

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Sejalan dengan perkembangan jaman, perbankan semakin berkembang dan menawarkan berbagai macam pelayanan dan jasa. Demikian juga dengan perbankan syariah, dalam prakteknya mempunyai lima prinsip yaitu, titipan atau simpanan, jual beli, bagi hasil, dan jasa.

Murabahah merupakan salah satu produk pembiayaan di Bank Syariah yaitu merupakan akad jual beli yang mengharuskan pihak penjual menyatakan berapa margin (tingkat) keuntungan yang diperolehnya dari jual beli tersebut kepada pihak pembeli. Pembiayaan *Murabahah* Bank Syariah memiliki karakteristik, yaitu akad yang digunakan dalam pembiayaan *Murabahah* adalah akad jual beli, harga yang ditetapkan oleh pihak penjual (bank syariah) tidak dipengaruhi oleh frekuensi waktu pembayaran, keuntungan dalam pembiayaan *Murabahah* berbentuk margin penjualan yang sudah termasuk harga jual, pembayaran harga barang dilakukan secara tunai, dalam pembiayaan *Murabahah* memungkinkan ada jaminan, karena sifat dari pembiayaan *Murabahah* merupakan jual-beli yang pembayarannya tidak dilakukan secara tunai.

Pembiayaan *Murabahah* merupakan pola kerjasama ekonomi yang cukup mendominasi pada Bank Syariah. *Murabahah* begitu populer dalam operasi investasi perbankan syariah. Menurut **Usmani (2003)**.

1. *Murabahah* adalah suatu mekanisme investasi jangka pendek, dan dibandingkan dengan *profit loss sharing* cukup memudahkan.
2. *Mark-up* dalam *Murabahah* dapat ditetapkan demikian rupa sehingga memastikan bahwa bank dapat memperoleh keuntungan yang sebanding dengan keuntungan bank-bank berbasis bunga yang menjadi saingan bank-bank Islam.
3. *Murabahah* menjauhkan dari ketidakpastian yang ada pada pendapatan bisnis-bisnis dengan sistem *profit and loss sharing*.

4. *Murabahah* tidak memungkinkan bank-bank Islam untuk mencampuri manajemen bisnis, sebab hubungan dalam *Murabahah* adalah hubungan hutang-piutang dagang.

Fenomena dari dominasi pembiayaan *Murabahah* sebenarnya tidak hanya terjadi pada perbankan syariah yang ada di Indonesia saja, akan tetapi terjadi pada keseluruhan bank syariah di dunia. Sejak awal tahun 1984 pembiayaan model *Murabahah* di Pakistan mencapai sekitar 87% dari total pembiayaan dalam investasi deposito *profit and loss sharing*.

Akan tetapi banyak persepsi negatif yang ditujukan oleh masyarakat kepada bank syariah. Ketika bank-bank syariah memberikan pembiayaan *Murabahah* dengan harga yang terkesan lebih mahal daripada bank-bank konvensional. Umumnya mereka mengatakan operasional bank syariah tidak berbeda dengan bank konvensional. Hanya saja jika di Bank Konvensional menetapkan sistem bunga, maka di bank syariah dirubah menjadi margin. Sedangkan dalam skim *Murabahah* fungsi bank adalah sebagai penjual barang untuk kepentingan nasabah, dengan cara membeli barang yang diperlukan nasabah dan kemudian menjualnya kembali kepada nasabah dengan harga jual yang setara dengan harga beli ditambah keuntungan bank, dan bank memberitahu secara jujur harga pokok barang berikut biaya yang diperlukan dan menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian barang kepada nasabah.

Berikut disajikan beberapa contoh yang menurut penulis terkait dengan persepsi negatif atas pembiayaan *Murabahah* adalah sebagai berikut:

- a. Kemiripan antara pembiayaan *Murabahah* di bank syariah dan kredit pembelian barang di bank konvensional. Yaitu nasabah datang ke bank untuk menyampaikan keinginannya membeli suatu barang. Bank lalu menganalisa kemampuan nasabah, jika dirasakan layak untuk menerima bantuan dari bank, maka bank menyalurkan dananya kepada nasabah. Hanya saja yang satu mensyaratkan tambahan bunga pada pengembalian hutangnya, sedangkan yang lain mem-*mark up* harga beli atas penjualan barangnya ke nasabah. Nasabah lalu membeli barang yang diinginkannya.

Selanjutnya nasabah secara rutin membayar ansuran kepada bank. Dengan demikian mungkin pendapat masyarakat sama saja mengenai praktek perbankan tersebut.

- b. Penetapan margin keuntungan bagi bank syariah yang harus dibebankan pada suatu pembiayaan *Murabahah*. Faktor yang mempengaruhi pengambilan margin adalah kebutuhan bank syariah untuk memperoleh keuntungan riil, inflasi, suku bunga berjalan, kebijakan moneter, bahkan suku bunga luar negeri, serta marketabilitas barang-barang *murabahah*, dan tingkat laba yang diharapkan dari barang yang diperjual belikan. faktor-faktor tersebut tidak berbeda dengan penetapan suku bunga pada bank konvensional.

Dari kedua contoh tersebut dapat disimpulkan, bahwa sebagian masyarakat memiliki persepsi yang cenderung beranggapan bahwa pembiayaan jual beli di bank syariah sama dengan bank konvensional.

Penelitian ini didasarkan dari penelitian sebelumnya "Hubungan Persepsi Atas Bagi Hasil *Mudharabah* terhadap Minat Masyarakat menjadi Nasabah Bank Syariah" yang disusun oleh Raden Denal Loviana Kamal Universitas Widyatama Bandung tahun 2009. Perbedaannya :

1. Pada penelitian terdahulu ialah meningkatkan minat masyarakat terhadap Bank Syariah dari segi bagi hasil *Mudharabah*, sedangkan penelitian kali ini penulis mencoba mengantinya dengan pembiayaan jual beli *Murabahah*.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan atas uraian pada latar belakang diatas maka yang menjadi permasalahannya adalah apakah persepsi atas jual beli pembiayaan *Murabahah* dapat mempengaruhi motivasi mahasiswa untuk menjadi nasabah Bank Syariah.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Dari perumusan masalah yang telah dipaparkan oleh penulis, dapat dikemukakan bahwa maksud dan tujuan penelitian ini adalah mengetahui Persepsi atas Prinsip Jual Beli dalam Pembiayaan *Murabahah* terhadap Motivasi Mahasiswa menjadi Nasabah Bank Syariah.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan wawasan dan memberikan gambaran secara nyata mengenai bagaimana mekanisme jual beli pembiayaan *Murabahah* yang terjadi dan motivasi mahasiswa menjadi nasabah Bank Syariah.

Bagi Bank Syariah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan mengenai bagaimana tindak lanjut dari fenomena persepsi atas jual beli pembiayaan *Murabahah* yang terjadi, sehingga dapat meluruskan fenomena tersebut berdasarkan kejadian sebenarnya yang terjadi pada bank syariah.

Masyarakat Umum

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi wawasan dan pengetahuan mengenai jual beli pada pembiayaan *Murabahah* sehingga dapat membantu masyarakat dalam menentukan keputusannya untuk menjadi nasabah bank syariah atau tidak.

Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar untuk penelitian selanjutnya yang lebih spesifik mengenai hal-hal yang berkaitan.

