



ISSN 2745-4470 (PRINT)

ISSN 2745-6315 (ONLINE)



**Volume 2 No. 1 Juni 2023**

# **JURNAL KEUANGAN DAN PERBANKAN SYARIAH (JKUBS)**

**IAIN PONTIANAK**

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMI ISLAM**

**RELIGIOUS, PERSONALITY, INTEGRITY, VISIONARY, PROFESSIONAL**

## In This ISSUE:

1. ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN ACCOUNT OFFICER PADA PERSETUJUAN PERMOHONAN PEMBIAYAAN KONSUMTIF DI PT BANK SUMUT KCP SYARIAH HM JONI
2. PROSEDUR PEMBERIAN PEMBIAYAAN TANPA AGUNAN DI BTPN SYARIAH SURABAYA
3. STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK PEMBIAYAAN MURABAHAH DALAM UPAYA MENGEMBANGKAN UMKM PADA BSI KANTOR CABANG DIPONEGORO KOTA PONTIANAK
4. ANALISIS MANAJEMEN RISIKO PADA PEMBIAYAAN MUDHARABAH DI PT BANK SYARIAH MANDIRI KCP AHMAD YANI PONTIANAK
5. PENGARUH INOVASI PRODUK DAN LABELISASI HALAL TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA JAPANESE PANCAKE DI KOTA PONTIANAK
6. IMPLEMENTASI EKONOMI SYARIAH PADA MODEL BISNIS APLIKASI GOJEK



Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah (JKUBS)

Vol. 2 No. 1 Juni 2023

p-issn: 2745-4470 e-issn: 2745-6315

Web: <https://e-journal.iainptk.ac.id/index.php/jkubs>

DOI: <https://doi.org/10.24260/jkubs.v2i1.900>



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KEPUTUSAN ACCOUNT OFFICER PADA PERSETUJUAN  
PERMOHONAN PEMBIAYAAN KONSUMTIF DI PT BANK SUMUT  
KCP SYARIAH HM JONI**

**Diah Hafni Pardede<sup>1</sup>, Waizul Qarni<sup>2</sup>, Ahmad Syukri<sup>3</sup>**

Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Jl. William Iskandar Psr. V. Medan Estate, Kec Percut Sei Tuan

Email : [diahhafni25@gmail.com](mailto:diahhafni25@gmail.com)

**Abstract:** *Account Officer is a person whose job is to find eligible customers according to the criteria of bank regulations. The account officer is the spearhead of the bank in marketing its products, therefore an account officer must have adequate salesmanship to market the products offered. The purpose of this study is to analyze the factors that influence the account officer's decision on approval of consumer financing applications, as well as the factors that cause customer financing applications to be rejected at PT Bank Sumut KCP Syariah HM Joni. The method used in this research is qualitative. Methods that are not in the form of numbers obtained from recordings, observations, interviews or written materials. Data collection methods are literature study, interviews and observations and use primary and secondary data. Based on the results of the research and discussion, it can be concluded that before providing financing to customers who wish to apply for consumptive financing at Bank Sumut KCP Syariah HM Joni, the account officer must conduct an objective assessment of various aspects related to the object of financing (5C Analysis), so as to provide confidence in all parties involved.*

**Keywords:** *Account Officer, Financing, Consumer Financing*

## **1. PENDAHULUAN**

Bank adalah lembaga keuangan yang berperan sebagai *financial intermediary*, dimana bank bertindak sebagai lembaga yang mempertemukan pihak yang kelebihan dana (*surplus unit*) dan pihak yang kekurangan dana (*deficit unit*). Bank memenuhi perannya sebagai lembaga

intermediasi, menerima dana dari pihak lain, dan kemudian meminjamkan sebagian besar dana yang diterima kepada entitas yang membutuhkan dana dalam bentuk pembiayaan.

Pembiayaan merupakan aktivitas dari lembaga keuangan syariah dalam menyalurkan dana kepada nasabah berdasarkan prinsip syariah. Analisis pembiayaan merupakan salah satu faktor yang sangat penting bagi bank syariah dalam mengambil keputusan untuk menyetujui atau menolak permohonan pembiayaan dan acuan bagi bank syariah untuk meyakini kelayakan atas permohonan pembiayaan.

Yusak Laksamana (2009:133) mengemukakan bahwa pembiayaan konsumtif adalah pembiayaan yang diberikan untuk keperluan konsumsi pribadi, seperti pembelian kendaraan, rumah dan peralatan rumah tangga. Objek yang dibeli merupakan barang-barang yang dibutuhkan nasabah untuk memenuhi kebutuhannya.

Dalam realisasi pembiayaan bank selalu membutuhkan seorang *account officer* untuk menganalisis calon nasabah dalam melakukan suatu pembiayaan serta mengatasi pengajuan pembiayaan sehingga peran *account officer* sangat penting dalam perbankan syariah.

*Account officer* merupakan seorang pegawai atau karyawan dalam lembaga keuangan bank maupun non bank yang berada pada bagian pembina pembiayaan yang bertugas memproses calon nasabah (pembiayaan) atau permohonan pembiayaan sehingga menjadi nasabah (Aisyah, 2015).

*Account Officer* memiliki fungsi ganda. Di satu pihak, ia merupakan personil bank yang harus bekerja di bawah peraturan dan tujuan bank sehingga dapat memberikan hasil kepada bank. Di pihak lain, ia dituntut untuk memberikan kondisi yang paling baik untuk nasabah. Oleh karena itu, seorang *account officer* harus mampu mengoptimalkan kedua sisi kepentingan tersebut.

Permasalahan yang di temukan penulis pada PT Bank Sumut KCP Syariah HM Joni adalah meningkatnya minat atau keinginan masyarakat dalam mengajukan permohonan pembiayaan konsumtif, ternyata masih banyak juga nasabah yang permohonan pembiayaannya justru di tolak oleh pihak bank karena tidak memenuhi beberapa persyaratan dan tidak sesuai dengan kriteria ketentuan yang berlaku.

Tabel : Data Berkas Permohonan Pembiayaan Konsumtif tahun 2022

Bulan	Berkas Masuk	Diterima	Ditolak
Januari	12	10	2
Februari	18	15	3
Maret	11	8	3
April	12	11	1

Mei	6	6	0
Juni	17	15	2
Juli	13	13	0
Agustus	15	13	2
September	16	12	4
Oktober	11	8	3
November	13	12	1
Desember	15	11	4
<b>Total</b>	<b>159</b>	<b>134</b>	<b>25</b>

Berdasarkan uraian di atas peneliti merasa tertarik untuk membahas dan mengambil judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan *Account Officer* Pada Persetujuan Permohonan Pembiayaan Konsumtif Di Pt Bank Sumut Kcp Syariah Hm Joni”.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### *Account Officer*

*Account officer* berfungsi sebagai jalur komunikasi antara bank dan anggota, dan mereka bertanggung jawab untuk menjaga hubungan baik dengan anggota serta memantau secara teratur semua kegiatan anggota. Selain itu, *account officer* adalah orang yang ditugaskan oleh bank untuk mencari klien yang sesuai dengan persyaratan bank, menilai, mengevaluasi, dan menyarankan besarnya pembiayaan yang akan diajukan oleh klien, dan melakukan survei terhadap klien yang melakukan pembiayaan.

*Account officer* menjalankan dua tugas. Satu pihak, seorang *account officer* adalah petugas bank yang harus bertindak sesuai dengan kebijakan dan tujuan bank untuk mendapatkan keuntungan. Selain itu, memberikan kondisi terbaik untuk kliennya, seperti yang terlihat dari biaya yang harus dibayar oleh klien. Oleh karena itu, tanggung jawab seorang *account officer* adalah untuk memaksimalkan kedua aspek relevansi.

Perbankan saat ini membutuhkan *account officer* yang berkualitas tinggi. Peran *account officer* adalah sebagai berikut (Jopie & Jusuf, 1997): 1) Mengelola akun Seorang *account officer* bertanggung jawab untuk membantu klien mendapatkan transaksi keuangan yang lebih efisien dan optimal tanpa meninggalkan tanggung jawabnya sebagai karyawan bank. 2) Mengelola produk Seorang *account officer* harus mampu membantu klien menggunakan berbagai produk yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka. 3) Mengelola pelanggan

Kriteria kinerja *account officer* adalah sebagai berikut: 1) Tahap permohonan pembiayaan: Pada tahap ini, seorang *account officer* berusaha mencari prospek calon debitur untuk memenuhi tujuan kerja.

Dalam tahap ini, tugas AO adalah menjual barang dan jasa bank, terutama yang berkaitan dengan pembiayaan, kepada nasabah yang ingin mengajukan pembiayaan.

2) Tahap pengusulan pembiayaan: Seorang account officer harus melakukan fungsi pemasaran untuk menarik calon nasabah untuk mengajukan pembiayaan untuk menambah modal usahanya. 3) Tahap pemberian fasilitas pembiayaan: Setelah proses pemberian pembiayaan telah dipersetujuan, nasabah akan menerima fasilitas pembiayaan yang sesuai dengan kebutuhannya. Pada tahap ini, tanggung jawab account officer untuk mengunjungi bisnis untuk memantau kemajuan. 4) Tahap Perpanjangan Pembiayaan: Bank akan meninjau ulang fasilitas pembiayaan jika nasabah ingin memperpanjang pembiayaan.

### **Pembiayaan**

Menurut Muhammad (2005), pembiayaan adalah pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik itu dilakukan sendiri atau oleh lembaga. Dengan kata lain, pembiayaan adalah pendanaan yang diberikan kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan.

Menurut Undang-undang Perbankan No. 10 Tahun 1998, pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dan pihak lain yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil. Pembiayaan yang diberikan kepada pihak yang membutuhkan dana didasarkan pada prinsip syariah dalam perbankan syariah. Metode yang diterapkan sesuai dengan hukum Islam (Ismail, 2011).

Pembiayaan pada dasarnya berarti "Saya percaya", "Saya menaruh kepercayaan", "Saya percaya", dan "Saya menaruh kepercayaan." Lembaga pembiayaan, sebagai shahibul maal, menaruh kepercayaan kepada seseorang untuk melaksanakan janji yang diberikan. Menurut Veithzal (2008), dana harus digunakan dengan benar dan adil. Itu juga harus disertai dengan syarat-syarat dan ikatan yang jelas yang saling menguntungkan bagi kedua belah pihak.

Di perbankan syariah, ada beberapa jenis pembiayaan, yaitu: 1) Pembiayaan Modal Kerja Syariah, yang diberikan kepada bisnis untuk membeli modal kerja sesuai dengan prinsip syariah selama siklus bisnis. 2) Pembiayaan Investasi Syariah, yang diberikan untuk menanam dana dengan tujuan mendapatkan keuntungan atau keuntungan di kemudian hari. Ini juga dapat disebut sebagai pembiayaan jangka menengah atau jangka panjang untuk pembelian barang modal. Karena nilai transaksinya yang sangat besar, nasabah koperasi biasanya membutuhkan pembiayaan ini. 5) Pembiayaan Take Over: Ini adalah pembiayaan yang diberikan oleh bank

syariah untuk mengambil alih transaksi non-syariah yang telah berjalan atas permintaan nasabah. 6) Pembiayaan Letter Of Credit: Ini adalah pembiayaan yang diberikan untuk membantu nasabah melakukan transaksi import dan ekspor.

### **Pembiayaan Konsumtif**

Yusak Laksamana (2009) mendefinisikan pembiayaan konsumtif sebagai dana yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan pribadi seperti kendaraan, rumah, dan peralatan rumah tangga. Barang-barang yang dibutuhkan pelanggan untuk memenuhi kebutuhannya disebut sebagai barang yang dibeli. Bank tidak menggunakan analisis pembiayaan produktif yang rumit untuk menghitung jumlah pembiayaan yang diberikan. Bank akan memberikan pembiayaan sebesar nilai barang yang dibeli dikurangi dengan dana nasabah. Artinya, bank tidak membiayai sepenuhnya harga barang, jadi calon pembeli harus memiliki dana sendiri untuk membeli. Bank biasanya menetapkan batas maksimal yang dapat diberikan untuk pembiayaan barang konsumen.

Bank syariah biasanya membatasi pembiayaan konsumtif klien untuk kebutuhan dasar seperti rumah dan mobil. Pembayaran kembali pembiayaan tersebut tidak berasal dari hasil eksploitasi barang yang dibiayai dari fasilitas ini; itu berasal dari pendapatan konsumen dari bisnis lain.

Pembiayaan konsumsi di atas biasanya digunakan untuk memenuhi kebutuhan sekunder, sementara pembiayaan komersil biasanya tidak dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan primer. Fakir atau miskin adalah orang yang tidak mampu memenuhi kebutuhan dasar mereka. Oleh karena itu, ia harus diberikan pinjaman kebajikan (*al-qard al-hasan*), yaitu pinjaman yang hanya perlu mengembalikan pinjaman pokoknya tanpa imbalan apa pun (M. Syafi'i, 2001).

Dengan demikian, pembiayaan konsumtif memiliki manfaat ekonomis karena perusahaan dapat menarik pembiayaan konsumtif sehingga proses produksi dapat berjalan lancar dan menghasilkan hasil yang banyak. Karena ada hubungan antara pembiayaan produktif dan konsumtif, peningkatan konsumsi memerlukan peningkatan produksi.

Menurut Ascarya (2008), ada beberapa cara untuk memenuhi kebutuhan pembiayaan konsumtif, termasuk: a. Bagi Hasil (*Mudharabah*): Pembiayaan berpola bagi hasil dengan akad musyarakah *mutanaqisah* dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan barang konsumtif, perumahan, atau properti. Misalnya, untuk membeli mobil, sepeda motor, rumah, atau apartemen. Bank dan nasabah bekerja sama untuk membeli aset yang diinginkan nasabah dengan cara ini. Setelah itu, aset disewakan kepada klien. Bank syariah menggunakan bagian sewa nasabah sebagai cicilan untuk membeli

sebagian aset yang dimilikinya, sehingga nasabah akan memiliki aset tersebut sepenuhnya pada titik tertentu atau pada saat jatuh tempo.

b. Jual beli (Qardh): Pembiayaan berpola jual beli dengan akad murabahah umumnya dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan seseorang untuk barang konsumsi, perumahan, atau properti apa pun. Bank syariah memenuhi kebutuhan klien dengan membeli aset dari pemasok dan kemudian menjualnya kembali kepada klien dengan mengambil margin keuntungan yang diinginkan. Bank syariah hanya mengambil risiko yang rendah selain mendapat keuntungan margin. Pada saat yang sama, pelanggan memperoleh kebutuhan asetnya dengan harga yang tetap.

c. Sewa (Ijarah) Pembiayaan berpola sewa dengan akad ijarahmuntahiya bittamlik juga dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan untuk barang konsumsi, perumahan, atau properti. Bank syariah menggunakan akad ini untuk membeli aset yang dibutuhkan oleh nasabah dan kemudian menyewakannya kepada nasabah pada akhir periode dengan perjanjian pengalihan kepemilikan dengan harga yang telah disepakati pada awal akad. Dengan cara ini, bank syariah tetap memiliki kepemilikan aset selama periode akad dan pada saat yang sama menerima pendapatan dari sewa. Meskipun demikian, klien memenuhi kebutuhannya dengan biaya yang dapat diantisipasi sebelumnya.

