialisai dengan masyarakat bagaimana

cara kita menarik simpati, yaitu kan pertama dari komunikasinya, kemudian istilahnya kita jual tampanglah, jadi bagaimana supaya dia terkesan tertarik sama kita, jadi kita menyalurkannya dengan itu. (ESH) wawancara tanggal 23 Oktober 2016.

Terkait dengan Jawaban informan bapak ESH di atas maka diperlukan sebuah komunikasi yang efektif sebagai alat kampanye kepada masyarakat dalam rangka memaksimalkan fungsi utama bmt al-hidayah yaitu mengenai penghimpunan dan penyaluran dana untuk mengembangkan bmt itu sendiri.

Penjelasan Informan kedua bapak Taufik Mulya Jati mengatakan strategi yang dilakukan adalah yaitu:

Strategi dalam pembiayaan, paling klasik dilakukan melalui PL atau marketing, PL kan Dor to Dor keliling itu strategi paling langsung dari pintu-kepintu yang di lakukan oleh marketing, nah dari marketing dari dia training dia keliling menghimpun dana kemudian nanti kalau dia sudah kenal tinggal dia menawarkan pembiayaan, kalau pembiayaan ini termasuk paling gampang dilakukan karena orang kan dapat duit, Cuma untuk menjaga supaya tidak terjadi banyak kemacetan kita hati-hati juga gitu, kita ada standar analisa orang itu boleh atau tidaknya dapat dana pembiayaan. (TMJ) wawancara tanggal 25 oktober 2016.

Ungkapan yang sama juga dikatakan oleh marketing/PL bapak Fahmi Rozi sebagai berikut:

Ya datang kerumahnya. (FR).

Selanjutnya dia juga mengatakan :

Tergantung kita sebagai PL kalau kita sering mengunjungi atau datang langsung kenasabah karena nasabah sangat senang dikunjungi gitu, kalau kita sudah lama jadi PL kita yang akan dicari kalau dia sudah lihat kerja kita. (FR) wawancara tanggal 10 Nopember 2016.

Pernyataan bapak Fahmi Rozi diperkuat lagi oleh informan non kunci ibu Amrillah selaku nasabah mengatakan sebagai berikut:

Biasa dari pihak bmt sendiri yang datang kesini menawarkan kita, saya gak pernah datang langsung ke bmt. (AM).

Dia juga mengatakan sebagai berikut :

Perbedaannya biasanya kita lebih mudah pengambilan, penyetoran karena kita yang didatengi itulah perbedaannya. (AM).

Ya syarat-syaratnya juga banyak, kita juga yang kesana, repot juga, untuk kita kadang yang tidak ada waktu lebih seneng di kunjungi. (AM) wawancara tanggal 31 Oktober 2016.

Dari informasi dapat kita simpulkan bahwa informan mengungkapkan bahwa strategi dalam pembiayaan dengan cara *door to door* merupakan salah satu model pemasaran yang menawarkan suatu produk atau jasa kepada masyarakat supaya produk yang dimiliki oleh bmt al-hidayah semakin dikenal oleh masyarakat. Hasil strategi yang dilakukan oleh BMT Al-hidayah dapat dilihat dari data perkembangan pembiayaan dan nasabah dapat dilihat dibawah ini sebagai berikut:

Tabel 5. Data Nasabah Pembiayaan

Tahun	Pembiayaan	Nasabah
2014	4.015.944.103,43	2.513 orang
2015	4.237.956.464,73	2.788 orang

Dari data di atas dapat diketahui bahwa perkembangan dana pembiayaan yang diperoleh oleh BMT Al-hidayah terus mengalami perkembangan tiap tahunnya, ini artinya pernyataan informan diatas sesuai dengan fakta yang terealisasi.

Berdasarkan penelitian di BMT Al-Hidayah strategi pemasaran yang dipakai adalah bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari lima elemen yang saling berkaitan yang meliputi: Pemilihan pasar, produk, penetapan harga, sistem pemasaran, dan komunikasi pemasaran atau promosi. Promosi yang meliputi periklanan *personal selling* (penjualan pribadi), promosi penjualan,

hubungan dengan masyarakat. Dari kelima elemen tersebut dapat diketahui bahwa strategi dalam penghimpunan dan penyaluran dana yang di gunakan BMT Al-Hidayah untuk mencari nasabah sangat mendukung.

KESIMPULAN

Strategi adalah garis besar tindakan untuk mencapai sasaran bisnis. Pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan rencana, penetapan harga, promosi, dan distribusi ide, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan/sasaran individu dan organisasi. Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan.

1. Strategi yang digunakan oleh BMT Al-Hidayah dalam menghimpun dan menyalurkan dana di Kabupaten Lombok Timur antara lain:

Strategi yang di gunakan oleh BMT Al-hidayah melalui strategi marketing dan menejer yaitu layanan yang diberikan kepada nasabah melalui pemberitahuan secara langsung. Dengan sistem jemput bola (*pick up service*) yang bertujuan untuk melayani nasabah yang khususnya pedagang yang sibuk dengan pekerjaannya dengan cara menjemput langsung ketempat nasabah.

a. Promosi

Dalam melakukan promosi BMT Al-Hidayah mengandalkan beberapa jenis, di antaranya:

- 1) Brosur
- 2) Penjualan langsung
- 3) Media lainnya, seperti sepanduk atau baliho, facebook, dan lain-lain.

b. Strategi Peduli Masyarakat

Strategi ini diterapkan untuk kegiatan amal/sosial, selain itu untuk memperkenalkan BMT Al-hidayah kepada masyarakat secara luas dan juga sebagai ajang promosi agar mereka mengetahui tentang BMT Al-hidayah dan produk-produk yang dihasilkan. Langkah yang diterapkan dalam strategi ini adalah dalam bentuk peduli sosial seperti santunan kepada anak yatim. Strategi ini sangat berpengaruh untuk meningkatkan jumlah anggota di wilayah yang memiliki tatanan ekonomi masyarakat menengah kebawah. Mereka merasa diperhatikan dan mendapat bantuan dari pihak BMT. Selain itu, kegiatan ini juga dijadikan sebagai wahana menyadarkan masyarakat kurang mampu untuk mau bergabung pada BMT Al-hidayah.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2014). *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Dehotman, K. (2016). Pengaruh Pendidikan Terhadap Kinerja Karyawan Baitul Mal Wat-Tamwil di Provinsi Riau. *JEBI (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)*, 1(2): 217-234.
- Dehotman, K., & Yusrialis, Y. (2016). Tantangan Pengembangan Baitul Mal Wat-Tamwil di Pekanbaru Riau. *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 1(2): 189-201.
- Kasmir. (2007). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kasmir. (2004). *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana.
- Kotler, Philip. (2000). *Marketing Management*. New York: Prentice Hall, Inc.
- Maleong, Lexy, J. (1996). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya Offset.
- Muhammad. (1998). *Manajemen Baitul Mal Wat Tamwil (BMT)*. Yogyakarta: STIS.
- Rama, A. S. (2016). Peranan Religiusitas dan Preferensi Resiko Terhadap Akses Kepada Lembaga Keuangan Mikro. *JEBI (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)*, 1(1): 83-96.
- Ridwan, Muhammad. (2004). *Manajemen Baitul Mal Wat Tamwil (BMT)*. Yogyakarta: UII Press.
- Saib, K. (2016). Keberlangsungan Agensi Kredit Mikro dalam Membangun Pedagang Kecil: Baitul Mal Wat-Tamwil Di Provinsi Riau. *JEBI (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)*, 1(1): 17-32.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. (2002). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andy Offset.
- Wilhelmus, Bakowatun. (1995). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Intermedia.

PENGARUH DISIPLIN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA BANK PERKREDITAN RAKYAT

JELI NATA LIYAS

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau
E-mail: jaznatan@yahoo.co.id

REZA PRIMADI

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau
E-mail: rezaprimadi@gmail.com

Abstract

The theme of the article is the banks and financial institutions. Nowadays the banking industry is entering a period where competition has become very competitive. Competition is such a great challenge for every company. Hence a strong work discipline is required from every employee in order to survive and win the competition. The main objective of this research is to thoroughly determine The Influence of Work Discipline on Employee Performance at BPR Rokan Hulu. The sampling technique used is census method where the whole population is taken into account in which in this research amounted to 41 respondent. The recapitulation result of respondents answer on Work Discipline (X) get average value 3.64 and Results Summary of Answers the respondents about Employees Performance (Y) get average value 3.79. This result indicates that the criteria of respondents answer is agreed. Based on the research result, Work Discipline influences significant of the Performance of Employees. It shows the significant influence of Work Discipline on Employee Performance. This refers to t count > t table which is 10.770 > 2.023, then H_1 is accepted. This is proven by testing the Coefficient of Determination (R^2) with a yield equal to 74.8%.

Keywords: Bank, Employees Performance, Work Discipline

PENDAHULUAN

Sumber daya manusia dalam suatu perusahaan adalah suatu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan. Perusahaan dapat berjalan sesuai dengan harapan yang telah ditetapkan, apabila didalamnya terdapat manusia dengan satu tujuan yang sama, yaitu berkeinginan untuk menjadikan perusahaan tempat dia bekerja dan mencari nafkah mengalami peningkatan keuntungan serta perkembangan dari tahun ke tahun. Manusia merupakan faktor penggerak utama dari seluruh aktivitas perusahaan, karena peranan itulah tenaga kerja

hendaknya mendapatkan perhatian yang lebih serius dari pihak perusahaan.

Salah satu faktor yang sangat berpengaruh dalam sumber daya manusia adalah faktor disiplin. Disiplin kerja dapat dilihat sebagai sesuatu yang besar manfaatnya, baik bagi kepentingan perusahaan maupun bagi karyawan. Bagi perusahaan adanya disiplin kerja akan menjamin terpeliharanya tata tertib dan kelancaran pelaksanaan tugas, sehingga diperoleh hasil yang optimal dan target perusahaan akan tercapai. Dan bagi karyawan akan diperoleh suasana kerja yang

menyenangkan sehingga akan menambah semangat kerja dalam melaksanakan pekerjaan. Dengan demikian, karyawan dapat melaksanakan pekerjaannya dengan penuh kesadaran serta dapat mengembangkan tenaga dan pikirannya semaksimal mungkin demi tercapainya tujuan dan target yang telah ditetapkan perusahaan.

Jika lingkungan kerja semuanya disiplin, maka seorang karyawan akan ikut disiplin, tetapi jika lingkungan kerja perusahaan tidak disiplin, maka seorang karyawan juga akan ikut tidak disiplin. Untuk itu sangat sulit bagi lingkungan kerja yang tidak disiplin tetapi ingin menerapkan kedisiplinan, karena lingkungan kerja akan menjadi panutan bagi karyawan.

Pada saat ini dunia perbankan memasuki masa persaingan yang sangat kompetitif. Hal ini disebabkan banyaknya bank yang beroperasi. Persaingan merupakan tantangan berat bagi tiap perusahaan. Untuk itu diperlukan disiplin yang kuat dari para karyawan agar tetap bertahan dan menang dalam persaingan. Perusahaan Daerah Bank Perkreditan Rakyat Rokan Hulu, sebagai perusahaan perbankan milik masyarakat Rokan Hulu, yang memiliki tujuan untuk meningkatkan kegiatan ekonomi masyarakat Rokan Hulu. Karyawan adalah sebagai modal utama bagi suatu perusahaan. Karyawan dan perusahaan merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan, karyawan memegang peran utama dalam menjalankan kegiatan perusahaan. Berikut jumlah karyawan serta jumlah nasabah pada Perusahaan Daerah Bank Perkreditan Rakyat Rokan Hulu selama 2011 – 2015, dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 1. Jumlah Karyawan dan Jumlah Nasabah pada Perusahaan Daerah Bank Perkreditan Rakyat Rokan Hulu 2011-2015

No.	Tahun	Jumlah Karyawan	Jumlah Nasabah
1	2011	33	3892
2	2012	44	5102
3	2013	43	6151
4	2014	41	6775
5	2015	41	7299

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah nasabah dan jumlah karyawan pada Perusahaan Daerah Bank Perkreditan Rakyat Rokan Hulu periode 2011-2015 mengalami peningkatan setiap tahunnya. Dengan jumlah 33 karyawan dapat memperoleh nasabah sebanyak 3892. 44 karyawan dapat memperoleh nasabah 5102. 43 karyawan dapat memperoleh nasabah 6151. Dan 41 karyawan dapat memperoleh nasabah 6775 dan 7299. Kenaikan jumlah nasabah pada Perusahaan Daerah Bank Perkreditan Rakyat Rokan Hulu disebabkan tingkat pelayanan yang diberikan karyawan Perusahaan Daerah Bank Perkreditan Rakyat Rokan Hulu pada nasabah cukup tinggi, dengan hal tersebut nasabah senang dan merasa puas.

Setiap perusahaan pasti selalu menginginkan kinerja karyawan yang berdisiplin serta penuh tanggung jawab dalam bekerja. Disiplin dalam waktu kerja telah ditetapkan oleh perusahaan. Pada Perusahaan Daerah Bank Perkreditan Rakyat Rokan Hulu juga telah ditetapkan peraturan seperti rapi dalam berpakaian, melaksanakan standar kerja dengan baik, tidak mangkir dalam bekerja dan tata tertib dalam masuk kerja pada pukul 08.00 WIB – 17.00 WIB, dengan waktu istirahat selama 1 jam

dari pukul 12.00 WIB – 13.00 WIB. Adapun tingkat absensi Perusahaan Daerah Bank Perkreditan Rakyat Rokan Hulu tahun 2011 sampai dengan 2015 adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Absensi pada Perusahaan Daerah Bank Perkreditan Rakyat Rokan Hulu 2011-2015

No.	Keterangan	2011		2012		2013		2014		2015	
		Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
1	Terlambat Masuk	76	1.03	45	0.42	160	1.53	92	0.9	227	2.71
2	Alpa	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3	Izin	103	1.40	111	1.03	46	0.44	16	0.16	12	0.14
4	Sakit	254	3.45	133	1.23	187	1.79	87	0.86	53	0.63
Jumlah Karyawan (JK)		33		44		43		41		41	
Hari Kerja Efektif (HKE)		223		246		243		248		204	
JK x HKE		7359		10824		10449		10168		8364	

Dari data diatas, dapat dilihat bahwa untuk tahun 2011 karyawan yang terlambat sebanyak 76 (0,61 %), karyawan alpa nihil dikarenakan karyawan lebih memilih izin dari pada alpa, karyawan yang izin sebanyak 103 (1,40 %), karyawan yang sakit sebanyak 254 (3,45 %). Tahun 2012 karyawan yang terlambat sebanyak 45 (0,42 %), karyawan alpa nihil, karyawan yang izin sebanyak 111 (1,03 %), karyawan yang sakit sebanyak 133 (1,23 %). Tahun 2013 karyawan yang terlambat sebanyak 160 (1,53 %), karyawan alpa nihil, karyawan yang izin sebanyak 46 (0,44 %), karyawan yang sakit sebanyak 187 (1,79 %). Tahun 2014 karyawan yang terlambat sebanyak 92 (0,9 %), karyawan alpa nihil, karyawan yang izin sebanyak 16 (0,16 %), karyawan yang sakit sebanyak 87 (0,86 %). Tahun 2015 karyawan yang terlambat sebanyak 227 (2,71 %), karyawan alpa nihil, karyawan yang izin sebanyak 12 (0,14 %), karyawan yang sakit sebanyak 53 (0,63 %).

Dari data tersebut tergambar tingkat kedisiplinan karyawan berdasarkan hari kerja efektif dan jumlah karyawan sebagai salah satu instrumen pelaksanaan disiplin

termasuk dalam kategori kurang disiplin. Masih banyaknya karyawan yang mempunyai disiplin yang rendah dan kurangnya kesadaran akan tanggung jawabnya, sehingga sulit untuk mengkoordinir tujuan yang ada sebagai dasar untuk peningkatan kerja karyawan. Perlu adanya pengawasan dan pembinaan pimpinan agar disiplin kerja karyawan lebih baik dan dapat meningkatkan kinerja karyawan dengan mematuhi peraturan kerja yang ada. Untuk lebih jelasnya berikut jumlah sanksi pelanggaran disiplin kerja karyawan pada lima tahun terakhir dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Data Jumlah Pelanggaran Disiplin Kerja Karyawan pada Perusahaan Daerah Bank Perkreditan Rakyat Rokan Hulu 2011-2015

No.	Tahun	Sanksi yang Dikenakan Kepada Karyawan			Total Sanksi
		Ringan	Sedang	Berat	
1	2011	8	3	-	11
2	2012	5	-	-	5
3	2013	11	-	1	12
4	2014	6	-	-	6
5	2015	18	4	-	22

Dari tabel diatas dapat dilihat jumlah sanksi pelanggaran disiplin kerja karyawan mengalami naik turun, untuk tahun 2008 ada

8 orang yang terkena sanksi ringan, dan 3 orang terkena sanksi sedang. Tahun 2012 ada 5 orang terkena sanksi ringan. Tahun 2013 ada 11 orang yang terkena sanksi ringan, dan 1 orang terkena sanksi berat. Tahun 2014 ada 6 orang yang terkena sanksi ringan. Tahun 2015 mengalami peningkatan pelanggaran disiplin yang cukup tinggi, ada 18 orang yang terkena sanksi sedang, dan 4 orang terkena sanksi sedang.

Berdasarkan data yang diperoleh dari Perusahaan Daerah Bank Perkreditan Rakyat Rokan Hulu sanksi ringan diberikan kepada karyawan yang terlalu sering mengalami keterlambatan dan melakukan izin untuk hal yang bersifat tidak penting. Dan sanksi sedang diberikan untuk karyawan yang telah mendapatkan sanksi ringan tetapi juga tetap melakukan pelanggaran. Dan sanksi berat yang diberikan karena karyawan melakukan kecurangan yang mengakibatkan perusahaan mengalami kerugian.

Untuk pelanggaran sanksi ringan, diberikan teguran lisan dan teguran tulisan ini diberikan

dikarenakan karyawan terus melakukan keterlambatan dan izin untuk hal yang tidak penting. Pelanggaran sanksi sedang, akan mengalami penundaan kenaikan gaji berkala paling lama 1 tahun, penundaan kenaikan gaji sebesar 1 kali kenaikan gaji berkala paling lama 1 tahun, penundaan kenaikan pangkat paling lama 1 tahun, penundaan atau pengurangan jadwal cuti. Untuk pelanggaran sanksi sedang dikarenakan karyawan sudah diberikan sanksi ringan tetapi tetapi tetap melakukan pelanggaran. Sementara sanksi berat, akan mengalami penurunan pangkat setingkat lebih rendah untuk paling lama 1 tahun, dibebaskan dari jabatan atau tugas, pemotongan gaji, pemberhentian sementara, pemberhentian dengan hormat, tidak atas permintaan sendiri sebagai pegawai bank, dan berhenti dengan tidak hormat, ini diberikan karena karyawan melakukan kecurangan yang Pada tabel di bawah ini, dapat dilihat pencapaian laba Perusahaan Daerah Bank Perkreditan Rakyat Rokan Hulu tahun 2011 sampai dengan 2015:

Tabel 4. Data Laba Perusahaan Daerah Bank Perkreditan Rakyat Rokan Hulu 2011-2015

No.	Tahun	Target Laba	Realisasi Laba	% Pencapaian
1	2011	Rp 943.982.000	Rp 1.411.500.000	150%
2	2012	Rp 840.157.000	Rp 2.043.304.000	243%
3	2013	Rp 1.469.907.000	Rp 1.086.125.000	74%
4	2014	Rp 1.186.262.000	Rp 1.300.541.000	110%
5	2015	Rp 1.473.462.000	Rp 287.730.000	20%

Dari data di atas dapat dilihat, untuk tahun 2011, perusahaan menetapkan terget laba sebesar Rp. 943.982.000, sementara realisasi mencapai 150% dari target yang ditentukan yaitu sebesar Rp. 1.411.500.000. Untuk tahun

2012, perusahaan menetapkan target laba sebesar Rp. 840.157.000, sementara realisasi mencapai 243% dari target yang ditentukan yaitu sebesar Rp. 2.043.304.000. Untuk tahun 2013, perusahaan menetapkan target laba

sebesar Rp. 1.469.907.000, sementara realisasi laba hanya mencapai 74% dari target yang ditentukan yaitu sebesar Rp. 1.086.125.000. Untuk tahun 2014, perusahaan menetapkan target laba sebesar Rp. 1.186.262.000, sementara realisasi laba mencapai 110% dari target laba yang ditentukan yaitu sebesar Rp. 1.300.541.000. Untuk tahun 2015, perusahaan menetapkan target laba sebesar Rp. 1.473.462.000, sementara realisasi hanya mencapai 20% dari target laba yang ditentukan yaitu sebesar Rp. 287.730.000. Berdasarkan data tersebut, terjadi penurunan laba yang sangat signifikan pada tahun 2015. Ini dikarenakan melemahnya aktivitas usaha nasabah, karena harga sawit dan karet yang anjlok, dan nasabah Perusahaan Daerah Bank Perkreditan Rakyat Rokan Hulu kebanyakan memiliki usaha di sektor perkebunan, dan kurang disiplinnya dalam menghadapi nasabah.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, maka penulis menemukan bahwa masalah dalam judul ini yaitu Apakah Disiplin Kerja Berpengaruh Signifikan Terhadap Kinerja Karyawan pada Perusahaan Daerah Bank Perkreditan Rakyat Rokan Hulu.

Disiplin Kerja

Pengertian disiplin kerja dapat diartikan kesadaran dan kesediaan seseorang mentaati peraturan perusahaan atau organisasi dan norma-norma sosial yang berlaku, dimana karyawan selalu datang dan pulang tepat waktu dan mengerjakan semua pekerjaannya dengan baik (Hasibuan, 2013:193). Menurut Mangkunegara (2008:129), mengemukakan bahwa disiplin kerja dapat diartikan sebagai

pelaksana manajemen untuk mempertahankan pedoman-pedoman organisasi. Menurut Anoraga (2009:46), disiplin adalah latihan batin dan watak dengan maksud supaya perbuatannya selalu mentaati tata tertib dan ketaatan pada aturan tata tertib.

Kinerja Karyawan

Menurut Mangkunegara (2008:67), kinerja karyawan adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang karyawan dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Kinerja karyawan merupakan keadaan atau semangat yang dimiliki oleh seseorang karyawan dalam mengerjakan pekerjaannya. Menurut Rivai (2004:309), kinerja karyawan merupakan perilaku yang nyata kurang ditampilkan setiap orang sebagai prestasi kerja yang dihasilkan oleh karyawan sesuai dengan perannya dalam perusahaan.

Berdasarkan latar belakang masalah dan dukungan landasan teoritis yang dikemukakan, maka penulis merumuskan suatu hipotesa sebagai berikut : “ Diduga Disiplin Kerja Berpengaruh Signifikan Terhadap Kinerja Karyawan pada Perusahaan Daerah Bank Perkreditan Rakyat Rokan Hulu”.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Menurut Sunyoto (2013:13) populasi adalah keseluruhan objek yang diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan Perusahaan Daerah Bank Perkreditan Rakyat

Rokan Hulu yang berjumlah 41 karyawan. Sampel merupakan bagian yang akan mewakili dari keseluruhan populasi (Arikunto, 2010:174). Dikarenakan populasi kecil maka untuk penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik sensus (sampling jenuh) yaitu seluruh populasi dijadikan sampel yaitu sebanyak 41 orang karyawan.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang dipergunakan adalah Kuesioner yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan cara menyusun daftar pertanyaan yang telah penulis siapkan dan mengajukan daftar pertanyaan tersebut kepada responden yaitu karyawan Perusahaan Daerah Bank Perkreditan Rakyat Rokan Hulu untuk menjawab pertanyaan yang telah disediakan.

Teknik Analisis Data

Untuk menganalisis data yang diperoleh dari kegiatan penelitian ini, penulis menggunakan metode Regresi Linier sederhana. Menurut Sugiyono dalam Andespa (2011) metode regresi linear sederhana digunakan untuk menguji pengaruh antara variabel bebas (*independent*) yaitu disiplin kerja (X) terhadap variabel terikat dependent yaitu kinerja Karyawan (Y) dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta X + \varepsilon$$

Dimana:

Y = Kinerja Karyawan (Variabel Terikat)

α = Konstanta

β = Koefisien Regresi

X = Disiplin Kerja (Variabel Bebas)

ε = Koefisien Pengganggu

HASIL

Analisis Regresi Linear Sederhana

Untuk mengetahui pengaruh apakah variabel Disiplin Kerja (X) berpengaruh terhadap Kinerja Karyawan (Y) digunakan analisis regresi linear sederhana. Hasil pengolahan data Regresi Linear Sederhana dengan menggunakan SPSS versi 17.00 dapat dilihat pada hasil sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.930	1.641		5.441	.000
	Disiplin Kerja X	.495	.046	.865	10.770	.000

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan Y

Berdasarkan hasil pengolahan data yang disajikan pada tabel 5,36 di atas, maka didapat persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = 8,930 + 0,495X$$

Persamaan ini dapat diartikan sebagai berikut :

- Konstanta (α) sebesar 8.930 artinya jika pada saat Disiplin Kerja (X) bernilai 0 (nol), maka Kinerja Karyawan (Y) akan bernilai 8,930
- Nilai koefisien regresi (β) sebesar 0,495 menunjukkan bahwa ketika terjadi kenaikan Disiplin Kerja (X) sebesar satu satuan, maka Kinerja Karyawan (Y) akan meningkat sebesar 0,495 satuan.
- Selain itu terlihat tanda positif yang berarti adanya pengaruh yang positif antara Disiplin Kerja (X) terhadap Kinerja Karyawan (Y).

Uji t

Dalam hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya, ada 2 kemungkinan jawaban dari hipotesis yang diuji tersebut yaitu:

- a. H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Disiplin Kerja (X) terhadap Kinerja Karyawan (Y) pada Perusahaan Daerah Bank Perkreditan Rakyat Rokan Hulu.
- b. H_1 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara Disiplin Kerja (X) terhadap Kinerja Karyawan pada Perusahaan Daerah Bank Perkreditan Rakyat Rokan Hulu.

Untuk melakukan uji hipotesis tersebut, maka dicari terlebih dahulu t tabel, yaitu n-k-1 dengan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$ dan diperoleh hasil yaitu sebesar 2,023 (tabel statistik), dan hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 17.00, dan diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Uji t (Partial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	8.930	1.641		5.441	.000
	Disiplin Kerja X	.495	.046	.865	10.770	.000

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan Y

Berdasarkan hasil uji Regresi yang disajikan pada tabel 5,37 diatas, diperoleh nilai t *hitung* sebesar 10.770, sedangkan nilai t *tabel* sebesar 2,023 yang berarti t *hitung* = 10,770 > 2,023 maka H_1 diterima yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara Disiplin Kerja (X) terhadap Kinerja Karyawan (Y) pada Perusahaan Daerah Bank Perkreditan Rakyat Rokan Hulu.

Koefisien Determinasi (R²)

Dari hasil analisis data dengan menggunakan SPSS versi 17.00, maka diperoleh hasil data sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.865 ^a	.748	.742	2.807

a. Predictors: (Constant), Disiplin Kerja X

Berdasarkan hasil dari tabel 5,38 diatas, diperoleh R² (R square) sebesar 0,748. Selanjutnya nilai 0,748 dikali 100%, maka diperoleh kontribusi pengaruh Disiplin Kerja (X) terhadap Kinerja Karyawan (Y) pada Perusahaan Daerah Bank Perkreditan Rakyat Rokan Hulu sebesar 74,8% sedangkan sisanya 25,2% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pada penelitian ini, peneliti mengambil sampel sebanyak 41 orang karyawan Perusahaan Daerah Bank Perkreditan Rakyat Rokan Hulu dengan menyebarkan kuesioner sebanyak 26 item pernyataan, 16 item pernyataan untuk variabel Disiplin Kerja (X) dan 10 item pernyataan untuk variabel Kinerja Karyawan (Y). Hasil rata-rata tanggapan responden untuk pernyataan variabel Disiplin Kerja (X) adalah 3,64 yang berarti responden penelitian mengatakan setuju atas rekapitulasi tentang Disiplin Kerja (X) dan itu artinya Disiplin Kerja di Perusahaan Daerah Bank Perkreditan Rakyat Rokan Hulu sudah baik. Dan Hasil rata-rata tanggapan responden untuk pernyataan variabel Kinerja Karyawan (Y) adalah 3,79 yang berarti responden penelitian mengatakan setuju atas rekapitulasi tentang Kinerja Karyawan (Y) dan itu artinya Kinerja karyawan di Perusahaan Daerah Bank Perkreditan Rakyat Rokan Hulu sudah baik.

Hasil Penelitian menggunakan uji t diperoleh hasil nilai t *hitung* sebesar 10,770, sedangkan nilai t *tabel* sebesar 2,023 yang berarti $t_{hitung} = 10,770 > 2,023$ maka H_0 ditolak, H_1 diterima yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara Disiplin Kerja (X) terhadap Kinerja Karyawan (Y) pada Perusahaan Daerah Bank Perkreditan Rakyat Rokan Hulu. Dari hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Disiplin Kerja (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja Karyawan (Y). Penelitian ini menyimpulkan bahwa semakin baik Disiplin Kerja (X) yang diterapkan pada karyawan Perusahaan Daerah Bank Perkreditan Rakyat Rokan Hulu, maka Kinerja Karyawan (Y) akan semakin baik. Demikian pula sebaliknya, semakin buruk Disiplin Kerja (X) yang diterapkan pada karyawan Perusahaan Daerah Bank Perkreditan Rakyat Rokan Hulu, maka Kinerja Karyawan (Y) akan semakin buruk.

Kontribusi langsung yang diberikan Disiplin Kerja (X) terhadap Kinerja Karyawan (Y) adalah sebesar 74,8%, ini menjelaskan bahwa Kinerja Karyawan (Y) pada Perusahaan Daerah Bank Perkreditan Rakyat Rokan Hulu dipengaruhi oleh Disiplin Kerja (X) yang baik dengan besarnya pengaruh yang diberikan adalah 74,8%.

Dari hasil penelitian yang dilakukan Ari Firma Nedi (2014) pada Kantor Camat Singingi Kabupaten Singingi diperoleh hasil penelitian persamaan regresi $Y = -0,229 + 0,954X$ dan itu berarti terdapat negatif sementara pada penelitian yang penulis lakukan diperoleh hasil persamaan regresi $Y = 8,930 + 0,495X$ dan hasilnya positif. Dari

hasil penelitian yang dilakukan yang dilakukan Yudi Oktavianus (2015) pada PT. Wahana Meta Riau diperoleh hasil penelitian t *hitung* lebih kecil yaitu 2,217 dibandingkan dengan yang penulis peroleh yaitu 10.770. Dari hasil penelitian yang dilakukan Misdawati (2015) pada Kantor Camat Cerenti Kabupaten Singingi diperoleh hasil Koefisien Determinasi 51,5% lebih kecil dibandingkan penulis peroleh sebesar 74,8%.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil rata-rata tanggapan responden terhadap pernyataan variabel Disiplin Kerja (X) adalah 3,64, sementara Kinerja Karyawan (Y) adalah 3,79. Berarti semua responden rata-rata atas jawaban kedua variabel penelitian adalah setuju. Dari hasil Regresi linear sederhana dihasilkan persamaan Regresi sebagai berikut:

$$Y = 8,930 + 0,495X$$
 - a. Konstanta (a) sebesar 8.930 artinya jika pada saat Disiplin Kerja (X) bernilai 0 (nol), maka Kinerja Karyawan (Y) akan bernilai 8,930
 - b. Nilai koefisien regresi (b) sebesar 0,495 menunjukkan bahwa ketika terjadi kenaikan Disiplin Kerja (X) sebesar satu satuan, maka Kinerja Karyawan (Y) akan meningkat sebesar 0,495 satuan.
2. Dari hasil uji hipotesis, dapat dilihat bahwa variabel Disiplin Kerja (X) berpengaruh

signifikan terhadap variabel Kinerja Karyawan (Y) yaitu dimana t hitung = 10,770 > t tabel = 2,023

3. Berdasarkan hasil perhitungan untuk melihat seberapa besar persentase kontribusi Disiplin Kerja (X) terhadap Kinerja Karyawan (Y), diperoleh nilai R square (R^2) sebesar 0,748, dan dinyatakan dalam Koefisien Determinasi, diperoleh hasil 74,8%. Ini menjelaskan besarnya pengaruh variabel Disiplin Kerja (X) terhadap Kinerja Karyawan (Y) pada Perusahaan Daerah Bank Perkreditan Rakyat Rokan Hulu adalah sebesar 74,8% sedangkan sisanya 25,2% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
4. Karena Disiplin Kerja dan Kinerja Karyawan pada Perusahaan Daerah Bank Perkreditan Rakyat Rokan Hulu sudah baik, maka hal ini perlu dipertahankan dan ditingkatkan.
5. Karena Disiplin Kerja karyawan Perusahaan Daerah Bank Perkreditan Rakyat Rokan Hulu memiliki pengaruh yang kuat terhadap Kinerja Karyawan Perusahaan Daerah Bank Perkreditan Rakyat Rokan Hulu, maka diharapkan kepada karyawan Perusahaan Daerah Bank Perkreditan Rakyat Rokan Hulu untuk selalu disiplin dalam bekerja.
6. Dan diharapkan perusahaan memberikan *reward* atau penghargaan kepada karyawan yang memiliki disiplin tinggi guna meningkatkan kinerja karyawan dan sebagai pemicu semangat bagi karyawan

yang lainnya. Misalnya, adanya kategori karyawan teladan untuk setiap bulannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Andespa, Roni. (2016). Meningkatkan Pertumbuhan Nasabah Bank Syariah: Mendukung Pembiayaan Promosi, Pendidikan dan Pelatihan, *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 1 (2): 171-188.
- Andespa, Roni. (2016). Strategi Pelayanan Bank Konvensional dan Syariah: Prioritas Pelayanan Fisik dan Empati dalam Memenuhi Kepuasan, *Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, 1 (2): 143-159.
- Andespa, Roni. (2016). Strategi Industri Perbankan di Sumatera Barat: Pemilihan Segmentasi Pasar untuk Menciptakan Pelayanan yang Memuaskan, *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 1 (1): 47-62.
- Andespa, Roni. (2016). Studi Perbandingan Kualitas Pelayanan Industri Perbankan Syariah dengan Konvensional, *Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, 1 (1): 77-92.
- Andespa, Roni. (2011). Orientasi Pasar Jasa Perbankan, *Eko dan Bisnis: Riau Economic and Business Review*, 2 (1): 22-32.
- Andespa, Roni. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Pekanbaru: Alaf Riau.
- Anoraga, Pandji. (2002). *Psikologi Kerja*. Jakarta: Rineka Cipta.