1.5 Kerangka Pemikiran

Pengertian *murabahah* menurut **PSAK 59 tentang Akuntansi Perbankan Syariah**

”*Murabahah* adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (margin) yang disepakati oleh penjual dan pembeli.

Menurut **Ibnu Qudamah dalam bukunya "Mughni" (Tazkia Institue, 1999, 21) Murabahah** adalah:

"Menjual dengan harga asal ditambah dengan margin keuntungan yang telah disepakati."

Pembiayaan *Murabahah* dapat dilakukan secara pesanan maupun tanpa pesanan. Dalam *murabahah* yang dilakukan secara pesanan, Bank melakukan pembelian barang setelah ada pesanan dari nasabah. Yaitu jual beli dimana kedua pihak atau lebih bernegosiasi dan berjanji satu sama lainnya untuk melaksanakan suatu kesepakatan dimana pemesan (nasabah) meminta pembeli untuk membeli sebuah aset yang pemesan inginkan. Pemesan berjanji kepada pembeli untuk membeli aset itu darinya dan memberi keuntungan yang diminta.

Murabahah berdasarkan pesanan dapat mengikat atau tidak mengikat nasabah untuk pembelian barang yang dipesan. Dalam *murabahah* pesanan mengikat pembeli tidak dapat membatalkan pesannya.

Pembayaran *Murabahah* dapat dilakukan secara tunai atau cicilan. Dalam *Murabahah* juga diperkenankan adanya perbedaan dalam harga barang untuk cara pembayaran yang berbeda. Periode kontrak ditentukan oleh nasabah, jangka waktu 5 tahun untuk kendaraan dan 10 tahun untuk rumah. Untuk pembiayaan rumah, maksimum 70% dari harga beli dengan jangka waktu 10 tahun dan untuk pembiayaan kendaraan, maksimum 80% dari harga beli dan jangka waktu untuk kendaraan baru adalah 5 tahun dan untuk kendaraan bekas pakai maksimum usia kendaraan saat jatuh tempo adalah 10 tahun.

Manfaat pembiayaan *Murabahah* ini bagi nasabah yaitu membiayai kebutuhan nasabah dalam hal pengadaan barang konsumsi seperti rumah, kendaraan atau barang produktif seperti mesin produksi, pabrik dan lainnya. Nasabah juga dapat mengangsur pembayarannya dengan jumlah angsuran yang tidak akan berubah selama masa perjanjian.

Disamping dari segi manfaat juga terdapat kerugian seperti fenomena persepsi atas jual beli pada pembiayaan *Murabahah* dimana harga yang ditentukan oleh bank dalam pembiayaan *Murabahah* lebih tinggi daripada bank konvensional dan bahwa namanya bank syariah adalah bank bagi hasil dan oleh

karenanya tidak boleh menetapkan keuntungan dimuka atau diawal perjanjian. Hal ini tentunya dapat memberikan persepsi negatif pada masyarakat sehingga akan menurunkan minat masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah.

Sebagai proses pengambilan keputusan, perilaku konsumen untuk menjadi nasabah sangat dipengaruhi oleh faktor intern, seperti sikap, persepsi, motivasi, dan faktor ekstern, seperti pengaruh kelompok, referensi, pendidikan, kondisi sosial dan keluarga. Disamping itu dari pihak bank ada beberapa akibat maupun faktor yang mempengaruhi motivasi nasabah untuk menjadi nasabah disuatu bank. Seperti lokasi bank dikawasan strategis, segala sarana dan prasarana yang eksklusif yang memberikan kenyamanan pelayanan yang cepat dan ramah, keamanan berinvestasi serta keuntungan yang akan diberikan. Dengan mengetahui alasan nasabah memutuskan untuk menjadi nasabah bank, pihak perbankan mendapatkan gambaran siapa nasabahnya, untuk keperluan apa dan siapa mereka. Hal ini dapat menjadi keuntungan emosional kepada bank syariah, maka bank syariah harus lebih agresif lagi dalam mensosialisasikan tentang pembiayaan *Murabahah* kepada masyarakat. Karena pada saat ini bank sudah memiliki fungsi yang penting dalam kehidupan hampir setiap orang. Karena bank tidak hanya menjadi tempat untuk menyimpan uang saja, tetapi juga untuk kebutuhan yang lain seperti kepentingan bisnis yang membutuhkan penyediaan barang untuk aktivitas bisnisnya. Maka masyarakat membutuhkan pelayanan yang cepat dan memudahkan dalam memenuhi kebutuhannya tersebut.

Dengan demikian, masyarakat akan memiliki persepsi yang positif mengenai jual beli pembiayaan *Murabahah* dan motivasi mahasiswa akan meningkat serta memilih bank syariah. Kemudian banyak nasabah bank konvensional memungkinkan akan beralih ke perbankan syariah. Hal ini dikarenakan perbankan syariah berhasil memberikan keuntungan emosional sekaligus keuntungan fungsional kepada seluruh nasabahnya. Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti mengangkat sebuah judul:

”Persepsi atas Prinsip Jual beli dalam Pembiayaan *Murabahah* terhadap Motivasi Mahasiswa menjadi Nasabah Bank Syariah”.

1.6 Metode Penelitian

Metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan menggunakan pendekatan survei dimana suatu prosedur penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan, menyusun, menganalisa dan menginterpretasikan data sehingga dapat memberikan gambaran keadaan yang terjadi secara nyata untuk kemudian ditarik kesimpulan yang dapat dijadikan dasar untuk memberi saran.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian Lapangan (Field Research)

Yaitu penelitian untuk mendapatkan data primer dengan mengadakan peninjauan langsung terhadap perusahaan yang dipilih menjadi objek penelitian dengan maksud untuk mendapatkan data yang berhubungan dengan hal yang diteliti agar lebih meyakinkan dan lebih akurat.

2. Pendekatan Kepustakaan (Library Research)

Yaitu penelitian sebagai usaha memperoleh keterangan dan data dengan membaca dan mempelajari bahan-bahan teoritis dan buku-buku literatur dan catatan-catatan kuliah serta sumber-sumber lainnya yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, agar diperoleh suatu pemahaman yang mendalam serta menunjang proses pembahasan mengenai masalah-masalah yang diidentifikasi.

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Adapun lokasi penelitian dilakukan kepada mahasiswa yang sudah menempuh mata kuliah topik khusus dalam akuntansi di Universitas Widyatama. Sedangkan waktu penelitian (penyebaran dan pengumpulan kuesioner) berlangsung pada tanggal 1 Juli 2009 sampai dengan 18 Juli 2009.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Persepsi

Menurut **Eko Hadi Wiyono (2007: 481)** dalam bukunya :

“Persepsi adalah anggapan langsung atas sesuatu”

Menurut **Munir Kamarullah (2005: <http://tinjauan.blogdrive.com/comments?id=1>):**

”Persepsi adalah interpretasi yang tinggi terhadap lingkungan manusia dan pengolah proses informasi tersebut.”

Berdasarkan kedua pengertian diatas maka dapat diambil kesimpulan bahwa persepsi merupakan proses mengolah informasi dan memberikan anggapan langsung atas informasi tersebut.

Menurut **Kamus Besar Bahasa Indonesia (2007: 47):**

”Anggapan merupakan pandangan”

Menurut **Kamus Besar Bahasa Indonesia (2007: 811)**

”Paham merupakan pandangan”

Berdasarkan pengertian di atas maka anggapan dapat disamakan dengan pemahaman.