### **Analisa Pembiayaan**

Analisis pembiayaan dilakukan oleh Accout Officer dari suatu lembaga keuangan di level seksi atau bagian. Mungkin juga dilakukan oleh Komite (tim) yang ditunjuk untuk menganalisis permohonan pembiayaan (Veithzal, 2008). Perbankan syariah biasanya melakukan analisis permohonan pembiayaan untuk menilai permohonan pembiayaan yang diajukan oleh klien. Dengan melakukan analisis permohonan pembiayaan, mereka diharapkan dapat memilih pembiayaan yang layak dan mencegah pembiayaan yang bermasalah dikemudian hari. Analisa pembiayaan adalah analisis dasar yang biasanya dilakukan oleh perbankan syariah sebelum memutuskan permohonan pembiayaan:

1) Karakter Bank harus melakukan analisis karakter calon nasabah untuk memastikan bahwa mereka ingin membayar kembali pembiayaan yang telah diterima hingga lunas. Bank ingin memastikan bahwa calon nasabah adalah orang yang baik, jujur, dan berkomitmen untuk membayar kembali pembiayaan. Caranya adalah dengan melihat pemeriksaan BI dan mendapatkan informasi dari pihak lain.

2) Kemampuan Analisis Kemampuan: Tujuan analisis kemampuan ini adalah untuk mengetahui kemampuan keuangan untuk memenuhi kewajibannya dalam jangka waktu pembiayaan. Beberapa cara yang dilakukan termasuk melakukan survei tentang lokasi bisnis, melihat laporan keuangan, dan memeriksa slip gaji dan rekening tabungan.

- 3) Analisis yang lebih mendalam harus dilakukan terhadap capital modal yang harus dimasukkan dalam item pembiayaan. Modal dapat diidentifikasi melalui laporan keuangan calon nasabah dan uang tunai.
- 4) Sumber pembayaran kedua adalah surat utang. Penjualan agunan yang signifikan yang harus diserahkan kepada perbankan syariah adalah komponen yang sangat penting dan harus diperhatikan dalam analisis agunan. MAST (marketability: mudah diperjualbelikan) adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan secara komprehensif penyimbang agunan. Value Ascertainability: harga yang pasti, Value Stability: harga yang stabil, dan Transferability: transfer mudah).
- 5) Keadaan Ekonomi adalah analisis keadaan ekonomi. Perbankan syariah tidak terlalu memperhatikan analisis ini saat memberikan pembiayaan konsumsi; sebaliknya, bank harus mempertimbangkan sektor usaha calon nasabah dalam kaitannya dengan kondisi ekonomi. Perbankan syariah harus melakukan analisis dampak kondisi ekonomi terhadap usaha calon nasabah di masa mendatang. Analisis yang dilakukan meliputi perubahan kebijakan (Ismail, 2011).

### 3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode kualitatif. Metode yang tidak berbentuk angka yang diperoleh dari rekaman, pengamatan, wawancara atau bahan tertulis. Metode pengumpulan data yaitu studi pustaka, wawancara dan observasi dan menggunakan data primer dan sekunder.

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Faktor-Faktor Penyebab Permohonan Pembiayaan Tidak Disetujui/Ditolak

Berdasarkan data yang peneliti peroleh dari PT. Bank Sumut KCP Syariah HM Joni, faktor-faktor penyebab permohonan pembiayaan konsumtif tidak disetujui/ditolak adalah sebagai berikut:

- a. Kelengkapan dokumen dan persyaratan  
Hal yang paling utama saat mengajukan permohonan yaitu kelengkapan data dokumen yang memenuhi persyaratan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Dimana tidak hanya kelengkapan berkas, namun dokumen tersebut tidak sesuai dengan data yang sebenarnya atau tidak valid.
- b. Nama pemohon dan pasangan masuk *blacklist* BI dan atau terdapat data pembiayaan/kredit macet di data SLIK-OJK.  
Ketika nama pemohon sudah pernah masuk di dalam data *blacklist* BI/OJK, maka hal tersebut juga menjadi pertimbangan bagi bank untuk menolak pengajuan permohonan, karena mengindikasikan *bad character* yang dapat menyebabkan potensi pembiayaan macet bagi bank.



- c. Penghasilan tidak mencukupi untuk membayar angsuran  
Sesuai dengan ketentuan bank dimana bagi pemohon yang mengajukan permohonan, untuk ketentuan penghasilan dengan *Debt Service Ratio* (DSR) maksimum 40% setelah dikurangi dengan pengeluaran, artinya jumlah penghasilan akan menjadi hal yang penting untuk diperhatikan ketika akan mengajukan permohonan, apakah penghasilan pekerjaan sudah memenuhi syarat untuk membayar angsuran setiap bulannya. Jika tidak mencukupi, maka bank akan menolak permohonan pengajuan tersebut.
- d. Status pekerjaan tidak memenuhi syarat bank  
Selain penghasilan yang harus menjadi hal yang diperhatikan, status pekerjaan juga menjadi hal yang penting. Dimana jika si pemohon mempunyai pekerjaan yang tidak tetap ataupun penghasilan yang tidak sama setiap bulannya, maka akan menjadi suatu masalah ketika akan membayar tagihan perbulannya.
- e. Masa kerja belum memenuhi batas minimal  
Hal selanjutnya yang menjadi pertimbangan bank yaitu masa kerja belum memenuhi batas minimal. Ketika sudah mulai bekerja di suatu lembaga/perusahaan/instansi, tentunya harus ada batas minimal berapa lama ia bekerja. Hal ini guna agar tidak terjadi suatu hal yang tidak terduga. Tentunya hal ini akan di survey langsung oleh bank untuk menjadi pertimbangan bagi bank.

### Solusi dan Penyelesaian Atas Permasalahan

Berdasarkan beberapa faktor-faktor di atas, penulis dapat menyimpulkan solusi dan penyelesaian dari banyaknya permohonan nasabah yang tidak disetujui/ditolak adalah sebagai berikut:

- a. Bank lebih selektif dalam memilih nasabah  
Dalam memilih calon nasabah yang ingin memperoleh pembiayaan konsumtif, tentunya bank harus lebih selektif. Dimana harus sesuai dengan ketentuan seperti kelengkapan berkas, pegawai tetap, penghasilan jika sudah dikurang dengan biaya pengeluaran tidak kurang dari 40%, *BI Checking* tidak ada macet/aman dan lain sebagainya.
- b. *Service Level Agreement* (SLA) dalam *credit process*  
Bank harus memenuhi standar SLA *credit process* pembiayaan dari permohonan masuk sampai dengan realisasi pembiayaan. Bank Sumut Syariah telah menetapkan SLA nya selama 7 (tujuh) hari kalender sejak berkas dinyatakan lengkap. Hal ini untuk menjaga kualitas layanan kepada nasabah dan *stakeholder* lainnya. Bank memastikan apabila permohonan tidak layak agar segera mengirimkan surat penolakan kepada calon nasabah.
- c. Mencari nasabah sebanyak-banyaknya dengan selektif

Melakukan promosi/memasarkan suatu produk bank sudah menjadi tugas pihak bank dalam mencari nasabah sebanyak-banyaknya. Segala upaya dilakukan untuk menarik perhatian dan keinginan masyarakat untuk menjadi nasabah. Tidak hanya itu, namun juga harus memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah agar minat menggunakan produk pembiayaan terlebih pada pembiayaan konsumtif.

## 5. PENUTUP

### Kesimpulan

Sebelum memberikan pembiayaan kepada nasabah yang ingin meminta pembiayaan konsumtif di Bank Sumut KCP Syariah HM Joni, account officer harus melakukan penilaian yang objektif terhadap berbagai elemen yang terkait dengan pembiayaan tersebut. Ini dilakukan untuk memberikan keyakinan kepada semua pihak yang terkait bahwa nasabah akan memenuhi semua kewajibannya sesuai dengan persyaratan dan jangka waktu yang telah disepakati. Tujuannya adalah untuk membantu bank menilai kredibilitas permohonan.

1. Faktor-faktor penyebab permohonan pembiayaan tidak disetujui/ditolak
  - a. Kelengkapan dokumen dan persyaratan
  - b. Nama pemohon dan pasangan masuk *blacklist* BI dan atau terdapat data pembiayaan/kredit macet di data SLIK-OJK.
  - c. Penghasilan tidak mencukupi untuk membayar angsuran
  - d. Status pekerjaan tidak memenuhi syarat bank
  - e. Masa kerja belum memenuhi batas minimal
2. Solusi dan Penyelesaian Atas Permasalahan
  - a. Bank lebih selektif dalam memilih nasabah
  - b. *Service Level Agreement* (SLA) dalam *credit process*
  - c. Mencari nasabah sebanyak-banyaknya dengan selektif

### REFERENSI

- [1] Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah*. Jakarta: Gema Insani.
- [2] *Bank Sumut*. (2022). Dipetik Februari 25, 2023, dari Bank Sumut: <https://www.banksumut.co.id/>
- [3] Dandawijaya, L. (2003). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- [4] Djamil, F. (2012). *Penyelesaian Pembiayaan Bermasalah di Bank Syariah*. Jakarta: Sinar Grafika.
- [5] Ismail. (2011). *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- [6] Jopie, & Yusuf. (1997). *Panduan Dasar Untuk Account Officer*. Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.

- [7] Jusuf, J. (2004). *Panduan Dasar Untuk Account Officer Edisi 3*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- [8] Muhammad. (2006). *Analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman*. Yogyakarta: Ekonisi.
- [9] Muhammad. (2005). *Manajemen Pembiayaan bank Syariah*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- [10] Nur, A. B. (2015). *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Yogyakarta: Kalimedia.
- [11] Rivai, V. (2010). *Islamic Banking*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- [12] Rivai, V., & Veithzal, A. P. (2008). *Islamic Financial Management*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- [13] Syariah, B. S. (2004). *Prosedur Pembiayaan*. Bank Sumut Syariah.



## Prosedur Pemberian Pembiayaan Tanpa Agunan Dengan Akad Wakalah Wal Murabahah di BTPN Syariah Surabaya

Yunita Kusmanningruma<sup>1</sup>, Rinda Tri Wahyuni<sup>2</sup>, Salasiah<sup>3</sup>

<sup>123</sup>Institut Pesantren K.H Abdul Chalim

---

### Abstract

*In the last five years BTPN Syariah has continued to show progress, from year to year the assets of BTPN Syariah have continued to grow accompanied by an increase in distributed financing. Nevertheless, the existing NPF indicates that the soundness level of BTPN Syariah is Collateral-free financing. Therefore, the purpose of this study is to know and understand what kind of procedures are carried out for collateral-free financing and the financing system. The method used in this research is descriptive qualitative method with type of field research (field research), the research technique used is observation and in-depth interviews. The results of the study show that some of the provisions imposed by BTPN Syariah can minimize problematic financing, such as mandatory central meetings, group member selection, and also a group financing system.*

*Keyword: Financing Procedures; wakalah wal murabahah contract, BTPN syariah*

---

### 1. Pendahuluan

Bank merupakan lembaga keuangan intermediasi dengan fungsi utama menghimpun dana masyarakat kemudian menyalurkan kepada pihak yang membutuhkan (Susilo, 2017). Akan tetapi, setiap pembiayaan yang diberikan tentulah memiliki risiko tersendiri, salah satu risiko yang umum terjadi adalah risiko pembiayaan bermasalah dimana pihak nasabah tidak dapat mengembalikan pembiayaan yang diberikan. Sehubungan dengan dikeluarkannya peraturan oleh Bank Indonesia 14/22/PBI/2012 yang menyatakan agar seluruh bank umum memperbesar pembiayaan untuk sektor mikro, kecil, menengah maka semakin besar pula risiko pembiayaan bermasalah. Tingkat kesehatan suatu bank pun akan terancam apabila tingkat pembiayaan bermasalahnya tinggi, jika hal pembiayaan bermasalah

ini tidak tertangani dengan baik maka kualitas bank itu sendiri yang akan berdampak.

Bank Tabungan Pensiun Negara (BTPN) Syariah merupakan salah satu bank yang setiap tahun meningkatkan penyaluran pembiayaannya. Dengan produknya Tepat Pembiayaan Kelompok-Syariah, bank BTPN syariah memberikan pembiayaan tanpa agunan kepada masyarakat pra/cukup sejahtera. Kendati demikian, bank BTPN Syariah tetap menunjukkan performa yang baik dengan mampu mempertahankan kesehatan banknya.

periode	2021	2020	2019	2018	2017
Aset	18.543.856	16.435.005	15.383.038	12.036.275	9.156.522
Pembiayaan	10.075.443	9.514.196	8.969.565	7.277.011	6.053.105
NPF Gross (%)	2,37	1,91	1,36	1,39	1,67
NPF Nett (%)	0,18	0,02	0,26	0,02	0,05

Tabel 1. Kinerja Bank Btpn Syariah (data diolah)

Berdasarkan Tabel 1. Dapat dilihat kinerja bank BTPN Syariah dalam 5 tahun terakhir terus mengalami pertumbuhan, dari tahun ke tahun aset BTPN Syariah selalu bertambah diiringi dengan semakin bertambahnya pembiayaan yang di berikan. seperti pada tahun 2021 bank btpn syariah mampu menyalurkan pembiayaan sebesar 10 Triliun dengan produknya pembiayaan syariah. Tentunya dengan semakin banyaknya pembiayaan yang disalurkan, risiko akan pembiayaan macet pun pastinya akan semakin besar. Dalam perbankan syariah, pembiayaan bermasalah atau Non Performing Financing (NPF) dapat diukur menggunakan rasio. Dimana sebuah bank di indikasikan sebagai bank sehat jika rasio NPF nya dibawah 5%.

Pembiayaan yang diberikan oleh BTPN Syariah adalah pembiayaan khusus masyarakat prasejahtera dan juga tanpa jaminan. Namun walaupun tanpa jaminan dan yang menerima pembiayaan adalah masyarakat prasejahtera, NPF dari BTPN Syariah masih mengindikasikan bahwa bank tersebut tergolong bank sehat dengan NPF nya berada di bawah 2,5% dan tidak pernah lebih besar dari itu. Dengan fakta tersebut, prosedur pembiayaan dari BTPN Syariah ini sangat menarik untuk di kaji, karena prosedur pembiayaan merupakan instrumen yang biasa digunakan untuk mengurangi pembiayaan bermasalah.