- Arikunto, Suharsini. (2002). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Dehotman, K. (2016). Pengaruh Pendidikan Terhadap Kinerja Karyawan Baitul Mal Wat-Tamwil di Provinsi Riau, *JEBI (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)*, 1 (2): 217-234.
- Hasibuan, Malayu. (2013). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mangkunegara, A.P. (2000). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Manik, S. (2016). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemberian Kompensasi Pada Karyawan Bank, *Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, 1(2): 229-244.
- Rivai, Veithzal. (2004). *Manajemen Personalialia dan Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Rozalinda, R. (2016). Konsep Manajemen Sumber Daya Manusia: Implementasi pada Industri Perbankan Syariah, *Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, 1(1): 107-124.
- Sedarmayanti. (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Refika.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. (2011). *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Yogyakarta: CAPS.
- Wahab, Wirdayani. (2016). Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *JEBI (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)*, 1 (2): 167-184.

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PEGADAIAN SYARIAH DI KOTA PEKANBARU

WIRDAYANI WAHAB

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahaputra Riau
E-mail: wirdayani_wahab@yahoo.com

Abstract

The theme of the article is the banks and financial institutions. The study aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction, and to know the difference. The study was conducted in the city of Pekanbaru. The sample was 100 respondents. The analytical method used is multiple linear regression analysis. The results showed: The quality of service has a positive effect on customer satisfaction.

Keywords: *Customer Satisfaction, Islamic Pawnshop, Service Quality*

PENDAHULUAN

Lembaga keuangan syariah sangat diperlukan dalam perekonomian Indonesia disaat ini, dimana lembaga keuangan syariah tersebut merupakan lembaga mediator antara kelompok masyarakat yang kelebihan dana dengan kelompok masyarakat yang memerlukan dana. Keberadaan lembaga keuangan syariah ini dapat membantu masyarakat dalam mengatasi permasalahan hidup keuangan, atau dalam jangka panjang dapat meningkatkan taraf hidupnya. Lembaga keuangan syariah di Indonesia terdiri dari lembaga keuangan bank dan non bank.

Untuk meminjam uang di bank syariah diperlukan adanya jaminan (misal: sertifikat tanah, BPKB, rumah, kendaraan dan sebagainya) dari peminjam, selain itu kredit di utamakan untuk kegiatan-kegiatan yang bersifat produktif. Oleh karena itu tidak semua masyarakat dapat menikmati jasa kredit bank, apalagi masyarakat ekonomi lemah atau kurang mampu. Sebagai

alternatif lain yang bisa jadi pilihan mereka adalah dengan meminjam uang ke pegadaian syariah, sebagai lembaga keuangan non bank. Masyarakat mulai banyak yang memanfaatkan jasa pegadaian syariah sebagai salah satu pilihan mereka bila membutuhkan uang dengan cepat. Pinjaman uang di pegadaian syariah diberikan kepada setiap orang tanpa memandang untuk kegiatan produksi atau konsumsi pribadi dan prosedurnya pun sangat sederhana.

Usaha pegadaian syariah terutama adalah produk gadai pada masyarakat dengan proses yang sederhana dan cepat (misal: Rahn, Arrum, Program Amanah dan Program Produk Mulia). Pegadaian Syariah melayani hampir semua jenis kebutuhan dana, baik konsumsi dan terlebih untuk tujuan produksi. Oleh karena itu pegadaian syariah menjadi alternatif peminjaman yang semakin banyak yang dipilih masyarakat, tidak hanya dari golongan ekonomi rendah, golongan ekonomi menengah atas pun memanfaatkan jasa dari pegadaian ini.

Sudah saatnya pegadaian syariah mengelola usahanya lebih profesional, dengan menerapkan strategi pemasaran yang lebih baik. Dimana perusahaan yang ingin memenangkan persaingan harus memperhatikan apa yang menjadi kemauan konsumen, apalagi sekarang kinerja BUMN sedang dituntut benar-benar untuk lebih profesional.

Untuk itu pegadaian syariah sebagai salah satu badan usaha milik negara juga harus memiliki kinerja yang lebih baik. Jika kalau sampai ada beberapa pegadaian syariah yang kurang mampu baik dalam memberikan pelayanan kepada nasabahnya tidak menutup kemungkinan citra pegadaian syariah secara umum menjadi jelek. Situasi yang demikian tentunya akan sangat merugikan. Pelayanan yang kurang baik menyebabkan keengganan nasabah untuk terus menerus menjadi nasabah, mereka cenderung beralih ke perusahaan lain yang bisa memenuhi apa yang menjadi harapannya. Untuk dapat memenangkan persaingan, perusahaan harus memperhatikan kebutuhan dan keinginan nasabahnya.

Agar pegadaian syariah dapat memenuhi apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan nasabahnya, pemimpin perusahaan harus mengetahui bagaimana perilaku konsumennya. Di sini perilaku konsumen sangat berpengaruh pada ketercapaian tujuan pemasaran. Perilaku konsumen adalah kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan tersebut.

Banyak faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, salah satunya adalah sikap. Sikap adalah suatu evaluasi kognitif seseorang yang berlangsung terus menerus, perasaan emosionalnya, atau kecenderungannya bertindak ke arah sasaran atau gagasan tertentu. Sikap akan memberikan warna atau corak perilaku seseorang. Sikap konsumen bisa positif atau negatif, tergantung bagaimana kesan mereka pada pelayanan perusahaan.

Penelitian tentang sikap konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan sangat relevan dan dibutuhkan oleh perusahaan yang berorientasi pada konsumen. Sikap konsumen terhadap pelayanan perusahaan dapat diambil sebagai pertimbangan dalam menilai kinerja perusahaan. Apakah atribut-atribut yang dimiliki telah mampu memuaskan konsumen atau belum.

Dengan alternatif fenomena yang ada, sudah seharusnya pegadaian syariah selalu berusaha memberikan pelayanan yang baik kepada nasabahnya. Untuk mengetahui apakah pelayanan pegadaian syariah sudah baik atau belum, maka perlu diadakan penelitian mengenai bagaimana tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan jasa pegadaian syariah. Apakah pelayanan yang diberikan sudah memenuhi harapan nasabah atau belum.

Kepuasan nasabah menjadi konsep utama dalam kajian bisnis dan manajemen. Pada dasarnya nasabah mengharapkan produk dalam bentuk jasa yang dapat diterima, dan diberikan oleh pihak manajemen melalui pelayanan yang baik dan memuaskan.

Kepuasan dapat membentuk persepsi bagi nasabah dan selanjutnya dapat memposisikan produk tersebut di benaknya (Andespa, 2016).

Pegadaian Syariah merupakan suatu lembaga keuangan yang menggunakan prinsip Islam yang dikenal dengan sebutan *Rahn*, yang berarti tetap atau lama. Dengan kata lain, penahanan suatu barang dalam jangka waktu tertentu. Beberapa ahli juga menyatakan bahwa *rahn* juga berarti menjadikan barang yang memiliki nilai harta sebagai jaminan pada utang-piutang.

Perbedaan pegadaian syariah dengan pegadaian konvensional sendiri hanya berbeda dalam pembiayaannya. Kalau pegadaian konvensional memberikan bunga sebagai pembiayaan atas manfaat yang digadaikan, maka pegadaian syariah menggunakan pembiayaan bersifat ijarah. Ijarah sendiri adalah perjanjian akad kredit antara bank (*mu'ajjir*) dengan nasabah (*mutta'jir*) untuk menyewa barang atau objek sewa dimana bank memperoleh imbalan jasa, hingga objek sewa dibeli kembali oleh nasabah. Dalil dari prosesi sewa-menyewa ini sudah tertera di Al-Qur'an dan Hadits sehingga bagi masyarakat Muslim tidak perlu lagi khawatir akan kehalalannya apabila ingin menggadaikan barang.

Perilaku Konsumen

Keberhasilan suatu program pemasaran sangat tergantung pada penekanan perilaku konsumen. Tujuan kegiatan pemasaran adalah mempengaruhi pembelian untuk bersedia membeli barang atau perusahaan pada saat yang dibutuhkan. Hal ini sangat perusahaan dapat mengembangkan, menentukan harga,

mempromosikan produknya secara lebih baik. Jadi dapat didefinisikan perilaku konsumen sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghasilkan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini (Engel dkk, 1994). Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen. Dalam berperilaku konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor yang berasal dari pihak penjual dan pembeli, faktor dari pihak penjual berupa marketing mix yang terdiri dari produk, harga produk, tempat dan promosi (Engel dkk, 1994).

Pengertian Jasa

Konsep dan pengertian jasa jauh lebih sukar didefinisikan. Pada dasarnya definisi jasa berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi keinginan konsumen. (Kotler, 2002) mendefinisikan jasa sebagai berikut "Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksi jasa mungkin berkaitan dengan produk fisik atau tidak". Ada empat karakteristik yang paling sering dijumpai dalam jasa:

1. Tak berwujud yaitu jasa bersifat abstrak dan tak berwujud
2. Variabilitas yaitu jasa merupakan variabel non standar dan sangat bervariasi.
3. Tidak dapat di pisahkan yaitu jasa umumnya dikonsumsi pada saat yang bersamaan.

4. Tidak tahan lama yaitu jasa tidak mungkin disimpan dalam persediaan.

Dalam kaitannya dengan aspek pemasaran, secara umum dapat dikatakan jasa (*service*) merupakan aktivitas manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual dan tidak berbentuk pelayanan adalah suatu tindakan yang berwujud untuk memberikan kepuasan kepada pihak pembeli atau konsumen (Kotler, 2002).

Kepuasan Nasabah

Kepuasan konsumen merupakan fungsi dari pandangan terhadap kinerja produk dan harapan konsumen. Karena menyadari kepuasan yang tinggi mendorong kesetiaan pelanggan yang tinggi. Perilaku pasca pembelian sangatlah penting untuk diamati. Karena perkembangan perusahaan terjadi karena adanya kepuasan konsumen yang dirasakan pasca pembelian (Kotler, 2002).

Kepuasan dan ketidakpuasan konsumen terhadap suatu produk atau jasa akan mempengaruhi perilaku selanjutnya. Jika konsumen puas ia akan menunjukkan kemungkinan yang lebih tinggi untuk membeli kembali produk atau jasa tersebut. Para pelanggan yang tidak puas akan bereaksi sebaliknya, akan meninggalkan dan mencari serta membeli produk atau jasa yang lain. Dalam memenuhi kebutuhan, masing-masing konsumen sangatlah berbeda. Perbedaan motivasi dan karakteristik konsumen dapat menghasilkan kebutuhan konsumen yang berbeda pula.

Pelanggan atau konsumen dewasa ini menemukan banyak sekali produk dalam

setiap kategori mereka memiliki keleluasaan untuk memilih dan hanya akan melakukan pembelian jika produk yang ditawarkan sesuai dengan pandangan dan nilai mereka. Tidak mengherankan apabila produk yang unggul saat ini adalah mereka yang bisa memenuhi kebutuhan, keinginan serta dapat memberikan kepuasan pada pelanggan sebagai sasaran mereka. Perusahaan semacam ini melihat kepuasan konsumen sebagai tujuan akhir dari segala aktivitas mereka.

Dunia pemasaran pada jaman dulu, dimana persaingan belum sekeras ini, pemasar bisa mengatur pembeli dengan kata lain pembeli harus membeli produk standar yang diproduksi tanpa membantah disebabkan langkanya alternatif produk lain. Saat sekarang ini keadaan sudah jauh berbeda, dimana pasar makin terbagi-bagi dalam berbagai segmen, dan konsumen semakin kritis karena semakin banyak pilihan yang tersedia, sehingga mau tidak mau para pemasar harus bekerja ekstra untuk mengatur strategi untuk mendapatkan perhatian pelanggan.

Konsumen yang merasa puas setelah melakukan pembelian akan memberikan dampak positif bagi perusahaan, karena konsumen yang puas biasanya akan bersikap:

- a. Memiliki kecenderungan untuk melakukan ulang.
- b. Lebih loyal terhadap produk-produk yang ditawarkan oleh perusahaan.
- c. Memberikan informasi positif terhadap pihak lain terhadap keunggulan produk yang ditawarkan.

- d. Sedikit perhatian terhadap merek dan promosi dari produk pesaing.
- e. Kurang sensitive terhadap harga
- f. Memberi ide-ide tentang produk baik barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.
- g. Secara langsung maupun tidak langsung dapat mengurangi biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan terutama biaya pemasaran dan penjualan.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan diukur dari variabel *reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangible*. Tujuan pemasaran pada umumnya adalah memuaskan konsumen dengan cara berusaha semaksimal mungkin memenuhi segala kebutuhan dan keinginan konsumen. Maka suatu perusahaan harus selalu memperhatikan bagaimana tingkat kualitas pelayanan yang ditawarkan selama ini kepada konsumen.

Kotler (2002) mendefinisikan kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau layanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Sedangkan definisi pelayanan adalah segala perbuatan yang dilakukan suatu pihak kepada pihak lain, yang berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan atas sesuatu, serta produknya tidak selalu berkaitan dengan fisik. Olson dan Wyckoff dalam Yamit (2005) mendefinisikan jasa pelayanan adalah sekelompok manfaat yang berdaya guna baik secara eksplisit maupun

implisit atas kemudahan untuk mendapatkan barang maupun jasa pelayanan.

Collier dalam Yamit (2005) memiliki pandangan bahwa, kualitas jasa pelayanan lebih menekankan pada kata pelanggan, pelayanan, kualitas dan level atau tingkatan pelayanan terbaik pada pelanggan (*excellent*) dan tingkat kualitas pelayanan merupakan cara terbaik yang konsisten untuk dapat mempertemukan harapan konsumen (standar pelayanan eksternal dan biaya) dan sistem kerja cara pelayanan (standar pelayanan internal, biaya dan keuntungan).

Definisi kualitas pelayanan menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi (2001) adalah “seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima atau peroleh”. Dalam mengevaluasi kepuasan konsumen terhadap produk, jasa atau perusahaan tertentu, konsumen umumnya mengacu pada faktor atau dimensi. Menurut Parasuraman dalam Tjiptono (1997, 14) faktor yang sering digunakan dalam mengevaluasi jasa, konsumen umumnya menggunakan beberapa atribut atau faktor sebagai berikut:

- a. Bukti langsung (*Tangibles*), yaitu menunjuk pada fasilitas fisik, peralatan, personil, dan media komunikasi.
- b. Keandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan memberikan melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat waktu.
- c. Daya Tanggap (*Responsiveness*), yaitu kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat.
- d. Jaminan (*Assurance*), yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan kemampuan

mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan.

- e. Empati (*Empathy*), yaitu menunjuk pada syarat untuk peduli, memberi perhatian pribadi kepada pelanggan.

Dalam mengevaluasi kepuasan konsumen terhadap suatu perusahaan tertentu, faktor-faktor penentu yang digunakan bisa berupa kombinasi dan faktor penentu kepuasan terhadap produk dan jasa, umumnya yang sering digunakan konsumen adalah aspek kualitas pelayanan dan kualitas barang atau jasa yang dibeli. Kualitas pelayanan dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima dengan pelayanan yang sesungguhnya diharapkan atau di inginkan. Jika kenyataannya lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu, sedangkan jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan tidak bermutu. Dan apabila kenyataan sama dengan yang diharapkan, maka layanan disebut memuaskan.

Harapan para pelanggan pada dasarnya sama dengan layanan seperti apakah yang seharusnya diberikan perusahaan kepada pelanggannya. Harapan pelanggan ini didasarkan pada informasi yang disampaikan dari mulut ke mulut, kebutuhan pribadi, pengalaman di masa lampau, dan komunikasi eksternal (iklan dan berbagai bentuk promosi perusahaan lainnya).

Beberapa pengertian yang terkait dengan definisi kualitas jasa pelayanan (Yamit, 2005) adalah:

- a) *Excellent*
Standar kerja pelayanan yang diperoleh.
- b) *Customer*
Perorangan, kelompok, departemen atau perusahaan yang menerima, membayar output pelayanan.
- c) *Service*
Kegiatan utama atau pelengkap yang tidak secara langsung terlibat dalam proses pembuatan produk, tetapi lebih menekankan pada pelayanan transaksi antara pembeli dan penjual.
- d) *Quality*
Sesuatu yang secara khusus dapat diraba atau tidak dapat diraba dari sifat yang dimiliki produk atau jasa.
- e) *Levels*
Suatu pernyataan atas sistem yang digunakan untuk memonitor dan mengevaluasi.
- f) *Consistent*
Tidak memiliki variasi dan semua pelayanan berjalan sesuai standar yang telah ditetapkan.

METODE PENELITIAN

Subjek Penelitian

Subjek yang menjadi data penelitian adalah para pengguna jasa Pegadaian Syariah di Kota Pekanbaru. Objek penelitian ini adalah tentang kualitas pelayanan dan kepuasan dari pengguna jasa Pegadaian Syariah.

Teknik Pengambilan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2004). Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah konsumen pengguna jasa Pegadaian Syariah di Kota Pekanbaru.

b. Sampel

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah *Sampling Accidental*, adalah teknik pengumpulan sampel berdasarkan kebutuhan, yakni siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dan dapat digunakan sebagai sampel dan sampel yang diambil berdasarkan *convenience*, yaitu unit sampel yang mencakup variasi luasnya prosedur pemilihan responden, yang mudah dihubungi, dihitung dan bersifat kooperatif. (Sugiyono, 2004) Sampel yang diambil adalah 100 orang yang menggunakan jasa Pegadaian Syariah di Kota Pekanbaru.

c. Metode pengumpulan data

a) Kuesioner

Yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan cara membuat daftar pertanyaan yang diisi oleh para responden, yaitu para pengguna jasa pada Pegadaian Cabang Glagahsari Yogyakarta (Sugiyono, 2004).

b) Wawancara

Yaitu teknik pengumpulan data, bila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Oleh

karena itu dalam melakukan wawancara, pengumpulan data telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya pun telah disiapkan (Sugiyono, 2004).

d. Metode Pengukuran Data

Metode pengukuran data untuk mengklarifikasikan jawaban dari responden tentang responsi mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, dengan menggunakan skala Likert yaitu:

a. Mengukur karakteristik kualitas pelayanan diberi bobot sebagai berikut:

- | | |
|------------------------------|-----|
| 1) Sangat Setuju (SS) | : 5 |
| 2) Setuju (S) | : 4 |
| 3) Netral (N) | : 3 |
| 4) Tidak Setuju (TS) | : 2 |
| 5) Sangat Tidak Setuju (STS) | : 1 |

b. Mengukur karakteristik kualitas kepuasan konsumen diberi bobot sebagai berikut:

- | | |
|----------------------------|-----|
| 1) Sangat Puas (SP) | : 5 |
| 2) Puas (P) | : 4 |
| 3) Netral (N) | : 3 |
| 4) Tidak Puas (TP) | : 2 |
| 5) Sangat Tidak Puas (STP) | : 1 |

Uji Hipotesis dan Analisis Data

1) Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif yaitu analisis yang lebih didasarkan pada data yang dapat dihitung untuk menghasilkan penaksiran kuantitatif yang kokoh (Umar, 2000). Dalam hal ini dalam menghitungnya digunakan rumus:

a. Regresi Linier Berganda

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Analisis regresi berganda mengandung makna bahwa dalam suatu persamaan regresi terdapat satu variabel dependen dan lebih dari satu variabel independen (Algifari, 2000). Untuk mengetahui apakah suatu persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi nilai variabel dependen diperlukan pengetahuan tentang hal-hal berikut ini:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

Dimana:

Y = Variabel dependen yaitu kepuasan

X_1 = Bukti langsung (*tangibles*)

X_2 = Keandalan (*reliability*)

X_3 = Daya tanggap (*responsiveness*)

X_4 = Jaminan (*assurance*)

X_5 = Empati (*empathy*)

A = Konstanta

b_1, b_2, b_3, b_4, b_5 = Koefisien-koefisien regresi

b. Uji F

Yaitu untuk mengetahui tingkat signifikansi dari pengaruh variabel independent secara keseluruhan terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan bantuan program komputer SPSS dengan menentukan hipotesis nol (noll) dan hipotesis alternatif.

$$Ho: b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = b_5 = 0$$

$$Hi: b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq b_5 = 0$$

Kriteria pengujiannya:

- Dengan menggunakan *level of significant* 0,05 dan derajat kebebasan (k-1,n-k) maka variabel independent

secara keseluruhan berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka variabel dependent secara keseluruhan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen

c. Uji t

Yaitu mengetahui tingkat signifikansi dari pengaruh variabel independent secara individu terhadap variabel dependen dengan menentukan hipotesis nol dan hipotesis alternatif.

$$Ho: b_1 = 0$$

$$Hi: b_1 \neq 0$$

Kriteria pengujiannya:

- Dengan menggunakan *level of significant* 0.05 dan derajat kebebasan (n-k) variabel independent yang diuji secara nyata berpengaruh terhadap variabel dependen apabila t hitung $> t_{tabel}$, apabila t hitung $< t_{tabel}$ maka variabel independent yang diuji tidak berpengaruh terhadap variabel dependen

d. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Dari hasil perhitungan akan diperoleh koefisien determinasi yang telah disesuaikan (R^2) atau adjudtif R square sehingga akan diperoleh prosentase dari kepuasan nasabah (Y) terhadap kualitas pelayanan dan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan sehingga bebas yang akan dilakukan penuh mengenai variabel kualitas pelayanan yaitu: X_1 *Tangibles*, X_2 *Reliability*, X_3 *Responsiveness*, X_4 *Assurance*, X_5 *Empathy* dan diperoleh

kondisi variabel terikat diterangkan oleh variabel bebas dan yang tidak diamati dianggap tetap. Apabila R^2 sama dengan (0) berarti variabel independen tidak dapat menjelaskan variabel dependent, sedangkan bila R^2 sama dengan (1) berarti variabel dependen dapat dijelaskan variabel dependen secara serentak.

PEMBAHASAN

Analisis Data

1. Analisis regresi berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara kualitas pelayanan Pegadaian Syariah (studi kasus Pegadaian Syariah di Kota Pekanbaru) yang terdiri dari variabel *Reliability* (X_1), *Responsiveness* (X_2), *Assurance* (X_3), *Empathy* (X_4), dan *Tangible* (X_5) terhadap kepuasan konsumen. Adapun penjelasan secara rinci sebagaimana diterangkan dibawah ini.

Tabel 1. Hasil Perhitungan Persamaan Regresi dan Uji t
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,779	1,903		3,037	,003
	Reliability	,074	,118	,068	,632	,529
	Responsiveness	,267	,134	,209	1,994	,049
	Assurance	,271	,103	,232	2,641	,010
	Empathy	,218	,090	,231	2,424	,017
	Tangible	,134	,116	,115	1,151	,253

a. Dependent Variable: total_kepuasan

Dari data diatas diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 3,779 + 0,074 (X_1) + 0,267 (X_2) + 0,271 (X_3) + 0,218 (X_4) + 0,134 (X_5)$$

- 1) Konstanta sebesar 3,779 berarti bahwa jika tidak ada penambahan pada variabel *Tangible* (X_1), *Reliability* (X_2), *Responsiveness* (X_3), *Assurance* (X_4) dan *Empaty* (X_5)

sebesar satu satuan maka kepuasan nasabah sebesar 3,779.

- 2) Koefisien Regresi *Reliability* (X_1) bernilai positif sebesar 0,074. berarti bahwa setiap kenaikan satu-satuan variabel *Reliability* (X_1) akan menaikkan kepuasan konsumen sebesar 0,074 dan sebaliknya bila variabel X_1 diturunkan sebesar satu-satuan akan menurunkan kepuasan konsumen sebesar 0,074. Nilai uji-t pada variabel X_1 sebesar 0,632 sedangkan t_{tabel} pada *level of significance* 0,05 dan derajat kebebasan (dk) $n-k = 94$ diperoleh angka 1,960. dengan demikian t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} , sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *Reliability* (X_1) tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah Pegadaian Syariah di Pekanbaru.
- 3) Koefisien Regresi *Responsiveness* (X_2) bernilai positif sebesar 0,267. berarti bahwa setiap kenaikan satu-satuan variabel *Responsiveness* (X_2) akan menaikkan kepuasan konsumen sebesar 0,267 dan sebaliknya bila variabel *Responsiveness* (X_2) diturunkan sebesar satu-satuan akan menurunkan kepuasan konsumen sebesar 0,267. nilai t_{hitung} pada variabel X_2 sebesar 1,994 dengan menggunakan *level of significance* 0,05 dan derajat kebebasan (dk) $n-k = 94$ diperoleh angka 1,960. dengan demikian t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *Responsiveness* (X_2) mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah Pegadaian Syariah di Pekanbaru.

- 4) Koefisien Regresi *Assurance* (X_3) bernilai positif sebesar 0,271. berarti bahwa setiap kenaikan satu-satuan variabel *Assurance* (X_3) akan menaikkan kepuasan konsumen sebesar 0,271 dan sebaliknya bila variabel *Assurance* (X_3) diturunkan sebesar satu-satuan akan menurunkan kepuasan Konsumen sebesar 0,271. dari hasil diatas nilai t_{hitung} adalah 2,641 sedangkan nilai t_{tabel} dengan menggunakan *level of significance* 0,05 dan derajat kebebasan (dk) $n-k = 94$ diperoleh angka 1,960. dengan demikian t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *Assurance* (X_3) mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah Pegadaian Syariah di Pekanbaru.
- 5) Koefisien Regresi *Empathy* (X_4) bernilai positif sebesar 0,218. berarti bahwa setiap kenaikan satu-satuan variabel *Empathy* (X_4) akan menaikkan kepuasan konsumen sebesar 0,218 dan sebaliknya bila variabel *empathy* X_4 diturunkan sebesar satu-satuan akan menurunkan kepuasan konsumen sebesar 0,218. Nilai t_{hitung} pada hasil perhitungan diatas adalah 2,424 sedangkan nilai t_{tabel} dengan menggunakan *level of significance* 0,05 dan derajat kebebasan (dk) $n-k = 94$ diperoleh angka 1,960. dengan demikian t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *Empathy* (X_4) mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah Pegadaian Syariah di Pekanbaru.
- 6) Koefisien Regresi *Tangible* (X_5) bernilai positif sebesar 0,134. berarti bahwa setiap kenaikan satu-satuan variabel *Tangible* (X_5)

akan menaikkan kepuasan konsumen sebesar 0,134 dan sebaliknya bila variabel *Tangible* (X_5) diturunkan sebesar satu-satuan akan menurunkan kepuasan konsumen sebesar 0,134. Nilai t_{hitung} pada hasil perhitungan diatas adalah 1,151. Sedangkan nilai t_{tabel} dengan menggunakan *level of significance* 0,05 dan derajat kebebasan (dk) $n-k = 94$ diperoleh angka 1,960. dengan demikian t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} , sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *Tangible* (X_5) tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah Pegadaian Syariah di Pekanbaru.

Tabel 2. Hasil Perhitungan Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	210,115	5	42,023	9,682	,000 ^b
	Residual	407,995	94	4,340		
	Total	618,110	99			

a. Predictors: (Constant), Tangible, Assurance, Emphaty, Responsiveness, Reliability

b. Dependent Variable: total_kepuasan

Dari data tersebut sebagaimana dijelaskan pada bab sebelumnya uji F merupakan dilakukan dengan membandingkan antara F_{hitung} dengan F_{tabel} . Dengan menggunakan *level of significance* 0,05 dengan derajat kebebasan $(k-1, n-k) = (5, 94)$, diperoleh F_{tabel} sebesar 2,37 dan nilai F_{hitung} sebesar 9,682. penjelasan tersebut menunjukkan bahwa F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} , sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel *reliability* (X_1), *Responsiveness* (X_2), *Assurance* (X_3), *Empathy* (X_4) dan variabel *tangible* (X_5), secara bersama-sama (simultan) mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Dengan artian seluruh variabel independent memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap variabel dependent.

Tabel 3. Hasil Perhitungan Uji Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,583 ^a	,340	,305	2,083

a. Predictors: (Constant), Tangible, Assurance, Emphaty, Responsiveness, Reliability

Dari hasil perhitungan tersebut diperoleh nilai R Square/R² diperoleh nilai sebesar 0,340. nilai tersebut menunjukkan bahwa sebanyak 34% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan *tangible* sedangkan sisanya sebanyak 66% disebabkan oleh variabel lain yang tidak diamati.

PEMBAHASAN

- a. Pada analisis regresi berganda kualitas pelayanan yang mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah Pegadaian Syariah di Kota Pekanbaru adalah variabel *Responsiveness*, *assurance* dan *empathy*. Diantara ketiga variabel yang berpengaruh tersebut, variabel *empathy* mempunyai pengaruh yang paling dominan dari pada variabel *responsiveness* dan variabel *empathy*. Sedangkan variabel *tangible* dan *reliability* tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Pembahasan lebih rinci keseluruhan variabel dapat dijelaskan sebagai berikut:
- b. Variabel *reliability* merupakan salah satu variabel yang tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal tersebut menunjukkan bahwa kenaikan maupun penurunan kepuasan konsumen tidak disebabkan faktor *reliability*. Zeithaml dalam Husein (2002) mengemukakan,

reliability merupakan kemampuan memberikan pelayanan sesuai dengan janji yang ditawarkan.

- c. Dalam pasar jasa pegadaian syariah masyarakat cenderung akan menggadaikan barangnya dalam rangka mengganti kebutuhan yang lebih mendesak tetapi pada dasarnya seseorang yang menggadaikan barang sebagai pengganti kebutuhan tersebut tetap memiliki barang tersebut yang dikemudian hari akan dikembalikan atau diambil dengan memberikan biaya jasa atau bunga peminjaman. Dalam industri yang sama selain kelima variabel kualitas pelayanan, banyak faktor yang menjadikan naik maupun turunnya nilai kepuasan konsumen baik dari faktor sosial, ekonomi, budaya maupun yang lain dan apabila faktor-faktor yang lain lebih tersebut lebih mendominasi, maka bisa saja faktor *reliability* tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen, artinya dalam suatu waktu tertentu *reliability* dapat menjadi faktor penentu tetapi diwaktu yang lain *reliability* dapat menjadi tidak mempunyai pengaruh.
- d. Berdasarkan analisis yang ada variabel *responsiveness* nilai t menunjukkan angka yang lebih besar dari nilai tabel. Hal tersebut menunjukkan *responsiveness* mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah Pegadaian Syariah Di Kota Pekanbaru. *Responsiveness* merupakan kemampuan merespon cengan cepat dan sikap yang seharusnya dilakukan oleh pelayan pegadaian syariah.

- e. Sebagai suatu institusi. Terkait dengan hal diatas Lupiyoadi (2001) mengungkapkan, bahwa suatu keamanan untuk memberikan dan membantu pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan pelayanan informasi yang jelas dan akurat menyebabkan persepsi yang positif terhadap kualitas. Teori sosial menyatakan pada dasarnya persepsi maupun perilaku manusia tidak hanya di pengaruhi oleh ciri dan obyektifnya sendiri tetapi diluar itu lingkungan juga dapat menjadi pengaruh yang ampuh.
- f. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut *Assurance* mempunyai pengaruh yang paling dominan terhadap kepuasan nasabah Pegadaian Syariah di Kota Pekanbaru. Secara teoritis apabila dikaitkan dengan dengan konsep *quality assurance* akan semakin tampak jelas bahwa proses jaminan sangat berpengaruh sekali terhadap kepuasan konsumen, sebab faktor kredibilitas, keamanan, kompetensi merupakan penyebab utama terutama bagi daerah-daerah tertentu yang benar-benar membutuhkan pelayanan jasa pegadaian syariah serta sebagian untuk nasabah yang mempunyai fanatisme tinggi. Jaminan bagi jasa pegadaian syariah merupakan hal yang krusial sebab tanpa jaminan yang pasti mengenai cara pengembalian maupun jasa pencabutan barang tertentu dari lembaga mustahil masyarakat akan menggadaikan barangnya ke tempat tersebut.
- g. Selain *responsiveness* dan *assurance*, variabel *empathy* juga mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Pegadaian Syariah di Kota Pekanbaru. Secara definitif *empathy* merupakan perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Para ahli lebih banyak berpendapat bahwa dimensi *empathy* adalah penggabungan dari akses, komunikasi dan pemahaman kepada pelanggan.
- h. Dalam kaitannya dengan hal tersebut *empathy* merupakan suatu proses terciptanya hubungan yang harmonis antara pelanggan dengan pegadaian syariah melalui bagaimana komunikasi yang tidak kaku, luwes dan sesuai dengan keinginan pelanggan. Dalam jangka waktu tertentu apabila hubungan tersebut terus berlangsung akan menciptakan citra (*image*) yang positif bagi pelanggan dan pelanggan cenderung akan merasa puas tetapi sebaliknya apabila citra yang dibentuk negatif entah dari kekakuan pihak perusahaan maupun akses yang tidak sesuai, maka pelanggan juga akan bersikap acuh dan cenderung menjauh sehingga kepuasan yang didapatkan juga akan minimal.
- i. Variabel *Tangible* merupakan variabel yang tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal tersebut berarti bahwa kenaikan maupun penurunan penampilan fisik perusahaan tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah Pegadaian Syariah. Dalam teori kebutuhan Maslow dijelaskan bahwa pada

- dasarnya orang akan mencari kebutuhan yang paling dasar terlebih dahulu sebelum mencari untuk memenuhi kebutuhan yang lebih tinggi.
- j. Dalam analisis ini bila dikaitkan dengan kebutuhan dasar nasabah terhadap pegadaian syariah jelas terlihat ketika orang mengunjungi pegadaian tujuan utamanya adalah untuk meminjam sejumlah uang guna memenuhi kebutuhannya dengan memberikan jaminan yang berupa barang tertentu. Dalam kondisi semacam ini orang tidak akan berpikir bagaimana penampilan fisik pegadaian syariah tetapi akan berpikir bagaimana saya dapat meminjam uang. Hukum permintaan dan penawaran tetap berlaku dan apabila ternyata tingkat akurasi terhadap pelayan yang berupa *emphati*, respon maupun jaminannya tinggi maka nasabah juga akan mempunyai pertimbangan yang berbeda dari pada hanya sekedar pertimbangan penampilan fisik pegadaian syariah.
 - k. Perhitungan uji F diperoleh variabel bebas *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Tangible*, mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah Pegadaian Syariah di Kota Pekanbaru. Menurut Kotler (2002), Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan kesan terhadap kinerja atau hasil dari suatu produk dan harapan-harapannya. Dari definisi tersebut kepuasan merupakan fungsi kesan, kinerja dan harapan.
1. Jika kinerja berada dibawah harapan maka nasabah tidak puas dan apabila kinerja melebihi harapan maka nasabah puas atau sangat puas. Berdasarkan variabel-variabel yang melingkupi kepuasan nasabah dalam kinerja pegadaian syariah di kota Pekanbaru. Demikian juga apabila digambarkan dalam hubungan pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah, secara keseluruhan apabila nasabah dilayani dengan baik, dan sesuai keinginan nasabah bahkan mungkin bisa lebih tinggi dari keinginan nasabah maka nasabah cenderung akan merasa puas dan sebaliknya apabila pelayanannya rendah, maka tingkat kepuasannya juga akan rendah.