Mekanisme persepsi merupakan suatu peristiwa psikologi dan proses eksternal yang membangkitkan persepsi yang mempengaruhi mata, saraf di bagian visual cortex, yang memberi efek ke lingkungan yang dapat mempengaruhi dan dipengaruhi oleh susunan saraf pusat.

Manusia secara umum menerima informasi dari lingkungan lewat proses yang sama, oleh karena itu dalam memahami persepsi harus ada proses di mana ada informasi yang di peroleh lewat ingatan organisme yang hidup. Fakta ini memudahkan peningkatan persepsi individu, adanya stimulus yang mempengaruhi individu yang mencetuskan suatu pengalaman dari organisme, sehingga akan

timbul berpikir yang dalam proses perseptual merupakan proses yang paling tinggi.

Dalam keterkaitan proses persepsi ada 3 komponen yang sangat terkait diantaranya :

1. Pembelajaran dari pengalaman organisme terhadap stimulus.
2. Ingatan dari organisme.
3. *Through* dari komponen satu dan dua (Pembelajaran dan Ingatan).

Berdasarkan penjelasan keterkaitan proses persepsi maka organisme/individu harus menerima informasi terlebih dahulu sebelumnya, dimana informasi yang dibutuhkan adalah informasi mengenai jual beli pembiayaan *Murabahah*. Hal ini dibutuhkan organisme/individu dapat memahami informasi yang diproses bersama dengan ingatan organisme/individu tersebut.

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi, diantaranya sebagai berikut:

1. Faktor Eksternal atau dari luar :
 - *Concreteness*, yaitu wujud atau gagasan yang abstrak yang sulit di persepsikan dibandingkan dengan objektif.
 - *Novelty* atau hal yang baru, biasanya lebih menarik untuk dipersepsikan dibandingkan dengan hal-hal yang lama.
 - *Velocity* atau percepatan misalnya gerak yang cepat untuk menstimulasi munculnya persepsi lebih efektif dibandingkan dengan gerakan yang lambat.
 - *Conditioned* stimuli, stimulus yang dikondisikan seperti bel pintu, deringan telepon dan lain-lain.
2. Faktor Internal
 - Motivasi, misalnya telah merasa menstimulasi untuk merespon terhadap istirahat.
 - Menarik, hal-hal yang menarik lebih di perhatikan daripada yang tidak menarik.
 - Kebutuhan, kebutuhan akan hal tertentu akan menjadi pusat perhatian.

- Asumsi juga mempengaruhi persepsi sesuai dengan pengalaman melihat, merasakan dan lain-lain.

2.2 Prinsip Jual Beli

2.2.1 Pengertian Prinsip

Menurut (<http://id.wikimedia.org>) adalah:

”Suatu pernyataan fundamental atau kebenaran umum maupun individual yang dijadikan oleh seseorang atau kelompok sebagai sebuah pedoman untuk berpikir atau bertindak.”

”Sebuah prinsip merupakan roh dari sebuah perkembangan, dan merupakan akumulasi dari pengalaman ataupun pemaknaan oleh sebuah objek atau subjek tertentu.”

2.2.2 Pengertian Jual Beli

Menurut (www.geocitis.com) jual beli adalah:

”Menjual adalah memindahkan hak milik kepada orang lain dengan harga. Sedangkan membeli yaitu menerimanya.”

Menurut ([Warnet dipo.blog spot.com](http://Warnet.dipo.blog.spot.com)) jual beli adalah

”Secara etimologis, jual beli berarti menukar harta dengan harta. Sedangkan, secara terminologi, jual beli memiliki arti penukaran selain dengan fasilitas dan kenikmatan.”

Menurut ([iklan max.com](http://iklan.max.com)) jual beli adalah:

”Perkataan jual beli terdiri dari dua kata yaitu ”jual” dan ”beli”, dimana satu dengan yang lainnya mempunyai arti yang bertolak belakang. Kata jual menunjukkan bahwa adanya perbuatan menjual, sedang beli adalah perbuatan membeli. Dalam jual beli menunjukkan adanya dua perbuatan dalam suatu peristiwa, yaitu satu pihak menjual dan pihak lain membeli. Maka dalam hal ini terjadilah peristiwa hukum jual beli.”

Jual beli adalah peristiwa saling mengikat antara penjual yakni pihak yang menyerahkan barang, dan pembeli sebagai pihak yang membayar harga yang dijual. Sedangkan jual beli dalam istilah *fiqh* disebut dengan *al-bai'* yang berarti menjual, mengganti, dan menukarkan suatu dengan suatu yang lain. *Lafal al-bai'* dalam bahasa Arab terkadang digunakan untuk pengertian lawanya, yakni kata *asy-syira'* (beli). Dengan demikian, kata *al-bai'* berarti jual, sekaligus juga berarti beli.

2.3 Pembiayaan *Murabahah*

2.3.1 Pengertian dan Konsep Dasar Transaksi *Murabahah*

Pengertian *murabahah* menurut **PSAK 59 tentang Akuntansi Perbankan Syariah**

”*Murabahah* adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (*margin*) yang disepakati oleh penjual dan pembeli.

Menurut **Ibnu Qudamah dalam bukunya ”Mughni” (Tazkia Institue, 1999, 21) *Murabahah* adalah:**

”Menjual dengan harga asal ditambah dengan margin keuntungan yang telah disepakati.”

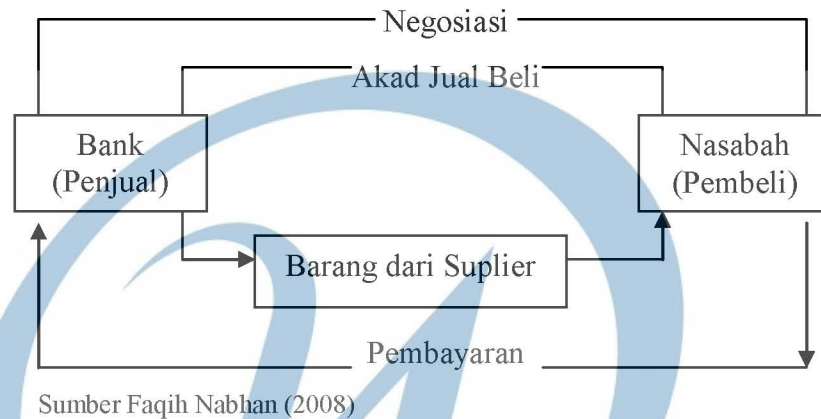
Menurut **Faqih Nabhan dalam bukunya ” Dasar-Dasar Akuntansi Bank Syariah”(Lambung Ilmu, 2008) *Murabahah* adalah:**

”Transaksi dengan prinsip jual beli.”

Berdasarkan dari beberapa penjelasan dapat ditarik kesimpulan bahwa *murabahah* adalah akad jual beli atas suatu barang, dengan harga yang disepakati antara penjual dan pembeli, setelah sebelumnya penjual menyebutkan dengan sebenarnya harga perolehan atas barang tersebut dan besarnya keuntungan yang diperolehnya. Dalam teknis perbankan *Murabahah* adalah akad jual beli antara bank dan nasabah atas suatu jenis barang tertentu dengan harga yang disepakati

bersama. Bank akan mengadakan barang yang dibutuhkan dan menjualnya kepada nasabah dengan harga setelah ditambah keuntungan yang disepakati.