## 2. Kajian Literatur

Prosedur merupakan salah satu kegiatan, seringkali melibatkan segelintir orang di sebuah kelompok yang digunakan sebagai penjamin pengerjaan bersama yang dilakukan berulang kali (Mulyadi, 2013). Sedangkan Yakub menjelaskan bahwa prosedur adalah sebuah teamwork dari kegiatan-kegiatan yang berkaitan guna mewujudkan suatu kegiatan tertentu (Yakub, 2012). Pembiayaan adalah salah satu kegiatan penting dalam operasional bank, dimana kegiatan ini menyalurkan dana titipan masyarakat kepada masyarakat yang membutuhkan (Karim, 2013). Dalam perbankan Prosedur pemberian kredit/pembiayaan adalah serangkaian kegiatanyang saling terkait untuk menyelesaikan suatu kegiatan penyaluran kepada pihak yang membutuhkan.

Prosedur pemberian dana ditetapkan guna mengetahui layak atau tidaknya calon debitur, sehingga resiko terhadap pembiayaan bermasalah dapat diminimalisir sekecil mungkin. Oleh karena itu, prosedur yang diterapkan harus jelas dalam segi penyusunan dan penyajian. Apabila prosedur pemberian tidak jelas, maka pemberian kredit akan terus mengalami penurunan kualitas. Secara umum tahapan pemberian kredit atau pembiayaan meliputi (Bastian, 2006):

- a. permohonan kredit, meliputi berkas-berkas pernyaratan.
- b. Keputusan pemberian kredit, meliputi analisis dan evaluasi terkait permohonan kredit.
- c. Pengawasan kredit, meliputi pengawasan kepada calon nasabah.
- d. Pencairan kredit, pencairan kredit yang meliputi azaz aman, teratur, dan produktif.

Jaminan atau Agunan adalah suatu benda yang diserahkan calon nasabah kepada pihak bank guna menambah keyakinan bahwa calon nasabah akan mengembalikan kewajiban yang bisa dinilai dengan alat tukar atau yang serupa (Hartono, 2017). Menurut Djojo Muljadi jaminan menunjang kemajuan pembangunan (Muljono, 1992). Agunan atau jaminan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah janji seseorang untuk menanggung utang atau kewajiban pihak lain apabila utang atau tanggungan tersebut tidak terpenuhi. Sedangkan pembiayaan tanpa agunan adalah pembiayaan yang diberikan bank, yang dapat diperoleh tanpa memberikan agunan. Yang biasanya syarat yang diperlukan untuk pembiayaan ini berupa foto kopi KTP, Slip gaji, surat izin pendirian usaha, serta NPWP.

Aktivitas jual beli dengan cara diwakilkan kepada nasabah di sebut dengan sistem wakalah. Pihak bank nantinya akan meminta struk atau bukti

pembayaran atas barang yang dibeli oleh nasabah (Iska, 2012). Jual beli dengan sistem perwakilan adalah sistem dimana penjual dalam hal ini pihak bank mewakilkan pembelian barangnya kepada pihak nasabah, dengan demikian akad yang pertama adalah akad wakalah. Setelah akad wakalah berakhir dengan penyerahan barang oleh nasabah kepada penjual kemudian pihak bank memberikan akad murabahah (Pramana, 2017). Wakalah wal Murabahah adalah jual beli dengan sistem wakalah. Pembiayaan dengan akad murabahah dapat dikombinasikan dengan akad wakalah, dimana nasabah dapat membeli barang melalui Bank syariah atau LKS yang tidak mempunyai barang yang mau dibeli nasabah, sehingga Bank Syariah membeli barang yang dikehendaki oleh nasabah dengan cara pembelinya diwakilkan oleh nasabah sendiri (Muljono, 2015).

### **3. Metode Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di bank BTPN Syariah Surabaya dengan Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (field reserch). Pendekatan ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Metode ini dirasa lebih cocok digunakan dalam penelitian ini, karena penelitian ini lebih menekankan pada suatu proses dalam suatu mekanisme. Data penelitian ini bersumber dari observasi dan wawancara langsung dengan pihak Bank BTPN Syariah serta sumber-sumber yang berhubungan dengan penelitian.

### **4. Hasil Dan Pembahasan**

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan pihak BTPN Syariah Surabaya, yaitu Bapak Nopal dan Ibu Elly. Di jelaskan bahwa ketika mengajukan pembiayaan tanpa agunan dengan akad wakalah wal murabahah, calon nasabah harus memenuhi beberapa syarat, yaitu:

- a. Warga negara Indonesia dibuktikan dengan adanya KTP.
- b. Memiliki Kartu Keluarga (KK).
- c. Berusia minimal 18 tahun bagi wanita yang sudah menikah dan berusia minimal 21 tahun bagi nasabah yang belum menikah.
- d. Dalam satu rumah hanya boleh mengajukan satu pembiayaan, apabila diketahui dalam satu rumah ada dua calon nasabah, maka hanya satu saja yang di terima pengajuannya.
- e. Pembiayaan yang diberikan ditunjukan untuk modal usaha. Baik usaha baru maupun untuk memperbesar usaha yang ada. Dilarang memberikan pembiayaan untuk usaha yang bertentangan dengan prinsip syariah, dan bagi nasabah yang ketahuan melanggar persyaratan dan ketentuan-ketentuan di atas maka akan dikenakan sanksi.

Sedangkan untuk prosedur pembiayaannya ada beberapa tahapan, yaitu: Tahapan pre marketing, merupakan tahapan awal ketika pihak marketing baru saja mendatangi suatu desa atau daerah. Pada tahap ini marketing BTPN Syariah mendatangi aparat desa untuk bersilaturahmi serta meminta izin untuk melakukan kegiatan sosialisasi di desa tersebut, dan juga untuk mencari tahu mengenai gambaran masyarakat di desa tersebut. Setelah memperoleh izin, barulah pihak marketing melakukan sosialisasi kepada warga setempat. Jika masyarakat desa tersebut tertarik dengan pembiayaan yang di tawarkan, maka akan di lakukan sosialisasi tingkat lanjutan.

Sosialisasi tingkat lanjutan ini membahas lebih rinci mengenai produk pembiayaan-kelompok itu sendiri. Disini pihak marketing menjelaskan terkait prosedur dan juga ketentuan-ketentuan yang berlaku. Pada tahap ini juga warga setempat sudah mulai menyerahkan syarat-syarat yang sudah di tentukan, seperti KTP dan juga KK. Setelah data warga yang mengajukan terkumpul, selanjutnya pihak marketing melakukan survei dan wawancara. Pada tahap ini, pihak bank melakukan pengecekan terlebih dahulu mengenai data diri nasabah dan juga melakukan BI Chekin.

Setelah itu Survei dan wawancara di lakukan dengan mendatangi rumah calon nasabah satu persatu dengan tujuan mengetahui lokasi rumah calon nasabah. Pada tahap ini, pihak marketing akan melakukan survei ke lokasi usaha calon nasabah jika calon nasabah tersebut sudah memiliki usaha, dan apabila calon nasabah belum memiliki usaha maka survei dan wawancara ini dilakukan di rumah nasabah saja. Untuk mengetahui karakter calon nasabah, pihak marketing juga akan bertanya-tanya kepada warga sekitar mengenai karakter nasabah tersebut.

Selanjutnya, calon nasabah yang lolos tahap survei dan wawancara akan mengikuti kegiatan Pelatihan Dasar Keanggotaan (PDK). Kegiatan ini merupakan kegiatan wajib yang harus di ikuti oleh calon nasabah, kegiatan PDK ini di selenggarakan 5 Hari berturut-turut dan diberikan secara gratis. Pelatihan yang diberikan oleh calon nasabah salah satunya adalah pelatihan mengenai pengelolaan keuangan secara sederhana, dan pelatihan-pelatihan bermanfaat lainnya serta pemahaman lebih dalam lagi terkait pembiayaan yang akan di terima.

Dalam pelatihan ini, nasabah di haruskan membentuk kelompok yang terdiri dari lima orang atau lebih dengan syarat antar anggota kelompok harus saling kenal, solid, saling percaya. Menurut Bu Elly selaku supervisor Bank Btpn Syariah Surabaya, persyaratan ini di tekankan karena ketika



nantinya terjadi gagal bayar oleh salah satu anggota kelompok, maka angsuran itu nanti akan menjadi tanggungan seluruh kelompok. Maka dari itu, calon nasabah harus benar-benar cermat dalam memilih anggota kelompok. Hal ini merupakan salah satu strategi yang digunakan untuk mengurangi pembiayaan bermasalah kedepannya.

Setelah pembentukan kelompok selesai, selanjutnya adalah pembentukan sentra. Sentra merupakan sebuah lokasi dimana nantinya semua kegiatan dan transaksi dilakukan, setiap sentra memiliki minimal satu kelompok dan maksimal lima kelompok pembiayaan. Setelah lokasi sudah ditentukan, kemudian di pilih satu orang yang akan di jadikan ketua sentra. Ketua sentra ini nantinya yang akan mengatur dan mengorganisir setiap kelompok. Jika semua sudah selesai, barulah pembiayaan diberikan.

Pemberian pembiayaan pada produk ini menggunakan akad wakalah wal murabahah, akad ini dilaksanakan dengan cara pihak bank mewakilkan pembelian barang-barang usaha kepada nasabah dimana barang-barang yang dibeli sudah di perinci oleh pihak bank. Dan ketika barang sudah di beli, calon nasabah harus menyerahkan bukti kwintansi kepada pihak bank. Barulah setelah itu dilaksanakan akad murabahah.

Setelah tahap pencairan selesai, selanjutnya adalah tahap monitoring atau biasa di sebut Maintenance Nasabah. Ada beberapa cara bagi Btpn Syariah untuk melakukan monitoring, yaitu:

- a. Pertemuan Rutin Sentra (PRS), pertemuan ini dilakukan 1x dalam dua minggu. Pada pertemuan ini dilakukan pembayaran angsuran dan kegiatan administratif lainnya yang dilakukan di sentra yang sudah di sepakati pada masa PDK. Pertemuan ini bersifat wajib, jadi seluruh nasabah harus hadir di setiap pertemuan.
- b. Monitoring Usaha dan Surprise Visit. Tujuan dari monitoring ini adalah untuk memastikan bahwa usaha yang dijalankan nasabah berjalan baik dan juga untuk memastikan bahwa pembiayaan yang diberikan pihak bank benar-benar di gunakan untuk memulai usaha atau mengembangkan usahanya.

Prosedur pemberian pembiayaan tanpa agunan dengan akad wakalah wal murabahah tergolong sangat mudah. Dengan berkas persyaratan KTP dan juga KK para calon nasabah sudah dapat mengajukan pembiayaan ini. Karena persyaratan dan prosedur yang mudah, banyak masyarakat pra/cukup sejahtera tertarik untuk mengajukan pembiayaan ini. Walau demikian, prosedur yang digunakan dalam proses pembiayaan tetap sesuai dengan Standar Operasional Prosedur yang berlaku. Yaitu, permohonan

pembiayaan, penilaian pembiayaan, pengawasan pembiayaan, dan juga pencairan pembiayaan. Semua tahapan tersebut sudah terpenuhi pada produk pembiayaan ini.

Akad wakalah wal murabahah yang diterapkan pada produk pembiayaan ini pun berjalan sesuai ketentuan yang berlaku. Yaitu akad dilaksanakan dua kali, yang pertama akad wakalah yaitu ketika pihak bank memberikan hak wakil kepada nasabah untuk membeli sendiri barang usaha yang dibutuhkan. Selanjutnya ketika barang sudah terbeli, nasabah menyerahkan kwitansi pembelian kepada pihak bank dan dilanjutkan dengan akad murabahah antar pihak bank dan pihak nasabah.

Setelah melakukan wawancara secara mendalam dengan pihak bank BTPN Syariah, kami mengetahui bahwa prosedur dan juga ketentuan-ketentuan yang ada di dalamnya sangat berperan penting dalam meminimalisir pembiayaan bermasalah. Seperti sistem pembiayaan yang dilakukan berkelompok. Dengan ketentuan yang ditetapkan oleh pihak bank BTPN Syariah yakni, apabila ada salah satu anggota kelompok tidak dapat membayar maka angsuran dari orang tersebut akan di tanggung oleh seluruh anggota kelompok. Dengan ketentuan ini pastinya nasabah sendiri yang akan lebih selektif dalam memilih anggota dan dengan sistem perkumpulan sentra yang dilaksanakan dua kali dalam sebulan dengan tujuan menciptakan empat kebiasaan yakni Berani Berusaha, Disiplin, Kerja keras, dan Saling membantu. Bu Elly juga mengatakan bahwa karena pembiayaan ini merupakan pembiayaan tanpa jaminan benda berharga, jadi satu-satunya jaminan yang bisa di berikan oleh nasabah adalah iktikad baiknya untuk hadir di setiap pertemuan. Karena ketika nasabah sudah mau hadir dalam setiap pertemuan, pastinya pembayaran yang dilakukan juga akan lancar, dan apabila nasabah memiliki kendala maka akan di carikan solusinya. Jadi pertemuan ini sangat penting bagi nasabah dan juga pihak bank.

## 5. Kesimpulan

Di jelaskan bahwa ketika mengajukan pembiayaan tanpa agunan dengan akad wakalah wal murabahah, calon nasabah harus memenuhi beberapa syarat, yaitu warga negara Indonesia dibuktikan dengan adanya KTP, memiliki Kartu Keluarga (KK), dan minimal usia 18 tahun bagi wanita yang sudah menikah dan minimal 21 tahun bagi nasabah yang belum menikah. Bank BTPN Syariah dilarang memberikan pembiayaan untuk usaha yang bertentangan dengan prinsip syariah, dan bagi nasabah yang

ketahuan melanggar persyaratan dan ketentuan-ketentuan di atas maka akan dikenakan sanksi. Pada tahap ini marketing BTPN Syariah mendatangi aparat desa untuk bersilaturahmi serta meminta izin untuk melakukan kegiatan sosialisasi di desa tersebut, dan juga untuk mencari tahu mengenai gambaran masyarakat di desa tersebut. Pada tahap ini, pihak marketing akan melakukan survei ke lokasi usaha calon nasabah jika calon nasabah tersebut sudah memiliki usaha, dan apabila calon nasabah belum memiliki usaha maka survei dan wawancara ini dilakukan di rumah nasabah saja. Kegiatan ini merupakan kegiatan wajib yang harus di ikuti oleh calon nasabah, kegiatan PDK ini di selenggarakan 5 Hari berturut-turut dan diberikan secara gratis.

Setelah melakukan wawancara secara mendalam dengan pihak bank BTPN Syariah, kami mengetahui bahwa prosedur dan juga ketentuan-ketentuan yang ada di dalamnya sangat berperan penting dalam meminimalisir pembiayaan bermasalah. Bu Elly juga mengatakan bahwa karena pembiayaan ini merupakan pembiayaan tanpa jaminan benda berharga, jadi satu-satunya jaminan yang bisa di berikan oleh nasabah adalah iktikad baiknya untuk hadir di setiap pertemuan.