KESIMPULAN

- a. Dalam perhitungan uji t dari kelima variabel kualitas pelayanan dengan menggunakan *level of significance 5%* (*df*) $n-k = 94$, variabel *reliability* dan *tangible* tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah Pegadaian Syariah di Kota Pekanbaru karena $t_{hitung} < t_{tabel}$, Adapun nilai yang didapat variabel *reliability* sebesar $0,632 < 1,960$, variabel *tangible* sebesar $1,151 < 1,960$. Sedangkan untuk variabel *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah Pegadaian Syariah di Kota Pekanbaru karena $t_{hitung} > t_{tabel}$, namun variabel *assurance* mempunyai pengaruh yang paling dominan diantara ketiga variabel tersebut Adapun nilai yang didapat variabel *responsiveness* sebesar $1,994 > 1,960$, variabel *assurance* sebesar

2,641 > 1,960 dan variabel *empathy* sebesar 2,424 > 1,960.

- b. Dari hasil penelitian variabel *Responsiveness*, *Assurance* serta *Assurance* mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen, maka disarankan meningkatkan kualitas pelayanan dan harus memperhatikan variabel-variabel tersebut sebab kalau kepercayaan masyarakat sampai turun berakibat pada turunnya minat konsumen yang berakibat pada menurunnya tingkat pendapatan perusahaan. Terutama untuk variabel *assurance* yang mempunyai tingkat pengaruh paling tinggi sehingga apabila perusahaan dapat memanfaatkan dan meningkatkan kinerja terhadap variabel tersebut, konsumen akan mempunyai tingkat loyalitas yang tinggi tetapi jika kinerja variabel tersebut turun, tidak tertutup kemungkinan konsumen akan lari mencari alternatif yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Andespa, Roni. (2016). Strategi Industri Perbankan di Sumatera Barat: Pemilihan Segmentasi Pasar untuk Menciptakan Pelayanan yang Memuaskan, *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 1 (1): 47-62.
- Andespa, Roni. (2016). Studi Perbandingan Kualitas Pelayanan Industri Perbankan Syariah dengan Konvensional, *Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, 1 (1): 77-92.
- Andespa, Roni. (2016). Meningkatkan Pertumbuhan Nasabah Bank Syariah: Mendukung Pembiayaan Promosi, Pendidikan dan Pelatihan, *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 1 (2): 171-188.
- Andespa, Roni. (2016). Strategi Pelayanan Bank Konvensional dan Syariah: Prioritas Pelayanan Fisik dan Empati dalam Memenuhi Kepuasan, *Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, 1 (2): 143-159.
- Andespa, Roni. (2013). Menciptakan Nilai Untuk Nasabah dengan Strategi Customer Relationship Marketing, *Eko dan Bisnis: Riau Economic and Business Review*, 4 (1): 69-79.
- Andespa, Roni. (2011). Orientasi Pasar Jasa Perbankan, *Eko dan Bisnis: Riau Economic and Business Review*, 2 (1): 22-32.
- Engel, F. James, Blackwell, D. Roger, Miniard, W. Paul. (1994). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Banipura Aksara.
- Indriantoro, Nur, dan Bambang Supomo. (1999). *Metode Penelitian Bisnis Untuk akuntan dan manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran jasa Teori dan Praktik*. Depok: Salemba Empat.
- Manik, S. (2016). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pemberian Kompensasi Pada Karyawan Bank, *Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, 1 (2): 229-244.

- Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (1997). *Prinsip-prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Umar, Husain. (2000). *Riset Penelitian dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Utama.
- Yamit, Z. (2005). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Ekonomi FE, UII.
- Husein, Umar, 2002, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Wahab, Wirdayani. (2016). Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *JEBI (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)*, 1 (2): 167-184.

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH DALAM MENABUNG DI BANK SYARIAH

RONI ANDESPA

Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang
E-mail: roniancespa@gmail.com

Abstract

The research theme is the financial and banking institutions. The study was conducted in West Sumatra. The research objective is: to look at the factors that affect the interest of the customer to save money in Islamic banks. Research using factor analysis. Samples used in this study are as many as 250 customers. Results of the study are: There are 4 factors that consist of 16 variables that have a value above 0.5, namely: Factor 1 (Age and Lifecycle, Beliefs and Attitudes, Motivation, Personality and Self-Concept, Lifestyle and Learning). Factor 2 (Perception, Reference Group, Social Class, Role and Status). Factor 3 (Product, Price, Promotion and Place). Factor 4 (Culture and Family).

Keywords: *Consumer Behaviour, Customer Interests, Islamic Bank*

PENDAHULUAN

Industri keuangan syariah merupakan salah satu unsur penting dalam pelaksanaan pembangunan yang mempunyai peranan untuk kelancaran kegiatan ekonomi. Dilihat dari perkembangan pada saat ini, bahwa industri perbankan syariah sangat dibutuhkan oleh masyarakat untuk memperoleh dana, sehingga menimbulkan banyaknya perusahaan yang bergerak pada sektor ini. Pada umumnya suatu bank syariah berusaha untuk memuaskan nasabah dalam menggunakan produk perbankan yang dihasilkannya, maka penting sekali bagi bank untuk mengetahui atau memahami perilaku nasabah, terutama yang menjadi sasaran bank, terlepas lagi nasabah dewasa ini sangat selektif dan mempunyai pengetahuan yang cukup terhadap suatu jasa. Mereka sangat berhati-hati dalam memilih,

mempertimbangkan hingga membeli suatu produk atau jasa. Untuk itu pemahaman akan perilaku konsumen sangat berpengaruh sekali terhadap strategi pemasaran perusahaan sesuai dengan produk atau jasa yang di tawarkan.

Di zaman yang serba kompetitif ini, bank syariah harus berorientasi kepada kepuasan nasabah, dalam hal ini terdapat beberapa faktor yang menyebabkan tercapai atau tidaknya kepuasan nasabah tersebut. Apabila tingkat kepuasan nasabah tinggi akan meningkatkan loyalitas nasabah sehingga mereka tidak akan bank syariah atau bank konvensional lainnya, sebaliknya apabila tingkat kepuasan rendah akan menyebabkan kekecewaan pada nasabah sehingga mereka akan mencari bank lainnya yang memiliki tingkat kepuasan dan jaminan yang menjanjikan. Kepuasan nasabah merupakan sasaran utama dalam konsep

pemasaran bank. Dari informasi yang diketahui tentang apa yang memuaskan nasabah, bank syariah lalu mencoba menciptakan produk jasa yang dapat memuaskan nasabah, pihak bank syariah harus terus mengubah, menyesuaikan dan mengembangkan produknya untuk mengikuti perubahan dalam keinginan dan selera nasabah dan menegaskan bahwa kegiatan-kegiatan pemasaran berawal dan berakhir pada nasabah.

Persaingan dalam menghimpun nasabah yang dilakukan oleh beberapa bank, salah satunya Perbankan Syariah di Sumatera Barat. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi nasabah dalam proses mempertimbangkan, memilih hingga menggunakan jasa perbankan syariah. Secara garis besar faktor-faktor tersebut dapat dibagi tiga yaitu: faktor bauran pemasaran, faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi.

Minat Konsumen

Menurut Mowen dalam Oliver (2006) minat beli merupakan sesuatu yang diperoleh dari proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk suatu persepsi. Dimana nantinya minat beli menciptakan suatu motivasi yang terus terekam dalam benak nasabah dan menjadi suatu keinginan yang sangat kuat yang pada akhirnya ketika seorang konsumen harus memenuhi kebutuhannya akan mengaktualisasikan apa yang ada didalam benaknya itu. Kinnear dan Taylor (2003) berpendapat bahwa minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecenderungan

responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan.

Minat konsumen merupakan kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian (Assael, 2001). Mehta (1994) mendefinisikan minat beli sebagai kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian. Percy dan Rossiter (1992) mengemukakan bahwa minat beli merupakan instruksi diri konsumen untuk melakukan pembelian atas suatu produk, melakukan perencanaan, mengambil tindakan-tindakan yang relevan seperti mengusulkan (pemrakarsa) merekomendasikan (*influencer*), memilih, dan akhirnya mengambil keputusan untuk melakukan pembelian.

Pengertian Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen yang tidak dapat di kendalikan secara langsung oleh perusahaan perlu di cari informasinya semaksimal mungkin. Perilaku konsumen memiliki kepentingan khusus bagi orang karena berbagai alasan, berhasrat mempengaruhi atau merubah perilaku itu, termasuk mereka yang berkepentingan utamanya adalah pemasaran, pendidikan dan perlindungan serta kebijakan umum. Perilaku konsumen sangat menentukan dalam proses pengambilan keputusan membeli yang tahapnya di mulai dari pengenalan masalah berupa desakan yang membangkitkan

tindakan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhannya.

Menurut Lamb, Hair, dan McDaniel (2011) perilaku konsumen merupakan proses seorang pelanggan dalam membuat keputusan membeli, juga untuk menggunakan dan membuang barang-barang dan jasa-jasa yang di beli, juga termasuk faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan penggunaan produk. Menurut Umar (2005:64) perilaku konsumen adalah suatu tindakan yang

langsung dalam mendapatkan, mengkonsumsi serta menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan penyusuli tindakan tersebut. Memahami bagaimana seorang konsumen dalam membuat keputusan pembelian akan membantu seorang manajer pemasaran dalam banyak hal.

Model Perilaku Konsumen

Titik tolak untuk memahami perilaku pembeli adalah model rangsangan-tanggapan pemasaran dengan pembeli.

Rangsangan pemasaran	Rangsangan Lain	Ciri-ciri Pembeli	Proses Keputusan Pembeli	Keputusan Pembelian
<ul style="list-style-type: none"> - Produk - Harga - Saluran pemasaran - Promosi 	<ul style="list-style-type: none"> - Ekonomi - Teknologi - Politik - Budaya 	<ul style="list-style-type: none"> - Budaya - Sosial - Pribadi - Pribadi 	<ul style="list-style-type: none"> - Pemahaman masalah - Pencarian informasi - Pemilihan alternatif - Keputusan pembelian - Perilaku pasca pembelian 	<ul style="list-style-type: none"> - Pemilihan produk - Pemilihan merk - Pemilihan saluran pembelian - Penentuan waktu pembelian - Jumlah pembelian

Gambar 1. Model Perilaku Konsumen (Kotler dan Armstrong, 2010)

Sikap dan perilaku konsumen juga merupakan bagian dari konsep perilaku konsumen yang lain. Untuk mengukur sikap dan perilaku konsumen dapat dengan model multi atribut. Salah satu model sikap yang terkenal adalah model sikap multiatribut dari Fishbein. Model sikap Fishbein ini berfokus pada prediksi sikap yang di bentuk seseorang terhadap objek tertentu. Model ini mengidentifikasi tiga faktor utama untuk memprediksi sikap, meliputi: Pertama, keyakinan seseorang terhadap atribut yang menonjol dari objek. Kedua, kekuatan keyakinan seseorang bahwa atribut memiliki atribut khas, biasanya di ketahui dalam bentuk pertanyaan. Ketiga, evaluasi dari masing-masing keyakinan akan atribut yang menonjol,

dimana di ukur seberapa baik atau tidak baik keyakinan mereka terhadap atribut-atribut tersebut.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

1. Faktor *Marketing Mix*

Para pemasar menggunakan sejumlah alat untuk mendapatkan tanggapan yang diinginkan dari pasar sasaran mereka, alat-alat itu membentuk suatu bauran pemasaran. Dalam pandangan Lamb, Hair dan McDaniel (2011), bauran pemasaran mengacu pada paduan strategi produk, distribusi, promosi, dan penentuan harga yang bersifat unik yang dirancang untuk menghasilkan pertukaran yang saling memuaskan dengan pasar yang dituju. Menurut Kotler dan Armstrong

(2011), pengertian *marketing mix* adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus-menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran. Jika sasaran pasarnya sudah ditentukan melalui riset pemasaran, maka perusahaan harus membuat suatu rencana yang baik untuk memasuki segmen pasar yang dipilih. Keputusan-keputusan dalam pemasaran dapat dikelompokkan dalam beberapa bauran:

a. Produk

Pengertian produk bagi konsumen selain merupakan benda yang mempunyai manfaat dan kegunaan juga merupakan suatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk di beli, digunakan atau di konsumsi yang dapat memenuhi suatu kegiatan atau kebutuhan. Pengembangan sebuah produk menghasilkan perusahaan menetapkan manfaat-manfaat apa yang akan di berikan produk itu. Manfaat ini dikomunikasikan dan hendaknya di penuhi oleh atribut produk.

b. Harga

Harga adalah faktor utama yang harus di tentukan sebelum suatu produk di luncurkan ke pasar sasaran. Harga produk juga salah satu faktor penentu bagi permintaan pasar yang secara otomatis akan mempengaruhi volume penjualan. Jika harga produk tidak dapat di jangkau konsumen, maka target penjualan yang telah di tetapkan tidak tercapai. Harga menurut Umar (2005:32) adalah sejumlah nilai yang di tukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar menawar

atau di tetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli.

c. Distribusi

Suatu pemasaran perusahaan dimulai dari distribusi, namun fungsi *place* komponen *place* memegang peranan yang sangat penting dalam pemasaran. *Place* atau kalau diterjemahkan bisa berarti penempatan produk, distribusi atau penyebaran produk yang sangat menentukan keberhasilan pemasaran. Suatu produk atau jasa didistribusikan oleh *principal* secara terencana. Perusahaan berusaha agar produk atau jasa dapat tersebar melalui *channel-channel* pemasaran. Strategi distribusi ini dilakukan melalui penggunaan *sales force* yang cukup banyak. Setelah produk atau jasa tersebar barulah perusahaan mendorong dengan promosi. Sistem distribusi ini dikenal dengan sistem *push distribution*.

d. Promosi

Pemasaran tidak hanya membicarakan mengenai produk, harga produk dan mendistribusikan produk, tetapi juga mengkomunikasikan produk ini kepada masyarakat agar produk itu di kenal dan ujung-ujungnya di beli. Menurut Boyd, Walker, dan Larreche (2000:65) menyatakan strategi promosi merupakan sebuah program terkendali dan terpadu dari metode komunikasi dan material yang di rancang untuk menghadirkan perusahaan dan produk-produknya kepada calon konsumen, menyampaikan ciri-ciri produk yang memuaskan kebutuhan untuk mendorong penjualan yang pada akhirnya memberikan kontribusi pada kinerja laba jangka panjang. Menurut Swastha (2007) promosi adalah

arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Selain juga harus memperkerjakan, melatih dan memotivasi wiraniaganya.

2. Faktor Budaya

a. Budaya

Budaya menurut Kotler dan Armstrong (2011) adalah merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar. Menurut Lamb, Hair dan McDaniel (2011) budaya adalah karakter yang penting dari suatu sosial yang membedakannya dari kelompok kultur yang lainnya.

b. Kelas Sosial

Kelas Sosial menurut Lamb, Hair dan McDaniel (2011) merupakan sekelompok orang yang sama-sama mempertimbangkan secara dekat persamaan di dalam status atau penghargaan komunitas yang secara terus-menerus bersosialisasi di antara mereka sendiri baik secara formal dan informal, dan yang membagikan norma-norma perilakunya. Defenisi dari kelas sosial adalah pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen yang tersusun secara hierarkis dan yang anggotanya menganut nilai-nilai, minat dan perilaku yang serupa. Kelas sosial menunjukkan preferensi produk dan merek yang berbeda dalam banyak hal.

3. Faktor Sosial

a. Kelompok Acuan

Kelompok acuan menurut Kotler dan Armstrong (2011) merupakan semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau

perilaku seseorang. Orang sangat di pengaruhi oleh kelompok acuan mereka sekurang-kurangnya melalui tiga jalur: Kelompok acuan menghadapi seseorang pada perilaku dan gaya hidup baru. Kelompok acuan juga mempengaruhi perilaku dan konsep pribadi seseorang. Dan kelompok menciptakan tekanan untuk mengikuti kebiasaan kelompok yang mungkin mempengaruhi pilihan produk dan merek aktual seseorang.

b. Keluarga

Keluarga menurut Kotler dan Armstrong (2011) merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat dan ia telah menjadi objek penelitian yang luas. Anggota keluarga merupakan kelompok acuan primer yang paling berpengaruh. Menurut Lamb, Hair dan McDaniel (2011) keluarga merupakan institusi sosial yang paling penting bagi beberapa konsumen, karena secara kuat mempengaruhi nilai, sikap, konsep pribadi, dan perilaku pembelian.

c. Peran dan Status

Seseorang berpartisipasi kedalam banyak kelompok sepanjang hidupnya, keluarga, klub, organisasi. Kedudukan orang itu di masing-masing kelompok dapat di tentukan berdasarkan peran dan status. Peran merupakan kegiatan yang di harapkan dilakukan oleh seseorang. Status merupakan masing-masing dari peran tersebut akan menghasilkan status.

4. Faktor Pribadi

Keputusan pembelian juga di pengaruhi karakteristik pribadi yang terdiri dari:

a. Usia dan Tahap Siklus Hidup

Beberapa karya terbaru telah mengidentifikasi tahap siklus hidup psikologis orang dewasa mengalami “perjalanan” dan “perubahan” sepanjang hidupnya. Pemasar memberikan perhatian yang besar pada perubahan situasi hidup dan dampak situasi itu terhadap perilaku konsumsi.

b. Gaya Hidup

Merupakan pola hidup seseorang didunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya.

c. Kepribadian dan Konsep Diri

Kepribadian merupakan karakteristik psikologis seseorang yang berbeda dengan orang lain yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungannya. Kepribadian biasanya dijelaskan dengan menggunakan ciri-ciri seperti kepercayaan diri, dominasi, otonomi, kehormatan, kemampuan berorientasi, pertahanan diri, dan kemampuan beradaptasi. Kepribadian dapat menjadi variabel yang sangat berguna dalam menganalisis perilaku konsumen, asalkan jenis kepribadian tersebut dapat diklasifikasikan dengan akurat dan asalkan terdapat korelasi yang kuat antara jenis kepribadian tertentu dengan pilihan produk atau merek. Berkaitan dengan kepribadian adalah konsep diri seseorang. Pemasar berusaha mengembangkan citra merek yang sesuai dengan citra pribadi pasar sasaran.

5. Faktor Psikologis

Pilihan pembelian konsumen di pengaruhi oleh empat faktor psikologis, yang terdiri dari:

a. Motivasi

Motivasi konsumen merupakan suatu kebutuhan yang cukup besar dalam mendorong konsumen untuk bertindak.

b. Persepsi

Bagaimana seseorang yang termotivasi bertindak akan dipengaruhi oleh persepsinya terhadap situasi tertentu. Persepsi menurut Lamb, Hair dan McDaniel (2011) adalah proses dimana kita memilih, mengatur dan menginterpretasikan ransangan tersebut ke dalam gambaran yang memberi makna dan melekat. Menurut Kotler dan Armstrong (2011) persepsi merupakan proses yang digunakan seorang individu untuk memilih mengorganisasi dan menginterpretasi masukan-masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti.

c. Pembelajaran

Pembelajaran menurut Kotler dan Armstrong (2011) merupakan perubahan perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman. Sebagian besar perilaku manusia adalah hasil dari belajar. Teori pembelajaran mengajarkan ke para pemasar bahwa mereka dapat membangun permintaan atas sebuah produk yang mengaitkannya pada dorongan yang kuat, dengan menggunakan petunjuk yang memberikan dorongan atau motivasi dan penguatan yang positif.

d. Keyakinan dan Sikap

Keyakinan mungkin berdasarkan pengetahuan pendapat atau kepercayaan kesemuanya itu mungkin atau tidak mungkin mengandung faktor emosional. Keyakinan itu membentuk citra produk dan merk dan orang akan bertindak berdasarkan citra tersebut. Jika beberapa keyakinan tempat salah dan menghambat pembelian perusahaan manufaktur akan meluncurkan kampanye untuk mengoreksi keyakinan-keyakinan tersebut. Adapun keyakinan menurut Kotler dan Armstrong (2011) yaitu merupakan suatu gambaran pikiran yang dianut seseorang tentang sesuatu hal. Sikap menurut Kotler dan Armstrong (2011) sikap merupakan evaluasi, perasaan, emosional dan kecenderungan tindakan yang menguntungkan atau tidak menguntungkan dan bertahan lama dari seseorang terhadap suatu objek.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat kuantitatif. Dimana yang menjadi populasi di dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah perbankan syariah di Sumatera Barat. Dimana sampel penelitian yang digunakan adalah sebanyak 250 nasabah bank syariah. Teknik yang digunakan didalam pengambilan sampel adalah metode non *probability sampling* dengan menggunakan *Convenience sampling*. Hal ini dilakukan karena jumlah populasi yang diteliti sangat besar dan tersebar di wilayah yang cukup luas. Maka nasabah yang mudah ditemui dan dirasa bisa untuk dijadikan sampel, berhak untuk menjadi responden penelitian. Hal ini dilakukan untuk diagnosis

situasi secara cepat dan sederhana serta mudah. Analisis data penelitian adalah menggunakan analisis faktor.

HASIL

Analisis Validitas

Tujuan dari uji validitas adalah untuk melihat seberapa kuat butir-butir variabel yang diukur menyatu satu sama lainnya dari hasil proses analisis faktor dengan alpha 5% dapat diketahui bahwa semua item atau variabel memenuhi uji validitas, sebab semua variabel tersebut memiliki faktor *loading* > 0,5. Tabel berikut ini menyajikan nilai *loading* masing-masing variabel.

Tabel 1. Nilai Loading Faktor

Variabel	Nilai Loading Faktor			
	1	2	3	4
Usia dan Siklus Hidup (X ₁₀)	0,843			
Keyakinan dan Sikap (X ₁₆)	0,838			
Motivasi (X ₁₂)	0,806			
Kepribadian dan Konsep Diri (X ₁₂)	0,780			
Gaya Hidup (X ₁₁)	0,777			
Pembelajaran (X ₁₈)	0,765			
Persepsi (X ₄)		0,856		
Kelompok Acuan (X ₇)		0,849		
Kelas Sosial (X ₆)		0,813		
Peran dan Status (X ₉)		0,780		
Produk (X ₁)			0,821	
Harga (X ₂)			0,805	
Promosi (X ₃)			0,760	
Distribusi (X ₅)			0,709	
Budaya (X ₈)				0,870
Keluarga (X ₉)				0,848

Dari 16 variabel yang diuji, maka seluruh variabel memenuhi uji validitas karena memiliki nilai *loading* > 0,5.

Analisis Reliabilitas

Hasil analisis uji reliabilitas dengan koefisien alpha *Cronbach* menunjukkan nilai sebesar 0,904, nilai ini berada diatas 0,6,

sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai reliabilitas yang tinggi.

Analisis Faktor

Pembahasan analisis statistik dengan analisis faktor disajikan secara sistematis berdasarkan langkah-langkah yang dikemukakan oleh Supranto (2004) sebagai berikut:

1. Matrik Korelasi

Untuk menyimpulkan apakah ke 16 saling berhubungan ditunjukkan oleh nilai determinan, KMO dan *Barlett's test of Sphericity*. Dari lampiran diketahui bahwa:

- Nilai Determinan = 0,000 ($< 0,5$), sehingga dapat disimpulkan bahwa antar variabel terjadi korelasi
- Nilai *Keyser-Meyer-Olkin* (KMO) sebesar 0,841 ($> 0,5$), nilai membuktikan bahwa hubungan antar variabel sangat dekat
- Barlett's Test of Sphericity* = 3155,182 pada signifikansi 0,000 maka dapat dinyatakan bahwa antar variabel terjadi korelasi (signifikan $< 0,05$)
- Untuk menguji keeratan antara variabel digunakan MSA (*Measures of Sampling Adequacy*) dimana jika nilai MSA adalah $> 0,5$, berarti hubungan antar variabel sangat erat, apabila nilai MSA $< 0,5$ maka hubungan antar variabel tidak erat. Dari model yang ada maka semua variabel digunakan, karena nilai *communality* (peranan variabel diseluruh faktor) semua variabel $> 0,5$, maka model analisis faktor bisa digunakan untuk penelitian ini.

2. Metode Analisis Faktor

Penentuan atau pemilihan teknik analisis faktor yang akan digunakan didasarkan pada kemampuan teknik tersebut dalam menjelaskan data yang ada serta tingkat keakuratan model analisis. Dalam penelitian ini dipilih teknik PCA (*Principal Component Analysis*) yang dikenal memberikan persentase kumulatif yang lebih baik dibandingkan dengan teknik yang lain. Dengan teknik PCA ini dapat diketahui bahwa teknik ini cukup tepat untuk menjelaskan data sebesar 70%, sedangkan sisanya 30% tidak mampu dijelaskan oleh teknik ini. Tetapi nilai 70% ini masih dipandang representative dalam menjelaskan fenomena data yang ada, karena tingkat keakuratannya masih diatas 50% (Supranto, 2004).

3. Penentuan Jumlah Faktor

Analisis faktor dapat menyederhanakan struktur data dari 16 variabel menjadi 4 faktor, penentuan jumlah faktor ini didasarkan pada tingkat *eigenvalue* diatas 1. Secara rinci, nilai *eigenvalue*, presentase varian dan kumulatif varian disajikan pada tabel dibawah ini:

Tabel 2. Penentuan Jumlah Faktor

Faktor	Eigenvalue	% Varian	Kumulatif Varian
Faktor 1	6,644	41,524	41,524
Faktor 2	2,627	16,419	57,943
Faktor 3	1,388	8,673	66,616
Faktor 4	1,255	7,846	74,462

Penentuan jumlah variabel berdasarkan nilai *eigenvalue* diatas 1, yang akan menyederhanakan struktur data dari 16 variabel menjadi 4 faktor yang ditunjukkan dibawah ini:

1. Faktor 1 nilai *eigenvalue* sebesar 6,644 dari 4 faktor dengan total indikator sebanyak 16, dimana nilai tersebut menjelaskan nilai yang mewakili total varian setiap indikator sebesar 6,644. Nilai varian pada faktor 1 sebesar 41,524 yang berarti masing-masing indikator mampu menjelaskan keragaman indikator sebesar 41,524% dari 4 faktor tersebut dengan jumlah indikatornya 16.
2. Faktor 2 nilai *eigenvalue* sebesar 2,627 dari 4 faktor dengan total indikator sebanyak 16, dimana nilai tersebut menjelaskan nilai yang mewakili total varian setiap indikator sebesar 2,627. Nilai varian pada faktor 2 sebesar 16,419 yang berarti masing-masing indikator mampu menjelaskan keragaman indikator sebesar 16,419% dari 4 faktor tersebut dengan jumlah indikatornya 16.
3. Faktor 3 nilai *eigenvalue* sebesar 1,388 dari 4 faktor dengan total indikator sebanyak 16, dimana nilai tersebut menjelaskan nilai yang mewakili total varian setiap indikator sebesar 1,388. Nilai varian pada faktor 3 sebesar 8,673 yang berarti masing-masing indikator mampu menjelaskan keragaman indikator sebesar 8,673% dari 4 faktor tersebut dengan jumlah indikatornya 16.
4. Faktor 4 nilai *eigenvalue* sebesar 1,255 dari 4 faktor dengan total indikator sebanyak 16, dimana nilai tersebut menjelaskan nilai yang mewakili total varian setiap indikator sebesar 1,255. Nilai varian pada faktor 4 sebesar 7,846 yang berarti masing-masing indikator mampu menjelaskan keragaman indikator sebesar 7,846% dari 4 faktor

tersebut dengan jumlah indikatornya 16.

5. Dilihat persentase kumulatif varian (banyaknya faktor yang dapat disarikan) dari keempat faktor nilainya sebesar 74,462%, atau besar dari 60%. Kesimpulannya adalah, seluruh faktor yang diekstraksikan/ disarikan dapat menunjukkan tingkat yang sangat memuaskan (Supranto, 2004).

4. Faktor Matrik

Faktor matrik adalah hasil analisis faktor sebelum dirotasi faktor matrik berisi koefisien-koefisien yang dipakai untuk menyatakan variabel-variabel baku dari faktor tersebut. Koefisien faktor (*loading*) yang memiliki nilai absolut > 0,5 berarti antara faktor dengan variabel menunjukkan korelasi yang tinggi. Secara ringkas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3. Hasil Analisis Faktor Matrik

Faktor	Indikator yang Tercakup	Nilai Loading
Faktor 1	Usia dan Siklus Hidup (X_{10})	0,843
	Keyakinan dan Sikap (X_{16})	0,838
	Motivasi (X_{13})	0,806
	Kepribadian dan Konsep Diri (X_{12})	0,780
	Gaya Hidup (X_{11})	0,777
	Pembelajaran (X_{15})	0,765
Faktor 2	Persepsi (X_{14})	0,856
	Kelompok Acuan (X_7)	0,849
	Kelas Sosial (X_6)	0,813
	Peran dan Status (X_9)	0,780
Faktor 3	Produk (X_1)	0,821
	Harga (X_2)	0,805
	Promosi (X_4)	0,760
	Distribusi (X_3)	0,709
Faktor 4	Budaya (X_5)	0,870
	Keluarga (X_8)	0,848

Variabel yang tercakup dalam faktor 1 adalah usia dan siklus hidup (X_{10}) dengan nilai *loading* adalah 0,843, keyakinan dan sikap (X_{16}) dengan nilai *loading* sebesar

0,838, motivasi (X_{13}) dengan nilai *loading* sebesar 0,806, kepribadian dan konsep diri (X_{12}) dengan nilai *loading* sebesar 0,780, gaya hidup (X_{11}) dengan nilai *loading* 0,777 dan pembelajaran (X_{15}) dengan nilai *loading* 0,765. Variabel yang tercakup dalam faktor 2 adalah persepsi (X_{14}) dengan nilai *loading* sebesar 0,856, kelompok acuan (X_7) dengan nilai *loading* adalah 0,849, kelas sosial (X_6) dengan nilai *loading* adalah 0,813, kemudian peran dan status (X_9) nilai *loading*nya sebesar 0,780. Variabel yang tercakup dalam faktor 3 adalah produk (X_1) nilai *loading*nya sebesar 0,821, harga (X_2) dengan nilai *loading* adalah 0,805, promosi (X_4) dengan *loading* sebesar 0,760 dan distribusi (X_3) nilai *loading*nya sebesar 0,709. Variabel yang tercakup dalam faktor 4 adalah budaya (X_5) dengan nilai *loading* sebesar 0,870, dan keluarga (X_8) dengan nilai *loading* 0,848.

Pada faktor matrik ini struktur data yang lebih sederhana belum bisa dijumpai, karena masing-masing faktor belum dapat menjelaskan variabel-variabel baku dari faktor tersebut, untuk itu perlu dilakukan rotasi.

5. Rotasi Matrik

Untuk memperoleh struktur data yang lebih sederhana dimana masing-masing faktor dapat menjelaskan variabel-variabel baku, maka dari setiap faktor dilakukan rotasi faktor *varimax* (usaha meminimumkan banyaknya variabel dengan *high loading*) melalui iterasi konvergen sebanyak 5 kali. Hasil tersebut disusun kembali kemudian dilakukan identifikasi nama faktor yang sesuai dan disajikan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. Hasil Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Mengambil Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah

Identifikasi Faktor	% Varian	Variabel	Nilai Loading
Faktor 1	41,524	Usia dan Siklus Hidup (X_{10})	0,843
		Keyakinan dan Sikap (X_{16})	0,838
		Motivasi (X_{13})	0,806
		Kepribadian dan Konsep Diri (X_{12})	0,780
		Gaya Hidup (X_{11})	0,777
		Pembelajaran (X_{15})	0,765
Faktor 2	16,419	Persepsi (X_{14})	0,856
		Kelompok Acuan (X_7)	0,849
		Kelas Sosial (X_6)	0,813
		Peran dan Status (X_9)	0,780
Faktor 3	8,673	Produk (X_1)	0,821
		Harga (X_2)	0,805
		Promosi (X_4)	0,760
		Distribusi (X_3)	0,709
Faktor 4	7,846	Budaya (X_5)	0,870
		Keluarga (X_8)	0,848

Dari rotasi faktor diatas dapat dilihat bahwa dari variabel penelitian terdapat 16 variabel yang tercakup dalam 4 faktor, seluruh variabel nilai *loading*nya $> 0,5$. Ini menunjukkan bahwa 16 variabel tersebut yang mendorong nasabah dalam menabung di bank syariah, yang tersebar kedalam 4 faktor.