Gambar 2.1
Skema Transaksi *Murabahah*



Berdasarkan gambar 2.1 dapat dijelaskan mekanisme yang dilakukan dalam transaksi *Murabahah* yang dilakukan dalam di sektor perbankan syariah jika diasumsikan bank sebagai penjual dan nasabah sebagai pembeli adalah sebagai berikut :

1. Nasabah datang ke Bank Syariah untuk mendapatkan fasilitas pembiayaan atas barang tertentu yang ingin dimiliki.
2. Bank mengumpulkan informasi mengenai barang yang ingin dimiliki oleh nasabah dari suplier baik spesifikasi maupun harga tersebut untuk menjadi harga pokok bagi bank.
3. Atas informasi ini kemudian bank dan nasabah melakukan negosiasi harga yaitu (harga pokok dari suplier ditambah keuntungan untuk bank dan biaya-biaya administrasi) serta cara pembayarannya.
4. Pembayaran dilakukan dengan angsuran, hanya sebesar kenaikan dari harga pokoknya saja sedang pinjaman pokok (harga pokok) dikembalikan pada saat jatuh tempo perjanjian.
5. Apabila negosiasi telah menghasilkan kata sepakat selanjutnya dibuat akad jual beli yang ditandatangani kedua belah pihak. Selanjutnya

bank membeli barang yang diinginkan oleh nasabah kepada supplier secara tunai dan dikirim kepada nasabah. Selanjutnya nasabah menyelesaikan pembayaran secara angsuran kepada bank.

Penerapan *margin Murabahah* menurut **Lukita Tri Prakasa, SH. Msi (2006)**:

$$\text{Harga Jual} = \frac{\text{Harga Beli} + \text{Biaya Perolehan} + \text{Keuntungan}}{\text{Jumlah Barang}}$$

Dari Formula tersebut dapat dijelaskan bahwa :

1. Harga jual merupakan fungsi dari harga beli ditambah biaya perolehan dibagi dengan jumlah barang dan ditambah dengan keuntungan yang wajar yang dapat diterima pasar.
2. Harga beli barang akan relatif lebih murah apabila didapat langsung dari produsen atau sale agen.
3. Hasil bagi dari biaya perolehan dan jumlah barang akan relatif rendah apabila biaya perolehan dilakukan secara efisien dan dalam jumlah banyak.
4. Keuntungan akan relatif rendah apabila bagi hasil dari butir 3 tinggi, dan relatif tinggi apabila bagi hasil dari butir 3 rendah.

Menurut **PSAK 59, paragraf 53**, *Murabahah* dapat dilakukan berdasarkan pesanan atau tanpa pesanan. Dalam *murabahah* berdasarkan pesanan, bank melakukan pembelian barang setelah ada pemesanan dari nasabah.

Murabahah berdasarkan pesanan dapat bersifat mengikat atau tidak mengikat nasabah untuk membeli barang yang dipesanya. Dalam *murabahah* pesanan mengikat pembeli tidak dapat membatalkan pesannya. Apabila aktiva *murabahah* yang telah dibeli oleh bank (sebagai penjual) dalam *murabahah* pesanan mengikat mengalami penurunan nilai sebelum diserahkan kepada pembeli maka penurunan nilai tersebut menjadi beban penjual (bank) akan mengurangi nilai akad.

Pembayaran *murabahah* dapat dilakukan secara tunai atau cicilan. Selain itu dalam *murabahah* juga diperkenankan adanya perbedaan dalam harga barang untuk cara pembayaran yang berbeda. Bank dapat memberikan potongan apabila nasabah :

1. Mempercepat pembayaran cicilan.
2. Melunasi piutang murabahah sebelum jatuh tempo.

Harga yang disepakati dalam *murabahah* adalah harga jual dan harga beli harus diberitahukan. Jika bank mendapatkan potongan dari pemasok, maka potongan itu merupakan hak nasabah. Apabila potongan tersebut terjadi setelah akad maka pembagian potongan tersebut dilakukan berdasarkan perjanjian yang dimuat dalam akad.

Bank dapat meminta nasabah menyediakan anggunan atas piutang *murabahah*, antara lain, dalam bentuk barang yang telah diberi dari bank. Bank dapat meminta kepada nasabah *urbun* sebagai uang muka pembelian pada saat akad apabila kedua pihak bersepakat. *Urbun* menjadi bagian dari pelunasan piutang *murabahah* apabila *murabahah* jadi dilaksanakan. Tetapi apabila *murabahah* batal, *urbun* dikembalikan kepada nasabah setelah dikurangi dengan kerugian sesuai dengan kesepakatan. Jika uang muka itu lebih kecil daripada kerugian bank maka bank dapat meminta tambahan dari nasabah.

Apabila nasabah tidak dapat memenuhi piutang *murabahah* sesuai dengan yang diperjanjikan, bank berhak mengenakan denda kecuali dapat dibuktikan bahwa nasabah tidak mampu melunasi. Denda diterapkan bagi nasabah mampu yang menunda pembayaran. Denda tersebut berdasarkan pendekatan *ta'zir* yaitu untuk membuat nasabah lebih disiplin terhadap kewajibannya. Besarnya denda diperuntukan sebagai dana sosial (*qardhul hasan*).

2.3.2 Kondisi/ Syarat-Syarat Pembiayaan Murabahah

Menurut perspektif Islam, pembiayaan *Murabahah* adalah bentuk penjualan karena itu kondisi *murabahah* sama dengan penjualan pada umumnya (Tazkia Institute, 1999,1) yang meliputi.

1. Bank Islam memberitahu biaya modal kepada nasabah.

2. Kontak pertama harus syah.
3. Kontrak harus bersih dari unsur riba.
4. bank Islam harus memiliki dan menguasai barang komoditi tersebut sebelum menjual kepada klien.
5. Komoditi yang diperjual belikan harus halal.
6. Bank Islam seharusnya mengungkapkan setiap cacat yang terjadi setelah pembelian atas produk dan membuka semua hal yang terjadi berhubungan dengan cacat.
7. Bank Islam harus membuka semua ukuran yang berlaku bagi harga pembelian, jika pembelian dilakukan secara hutang.
8. Jika syarat dalam 1, 6 atau 7 tidak dipenuhi, pembeli memiliki pilihan :
 - a. Melakukan pembelian seperti apa adanya.
 - b. Membeli kepada penjual dan menyatakan ketidaksetujuan.
 - c. Membatalkan kontrak.

2.3.3 Prosedur Pembiayaan *Murabahah*

Pembiayaan *murabahah* dalam bank Islam harus mengikuti prosedur sebagai berikut (Al Khadas, 1999, 11) :

1. Klien meminta bank melalui Form tertulis untuk membeli produk tertentu, dimana klien akan membeli melalui *murabahah*. Form tersebut berisi tentang spesifikasi produk yang akan diminta, persyaratan dokumen, total nilai produk, informasi tentang klien, pembagian laba dan sumber penawaran produk.
2. Bank Islam mempelajari form surat permohonan klien dari segala aspek yang meliputi :
 - a. Mempelajari posisi klien, seperti jenis bisnis klien, situasi kredit dan likuiditasnya.
 - b. Mempelajari produk dari segi ekonomi, gambaran situasi umum pasar, yaitu jumlah penawaran dan permintaan produk.