## Daftar Pustaka

### Buku

- Adiwarna A, Karim. (2013). *Bank Islam Analisi Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Press
- Bastian, Indra. 2006. *Akuntan Sektor Publik: suatu pengantar*. Jakarta: Erlangga
- Iska, S. (2012). *Sistem Perbankan Syariah Di Indonesia*. Yogyakarta: Fajar Media Press
- Muljono, Djoko. 2015. *Buku Pintar Akuntansi Perbankan dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: Andi Offset,), h 307
- Mulyadi. (2013). *Sistem Akuntansi*. Edisi Ketiga Cetakan keempat. Jakarta: Salemba Empat.
- Susilo, Edi. 2017. *Analisis Pembiayaan dan Risiko Perbankan Syariah*. Yogyakarta: pustaka pelajar
- Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta, 1989, hlm. 384
- Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 Bab 1 pasal 1 Tentang Perbankan Syariah
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah
- Veithzal Rival dan Arifin .2010. *Islamic Banking sebuah teori, konsep & aplikasi*, Jakarta:bumi aksara hal 681
- Yakub. (2012). *Pengantar Sistem Informasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu

### Tesis

- Pramana, A. A. (2017), "*Analisa Pembiayaan Murabahah Bil Wakalah Dalam Meningkatkan Produktifitas Dan Kesejahteraan Nasabah Di UJKS KSU Jabal Rahma*". Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

### Internet

- Annual Report BTPN Syariah 2021  
<https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/40696>, di akses pada Rabu 18 Januari 2023
- Noval. (2022, Desember 19). Wawancara Pribadi



Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah (JKUBS)

Vol. 2 No. 1 Juni 2023

p-issn: 2745-4470 e-issn: 2745-6315

Web: <https://e-journal.iainptk.ac.id/index.php/jkubs>

DOI: <https://doi.org/10.24260/jkubs.v2i1.900>



## STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK PEMBIAYAAN MURABAHAH DALAM UPAYA MENGEMBANGKAN UMKM PADA BSI KANTOR CABANG DIPONEGORO KOTA PONTIANAK

<sup>a</sup>Sri Yuliani, <sup>b</sup>Syahbudi, <sup>c</sup>Yulia

<sup>a</sup>Mahasiswa Magister Ekonomi Syariah Pascasarjana IAIN Pontianak

<sup>b</sup>Magister Ekonomi Syariah Pascasarjana IAIN Pontianak

<sup>c</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Pontianak

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan produk pembiayaan murabahah dalam upaya mengembangkan UMKM pada BSI Kantor Cabang Diponegoro Kota Pontianak dan mengetahui kendala dalam pengembangan strategi pengembangan produk pembiayaan murabahah dalam upaya mengembangkan UMKM pada BSI Kantor Cabang Diponegoro Kota Pontianak.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Jenis penelitian lapangan dengan mewawancarai Pimpinan Cabang, Finance Support Manager, dan Unit Head Mikro BSI Kantor cabang Diponegoro. Selain itu menggunakan dokumentasi dalam pengumpulan data-data dari lapangan. Triangulasi dilakukan dengan mewawancarai nasabah UMKM.

Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa strategi pengembangan produk pembiayaan murabahah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Diponegoro dikelompokkan menjadi dua, yaitu internal dan eksternal. Dari sisi internal dilakukan pengecekan kelengkapan data pengajuan pembiayaan seperti bukti fisik administrasi, jaminan, surat pernyataan kesanggupan, dan survey lapangan. Dari sisi eksternal, mengacu kepada menjemput bola dengan mendatangi nasabah secara langsung ke rumah, pasar, kantor, dan sekolah. Kendala dalam pengembangan strategi pengembangan produk pembiayaan murabahah dalam upaya mengembangkan UMKM pada BSI Kantor Cabang Diponegoro Kota Pontianak adalah nasabah yang melakukan pembiayaan murabahah tidak sesuai dengan aturan bank, kedisiplinan dalam pembayaran angsuran, dan penghasilan nasabah yang tidak tetap.

**Kata Kunci:** *Strategi Pengembangan, Pembiayaan Murabahah, UMKM, BSI*

## 1. Pendahuluan

Negara yang maju dapat diidentifikasi dari kesejahteraan dan kemakmuran warga negara itu sendiri dalam menjalani kehidupan sehari-hari dan memiliki hubungan yang harmonis dengan negaranya. Untuk mencapai negara yang maju dan kesejahteraan warga negara tentu tidak harus berangkat atas dasar keinginan setiap individu melainkan adanya kepedulian dari para pemilik modal dan usaha dalam memberikan jalan keluar bagi setiap masyarakat itu sendiri. Program dan kegiatan yang telah dilakukan oleh bank syariah Indonesia sangatlah mendukung atas cita cita bangsa yang telah diamanahkan pada pembukaan Undang-undang dasar Republik Indonesia. Usaha yang telah dilakukan oleh pihak bank harus terus dikembangkan dan didukung oleh pemerintah, perusahaan, dan para pelaku usaha dalam mewujudkan negara yang martabat pada semua aspek kehidupan manusia

Menurut Fatwa DSN-MUI No. 04/DSN-MUI/IV/2000, bahwa murabahah merupakan penjualan barang miliknya dengan pembeli yang dapat membantu kebutuhan tanpa tekanan dan paksaan serta dianggap sebagai bagian dari pada riba oleh keduanya akan tetapi sebagai bagian dari pada laba. Dalam diktum pertama angka empat fatwa tentang murabahah di atas juga ditegaskan bahwa bank membeli barang yang diperlukan nasabah "atas nama bank sendiri" dan pembelian ini harus sah dan bebas riba.

Perkembangan Bank Syariah Indonesia di Kalimantan Barat khususnya menurut Kepala Otoritas Jasa Keuangan (OJK) masih terbilang rendah. Pada tahun 2019-2020 pertumbuhannya masih berkisar 0,09 persen dan pertumbuhan aset hanya satu persen. Data tersebut menunjukkan bahwa kegiatan perekonomian yang melibatkan bank syariah di Kalimantan Barat masih sangat rendah. Hal tersebut dikarenakan masih banyak masyarakat yang belum mengenal bank syariah, belum adanya sosialisasi secara menyeluruh kepada semua lapisan masyarakat serta tidak mengetahui perbedaan dari bank syariah dengan bank konvensional itu sendiri. <https://www.suarapemredkalbar.com/read/ponticity/15022019/pertumbuhan-perbankan-syariah-kalbar-rendah> (Diakses pada tanggal 06-02-2023 pukul 13.05 WIB). Padahal kalau dilihat dari perkembangan secara nasional perkembangan Bank Syariah berkembang dengan baik.

Kantor cabang Bank Syariah Indonesia yang berada di Kalimantan Barat ada 20 cabang. Salah satu dari kantor cabang BSI Diponegoro yang sebelum *merger* dengan BSI merupakan Bank Syariah Mandiri. BSI sendiri merupakan gabungan dari Bank Rakyat Indonesia (BRI) Syariah, Bank Nasional Indonesia (BNI) Syariah dan Bank Syariah Mandiri (BSM). Bergabungnya tiga Bank Syariah tersebut dengan

sebaran 20 kantor cabang di Kalimantan Barat menjadi harapan baru bagi perekonomian syariah di Kalimantan Barat. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan salah satu karyawan bank Syariah Indonesia cabang Diponegoro kota Pontianak yang sampai saat ini jumlah nasabah yang mengambil pembiayaan murabahah pada bank BSI Diponegoro pada saat ini lebih kurang 900 nasabah dan terus mengalami peningkatan nasabah dalam setiap tahun. Hal tersebut para pelaku usaha mikro kecil dan menengah sangat merasa terbantu dengan adanya pembiayaan murabahah yang diberikan oleh pihak bank.

Menurut Acfira (2020) pengetahuan nasabah berpengaruh positif terhadap keputusan memilih pembiayaan murabahah, kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan memilih pembiayaan murabahah, reputasi bank berpengaruh positif terhadap keputusan memilih pembiayaan murabahah, tingkat nilai margin berpengaruh tapi tidak signifikan terhadap keputusan memilih pembiayaan murabahah. Kelebihan penelitian ini dengan penelitian sekarang terletak pada variabel yang diteliti oleh Acfira, yakni pengetahuan nasabah dan tingkat nilai margin. Sedangkan penelitian sekarang yang menjadi pembedanya yaitu variabel kebutuhan dan keunggulan produk. Selain itu kekurangan dalam penelitian yang dilakukan oleh Acfira, yakni kekurangan pada variabel yang diteliti yakni pelayanan dan reputasi.

Pembiayaan syariah yang dilakukan oleh BSI dari tahun ke tahun mengalami peningkatan pada pembiayaannya, tapi sayangnya hal tersebut tidak sejalan dengan kemanfaatan pada masyarakat yang telah menjadi nasabah pada bank syariah. Menurut Kepala Bappenas Bambang Brodjjo di Konferensi Pers Peluncuran Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/syariah/20190608180708-29-77170/5-tahun-rerata-pertumbuhan-industri-perbankan-syariah-15>. Diakses pada tanggal 07-02-23 pada pukul 10.05 WIB. Ada beberapa poin positif pertumbuhan Bank Syariah Indonesia di antaranya: Industri perbankan syariah menunjukkan perkembangan yang positif dari tahun ke tahun. Direktur Utama BNI Syariah, Abdullah Firman Wibowo dalam Konferensinya mengatakan dalam setiap tahunnya, perbankan syariah mampu mencatat *Compounded Annual Growth Rate (CAGR)* sebesar 15%, lebih tinggi dari industri perbankan nasional yang mencatat CAGR sebesar 10%. Di sisi lain, ada beberapa faktor yang mendorong pertumbuhan industri perbankan syariah, seperti konversi yang dilakukan beberapa bank pembangunan daerah, implementasi peraturan daerah syariah. Selain itu peningkatan tren industri halal adalah beberapa hal yang menjadi faktor pertumbuhan perbankan syariah, Selain itu, komitmen pemerintah melalui pembentukan Komite Nasional Keuangan Syariah (KNKS) merupakan angin segar bagi industri perbankan syariah. Terlebih dengan diluncurkannya

Masterplan Ekonomi Syariah (2019-2024) Namun selain keunggulan yang dimiliki oleh bank Syariah Indonesia ada beberapa sistem yang perlu diperbaiki untuk mencapai kepuasan nasabah tentang keberadaan bank syariah Indonesia seperti harus ada perbaikan kualitas pembiayaan termasuk *Financing at Risk (FaR)*, penguatan permodalan, meningkatkan BUKU berdasarkan modal sehingga bisa meningkatkan Batas Maksimal Pemberian Kredit (BMPK), Perbaikan IT untuk memperkuat "*transactional banking*" dan "*digital banking*" demi menekan *Cost of Funds* meningkatkan *current account and saving account (CASA)*, sekaligus meningkatkan *fee based income (FBI)*, Harus ada peningkatan *Capacity building* untuk SDM perbankan syariah menuju global dan modern bank. Jangan lupa juga ada kepemimpinan berdasarkan Nilai2 Hasanah, hal tersebut yang membuat ketidakselarasan yang terjadi antara kemajuan BSI dan kepuasan masyarakat, menyebabkan banyaknya nasabah yang mengeluhkan sistem pembiayaan yang dijalankan Bank syariah dinilai memberatkan nasabah dari pada Bank Konvensional.

Pembiayaan syariah bertujuan untuk menjadikan nasabah dapat solusi dan terbebas dari kesulitan ekonomi yang dihadapi, dengan berlandaskan aspek-aspek syariah dan memberikan kemudahan kepada nasabah, sehingga aktivitas keuangan dan perbankan yang didasari hukum syariah dapat dipandang sebagai sarana bagi masyarakat modern untuk saling membantu dan saling bekerja-sama di antara anggota masyarakat untuk kebaikan. Selain itu juga, diharapkan pembiayaan syariah ini dapat menjadi solusi agar umat Muslim dapat terlepas dari masalah kemiskinan yang dihadapi.

Murabahah merupakan produk pembiayaan perbankan syariah yang dilakukan dengan mengambil bentuk transaksi jual beli (*ba'i* atau *sale*). Namun murabahah bukan transaksi jual beli biasa antara satu pembeli dan satu penjual saja, bagaimana yang kita ketahui di dalam bisnis perdagangan di luar perbankan syariah. Pada perjanjian murabahah, bank membiayai pembelian barang atau aset yang dibutuhkan oleh nasabahnya dengan membeli terlebih dahulu barang itu dari pemasok barang dan setelah kepemilikan barang itu secara yuridis berada di tangan bank, kemudian bank tersebut menjual kepada nasabah dengan menambahkan suatu mark-up /margin yang ditambahkan ke atas harga jual beli bank tersebut. Dengan kata lain, penjualan barang oleh bank kepada nasabah dilakukan atas dasar suka sama suka (Andri, 2009: 65).

Peran Bank syariah Indonesia cabang Diponegoro kota Pontianak dalam pengembangan usaha mikro kecil dan menengah dalam perkembangan ekonomi dan kebutuhan masyarakat sangat diperlukan untuk meningkatkan taraf sosial dan ekonomi masyarakat.



Hal tersebut tentu bertujuan untuk dapat menjadi solusi bagi pelaku usaha-usaha rakyat kecil serta bagian integral dari pengembangan ekonomi nasional. Sasaran lain adalah dengan menumbuhkan usaha mikro kecil dan menengah menjadi usaha yang produktif dan efisien serta dapat meningkatkan perekonomian Indonesia. Pembinaan dan pembiayaan ini perlu diprogramkan oleh pemerintah dan pihak Bank itu sendiri untuk meningkatkan sumber daya manusia dalam menghadapi tantangan dunia global. Karena itulah, supaya UMKM bisa berdaya saing yang tinggi secara bergerak secara optimal untuk meningkatkan derajat ekonomi masyarakat yang berkelanjutan.

Menurut Rianto, (2016:63) perencanaan strategi adalah proses untuk mengembangkan dan mempertahankan kesesuaian strategi dengan sasaran serta kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan peluang promosi dan pemasaran yang terus dinamis. Tanggungjawab dalam perencanaan adalah supaya bisa dengan cepat merespon perubahan-perubahan yang mungkin terjadi dan mampu membuat strategi baru perusahaan atau bank sedemikian rupa supaya kegiatan usahanya terus berkembang dan mampu bersaing dengan perusahaan yang baru.

Kemudian Amir Taufiq (2016:3) memetakan posisi dari manajemen strategi sebagai seni dan ilmu merumuskan, mengimplementasi, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsional untuk mencapai tujuannya. Manajemen strategi terdiri atas tiga tahapan, yaitu: formulasi strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi. Manfaat manajemen strategis adalah untuk membantu organisasi merumuskan strategi-strategi yang lebih baik melalui penggunaan pendekatan terhadap pilihan strategi yang lebih sistematis, logis dan rasional.