6. Interpretasi Faktor

Dari hasil rotasi pada tabel 4 terlihat bahwa 16 variabel (nilai *loading*nya $> 0,5$) yang tersebar pada 4 faktor dengan total varian sebesar 74,462%. Pada dasarnya langkah diatas mengindikasikan korelasi antara variabel dengan faktor itu sendiri, dengan kata lain merupakan peranan variabel didalam suatu faktor. Interpretasi faktor dibawah ini mengacu pada hasil analisis yang ada pada tabel 4.

1. Faktor usia dan siklus hidup, keyakinan dan sikap, motivasi, kepribadian dan konsep diri, gaya hidup dan pembelajaran

Faktor pertama adalah usia dan siklus hidup, keyakinan dan sikap, motivasi, kepribadian dan konsep diri, gaya hidup dan pembelajaran, dimana terlihat persentase varian (persentase varian total yang disumbangkan oleh variabel dalam faktor 1) sebesar 41,524%. Variabel yang tergabung dalam faktor satu ini memiliki *range* faktor *loading* dari 0,765 hingga 0,843, artinya korelasi antara variabel dengan faktor tersebut berkisar antara 76,5% sehingga 84,3%. Korelasi tertinggi variabel dengan faktor adalah usia dan siklus hidup, sedangkan korelasi terendah adalah pembelajaran. Semakin tinggi faktor *loading* mengindikasikan bahwa variabel yang bersangkutan dapat dilihat sebagai *surrogate* variabel.

2. Faktor persepsi, kelompok acuan, kelas sosial, serta peran dan status

Faktor kedua yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk menjadi nasabah bank syariah yaitu persepsi, kelompok acuan, kelas sosial, kemudian peran dan status. Dimana terlihat persentase varian (persentase varian total yang disumbangkan oleh variabel yang terdapat dalam faktor 2) sebesar 16,419%. Variabel yang tergabung dalam faktor 2 ini mempunyai *range* faktor *loading* 0,780 hingga 0,856, artinya korelasi antara variabel dengan faktor berkisar antara 78,0% hingga 85,6%. Korelasi tertinggi variabel dengan faktor adalah persepsi, sedangkan korelasi terendah adalah peran dan status.

3. Faktor produk, harga, promosi dan distribusi

Faktor ketiga ini terdiri dari produk, harga, promosi dan distribusi, dengan nilai persentase varian (persentase varian total yang disumbangkan oleh variabel yang terdapat dalam faktor 3) sebesar 8,673%. Variabel yang tergabung dalam faktor 3 ini memiliki faktor *loading* 0,709 hingga 0,821, artinya korelasi antara variabel dengan faktor tersebut berkisar antara 70,9% hingga 82,1%. Korelasi tertinggi variabel dengan faktor adalah produk, sedangkan distribusi merupakan korelasi yang terendah.

4. Faktor budaya dan keluarga

Faktor keempat terdiri dari budaya dan keluarga dengan nilai persentase varian (persentase varian total yang disumbangkan oleh variabel dalam faktor 4) sebesar 7,846%. Variabel yang tergabung dalam faktor ini mempunyai nilai *loading* 0,848 dan 0,870, artinya korelasi antara variabel dengan faktor tersebut berkisar antara 84,8% hingga 87,0%.

PEMBAHASAN

Dari penelitian yang telah dilakukan maka dapat dijelaskan hal-hal sebagai berikut:

1. Faktor usia dan siklus hidup, keyakinan dan sikap, motivasi, kepribadian dan konsep diri, gaya hidup dan pembelajaran

Perlunya adanya mengidentifikasi tingkat usia dari calon nasabah potensial bagi industri perbankan syariah yang ada di Sumatera Barat. Semakin tinggi usia seorang nasabah, maka semakin tinggi standar yang dimilikinya dalam menilai sesuatu hal, termasuk juga

dalam menilai fasilitas yang dimiliki oleh bank. Semakin tua seorang nasabah, maka semakin tinggi harapannya untuk dilayani dengan baik. Karena semakin tua nasabah tersebut maka kondisi fisiknya semakin lemah dan tinggi keinginannya untuk diperlakukan secara khusus. Perlu adanya pelayanan khusus bagi nasabah yang berusia lanjut tersebut, seperti menciptakan pelayanan khusus berupa fasilitas fisik baru yang membantu mereka disaat antrian, atau fasilitas ruang tunggu yang nyaman bagi mereka. Karena jasa dengan mengacu pendekatan kepada usia harus lebih berhati-hati dan detail dalam melayaninya. Dan pihak manajemen bank syariah perlu memberikan perhatian yang besar pada perubahan situasi hidup (siklus hidup) nasabah dan dampaknya terhadap perilaku konsumsi nasabah.

Pihak manajemen bank syariah harus mendalami bagaimana keyakinan dan sikap masyarakat Sumatera Barat terhadap bank syariah?. Keyakinan mungkin berdasarkan pengetahuan pendapat atau kepercayaan nasabah, dimana kesemuanya itu mungkin atau tidak mungkin mengandung faktor emosional. Pihak bank syariah bisa saja mengoreksi keyakinan tersebut dengan melakukan kampanye pemasaran tertentu. Keyakinan dan sikap masyarakat inilah yang membentuk citra bank syariah di mata masyarakat Sumatera Barat, dimana nasabah akan bertindak berdasarkan citra tersebut. Hasil ini sejalan dengan temuan Pertiwi dan Ritonga (2012) yang menyatakan bahwa keputusan nasabah untuk menabung didorong oleh beberapa faktor, salah satunya adalah faktor keyakinan.

Bagaimana motivasi secara individual yang mendorong masyarakat Sumatera Barat dalam mengkonsumsi suatu produk atau jasa?. Motivasi individu merupakan kebutuhan yang cukup besar dalam mendorong nasabah untuk bertindak untuk mengkonsumsi suatu produk. Pembelajaran dan pengalaman seperti apa yang mempengaruhi perilaku nasabah di Sumatera Barat?.

Bagaimana kepribadian secara umum di tengah-tengah masyarakat Sumatera Barat?. Hal ini barang tentu tidak sama dengan masyarakat yang ada di provinsi lain. Kepribadian merupakan karakteristik psikologis seseorang yang berbeda dengan orang lain yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungannya. Kepribadian biasanya dijelaskan dengan menggunakan ciri-ciri seperti kepercayaan diri, dominasi, otonomi, kehormatan, kemampuan berorientasi, pertahanan diri, dan kemampuan beradaptasi. Kepribadian dapat menjadi sangat berguna dalam menganalisis perilaku nasabah, asalkan jenis kepribadian tersebut dapat diklasifikasikan dengan akurat dan asalkan terdapat korelasi yang kuat antara jenis kepribadian tertentu dengan pilihan produk bank syariah. Juga berkaitan dengan kepribadian adalah konsep diri seorang nasabah. Bank syariah berusaha mengembangkan citra bank yang sesuai dengan citra pribadi pasar sasaran di Sumatera Barat.

Gaya hidup yang dimaksud adalah merupakan pola hidup masyarakat Sumatera Barat yang diekspresikan dalam aktivitas, minat dan opininya. Gaya hidup ini menggambarkan

bagaimana keseluruhan diri nasabah yang berinteraksi dengan lingkungannya. Perubahan perilaku konsumsi nasabah timbul dari pengalaman hidupnya. Perilaku konsumsi nasabah adalah hasil dari belajar selama hidupnya. Pihak bank syariah harus mampu membangun permintaan atas sebuah produk perbankan yang mengaitkannya pada dorongan yang kuat dari nasabah.

2. Faktor persepsi, kelompok acuan, kelas sosial, serta peran dan status

Pihak manajemen bank syariah harus mendalami bagaimana persepsi masyarakat Sumatera Barat terhadap bank syariah. Dimana persepsi inilah yang akan memotivasi masyarakat bertindak dan akan mempengaruhi persepsinya terhadap keinginan menjadi nasabah di bank syariah. Seperti apakah kelompok acuan yang ada tengah-tengah masyarakat Sumatera Barat? dan bagaimanakah pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung kelompok acuan tersebut terhadap sikap atau perilaku konsumsi nasabah?. Perilaku nasabah sangat dipengaruhi oleh kelompok acuan, seperti pada perilaku konsumsi, gaya hidup baru, konsep pribadi, kebiasaan dan pilihan produk dan merek.

Pihak manajemen bank syariah harus melakukan kajian tentang “seperti apakah kelas sosial yang ada di masyarakat Sumatera Barat?” karena kelas sosial merupakan suatu yang ada ditengah masyarakat yang relatif bersifat homogen dan permanen yang tersusun dan anggotanya menganut nilai-nilai, minat dan perilaku yang hampir serupa. Kelas sosial menunjukkan preferensi produk dan merek

yang berbeda dalam banyak hal. Dimana nilai, minat dan perilaku masyarakat di suatu daerah akan cenderung sama, dan akan mempengaruhi perilakunya dalam mengkonsumsi produk dan jasa.

Kajian selanjutnya adalah melihat bagaimana individu masyarakat Sumatera Barat berperan dan berpartisipasi kedalam banyak kelompok sepanjang hidupnya. Seperti keluarga, klub, ataupun organisasi. Kedudukan nasabah di masing-masing kelompok dapat di tentukan berdasarkan peran dan status. Peran merupakan kegiatan yang diharapkan dilakukan oleh seseorang. Status merupakan masing-masing dari peran tersebut akan menghasilkan status.

3. Faktor produk, harga, promosi dan distribusi

Bank syariah yang beroperasi di Sumatera Barat perlu mengevaluasi bauran pemasaran yang mengacu pada paduan strategi produk, harga, distribusi dan promosi yang dirancang untuk menghasilkan pertukaran yang saling memuaskan dengan pasar yang ditujunya. Hasil penelitian Yupitri, E., & Sari, R. L. (2013) menemukan bahwa bauran pemasaran memiliki pengaruh yang kuat terhadap minat nasabah non muslim untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri.

4. Faktor budaya dan keluarga

Seperti apakah budaya yang dianut oleh masyarakat Sumatera Barat?. Hal ini perlu menjadi pertanyaan bagi manajemen bank syariah yang beroperasi di Sumatera Barat, karena budaya merupakan penentu keinginan

dan perilaku yang paling mendasar bagi nasabah. Bagaimana konsep keluarga yang dianut oleh masyarakat Sumatera Barat?. Karena keluarga merupakan organisasi paling penting dalam masyarakat, yang menjadi kelompok acuan primer yang paling berpengaruh dalam pola konsumsi. Keluarga merupakan kelompok sosial yang mempengaruhi nilai, sikap, konsep pribadi, dan perilaku pembelian nasabah.

KESIMPULAN

1. Diperoleh hasil bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam mengambil keputusan menabung di bank syariah adalah faktor *marketing mix*, faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi dengan persentase varian 74,462% yang artinya responden masih mempertimbangkan variabel yang diteliti, sedangkan sisanya 25,538% memperlihatkan variabel lain yang tidak tercakup dalam variabel penelitian ini.
2. Berdasarkan hasil analisis faktor diperoleh 4 faktor yang terdiri dari 16 variabel yang memiliki nilai *loading* > 0,5 dimana faktor pertama terdiri dari variabel usia dan siklus hidup, keyakinan dan sikap, motivasi, kepribadian dan konsep diri, gaya hidup dan pembelajaran. Faktor kedua terdiri dari variabel persepsi, kelompok acuan, kelas sosial, serta peran dan status. Faktor ketiga terdiri dari variabel produk, harga, promosi dan distribusi. Faktor keempat terdiri dari variabel budaya dan keluarga.
3. Variabel yang mempengaruhi nasabah dalam mengambil keputusan menabung

di bank syariah adalah: usia dan siklus hidup, keyakinan dan sikap, motivasi, kepribadian dan konsep diri, gaya hidup, pembelajaran, persepsi, kelompok acuan, kelas sosial, peran dan status, produk, harga, promosi, distribusi, budaya dan keluarga.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfin, Rita. (2013). Effect of Service Quality and Product Quality to Corporate Image, Customer's Satisfaction and Customer's Trust. *IOSR Journal of Business and Management*, 9 (6): 1-9.
- Ananth, A., Ramesh, R. and Prabakaran, B. (2011). Service Quality GAP Analysis in Private Sector Banks A Customer Perspective. *Internationally Indexed Journal*, 2 (1) : 245-252.
- Andespa, Roni. (2016). Strategi Industri Perbankan di Sumatera Barat: Pemilihan Segmentasi Pasar untuk Menciptakan Pelayanan yang Memuaskan, *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 1 (1): 47-62.
- Andespa, Roni. (2016). Studi Perbandingan Kualitas Pelayanan Industri Perbankan Syariah dengan Konvensional, *Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, 1 (1): 77-92.
- Andespa, Roni. (2016). Meningkatkan Pertumbuhan Nasabah Bank Syariah: Mendukung Pembiayaan Promosi, Pendidikan dan Pelatihan, *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 1 (2): 171-188.

- Andespa, Roni. (2016). Strategi Pelayanan Bank Konvensional dan Syariah: Prioritas Pelayanan Fisik dan Empati dalam Memenuhi Kepuasan, *Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, 1 (2): 143-159.
- Andespa, Roni. (2013). Menciptakan Nilai Untuk Nasabah dengan Strategi Customer Relationship Marketing, *Eko dan Bisnis: Riau Economic and Business Review*, 4 (1): 69-79.
- Andespa, Roni. (2011). Orientasi Pasar Jasa Perbankan, *Eko dan Bisnis: Riau Economic and Business Review*, 2 (1): 22-32.
- Assael, Henry. (2001). *Consumer Behavior*. New York: Thompson Learning.
- Boyd, H. W., Walker, O. C., & Larreche, J. C. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kinnear, Thomas C, & Taylor, James R. (2003). *Riset Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson Education.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2011). *Essentials of Marketing*. Boston: Cengage Learning.
- Mehta, A. (1994). How Advertising Response Modeling (ARM) Can Increase ad Effectiveness, *Journal of Advertising Research*, 34: 62-62.
- Oliver, Richard L. (2006). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. New York: McGraw- Hill.
- Percy, L., & Rossiter, J. R. (1992). A Model of Brand Awareness and Brand Attitude Advertising Strategies, *Psychology & Marketing*, 9 (4): 263-274.
- Pertiwi, D., & Ritonga, H. D. (2012). Analisis Minat Menabung Masyarakat Pada Bank Muamalat di Kota Kisaran, *Ekonomi dan Keuangan*, 1 (1): 61-69.
- Sugiyono. (2004). *Statistik Nonparametris*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto, J. (2004). *Analisis Multivariat Arti dan Interpretasi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Swastha, Basu. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Liberty.
- Umar, Husein. (2005). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Wahab, Wirdayani. (2016). Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *JEBI (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)*, 1 (2): 167-184.
- Yupitri, E., & Sari, R. L. (2013). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri di Medan, *Ekonomi dan Keuangan*, 1 (1): 46-60.

PERANAN *RISK-PREFERENCE* TERHADAP PEMBIAYAAN MACET PADA BMT: METODE EKSPERIMEN *MULTIPLE PRICE LIST*

DAVY HENDRI

Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang
E-mail: davyhendri74@gmail.com

Abstract

The theme of the article is the banks and financial institutions. Several studies have also found that various LKMS financing products also provide incentives and disincentives to the trend of stalled installment financing. This study highlights the impact of characteristics such as: risk and religiosity preferences, which may differ from individual beneficiaries of financing to sharia microfinance institutions (LKMS) to the probability of stalling their financing. The study was conducted by taking primary data in the form of samples of 60 customers who received financing from 1 LKMS but consisted of 30 debtors who experienced financing installment defaults and 30 went smoothly. The process of collecting data uses a questionnaire containing questions about basic demographics, in addition to questions aimed at raising Islamic risk and religiosity preferences. In addition, the impact of external environmental characteristics is also estimated by using probit regression. Group-based financing, which is one of the objectives of reducing adverse selection, can have the opposite effect. Ineffective group roles for various reasons, contagion can be a trigger for moral hazard for other group members. The study found that in addition to religiosity, as an internal factor, the effectiveness of financing groups as a timely external factor of timely payment compliance also plays an important role.

Keywords: *Microfinance Institutions Sharia, Religiosity, Risk*

PENDAHULUAN

Setelah mengalami pertumbuhan mengesankan sampai akhir 2013, industri keuangan syari'ah mulai menunjukkan gejala mengkhawatirkan sejak awal 2014. Rerata NPF (*Non Performing Financing*) dari BUS (Bank Umum Syari'ah) selama rentang 2014 mencatat kenaikan signifikan. Bahkan pada Januari 2015, NPF tercatat 4,87 %. Angka ini bahkan lebih tinggi daripada sejawatnya di perbankan konvensional pada saat yang sama hanya mencatat NPL (*Non Performing Loan*) sebesar 2,28 %. Sementara itu pada level BPR, keadaannya lebih mengkhawatirkan lagi. Angka NPF pada BPRS secara rerata kumulatif pada

Januari 2015 telah mencapai 8,97 % (Statistik Perbankan Indonesia OJK, Maret 2015).

Beragam penelitian telah menjelaskan bauran faktor eksternal dan internal sebagai penyebab tingginya angka NPL/NPF perbankan. Dari sisi faktor eksternal, jelas bahwa melambannya pertumbuhan ekonomi, inflasi dan kejatuhan nilai tukar, merupakan determinan umum kenaikan NPL/NPF (*bad luck hypothesis*). Kenaikan NPF dari BUS Indonesia ini merupakan pengulangan serupa kejadian dalam rentang 2007-2012. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor penentu NPF, lebih dipengaruhi oleh variabel internal dibandingkan dengan

variabel eksternal. Dengan kata lain, praktek Bank syariah di Indonesia yang tidak efisien pada periode itu secara tidak langsung mendukung *bad management hypothesis*. Manajemen yang buruk merupakan sinyal dari praktik manajemen dalam hal *underwriting* pembiayaan, pemantauan, dan pengendalian pembiayaan.

Mungkin sebagai strategi menekan NPF, pada saat ini BUS telah merubah porsi pembiayaannya untuk UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) dan non-UMKM dari sejak mid 2014, yang biasanya > 50 % untuk UMKM sekarang menjadi terbalik. Sejak Juni 2014 sampai sekarang, lebih dari 70 % porsi pembiayaan BUS secara nasional telah dialokasikan kepada nasabah non-UMKM (Statistik Perbankan Indonesia OJK, Maret 2015). Selain itu, BUS mulai selektif dalam memberikan pembiayaan kepada sektor perdagangan, hotel dan restoran sebagai sektor penyumbang NPL terbesar. Apakah ini hal ini dapat diasumsikan bahwa BUS memandang bahwa nasabah dari UMKM dan bergerak di sektor perdagangan merupakan nasabah dengan resiko pembiayaan atau gagal bayar (*default*) tinggi?.

Jika iya, bagaimana keadaannya pada lembaga keuangan (LK) pada level KJKS (Koperasi Jasa Keuangan Syariah) atau BMT (Baitul Maal wat Tamwil) yang dalam operasional hariannya justru mengambil ceruk pasar nasabah UMKM?. Ketiadaan data resmi dan valid untuk menjawabnya secara pasti membuat kita hanya bisa menduga bahwa hal yang sama akan terjadi. Logika linear (*common*

sense) tentu akan menjawab bahwa jika LK semacam BUS dengan SOP mekanisme seleksi kredit yang ketat namun masih mengalami besarnya angka NPL, apalagi dengan LK mikro syaria'ah (LKMS) sekelas KJKS atau BMT.

Kajian tentang determinan NPF pada LK sebagian besar masih berkuat pada sisi eksternal makro, yaitu kondisi perekonomian. Sementara itu masih terbatas dan amat sedikit yang diketahui tentang sisi internal mikro, yaitu karakteristik (perilaku) nasabah yang *default* pada pinjaman mereka. Walaupun ada, namun yang menjadi perhatian adalah rekam jejak kondisi ekonomi calon peminjam. Penjelasan itu tidak cukup karena mengabaikan sama sekali aspek risiko yang menjadi penggerak dasar perilaku buruk rumah tangga (Pearlman, 2012). Memahami perilaku peminjam merupakan komponen penting dari mengurangi *adverse selection* dan *moral hazard* pinjaman yang dapat menyebabkan *default*. Kedua konsep ini mewujudkan beberapa tantangan terbesar yang dihadapi oleh LK terutama LKM, dan hal itu memberikan motivasi utama untuk penelitian ini.

TUJUAN

Berbagai studi di atas tidak memperhitungkan aspek heterogenitas preferensi individu peminjam. Di sisi lain, tipe LKM yang menjadi fokus studi sebagian besar studi selama ini merupakan LKM konvensional. Oleh karenanya, studi ini mencoba untuk melihat:

1. Apakah peminjam yang menunggak dan tidak menunggak angsuran pembiayaan dari LKMS, mengungkapkan perbedaan tingkat preferensi risiko?

2. Dampak berbagai atribut lain dari individu, seperti karakteristik sosial-ekonomi, demografi, geografi, budaya dan politik terhadap status menunggak atau tidaknya seseorang nasabah pada LKMS.
3. Memberikan alternatif *assesment* preferensi resiko sebagai *tools* pelengkap untuk mekanisme seleksi pemberian pembiayaan oleh LKMS.

HIPOTESIS

Pada paparan pendahuluan, secara umum, berbagai hasil studi ini telah menunjukkan suatu pola keterkaitan yang baku antara probabilita default pembiayaan nasabah pada suatu LK dengan beberapa faktor internal individu. Tidak lupa relasi peranan factor regulasi (eksternal) juga berperan, Dalam konteks LKM semisal LKMS, karakteristik konsep dan regulasi unik yang dimilikinya, bisa menjadi insentif dan disinsentif probabilitas default. Oleh karenanya, riset ini membentuk suatu hipotesa yang akan dbuktikan melalui analisis temuan, sebagai berikut:

1. Peminjam yang menunggak mempunyai preferensi risiko yang lebih tinggi daripada peminjam yang tidak menunggak
2. Peminjam yang menunggak mempunyai level religiusitas yang lebih rendah daripada peminjam yang tidak menunggak
3. Karakteristik individu (factor internal) dan regulasi atau *good governance* LKMS (faktor eksternal) turut menentukan status default individu

TINJAUAN LITERATUR

Preferensi Risiko

Di negara-negara berkembang, risiko tersebar luas terutama karena potensi untuk sering mengalami guncangan tak terduga, dan sekaligus ketidakmampuan masyarakat miskin untuk memberikan asuransi terhadap guncangan ini (Banerjee dan Dufflo, 2007). Risiko dan ketidakpastian memainkan peran penting dalam hampir setiap keputusan ekonomi yang penting. Karena setiap orang berbeda dalam cara mereka mengambil keputusan yang melibatkan risiko dan ketidakpastian dan karena perbedaan-perbedaan ini sering digambarkan sebagai perbedaan sikap terhadap risiko, maka memahami preferensi risiko individu merupakan prasyarat untuk memahami perilaku ekonomi.

Para ekonom secara tradisional menggunakan *Expected Utility Theory* (EUT) untuk menganalisis tindakan individu ketika mereka dihadapkan dengan keputusan dalam ketidakpastian (Leiberman, 2011). Dengan penggunaan probabilitas, EUT berasal dari variasi utilitas individu sebagai konsekuensi preferensi risiko yang berbeda pula (Leiberman, 2011). Neumann dan Morgenstern (1953) berpendapat bahwa dengan EUT, pengambil keputusan yang rasional akan memilih hasil yang menawarkan utilitas tertinggi.

Dalam konteks kredit mikro, Stiglitz (1990) memperkenalkan model *ex ante moral hazard* dalam keuangan mikro. Model Stiglitz mengungkapkan bahwa mentransfer risiko akan meningkatkan kesejahteraan peminjam secara keseluruhan yang tergabung

di dalam grup. Vereshchagina *et al.* (2009) lebih lanjut mempelajari ide ini dengan menjelajahi risiko dalam konteks pengusaha. Para peneliti mengembangkan teori risiko kewirausahaan sebagai variabel endogen untuk mengamati preferensi risiko pengusaha. Dalam studi mereka, peneliti menemukan bahwa pengusaha miskin memiliki kecenderungan lebih besar untuk mengejar proyek-proyek yang relatif berisiko. Beberapa penelitian lain mendukung pernyataan ini, mendalilkan bahwa pengusaha mewujudkan seperangkat preferensi yang mendorong mereka untuk terlibat dalam perilaku berisiko.

Demikian pula, Cressy (2000) dan Polkovnichenko (2003) menunjukkan bahwa pengusaha mungkin kurang menolak risiko karena mereka relatif lebih memiliki modal human capital atau karena mereka kaya. Sementara asumsi ini mungkin berlaku untuk pengusaha, itu tidak mewakili peminjam keuangan mikro di negara berkembang. Dalam penelitian terkait, Pearlman (2012) penawaran khusus dengan risiko dan seleksi keuangan mikro. Dengan menguraikan model yang melibatkan tingkat risiko proyek dan kemampuan rumah tangga untuk mengelola risiko, penulis menentukan bahwa risiko signifikan dalam menentukan partisipasi keuangan mikro secara keseluruhan. Di sini, Pearlman (2011) menyatakan keterkaitan tingkat penetrasi keuangan mikro yang rendah dengan kerentanan (*vulnerability*) klien, atau kesulitan menyesuaikan pola konsumsi mereka ketika menghadapi guncangan pendapatan negatif dari waktu ke waktu.

LKM Syari'ah

Keuangan mikro syariah dapat dipahami dalam konteks sikap agama Islam terhadap distribusi kekayaan, etika, dan keadilan sosial dan ekonomi (Dhumale dan Sapcanin, 1999). Bertentangan dengan keuangan mikro konvensional, keuangan syari'ah dipandu oleh tujuan syari'ah (*maqashiddul syar'iyah*) yaitu untuk meyakinkan bahwa kekayaan beredar kepada sebanyak mungkin orang, memastikan bahwa pertumbuhan dan pemerataan mempromosikan keadilan dan kesejahteraan sosial (Dusuki, 2008).

Ada empat prinsip utama memandu metode pembiayaan syariah, dan kemudian memainkan peran penting dalam keuangan mikro syariah. Yang pertama dari prinsip-prinsip ini adalah larangan riba dalam transaksi ekonomi. Beberapa bagian penting dalam Al-Qur'an berkaitan dengan regulasi keuangan, dan khusus untuk riba. Penafsiran riba telah diperebutkan dalam praktek, dengan beberapa mengidentifikasi sebagai tarif eksploitatif atau berlebihan bunga, dan lain-lain mendasarkan definisi tentang konsep bunga secara keseluruhan (Abdul Rahman, 2007).

Selain melarang riba, prinsip berikutnya adalah ide pembagian risiko antara pemberi pinjaman dan peminjam. Ide ini mempromosikan laba rugi pembagian antara dua pihak selama periode waktu yang positif dan negatif (El-Komi dan Croson, 2011). Ketika LKM menjadi partner pemilik bisnis, itu berarti bahwa baik peminjam dan pemberi pinjaman memiliki minat yang kuat dalam keberhasilan proyek (IFAD, 2012). Akhirnya,

prinsip keempat hukum Islam menetapkan bahwa uang hanya dapat dimanfaatkan sebagai alat tukar, dan tidak dapat digunakan sebagai investasi terhadap kegiatan yang tidak produktif.

Pada intinya, LKM Syari'ah mengandalkan persaudaraan spiritual dan ide saling membantu untuk mendorong anggota untuk membayar kembali pinjaman mereka, atau mendorong orang lain untuk membantu rekan-rekan mereka dalam membayar pinjaman mereka (Ahmed, 2002). LKM Syari'ah juga menegaskan jargon kepada nasabah pembiayaannya bahwa tidak membayar utang dianggap berdosa menurut Islam, yang akan memotivasi peminjam untuk membayar pinjaman mereka (Ahmed, 2002).

Berdasarkan mekanisme pemberian sanksi atas nasabah "nakal" bervariasi antara pembiayaan syariah dan konvensional, nasabah yang bertipe *risk-lovers* cenderung untuk tertarik kepada model pembiayaan syariah. Selain itu, doktrin ini juga menciptakan kesempatan munculnya potensi *moral hazard* nasabah yang bertipe *risk-lovers*. Kemungkinan lain mengapa nasabah yang bertipe *risk-lovers* menggunakan jasa keuangan mikro syariah mungkin dikarenakan tersedianya peluang untuk menegosiasikan permohonan jenis pinjaman yang diajukan.

Nasabah juga memperhitungkan biaya yang diharapkan dari default. LK(M) syari'ah dapat mengenakan penalti untuk peminjam yang bermasalah, tapi tidak seperti dengan pinjaman konvensional mereka harus memberikan penalti itu untuk amal. Ketiadaan insentif ini menjadikan LK(M) syari'ah enggan untuk

memberikan hukuman dan juga bertujuan untuk menjaga peminjam tetap dalam keadaan mampu membayar. Hal ini membuat biaya yang diharapkan dari pembiayaan syari'ah yang macet untuk peminjam lebih rendah daripada biaya yang diharapkan dari pinjaman konvensional.

Oleh karena itu, mereka yang memiliki probabilitas pembiayaan macet yang lebih tinggi dari standar harus memilih pembiayaan syari'ah daripada pinjaman konvensional dan kita tentu akan melihat tingkat pembiayaan macet yang lebih tinggi pada pembiayaan syari'ah. Di sisi lain, dalam kontrak pembiayaan syari'ah semisal *ijaroh muntahiya bit tamlik* (IMBT), default dapat mengakibatkan kehilangan akses bagi peminjam untuk obyek yang dibiayai (mobil, misalnya) daripada pembiayaan konvensional, terutama ketika yang terakhir ini tanpa agunan. Dalam kasus kedua probabilitas default pembiayaan syari'ah mungkin lebih rendah.

Seperti peminjam, bank mendasarkan keputusan pemberian kredit mereka pada perbandingan rasional yang berkaitan dengan biaya dan manfaat. Petugas pinjaman di bank memberikan pinjaman Islam mungkin misalnya menargetkan peminjam muda dan lebih berisiko untuk menuai bisnis masa depan dan keuntungan yang lebih tinggi, atau mereka mungkin kurang berpengalaman dalam menilai risiko kredit dan kurang sensitif tentang kualitas kredit debitur mereka secara umum. Dalam semua kasus ini kita akan mengamati tingkat yang lebih tinggi dari default pada pembiayaan syari'ah.

Di sisi lain, bank mungkin lebih peduli tentang risiko peradilan saat pemberian pembiayaan syari'ah (Jobst (2007)). Tidak hanya bisa peminjam pembiayaan syari'ah beralih ke pengadilan syariah, yang memerintah pada kasus-per kasus, tetapi mereka juga dapat meminta ganti rugi di pengadilan biasa yang juga bisa berubah syariat ketika dihadapkan dengan pembiayaan syari'ah (lihat Hussain (2011) untuk primer pada sistem pengadilan Pakistan). Untuk menghindari beban ganda ini LK syari'ah dapat menyaring peminjam pembiayaan syari'ah lebih ketat. Tindakan ini kemungkinan akan mengurangi (atau paling tidak menunda) pembiayaan syari'ah macet.

METODOLOGI PENELITIAN

Untuk mengeksplorasi masalah ini, kami mengungkapkan preferensi resiko dan religiusitas responden melalui kuisioner dalam sebuah survei. Survei dilakukan untuk memperoleh data terkait identitas, kondisi sosial-ekonomi dan status pembiayaan serta relasi antara nasabah-LKMS yang memperoleh pembiayaan baik dalam status default maupun lancar pembayaran pembiayaan. Hasil survey nasabah pada LKMS (syari'ah) dengan perbedaan status default pembiayaan itu akan digunakan dalam analisis komparasi terhadap kecendrungan masing-masing nasabah dalam kontek preferensi resiko dan religiusitas.

Data

Dataset utama untuk analisis adalah data primer yang terdiri dari masing-masing terdiri dari 30 (tiga puluh) orang nasabah dengan status default atau lancar angsuran pembiayaab

pada LKMS sehingga total ada 60 (enam puluh) responden. Selain itu, untuk melihat efek gender maka peserta perempuan juga dilibatkan sebagai sampel.

Variabel dan Pengukuran

Sebagai variabel utama dalam penelitian maka defenisi dan pengukuran kedua variabel ini; preferensi resiko dan religiusitas, harus ditetapkan secara benar. Untuk itu, dalam penelitian ini tools yang digunakan merujuk kepada set pertanyaan dalam kuisioner survei IFLS (*Indonesian Family Live Survey*) dan set penelitian eskperimental terkait perilaku dan sikap individu terkait aspek finansial yang sudah menjadi standar rujukan dalam berbagai riset terkait perilaku individu/rumah tangga. Dua isu utama terkait riset sikap dan perilaku individu dalam aspek finansial ini adalah preferensi resiko (*risk-preference*) dan preferensi waktu (*time-preference*).

Preferensi Risiko

Preferensi resiko sebagai variabel yang digunakan dalam riset ini berada dalam konteks komparasi superlatif. Dengan kata lain, preferensi resiko diukur dari level kecintaan individu terhadap resiko financial. Rasional dibalik penggunaan variabel ini adalah kecendrungan umum terjadinya homogenitas nasabah pelaku usaha terhadap resiko. Para pengusaha (entrepreneur) dianggap cenderung lebih menyukai resiko (*risk-lovers*). Oleh karenanya, penelitian ini mencoba mengestimasi level kecintaan terhadap resiko itu sendiri (level *risk-lovers*). Dengan kata lain, pengungkapan preferensi resiko dalam

riset ini tidak dilakukan dengan pengukuran secara kontradiktif dari dua titik ekstrem; benci (*averse*) atau suka (*lovers*) terhadap resiko.

Untuk mengukur level *risk-lovers* ini maka digunakan tools eksperimen lapangan dengan menggunakan simulasi game terkait 6 nomor pilihan kondisi beresiko tertentu (dalam level positif). Untuk kepentingan rsiet ini, level *risk-lover* dikategorikan secara positif, mulai dari *very low* sampai kepada *very high*. Individu dikatakan memiliki level *risk-lover* yang *very low*, jika dalam single game (1 kali putaran) yang dimainkan, pilihannya jatuh pada nomor 1. Dikatakan memiliki level *risk-lover* yang *very high*, jika pilihannya jatuh pada nomor 6. Semakin tinggi nomor pilihan individu, maka bisa disimpulkan bahwa semakin besar derajat kecintaan individu terhadap resiko.