- c. Mempelajari metode penawaran pembelian, seperti biaya operasi pembiayaan *murabahah*, jangka waktu perjanjian, laba pembiayaan dan pembayaran angsuran pinjaman.
 - d. Meminta jaminan untuk melindungi hak bank dalam mendapatkan kembali uangnya sesuai dengan perjanjian.
3. Setelah memeriksa dan mengesahkan pembiayaan *murabahah*, bank meminta pembeli untuk menandatangani kontrak perjanjian. Pada tahap ini, biaya operasi pembiayaan *murabahah* dan penentuan pembagian laba didiskusikan dan disepakati. Disamping itu bank Islam meminta pembeli untuk membayar angsuran pertama harga *murabahah*. Bentuk paling umum kontrak pembelian bank Islam disini adalah pernyataan oleh klien bahwa klien akan menyelesaikan perjanjian pembelian ketika diberitahukan oleh bank bahwa produk telah tersedia.
 4. Setelah bank Islam membeli produk, kemudian bank Islam dan pembeli menandatangani kontrak penjualan *murabahah*. Pada kontrak tersebut, biaya operasi yang sesungguhnya pembiayaan *murabahah* dan keuntungan yang diperoleh bank harus diketahui.

2.3.4 Hukum-Hukum Jual Beli *Murabahah* kepada Pemesan Pembelian dengan Disertai Kewajiban (AAO-IFI, 1998, 142-143).

1. Jika pembeli menerima permintaan pesanan, ia harus membeli aset itu dan menyempurnakan sebuah kontrak jual beli yang syah antara ia dan pedagang aset itu. Pembelian ini dianggap pelaksanaan dari janji yang mengikat secara hukum antara pemesan dan pembeli.
2. Pembeli menawarkan aset itu kepada pemesan yang harus menerimanya demi janji yang mengikat secara hukum dan karenanya harus membangun sebuah kontrak jual beli.
3. Dalam jenis jual beli dibolehkan untuk membayar *hamish gedyyah* (jaminan yang dibayar oleh pemesan pembelian atas sebuah permintaan dari pembeli untuk memastikan pemesan serius dalam

permintaanya akan aset itu) ketika menandatangani kesepakatan asli tetapi sebelum pembeli membeli aset itu. Tetapi jika pemesan menolak untuk membeli aset itu, kerugian aktual pada pembeli harus dibayar dari *hamish gedyyah*.

4. Pembeli dapat kembali kepada *hamish gedyyah* dalam jumlah kerugian yang dideritanya jika pemesan menolak untuk membeli aset itu. Jika *hamish gedyyah* kurang dari jumlah yang diderita pembeli, pembeli dapat kembali kepada pemesan untuk sisa kerugiannya.

Beberapa bank Islam menggunakan *urboun* (jumlah uang yang dibayar dimuka kepada penjual) sebagai sebuah alternatif dari *hamish gedyyah*. Jika pembeli memutuskan untuk menyempurnakan transaksi dan mengambil aset itu maka *urboun* akan dianggap sebagai harga yang dibayar dimuka. Jika tidak, maka *urboun* akan ditahan oleh penjual.

Karenanya, dalam hal *urboun*, pembeli mengambil jumlah keseluruhan dari *urboun* itu, apakah lebih atau kurang dari kerusakan. Tetapi dalam hal *hamish gedyyah* pembeli akan mengurangi hanya jumlah aktual dari kerugian yang dideritanya, dan jika jumlah *hamish gedyyah* melebihi kerugian, ia boleh mengembalikan kelebihan itu kepada pemesan.

2.3.5 Hukum-Hukum Jual Beli *Murabahah* kepada Pemesan Pembelian tanpa Disertai Kewajiban.

1. Salah satu pihak (pemesan pembelian) meminta pihak lain (pembeli) untuk membeli sebuah aset dan berjanji bahwa ketika ia membeli aset itu, pemesan akan membelinya darinya pada sebuah harga ditambah keuntungan. Permintaan ini dianggap sebagai keinginan untuk membeli, bukan penawaran.
2. Jika pembeli menerima permintaan ini, ia lalu membeli aset itu untuk dirinya dibawah sebuah kontrak jual beli antara ia dengan pedagang aset itu.

3. Pembeli, sesudah memiliki secara hukum aset itu harus menawarkannya kembali kepada pemesan menurut syarat-syarat janji pertama. Hal ini dianggap sebagai tawaran dari pembeli.
4. Ketika aset itu ditawarkan kepada pemesan, ia harus memiliki pilihan untuk menyempurnakan sebuah kontrak jual beli atau menolak untuk membeli yaitu pemesan tidak wajib untuk memenuhi janjinya. Jika ia memilih untuk masuk kepada sebuah kontrak, itu akan dianggap sebagai sebuah penerimaan tawaran. Sebuah kontrak jual beli dibuat antara pemesan dan pembeli.
5. Pada saat pemesan menolak untuk membeli aset itu, ia masih tetap dalam pemilikan pembeli yang memiliki hak untuk menggunakannya dengan cara-cara yang dibutuhkan.
6. Jika sebuah syarat dibuat bahwa pemesan harus membayar cicilan pertama, pembayaran harus dibuat sesudah kontrak ditandatangani dan cicilan itu harus menjadi bagian dari harga jual.

2.3.6 Hukum-Hukum Umum

Hukum-hukum umum yang menyangkut tentang *murabahah* dan *murabahah* kepada pemesan pembelian meliputi (AAO-IFI, 1998, 143-144) :

1. Jaminan
Kreditur (pembeli) dapat meminta debitur (pemesan pembelian) untuk menyediakan sebuah jaminan. Dalam hal ini debitur harus menyerahkan sebuah jaminan yang bisa diterima. Barang-barang yang dipesan dapat menjadi salah satu jaminan yang bisa diterima untuk pembayaran hutang.
2. Hutang dalam *murabahah* kepada pemesan pembelian
Menurut hukum syariah, penyelesaian hutang dalam *murabahah* kepada pemesan pembelian tidak boleh dikaitkan kepada sifat barang yang dijual, apakah hasil penjualan itu positif atau negatif. Ini karena ketika penjualan sempurna, pemilikan berpindah kepada pemesan

dan pembeli pertama memegang pemilikan piutang. Karenanya jika pesanan menjual aset itu segera atau pada suatu waktu sebelum hutangnya kepada pembeli jatuh tempo bahkan jika untuk harga berganda, ia tidak diwajibkan penyelesaian hutangnya kecuali aset itu sendiri diletakkan pada coeteral untuk hutang ini, juga kerugian nilai dari aset tidak menjustifikasi kelambatan dalam penyelesaian hutang yang jatuh tempo itu.

3. Penundaan oleh debitur yang mampu

Seseorang yang mampu dilarang menunda penyelesaian hutangnya. Tetapi jika seorang pemesan menundanya pembeli dapat mengambil tindakan sebagai berikut.

- a. Mengambil prosedur kriminal yang diperlukan terhadap pemesan yang membuat cek palsu atau pemegang jaminan untuk jumlah hutang itu, jika pembuatan instrumen yang tidak syah dilarang oleh hukum.
- b. Mengambil prosedur perdata untuk mendapatkan kembali hutang itu dan mengklaim kerusakan finansial aktual karena penundaan.
- c. Mengambil prosedur perdata untuk memperbaiki kerusakan karena kerugian kesempatan akibat penundaan. Ini adalah pandangan beberapa ahli hukum modern.