Dalam melaksanakan pembiayaan murabahah sebagai usaha untuk mengembangkan UMKM, Bank syariah Indonesia memiliki strategi yang dilakukan Pembahasan yang dihasilkan dari pengumpulan data lewat observasi, wawancara dan dokumentasi serta pengolahan dan analisis data yang telah dilakukan adalah strategi eksternal yang mencakup pada Kendala eksternal yang dialami oleh Bank syariah Indonesia Diponegoro Pontianak

Pengembangan UMKM tersebut diarahkan kepada pola kemitraan, dimana UMKM melakukan hubungan kemitraan dengan usaha besar baik yang memiliki keterkaitan usaha maupun tidak. Program pengembangan UMKM tersebut antara lain pemasaran dan jaringan usaha, dengan tujuan agar UMKM mampu menguasai, mengelola, dan mengembangkan pasar pembiayaan usaha. Program pengembangan lainnya dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas SDM atau profesionalisme UMKM, dengan tujuan membantu dalam

mengatasi ketidaksempurnaan pasar, keterbatasan akses informasi, meningkatkan produktifitas dan daya saing dalam penguasaan informasi, serta agar mampu melihat, menilai, dan memahami perkembangan dan perubahan yang terjadi dalam lingkungannya dan cepat tanggap mengantisipasi setiap perubahan.

## 2. Kajian Teori

### 2.1. Strategi Pengembangan

Strategi adalah penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang sebuah perusahaan dan arah tindakan serta alokasi sumberdaya yang di perlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan tertentu (Grand dan Craig, 2002). Siagian (2000) mendefinisikan strategi sebagai cara yang terbaik untuk mempergunakan dana, daya dan tenaga yang tersedia sesuai dengan tuntutan. Menurut Rangkuti (2009), prinsipnya strategi dapat di kelompokkan berdasarkan tiga tipe strategi yaitu: strategi manajemen, strategi investasi, dan strategi bisnis. Menurut David (2002), proses manajemen strategi terdiri dari tiga tahapan juga yaitu: perumusan strategi, penerapan strategi, dan penilaian strategi.

### 2.2. Pembiayaan Murabahah

Murabahah merupakan sebuah produk finansial yang berbasis jual beli atau ba'i. Murabahah adalah sistem pembiayaan yang paling dipergunakan oleh para perbankan yang berbasis syariah dalam kegiatan usaha. Seperti dalam Undang-undang No.21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah yang memberikan penjelasan tentang murabahah dalam penjelasan pasal 19 ayat (1) huruf D di dalam penjelasan pasal tersebut berisi tentang akad murabahah ialah suatu akad dengan sistem pembiayaan suatu barang yang memperjelas suatu harga belinya dimana pembeli dan penjual membayar dengan harga yang keuntungannya telah disepakati bersama. Akad murabahah menurut kamus istilah keuangan dan perbankan yang diterbitkan oleh Direktorat Perbankan Syariah, Bank Indonesia adalah akad jual beli barang yang harga awal ditambahkan dengan keuntungan yang telah dimusyawarahkan bersama.

Murabahah adalah suatu penjualan di mana keuntungan dari harga pembelian barang diketahui. Lebih tepatnya murabahah adalah suatu akad jual beli dimana penjual memberitahukan harga jual yang berupa harga pokok barang dan sebuah keuntungan tertentu dari barang yang dipesan dan telah disetujui bersama. Karakteristiknya, penjual harus mengemukakan harga produk yang dibeli dan merundingkan suatu persentase keuntungan sebagai tambahan dalam penjualan barang tersebut (Agung, 2009).

### 2.3. Pengembangan Usaha UMKM

Pengembangan dapat diartikan sebagai suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan konseptual, teoritis, teknis, dan moral individu sesuai dengan kebutuhan pekerjaan atau jabatan melalui pendidikan dan pelatihan (Zulkarnain dan Sutopo, 2013). Pengembangan UMKM lebih diarahkan untuk menjadi pelaku ekonomi yang berdaya saing melalui perkuatan kewirausahaan dan peningkatan produktivitas yang didukung dengan upaya peningkatan adaptasi terhadap kebutuhan pasar, pemanfaatan hasil inovasi dan penerapan teknologi. (Afifuddin, 2010). Pengembangan usaha adalah setiap usaha memperbaiki pelaksanaan pekerjaan yang sekarang maupun yang akan datang, dengan memberikan informasi mempengaruhi sikap-sikap atau menambah kecakapan (Hafsah, 2004).

### 3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Bogdan dan Taylor (Andi Prastowo, 2011:22) bahwa pendekatan kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Pendekatan kualitatif ini diarahkan pada latar dari individu tersebut secara holistik (utuh). Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan di mana peneliti langsung turun ke lapangan untuk melakukan observasi dan wawancara. Sumber data dalam penelitian ini peneliti menggunakan data kualitatif yang bersumber dalam bentuk laporan dan uraian dengan data primer yang diambil dari hasil wawancara dengan Pimpinan Cabang, Finance Support Manager, dan Unit Head Mikro BSI Kantor Cabang Diponegoro. Selain itu penelitian ini melakukan observasi terhadap nasabah UMKM dengan pembiayaan murabahah pada BSI. Untuk menguji keabsahan data peneliti melakukan wawancara dengan pihak UMKM dalam mengonfirmasi data yang diperoleh.

### 4. Pembahasan

#### 4.1. Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Murabahah Dalam Upaya Mengembangkan UMKM Pada BSI Kantor Cabang Diponegoro Kota Pontianak

Menurut Rianto, (2016:63) perencanaan strategi adalah proses untuk mengembangkan dan mempertahankan kesesuaian strategi dengan sasaran serta kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan peluang promosi dan pemasaran yang terus dinamis. Tanggungjawab dalam perencanaan adalah supaya bisa dengan cepat merespon perubahan-perubahan yang mungkin terjadi dan

mampu membuat strategi baru perusahaan atau bank sedemikian rupa supaya kegiatan usahanya terus berkembang dan mampu bersaing dengan perusahaan yang baru.

“Strategi adalah tindakan potensial manusia dalam memanfaatkan kemampuan dan kekuatan yang membutuhkan keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan dalam jumlah yang besar.” (David, 2016:11). Porter dalam Nilasari (2016:3) menyatakan bahwa strategi adalah penciptaan posisi unik dan berharga yang didapatkan dengan melakukan serangkaian aktivitas yang tidak dilakukan oleh pesaing atau lawan dan memberikan pelayanan serta produk-produk yang dimungkinkan menjadi kebutuhan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan.

Kemudian Amir Taufiq (2016:3) memetakan posisi dari manajemen strategi sebagai seni dan ilmu merumuskan, mengimplementasi, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsional untuk mencapai tujuannya. Manajemen strategi terdiri atas tiga tahapan, yaitu: formulasi strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi. Manfaat manajemen strategis adalah untuk membantu organisasi merumuskan strategi-strategi yang lebih baik melalui penggunaan pendekatan terhadap pilihan strategi yang lebih sistematis, logis dan rasional.

Secara umum strategi mempunyai pengertian suatu garis-garis besar haluan untuk bertindak dalam usaha mencapai tujuan yang telah ditentukan. Namun jika dihubungkan dengan perusahaan atau bank, maka strategi bisa diartikan sebagai suatu perencanaan yang dilakukan oleh pimpinan perusahaan atau bank dalam mencari dan mempromosikan konsep pembiayaan murabahah. Penerapan strategi ini dapat dilakukan dengan melaksanakan perencanaan manajemen, pelaksanaan mencari nasabah, serta evaluasi manfaat dan faktor-faktor yang akan terjadi.

Dalam melaksanakan pembiayaan murabahah sebagai usaha untuk mengembangkan UMKM, Bank syariah Indonesia memiliki strategi yang dilakukan Pembahasan yang dihasilkan dari pengumpulan data lewat observasi, wawancara dan dokumentasi serta pengolahan dan analisis data yang telah dilakukan adalah strategi eksternal yang mencakup pada Kendala eksternal yang dialami oleh Bank syariah Indonesia Diponegoro Pontianak dalam menjalankan antara lain sebagai berikut:

a. **Strategi Eksternal**

Strategi pelaksanaan pembiayaan murabahah adalah kualitas dari pelaku usaha yang kurang tepat waktu dalam melakukan pembayaran atau angsuran. Bank syariah Indonesia Diponegoro memberikan pembiayaan murabahah kepada nasabah bank harus menganalisis calon nasabah memiliki karakter yang bagus dan memiliki kedisiplinan,

karena setelah bank melakukan pembiayaan kepada pelaku UMKM, nasabah memiliki kewajiban untuk membayar angsuran setiap bulannya. Selain itu pihak bank syariah Indonesia cabang Diponegoro Pontianak Strategi eksternal yang kita gunakan dengan memperbanyak mencari nasabah yang ingin mengajukan pembiayaan modal kerja atau usaha di tempat mereka dengan cara datang ke rumah, ke pasar, Sekolah-sekolah dan instansi perkantoran, serta institusi Pendidikan tinggi lokasi mereka membutuhkan modal dengan konsep murabahah. Dengan perkembangan zaman, pelaku usaha mikro tidak lagi menggunakan bagi hasil melainkan dengan konsep murabahah yang langsung turun kelapangan, pasar dan melihat secara langsung serta memberikan tawaran kepada mereka.

**b. Strategi Internal**

Kemampuan karyawan bank dan pelaku usaha dalam sumber daya manusia yang ada, apakah mendukung atau tidak. Kemampuan dalam menggunakan teknologi, apakah dapat dipahami dan informasikan lewat dunia maya, dan sistem yang digunakan mendukung apa tidak, prosesnya bisa dengan cepat apa tidak fitur-fitur yang menarik atau tidak. Strategi yang masih lakukan oleh pihak bank syariah Indonesia sampai saat ini adalah dengan fokus pada pelaku UMKM, bank syariah Indonesia ada nama dalam mengembangkan pembiayaan murabahah ini yang disebut dengan jemput bola ke pasar dan rumah rumah warga, sekolah dan instansi-instansi pendidikan. Kemudian menyampaikan tentang konsep pembiayaan murabahah dan dan mengajak calon nasabah UMKM di pasar dan di rumah untuk melakukan pembiayaan murabahah dalam mengembangkan UMKM bagi para nasabah.

**4.2.Kendala Dalam Pengembangan Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Murabahah Dalam Upaya Mengembangkan UMKM Pada BSI Kantor Cabang Diponegoro Kota Pontianak**

Selama ini akses UMKM terhadap sumber permodalan masih sangat rendah. Rendahnya kemampuan untuk mengakses sumber permodalan usaha memberikan berbagai dampak bagi UMKM, di antaranya adalah ketidakmampuan dalam meningkatkan kapasitas usaha sesuai dengan permintaan atau kebutuhan masyarakat, sulitnya melakukan perluasan pangsa pasar, sulitnya melakukan peningkatan mutu dan inovasi produk, dan sulitnya melakukan peningkatan kemampuan sumber daya manusia (Amri, 2019). Berkaitan dengan hal tersebut, selama ini masih banyak pelaku UMKM yang kesulitan mendapatkan akses kredit dari perbankan,

hal ini dikarenakan wirausahawan tidak mempunyai kecukupan agunan, dan bahkan wirausahawan mempunyai keterbatasan akses informasi ke perbankan. Selanjutnya dari sisi pengembangan usaha, pelaku UMKM masih memiliki keterbatasan informasi mengenai pola pembiayaan untuk komoditas tertentu, dan disisi yang lain perbankan juga membutuhkan informasi tentang komoditas yang potensial untuk dapat dibiayai.

Selain kendala-kendala ini, pihak perbankan juga dalam memberikan pembiayaan mengalami kendala-kendala yang muncul akibat dari permasalahan minimnya kualitas dari UMKM. Sulitnya UMKM dalam mengembangkan diri berdampak juga pada pihak perbankan yang berusaha mendukung dalam pengembangan UMKM. Adapun kendala dalam pengembangan strategi pengembangan produk pembiayaan murabahah dalam upaya mengembangkan UMKM pada BSI Kantor Cabang Diponegoro Kota Pontianak adalah nasabah yang melakukan pembiayaan murabahah tidak sesuai dengan aturan bank, kedisiplinan dalam pembayaran angsuran, dan penghasilan nasabah yang tidak tetap.

Bank dalam menyalurkan pembiayaan punya aturan dan standar yang harus dipatuhi oleh nasabah, baik nasabah konsumtif maupun nasabah produktif dalam bentuk UMKM. Standar yang diterapkan bank tidak mampu dipenuhi oleh nasabah UMKM dikarenakan rendahnya kemampuan nasabah UMKM dalam mengembangkan diri. Pada akhirnya pihak bank syariah akan berdamai dengan standar yang sulit untuk dipenuhi. Tidak hanya sampai di situ, pembiayaan macet seringkali terjadi pada pembiayaan UMKM dengan alasan yang beragam. Pihak bank syariah harus lebih ketat dalam melakukan analisa pembiayaan terkait kemampuan nasabah dalam mengembalikan dana bank syariah. Pembiayaan untuk UMKM adalah pembiayaan produktif atau pembiayaan modal kerja, di mana pihak bank harus memonitoring kegiatan bisnis UMKM agar tidak terjadi pendapatan UMKM yang menurun dan kemudian berimbas pada tidak terbayarnya pembiayaan kepada BSI.

## 5. Kesimpulan dan Saran

Strategi yang diambil oleh pihak Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Diponegoro Kota Pontianak dalam pembiayaan murabahah terbagi menjadi dua yaitu eksternal dan internal. Eksternal mengacu pada memperbanyak mencari nasabah dengan datang ke Rumah, kantor, sekolah dan instansi perkantoran, melakukan sosialisasi lewat media sosial dan komunikasi lewat individu atau teman. Kendala eksternal yang biasa terjadi dalam pembiayaan murabahah lainnya adalah banyaknya nasabah yang melakukan pembiayaan murabahah tidak sesuai dengan aturan Bank, kedisiplinan dalam pembayaran

angsuran dan penghasilan yang tidak tetap, nasabah yang tidak mampu melanjutkan usaha yang diberikan modal, kepercayaan terhadap karyawan dan bank. Sementara itu strategi internal adalah meningkatkan kualitas sumber daya manusia dalam penguasaan teknologi, pelayanan yang mengutamakan kepentingan nasabah, konsen pada UMKM dan memperkuat kepercayaan dan Kerjasama.

Saran yang dapat diberikan kepada pihak bank syariah adalah agar menemukan strategi-strategi agar UMKM dalam mengembangkan usaha tidak terjadi kelesuan. Kepada Nasabah UMKM agar lebih berhati-hati dalam menjalankan usaha karena dana yang bersumber dari bank syariah adalah sebagian besar dana pihak ketiga. Bagi penelitian berikutnya, agar lebih fokus pada solusi yang dapat diambil oleh pihak UMKM dalam menguatkan bisnis dari dalam.