Religiusitas Muslim

Untuk mengukur tingkat religiusitas, digunakan pertanyaan terkait praktek ibadah individu dalam data karakteristik individu/ rumah tangga. Dalam kuisisioner karakteristik individu/rumah tangga pada IFLS4, pada buku 3A seksi TR, individu (muslim) diminta menjawab pertanyaan TR13 tentang berapa kali mereka berdoa (shalat) setiap hari. Sebuah penelitian dalam tema yang berbeda namun dalam konteks dan variabel yang sama (Gaduh, 2012) menggunakan data ini untuk memvalidasi penilaian diri religiusitas dari responden nasabah pembiayaan (Gaduh, 2012).

Selain itu, kuisisioner juga diperkaya dengan menambahkan beberapa pertanyaan terkait

praktek keagamaan lain, seperti kebiasaan bersedekah dan membaca Al-Qur'an dalam seminggu terakhir. Penekanan pada kebiasaan ini divariasikan oleh pengulangan kejadian yang diwakili oleh pertanyaan berapa kali bersedekah dan membca Al-Qur'an dalam seminggu terakhir. Bukan menggunakan variasi secara kuantitas, seperti berapa besar jumlah sedekah dan banyak halaman bacaan Al-Qur'an. Jadi, disimpulkan bahwa semakin sering individu bersedekah dan membaca Al-Qur'an dalam seminggu terakhir, maka individu tadi dianggap relatif lebih religius.

Selanjutnya, pengukuran level religiusitas dilakukan dengan dua cara. Pertama, menggabungkan ketiga komponen kegiatan ibadah tadi menggunakan metode PCA (*Principal Component Analysis*). Dari metode ini dihasilkan satu konstruk dan parameter level religiusitas setiap individu. Konstruk tadi disusun secara positif. Dalam hal ini disimpulkan bahwa semakin besar skor PCA religiusitas individu maka individu tadi dianggap relatif lebih religius.

Tabel 1. Deskripsi Karakteristik Responden Nasabah LKM

Variable	Obs	Mean	Std. Dev.	Min	Max
Karakteristik ART					
Sex (1=pr, 0=lk)	59	0.64407	0.4829	0	1
Umur	59	44.322	9.78289	28	67
Jumlah_ART	59	4.59322	2.39337	1	16
Status_RT (1=KRT, 0=IRT)	59	0.35593	0.4829	0	1
pca_rel	59	6.63142	3.20602	1.72	18.32
Risk	59	0.64286	0.48497	1	6
Konsistensi (1=Ya, 0=Tidak)	59	0.83051	0.37841	0	1
Karakteristik Usaha					
Lama_usaha	59	12.4746	10.5248	1	46
Peng_usaha (1=Ada, 0=tidak)	59	0.89655	0.3072	0	1
Omset_usaha	59	11.3542	10.8764	0	45
Karakteristik LKM					

Jarak	59	3.2961	3.90247	0.005	15
Diantar (1=Ya, 0=tidak)	59	0.59322	0.49545	0	1
Temu (1=Ya, 0=tidak)	59	0.25424	0.43917	0	1

Sumber : Data survey diolah

Metode Estimasi

Untuk mengestimasi determinan status default atau tidaknya pembiayaan individu pada LKMS dari berbagai kondisi sosial-ekonomi responden, digunakan dua analisis, yaitu analisis deskripsi dan multivariate. Analisis deskripsi dilakukan dengan menampilkan fakta rerata karakteristik pribadi, usaha dan relasi dengan LKMS dari individu dari dengan kedua status default. Analisis deskripsi ini memberikan gambaran awal tentang kesamaan dan perbedaan status default pembiayaan nasabah pada LKMS tadi dari kesemua sisi karakteristik yang disampaikan tadi.

Selanjutnya analisis multivariate yang dilakukan dengan menggunakan model ekonometrik akan menentukan apakah kesamaan maupun perbedaan tadi, berarti (signifikan) secara statistik. Model ekonometrik yang digunakan berupa estimasi probabilitas linear (*probit regression*). Dalam fungsi probabilitas linear, variabel dependen adalah variabel biner yang mengambil nilai nol atau satu. Model yang dimaksud dapat dilihat dari persamaan berikut di bawah ini.

$$P_i = \lambda X_i + \delta H_i + \theta L_i + \varepsilon_{ih}$$

Di mana variabel independent P_i merupakan kategori status macet (default) atau lancar (angsuran) pembiayaan. Variabel ini bernilai 1 jika pembiayaan individu mengalami default, terlepas dari sudah berapa

lama macet dan bernilai 0 jika individu lancar dalam pembiayaan.

Sementara itu variabel *dependent* mencakup 3 vektor utama. X_i adalah vector dari karakteristik pribadi dan anggota rumah tangga (ART) individu i , yang selain mengungkap variabel utama preferensi resiko dan status religiusitas juga mencakup umur, *gender* (sex), jumlah ART dan status dalam RT. Sementara itu H_i adalah vector dari karakteristik usaha milik individu i yang meliputi lama usaha, omzet usaha, pengalaman usaha sebelumnya dan sektor usaha. Sementara itu L_i adalah vektor dari karakteristik LKMS yang menjadi sumber pembiayaan individu i dan relasi individu i yang meliputi berapa lama mendapat pembiayaan dan jarak rumah ke LKMS, cara pembayaran angsuran, pertemuan rutin dan status pembiayaan dari LKM lain saat ini.

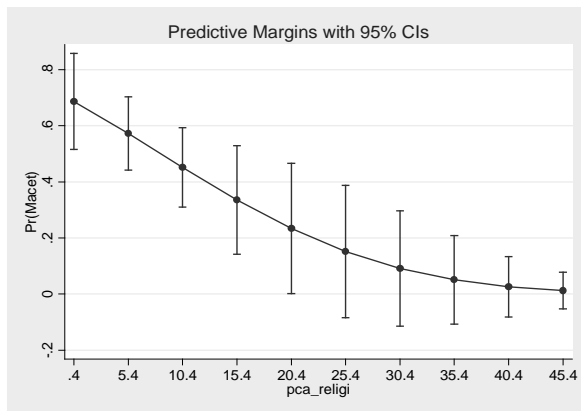
HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini akan memaparkan hasil analisis multivariate dan estimasi yang dilakukan dengan regresi probit.

Analisis Multivariate

Religiusitas

Hasil analisis menunjukkan bahwa relasi status default pembiayaan dengan level religiusitas menunjukkan pola yang sesuai dengan hipotesa. Relasi berkebalikan (negatif) kedua variabel dan signifikansinya mengungkapkan fakta bahwa nasabah yang lancar dalam angsuran pembiayaannya pada LKMS relatif lebih religius daripada nasabah yang mengalami default pembiayaan.



Gambar 1. Margin Probabilitas Relasi Religiusitas-Macet

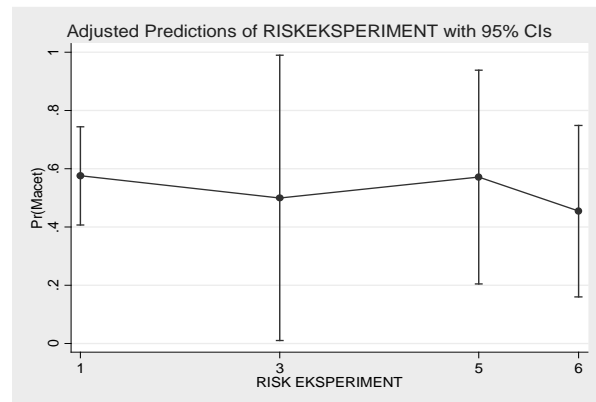
Gambar grafik di atas dengan sumbu X melambangkan level religiusitas (*pca_religi*) memperlihatkan bahwa probabilita untuk mengalami default pembiayaan (nilai 1) individu semakin menurun (mendekati nilai 0) seiring pertambahan religiusitasnya. Pada mulanya saat level religiusitas sebesar 0.4 point maka probabilitas default sebesar 0.66. Kemudian sampai saat level religiusitas sebesar 45.4 point maka probabilitas untuk default tinggal sebesar 0.02.

Sebagai tambahan, penurunan probabilita default ini berjalan semakin melandai (*decreasing at diminishing return*). Artinya penambahan level religiusitas sama pada setiap titik, namun penurunan probabilitas berbeda dengan margin yang semakin mengecil.

Preferensi Resiko

Hasil analisis menunjukkan bahwa relasi status default pembiayaan dengan level kecintaan terhadap resiko menunjukkan pola yang tidak sesuai dengan hipotesa. Secara umum, temuan studi ini cukup mengejutkan. Relasi kedua variabel bersifat

ambigu. Gambar 2 di bawah memperlihatkan bahwa kecintaan terhadap resiko pada level 1 sampai 3 berkebalikan (negatif) relasinya dengan probabilitas mengalami default. Pada level ini, relasi kedua variabel sudah sesuai dengan teori pada hipotesa.



Gambar 2. Margin Probabilitas Relasi Preferensi Resiko-Macet

Namun relasi ini mulai berubah, mulai pada level 3 sampai 5. Relasi kedua variabel menjadi searah (positif). Dari sini terungkap fakta bahwa dibandingkan dengan level 1 sampai 3, maka nasabah yang lancar dalam angsuran pembiayaannya pada LKMS relatif lebih cinta resiko daripada nasabah yang mengalami default pembiayaan. Hal ini bertolak belakang dengan teori (hipotesa). Kemungkinan hal ini disebabkan oleh cacatnya data, karena tidak ada data responden yang memilih level 2 dan 4. Variasi marginal probabilita default setiap penambahan 1 level kecintaan terhadap resiko juga ambigu. Dari level 1 sampai 3 marginnya menurun. Namun pada level 3 sampai 5, marginnya justru bertambah.

Analisis Regresi-Basic

Selanjutnya untuk menguji keajekan (*robustness-test*) model, maka berbagai variabel lain di masukkan ke dalam model sebagai kontrol. Jika dengan kehadiran variabel lain di dalam model tidak akan merubah arah dan signifikansi pola relasi riabel utama sebagaimana pada model sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa pola relasi itu ajek (*robust*). Pada ketiga model ini, relasi status religiusitas dan kecintaan terhadap resiko dengan status default, memiliki tanda (arah) yang sesuai dengan model 1 sebelumnya.

Namun sebagai catatan menarik, pola relasi antara status religiusitas dengan status default pembiayaan, tidak mengalami peningkatan taraf signifikansi. Hal ini terlihat mulai dari model 1. Berbeda halnya dengan magnitude koefisiennya (*z-score*), yang dari model 1 sampai dengan model 3, juga semakin meningkat. Rasional di balik fakta menarik ini perlu diungkapkan lebih jauh dengan melakukan berbagai uji.

Sementara itu, juga terungkap fakta bahwa relasi status religiusitas dengan status default memiliki tanda - (negatif), tidak berubah level signifikansinya dengan masuknya variabel lain. Mulai dari model 2, setelah masuknya beberapa variabel lain, yaitu vector karakteristik individu seperti gender, umur dan pendidikan, relasi religiusitas dengan LKMS tetap signifikan dengan arah yang sama pada model 1.

Dari pembacaan pada model 2 sampai model 3, ternyata variabel umur juga berelasi dengan status default ini. Mengejutkan, temuan penelitian ini mengungkap hal yang

berbeda dengan dugaan awal. Sayangnya data kami, tidak bisa menjelaskan lebih jauh mengenai fakta relasi unik ini.

Tabel 2. Regresi Probit Utama

	(1)	(2)	(3)
macet	macet	macet	macet
pca_religi	-0.0742**	-0.0762**	-0.0953**
	(-2.26)	(-2.14)	(-2.21)
_IRISKEKSP~2	0	0	0
	(.)	(.)	(.)
_IRISKEKSP~3	-0.0982	-0.285	-0.387
	(-0.14)	(-0.35)	(-0.48)
_IRISKEKSP~4	0	0	0
	(.)	(.)	(.)
_IRISKEKSP~5	0.161	0.322	0.205
	(0.28)	(0.48)	(0.26)
_IRISKEKSP~6	-0.325	-0.438	-0.406
	(-0.72)	(-0.85)	(-0.73)
UMUR	0.0553**	0.0760**	
	(1.96)	(2.06)	
gender	0.280	-0.408	
	(0.32)	(-0.40)	
ART	0.411***	0.402**	
	(2.72)	(2.44)	
basis	1.105		
	(1.41)		
cost	0.000121		
	(0.82)		
pendd	0.0759		
	(0.69)		
_cons	0.716**	-3.833**	-6.140**
	(2.25)	(-2.04)	(-1.98)
No. of Obs.	55.00	55.00	55.00
R-Squared			
t statistics in parentheses			
* p<0.10, ** p<0.05, *** p<0.010			

Dari pembacaan pada model 2 sampai model 3, ternyata variabel jumlah anggota rumah tangga (ART) juga berelasi dengan

status default ini. Temuan penelitian ini agaknya bisa dimaklumi karena faktanya, jumlah ART yang banyak dan hanya menjadi beban, berpotensi menyebabkan status default, terutama ketika ada shock internal semisal sakitnya salah satu ART terutama pencari nafkah utama dan juga shock eksternal.

Selanjutnya, juga terungkap fakta bahwa aspek regulasi juga tidak merubah relasi antara variabel utama (religiusitas) dengan status default. Mulai dari model 2, setelah masuknya beberapa variabel lain, seperti ongkos perjalanan nasabah dari rumah ke LKMS sebagai proksi dari jarak rumah ke LKMS dan relasi religiusitas dengan LKMS tetap signifikan dengan arah yang sama pada model 1.

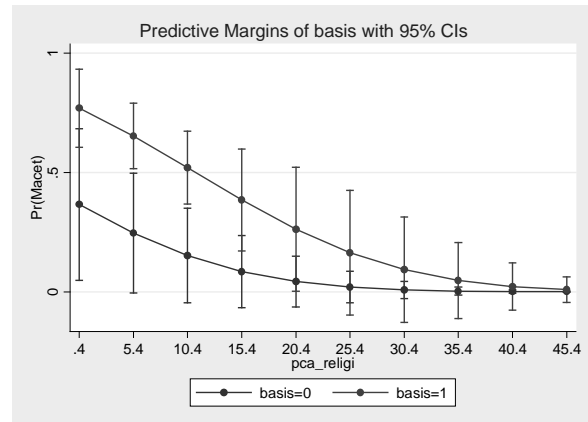
Yang tak kalah mengejutkan adalah, ternyata relasi basis pembiayaan apakah grup maupun individu dengan status default menunjukkan pola yang positif walaupun tidak signifikan. Namun ketika diestimasi sendirian, relasi antar kedua variabel ini, cukup signifikan (pada derajat kepercayaan 95 %). Dengan kata lain, nasabah yang memperoleh pembiayaan berbasis grup secara signifikan memiliki kecenderungan untuk default. Mengejutkan, temuan penelitian ini mengungkap hal yang berbeda dengan dugaan awal. Sayangnya data kami, tidak bisa menjelaskan lebih jauh mengenai fakta relasi unik ini.

Aspek regulasi juga tidak merubah relasi antara variabel utama (religiusitas) dengan status default. Mulai dari model 2, setelah masuknya beberapa variabel lain, seperti basis pembiayaan (grup atau individu), ongkos

nasabah dari rumah ke LKMS sebagai proksi dari jarak rumah ke LKMS, relasi religiusitas dengan LKMS tetap signifikan dengan arah yang sama pada model 1.

Analisis Regresi-Interaksi Peranan Grup (Basis Pembiayaan)

Kali ini kami tertarik untuk mendalami peranan grup dalam model. Untuk menguji keajekan (*robustness-test*) peranan grup (basis pembiayaan) dalam model, maka berbagai variabel lain dalam bentuk interaksi di masukkan ke dalam model sebagai kontrol.



Gambar 3. Margin Probabilitas Relasi Religiusitas-Macet Berdasarkan Basis Pembiayaan

Sebagai lanjutan, dampak aneh dari peranan grup ini ternyata sangat besar. Hal ini terlihat pada gambar 3 di atas. Ketika relasi religiusitas dengan status default di pecah kepada 2 kelompok nasabah, yaitu yang mendapat pembiayaan berbasis grup (basis=1, berwarna merah) dan individual (basis=0, berwarna biru), terlihat bahwa probabilitas default kelompok dengan grup lebih tinggi.

Celakanya lagi, benteng pertahanan untuk default menghilang. Interaksi level religiusitas dengan basis pembiayaan ini walapun tidak

signifikan namun berubah tanda, dari semula negative menjadi positif. Hal ini menjadi pertanyaan besar untuk dijawab. Apakah grup menjadi bias dari tujuan awalnya dan sedemikian tidak efektif dalam mereduksi *moral hazard*. Jika demikian adanya fakta, maka bisa dtengarai bahwa grup justru menyuburkan dan menularkan *moral hazard* kepada sesama anggota grup pembiayaan (*bad social capital*).

KESIMPULAN

Hasil estimasi probabilitas linier menunjukkan beberapa kesimpulan: Individu yang relatif lebih religius cenderung lancar dalam angsuran pembiayaan (tidak default). Hasil ini tidak terlalu mengejutkan, karena berbagai hasil penelitian secara intuitif menunjukkan bahwa LKMS akan menarik orang yang relatif lebih religius (Dutta dan Magableh 2004, Abdul Rahman, 2007 dan Ashraf, 2010).

Temuan studi juga menunjukkan bahwa walaupun tidak signifikan, namun individu yang relatif memiliki level mencintai resiko lebih tinggi, memiliki probabilitas yang lebih besar untuk default pembiayaan. Temuan studi lain juga menyebutkan bahwa ada perbedaan dalam tingkat preferensi risiko antara peminjam dengan beragam karakteristik individu walaupun meminjam pada LKM yang sama. .

Namun ketika individu dikelompokkan berdasarkan *gender* (sex), tidak berdampak signifikan pada relasi antar variabel utama tadi. Baik individu laki-laki ataupun perempuan memiliki kecenderungan yang sama (untuk default) dalam relasi antar variabel utama maupun setelah relasi itu diuji dengan

memasukkan beberapa variabel tambahan (kontrol) berupa karakteristik pribadi; umur dan karakteristik usaha; lama pengelolaan usaha.

Studi ini juga menemukan beberapa fakta yang mengejutkan. Pertama, ternyata relasi basis pembiayaan apakah grup maupun individu dengan status default menunjukkan pola yang positif walaupun tidak signifikan. Namun ketika diestimasi sendirian, relasi antar kedua variabel ini, cukup signifikan (pada derajat kepercayaan 95 %). Dengan kata lain, nasabah yang memperoleh pembiayaan berbasis grup secara signifikan memiliki kecenderungan untuk default.

Interaksi level religiusitas dengan basis pembiayaan ini walaupun tidak signifikan namun berubah tanda, dari semula negatif menjadi positif. Hal ini menjadi pertanyaan besar untuk dijawab. Apakah grup menjadi bias dari tujuan awalnya dan sedemikian tidak efektif dalam mereduksi *moral hazard*. Jika demikian adanya fakta, maka bisa dtengarai bahwa grup justru menyuburkan dan menularkan *moral hazard* kepada sesama anggota grup pembiayaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ashta, Arvind & Rosita de Selva. (2012). Religious Practice and Microcredit: Literature Review and Research Direction, *Postmodern Openings*, 2(8): 33-44.
- Cressy, Robert. (2000). Credit Rationing or Entrepreneurial Risk Aversion? An Alternative Explanation for the Evans and Jovanovic Finding, *Economic Letters*, 66(2): 235-240.

- De Meza, David, & David Webb (1990). Risk, Adverse Selection and Capital Market Failure, *The Economic Journal*, 100(399): 206-214.
- Dhumale, Rahul and Amela Sapcanin. (1999). *An Application of Islamic Banking Principles to Microfinance*. Regional Bureau for Arab States. 1-14.
- Dusuki, Asyraf. (2008). Banking for the Poor: the Role of Islamic Banking in Microfinance Initiatives, *Humanomics*, 24(1): 49-66.
- Dutta, Dilip & Ihab Magableh. (2006). A socio-Economic Study of the Borrowing Process: The Case of Microentrepreneurs in Jordan, *The University of Sydney School of Economics and Political Science*, 1-20.
- Ghorbani, Nima, P. J. Watson, Ahad Ghramaleki, R. J. Morris, & Ralph Hood. (2000). Muslim Attitudes Towards Religion Scale: Factors, Validity, and Complexity of Relationships with Mental Health in Iran, *Mental Health, Religion & Culture*, 3: 125-132.
- Holt, C.A., Laury, S.K., (2002). Risk Aversion and Incentive Effects. *American Economic Review*, 92(5): 1644-1655.
- Leiberman, Eric. (2011). *Behavioral Economics and Microfinance: A Study of Risk Preferences in Rural Africa*, 1-28.
- Maitreesh, Ghatak. (1999). Group Lending, Local Information and Peer Selection, *Journal of Development Economics*, 60(1):27-50.
- Pearlman, Sarah. (2012). Too Vulnerable for Microfinance? Risk and Vulnerability as Determinants of Microfinance Selection in Lima, *Journal of Development Studies*, 48(9): 1342-1359.
- Saeed, Asif & L. Saqib. (2011). Does Microfinance Molded According to Islamic Finance? Evidence from Pakistan, *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 3(3): 826-836.
- Setiawan, Chandra & M. E. Putri. (2013). Non-Performing Financing and Bank Efficiency of Islamic Banks in Indonesia, *Journal of Islamic Finance and Business Research*, 2(1): 58-76.
- Stiglitz, Joseph & A. Weiss. (1981). Credit Rationing in Markets with Imperfect Information, *The American Economic Review*, 71(3): 393-410.
- Stiglitz, Joseph. (1990). Peer Monitoring and Credit Markets, *The World Bank Economic Review*, 4(3): 351-366.
- Weill, J, & Podpiera, J (2008). Bad Luck or Bad Management? Emerging Banking Market Experience, *Journal of Financial Stability*, 4: 135-155.
- Vereshchagina, Galina, & H. Hopenhayn. (2009). Risk Taking by Entrepreneurs, *The American Economic Review*, 99(5): 1808-1830.
- World Bank. (2013). *The New Microfinance Handbook: A Financial Market System Perspectives*. New York.

BANK SYARI'AH MENGHADAPI TANTANGAN DAN HARAPAN

MEIRISON

Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang

E-mail: meirison.a@gmail.com

Abstract

The theme of the article is the banks and financial institutions. Islam has shown how to look for halal sustenance in the form of instructions that can be understood through the rules that are understood by the scholars in the running of the economy based al-Ghanam bi al-gharam (dare to take profits and bear the losses) that is based on justice. Financial institutions is an important sector in a country that manages foreign exchange and provides services in the areas of finance, such as loans, insurance, production in various forms. individual or group of people can not be separated from the corridor and road rules. Bank Islam is growing in the midst of a system that forced him to comes the question of Islamic banks could face challenges, whether Islamic banks could take advantage of the excess savings that come from Muslim and non-Muslim communities, what is the best way to be traversed by the Islamic bank in the future. This paper aims to explain the problems and challenges faced by Islamic banks Modern and instill hope and vision of the future for Islamic banks in the future we expect the Islamic banks can face the challenge that comes from all directions. Let the money market established a large money market which can accommodate investment of surplus in Islamic banks and issued securities as supporters. Murabaha trading away that there are elements of fraud

Keywords: Challenge, Expectation, Islamic Bank

PENDAHULUAN

Allah telah memberikan rezeki halal bagi umat Islam dan telah memberikan jalan dan cara mendapatkannya dengan cara legal. Allah juga telah menerangkan bagi mereka apa dapat menjaga kemaslahatan mereka. Lembaga keuangan merupakan sektor yang penting dalam sebuah negara. Lembaga ini yang mengatur simpanan dan cadangan devisa negara yang memberikan berbagai macam layanan keuanggan dan finansial yang lainnya seperti simpan pinjam, investasi serta fasilitas pertukaran mata uang asing, pembiayaan produksi, ekspor dan impor dalam berbagai macam bentuk. Lembaga keuangan Islam dapat beroperasi dengan lebih sederhana yang

telah menjadi saingan bagi lembaga keuangan konvensional.

Timbulah pertanyaan tentang kemampuan dan kinerja bank Islam dalam melakukan aktifitas serta kesanggupan dalam melakukan penyesuaian dengan keadaan dan sistem yang ada pada dunia modern sekarang. Apakah Bank Islam sanggup mengelola simpanan yang berasal dari individu dalam masyarakat muslim serta simpanan dana dari luar apakah permasalahan yang akan dihadapi oleh Bank Islam, bagaimanakah visi dan prospek Bank Islam pada masa yang akan datang. Pembahasan ini akan terfokus kepada permasalahan yang dihadapi oleh Bank Islam serta visi Bank Islam pada masa yang akan datang.

Pembahasan ini bertujuan: mencari permasalahan yang ada pada Bank Islam serta halangan dan tantangan yang dihadapinya dengan begitu dapat digambarkan harapan dan tujuan yang akan diraih pada masa yang akan datang. Serta menerangkan apakah perbedaan Bank Islam dengan Bank Konvensional.

PEMBAHASAN

Ekonomi Islam

Merupakan kumpulan dasar dan prinsip-prinsip ekonomi yang dipahami dari al-Qur'an dan Hadits serta pendapat mazhab-mazhab para ulama yang ada dari masa ke masa. Dengan begitu prinsip dan dasar pemahaman ekonomi islam akan sesuai dengan segala tempat dan zaman (Hasan, 1991:92).

Dapat dipahami dari definisi diatas bahwa didapatkan dua bagian yaitu prinsip dan ketetapan yang tidak bisa berubah dan akan terus bersipat konstant yang adalah kaidah-kaidah yang di istinbatkan dari al-Qur'an dan al-hadits, dan yang ini yang dinamakan mazhab ekonomi, sedangkan yang kedua adalah sistem perekonomian yang diaplikasikan di lapangan yang berpedoman kepada prinsip dan ketetapan yang ada dalam Islam, disesuaikan dengan ruang dan waktu (Hasan, 1991).

Kaidah-kaidah dasar yang terpenting adalah:

- a. Kaidah yang berasal dari syari'at Islam
- b. Mengikuti kaidah ini merupakan bagian dari keimanan kepada Allah S.W.T
- c. Keyakinan terhadap wajibnya mengerahkan seluruh usaha dalam mencari rezeki

- d. Rezeki dari Allah dan setiap manusia diberikan kadar rezeki yang berbeda-beda oleh Allah S.W.T
- e. Persaingan bebas yang dilakukan oleh individu maupun kelompok tetap merujuk kepada tetapan-ketapan yang ada dalam syari'at Islam
- f. Ekonomi Islam berdiri diatas nilai nilai dan akhlak serta persamaan dan keadilan.
- g. Hakikat kepemilikan dalam Islam adalah kepunyaan Allah semata, manusia hanya diberi wewenang dan mandat untuk mengelola dan memanfaatkan harta tersebut.

Bank Islam

Bank Islam adalah sebuah bagian dari lembaga perbankan yang tidak menggunakan bunga dalam sistem operasionalnya baik menyimpan maupun meminjam. Bank Islam konsekuen dengan dalam aktifitasnya kepada kaidah syari'at Islam (Syaikhun, 2002:347). Dapat diambil kesimpulan dari pernyataan diatas:

- a. Tidak ada praktek riba dalam simpan pinjam
- b. Konsekuen dengan dasar syari'ah Islam dalam seluruh aktifitas perekonomian dan selainnya.

Bank Islam hanya merupakan obsesi dan diskusi teoritis para akademisi baik dari bidang hukum (fiqh) maupun bidang ekonomi. Kesadaran bahwa bank Islam adalah solusi masalah ekonomi untuk mencapai kesejahteraan sosial telah muncul, namun upaya nyata yang memungkinkan implememntasi praktis gagasan tersebut nyaris

tenggelam dalam lautan sistem ekonomi dunia yang tidak bisa melepaskan diri dari bunga. Walaupun demikian, gagasan tersebut terus berkembang meski secara perlahan. Beberapa uji coba terus dilakukan mulai dari bentuk proyek yang sederhana hingga kerjasama yang berskala besar. Dari upaya ini para pemrakarsa bank Islam dapat memikirkan untuk membuat infrastruktur sistem perbankan yang bebas bunga.

Beroperasinya *ميت غمر*/Mayit Ghamr di wilyah Dimiyati di Mesir pada tahun 1963 merupakan tonggak sejarah perkembangan sistem perbankan seperti simpanan, pinjaman, penyertaan modal, investasi langsung, dan pelayanan sosial. Pengenalan pelayanan sistem perbankan yang berdasarkan Islam yang dilakukan Mit Ghamr mendapat sambutan yang hangat dari penduduk setempat. Hal ini terbukti dari jumlah nasabah yang pada akhir tahun buku 1963/1964 tercatat sebanyak 17.560 menjadi sebanyak 251.152 pada akhir tahun buku 1966/1967. Jumlah deposito juga meningkat tajam dari LE 40.944 (Jeneh Mesir) pada akhir tahun buku 1963/1967. Salah satu faktor yang menyebabkan peningkatan adalah adanya rasa saling memiliki diantara masyarakat terhadap sistem ini. Namun sangat disayangkan, karena munculnya kekacauan politik pada masa itu, Mit Ghamr mulai mengalami kemunduran. Operasionalnya diambil alih oleh National Bank of Egypt dan Bank sentral Mesir pada pertengahan akhir 1967. Hasilnya, prinsip dasar peniadaan bunga dalam setiap transaksi bank mulai dari diabaikan. Pada tahun 1971, di bawah

pemerintahan Anwar Sadat , keinginan yang kuat untuk mewujudkan sistem perbankan yang bebas bunga kembali menggelora. Hal ini ditandai dengan didirikannya Nasser Social Bank yang mengambil alih bisnis yang bebas bunga yang dulu dilaksanakan oleh Mit Ghamr (Kamil, 1977:11-12).

Walaupun Mit Ghamr sudah berhenti beroperasi sebelum mencapai kematangan dan menyentuh semua sektor bisnis, keberadaannya telah membangunkan pemikir muslim seluruh dunia. Mereka mulai mempelajari dan mengkaji sistem operasional yang pernah dilakukan Mit Ghamr. Kesulitan yang pertama muncul adalah terbatasnya literatur serta guideline hukum syariah. Di samping itu, kesulitan yang tak kalah pentingnya adalah susahya menemukan ahli yang mengerti baik dari sisi syariah maupun dari ilmu ekonomi.

Tonggak sejarah lainnya bagi perkembangan sistem perbankan Islam yaitu dengan didirikannya Islamic Development Bank (IDB). Pendirian ini melalui proses yang panjang yang dimualai dari sidang menteri-menteri luar negeri nagara-negara OKI di Karachi-Pakistan pada Desember 1970. Dalam sidang itu delegasi Mesir mengajukan proposal pendirian bank Islam yang mendapat respon positif dari 18 negara muslim pada waktu itu. Negara-negara itu setuju untuk mengkaji lebih jauh proposal tersebut. Dalam forum sidang yang sama di Benghazi- Libya pada Maret 1973, proposal tersebut kembali diagendakan. Sidang akhirnya memutuskan bahwa OKI harus memiliki abadan khusus yang menangani masalah ekonomi dan

keuangan. Pada bulan juli 1973, komite ahli pendirian bank Islam bertemu di Jeddah, Saudi Arabia. Adapun rencana pendirian bank yang sangat ditunggu-tunggu berupa anggaran rumah tangga di bahas pada pertemuan kedua mereka pada Juni 1974. Akhirnya pada Oktober 1975, IDB secara resmi didirikan dengan modal awal 2 miliar dinar atau ekuivalen 2 miliar SDR. Semua negara anggota OKI menjadi anggota IDB (Hasan, 1991:92).

Berdirinya IDB telah menjadi inspirasi dan motivasi bagi negara-negara muslim untuk mendirikan lembaga keuangan Islam. IDB banyak menerima permintaan bantuan untuk menyiapkan dan mendirikan lembaga-lembaga tersebut. Oleh karena itu komite ahli IDB telah bekerja keras menyusun panduan persiapan pendirian, peraturan, dan pengawasan bank Islam. Hingga saat ini tidak kurang dari 1. 500 lembaga keuangan Islam telah tersebar, baik di negara-negar Muslim seperti Mesir, Sudan, Saudi Arabia, Jordania, Kuwait, Bahrain, UAE, Tunisia, Pakistan, India, Iran, Malaysia, Bangladesh, Turki dan Indonesia maupun negara-negara barat seperti di Luxemburg, Inggris, Swiss, Denmark, Amerika dan Australia serta New Zealand (Syaiikhun, 2002:347).

Kendala dan Permasalahan

Bunga kdiharamkan secara mutlak dalam Islam yang merupakan permasalahan yang paling besar yang dihadapi oleh bank pada umumnya dan bagi bank Islam khususnya. Bank harus terlepas dari sistim riba yang diharamkan dalam Islam dalam bentuk simpan pinjam sesuai dengan perkataan Allah S.W.T

Praktik yang paling nyata terkait dengan ini adalah kegiatan jual beli atau bisnis. Bisnis meskipun bertujuan untuk mendapat keuntungan akan tetapi harus tetap melalui cara-cara yang sesuai dengan syariah dan berorientasi untuk mendapatkan keridhaan Allah SWT. Dasar dari jual beli adalah firman Allah surat al-baqarah ayat 275.

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

"Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba."

Walaupun Bank Islam menjauhi riba akan tetapi Bank Islam tetap saja terlibat transaksi dengan Bank Konvensional yang menggunakan sistim riba. Terjadilah mu'amalah campuran antara pinjaman dan investasi, aktifitas ganda ini telah diwarnai oleh sistim ribawi yang ada pada bank konvensional. Dengan begini Bank Islam tidak lagi dapat menunjukkan ciri khasnya yang berdasarkan resiko.

Syaikh Salih Kamil telah mengisyaratkan, "kerangka dari sistim perbankan bank kita yang kita ambil dari bank konvensional tidak menarik perhatian lembaga investasi, baik dalam kapasitas maupun spesialisasinya yang dapat menangani seluruh bentuk kegiatan perekonomian dalam produksi. Kita mencukupkan diri untuk hanya mempunyai perangkat yang relatif kecil dan terbatas, kita menyelesaikan admistrasi kita sesuai dengan pekerjaan yang rutin dilakukan yang sangat mirip dengan rutinitas yang dilakukan oleh sistim ribawi. Hasil yang dapat kita capai adalah usaha bank Islam yang membersihkan dari aktivitas ribawi akat tetapi kita tetap saja

tidak terlepas dari sistem perbankan yang menganut sistem riba" (Kamil, 1977:11-12).