4. Bangkrut

Jika pemesan yang berhutang dianggap pailit dan gagal menyelesaikan hutangnya, kreditur harus menunda tagihan hutang sampai ia menjadi sanggup kembali.

5. Hukum perwakilan yang diberikan oleh yang dipesan kepada pemesan pembelian, dan menjual untuk pemesanan sendiri. Sesuai dengan syarat sahnya jual beli *murabahah* kepada pemesan pembelian, dan untuk mencegah riba, pembeli tidak boleh mengizinkan pemesan untuk membeli aset yang diperlukan mewakilinya dan kemudian menjualnya kepadanya.

6. Dampak potongan harga pada *murabahah*

Beberapa ulama syariah memandang bahwa pembeli (pemesan) harus mendapat manfaat dari potongan yang penjual dapatkan sebagai pembeli. Jumlah ini mengurangi keuntungan *murabahah* sampai porsi yang sama dengan potongan tersebut bahkan meskipun penjual (sebagai pembeli) mendapat potongan sesudah jual beli *murabahah* sempurna. Hal ini disebabkan bolehnya mendapatkan potongan pada harga pembelian dan memasukkannya sebagai harga penjualan. Tetapi para ulama syariah berpandangan bahwa pembeli harus mendapat manfaat dari potongan hanya jika penjual mendapatkannya sebelum *murabahah* jadi sempurna, atau pada saat membuat janji. Jika tidak potongan itu harus menjadi milik penjual.

2.3.7 Landasan Syariah

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

QS. Al Baqarah (2) : 275

"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu." **QS. An Nisaa' (4) : 29**

"Pedagang yang jujur dan terpercaya, maka dia bersama nabi, orang-orang yang jujur dan para syuhada." **(HR. Tarmidzi)**

Jenis-jenis riba dalam dalam jual beli terbagi dua Riba *Fadhli* yaitu pertukaran antar barang-barang sejenis dengan kadar/takaran yang berbeda dan barang yang dipertukarkan termasuk dalam jenis "barang ribawi" dan Riba *Nasi'ah* yaitu penangguhan penyerahan atau penerimaan jenis barang ribawi dengan jenis barang ribawi lainnya.

2.4 Pengertian Motivasi

Motivasi melalui www.squidoo.com/definisi-motivasi

“Motivasi adalah sebuah alasan atau dorongan seseorang untuk bertindak.”

Motivasi Diri melalui www.squidoo.com/definisi-motivasi

Motivasi Diri adalah sebuah kemampuan untuk memotivasi diri kita tanpa memerlukan bantuan orang lain. Kita memiliki kemampuan untuk mendapatkan alasan atau dorongan untuk bertindak. Proses mendapatkan dorongan bertindak ini pada dasarnya sebuah proses penyadaran akan keinginan diri sendiri yang biasanya terkubur. Setiap orang memiliki keinginan yang merupakan dorongan untuk bertindak, namun seringkali dorongan tersebut melemah karena faktor luar. Melemahnya dorongan ini bisa dilihat dari hilangnya harapan dan ketidakberdayaan.

Memotivasi diri adalah proses menghilangkan faktor yang melemahkan dorongan kita. Rasa tidak berdaya dihilangkan menjadi pribadi yang lebih percaya diri. Sementara harapan dimunculkan kembali dengan membangun keyakinan bahwa apa yang diinginkan bisa kita capai. Dengan demikian jika sebuah sumbat motivasi (dalam hal ini ketidakberdayaan dan tanpa harapan) dihilangkan, maka aliran energi dalam tubuh kita bisa mengalir kembali.

Teori Motivasi

- **Teori Insentif.** Yaitu teori yang mengatakan bahwa seseorang akan bergerak atau mengambil tindakan karena ada insentif yang akan dia dapatkan. Misalnya, Kita bekerja dari pada sampai sore karena kita tahu bahwa kita akan mendapatkan intensif berupa gaji. Jika kita tahu akan mendapatkan penghargaan, maka kita pun akan bekerja lebih giat lagi. Yang dimaksud insentif bisa tangible atau intangible. Seringkali sebuah pengakuan dan penghargaan, menjadi sebuah motivasi yang besar.
- **Dorongan Bilogis.** Termasuk didalamnya dorongan makan dan minum. Saat ada sebuah pemicu atau rangsangan, tubuh kita akan bereaksi. Sebagai contoh, saat kita sedang haus, kita akan lebih haus lagi saat melihat segelas sirup dingin kesukaan Anda. Perut kita akan menjadi lapar saat mencium bau

masakan favorit. Bisa dikatakan ini adalah dorongan fitrah atau bawaan kita sejak lahir untuk mempertahankan hidup dan keberlangsungan hidup.

- **Teori Hirarki Kebutuhan** Teori ini dikenalkan oleh Maslow sehingga dikenal dengan hirarki kebutuhan Maslow. Teori ini menyajikan alasan lebih lengkap dan bertingkat. Mulai dari kebutuhan fisiologis, kebutuhan akan keamanan, kebutuhan akan pengakuan sosial, kebutuhan penghargaan, sampai kebutuhan akan aktualisasi diri.
- **Takut Kehilangan vs Kepuasan.** Teori ini mengatakan bahwa pada dasarnya ada dua faktor yang memotivasi manusia, yaitu takut kehilangan dan demi kepuasan (terpenuhinya kebutuhan). Takut kehilangan adalah ketakutan akan kehilangan yang sudah dimiliki. Misalnya seseorang yang termotivasi berangkat kerja karena takut kehilangan gaji. Ada juga orang yang giat bekerja demi menjawab sebuah tantangan, dan ini termasuk faktor kepuasan. Seringkali, faktor takut kehilangan lebih kuat dibanding meraih kepuasan, meskipun pada sebagian orang terjadi sebaliknya.
- **Kejelasan Tujuan** Teori ini mengatakan bahwa kita akan bergerak jika kita memiliki tujuan yang jelas dan pasti. Dari teori ini muncul bahwa seseorang akan memiliki motivasi yang tinggi jika dia memiliki tujuan yang jelas. Sehingga muncullah apa yang disebut dengan *Goal Setting* (penetapan tujuan).
- **Teori Motivasi menurut Hilgard dan Atkinson** melalui www.squidoo.com/definisi-motivasi
- Motivasi dapat diartikan sebagai faktor pendorong yang berasal dalam diri manusia, yang akan mempengaruhi cara bertindak seseorang. Dengan demikian, motivasi kerja akan berpengaruh terhadap performansi pekerja.
 1. Pernyataan motif antar orang adalah tidak sama, budaya yang berbeda akan menghasilkan ekspresi motif yang berbeda pula.
 2. Motif yang tidak sama dapat diwujudkan dalam berbagai perilaku yang tidak sama.
 3. Motif yang tidak sama dapat diekspresikan melalui perilaku yang sama.
 4. Motif dapat muncul dalam bentuk-bentuk perilaku yang sulit dijelaskan