### Daftar Pustaka

- Acfira, Luckitta Gusti, 2020. Mursalim, and H Amiruddin. "Pengaruh Persepsi Nasabah Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah Pada Bank Sulselbar Cabang Syariah Makassar." *Jurnal Mirai Management* 6, no. 1 (2020): 166–184. Accessed September 19, 2021.  
<https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/view/699>.
- Agung, Bagya. 2009. Konsep Akad Murabahah Pada Perbankan Syariah (Analisis Kritis Terhadap Aplikasi Konsep Akad Murabahah di Indonesia dan Malaysia. *Jurnal Hukum Nomor 1 Volume 16*.
- Ahmad Hanafi, "Undang-Undang dan Peraturan Tentang UKM", <http://infoUMKM.wordpress.com/2008/08/12/undang-undang-dan-peraturan-tentang-UMKM/>. Diakses pada tanggal 21 Januari 2022.
- Andi Prastowo, 2017. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Yogyakarta: Ar-ruzz Media.
- Andri. (2009). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Dadan Muttaqien. 2009. *Aspek Legal Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta Safira Insania Press.  
<https://kalimantan.bisnis.com/read/20190115/408/878917/kinerja-perbankan-syariah-di-kalbar-hanya-tumbuh-009>. Diakses pada tanggal 13 Januari 2022.

- <https://newssetup.kontan.co.id/news/pada-tahun-2025-bsi-targetkan-punya-aset-rp-500-triliun?page=all>. Diakses pada tanggal 13 Januari 2022.
- <https://www.cnbcindonesia.com/syariah/20190608180708-29-77170/5-tahun-rerata-pertumbuhan-industri-perbankan-syariah-15>. Diakses pada tanggal 07-02-23 pada pukul 10.05 WIB.
- Jalaludin, Rakhmat. 2011. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Jalaludin Rakhmat, 2011. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. 2009. *Al-Qur'an dan Terjemah*. Bandung: Marwah.
- Rianto, Agus. 2016. *Respons Kedelai (Glycine Max (L.) Merrill) Terhadap Penyiraman Dan Pemberian Pupuk Fosfor Berbagai Tingkat Dosis*. Sekolah Tinggi Ilmu Wacana. Metro. Lampung.
- Hafsah, M.J. 2004. Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM). *Jurnal Infokop*. No. 25 Tahun 2015.
- Afifuddin. 2010. *Pengantar Administrasi Pembangunan*. Bandung: Alfabeta.
- Siagian, S.P. 2000. *Manajemen Strategik*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Zulkarnaen, H. O., dan Sutopo. 2013. Analisis Strategi Pemasaran pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Makanan Ringan (Studi Penelitian UKM Snack Barokah di Solo). *Diponegoro Journal of Management*. 2 (3): 1-13.
- Amri, Fahimul. (2019) Permasalahan UMKM: Strategi dan Kebijakan, *Prociding Pluralisme dan Ekonomi dan Pendidikan*, 377-389. ISSN 2407-4268.





Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah (JKUBS)

Vol. 2 No. 1 Juni 2023

p-issn: 2745-4470 e-issn: 2745-6315

Web: <https://e-journal.iainptk.ac.id/index.php/jkubs>

DOI: <https://doi.org/10.24260/jkubs.v2i1.900>



## Analisis Manajemen Risiko Pada Pembiayaan *mudharabah* Di PT. Bank Syariah Mandiri Kcp Ahmad Yani Pontianak

Nurma Sari<sup>1</sup>, Khairul Anwari<sup>2</sup>, Siti Lusiana Putri<sup>3</sup>

IAIN Pontianak

---

### Abstract

*Mudharabah financing is a cooperative contract in which the first party (shahibul maal) provides all the capital, and the second party (mudharib) acts as the fund manager, sharing the business profits according to the agreed-upon ratio in the contract. It carries high risks; therefore, appropriate risk management is needed to minimize the risks faced. The objective of this research is to understand the risk management of mudharabah financing at PT Bank Syariah Mandiri KCP Ahmad Yani Pontianak, with a focus on identifying the risks that occur in mudharabah financing and the risk management taken by PT. Bank Syariah Mandiri KCP Ahmad Yani Pontianak in minimizing the risks associated with mudharabah financing. This research employs a descriptive research method with a qualitative approach and uses data analysis techniques such as observation, interviews, and documentation. The research results indicate potential risks in mudharabah financing, including asymmetric information, side streaming, negligence, and intentional errors. The risk in mudharabah financing at PT Bank Syariah Mandiri KCP Ahmad Yani Pontianak is non-performing financing caused by side streaming. Side streaming refers to customers using the financing funds contrary to the agreement stated in the contract. To manage these risks, PT Bank Syariah Mandiri KCP Ahmad Yani Pontianak adopts risk management processes, which are identifying, managing, assessing, monitoring and controlling the risks.*

**Keywords:** Risk Menagement, Financing, Mudharabah

### Abstrak

Pembiayaan *mudharabah* merupakan suatu akad kerja sama dimana pihak pertama (*shahibul maal*) menyediakan seluruh modal dan pihak kedua (*mudharib*) yang bertindak sebagai pengelola dana dengan membagi keuntungan usaha sesuai dengan nisbah yang disepakati dalam akad. Pembiayaan *mudharabah* merupakan pembiayaan yang memiliki risiko yang tinggi, maka dari itu diperlukan manajemen risiko yang tepat agar risiko yang dihadapi dapat diminimalisir. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui manajemen risiko pembiayaan *mudharabah* pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Ahmad Yani Pontianak, dengan batasan risiko apa saja yang terjadi pada pembiayaan *mudharabah* dan manajemen



risiko pembiayaan *mudharabah* yang dilakukan PT. Bank Syariah Mandiri KCP Ahmad Yani Pontianak dalam upaya meminimalisir risiko yang ada pada pembiayaan *mudharabah*. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan jenis pendekatan kualitatif dengan teknik analisis data berupa observasi, wawancara, dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa potensi risiko yang terdapat pada pembiayaan *mudharabah* adalah *asymmetric information*, *side streaming*, lalai dan kesalahan yang disengaja. Risiko yang terjadi pada pembiayaan *mudharabah* di PT Bank Syariah Mandiri KCP Ahmad Yani Pontianak adalah pembiayaan macet yang disebabkan adanya *side streaming*. *Side streaming* yakni nasabah menggunakan dana pembiayaan tidak sesuai dengan kesepakatan di dalam kontrak. Manajemen Risiko yang dilakukan adalah upaya meminimalisir risiko dengan melakukan proses manajemen risiko terlebih dahulu yang meliputi proses yaitu di awal dengan melakukan Identifikasi risiko, Pengelolaan risiko, Pengukuran risiko, Pemantauan risiko, Pengendalian risiko.

**Kata Kunci :** Manajemen Risiko, Pembiayaan, Mudharabah

---

## 1. PENDAHULUAN

Menurut Undang-Undang No.21 tahun 2008 Pasal 1 Bank Syariah Bank yang menjalankan kegiatannya berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa lalu lintas pembayaran. Kemunculan perbankan syariah ini merupakan sebuah alternatif dalam sistem keuangan dengan karakteristik bebas bunga. Pasal 3 menyebutkan bahwa Perbankan Syariah bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat. Maka perbankan syariah menerapkan sistem bagi hasil yang dinilai mampu meningkatkan keadilan dalam masyarakat.

Sistem bagi hasil terdapat didalam pembiayaan bank syariah salah satunya ialah akad *mudharabah*. Penerapan sistem bagi hasil merupakan penerapan sistem yang mempunyai risiko tinggi. Bagi hasil diperoleh melalui pengelolaan dana yang digunakan untuk aktivitas usaha yang produktif. Didalam bank syariah bagi hasil ditemui pada akad *mudharabah* dan *musyarakah*. Akad *mudharabah* merupakan suatu akad kerja sama suatu usaha dimana pihak pertama (*shahibul maal* atau bank syariah) menyediakan seluruh modal dan pihak kedua (*mudharib* atau nasabah) yang bertindak sebagai pengelola dana dengan membagi keuntungan usaha sesuai dengan nisbah yang disepakati dalam akad, sedangkan kerugian ditanggung sepenuhnya oleh bank syariah (PSAK 105), kecuali jika pihak kedua melakukan kesalahan atau kelalaian yang disengaja, atau melanggar perjanjian yang tertuang dalam kontrak.

Akan tetapi implementasi yang digunakan dalam lembaga keuangan syariah dalam praktiknya pembiayaan *mudharabah* hingga saat ini masih tergolong dalam kategori pembiayaan yang kurang diminati masyarakat. Faktor-faktor yang menyebabkan rendahnya penggunaan pembiayaan *mudharabah* yaitu salah satunya ialah pembiayaan *mudharabah* memiliki risiko tinggi. Muhammad Akhyar Adnan dan Didi

Purwoko menjelaskan rendahnya pembiayaan dengan skema *mudharabah* disebabkan karena adanya risiko yang tinggi yang terkandung dalam *mudharabah*. Nasabah lebih memilih pembiayaan *murabahah* karena dalam pembiayaan *murabahah* risiko yang ditimbulkan sangatlah kecil. Maka dari itu untuk meminimalisir risiko yang terjadi pada pembiayaan *mudharabah*, manajemen risiko yang tepat sangat diperlukan.

Bank Indonesia menetapkan penerapan manajemen risiko bank umum yang berlaku sejak 1 Januari 2004. Semua bank nasional, daerah, koperasi, dan cabang bank asing di Indonesia harus mengimplementasikan peraturan itu dalam menjalankan operasional sehari-hari. Penerapan Manajemen Risiko (*Risk Management*) bertujuan untuk menghindari suatu kerugian yang disebabkan terjadinya suatu risiko atau peristiwa (*events*). Lebih eksplisit disebutkan, dewan komisaris dan direksi suatu bank wajib memahami rangkaian prosedur dan metodologi yang digunakan untuk mengidentifikasi, mengukur, memantau dan mengendalikan risiko yang terjadi.

Sesuai PBI No. 13/23/PBI/2011 tentang penerapan manajemen risiko bagi Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS), ada sepuluh risiko yang harus di kendalikan. Risiko kredit atau pembiayaan merupakan risiko yang terjadi dalam pembiayaan. Risiko pembiayaan merupakan risiko yang terjadi akibat adanya kegagalan nasabah atau pihak lain untuk memenuhi kewajibannya kepada pihak bank sesuai dengan perjanjian yang disepakati di awal. Gagal bayar dapat dibedakan menjadi dua macam antara lain yang mampu (gagal bayar dengan sengaja), dan gagal bayar karena bangkrut atau tidak mampu untuk membayar kembali utangnya.<sup>1</sup>

Pada setiap usaha, risiko merupakan suatu hal yang mutlak. Risiko juga dapat muncul dari berbagai sumber. Yang menjadi permasalahan adalah bagaimana cara menangani risiko tersebut. Proses manajemen risiko sangat merupakan suatu hal yang mutlak jika kita ingin menghindari kerugian dalam usaha. Proses ini diyakini memiliki peranan penting dalam keberlangsungan bisnis lembaga keuangan syariah.

Risiko merupakan suatu kejadian potensial, baik yang dapat diperkirakan maupun yang tidak dapat diperkirakan yang berdampak negatif terhadap pembiayaan dan permodalan. Esensi dari penerapan manajemen risiko adalah kecukupan prosedur dan metodologi

---

<sup>1</sup> Muhammad Nur Tiyanto, yuke ,2018, *Manajemen resiko Bank islam*, Yogyakarta : perpus nasional RI. Hal 82-84

pengelolaan risiko sehingga kegiatan usaha tetap terkendali pada batas yang dapat diterima serta menguntungkan.<sup>2</sup>

Dari laporan keuangan Bank Syariah Mandiri mulai tahun 2016 hingga 2018 ([www.syariahamandiri.co.id](http://www.syariahamandiri.co.id)), pembiayaan mudharabah mengalami pertumbuhan cukup stabil.

**Tabel 1. Perkembangan Pembiayaan PT. Bank Syariah Mandiri dari tahun 2016-2018**

Tahun	Mudharabah (dalam Rp)	Murabahah (dalam Rp)	Prosentase Mudharabah (dalam %)	Prosentase Murabahah (dalam %)
2016	3.151.201.282.970	36.198.341.933.031	8	92
2017	3.398.751.000.000	36.233.737.000.000	9	91
2018	3.273.030.000.000	38.355.135.000.000	8	92

Sumber Data : Data Olahan PT. Bank Syariah Mandiri

Dari tabel 1.1 dapat disimpulkan bahwa pembiayaan *mudharabah* di PT. Bank Syariah Mandiri tumbuh secara fluktuatif dari tahun ke tahun. Pada tahun 2016 jumlah dana pembiayaan mudharabah di PT. Bank Syariah Mandiri sebesar Rp. 3.151.201.282.970. Mengalami kenaikan pada tahun 2017 sebesar Rp. 247.549.717.030 sehingga naik menjadi Rp. 3.398.751.000.000 dan mengalami penurunan pada tahun 2018 sebesar Rp. 125.721.000.000 sehingga turun menjadi Rp. 3.273.030.000.000. Sedangkan pada pembiayaan *murabahah* di PT. Bank Syariah Mandiri mengalami kenaikan secara terus - menerus setiap tahunnya. Pada tahun 2016 jumlah dana pembiayaan murabahah di PT. Bank Syariah Mandiri sebesar Rp. 36.198.341.933.031. Kemudian mengalami kenaikan pada tahun 2017 sebesar Rp. 35.395.066.969 sehingga naik menjadi Rp. 36.233.737.000.000 dan terus mengalami peningkatan pada tahun 2018 sebesar Rp. 2.121.398.000.000 sehingga terus naik menjadi Rp. 38.355.135.000.000. Jadi dapat diprosentasikan pada tahun 2016 sebesar 8% untuk pembiayaan mudharabah dan 92% untuk pembiayaan murabahah, pada tahun 2017 sebesar 9% untuk pembiayaan mudharabah dan 91% untuk pembiayaan murabahah dan

---

<sup>2</sup> Veitzhal, Rivai dan Andria Permata Veitzhal, 2013, *Financial Institution Management (Manajemen kelembagaan Keuangan)*, Jakarta : PT.Raja Grafindo Persada,hal. 63

pada tahun 2018 sebesar 8% untuk pembiayaan mudharabah dan 92 % untuk pembiayaan murabahah.

*Tabel 2. Rasio Non Performing Financing (NPF) Pembiayaan Mudharabah PT. Bank Syariah Mandiri dari tahun 2016-2018*

Tahun	NPF Gross	NPF Nett
2016	2,88 %	1,74 %
2017	0,82 %	0,64 %
2018	0,75 %	0,31 %

*Sumber Data : Data Olahan PT. Bank Syariah Mandiri*

Dari tabel 1.2 dapat disimpulkan bahwa rasio NPF pada pembiayaan *mudharabah* membaik dari tahun ke tahun. Dapat dilihat pada tahun 2016 rasio NPF Gross dan Nett sebesar 2,88 % dan 1,74 %. Kemudian pada tahun 2017 rasio NPF Gross dan Nett yaitu 0,82 % dan 0,64 % membaik sebesar 2,06 % dan 1,1 % dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Dan terus membaik pada tahun 2018 dengan rasio NPF Gross dan Nett yakni sebesar 0,75 % dan 0,31 % membaik sebesar 0,07 dan 0,33 % dibandingkan dengan tahun sebelumnya.