Falih mengatakan", kegagalan Bank Islam dalam menemukan standar dan karakteristik tersendiri yang aktifitasnya disesuaikan dengan dasar – dasar syari'at Islam serta maqashid syari'ah. Bank Islam terus bergantung kepada standar kepada sistem perdagangan konvensional yang menggunakan sistem riba yang dimanifestasikan dalam likuiditas, profitabilitas dan resiko yang terus mencari keuntungan sebesar-besarnya dengan sistem ini (Kamil, 1977:11-12).

Seolah olah kita telah memadamkan api riba yang diharamkan akan tetapi setelah itu ditempat yang sama kita memanfaatkan peninggalan-peninggalan dari mu'amalah riba yang berasal dari bank konvensional tetap berlaku sehingga orang tidak bisa lagi membedakan mana yang keuntungan dan manapula yang riba.

Penyebab riba diharamkan dalam Islam adalah, keuntungan yang didapatkan oleh pihak yang berpiutang yang tidak terlibat dalam menanggung resiko sebuah transaksi, perdagangan dalam Islam haruslah bersifat al-Ghanam bi al-Gharam, (الغنىم بالغرم) artinya adalah siapa yang mendapatkan manfaat sesuatu ia haruslah berani menanggung resiko yang ditimbulkan dari manfaat tersebut..

Bank berperan sebagai pelaku usaha, yaitu ketika berhubungan dengan nasabah sebagai pemilik modal. Namun dalam sekejap status ini berubah, yaitu bank berperan sebagai pemodal ketika pihak perbankan berhadapan

dengan pelaku usaha yang membutuhkan dana untuk mengembangkan usahanya.

Status ganda yang diperankan perbankan ini membuktikan bahwa akad yang sebenarnya dijalankan oleh perbankan selama ini adalah akad utang piutang, dan bukan akad mudharabah. Yang demikian itu, karena, bila ia berperan sebagai pelaku usaha, maka status dana yang ada padanya adalah amanah yang harus dijaga sebagaimana layaknya menjaga amanah lainnya. Dan yang dimaksud dengan amanah dari pemodal, ialah mengelola dana tersebut dalam usaha nyata yang akan mendatangkan hasil (keuntungan), sehingga bank, tidak semestinya menyalurkan modal yang ia terima dari nasabah (pemodal) ke pengusaha lain dengan akad mudharabah. Sehingga, bila ia berperan sebagai pemodal, maka ini mendustakan kenyataan yang sebenarnya, yaitu sebagian besar dana yang dikelola adalah milik nasabah.

Imam an-Nawawi rahimahullah berkata, "Hukum kedua: tidak dibenarkan bagi pelaku usaha (mudharib) untuk menyalurkan modal yang ia terima kepada pihak ke tiga dengan perjanjian mudharabah. Bila ia melakukan hal itu atas seizin pemodal, sehingga ia keluar dari akad mudharabah (pertama) dan berubah status menjadi perwakilan bagi pemodal pada akad mudharabah kedua ini, maka itu dibenarkan. Akan tetapi ia tidak dibenarkan untuk mensyaratkan untuk dirinya sedikitpun dari keuntungan yang diperoleh. Bila ia tetap mensyaratkan hal itu, maka akad mudharabah kedua bathil" (Kamil, 1977:11-12).

Ucapan senada juga diutarakan oleh Imam Ibnu Qudamah al-Hambali rahimahullah, ia berkata, “Tidak dibenarkan bagi pelaku usaha untuk menyalurkan modal (yang ia terima) kepada orang lain dalam bentuk mudharabah, demikian penegasan Imam Ahmad...Pendapat ini adalah pendapat Imam Abu Hanifah, asy-Syafi'i dan aku tidak mengetahui ada ulama' lain selain itu” (Kamil, 1977:11-12).

Dalam akad mudharabah, bila perbankan memerankan peranan ganda semacam ini, atas seizin pemodal sedangkan ia tidak ikut serta dalam menjalankan usaha yang dilakukan oleh pelaku usaha kedua, maka bank tidak berhak mendapatkan bagian dari keuntungan, karena statusnya hanyalah sebagai perantara (calo). Para ulama' menjelaskan bahwa alasan hukum ini adalah: karena hasil/keuntungan dalam akad mudharabah hanyalah hak pemilik modal dan pelaku usaha, sedangkan pihak yang tidak memiliki modal, dan tidak ikut serta dalam pelaksanaan usaha, maka ia tidak berhak untuk mendapatkan bagian dari hasil.

Yang perlu diperhatikan dalam transaksi lembaga keuangan modern baik itu bank syari'ah atau lembaga-lembaga lainnya yang selalu melakukan transaksi tanpa mau menanggung resiko. Bank-bank dan lembaga keuangan lain tersebut melakukan jual beli murabahah yang katanya terbebas dari Riba yang diharamkan Islam yaitu keuntungan yang didapatkan oleh pihak yang berpiutang yang enggan memasuki wilayah resiko. Kebanyakan lembaga perbankan berpegang kepada murabahah yang masih dipersilahkan oleh para ulama tentang kehalalannya yang berpegang kepada

pendapat mazhab syafi'iy yang membolehkan murabahah dalam bentuk praktek lembaga keuangan syari'ah yang menggabungkan antara jual beli salam dan murabahah itu sendiri yang dilakukan oleh beberapa lembaga keuangan pada umumnya. Yaitu al-amir bi as-syira (permintaan pemesanan barang). Akan tetapi pada sebagian bank keuntungan yang diraup oleh pihak bank melebihi 90% yang menyebabkan sebagian orang mengatakan transaksi jual beli tersebut tak ubahnya seperti riba. Orang Arab sebelum Islam mengatakan sesungguhnya jual beli itu seperti riba dan hal ini dibantah oleh Allah "Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba" pastilah ada perbedaan yang signifikan dalam jual beli dan riba yang akan mendatangkan manfaat dan kemaslahatan bagi umat Islam dan bukan mendatangkan kemudharatan yang lebih dari pada bank konvensional.

Bank Konvensional menggunakan satu pola yaitu pinjaman dengan riba tidak sama dengan pola yang digunakan oleh bank-bank Islam. Sebagai kompensasinya bank Islam menggunakan, murabahah, sewa menyewa, bagi hasil (مضاربة), musyarakah dan yang lainnya. Akan tetapi bank Islam tetapi saja membatasi perannya dalam menanggung resiko kerugian, bank Islam hanya berperan dalam bidang pendanaan. Bank Islam tidak menanggung resiko yang ditimbulkan oleh jual beli kecuai sedikit saja, seperti dalam sektor impor, dengan terjadinya ketidak seimbangan neraca perdagangan dan perubahan nilai mata uang local (Hasan, 1991:92).

Salih Kamil mengatakan "permasalahan riba terdapat dalam bank Islam disebabkan Islam mendorong umatnya untuk menanggung risiko sesuai dengan kaidah *al-ghanam bi al-gharam* dan tidak hanya duduk menunggu keuntungan yang telah dijamin diperkirakan terlebih dahulu. Transaksi tidak bergantung kepada pembatasan rentang waktu, jatuh tempo penerimaan keuntungan yang didahulukan atau setelah selesainya segala bentuk proses perjanjian dan transaksi. Ada dua bentuk dalam aktifitas bank Islam pada umumnya yaitu *murabahah* dan *leasing*. Hikmah dari prinsip Islam sudah jelas, pengolahan tanah, menumbuhkembangkan hasil pertanian, tambang dan sebagainya merupakan tujuan aktifitas perekonomian Islam. Hal ini tidak akan dapat diwujudkan kecuali dengan menanggung risiko dari usaha dari sebuah eksploitasi yang menimbulkan lapangan kerja, perberdayaan sumber daya alam dan manusia yang akan menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang stabil (Syaikhun, 2002:347).

Mematuhi perintah Allah dengan menjauhi riba bukan hanya dengan menjauhinya bahkan hendaknya riba itu dihapuskan dengan melakukan perdagangan yang riil serta menanggung risiko kerugian dan menikmati keuntungan. Keadilan inilah yang harus dimiliki oleh bank-bank Islam dari sistip simpan pinjam ribawi yang diharamkan oleh Allah S.W.T. Pihak yang meminjamkan mendapatkan keuntungan sedangkan yang menderita kerugian hanya pihak yang meminjam saja. Inilah adalah bentuk kezaliman yang hakiki (Hasan, 1991:92). Terlepasnya bank syari'ah

dari kaidah *al-ghanam bi al-gharam* dan berpegang kepada pola yang berpegang kepada besaran keuntungan dari modal tanpa ada risiko menjadikan kita ragu terhadap niat bank syari'ah yang ingin bermuamalah dengan yang hala thayiban. Hal ini akan membuka pintu bagi orang-orang yang ragu terhadap keharaman riba dan mereka manjadikan bank syari'ah sebagai pembenaran terhadap transaksi ribawi yang dilakukan oleh bank konvensional. Dengan begitu tidak ada lagi yang membedakan bank syari'ah dengan bank konvensional dan hilanglah legalistas normatif dari bank syari'ah yang mengklaim telah melakukan mu'amalah syar'iy (Hasan, 1991:92).

Para pemegang saham mendominasi deposan, walaupun volume modal pemegang saham lebih sedikit dari para deposan. Walaupun begitu kita kadang mendapatkan para pemegang saham mengendalikan manajemen bank dan menentukan persentasi keuntungan lebih besar dari yang didapatkan oleh para deposan. Para deposan adalah pemilik modal yang tidak memiliki hak untuk menentukan investasi mereka atau membatalkan. Beda halnya dengan hukum fiqh bahwa para deposan bisa saja membatalkan *mudharabah*. Hal ini disebabkan oleh ketiadaan definisi *mudharabah* yang baku dalam bank-bank Islam atau yang berhak dalam hal tersebut dalam menentukan kebijakan, apaka para pemegang saham, dewan komisaris, manajemen bank atau para penasehat.

Syaikh Salih Kamil memberikan pendapat Kamil, 1977:11-12).

1. Penunjukan badan pengawas dan konsultan oleh para deposan

Hal ini terkait dengan kemaslahatan para deposan yang bisa mewujudkan keadilan dan pemeliharaan amanat. Hal ini tidak sebatas para deposan yang rela mendapatkan bagian yang kurang dari semestinya akan tetapi bank Islam juga meraup deposan non muslim. Dengan adanya struktur baru dalam mewujudkan masalah dengan ditunjuknya badan deposan dan investor turut serta dalam rapat-rapat penting dalam manajemen bank dan mereka memiliki hak untuk bersuara dalam keputusan bank untuk menjaga harta pihak yang diwakilinya.

2. Pembaharuan struktur pada Bank Islam dari Perusahaan Saham Gabungan (*Joint Stock Company*) menjadi Perusahaan Kemitraan Umum (*General Partnership Company*)

Perusahaan saham gabungan, dengan modal para penanam saham bukanlah media yang sesuai untuk menjaga harta dan investas para deposan. Para deposan tidak mendapatkan jaminan yang sesuai. Badan yang cocok adalah perusahaan partnership (التضامن) dalam bentuk hukum untuk mengelolah harta orang-orang yang terlibat dalam aktivitas perusahaan tersebut. Satu lagi yang merupakan permasalahan pada bank Islam adalah akses likuiditas pada sebagian bank syari'ah sedangkan pada bank yang lain mengalami kekurangan. Yang memiliki akses likuiditas tidak tahu kemana kelebihan tersebut akan digunakan ia hanya memiliki dua pilihan (Syaikhun, 2002:347):

1. Uang tetap berada di kas bank tanpa ada bunga karena bunga diharamkan dalam Islam.
2. Kelebihan likuiditas itu ditukar dengan mata uang asing sesuai dengan keputusan bank sentral untuk menjaga tingkat likuiditas terhadap mata uang asing dan mengambil keuntungan dari investasi jangka pendek pada bank syari'ah atau mendapatkan keuntungan dari perbedaan nilai mata uang.

Kadangkala kekurangan kas disebabkan bank tidak mampu menarik tabungan, sebagai perantara (broker), bukan sebagai pihak yang mempunyai hutang dan piutang. Ketika bank syari'ah membutuhkan dana untuk pencairan bank tersebut tidak dapat melakukannya dengan bank sentral karena riba, berbeda halnya dengan bank yang menggunakan sistem riba.

Yang juga merupakan masalah bagi bank Islam adalah pengaswasan terhadap pinjaman yang berasal dari bank sentral yang mempunyai batas kredit yang telah diatur bagi setiap negara. Bank manapun diwajibkan mendepositkan dananya sebesar 25%-30% dari total jumlah depositnya ke bank sentral. Bank sentral adalah pusat segala bank yang mengendalikan dan mengawasi mobilisasi uang. Dengan begitu sebagian besar dari pergerakan modal menjadi terhenti karena telah modal-modal tersebut telah mengalami stagnan pada bank sentral sebagai devisa cadangan. Bank Islam tidak mengambil keuntungan dari dana cadangan yang ada pada bank sentral yang berbeda halnya dengan bank konvensional yang menggunakan sistem riba (Syaikhun, 2002:347).

Sedangkan permasalahan yang lain adalah hegemoni para bangkir yang menggunakan sistim riba terhadap penentu keputusan tanpa ada mempertimbangkan perekonomian Islam. Ketiadaan kader penerut dalam ekonomi Islam akan menyebabkan kesulitan dalam melakukan konversi antara syari'ah dan ekonomi. Dengan sukarnya mempertemukan kebijakan bank sentral dengan bank Islam yang menggunakan sistim riba serta kebijakannya yang mengasai aktivitas seluruh bank.

Dr.Ahmad Haji al-Kurdi mengatakan "bank Islam yang baru tumbuh berada di tanah yang penuh dengan lumpur yang sangat sulit untuk dapat tumbuh dengan baik. Kerana sistim riba sudah lama berambah dunia keuangan dengan begitu bank Islam tumbuh dengan beban yang sangat berat di pundaknya. Lembaga-lembaga lain sudah siap untuk menggagalkannya dan menggelincirkannya. Merupakan kewajiban bank Islam untuk menjaga langkahnya agar tidak tergelincir kepada Riba yang diharamkan Allah walaupun rayuan keuntungan dan cobaan terus menerpa. Hendaklah bank Islam menjahui sistim ketuntungan yang telah dijamin atau diatur terlebih dahulu.

Bank Islam tidak memiliki usaha riil

Badan-badan keuangan yang menamakan dirinya sebagai perbankan syariah seakan tidak sepenuh hati dalam menerapkan sistem perekonomian Islam. Badan-badan tersebut berusaha untuk menghindari sunnatullah yang telah Allah Ta'ala tentukan dalam dunia usaha. Sunnatullah tersebut berupa pasangan sejoli yang tidak mungkin dipisahkan, yaitu untung dan rugi. Operator perbankan syariah

senantiasa menghentikan langkah syariat pada tahap yang aman dan tidak berisiko.

Oleh karena itu, perbankan syariah yang ada/biasanya/tidak atau belum memiliki usaha nyata yang dapat menghasilkan keuntungan. Semua jenis produk perbankan yang mereka tawarkan hanyalah sebatas pembiayaan dan pendanaan. Dengan demikian, pada setiap unit usaha yang dikelola, peran perbankan hanya sebagai penyalur dana nasabah.

Sebagai contoh nyata dari produk perbankan yang ada ialah mudharabah. Operator perbankan tidak berperan sebagai pelaku usaha, akan tetapi sebagai penyalur dana nasabah. Hal ini mereka lakukan, karena takut dari berbagai resiko usaha, dan hanya ingin mendapatkan keuntungan. Bila demikian ini keadaannya, maka keuntungan yang diperoleh atau dipersyaratkan oleh perbankan kepada nasabah pelaksana usaha adalah haram, sebagaimana ditegaskan oleh para ulama, di antaranya sebagaimana yang ditegaskan oleh Imam an-Nawawi di atas.

Bank tidak mau menanggung kerugian

Andai kita menutup mata dari kedua hal di atas, maka masih ada masalah besar yang menghadang langkah perbankan syariah di negeri kita. Hal tersebut ialah, ketidaksiapan operator perbankan untuk ikut menanggung resiko mudharabah yang mereka jalin dengan para pelaku usaha. Bila pelaku usaha mengalami kerugian, walaupun tanpa disengaja, niscaya kita dapatkan perbankan segera ambil langkah seribu dengan cara meminta kembali modal yang telah ia kucurkan dengan utuh. Hal ini

menjadi indikasi bahwa akad antara perbankan dengan nasabah pelaku usaha bukanlah mudharabah, akan tetapi hutang-piutang yang berbunga alias riba. Keuntungan yang dijamin terlebih dahulu tanpa ada usaha dalam menumbuhkembangkan harta pada sektor riil itulah yang menyebabkan orang kafir berkata "jual beli sama dengan riba", maka Allah menjawabnya "Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba."

Bentuk baru dari bank Islam hendaklah diwujudkan dari segi hubungan antara pemberi hutang dan pihak yang berhutang berubah menjadi pihak yang bekerjasama dalam mendapatkan keuntungan dan menanggung kerugian. Sekali hendaklah bank menjauhkan dari transaksi jaminan keuntungan. Sebagai bagian dari transaksi yang paling banyak berlaku pada bank-bank Islam yaitu jual beli murabahah, baik dalam bentuk kredit atau cicilan maupun tunai dan al amir bi as-syra', (pemesanan barang melalui bank). Jual beli musawamah lebih baik karena tidak ada unsur penipuan dan pengelabuan dalam jual beli tersebut. Sedangkan transaksi murabahah lebih mudah dimasuki oleh ambiguitas yang berakhir dengan penipuan dan ketidakadilan.

Sedangkan permasalahan likuiditas dalam bank Islam setelah khususnya setelah ramainya bank-bank Islam membuka cabangnya pada bank-bank konvensional yang harus dilakukan adalah kesekapakan antara bank syari'ah untuk mendirikan pasar uang/modal yang besar (*Money Market*). Dengan begitu bank syari'ah yang mengalami ekses likuiditas dan dapat dengan mudah melakukan peminjaman

dan penarikan. Begitu juga dengan terjadinya surplus pada bank syari'ah ia dapat menekan bank sentral untuk mengeluarkan *sukuk Islam*, yang dapat dimanfaatkan oleh bank Islam:

1. Investasi bank Islam di sektor riil dalam membangun infrastruktur
2. Meringankan beban terhadap perubahan nilai dalam pertukaran mata uang lokal dengan mata uang asing.
3. Adanya keseimbangan yang adil antara bank Islam dengan bank konvensional
4. Penetapan resiko yang dibebankan kepada bank Islam dengan begitu sedikit banyaknya akan memberikan pengaruh sektor perbankan (Hasan, 1991:92).

Untuk menghadapi ekses likuiditas hendaklah didirikan pasar uang bursa investasi mata uang lokal dengan sungguh-sungguh. Hubungan antara bank Islam dengan bank sentral dalam permasalahan cadangan deposit yang bisa mencapai 25%-30% membutuhkan kerjasama antara bank Islam dan bank sentral dalam sebuah negara untuk membentuk sebuah komisi dalam memberdayakan cadangan deposit tersebut berdasarkan kemitraan setidaknya mencegah dampak kerugian yang diderita dari pembekuan dana tersebut. Berbeda halnya dengan bank konvensional yang terus meraih keuntungan dari cadangan devisa dari bunga yang dihasilkannya. Hendaklah bank Islam diperbolehkan menjalankan aktifitas perdagangan, memiliki aset, perumahan, leasing inilah aktifitas bank Islam yang sebenarnya. Pengawasan terhadap bank Islam haruslah efektif bukan secara teori dewan

pengawas hendaklah melakukan pengawasan di lapangan terhadap praktek-praktek yang dilakukan oleh bank dalam melakukan segala macam bentuk transaksinya. Hendaklah dewan pengawas syar'iy ini berdiri sendiri tidak berada dibawah manajemen bank.

Usulan yang terakhir dari Syaikh Kamil adalah membangun bank Islam khusus bagi para fakir miskin yang berasal dari dana yang dikumpulkan fakir miskin dari zakat. Kemudian mereka dibelikan peralatan dan modal untuk berusaha yang dapat mengurangi angka kemiskinan. Hal ini diharapkan dapat mengurangi jumlah para penerima zakat dari tahun ke tahun.

KESIMPULAN

1. Ekonomi Islam adalah merupakan kumpulan kaidah ekonomi umum yang berasal dari Al-Qur'an al-Karim dan as-Sunnah, pembangunan ekonomi hendaklah berdasarkan kaidah tersebut pada setiap tempat dan waktu.
2. Permasalahan yang dihadapi oleh bank Islam adalah permasalahan riba yang wajib di jauhi bahkan keluar dari lingkungan riba tersebut akan membuat bank Islam menjadi lebih bersih dari segala pengaruhnya.
3. Untuk membangun opini masyarakat bahwa bank Islam berbeda dengan bank konvensional hendaklah bank Islam terlepas dari transaksi riba secara menyeluruh dan berpegang pada syariat Islam secara kafah. Kaidah al-ghanam bi al-gharam harus diterapkan.
4. Hendaklah bank Islam terlepas dari penjaminan keuntungan dan menjahui

transaksi murabahah sedapat mungkin karena transaksi ini sangat mirip dengan riba.

5. Hendaklah pasar uang didirikan pasar uang yang besar yang dapat menampung investasi dari surplus pada bank-bank Islam dan mengeluarkan surat berharga sebagai pendukungnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Baghawi. (1997). *at-Tahzib*. Kairo: Dar al-Hadits.
- An-Nawawi. (1999). *Raudhah ath-Thalibin*. Kairo: Dar al-Tsaqafah al-Arabi.
- An-Nawawi. (1989). *Raudhah ath-Thalibin*. Beirut: Muasasah ar-Risalah.
- Asy-Syarbini. (1988). *Mughnil-Muhtâj*. Kairo: Dar an-Nahdhah.
- Ar-Rafi'i. (1986). *al-'Aziz*. Beirut: Dar al-Kutub al-Ilmiyah.
- Basir, Cik. (2009). *Penyelesaian Sengketa Perbankan Syari'ah*. Jakarta: Kencana.
- Hasan, Falih. (1991). *al-Bunuk Islamiyah*. Kairo: Dar Darb.
- Hermansyah. (2009). *Hukum Perbankan Nasional Indonesia*. Jakarta: Kencana.
- Kamil, Salih. (1977). *Tatawur al-Amal fi Masharif al-Islami Masyakil wa Afaq*. Kairo: Bank al-Islami wa Tanmiyah.
- Siddiqi, Muhammad N. (1983). *Bank Islam*. Jakarta: Penerbit Pustaka.
- Syaikhun, Muhammad. (2002). *al-Masharif al-Islamiyah*. Oman: Dar al-Wail.

ANALISA KINERJA KEUANGAN DAN PREDIKSI KEBANKRUTAN BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH

TONY ISWADI

Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang

E-mail: tony_iswadi@yahoo.com

Abstract

The theme of the article is the banks and financial institutions. This study aims to assess the financial performance of existing BPRS in Central Sumatra, and predict the potential for bankruptcy in the BPRS. The method used to assess financial performance is to assess the performance of Capital, Efficiency, Liquidity and Profitability in the period of financial statements 2013-2015. While the potential for bankruptcy is done by using the Altman Z-Score method. The results showed that there were two potentially bankrupt BPRS.

Keywords: Bankruptcy, Bank Syariah, Financial Performance Analysis

PENDAHULUAN

Membangun ekonomi Indonesia tidak bisa dilepaskan dari peranan beberapa pihak antara lain Pemerintah, bank dan lembaga-lembaga di sektor keuangan serta para pelaku usaha. Salah satu pelaku usaha yang memiliki peran strategis dalam membangun ekonomi Indonesia adalah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Lembaga keuangan yang tepat dan strategis untuk melayani jasa perbankan bagi masyarakat tersebut adalah Bank Perkreditan Rakyat (BPR) baik yang beroperasi secara konvensional maupun secara syariah.

Sebagai institusi yang penting perannya dalam masyarakat, bank telah menjadi alat mediator keuangan yang cukup efektif bagi pemerintah dan masyarakat dalam hal lalu lintas peredaran uang serta pemberian kredit, oleh karena itu bank harus memiliki kinerja yang baik yang dicapai dari aktivitas usahanya.

Kinerja suatu bank dapat dilihat dan diukur melalui laporan keuangan. manajemen bank menggunakan laporan keuangan untuk mempertanggung jawabkan pengelolaan bank kepada pemilik, menilai hasil kerja individu yang diberi tugas dan tanggungjawab, serta menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen bank dalam menentukan perlu tidaknya diambil kebijakan baru. Untuk menilai kinerja sebuah bank dapat dilakukan dengan beberapa cara antara lain dengan menggunakan rasio keuangan. Analisa ratio keuangan ini dengan cara menyederhanakan informasi yang menggambarkan hubungan antara pos tertentu dengan pos lainnya. Dengan penyederhanaan ini kita dapat menilai secara cepat hubungan antara pos tadi dan dapat membandingkannya dengan rasio lain sehingga kita dapat memperoleh informasi dan memberikan penilaian.

Dengan menggunakan rasio ini dapat diketahui kinerja keuangan bank tersebut apakah

meningkat, tetap atau mengalami penurunan baik dibandingkan antara bank tersebut dengan bank lain atau membandingkan kinerja bank tersebut dari tahun ke tahun. Bank yang menunjukkan kinerja keuangan yang semakin menurun dari waktu ke waktu akan mengalami masalah keuangan dan apabila masalah keuangan ini tidak ditindaklanjuti dengan tindakan yang tepat dapat mengakibatkan bank tersebut akan dilikuidasi (ditutup) oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Terjadinya likuidasi pada sejumlah bank telah menimbulkan beberapa permasalahan yang berkaitan dengan *stakeholder* dan *shareholder*. Kondisi ini tentu saja membuat para investor dan kreditur merasa khawatir jika perusahaannya mengalami kesulitan keuangan yang bisa mengarah ke kebangkrutan. Tingkat kekhawatiran investor ini makin bertambah dengan munculnya Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang (Perpu) nomor 1 tahun 1998 yang mengatur kepailitan. Menurut Perpu tersebut perusahaan yang terkena *default* (gagal bayar) dapat dinyatakan bankrut oleh dua debitur saja. Hal ini sebenarnya tidak akan menimbulkan masalah yang lebih besar jika proses likuidasi pada sebuah lembaga perbankan dapat diprediksi lebih dini sehingga dapat dihindari terjadinya masalah yang berkaitan dengan nasabah, pemilik maupun karyawan yang harus kehilangan pekerjaannya.

Untuk mengatasi situasi ini dan menanamkan rasa aman di kalangan deposan dalam sistem perbankan dan memastikan sistem perbankan stabil, maka pemerintah kemudian mendirikan Lembaga Penjamin

Simpanan (LPS) pada tanggal 22 September 2004, yakni berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 tentang LPS. LPS didirikan sebagai lembaga independen yang berfungsi untuk menjamin dana deposan dan berpartisipasi dalam menjaga stabilitas sistem perbankan. LPS beroperasi mulai 22 september 2005. LPS menjamin dana deposan bukan hanya di Bank Umum saja tapi juga pada bank mikro atau Bank Perkreditan Rakyat (BPR).

Selain itu Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sebagai badan yang dibentuk untuk mengawasi perbankan di Indonesia (penganti Bank Indonesia/ BI) senantiasa mengawasi perbankan dengan selalu memeriksa kesehatan sebuah bank minimal sekali dalam setahun dengan alat ukur yang dikenal dengan CAMEL (*Capital, Aset, Manajemen, Earning* dan Likuiditas). Apabila berdasarkan hasil pemeriksaan OJK terjadi penurunan tingkat kesehatan sebuah bank maka segera dapat diambil berbagai kebijakan sehingga diharapkan bank-bank tersebut tidak mengalami penurunan kesehatan yang lebih lanjut dan terhindar dari likuidasi. Tapi kenyataan yang ada tidak berjalan mulus karena tetap ada bank yang akhirnya dilikuidasi. Dari tahun 2006 sampai tahun 2014 terdapat 63 BPR/BPRS yang dilikuidasi oleh Bank Indonesia (BI)/ Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dimana 61 diantaranya BPR (96,67 %) dan hanya 2 (dua) BPRS yang dilikuidasi oleh Bank Indonesia (3,33 %).

Tabel 1. Daftar BPR/BPRS yang dilikuidasi (tutup) Bank Indonesia 2006-2014

No	Jenis	Jumlah
1	Bank Perkreditan Rakyat (BPR)	58 (Lima puluh delapan)

2	Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)	2 (Dua)
	Jumlah BPR/BPRS yang ditutup	60 (Enam puluh)

Sumber: Lembaga Penjamin Simpanan (LPS)/data diolah

Tapi sejak tahun 2015 sampai akhir April 2016 terdapat 8 BPRS yang dilikuidasi oleh OJK dimana dua diantaranya (25 %) adalah BPRS. Tahun 2015 terdapat 3 BPR/BPRS yang dilikuidasi dimana satu diantaranya (33 %) adalah BPRS yakni BPRS Hidayah Jakarta yang berada di Jakarta Barat. Sedangkan tahun 2016 ini sampai akhir April 2016 sudah terdapat 5 BPR/BPRS yang di likuidasi oleh OJK dimana 1 (satu) diantaranya (20%) adalah BPRS yakni PT. BPRS Al Hidayah yang berlokasi di Pasuruan Jawa Timur seperti terlihat dalam tabel 2.

Tabel 2. Daftar BPR yang dilikuidasi (tutup) Bank Indonesia tahun 2015 – 2016

	Nama Bank di Likuidasi	Saat Likuidasi	Kota/Propinsi
Dilikuidasi tahun 2016			
1	PT BPR Kuda Mas	29 April 2016	Sidoarjo, Jawa Timur
2	PT. BPRS Al Hidayah	25 April 2016	Pasuruan, Jawa Timur
3	PT. BPR Dana Niaga Mandiri	13 April 2016	Makassar, Sulsel
4	PT. BPR Mitra Bunda Mandiri	22 Jan 2016	Pessel, Sumatera Barat
5	PT. BPR Agra Arthaka Mulya	14 Jan 2016	Gunung Kidul, Yogyakarta
Dilikuidasi tahun 2015			
1	PT. BPR Cita Makmur Lestari	18 Dec 2015	Banten
2	PT. BPR Carano Nagari	10 Juli 2015	Tanah Datar, Sumbar
3	PT. BPRS Hidayah Jakarta	19 Juni 2015	Cengkareng, Jakarta

Sumber : Lembaga Penjamin Simpanan (LPS)/data diolah

Dari data diatas dapat dilihat bahwa dalam 2 tahun terakhir perkembangan BPRS cukup mengkhawatirkan, ini bisa dilihat dari data tersebut setiap tahun terdapat BPRS yang ditutup. Tidak tertutup kemungkinan saat ini terdapat beberapa BPRS yang kondisinya mengkhawatirkan dan berada dalam pengawasan

Khusus OJK. BPRS-BPRS ini tidak tertutup kemungkinan untuk dilikuidasi atau dicabut izin usahanya jika dalam waktu yang ditentukan tidak mampu menyetatkan dirinya.

Pencabutan izin usaha (Likuidasi) BPRS yang terjadi saat ini sangat merisaukan kalangan perbankan syariah. Perbankan Syariah termasuk BPRS yang tadinya dianggap aman dan kecil kemungkinan ditutup ternyata mulai mengalami hal yang sama seperti BPR. Untuk itu diperlukan sebuah model sistem peringatan dini (*early warning system*) yang mengantisipasi kebangkrutan sebuah bank. Dengan adanya deteksi lebih awal kondisi perbankan, maka kesulitan keuangan sebuah BPR dapat diantisipasi sebelum mencapai krisis yang berakibat pada kebangkrutan BPR tersebut.

Penelitian ini akan mencoba membahas tentang kinerja keuangan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah dan mendeteksi kemungkinan kebangkrutan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah yang ada di Sumatera bagian tengah. Berdasarkan uraian di latar belakang masalah maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kinerja keuangan bank pembiayaan rakyat syariah syariah yang ada di wilayah Sumatera Bagian Tengah saat ini.
2. Bagaimana potensi kebangkrutan bank pembiayaan rakyat syariah yang ada di wilayah Sumatera Bagian Tengah.

LANDASAN TEORI

Laporan keuangan menurut Riyanto (2001:251) memberikan ikhtisar mengenai keadaan keuangan suatu perusahaan, dimana

neraca mencerminkan nilai aktiva, utang dan modal sendiri pada suatu periode tertentu, dan laporan laba rugi mencerminkan hasil-hasil yang dicapai selama periode tertentu biasanya meliputi periode satu tahun. Dengan menghubungkan elemen-elemen dari berbagai aktiva satu dengan lainnya, elemen-elemen dari berbagai pasiva satu dengan lainnya serta menghubungkan elemen-elemen dari aktiva dan pasiva dalam neraca pada suatu periode tertentu akan dapat diperoleh gambaran mengenai keadaan kinerja keuangan suatu perusahaan.

Menurut PSAK No. 1, tujuan laporan keuangan secara umum adalah untuk memberikan informasi tentang posisi keuangan, kinerja dan arus kas, perusahaan yang bermanfaat bagi sebagian besar kalangan pengguna laporan dalam rangka membuat keputusan-keputusan ekonomi serta menunjukkan pertanggung-jawaban (*stewardship*) manajemen atas penggunaan sumber-sumber daya yang dipercayakan kepada mereka dalam rangka mencapai tujuan tersebut. Laporan keuangan yang lengkap terdiri dari komponen-komponen berikut:

Neraca (Laporan Posisi Keuangan)

Neraca perusahaan disajikan sedemikian rupa yang menggambarkan posisi keuangan suatu perusahaan pada saat tertentu maksudnya adalah menunjukkan keadaan keuangan pada tanggal tertentu biasanya pada saat tutup buku.