5. Suatu ekspresi perilaku dapat muncul sebagai perwujudan dari berbagai motif.

Teori Motivasi

- Berikut ini dikemukakan uraian mengenai motif yang ada pada manusia sebagai :
- Faktor pendorong dari perilaku manusia.
- Motif Kekuasaan
Merupakan kebutuhan manusia untuk memanipulasi manusia lain melalui keunggulan-keunggulan yang dimilikinya. Clelland menyimpulkan bahwa motif kekuasaan dapat bersifat negatif atau positif. Motif kekuasaan yang bersifat negatif berkaitan dengan kekuasaan seseorang. Sedangkan motif kekuasaan yang bersifat positif berkaitan dengan kekuasaan sosial (*power* yang dipergunakan untuk berpartisipasi dalam mencapai tujuan kelompok).
- Motif Berprestasi
Merupakan keinginan atau kehendak untuk menyelesaikan suatu tugas secara sempurna, atau sukses didalam situasi persaingan (Chelland). Menurut Chelland, “Setiap orang mempunyai kadar n Ach (*needs for achievement*) yang berlainan”. Karakteristik seseorang yang mempunyai kadar n Ach yang tinggi (*high achiever*) adalah :
 1. Risiko moderat (*Moderate Risks*) adalah memilih suatu resiko secara moderat
 2. Umpan balik segera (*Immediate Feedback*) adalah cenderung memilih tugas yang segera dapat memberikan umpan balik mengenai kemajuan yang telah dicapai dalam mewujudkan tujuan, cenderung memilih tugas-tugas yang mempunyai criteria performansi yang spesifik.
 3. Kesempurnaan (*Accomplishment*) adalah senang dalam pekerjaan yang dapat memberikan kepuasan pada dirinya.

4. Pemilihan tugas adalah menyelesaikan pekerjaan yang telah di pilih secara tuntas dengan usaha maiksimum sesuai dengan kemampuannya.

- **Motif Untuk Bergabung**

Menurut Schachter “Motif untuk bergabung dapat diartikan sebagai kebutuhan untuk berada bersama orang lain.” Kesimpulan ini diperoleh oleh Schachter dari studinya yang mempelajari hubungan antara rasa takut dengan kebutuhan berafiliasi.

- **Motif Keamanan (*Security Motive*)**

Merupakan kebutuhan untuk melindungi diri dari hambatan atau gangguan yang akan mengancam keberadaannya. Di dalam sebuah perusahaan misalnya, salah satu cara untuk menjaga agar para karyawan merasa aman di hari tuanya kelak, adalah dengan memberikan jaminan hari tua, pesangon, asuransi, dan sebagainya.

- **Motif Status (*Status Motive*)**

Merupakan kebutuhan manusia untuk mencapai atau menduduki tingkatan tertentu di dalam sebuah kelompok, organisasi atau masyarakat. Parsons, seorang ahli sosiologi menyimpulkan adanya beberapa sumber status seseorang yaitu :

1. Keanggotaan di dalam sebuah keluarga. Misalnya, seorang anggota keluarga yang memperoleh status yang tinggi oleh karena keluarga tersebut mempunyai status yang tinggi di lingkungannya.
2. kualitas perseorangan yang termasuk dalam kualitas perseorangan antara lain karakteristik fisik, usia, jenis kelamin, kepribadian.
3. Prestasi yang dicapai oleh seseorang dapat mempengaruhi statusnya. Misalnya, pekerja yang berpendidikan, berpengalaman, mempunyai gelar, dsb.
4. Aspek materi dapat mempengaruhi status seseorang di dalam lingkungannya. Misalnya, jumlah kekayaan yang dimiliki oleh seseorang.

5. Kekuasaan dan kekuatan (*Autoriry and Power*). Dalam suatu organisasi, individu yang memiliki kekuasaan atau kewenangan yang formal akan memperoleh status yang lebih tinggi dibandingkan dengan individu-individu yang ada di bawahnya.
- Selain dari teori-teori di atas, Teori Motivasi itu juga dapat dirumuskan kembali
 - menjadi 3 kelompok, yaitu :
 - A. Teori Kepuasan (*Content Theory*)
 - B. Teori Proses (*Process Theory*)
 - C. Teori Pengukuhan (*Reinforcement Theory*)

2.5 Pengertian Masyarakat

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (227: 721):

”Masyarakat merupakan sejumlah manusia dalam arti seluas-luasnya dan terikat oleh suatu kebudayaan yang mereka anggap sama.”

Menurut Eka Hadi Wiyona (2007:391):

”Masyarakat merupakan sejumlah orang dalam kelompok tertentu yang membentuk perikehidupan berbudaya; rakyat.”

Menurut Abdul Majid (2008: http://majidbsz.wordpress.com/2008/06/30/pengertian_masyarakat.html):

”Masyarakat sejumlah manusia yang merupakan satu kesatuan golongan yang berhubungan tetap dan mempunyai kepentingan yang sama.”

Berdasarkan beberapa pengertian yang dikemukakan diatas maka dapat di tarik pengertian bahwa masyarakat merupakan sejumlah manusia yang memiliki satu kesatuan golongan yang berhubungan tetap dan mempunyai kepentingan dan kebudayaan yang mereka anggap sama. Disamping itu masyarakat memiliki ciri-ciri

1. Merupakan kesatuan hidup yang bersama yang saling berinteraksi dan berkesinambungan.

2. Memiliki kebiasaan-kebiasaan, adat istiadat, norma, hukum, serta aturan yang mengatur semua pola tingkah laku warga dan dipatuhi oleh seluruh anggotanya.
3. Memiliki identitas atau ciri kepribadian yang sama, kuat, dan mengikat seluruh warga.

Dalam masyarakat yang sudah kompleks, individu biasanya menjadi anggota dari kelompok sosial tertentu, sehingga bagi individu terdapat golongan-golongan tertentu pula sebagai anggota suatu kelompok sosial. Suatu ukuran lainnya bagi individu adalah dia merasa lebih tertarik kepada kelompok-kelompok sosial yang lebih dekat dengan kehidupan seperti keluarga, kelompok kekerabatan dan rukun tetangga, daripada misalnya dengan suatu perusahaan besar atau negara. Apabila kelompok sosial dianggap sebagai kenyataan dalam kehidupan manusia/individu, juga harus diingat pada konsep-konsep dan sikap-sikap individu terhadap kelompok sosial sebagai kenyataan subjektif yang penting untuk memahami gejala kolektivitas. Berikut pembagian kelompok sosial:

1. *In-group* dan *Out-group*

Perlu diketahui, bahwa dilihat dari segi kelompok-kelompok sosial itu sendiri ada sesuatu perasaan mengenai dirinya termasuk *in-group* atau *out-group*.

- a. *In-group*, adalah kelompok sosial dengan mana orang perorangan (individu) mengidentifikasikan dirinya.
- b. *Out-group*, adalah kelompok sosial yang oleh orang perorang yang telah merasa berada dalam suatu group tertentu dianggap sebagai lawan *in-group*nya.

In-group dan *Out-group*, dapat dijumpai dalam semua masyarakat, walaupun kepentingan-kepentingannya tidak selalu sama.

2. Kelompok Primer dan Kelompok Sekunder

- a. Kelompok Primer, merupakan kelompok sosial yang paling sederhana, yang anggotanya saling kenal mengenal dan ada kerjasama yang erat, juga dinamakan *face to face group*.

Pada tatanan kehidupan masa kini, yang dimulai dengan kemajuan teknologi dan komunikasi antar warga masyarakat secara individual ataupun kelompok, maka biasanya ada penggolongan kelompok masyarakat.