Jika dilihat dari dua tabel di atas, meskipun pembiayaan *mudharabah* memiliki risiko yang tinggi namun pembiayaan *mudharabah* pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Ahmad Yani Pontianak tetap berjalan setiap tahunnya dan dilihat dari NPF nya membaik dari tahun ke tahun. Ini membuktikan adanya manajemen risiko yang diterapkan.

Manajemen risiko menjadi suatu upaya yang harus dilakukan oleh manajer entitas untuk meminimalisir adanya kemungkinan terkait dengan risiko kerugian yang mungkin terjadi. Hal ini menarik untuk diteliti lebih lanjut. Oleh karena itu, peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Manajemen Risiko Pada Pembiayaan Mudharabah di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Ahmad Yani Pontianak ”**

## 2. Kajian Literatur

### A. Pengertian Pembiayaan

Pembiayaan adalah pemberian penyediaan dana nasabah guna untuk pembelian suatu barang yang jangka waktu pengembaliannya dengan batas waktu tertentu yang diangsur dengan tambahan imbalan atau bagi hasil.

### B. *Mudharabah*

*Mudharabah* berasal dari kata *dharb*, berarti memukul atau berjalan. Pengertian memukul atau berjalan ini lebih tepatnya adalah proses seseorang memukulkan kakinya dalam menjalankan usahanya. Secara teknis, *mudharabah* adalah akad kerjasama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama (*shahibul maal*) menyediakan seluruh (100%) modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola (*mudharib*).<sup>3</sup> Keuntungan usaha secara *mudharabah* dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak, sedangkan apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian itu bukan akibat dari kelalaian si pengelola (*mudharib*).

Secara teknis, *mudharabah* merupakan akad pembiayaan antara dua pihak dimana pihak pertama yaitu bank syariah sebagai *shahibul maal* dan nasabah sebagai *mudharib* untuk melaksanakan kegiatan usaha, dimana bank syariah memberikan sebanyak 100% dan nasabah menjalankan usahanya.<sup>4</sup> Hasil usaha atas pembiayaan *mudharabah* akan dibagi antara bank syariah dan nasabah sesuai perjanjian yang dimuat dalam kontrak, sedangkan jika mengalami kerugian maka kerugian tersebut akan ditanggung si pemilik modal selama kerugian tersebut bukan terjadi akibat dari kelalaian dari si pengelola.<sup>5</sup>

### C. Manajemen Risiko

Risiko dapat dikatakan sebagai suatu peluang terjadinya kerugian atau kehancuran. Lebih luas risiko dapat diartikan sebagai kemungkinan terjadinya hasil yang tidak diinginkan atau berlawanan dari yang diinginkan.<sup>6</sup>

Manajemen risiko sendiri dilakukan dengan cara mengidentifikasi, mengukur, memantau dan mengendalikan organisasi agar menghasilkan tingkat risiko yang wajar, terarah terintegrasi dan berkesinambungan.

### D. Proses Manajemen Risiko

Proses manajemen risiko adalah kegiatan dari keseluruhan entitas yang terkait di dalam suatu organisasi, adapun kegiatan berhubungan yang dimaksud meliputi :

---

<sup>3</sup> Yulia, 2012, *Perbankan Syari'ah*, Pontianak : STAIN Pontianak Press, hal. 95.

<sup>4</sup> Muhammad, 2005, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, Yogyakarta : Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, hal. 102

<sup>5</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, 2000, *Bank Syariah bagi Bankir dan Praktisi Keuangan*, Tazkia Institute, hal. 149

<sup>6</sup> H. Veithzal Rivai, 2013, *Financial Institution Management*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, hal.7

1. Identifikasi risiko dilakukan guna mengenali seluruh jenis risiko yang melekat pada setiap aktivitas yang lebih mengutamakan fungsi dan kegunaan (fungsional) yang berpotensi merugikan bank. Sebagai contoh, apabila bank memberikan kredit, risiko yang dapat terjadi adalah kredit macet (Risiko Kredit). Hal-hal yang mesti diperhatikan dalam implementasi identifikasi risiko, yakni :
  - a) Mencakup seluruh aktivitas fungsional (kegiatan operasional)
  - b) Menggabungkan dan menganalisis informasi risiko dari seluruh sumber informasi yang tersedia.
  - c) Menganalisis probabilitas timbulnya risiko serta konsekuensinya.
2. Pengukuran risiko digunakan untuk mengukur eksposur risiko bank sebagai acuan untuk memutuskan apakah perlu dilakukan proses pengendalian. Sebagai contoh, kita bisa memperkirakan probabilitas (kemungkinan) risiko atau suatu kejadian yang merugikan terjadi. Dengan probabilitas tersebut kita berusaha mengukur risiko. Contoh, ada risiko perusahaan terkena jatuhnya meteor, tetapi probabilitas risiko semacam itu sangat kecil misal (0,000000001). Karena itu risiko tersebut tidak perlu diperhatikan. Contoh lain adalah risiko kebakaran dengan probabilitas misal (0,6). Karena probabilitas yang tinggi, maka risiko kebakaran perlu diberi perhatian ekstra. Contoh tersebut menunjukkan bahwa dengan menggunakan probabilitas kita bisa melakukan prioritas risiko, sehingga kita bisa lebih mudah memfokuskan pada risiko yang mempunyai risiko yang lebih besar untuk terjadi.
3. Pemantauan risikodilakukan terhadap besarnya eksposur risiko, toleransi risiko, kepatuhan limit internal, dan hasil stress testing maupun konsistensi pelaksanaan dengan kebijakan dan prosedur yang ditetapkan. Pemantauan dilakukan baik oleh unit pelaksana maupun oleh satuan unit kerja manajemen risiko. Hasil pemantauan disajikan dalam laporan berkala terkait manajemen risiko yang disampaikan kepada manajemen dalam rangka mempertimbangkan melakukan upaya mitigasi risiko dan tindakan yang diperlukan. Pemantauan risiko meliputi :
  - a) Tersedianya limit secara individual, keseluruhan ataupun konsolidasi.
  - b) Memperhatikan kemampuan modal bank agar dapat menyerap eksposur risiko atau kerugian yang ditimbulkan serta tinggi rendahnya eksposur bank.
  - c) Mempertimbangkan pengalaman kerugian di masa lalu dan kemampuan sumber daya manusia yang ada.
  - d) Memastikan bahwa posisi yang melampaui limit yang telah ditetapkan mendapat perhatian dari satuan kerja manajemen

risiko, komite manajemen risiko dan redaksi ataupun pihak yang terkait dengan manajemen risiko.

4. Pengendalian risiko adalah upaya untuk mengurangi atau menghilangkan risiko, disesuaikan dengan eksposur risiko dan tingkat risiko yang akan diambil dan toleransi risiko bank. Pengendalian risiko meliputi :
  - a) Pelaksanaan proses pengendalian risiko harus digunakan bank guna untuk mengelola risiko tertentu terutama yang dapat membahayakan kelangsungan usaha bank.
  - b) Pengendalian risiko dapat dilakukan dengan cara *hedging* dan metode mitigasi risiko lainnya berupa penerbitan garansi, sekuritasi aset maupun *credit derivatives*, serta penambahan modal bank guna menyerap potensi adanya kerugian.<sup>7</sup>

#### E. Risiko Pembiayaan *Mudharabah*

Risiko yang terdapat dalam *mudharabah*, terutama pada penerapannya dalam pembiayaan, relatif tinggi. Di antaranya :<sup>8</sup>

1. *Asymmetric information problem* yaitu kecenderungan salah satu pihak yang menguasai informasi lebih banyak untuk bersikap tidak jujur. Oleh karena itu penetapan pembiayaan bagi hasil haruslah dilakukan dengan menggunakan *incentive compatible constraints* (batasan-batasan untuk memberikan insentif bagi nasabah untuk berlaku jujur).
2. *Side streaming*; nasabah menggunakan dana itu bukan seperti yang disebut dalam kontrak.
3. Lalai dan kesalahan yang disengaja.

#### F. Analisa Pembiayaan

Analisis pembiayaan yakni dilakukan guna meyakinkan pihak manajemen apakah si nasabah memiliki kemampuan dan kemauan untuk memenuhi kewajibannya kepada bank secara baik atau tidak. Adapun analisis yang dilakukan adalah dengan menggunakan pendekatan 5C yang meliputi:<sup>9</sup>

1. *Character*, yakni penilaian yang dilakukan guna mengetahui itikad baik dan kejujuran calon nasabah untuk mengembalikan pinjaman sehingga tidak akan menyulitkan bank dikemudian hari. Langkah yang harus dilakukan oleh lembaga keuangan syariah guna mengetahui karakter dari si calon nasabah antara lain :

---

<sup>7</sup> Veithzal Rivai dan Arviyan Arifin, 2010, *Islamic Banking*, Jakarta : PT Bumi Aksara, hal. 954

<sup>8</sup> Ibid., hal.153

<sup>9</sup> Amir Machmud. H.Rukmana, 2010, *Bank Syariah Teori, Kebijakan, dan Studi Empiris di Indonesia*, Jakarta : Erlangga, hal. 135.



- a) *BI Checking*  
Lembaga keuangan syariah dapat melakukan penelitian terhadap calon nasabah dengan melihat data nasabah melalui komputer yang online dengan Bank Indonesia.
  - b) Informasi dari pihak lain  
Lembaga keuangan syariah dapat meneliti calon nasabah melalui pihak-pihak lain yang mengenal baik calon nasabah. Misalnya, mencari informasi tentang kepribadian calon nasabah melalui tetangga, teman kerja, pimpinan pekerjaan, dan rekan usahanya.
2. *Capital*, yakni pihak bank harus melakukan analisis terhadap posisi keuangan secara menyeluruh mengenai masa lalu dan masa yang akan datang, sehingga dapat diketahui kemampuan permodalan dari calon nasabah dalam menunjang pembiayaan proyek atau usaha calon nasabah yang bersangkutan. Beberapa cara yang dapat ditempuh untuk mengetahui kemampuan keuangan calon nasabah antara lain :
- a) Melihat laporan keuangan  
Dalam laporan keuangan calon nasabah, maka akan dapat diketahui dari mana sumber dananya yakni dengan melihat laporan arus kasnya. Di dalam laporan arus kas secara tunai dari calon nasabah dengan membandingkan antara sumber dana yang diperoleh dengan penggunaan dana.
  - b) Memeriksa slip gaji dan rekening tabungan  
Selain cara di atas, ada cara lain yang dapat ditempuh oleh lembaga keuangan syariah yakni, jika calon nasabah adalah pegawai, maka bank bisa meminta foto copy slip gaji tiga bulan terakhir dan didukung oleh rekening tabungan minimal untuk tiga bulan terakhir.
  - c) Survey ke lokasi calon nasabah  
Survey ini diperlukan guna mengetahui usaha dari calon nasabah yakni dilakukan dengan pengamatan langsung.<sup>10</sup>
3. *Capacity*, yakni pihak bank harus meneliti tentang keahlian dari calon nasabah dalam bidang usahanya dan kemampuan manajerialnya sehingga bank yakin bahwa usaha yang akan dibiayai akan dikelola oleh orang yang cepat sehingga calon nasabah dalam waktu tertentu dapat melunasi pinjaman. Cara yang dapat ditempuh oleh bank syariah untuk mengetahui *capital* antara lain :

---

<sup>10</sup> Ismail, 2011, *Perbankan syariah, Cet. Ke-1*, Jakarta : Kencana Prenada Media Group, hal. 122

- a) Laporan keuangan calon mudharib  
Dalam hal calon mudharib adalah perusahaan, maka struktur modal ini penting untuk menilai tingkat debt to equity ratio. Perusahaan dianggap kuat dalam menghadapi berbagai macam risiko apabila jumlah modal sendiri yang dimiliki cukup besar.
  - b) Uang muka  
Uang muka yang dibayarkan untuk memperoleh pembiayaan. Dalam hal calon nasabah adalah perorangan maka analisis *capital* dapat diartikan sebagai jumlah uang yang muka yang dibayarkan oleh calon nasabah kepada pihak bank. Semakin besar uang muka yang dibayarkan oleh calon nasabah untuk membeli rumah Uang muka yang dibayarkan dalam memperoleh pembiayaan. Dalam hal calon mudharib adalah perorangan, dan tujuan penggunaannya jelas, misalnya pembiayaan untuk pembelian rumah, maka bank akan semakin yakin bahwa pembiayaan yang akan disalurkan kemungkinan akan lancar.
4. *Collateral*, yaitu jaminan yang berkualitas tinggi dan mudah dicairkan yang nilainya minimal sebesar jumlah pembiayaan yang diberikan kepadanya. Penilaian terhadap *collateral* ini dapat ditinjau dari dua segi, yaitu:
- a) Segi ekonomis yakni nilai ekonomis dari suatu barang yang akan digunakan.
  - b) Segi yuridis yakni jaminan yang dipakai tersebut memenuhi syarat-syarat yuridis.<sup>11</sup>
5. *Condition Of Economy*, yakni pihak bank harus melakukan analisis mengenai keadaan pasar di dalam maupun luar negeri, baik di masa lalu maupun di masa mendatang sehingga masa depan pemasaran dan juga hasil proyek atau usaha calon nasabah bisa diketahui. Beberapa analisis terkait dengan *condition of economy* antara lain:
- a) Kebijakan pemerintah. Untuk melakukan analisis *condition of economy*, lembaga keuangan syariah dapat melihat perubahan kebijakan pemerintah sebagai bahan pertimbangan.
  - b) Lembaga keuangan syariah tidak terlalu fokus terhadap analisis *condition of economy* pada pembiayaan konsumsi. Lembaga keuangan syariah akan mengaitkan antara tempat kerja calon nasabah dengan kondisi ekonomi saat ini dan saat yang akan datang, sehingga dapat diestimasikan tentang kondisi perusahaan dimana calon nasabah bekerja. Yang menjadi bahan

---

<sup>11</sup> Khaerul Umam, 2013, *Manajemen Perbankan Syariah*, Cet. Ke-1. Bandung : CV Pustaka Setia, hal. 237

pertimbangan penting dalam pengambilan keputusan pembiayaan ialah kelangsungan hidup dari perusahaan dan pekerjaan dari calon nasabah.<sup>12</sup>

### 3. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran objektif, faktual, akurat dan sistematis mengenai masalah-masalah yang terdapat yang terdapat pada obyek penelitian yaitu tentang Analisis Manajemen Risiko Pada Pembiayaan Mudharabah di PT Bank Syariah Mandiri Cabang Pontianak.