Laporan laba rugi

Laporan laba rugi merupakan suatu laporan yang sistematis mengenai penghasilan,

biaya, rugi laba yang diperoleh oleh suatu perusahaan selama periode tertentu (Munawir, 2000). Tujuan pokok laporan laba rugi adalah melaporkan kemampuan riil perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Laporan laba rugi perusahaan disajikan sedemikian rupa yang menonjolkan berbagai unsur kinerja keuangan yang diperlukan bagi keuangan yang diperlukan bagi penyajian secara wajar.

Laporan perubahan ekuitas

Laporan perubahan ekuitas menggambarkan peningkatan atau penurunan aktiva bersih atau kekayaan selama periode yang bersangkutan.

Laporan arus kas

Laporan arus kas dapat memberikan informasi yang memungkinkan para pemakai untuk mengevaluasi perubahan dalam aktiva bersih perusahaan struktur keuangan (termasuk likuiditas dan solvabilitas) dan kemampuan untuk mempengaruhi jumlah serta waktu arus kas dalam rangka adaptasi dengan perubahan keadaan dan peluang (IAI, 2004). Informasi arus kas berguna untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan kas dan setara kas dan memungkinkan para pemakai mengembangkan model untuk menilai dan membandingkan nilai sekarang dari arus kas masa depan (*Future cash flow*) dari berbagai perusahaan.

Catatan atas laporan keuangan

Catatan atas laporan keuangan harus disajikan secara sistematis. Setiap pos dalam neraca, laporan laba rugi dan laporan arus kas harus berkaitan dengan informasi yang terdapat

catatan atas laporan keuangan. Catatan atas laporan keuangan mengungkapkan (IAI, 2004):

- a. Informasi tentang dasar penyusunan laporan keuangan dan kebijakan akuntansi yang di pilih dan diterapkan terhadap peristiwa dan transaksi yang penting
- b. Informasi yang diwajibkan dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan tetapi tidak disajikan di neraca, laporan laba rugi, laporan arus kas, dan laporan perubahan ekuitas
- c. Informasi tambahan yang tidak disajikan dalam laporan keuangan tetapi diperlukan dalam rangka penyajian secara wajar.

Menurut Leopold A. Bernstein, analisis laporan keuangan merupakan suatu proses yang penuh pertimbangan dalam rangka membantu mengevaluasi posisi keuangan dan hasil operasi perusahaan pada masa sekarang dan masa lalu, dengan tujuan untuk menentukan estimasi dan prediksi yang paling mungkin mengenai kondisi dan kinerja perusahaan pada masa mendatang (Dwi Prastowo dan Rifka Juliaty, 2002).

Analisis laporan keuangan mencakup pengaplikasian berbagai alat dan tehnik analisis pada laporan dan data keuangan dalam rangka untuk memperoleh ukuran-ukuran dan hubungan-hubungan yang berarti dan berguna dalam proses pengambilan keputusan (Prastowo dan Julianty, 2002). Tujuan analisis laporan keuangan sendiri menurut Prastowo dan Juliaty (2002) antara lain:

- a. Sebagai alat screening awal dalam memilih alternatif investasi atau merger

- b. Sebagai alat forecasting mengenai kondisi dan kinerja keuangan di masa datang
- c. Sebagai proses diagnosis terhadap masalah-masalah manajemen, operasi atau masalah lainnya.
- d. Sebagai alat evaluasi terhadap manajemen.

Teknik analisis laporan keuangan dikategorikan menjadi dua metode, yaitu (Prastowo, 2002):

1. Metode analisis horizontal, Metode ini terdiri dari 4 analisis, yakni Analisis komperatif (*comparative financial statement analysis*), Analisis *trend*, Analisis arus kas (*cash flow analysis*) dan analisis perubahan laba kotor (*gross profit analysis*).
2. Metode analisis vertikal, Metode ini terdiri dari 3 analisis, yakni analisis *Common Size*, analisis impas (*break event*) dan analisis rasio.

Penilaian Kinerja Keuangan Perbankan

Untuk menilai kinerja perbankan umumnya digunakan lima aspek penilaian, yaitu: 1) Capital (permodalan); 2) *Assets* (Kualitas Aset Produktif), 3) *Management*; /KAP), 4) *Earnings* (profitabilitas); dan 5) *Liquidity*. Kelima aspek yang digunakan biasa disebut CAMEL. Aspek-aspek tersebut kecuali aspek manajemen menggunakan rasio keuangan.

Analisis yang akan penulis lakukan dalam penelitian ini adalah analisis dari sisi permodalan bank, analisis dari sisi efisiensi bank, analisis dari sisi *earning* (profitabilitas) serta analisis dari sisi likuiditas.

1. *Capital* (Permodalan)

Pada aspek permodalan ini yang dinilai adalah permodalan yang di dasarkan kepada kewajiban penyediaan modal minimum bank. Penilaian tersebut di dasarkan kepada CAR (*Capital Adequacy Ratio*) yaitu dengan membandingkan modal terhadap Aktiva Tertimbang Menurut Resiko (ATMR). CAR (*Capital Adequacy Ratio*) CAR adalah rasio yang memperlihatkan seberapa besar jumlah seluruh aktiva bank yang mengandung resiko (pembiayaan, penyertaan, surat berharga, tagihan pada bank lain) ikut dibiayai dari modal sendiri disamping memperoleh dana-dana dari sumber-sumber diluar bank.

1. *Capital* (Permodalan)

$$CAR = \frac{\text{Modal (Modal inti + modal Pelengkap)} \times 100\%}{\text{ATMR (Aktiva Tertimbang Menurut Risiko)}}$$

2. Efisiensi

Rasio yang sering digunakan dalam mengukur efisiensi diperbankan adalah BOPO. Rasio efisiensi ini digunakan untuk mengukur kemampuan manajemen bank dalam mengendalikan biaya operasional terhadap pendapatan operasional. Semakin kecil rasio ini berarti semakin efisien biaya operasional yang dikeluarkan bank yang bersangkutan sehingga kemungkinan suatu bank dalam kondisi bermasalah semakin kecil. Biaya operasional dihitung berdasarkan penjumlahan dari total beban bunga dan total beban operasional lainnya. Pendapatan operasional adalah penjumlahan dari total pendapatan bunga dan total pendapatan operasional lainnya.

$$BOPO = \frac{\text{Beban Operasional}}{\text{Pendapatan Operasional}} \times 100\%$$

3. Likuiditas

Suatu bank dikatakan likuid apabila bank bersangkutan dapat memenuhi semua kewajibannya yang jatuh tempo, dapat membayar kembali semua dana pihak ketiga, serta dapat memenuhi permintaan kredit yang diajukan tanpa terjadi penangguhan. Rasio likuiditas ini dilakukan untuk menganalisis kemampuan bank dalam memenuhi kewajiban-kewajiban tersebut. Dalam penelitian ini, rasio likuiditas yang digunakan adalah *Current Ratio* (CR)

4. *Earning* (profitabilitas)

Pada aspek rentabilitas ini yang dilihat adalah kemampuan bank dalam meningkatkan laba dan efisiensi usaha yang dicapai. Penilaian dalam unsur ini yaitu Rasio laba terhadap total asset (ROA). Rasio ROA digunakan untuk mengukur kemampuan manajemen bank dalam memperoleh keuntungan (laba) secara keseluruhan. Semakin besar ROA suatu bank, semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai bank tersebut dan semakin baik pula posisi bank tersebut dari segi penggunaan asset. Rasio Laba terhadap Total *Assets* (ROA/*Earning*). Rumusnya adalah:

$$ROA = \frac{\text{Laba Sebelum Pajak} \times 100\%}{\text{Rata-rata Total Aset}}$$

Kebankrutan (*bankruptcy*) biasanya diartikan sebagai kegagalan perusahaan dalam menjalankan operasi perusahaan untuk menghasilkan laba (Supardi, 2003:79). Sedangkan menurut Undang-Undang No. 4 tahun 1998 adalah dimana suatu institusi dinyatakan oleh keputusan pengadilan bila debitur memiliki dua atau lebih kreditur dan tidak membayar sedikitnya satu hutang

yang telah jatuh tempo dan dapat ditagih. Kebankrutan sering juga disebut likuidasi perusahaan atau penutupan perusahaan ataupun *insolvibilitas*.

Menurut Hanafi (2003:264) kebangkrutan yang terjadi sebenarnya dapat diprediksi dengan melihat beberapa indikator-indikator, yaitu :

- 1) Analisis aliran kas untuk saat ini atau masa mendatang.
- 2) Analisis strategi perusahaan
- 3) Struktur biaya relatif terhadap pesaingnya.
- 4) Kualitas manajemen.
- 5) Kemampuan manajemen dalam mengendalikan biaya.

Penerapan analisis rasio keuangan masih terbatas karena dilakukan secara terpisah, artinya setiap rasio diuji secara terpisah. Untuk mengatasi keterbatasan analisa rasio tersebut, Altman telah mengkombinasikan beberapa rasio menjadi model prediksi dengan teknik statistik yaitu analisis diskriminan yang digunakan untuk memprediksi kebangkrutan perusahaan dengan metode Altman Z-Score. Z-Score adalah skor yang ditentukan dari hitungan standar kali nisbah-nisbah keuangan yang akan menunjukkan tingkat kemungkinan kebangkrutan perusahaan (Supardi, 2003:73).

Rasio-rasio keuangan yang digunakan untuk menilai kebangkrutan bank dengan metode Altman ini ada lima yaitu:

1) *Working Capital/Total Assets*

Modal kerja yang di sini dimaksud adalah selisih antara aktiva lancar (*current assets*) dengan hutang lancar (*current liabilities*). Menurut Supardi (2003:81) rasio ini pada

dasarnya merupakan salah satu rasio likuiditas yang mengatur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek. Jika dikaitkan dengan indikator-indikator kebangkrutan tersebut di atas, maka indikator yang dapat digunakan untuk mendeteksi adanya masalah pada tingkat likuiditas perusahaan adalah indikator-indikator internal seperti, ketidakcukupan kas, utang dagang membengkak, *utilisasi* modal (harta kekayaan) menurun, penambahan utang yang tidak terkendali.

2) *Retained Earning/Total Assets*

Menurut Mulyono (1994) *retained earning/total assets* rasio profitabilitas yang dapat mendeteksi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan, yang ditinjau dari kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba dibandingkan dengan kecepatan perputaran *operating assets* sebagai ukuran efisiensi usaha. Rasio ini mengatur akumulasi laba selama perusahaan beroperasi. Umur perusahaan berpengaruh terhadap rasio tersebut karena semakin lama perusahaan beroperasi memungkinkan untuk memperlancar akumulasi laba ditahan

3) *Earning Before Interest and Tax/Total Assets*

Rasio *Earning Before Interest and Tax* di sini adalah *operating income*. Rasio ini merupakan kontributor terbesar dari model tersebut. Beberapa indikator yang dapat kita gunakan dalam mendeteksi adanya masalah pada kemampuan profitabilitas perusahaan diantaranya adalah, piutang dagang meningkat, rugi terus-menerus dalam

beberapa kwartal, persediaan meningkat, penjualan menurun, terlambatnya hasil penagihan piutang, kredibilitas perusahaan berkurang serta kesediaan memberi kredit pada konsumen yang tak dapat membayar pada waktu yang telah ditetapkan.

4) *Market Value Equity/Book Value of Debt*

Modal yang dimaksud di sini adalah gabungan nilai pasar dari modal biasa dan saham preferen, sedangkan hutang mencakup hutang lancar dan hutang jangka panjang.

5) *Sales/Total Assets*

Menurut M. Akhyar Adnan (2001:190) rasio ini merupakan rasio yang mendeteksi kemampuan dana perusahaan yang tertanam dalam keseluruhan aktiva yang berputar dalam satu periode tertentu. Rasio ini mengukur kemampuan manajemen dalam menggunakan aktiva untuk menghasilkan penjualan. *Sales* yang dipakai pada perusahaan perbankan adalah *revenue*.

METODOLOGI PENELITIAN

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif, yaitu data yang diukur dalam suatu skala numerik (angka). Dalam penelitian ini, penulis menggunakan data sekunder berupa laporan keuangan Tahunan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) yang ada di Sumatera Bagian Tengah. Di Sumatera Bagian Tengah (Sumbar, Riau, Kepulauan Riau dan Jambi) sendiri sampai akhir 2015 terdapat 10 BPRS dan semuanya akan dijadikan objek penelitian ini. Alat analisis yang digunakan dalam menganalisis

kinerja keuangan BPRS tersebut diatas dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melakukan analisis permodalan:

a. Capital (Permodalan)

$$\text{CAR} = \frac{\text{Total Modal}}{\text{Aktiva Tertimbang Menurut Resiko (ATMR)}} \quad 100\%$$

Efisiensi

$$\text{BOPO} = \frac{\text{Biaya Operasional}}{\text{Pendapatan Operasional}} \quad 100\%$$

b. Likuiditas

$$\text{FDR} = \frac{\text{Pembiayaan yang Diberikan}}{\text{Dana Pihak Ketiga}} \quad 100\%$$

c. Profitabilitas

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Sebelum Pajak}}{\text{Total Aktiva}} \quad 100\%$$

Metode Altman Z-Score dengan formulasi sebagai berikut

$$\text{Z-Score} = 1,2 \text{ WC/TA} + 1,4 \text{ RE/TA} + 3,3 \text{ EBIT/TA} + 0,6 \text{ MVE/BVD} + 1,0 \text{ S/TA}$$

Keterangan:

WC/TA : *Working Capital to Total Assets*: perbandingan antara modal kerja (bersih) dan total aktiva.

RE/TA : *Retained Earning to Total Assets*: perbandingan antara saldo laba dan total aktiva

EBIT/TA : *Earning Before Interest and Tax to Total Assets*: perbandingan antara laba sebelum biaya bunga dan pajak dengan total aktiva.

BVE/BVD : *Book Value Equity to Book Value of Debt*: perbandingan antara nilai buku ekuitas dan nilai buku utang.

S/TA : *Sales to Total Assets*: perbandingan antara penjualan dan total aktiva.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) adalah bank skala mikro yang beroperasi berdasarkan prinsip syaria'ah. Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah

BPRS yang ada di Sumatera bagian tengah periode penelitian 2013-2015.

Tabel 3. Daftar Bank Pembiayaan Syariah di Sumatera Bagian Tengah

Bank	Lokasi
BPRS Gajah Tongga	Sawah Lunto, Sumatera Barat
BPRS Mentari Pasaman Saiyo	Pasaman, Sumatera Barat
BPRS Haji Miskin	Tanah Datar, Sumatera Barat
BPRS Carana Kiat Andalas	Bukit Tinggi, Sumatera Barat
BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas	Kota Solok, Sumatera Barat
BPRS Al Makmur	50 Kota, Sumatera Barat
BPRS Ampek Angkek Canduang	Bukit Tinggi, Sumatera Barat
BPRS Vitka	Kota Batam, Kepulauan Riau
BPRS Berkah	Kampar, Riau
BPRS Hasanah	Pekan Baru, Riau

Berdasarkan penelitian yang dilakukan untuk melihat kinerja keuangan BPRS dengan menggunakan analisis CAMEL, maka dapat dirangkum dalam tabel-tabel dibawah ini:

Analisis Permodalan (Capital)

Tabel 4. Tingkat CAR BPRS di Sumatera Bagian Tengah

No	Bank	2013	2014	2015
1.	BPRS Gajah Tongga	Sehat	Sehat	Sehat
2.	BPRS Mentari Pasaman Saiyo	Sehat	Sehat	Sehat
3.	BPRS Haji Miskin	Sehat	Sehat	Sehat
4.	BPRS Carana Kiat Andalas	Tidak Sehat	Tidak sehat	Tidak Sehat
5.	BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas	Sehat	Sehat	Sehat
6.	BPRS Al Makmur	Sehat	Sehat	Sehat
7.	BPRS Ampek Angkek C.	Sehat	Sehat	Sehat
8.	BPRS Vitka	Sehat	Sehat	Sehat
9.	BPRS Berkah	Sehat	Sehat	Sehat
10.	BPRS Hasanah	Sehat	Sehat	Sehat

Sumber: Laporan keuangan tahunan (data diolah)

Dari tabel 4 diatas dapat dilihat dari 10 BPRS yang ada di Sumatera Bagian Tengah hanya BPRS Carana Kiat Andalas yang memiliki rasio permodalan di bawah 8 % dan masuk kategori tidak sehat selama tahun 2013 - 2015. Artinya di tahun tahun mendatang, BPRS Carana Kiat Andalas harus menaikkan rasio permodalan agar berada dalam kategori

sehat baik dari internal maupun eksternal. Peningkatan rasio permodalan dapat dilakukan dengan mencari *Investor* yang akan menyuntik modal baru atau meminta tambahan modal disetor pada para pemegang saham.

Analisis Efisiensi

Untuk mengetahui tingkat efisiensi BPRS, variabel yang digunakan adalah BOPO (Beban Operasional dibagi Pendapatan Operasional). Berikut adalah hasil analisisnya:

Tabel 5. Tingkat BOPO BPRS di Sumatera Bagian Tengah

No	Bank	2013	2014	2015
1.	BPRS Gajah Tongga	Sehat	Sehat	Tidak Sehat
2.	BPRS Mentari Pasaman Saiyo	Sehat	Sehat	Sehat
3.	BPRS Haji Miskin	Sehat	Sehat	Sehat
4.	BPRS Carana Kiat Andalas	Tidak Sehat	Tidak Sehat	Tidak Sehat
5.	BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas	Kurang Sehat	Sehat	Sehat
6.	BPRS Al Makmur	Sehat	Sehat	Sehat
7.	BPRS Ampek Angkek C.	Sehat	Sehat	Sehat
8.	BPRS Vitka	Sehat	Sehat	Tidak Sehat
9.	BPRS Berkah	Tidak Sehat	Tidak Sehat	Cukup Sehat
10.	BPRS Hasanah	Tidak Sehat	Tidak Sehat	Tidak Sehat

Sumber: Laporan keuangan tahunan (data diolah)

Dari tabel 5 diatas dapat dilihat sebahagian BPRS berada dalam keadaan sehat dan sebahagian lagi berada dalam keadaan yang mengkhawatirkan (selain sehat).

Dari data diatas hanya 4 BPRS yang selalu sehat dari pengelolaanya (efisiensi) yakni BPRS Mentari Pasaman Saiyo, BPRS Haji Miskin, BPRS Al Makmur dan BPRS Ampek Angkek Candung , khusus BPRS Ampek Angkek Candung dari tahun ketahun walaupun berada dalam keadaan sehat tapi tingkat kesehatan efisiensinya semakin menurun dan tahun 2015 sudah mencapai 92,55% yang hampir mendekati batas minimal sehat yakni 93,25%.

BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas (BPRS BNI) dan BPRS Berkah memperlihatkan perkembangan yang menggembirakan, BPRS BNI tahun 2013 masih berada dalam keadaan kurang sehat tapi tahun 2014 dan 2015 berada dalam keadaan sehat dengan tingkat kesehatan yang semakin baik dari tahun ketahun. Sedangkan BPRS Berkah tahun 2013 berada dalam keadaan tidak sehat dan 2014 juga berada dalam keadaan tidak sehat tapi sudah mengalami perbaikan dibanding tahun 2013. Tahun 2015 BPRS ini berada dalam keadaan cukup sehat yang artinya mengalami perbaikan dibanding tahun sebelumnya.

BPRS Gajah Tongga justru memperlihatkan hal yang berbeda, dimana setiap tahun tingkat kesehatannya semakin merosot. Ditahun 2013 dan 2014 berada dalam keadaan sehat dengan BOPO 82,23% dan 86,74% sedangkan tahun 2015 berada dalam keadaan tidak sehat dengan BOPO 96,30%.

BPRS Carana Kiat Andalas (BPRS CKA), BPRS Vitka dan BPRS Hasanah umumnya dari sisi BOPO berada dalam keadaan tidak sehat. BPRS CKA sepanjang tahun yang dianalisa selalu berada dalam keadaan tidak sehat dengan BOPO yang mengkhawatirkan melebihi 120 %, sedangkan BPRS Vitka berada tahun 2013 dan tahun 2014 sudah mendekati batas sehat dan tahun 2015 ini menjadi tidak sehat dengan BOPO 101%. Sementara itu BPRS Hasanah justru semakin tahun semakin mengkhawatirkan tingkat efisiensinya dan selalu berada dalam keadaan tidak sehat.

Analisa Likuiditas (*Liquidity*)

Untuk menganalisis kinerja likuiditas BPRS, maka analisis yang digunakan adalah analisis rasio Financing to Deposit Ratio (FDR).

Tabel 6. Tingkat FDR BPRS di Sumatera Bagian Tengah

No	Bank	2013	2014	2015
1.	BPRS Gajah Tongga	Sehat	Sehat	Sehat
2.	BPRS Mentari Pasaman Saiyo	Sehat	Sehat	Sehat
3.	BPRS Haji Miskin	Sehat	Kurang Sehat	Sehat
4.	BPRS Carana Kiat Andalas	Kurang Sehat	Sehat	Sehat
5.	BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas	Sehat	Sehat	Sehat
6.	BPRS Al Makmur	Sehat	Sehat	Sehat
7.	BPRS Ampek Angkek C.	Sehat	Sehat	Sehat
8.	BPRS Vitka	Sehat	Sehat	Kurang Sehat
9.	BPRS Berkah	Sehat	Sehat	Sehat
10.	BPRS Hasanah	Sehat	Sehat	Sehat

Sumber: Laporan keuangan tahunan (data diolah)

Dari tabel diatas dapat dilihat hampir semua BPRS di Sumatera Barat dari sisi FDR berada dalam keadaan Likuid dan berada jauh di bawah batas maksimal yang dikatakan sehat oleh BI yakni < 110 %. Tahun 2013 hanya BPRS Carana Kiat Andalas yang berada dalam keadaan kurang sehat, tahun 2014 BPRS Haji Miskin berada dalam keadaan kurang sehat sedangkan tahun 2015 BPRS Vitka berada dalam keadaan kurang sehat. Jadi dapat disimpulkan semua BPRS yang ada diyakini akan dapat memenuhi semua kewajiban jangka pendeknya.

Analisa Profitabilitas (*Earning*)

a. Analisa Return on Aset (ROA)

Tabel 7. Tingkat ROA BPRS di Sumatera Bagian Tengah

No	Bank	2013	2014	2015
1.	BPRS Gajah Tongga	Sehat	Sehat	Cukup Sehat
2.	BPRS Mentari Pasaman Saiyo	Sehat	Sehat	Sehat

3.	BPRS Haji Miskin	Sehat	Sehat	Sehat
4.	BPRS Carana Kiat Andalas	Tidak Sehat	Tidak Sehat	Tidak Sehat
5.	BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas	Kurang Sehat	Sehat	Sehat
6.	BPRS Al Makmur	Sehat	Sehat	Sehat
7.	BPRS Ampek Angkek C.	Sehat	Sehat	Cukup Sehat
8.	BPRS Vitka	Sehat	Sehat	Tidak Sehat
9.	BPRS Berkah	Tidak Sehat	Kurang Sehat	Kurang Sehat
10.	BPRS Hasanah	Sehat	Tidak Sehat	Tidak Sehat

Sumber : Laporan keuangan tahunan (data diolah)

Dari tabel diatas dapat dilihat tidak semua BPRS di Sumatera Barat dari sisi ROA berada dalam keadaan sehat sepanjang tahun yang dilakukan analisa. Dari 10 BPRS yang ada diwilayah Sumatera Bagian Tengah hanya PT. BPRS Haji Miskin, BPRS Mentari Pasaman

Saiyo dan PT. BPRS Al-Makmur berada dalam keadaan sehat dengan ROA yang jauh dari batas minimal yang ditetapkan oleh BI yang dikatakan sehat yakni $> 1,215 \%$.

Prediksi Kebankrutan BPRS

Rasio-rasio yang digunakan sebagai alat analisis adalah dalam penelitian ini adalah *working capital/total assets* (X_1), *retained earnings/total assets* (X_2), *earning before interest and tax/total assets* (X_3), dari *book value of equity/book value of debt* (X_4) dan *sales/total assets* (X_5). Dari hasil perhitungan rasio-rasio tersebut dengan menggunakan metode Z-score dapat dilihat dalam tabel 8 sebagai berikut:

Tabel 8. Score Tahun 2015

Nama BPRS	X_1	X_2	X_3	X_4	X_5	Z Score	Ket
BPRS Gajah Tongga	0,8200	0,0289	0,0069	0,0352	0,1902	12,586	Grey area
BPRS Mentari Pasaman Saiyo	0,9456	0,0118	0,0261	0,1338	0,1942	15,117	Grey area
BPRS Haji Miskin	0,9678	0,0153	0,0210	0,1515	0,1743	15,173	Grey area
BPRS Carana Kiat Andalas	0,3042	-0,1334	-0,0353	0,0365	0,1747	0,2586	Berpotensi Bankrut
BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas	0,9462	0,0196	0,0372	0,2087	0,2114	15,674	Grey area
BPRS Al Makmur	0,8835	0,0162	0,0132	0,0806	0,1594	13,342	Grey area
BPRS Ampek Angkek Canduang	0,8343	0,0156	0,0104	0,0982	0,1503	12,663	Grey area
BPRS Vitka	0,9792	0,0097	-0,0023	0,0596	0,1988	14,155	Grey area
BPRS Berkah	0,9456	-0,1074	0,0114	0,0884	0,1655	12,407	Grey area
BPRS Hasanah	0,7407	-0,0475	-0,0270	0,2049	0,2089	10,649	Berpotensi Bankrut

Sumber : Laporan Keuangan Audit dan www.go.bi.id (data di olah)

Dengan melihat hasil Z-score untuk tahun 2015 di atas ada dua BPRS yang berada dalam kondisi berpotensi bankrut menurut Altman Z-score ditandai dengan nilai hasilnya yang berada di bawah skor 1,1 yakni PT. BPRS Carana Kiat Andalas, BPRS Hasanah. Untuk mengatasi potensi kebangkrutan maka salah satu upaya yang dilakukan PT BPRS Carana Kiat Andalas melakukan efisiensi besar-besaran dengan cara memangkas biaya-biaya yang masuk katagori *waste* atau boros. Sedangkan BPRS yang lain berada di *grey area* dengan

nilai antara 1,1 sampai dengan 2,6 yaitu suatu area dalam perhitungan Z-score dimana perusahaan memiliki resiko kesulitan keuangan yang dapat menjurus pada kebangkrutan jika tidak dilakukan perbaikan kinerja perusahaan

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dan analisis tentang kinerja keuangan dan prediksi kebangkrutan BPRS Sumatera Bagian Tengah, maka disimpulkan:

Secara umum kinerja Keuangan

- a. Dari Sisi permodalan secara umum BPRS di Sumatera Bagian Tengah berada dalam keadaan sehat kecuali PT. BPRS Carana Kiat Andalas.
- b. Dari sisi Efisiensi hanya empat BPRS yang dikelola secara efisien sepanjang tahun yang diteliti dan berada dalam kategori sehat sedangkan sebagian lagi (6 BPRS) mengalami fluktuasi efisiensi.
- c. Dari sisi likuiditas hampir semua BPRS yang dianalisa berada dalam keadaan likuid dan diyakini mampu memenuhi kewajiban jangka pendeknya (hanya 1 BPRS) setiap tahun yang berada dalam keadaan kurang sehat.
- d. Dari sisi Profitabilitas (menghasilkan laba) hanya ada 3 BPRS yang selama tahun dianalisa selalu mampu menghasilkan laba yang sehat sedangkan yang lain ada yang cukup sehat dan malah terdapat beberapa BPRS yang berada dalam keadaan merugi sepanjang tahun yang dianalisa.

Dari Prediksi Kebankrutan didapat hasil sebagai berikut :

- a. Tidak ada BPRS di wilayah Sumatera Bagian Tengah yang berada dalam Zone Hijau (Kategori aman) Scorenya > 2,6
- b. Terdapat 8 BPRS yang berada dalam Grey Area ($1,1 < Z \text{ Score} < 2,6$).
- c. Terdapat 2 BPRS yakni PT. BPRS Carana Kiat Andalas dan PT. BPRS Berkah berada dalam Berpotensi Bankrut karena Z Scorenya < 1,1

DAFTAR PUSTAKA

- Akhyar, Muhammad Adnan. (2010). Analisis Tingkat Kesehatan Perusahaan Untuk Memprediksi Potensi Kebankrutan dengan Pendekatan Altman, *JAAI*, 4 (2).
- Arikunto, Suharsimi. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Halim, Abdul. (2010). *Analisis Investasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hanafi, Hamduh M. & H. Abdul. (2006). *Analisa Laporan Keuangan*. Yogyakarta: UPP-AMP YKPN.
- Husnan, Suad. (2010). *Dasar-dasar Teori Portofolio dan Analisis Sekuritas*. Yogyakarta: UPP AMP YKPI.
- Kasmir. (1999). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Muljono, Teguh Pudjo. *Aplikasi Akuntansi Manajemen dalam Praktek Perbankan*. Yogyakarta: BPFE.
- Muslich, Mohammad. (2009). *Manajemen Keuangan Modern (Analisis, Perencanaan, dan Kebijaksanaan)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Setyorini dan Abdul Halim. (1999). *Studi Potensi Kebankrutan Perusahaan Publik di Bursa Efek Jakarta Tahun 1996-1998*. Simposium Nasional Akuntansi II. Malang: Universitas Brawijaya.
- Supardi & S. Mastuti. 2008. Validitas Penggunaan Z-Score Altman Untuk Menilai Kebankrutan Pada Perusahaan Perbankan Go Publik di Bursa Efek Jakarta. *Kompak*, 7.

IMPLEMENTASI KAIDAH-KAIDAH ISLAM DALAM PENGELOLAAN ZAKAT PROFESI

SUTARDI

Magister Ilmu Ekonomi Universitas Mataram
E-mail: sutardisukarno@yahoo.co.id

MUHAMMAD IRWAN

Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Mataram
E-mail: M_irwan_fe@yahoo.co.id

IHSAN RO'IS

Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Mataram
E-mail: drihsanrois@gmail.com

Abstract

*The theme of the article is the banks and financial institutions. This study aims to determine the implementation of Islamic rules in the management of "zakat profesi". Management views of managers understanding of the principles of Islam. The research is qualitative descriptive. Data collection using interviews, observation, and documentation. Resource is the management and participants "Program Peduli Dhuafa". The results showed the "zakat profesi" management has implemented the rules of Islam. In executing the management has implemented four properties ie Muhammad SAW: *siddiq, amanah, tabligh and fathonah.**

Keywords: *Implementation, Islamic Rule, Zakat Profesi*

PENDAHULUAN

Ekonomi Islam yang berlandaskan pada Al-Qur'an, Al-Hadist, Ijma maupun Ijtihad ulama telah menekankan kepada umat manusia untuk mencapai kesejahteraan hidup di dunia dan di akhirat. Kesejahteraan itu tidak hanya terpusat pada individu melainkan seluruh umat manusia yang menjalani proses kehidupan di dunia ini, namun tidak mengabaikan pemenuhan kesejahteraan akhirat yang diwujudkan dengan adanya saling tolong menolong, kasih sayang antara satu umat dengan umat lainnya melalui distribusi harta (kekayaan). Prinsip ini berbeda dengan ekonomi konvensional yang muncul belakangan dan justru dijadikan acuan

perekonomian dunia yang berlandaskan pada pola pikir materialisme, menempatkan manusia sebagai segala-galanya, baik secara kolektif atau komunal maupun individu atau liberal.

Sebagai salah satu pilar utama dalam rukun Islam adalah zakat. Disebut demikian karena perintah zakat bukan sekedar praktik ibadah yang memiliki dimensi spiritual, tetapi juga sosial. Zakat merupakan ibadah dan kewajiban sosial bagi umat Islam yang kaya (*aghniya'*) ketika memenuhi nisab (batas minimal) dan *hawl* (waktu satu tahun). Secara sosiologis zakat bertujuan untuk meratakan kesejahteraan dari orang kaya kepada orang miskin secara adil dan mengubah penerima

zakat menjadi pembayar zakat. Oleh karena itu, jika zakat diterapkan dalam format yang benar dapat meningkatkan keimanan serta dapat mendorong pertumbuhan ekonomi secara luas.

Menurut Abdullah bin Muhammad bin 'Abdurrahman bin Ishaq Alu Syaikh (2008), Allah SWT memerintahkan Rasulullah SAW untuk mengambil zakat dari harta kekayaan mereka, yang dengannya beliau dapat membersihkan dan mensucikan mereka. Yang demikian itu bersifat umum, meskipun sebagian ulama ada yang mengembalikan *dhamir "hum"* (mereka) pada kalimat *am walihim* (harta mereka) itu kepada orang-orang yang mengakui dosa-dosa mereka dan mencampuradukkan antara amal kebaikan dengan perbuatan buruk. Oleh karena itu sebagian orang yang menolak membayar zakat dari kalangan masyarakat Arab, berkeyakinan bahwa pembayaran zakat kepada pemimpin tidak boleh, jika hal itu diperbolehkan hanya khusus kepada Rasulullah SAW. Untuk itu mereka menggunakan dalil berupa firman Allah SWT yang artinya: "Ambillah zakat dari sebagian harta mereka."

Menurut Permono (2005: 215-216) zakat profesi dibagi dua kategori (1) *kasb al-'amal*, yaitu pekerjaan seseorang yang tunduk pada perseroan atau perseorangan dengan mendapat upah (2) *al-mihan al-hurrah*, pekerjaan bebas, tidak terikat pada orang lain, seperti dokter swasta, pemborong, pengacara, seniman, penjahit, tukang kayu dan sejenisnya wajib dikenakan zakat. Sedangkan perbedaan pendapat ulama tentang zakat profesi, hanya pada tataran waktu wajib zakat dan persyaratan *hawl*.

Zakat profesi merupakan salah satu jenis zakat kontemporer dalam pembahasan fiqh saat ini. Harta hasil usaha seperti gaji pegawai, upah karyawan, pendapatan dokter, insinyur, advokat dan yang lain yang mengerjakan profesi tertentu dan juga seperti pendapatan yang diperoleh modal yang diinvestasikan di luar sektor perdagangan, seperti pada mobil, kapal, kapal terbang, percetakan, tempat-tempat hiburan, dan lain-lainnya, wajib terkena zakat persyaratan satu tahun dan dikeluarkan pada waktu diterima (Qardawi, 1999).