Menurut **Nina Nurani dan Anne Nurjanah (2006 :27):**

”Ada pengolongan kelompok masyarakat yaitu masyarakat pedesaan(*rural community*) dan masyarakat perkotaan (*urban community*), yang masing-masing dengan cirinya. Secara singkat cirri-ciri desa dan kota adalah:

a. Masyarakat pedesaan

1. Relatif jumlah penduduk desa lebih sedikit dibanding tiap penduduk kota.
2. Hidup dalam suasana intim dan saling mengenal, melalui komunikasi tatap muka.
3. Hidup dalam suasana kekeluargaan.
4. Status sosial terbatas karena relatif sedikitnya differensiasi kerja.
5. Mata pencarian nafkah penduduk desa pada umumnya bertani, nelayan, beternak, dan sebagian telah mengadakan industri rumah tangga.
6. Penghayatannya akan norma, tradisi dan berbagai pola budaya kelompoknya lebih mendalam apabila dibandingkan dengan masyarakat perkotaan yang heterogen penduduknya.

b. Masyarakat perkotaan

1. berpendudukan relatif besar antara warga masyarakat kota dibandingkan dengan masyarakat pedesaan.
2. Komunikasi intim kurang karena sudah banyak digunakan komunikasi teknologi elektronika dan berbagai sarana komunikasi sosial. Biasanya untuk mengatasi hal ini dilakukan pertemuan melalui RT/RW.
3. *Interest* kepada meteri lebih mewarnai watak yang relatif lebih individual.

4. Differensiasi kerja dan profesi relatif banyak dan bervariasi secara lebih luas.
5. Profesi atau mata pencarian beraneka macam, industri merupakan ciri menonjol yang tidak dijumpai di pedesaan.
6. Kota merupakan pusat pemerintahan dan lembaga pendidikan tinggi, serta pusat penawaran budaya dan perubahan sosial.”

Sesuai pendapat diatas maka dalam menghubungkan kota dan desa adalah suatu masalah sosiologis yang terjalin dikedua masyarakat ini, yaitu masalah urbanisasi dan permasalahan lain yang timbul baik di kota maupun di desa.

2.6 Pengertian Nasabah

Pengertian nasabah menurut **Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah** adalah:

”Akad pihak yang menggunakan jasa Bank Syariah dan/atau Unit Usaha Syariah.”

Menurut **Kamus Besar Bahasa Indonesia (2007 : 775)**

”orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank (dalam hal keuangan).”

Menurut **Eko Hadi Wiyono (2007 : 424)**

”Orang yang menjadi pelanggan (menabung, dsb) di bank.”

Sedangkan menurut **Peraturan Bank Indonesia (PBI) No.7/4/PBI/2005 tentang penyelesaian Pengaduan Nasabah.**

”Nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank, termasuk pihak yang memiliki rekening namun memanfaatkan jasa bank untuk melakukan transaksi keuangan (*walk-in customer*).”

Dari beberapa pengertian yang dikemukakan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa nasabah merupakan pihak yang menggunakan jasa bank dalam hal keuangan.

2.7 Pengertian Bank Syariah

Pengertian Bank Syariah menurut **Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah** adalah:

”Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan Prinsip Syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.”

Menurut **Manajemen Bina Mulia Consulting (2008 : 4)**:

”Bank Syariah ialah bank yang berasaskan, antara lain, asas kemitraan, keadilan, transparansi dan universal serta melakukan kegiatan usaha perbankan berdasarkan prinsip syariah.”

Menurut **Edy Wibowo dan Untung Hendy Widodo (2005 : 33)**:

“Bank syariah atau bank Islam adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam.”

Bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam maksudnya adalah bank yang dalam operasinya itu mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam, khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalah secara Islam. Dalam tata cara bermuamalah itu dijauhi praktik-praktik yang dikhawatirkan mengandung unsur-unsur riba, untuk diisi dengan kegiatan-kegiatan investasi atas dasar bagi hasil dan pembiayaan perdagangan atau praktik-praktik usaha yang dilakukan di jaman Rasulullah atau bentuk-bentuk usaha yang telah ada sebelumnya, tetapi tidak dilarang oleh beliau.

Falsafah dasar beroperasinya bank syariah yang menjiwai seluruh hubungan transaksinya adalah efisiensi, keadilan, dan kebersamaan. Efisiensi mengacu pada prinsip saling membantu secara sinergis untuk memperoleh keuntungan sebesar mungkin. Keadilan mengacu pada hubungan yang tidak dicurangi, ikhlas, dengan persetujuan yang matang atas proporsi masukan dan keluarannya. Kebersamaan mengacu pada prinsip saling menawarkan bantuan dan nasihat untuk saling meningkatkan produktivitas.

Bisnis berdasarkan syariah di negeri ini tampak mulai tumbuh. Perkembangan ini tampak jelas pada sektor keuangan. Dimana kita mencatat tiga bank umum syariah, 78 BPR Syariah, dan lebih dari 2.000 unit Baitul Maalwa Tamwil (Lembaga Keuangan Mikro Syariah seperti BMT). Lembaga ini telah mengelola berjuta bahkan bermiliar rupiah dana masyarakat sesuai dengan prinsip syariah. Lembaga keuangan tersebut harus beroperasi secara ketat berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Prinsip ini sangat berbeda dengan prinsip yang dianut oleh lembaga keuangan non-syariah.

Menurut **Muhamad (2000 : 25):**

”Adapaun prinsip-prinsip yang dirujuk adalah:

1. Larangan menerapkan bunga pada semua bentuk dan jenis transaksi.
2. Menjalankan bisnis perdagangan berdasarkan kewajaran dan keuntungan yang halal.
3. Mengeluarkan zakat dari hasil kegiatannya.
4. Larangan menjalankan monopoli.
5. Bekerjasama dalam membangun masyarakat melalui aktivitas bisnis dan perdagangan yang tidak dilarang oleh Islam.

2.8 Persepsi atas Prinsip Jual Beli dalam Pembiayaan *Murabahah* terhadap Motivasi Mahasiswa Menjadi Nasabah Bank Syariah.

Pada uraian sebelumnya mengenai faktor yang memengaruhi minat diantaranya adalah faktor dorongan dari dalam, motivasi, sosial, dan emosional faktor dorongan ini dalam motivasi sosial berperan sebagai pendukung untuk mendapatkan hasil yang ingin dicapai dan faktor emosional sebagai cara pandang serta keinginan seseorang terhadap sesuatu. Minat merupakan pengetahuan dan informasi, kemudian disertai rasa senang akan menimbulkan perhatian terhadapnya serta ada hasrat dan keinginan untuk melakukannya.

Hasil contoh mengenai persepsi atas jual beli sebelumnya sekilas menunjukkan bahwa pada bank syariah lebih besar nilai tambahnya daripada bank konvensional. Ketidakpuasan ini menimbulkan tingkat minat masyarakat untuk

menjadi nasabah bank syariah menjadi menurun akibat dampak negatif dari jual beli *murabahah*.

Dari uraian di atas dapat ditarik arti bahwa persepsi atas jual beli pembiayaan *murabahah* memiliki terhadap motivasi mahasiswa menjadi nasabah bank syariah. Bagi individu peneliti mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi mahasiswa memungkinkan timbulnya usaha-usaha peningkatan perhatian terhadapnya. Motivasi mahasiswa akan meningkat dan memilih bank syariah serta banyak nasabah bank konvensional yang memungkinkan akan beralih ke perbankan syariah berhasil memberikan keuntungan fungsional kepada seluruh nasabahnya.