Dalam UU No. 23 tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat, Pasal 4 ayat 2, disebutkan bahwa zakat mal sebagaimana dimaksud pada ayat 1 meliputi: emas, perak, dan logam mulia lainnya, uang dan surat berharga lainnya, perniagaan, pertanian, perkebunan, dan kehutanan, peternakan dan perikanan, pertambangan, perindustrian, pendapatan dan jasa, dan rikaz, termasuk harta yang dikenai zakat. Selanjutnya pada pasal 16 disebutkan, dalam melaksanakan tugas dan fungsinya BAZNAS, BAZNAS Propinsi, BAZNAS Kabupaten/Kota dapat membentuk UPZ pada instansi pemerintah, badan usaha milik Negara, badan usaha milik daerah, perusahaan swasta.

Dalam PP Nomor 14 Tahun 2014 pasal 46 menyebutkan bahwa dalam pelaksanaan tugas dan fungsi dibidang zakat BAZNAS, BAZNAS Provinsi, dan BAZNAS kabupaten/kota dapat membentuk Unit Pengumpul Zakat (UPZ) bertugas membantu pengumpulan zakat. Dalam Perda No 1 tahun 2015 dari kota Mataram, tentang Pengelolaan Zakat, Infak dan Sedekah

pada pasal 8 disebutkan bahwa hasil pendapatan dan Jasa dan/atau zakat profesi merupakan harta yang dikenai zakat. Pada pasal 30, Pengumpulan zakat, infak dan sedekah melalui UPZ dapat dibentuk pada kantor, badan dan perusahaan dilingkup kota Mataram.

Pegawai PDAM Giri Menang Mataram berjumlah 276 orang, yang beragama Islam berjumlah 258 orang, yang rutin mengeluarkan zakat profesi melalui UPZ Program Peduli Dhuafa PDAM Giri Menang Mataram berjumlah 114 orang (44,19 persen dari jumlah pegawai yang beragama Islam). Dana zakat profesi yang terkumpul melalui UPZ Program Peduli Dhuafa PDAM Giri Menang Mataram bulan Januari 2016 sebesar Rp. 4.959.885. Dengan persebaran, yang mengeluarkan 2,5 % sebanyak 12 orang, 1 % sebanyak 1 orang, dan selebihnya kurang dari 1 % sebanyak 103 orang. Jika zakat profesi ini dianalogikan/diqiyaskan dengan zakat perdagangan sama dengan zakat emas dan perak, nisabnya senilai 85 gram emas, kadar zakatnya 2,5 % dan waktu mengeluarkannya setahun sekali, setelah dikurangi kebutuhan pokok. (Hafidhuddin, 2002:96). Pengelola Program Peduli Dhuafa Pegawai PDAM Giri Menang menerapkan cara perhitungan 2,5 % dari penghasilan. Pegawai yang beragama Islam 258 dengan asumsi memiliki penghasilan setara Upah Minimum Propinsi Rp. 1.482.950, maka potensi zakat profesi di PDAM Giri Menang tiap bulan adalah $2,5 \% \times 258 \times \text{Rp. } 1.482.950 = \text{Rp. } 9.565.092$.

Hal ini menjadi fenomena menarik untuk diteliti karena selama lima tahun pendiriannya, UPZ Program Peduli Dhuafa

PDAM Giri Menang Mataram tingkat partisipasi pegawai PDAM Giri Menang Mataram yang mengeluarkan zakat melalui UPZ Program Peduli Dhuafa PDAM Giri Menang Mataram baru 44,19% dari jumlah pegawai yang beragama Islam, dan potensi zakat profesi tiap bulan sebesar Rp. 9.565.092 baru terealisasi rata-rata sebesar Rp. 4.959.885, ini perlu mendapat perhatian dari pengelola karena tingkat ketercapaian baru 51,85 % dari jumlah potensi zakat. Dalam Penelitian ini peneliti berupaya meneliti Implementasi Kaidah-Kaidah Islam dalam pengelolaan zakat profesi pada UPZ Program Peduli Dhuafa PDAM Giri Menang Mataram

Berdasarkan hal tersebut di atas, maka dapat ditarik permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pengelolaan zakat profesi pada UPZ Program Peduli Dhuafa PDAM Giri Menang Mataram.
2. Apakah pengelolaan zakat profesi pada UPZ Program Peduli Dhuafa PDAM Giri Menang Mataram sudah mengimplementasikan kaidah-kaidah Islam.

Bertitik tolak dengan permasalahan yang telah dikemukakan diatas, penelitian ini bertujuan:

1. Untuk mengetahui pengelolaan zakat profesi pada UPZ Program Peduli Dhuafa PDAM Giri Menang Mataram.
2. Untuk mengetahui pengelolaan zakat profesi pada UPZ Program Peduli Dhuafa PDAM Giri Menang Mataram dalam mengimplementasikan kaidah-kaidah Islam.

Pengertian Zakat Profesi

Menurut Qardhawi (1999:459), pekerjaan yang menghasilkan uang ada dua macam. Pertama adalah pekerjaan yang dikerjakan sendiri tanpa tergantung kepada orang lain, berkat kecekatan tangan atau otak. Penghasilan yang diperoleh dengan cara ini merupakan penghasilan professional, seperti penghasilan seorang doctor, insinyur, advokat, seniman, penjahit, tukang kayu dan lain-lainnya. Kedua, adalah pekerjaan yang dikerjakan seseorang buat pihak lain baik pemerintah, perusahaan, maupun perorangan dengan memperoleh upah, yang diberikan, dengan tangan, otak, ataupun kedua-duanya. Penghasilan dari pekerjaan seperti ini berupa gaji, upah, ataupun honorarium.

Selanjutnya zakat profesi menurut mereka yang mencetuskannya sebenarnya bukan hal baru. Bahkan para ulama' yang mendukung zakat ini mengatakan bahwa landasan zakat profesi atau penghasilan itu sangat kuat yaitu langsung dari al-Qur'an sendiri, maka yang mewajibkan zakat profesi atau zakat penghasilan adalah al-Qur'an sendiri. Istilah yang digunakan oleh al-Qur'an untuk zakat profesi ini adalah al-kasab.

Besarnya Zakat Profesi

Fakhruddin dalam Fiqh & Manajemen Zakat di Indonesia, menganalogikan/mengqiyaskan pada tiga pendapat, pertama dianalogikan pada zakat perdagangan, maka nisab, ukuran, dan waktu mengeluarkannya sama dengan zakat emas dan perak. Nisabnya senilai 85 gram emas, ukuran zakatnya 2,5

% dan waktu mengeluarkannya setahun sekali, setelah dikurangi kebutuhan pokok. Kedua jika dianalogikan pada zakat pertanian, maka nishabnya senilai 653 kg padi atau gandum, ukuran zakatnya sebesar 5 % dan dikeluarkan pada setiap mendapatkan gaji atau penghasilan, misalnya sebulan sekali. Ketiga, jika dianalogikan dalam zakat emas atau perak dengan mengacu pada pendapat yang menyamakan mata uang masa kini dengan emas atau perak, maka nisabnya adalah setara dengan nisab emas atau perak, dan ukuran yang harus dikeluarkan adalah 2,5 %. Sedangkan waktu menunaikan zakatnya adalah segera setelah menerima gaji.

Cara Penghitungan Zakat Profesi

Qardhawi (1999) perhitungan zakat profesi dibedakan menurut 2 (dua) cara:

1. Secara langsung, zakat dihitung dari 2,5% dari penghasilan kotor secara langsung, baik dibayarkan bulanan atau tahunan. Metode ini lebih tepat bagi mereka yang diluaskan rezekinya oleh Allah. Contoh: Seseorang dengan penghasilan Rp 6.000.000 tiap bulannya, maka wajib membayar zakat sebesar: $2,5\% \times 6.000.000 = \text{Rp. } 150.000$ perbulan atau Rp. 1.800.000 pertahun.
2. Setelah dipotong dengan kebutuhan pokok, zakat dihitung 2,5% dari gaji setelah dipotong dengan kebutuhan pokok. Metode ini lebih adil diterapkan oleh mereka yang penghasilannya pas-pasan. Contoh: Seseorang dengan penghasilan Rp 6.000.000,- dengan pengeluaran untuk

kebutuhan pokok Rp 4.000.000 tiap bulannya, maka wajib membayar zakat sebesar: $2,5\% \times (6.000.000 - 4.000.000) =$ Rp 50.000 perbulan atau Rp 600.000,- pertahun.

Dari dua cara penghitungan zakat profesi yang dilakukan di PDAM Giri Menang Mataram adalah 2,5 % dari penghasilan pegawai sebelum dikurangi kebutuhan pokok.

Pengumpulan Zakat

Pengumpulan zakat dilakukan oleh badan amil zakat yang dibentuk oleh pemerintah dan lembaga amil zakat yang dibentuk oleh masyarakat dan dikukuhkan oleh pemerintah. Pengumpulan zakat dapat dilakukan melalui penyerahan langsung (datang) ke Badan Amil Zakat melalui konter zakat, unit pengumpulan zakat, pos, bank, pemotongan gaji, dan pembayaran zakat yang dapat mengurangi penghasilan kena pajak. Sementara itu dalam Bab I pasal 3 Undang-Undang Nomor 23 tahun 2011 dikemukakan bahwa pengelolaan zakat bertujuan :

1. Meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan dalam pengelolaan zakat; dan
2. Meningkatkan manfaat zakat untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat dan penanggulangan kemiskinan.

Peningkatan kualitas profesionalisme organisasi pengelola zakat memang tidak dapat dilakukan tanpa mempertimbangkan pengembangan sumber daya manusia (SDM). Sebab SDM memiliki peran penting dalam mewujudkan lembaga zakat yang profesional. Mekanisme pengelolaan akan menjadi baik

jika lembaga tersebut terus meningkatkan peningkatan kualitas SDM-nya secara berkelanjutan. Karena itu, peningkatan SDM menjadi hal wajib dalam menerapkan manajemen mutu bagi suatu lembaga zakat (Aflah, 2009).

Beberapa kemungkinan pengelolaan zakat dapat dilakukan dengan cara negara campur tangan secara langsung menangani pengumpulan zakat sebagai amil zakat. Apabila pengelolaan zakat dilakukan dengan cara amil zakat dalam hal ini adalah negara, terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan yakni masalah prosentase. Terdapat paling tidak kemungkinan yaitu prosentase zakat tetap sebagaimana adanya menurut tafsiran ajaran islam yang sudah ada atau akan ada kemungkinan prosentase zakat progresif yakni lebih besar penghasilan lebih besar zakat yang ditarik dan kemungkinan yang lain adalah prosentase progresif namun selektif yakni dikenakan pada bidang-bidang usaha tertentu (Sjadzali, dkk, 1992).

Selain subyek zakat (*personal*) zakat dikenakan juga kepada badan hukum sebagaimana pajak. Badan-badan hukum tersebut seperti perusahaan-perusahaan yang memiliki kekayaan baik benda bergerak maupun benda tidak bergerak. Zakat yang dikenakan kepada badan-badan hukum tersebut diambil dari saham dan keuntungan perusahaan-perusahaan tersebut. Dengan demikian, jelaslah bahwa dari segi subyek hukum, zakat dan pajak dapat diintegrasikan yaitu subyek zakat (*pajak*) yang berupa perseorangan (*person*) dan badan hukum (*recht person*) (Ali, 2006:165-166).

Menurut ketua komisi fatwa MUI, KH Anwar Ibrahim, hingga kini belum menemukan wajib tidaknya perusahaan membayar zakat. Berdasarkan logika, Anwar menyebutkan, wajibnya perusahaan membayar zakat memang cukup masuk akal. Hal ini karena perusahaan menjalankan suatu bisnis tertentu dan menghasilkan keuntungan dan pemegang saham perusahaan juga berinvestasi pada perusahaan untuk menjaring keuntungan (Aflah, 2009;102-103).

Saat ini masih banyak organisasi pengelola zakat yang keberadaannya hanya sekedar menjalankan aktivitas mengumpulkan dan menyalurkan zakat, infaq dan shadaqah. Sehingga ini menjadi tantangan bagi setiap lembaga zakat, infaq dan shadaqah untuk memperhatikan mutu dengan meningkatkan manajemen mutu dan kinerja yang terintegrasi dengan kebutuhan muzaki, mustahik dan *stakeholder* zakat. Setiap lembaga zakat dituntut mampu memperoleh hasil yang maksimal dengan meningkatkan kinerjanya serta mampu memberikan nilai yang tinggi bagi muzakki dan mustahik. Sebuah lembaga zakat yang profesional idealnya mampu memenuhi 7 kategori yakni : *Leadership, Strategic Planning, Focus on Muzaki, Mustahik, Stakeholders and "Markets", Measurement, Process Management, and Result* yang semuanya harus bisa diterapkan di lembaga tersebut (Aflah, 2009).

Pendistribusian Zakat

Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat pasal 25, zakat wajib didistribusikan kepada mustahik sesuai syariat Islam yang diatur dalam Al Qur'an surat

At-Taubah (9) ayat 60. Model pendistribusian dana yang tidak menyertakan pemetaan ekonomi dan sosial juga menjadi cermin hilangnya spirit keadilan sosial ekonomi dalam zakat. Tidak sedikit muzakki yang langsung memberikan zakat kepada fakir dan miskin tanpa memperhatikan apakah dana zakat tersebut mampu meningkatkan level kesejahteraan mereka atau tidak. Muzakki mungkin hanya berpikir tentang hukum, bahwa cukup baginya mengeluarkan zakat, sehingga kewajibannya sebagai muslim gugur. Di sinilah pentingnya amil dalam proses penyaluran zakat. Lembaga amil yang profesional sangat diperlukan agar proses pengumpulan dana (*fundraising*) serta pendistribusiannya dapat dilakukan secara efektif dan efisien. Salah satu membuatnya efektif dan efisien adalah dengan melakukan pemetaan sosial dan ekonomi. Susahnya, kadang-kadang menganggap amil hanya sekedar sebagai pos pengumpul zakat, tanpa tuntutan kerja optimal untuk usaha *fundraising* dan pola pendistribusian dana yang profesional.

Berkaitan dengan penguatan posisi amil ini, peningkatan profesionalisme lembaga-lembaga zakat adalah faktor kunci. Profesionalisme ini meliputi upaya proaktif dalam *fundraising* dengan dua tujuan: meningkatkan pendapatan dana zakat dan meningkatkan jumlah orang sadar zakat. Termasuk profesionalisme lembaga zakat dalam mengoptimalkan pengelolaan dana zakat untuk pemberdayaan ekonomi dan peningkatan sektor riil. Karena itu, lembaga zakat perlu memiliki pemetaan sosial ekonomi yang baik, sehingga dana zakat tepat sasaran.

Selain itu, model penyaluran dana zakat yang produktif harus lebih menjadi prioritas lembaga-lembaga zakat, daripada pola-pola distribusi dana konsumtif.

Dengan memperhatikan hal-hal tersebut di atas, zakat akan lebih bermanfaat bagi peningkatan kesejahteraan dan produktivitas masyarakat luas. Sudah saatnya pengelolaan dana zakat mengikuti misi profetik yang diemban Nabi, yaitu misi keadilan distribusi ekonomi dan meminimalkan konsentrasi harta hanya pada kelompok elit tertentu. Barangkali negara masih belum mampu membebaskan diri dari kungkungan monster-monster ekonomi global. Namun dengan ajaran Muhammad, umat Islam dapat mengilhami pemerintah di negeri ini bagaimana cara berdiri di atas kaki sendiri dan melepaskan ekonomi Indonesia dari *neoimperialisme* negara-negara kapitalis. Salah satunya melalui manajemen zakat professional agar tercapai kesejahteraan masyarakat.

Konsep kesejahteraan lahir bathin dapat dikatakan telah direalisasikan apabila unsur-unsur berikut telah terpenuhi, yaitu kebutuhan dasar bagi semua masyarakat terpenuhi, tingkat perbedaan sosial-ekonomi tidak terlalu mencolok, full employment (tidak adanya pengangguran usia produktif), keadilan dalam distribusi pendapatan dan kekayaan, stabilitas ekonomi dicapai tanpa beban hutang luar negeri yang berat, tingkat inflasi tidak tinggi, penyusutan sumber daya ekonomi yang tidak dapat diperbaharui tidak tinggi, dan kerusakan ekosistem yang dapat membahayakan kehidupan tidak terjadi.

Di samping hal-hal di atas, harus terpenuhi pula hal-hal sebagai berikut, yakni telah terwujudnya tingkat solidaritas keluarga dan sosial yang tinggi terhadap tanggung jawab bersama antara masyarakat dan pemerintah terhadap anak-anak, usia lanjut, orang sakit, orang-orang lemah, fakir miskin, keluarga bermasalah, janda-janda, penanggulangan kenakalan remaja, kriminalitas, dan kekacauan sosial serta pertikaian menyangkut SARA. Untuk mencapai konsep kesejahteraan tersebut, setiap orang baik sebagai anggota masyarakat atau dunia usaha, maupun sebagai bagian dari organisasi pemerintahan diharuskan mengorbankan kepentingan pribadi demi memenuhi kemaslahatan sosial di lingkungan keluarga, dalam dunia usaha, hidup bermasyarakat, atau di dalam bidang pemerintahan. Selama maksimalisasi kekayaan dan konsumsi adalah satu-satunya tujuan, maka pengorbanan tidak akan ada artinya.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan pendekatan deskriptif atau penelitian kualitatif dengan jenis penelitiannya yaitu penelitian lapangan (*field research*). Penelitian dilakukan di Unit Pengumpul Zakat Program Peduli Dhuafa PDAM Giri Menang Mataram, Nusa Tenggara Barat.

Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dari penelitian ini adalah pengelola Unit Pengumpul Zakat Program Peduli Dhuafa PDAM Giri Menang Mataram

yang terdiri ketua, sekretaris dan bendahara. Obyek penelitian ini adalah Implementasi Kaidah-Kaidah Islam yang terdiri akhlak mulia yang dimiliki Rasulullah SAW terdiri sifat Sidiq, Amanah, Tabligh, dan Fathonah dalam pengelolaan zakat profesi pada Unit Pengumpul Zakat Program Peduli Dhuafa PDAM Giri Menang Mataram.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang utama dalam penelitian kualitatif ialah yang berupa kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data dokumen. Untuk memperoleh data yang akurat diperlukan informan yang menguasai situasi sosial yang diteliti.

Teknik Pengumpulan Data

Berangkat dari pendapat tersebut, maka di dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a. Wawancara

Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara tak berstruktur. Wawancara tak berstruktur memiliki definisi wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya (Sugiyono, 2012).

b. Observasi

Terkait dengan penelitian ini, lebih memilih untuk menggunakan observasi yang bersifat partisipatif. Alasan mengapa peneliti lebih memilih observasi yang bersifat partisipatif adalah tidak lain karena dengan teknik ini maka data dan informasi yang

akan diperoleh akan lebih lengkap, tajam, dan sampai mengetahui pada tingkat makna dari setiap perilaku yang tampak. Hal ini disebabkan karena peneliti terlibat langsung dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang sedang digunakan sebagai sumber data penelitian.

c. Dokumentasi

Dalam penelitian ini dokumen yang digunakan adalah dokumen tertulis yang berupa peraturan, kebijakan, data-data berupa jumlah zakat yang terkumpul dan tersalurkan. Alat yang digunakan berupa kamera dan perekam suara.

Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan, dan setelah selesai lapangan. Dalam melakukan analisis data peneliti melihat teori yang ada yang menjadi pegangan peneliti dan membandingkan dengan hasil penelitian yang selanjutnya sampai jika mungkin teori yang "grounded". Selain itu dalam penelitian ini menggunakan analisis selama di lapangan model Miles dan Huberman. Dimana aktivitas dalam analisis data dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu *data reduction* (reduksi data), *data display* (penyajian data), *conclusion drawing/ verification* (penarikan kesimpulan/verifikasi).

Triangulasi

Dalam menetapkan keabsahan data dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik triangulasi dimana peneliti melakukan dengan:

a. Triangulasi sumber.

Triangulasi sumber adalah pengujian kredibilitas data dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui berbagai sumber.

b. Triangulasi Teknik.

Triangulasi teknik adalah pengujian kredibilitas data dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Teknik yang dilakukan adalah wawancara dan observasi serta dokumentasi.

c. Triangulasi Waktu.

Triangulasi Waktu adalah pengujian kredibilitas data dengan cara pengambilan data dalam waktu yang berbeda.

1. Beragama Islam
2. Mukallaf yaitu orang dewasa yang sehat akal pikirannya yang siap menerima tanggung jawab mengurus urusan umat
3. Memiliki sifat amanah dan jujur. Hal ini berkaitan dengan kepercayaan umat
4. Mengerti dan memahami hukum-hukum zakat dan mampu melakukan sosialisasi mengenai zakat kepada masyarakat
5. Memiliki kemampuan untuk melakukan tugas dengan sebaik-baiknya, seperti amanah dan jujur
6. Kesungguhan dalam melaksanakan tugas

Sebagai UPZ Program Peduli Dhuafa PDAM Giri Menang Mataram perlu memiliki pedoman dalam tugas dengan tujuan memiliki profesionalisme yang tinggi.

PEMBAHASAN

Pelaksanaan Pengelolaan Unit Pengumpulan Zakat PDAM

Dalam pengelolaan Progam Peduli Dhuafa PDAM Giri Menang belum memiliki acuan berupa Undang-Undang maupun Peraturan-Peraturan Pemerintah, mereka menjalankan kegiatan berdasarkan Surat Edaran dari PDAM Giri Menang Mataram. Pengelola dalam bekerja menjalankan tugasnya dengan jujur, bertanggungjawab, disiplin, dan ikhlas, sifat-sifat ini merupakan turunan dari sifat tabligh, amanah, fatonah dan siddiq.

Hadits Rasulullah banyak mengarahkan manusia agar memiliki etos kerja yang tinggi dan mengarah kepada profesionalisme sesuai dengan pengarah dan bimbingan dari Al Quran. Seseorang yang diberi amanah untuk menjadi amil zakat atau pengelola zakat, harus memiliki beberapa persyaratan sebagai berikut(Qardawi, 1999):

Pengelolaan Zakat Profesi oleh Unit Pengumpulan Zakat (UPZ)

Pengelolaan zakat profesi ini harus ditangani oleh Unit Pengumpul Zakat yang profesional, dan memiliki pemikiran kedepan yang jauh. Adanya pengelolaan zakat, diperuntukkan agar lebih terarah dan dapat memberikan pemerataan dan berkeadilan dalam pendistribusian. Selain itu, dapat melindungi harta dan memberikan kesempatan kepada para mustahik untuk memperbaiki keadaan perekonomiannya. Tetapi jika hal ini tidak memiliki pengorganisasian yang baik, maka segala visi dan misi tidak dapat terwujud. Seperti perkataan sayyidina Ali bin Abi Thalib, *"Kebenaran yang tidak diorganisir dapat dikalahkan oleh kebatilan yang diorganisir"*.

Zakat harus dikelola oleh sekelompok orang yang berilmu dan berdedikasi tinggi. Kewajiban mengelola zakat adalah fardu kifayah yang berarti jika tidak ada sebagian umat yang mengelola zakat maka seluruh umat akan menanggung dosa kelalaian perintah Allah swt. Kewajiban kifayah pengelolaan zakat ini dapat terlihat dalam surat At Taubah ayat 60:

Artinya: Sesungguhnya zakat-zakat itu, hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, pengurus-pengurus zakat, Para mu'allaf yang dibujuk hatinya, untuk (memerdekakan) budak, orang-orang yang berhutang, untuk jalan Allah dan untuk mereka yuang sedang dalam perjalanan, sebagai suatu ketetapan yang diwajibkan Allah, dan Allah Maha mengetahui lagi Maha Bijaksana.

Dalam pengelolaan Progam Peduli Dhuafa PDAM Giri Menang belum memiliki acuan berupa Undang-Undang Nomor 23 tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat dan Peraturan Pemerintah nomor 14 tahun 2014 tentang Pelaksanaan Undang-Undang No 23 tahun 2011 serta Peraturan Daerah Nomor 1 tahun 2015 tentang Pengelolaan Zakat Infak dan Sedekah, mereka menjalankan kegiatan berdasarkan Surat Edaran dari PDAM Giri Menang Mataram.

Pembentukan UPZ pada suatu instansi atau lembaga diperbolehkan sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku, dalam Undang-Undang Republik Indonesia tahun 2011 pasal 16 ayat 1 disebutkan : Dalam melaksanakan tugas dan fungsinya, BAZNAS, BAZNAS provinsi, dan BAZNAS kabupaten/kota dapat membentuk UPZ pada instansi pemerintah, badan usaha milik negara, badan usaha milik daerah, perusahaan swasta, dan perwakilan Republik Indonesia di luar negeri

serta dapat membentuk UPZ pada tingkat kecamatan, kelurahan atau nama lainnya, dan tempat lainnya. Dalam pengelolaannya, zakat memiliki dua model manajemen, antara lain:

1. *Management by Result* (MBR) merupakan gaya manajemen yang menekankan pada hasil
2. *Management by Proses* (MBP) adalah gaya manajemen yang menekankan pada penataan proses dan berorientasi pada jangka panjang. MBP merupakan gaya manajemen yang tepat diterapkan pada UPZ. Karakter dasar MBP dapat memberikan kesempatan pada semua pihak untuk berpartisipasi, kualitas amil dan mustahik ditingkatkan, dan tidak ada pihak yang dirugikan. Allah berfirman dalam surat An Naml ayat 89: *Artinya: Barangsiapa yang membawa kebaikan, Maka ia memperoleh (balasan) yang lebih baik dari padanya, sedang mereka itu adalah orang-orang yang aman tenteram dari pada kejutan yang dahsyat pada hari itu.*

Implementasi Kaidah-Kaidah Islam Pada Unit Pengumpulan Zakat PDAM

Kepercayaan kepada lembaga zakat merupakan sebuah keharusan karena hal itu merupakan dasar untuk berani menyerahkan dana zakat yang akan dikelola. Imam Syahid Hasan Al Banna dalam Tauhid (2015), mengatakan bahwa *Ats Tsiqoh* adalah rasa puas seorang prajurit atau komandan dalam kemampuan dan keikhlasan dengan kepuasan mendalam yang dapat menumbuhkan rasa cinta, penghargaan, penghormatan, dan ketaatan. Di sisi lain, sifat yang dimiliki

Rasulullah saw merupakan sifat yang harus dimiliki oleh pengelola untuk memberikan kepercayaan kepada muzakki.

Menurut Rasyid dalam Tauhid (2015), mengatakan bahwa amanah adalah kepercayaan yang diamanatkan kepada orang lain sehingga muncul ketenangan hati tanpa khawatir. Sedangkan Al Qurthubi (1964) memaparkan bahwa amanah adalah segala sesuatu yang dipikul atau ditanggung manusia, baik sesuatu yang memiliki kaitan dengan urusan agama, dunia, perbuatan maupun perkataan yang memiliki puncak amanah adalah penjagaan dan pelaksanaannya. Tiga elemen atau faktor penting yang perlu dilakukan untuk membangun serta mempertahankan kepercayaan, antara lain:

1. Kredibilitas

Untuk melihat kredibilitas seseorang membutuhkan waktu yang tidak sebentar. Tidak hanya berdasarkan tampilan luar tetapi juga hasil dari pekerjaan merupakan salah satu hal yang dapat dijadikan penilaian kredibilitas.

2. Kedekatan

Kedekatan memiliki kaitan dengan kemampuan dalam komunikasi. Komunikasi yang efektif dan efisien serta mampu mengajak seseorang untuk melakukan sesuatu yang baik, akan memberikan rasa nyaman dan membuat kedekatan itu muncul.

3. Kehandalan

Sama seperti halnya dengan kredibilitas. Untuk melihat kehandalan seseorang

itu tidaklah mudah. Masih memerlukan waktu yang cukup lama. Namun dengan adanya kehandalan, membuat orang lain semakin yakin dan percaya terhadap kinerja orang tersebut.

Waktu Distribusi Zakat Profesi

Distribusi yang dilakukan oleh Unit Pengumpul Zakat PDAM Giri Menang Mataram masih bersifat konsumtif dan pendistribusiannya masih dikaitkan dengan hari-hari besar yaitu menghadapi Hari Raya Idul Fitri, Ulang Tahun PDAM Giri Menang Mataram. Lembaga Unit Pengumpul Zakat belum melakukan penyaluran yang bersifat produktif.

Bentuk Penyaluran Zakat Profesi.

Kajian dalam literatur menyebutkan bahwa bentuk-bentuk distribusi zakat ada tiga, yaitu distribusi konsumtif, distribusi produktif dan investasi dana zakat.

1. Distribusi Konsumtif Dana Zakat Profesi.

Fachruddin (2008) menyatakan bahwa bentuk Penyaluran Zakat Profesi dapat didistribusikan dalam bentuk konsumtif dengan klasifikasi sebagai berikut:

a. Tradisional

Zakat dibagikan kepada mustahik secara langsung untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Seperti pembagian zakat fitrah berupa beras dan uang kepada fakir miskin setiap idul fitri. Pola ini merupakan program jangka pendek dalam mengatasi permasalahan umat.

b. Kreatif

Zakat yang diwujudkan dalam bentuk barang konsumtif dan digunakan untuk membantu orang miskin dalam mengatasi permasalahan sosial dan ekonomi yang dihadapi. Proses konsumsi dalam bentuk lain (Amiruddin, 2005)

Adapun pola pendistribusian dana zakat secara konsumtif diarahkan sebagai:

1. Upaya pemenuhan kebutuhan konsumsi dasar dari para mustahik. Sama halnya dengan pola distribusi konsumtif tradisional yang realisasinya tidak jauh pada pemenuhan sembako bagi kelompok delapan asnaf. Yang menjadi persoalan kemudian adalah seberapa besar volume zakat, untuk kebutuhan konsumtif sepanjang tahun, atau hanya untuk memenuhi kebutuhan makan satu hari satu malam. Pendistribusian yang seperti ini sangat tidak mendidik jika diberikan sepanjang tahun dan tidak berarti apa-apa jika untuk satu hari satu malam saja.
2. Upaya pemenuhan kebutuhan yang berkaitan dengan tingkat kesejahteraan sosial dan psikologis. Diarahkan kepada pendistribusian konsumtif non makanan, walaupun untuk keperluan konsumsi mustahik. Seperti renovasi pemukiman, nikah massal dan sunat massal bagi anak-anak mustahik.
3. Upaya pemenuhan kebutuhan yang berkaitan dengan peningkatan SDM agar dapat bersaing hidup di alam transisi ekonomi dan demokrasi Indonesia. Peningkatan kualitas pendidikan mustahik,

baik berupa beasiswa sekolah, pelatihan, dan peningkatan keterampilan non formal dapat dimanfaatkan untuk menjalani kehidupan dan menggapai kesejahteraan.

Distribusi Produktif Dana Zakat Profesi

Distribusi zakat produktif dikelompokkan menjadi dua bagian, antara lain (Amiruddin, 2005):

1. Tradisional/konvensional

Zakat yang diberikan dalam bentuk barang-barang produktif yang dapat digunakan oleh mustahik untuk menciptakan suatu usaha

2. Kreatif

Zakat yang diwujudkan dalam bentuk pemberian bergulir, baik untuk permodalan proyeksosial maupun sebagai modal usaha untuk membantu mengembangkan usaha para pedagang atau usaha kecil

Menurut Qardhawi (1999) menyebutkan bahwa pemerintah Islam diperbolehkan membangun pabrik atau perusahaan dari uang zakat yang kemudian kepemilikan dan keuntungannya diperuntukkan fakir dan miskin. Hafidhuddin (2002) menyatakan jika memberikan zakat yang bersifat produktif, harus melakukan pembinaan dan pendampingan kepada para mustahik agar kegiatan usahanya dapat berjalan dengan baik. Selain itu, BAZ dan LAZ juga harus memberikan pembinaan ruhani dan intelektual keagamanya agar kualitas keimanan dan keislaman semakin meningkat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisa dalam pembahasan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengelolaan zakat profesi pada UPZ program peduli dhuafa PDAM Giri Menang Mataram, pengelola memahami pengelolaan zakat profesi, walaupun belum memiliki peraturan perundangan yang terbaru, pengelolaan berdasarkan Surat Edaran dari PDAM Giri Menang Mataram dan respon dari pegawai sangat baik.
2. Pengelola UPZ Program Peduli Dhuafa PDAM Giri Menang dalam menjalankan tugasnya sudah mengimplementasikan kaidah-kaidah Islam, pengelola menjalankan tugas dengan jujur, bertanggungjawab, disiplin, dan ikhlas, sifat-sifat ini merupakan jbaran dari sifat *tabligh*, *amanah*, *fatonah* dan *siddiq*. Dalam distribusi zakat profesi belum sepenuhnya sesuai dengan Al Qur'an karena lebih banyak didistribusikan kepada fakir miskin.

DAFTAR PUSTAKA

- Aflah, Noor. (2009). *Arsitektur Zakat Indonesia*. Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Ali, Nuruddin. (2006). *Zakat Sebagai Instrumen dalam Kebijakan Fiskal*. Jakarta: Gravindo.
- Amiruddin. (2005). *Anatomi Fiqh Zakat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Dehotman, K., & Yusrialis, Y. (2016). Tantangan Pengembangan Baitul Mal Wat-Tamwil Di Pekanbaru Riau. *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 1(2): 189-201.
- Fakhrudin, (2008). *Fiqh & Manajemen Zakat di Indonesia*. Jakarta: Sukses Offset.
- Hafidhuddin, Didin. (2002). *Zakat dalam Perekonomian Modern*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Nopiardo, Widi. (2016). Mekanisme Pengelolaan Zakat Produktif Pada Badan Amil Zakat Nasional Tanah Datar, *JEBI (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)*, 1(2): 185-196.
- Permono, Sjechul Hadi. (2005). *Formula Zakat*. Surabaya: Aulia.
- Qardawi, Yusuf. (1999). *Hukum Zakat, Studi Komparatif Mengenai Status dan Filsafat Zakat Berdasarkan Qur'an dan Hadis*. Jakarta: Mizan Pustaka.
- Sjadzali, Munawir, dkk. (1992). *Zakat dan Pajak*. Jakarta: Bina Rena Pariwisata.
- Sugiyono. (2012). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.