### 4. Pembahasan

#### 1. Risiko dalam pembiayaan Mudharabah di PT Bank Syariah Mandiri KCP Pontianak.

Uraian data penelitian ini meliputi tentang penjabaran data penelitian yang didapatkan dari hasil wawancara penelitian yang dilakukan dengan *Retail Risk Officer* dari PT Bank Syariah Mandiri KCP Ahmad Yani Pontianak. Uraian data penelitian ini disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut :

Tabel 3. Risiko dalam Pembiayaan Mudharabah di PT Bank Syariah Mandiri KCP Pontianak

Jenis Risiko	Ada/Tidak	Keterangan
Risiko <i>Asymmetric Information</i>	Tidak	Tidak
Risiko <i>Slide Streaming</i>	Ada	Sering
Risiko lalai dan kesalahan yang disengaja	Tidak	Tidak

Berdasarkan penjelasan tabel di atas, dapat diketahui bahwasannya jenis risiko yang muncul pada pembiayaan *mudharabah* pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Ahmad Yani Pontianak adalah pembiayaan macet yang disebabkan adanya *side streaming*, yaitu

---

<sup>12</sup> Ismail, 2011, *Perbankan syariah, Cet. Ke-1*, Jakarta : Kencana Prenada Media Group, hal. 125

penyimpangan penggunaan dana tidak sesuai dengan kesepakatan diawal akad. jenis risiko yang muncul pada pembiayaan *mudharabah* yakni pembiayaan macet yang disebabkan adanya *side streaming*. *Side Streaming* terjadi karena nasabah menggunakan dana pembiayaan yang telah diperolehnya dari bank digukan untuk peruntukan lain dari pada yang telah ditentukan dalam kontrak baik dengan unsur kesengajaan seperti penyelewengan dalam menggunakan dana tidak sesuai dengan tujuan penggunaan. Artinya, nasabah melakukan pelanggaran terhadap objek perjanjian (wanprestasi) , karena menggunakan dana pembiayaan tidak sesuai dengan dengan perjanjian awal. Hal ini menimbulkan risiko kredit atau pembiayaan, yang biasanya berujung pada kegagalan nasabah dalam pembayaran angsuran pokok dan bagi hasil kepada bank.

Pernyataan diatas mengkonfirmasi pernyataan Antonio, tentang jenis jenis-jenis risiko yang terjadi pada pembiayaan *mudharabah*. salah satu jenis risiko pada pembiayaan *mudharabah* adalah : *side streaming* dimana nasabah menggunakan dana itu bukan seperti yang disebutkan dalam kontak. Jenis risiko lain adalahnya adalah lalai dan kesalahan yang disengaja serta adanya ketidakjujuran nasabah (*asymmetric information*).<sup>13</sup>

## 2. Manajemen risiko yang dilakukan PT Bank Syariah Mandiri KCP Pontianak dalam upaya meminilisir risiko pada pembiayaan *mudhrabah*.

Berdasarkan wawancara peneliti bersama dengan bapak Asrul Huda selaku *Retail Risk Officer* ia mengatakan bahwa manajemen risiko sangat penting dilakukan guna mengantisipasi terjadinya kerugian. Manajemen risiko yang dilakukan PT Bank Syariah Mandiri KCP Ahmad Yani Pontianak merupakan upaya meminimalisir risiko yang terjadi yakni dengan menerapkan proses manajemen risiko yang terdiri dari proses identifikasi risiko, pengukuran risiko, pemantauan risiko dan pengendalian risiko. (Wawancara tanggal 23 Januari 2020).

Identifikasi risiko dilakukan untuk mengidentifikasi risiko-risiko apa saja yang dihadapi oleh suatu organisasi. Berdasarkan hasil wawancara peneliti bersama dengan Bapak Sulistomo Rahardhito selaku *Area Financing Risk Manager*, ia mengungkapkan bahwa identifikasi risiko dilakukan untuk mengetahui apakah suatu saat jika pembiayaan itu diberikan kepada nasabah tersebut bisa mempertanggungjawabkannya atau tidak. Identifikasi risiko dilakukan dengan cara melakukan berbagai upaya seperti melakukan

---

<sup>13</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, 2000, *Bank Syariah bagi Bankir dan Praktisi Keuangan*, Tazkia Institute, hal. 15

analisa pembiayaan dengan prinsip 5C yaitu *character, capacity, capital, collateral, condition of economy*. Jadi benar-benar harus dipastikan nasabah tersebut layak untuk diberikan pembiayaan. Kemudian pihak bank juga mengidentifikasi dengan cara melakukan wawancara misalnya mengenai penghasilan nasabah dan hal lain-lain yang berhubungan dengan nasabah. Selain itu pihak bank juga bisa melihat berkas-berkas nasabah, jika sudah sesuai dengan kriteria bank maka bisa dilengkapi dari berkas-berkas pembiayaan yang disyaratkan sesuai dengan prosedur dalam mengajukan pembiayaan. Kemudian identifikasi risiko pada saat risiko tersebut sudah terjadi. Misalnya, jika terjadi pembiayaan bermasalah maka pihak bank akan langsung mencari tahu penyebab nasabah tersebut tidak bisa membayar. Pihak bank akan mendatangi tempat usaha nasabah guna melihat apakah nasabah tersebut mengalami sedikit penyendatan, ataupun mengalami kerugian dalam usahanya. Jika benar hal itu terjadi maka pihak bank akan membantu dengan memberikan saran dan masukan agar usaha nasabah tersebut tidak lagi mengalami kerugian.

Langkah berikutnya adalah mengukur risiko tersebut. Pengukuran risiko digunakan untuk mengukur eksposur risiko bank sebagai acuan untuk memutuskan apakah perlu dilakukan proses pengendalian. Pengukuran risiko dilakukan dengan cara melihat nasabah-nasabah yang terlambat membayar angsuran pokok dan bagi hasil, atau bahkan pembiayaannya telah mengalami kemacetan yang parah. Kemudian semua itu akan dikelompokkan dan dilihat kolektabilitasnya. Jika angka kolektabilitasnya telah mencapai angka 3 sampai 5 maka akan ditindaklanjuti oleh pihak bank.

Kemudian pemantauan risiko, dilakukan terhadap besarnya eksposur risiko, toleransi risiko, maupun konsistensi pelaksanaan dengan kebijakan dan prosedur yang ditetapkan. Pemantauan dilakukan baik oleh unit pelaksana maupun oleh satuan kerja manajemen risiko. Hasil pemantauan disajikan dalam laporan berkala terkait manajemen risiko yang disampaikan kepada manajemen dalam rangka mempertimbangkan melakukan upaya mitigasi risiko dan tindakan yang diperlukan. Pemantauan risiko pada pembiayaan *mudharabah* lebih kepada tindakan monitoring dengan langkah *on side monitoring* yang dilakukan dalam satu bulan sekali biasanya AO akan datang ke tempat usaha nasabah untuk memantau usaha nasabah dan bagaimana ketepatan nasabah dalam membayar angsuran pembiayaan.

Setelah melakukan proses pemantauan risiko maka akan dilanjutkan dengan proses pengendalian risiko. Pengendalian risiko adalah upaya untuk mengurangi atau menghilangkan risiko, disesuaikan dengan eksposur risiko dan tingkat risiko yang akan

diambil dan di toleransi risiko bank. Pengendalian risiko merupakan tahan terakhir yang dilakukan kepada nasabah yang bermasalah. Untuk pembiayaan bermasalah, pengendalian risiko yang dilakukan berdasarkan hasil wawancara peneliti bersama Bapak Sulistomo Rahardito selaku *Area Financing Risk Manager*, ia mengatakan apabila terjadi pembiayaan bermasalah atau saat nasabah mengalami penurunan kemampuan, hal yang perlu dilakukan oleh pihak bank adalah sebagai berikut :

a) Melakukan Penagihan

Pihak bank akan melakukan penagihan dengan menelpon nasabah yang terlambat bayar dan meminta kepada nasabah agar segera melunasi sisa angsuran pokok maupun bagi hasil telah melewati jangka waktu yang telah ditentukan.

b) Surat Peringatan Pertama

Surat peringatan pertama berisikan nominal angsuran pokok dan bagi hasil yang belum dibayar oleh nasabah.

c) Surat Peringatan Kedua

Bila nasabah masih belum membayar maka pihak bank akan langsung mendatangi nasabah untuk melakukan penagihan atas pembiayaan yang mengalami kemacetan.

d) Surat Peringatan Ketiga

pihak bank akan meminta nasabah yang bersangkutan datang ke kantor dan menemui pengurus pembiayaan dengan tujuan agar permasalahan pembiayaan yang macet dapat dirundingkan secara baik-baik. Dari perundingan tersebut pihak bank akan memberikan solusi sebagai berikut :

1) *Rescheduling*

Upaya yang dilakukan oleh pihak PT Bank Syariah Mandiri KCP Ahmad Yani Pontianak untuk menangani kredit bermasalah dengan membuat penjadwalan kembali untuk membantu nasabah dalam melunasi kewajibannya. Penjadwalan kembali dapat dilakukan kepada debitur yang mempunyai itikad baik akan tetapi mengalami penurunan kemampuan bayar angsuran. Adapun dalam pelaksanaan *rescheduling* ini PT Bank Syariah Mandiri KCP Ahmad Yani Pontianak memberikan upaya penyelesaian dengan memberikan batas waktu tambahan pada nasabah dalam melunasi angsuran. Contoh nasabah A mengalami pembiayaan macet maka jangka akan ditambah jangka waktu pelunasan dari yang tadinya 6 bulan menjadi 1 tahun, sehingga nasabah memiliki waktu yang cukup lama untuk melunasi sisa angsuran. Yang kedua memperpanjang jangka waktu angsuran, hal ini hampir sama dengan jangka waktu pembiayaan. Jangka waktu pembayaran angsuran diperpanjang contoh angsuran

pembiayaan nasabah sebanyak 36 kali karena nasabah mengalami kesulitan dalam membayar hingga mengalami pembiayaan macet maka jangka waktu angsuran diperpanjang oleh pihak bank menjadi 48 kali. Dalam hal ini jumlah angsuran menjadi lebih kecil seiring dengan bertambahnya waktu pembayaran angsuran.

2) *Reconditioning*

Melakukan persyaratan ulang yang meliputi pertama menunda pembayaran nisbah atau bagi hasil sampai waktu tertentu. Contoh nasabah A mengalami kesulitan saat membayar pokok beserta bagi hasil pembiayaan dan mengalami kemacetan saat membayar pembiayaan tersebut maka pihak bank akan memberikan keringanan dengan cara meminta nasabah membayar pokok pembiayaan terlebih dahulu setelah itu baru membayar bagi hasil pembiayaan. Kedua menghapus bagi hasil, contoh jika nasabah A sudah tidak sanggup membayar pembiayaan maka pihak bank hanya akan meminta nasabah untuk melunasi angsuran pokoknya saja dan menghapus bagi hasil dari pembiayaan nasabah A tersebut.

3) *Restructuring*

Upaya yang dilakukan PT Bank Syariah Mandiri KCP Ahmad Yani Pontianak dalam menyelamatkan kredit bermasalah dengan cara mengubah persyaratan pembiayaan yang mendasari pemberian pembiayaan dalam artian melakukan persyaratan kembali. Contoh menata kembali pembiayaan nasabah A, bank bisa mengubah struktur kredit dengan mengubah syarat-syarat perjanjian dengan penambahan jangka waktu kredit dan perubahan jadwal pembayaran serta penambahan modal usaha jika usaha nasabah dinilai memiliki prospek yang baik kedepannya dan dianggap mampu memenuhi kewajiban.

4) *Eksekusi*

Eksekusi meruokan langkah terakhir yang diambil oleh bank jika nasabah masih belum bisa membayar pembiayaan. Pihak bank akan melakukan pengalihan hak jaminan berupa sepeda motor atau mobil. Akan tetapi bila jaminannya berupa SHM (Sertifikat Hak Milik) maka akan langsung diajukan ke tempat lelang jika nasabah tidak merespon surat peringatan pertama, kedua dan ketiga yang diberikan oleh pihak PT Bank Syariah Mandiri KCP Ahmad Yani Pontianak. Hasil dari proses lelang tersebut akan dikembalikan kepada nasabah jika jumlah lelangna melebihi dari pinjaman pokok beserta bagi hasilnya. Namun nasabah tetap

harus membayar pembiayaan jika hasil dari lelang tersebut belum memenuhi jumlah dari pinjaman pokok dan bagi hasilnya. Jika nasabah dianggap benar-benar tidak mampu untuk melunasi kekurangan dari jumlah pembiayaan dan sudah menunjukkan itikad baik untuk melunasi pembiayaan tersebut maka pihak PT Bank Syariah Mandiri KCP Ahmad Yani Pontianak akan membebaskan nasabah dari membayar kekurangan nisbah atau bagi hasil namun tetap dituntut untuk melunasi kekurangan dari pinjaman pokoknya.

Menurut ibu Ica selaku nasabah pembiayaan mudharabah sebagai informan triangulasi menyatakan bahwa manajemen risiko yang dilakukan oleh PT Bank Syariah Mandiri KCP Ahmad Yani Pontianak terhadap risiko pembiayaan mudharabah, terdapat kesamaan data bahwa memang benar manajemen risiko yang dilakukan oleh pihak PT Bank Syariah Mandiri KCP Ahmad Yani Pontianak yaitu pertama identifikasi dengan prinsip 5C, kedua pemantauan dengan monitoring, ketiga pengendalian risiko dengan melakukan penagihan dan surat peringatan.

Pembiayaan dengan akad *mudharabah* akan selalu berisiko terhadap permasalahan *asymmetric information*. Hal ini dikarenakan adanya perbedaan kepentingan dan tingkat risiko yang ditanggung antara nasabah dan pihak bank, keduanya akan berupaya untuk memaksimalkan keuntungan dari masing-masing pihak. Untuk itu upaya yang dilakukan oleh PT Bank Syariah Mandiri KCP Ahmad Yani Pontianak adalah pertama, dengan melakukan *screening*. *Screening* merupakan bagian dari proses analisa yang dilakukan di awal prosedur pembiayaan *mudharabah*. proses ini dilakukan guna melihat dan menilai karakter sesungguhnya dari calon nasabah serta informasi-informasi lainnya untuk kepentingan pembiayaan *mudharabah* yang kemudian akan dianalisis melalui dokumen yang diajukan oleh nasabah. Kedua, dengan melakukan verifikasi yang dilakukan guna memastikan data yang telah diberikan oleh nasabah valid ataukah tidak. Yaitu dalam artian data tersebut dapat diandalkan dan dipertanggungjawabkan. Ketiga yaitu dengan monitoring, sebagai upaya penanganan yang diberikan kepada nasabahnya dengan terus melakukan kontrol dan pemantauan terhadap pengelolaan modal yang dilakukan oleh nasabah pembiayaan *mudharabah*. Monitoring dilakukan secara berkala sesuai dengan tingkat kebutuhan.

*Side streaming* dalam pembiayaan *mudharabah* yang terjadi karena nasabah menggunakan dana pembiayaan yang telah diperolehnya dari bank digunakan untuk peruntukan lain dari pada yang telah ditentukan



dalam kontrak baik dengan unsur kesengajaan seperti penyelewengan dalam menggunakan dana tidak sesuai dengan tujuan penggunaan. Upaya yang dilakukan PT Bank Syariah Mandiri KCP Ahmad Yani Pontianak yaitu dengan melakukan proses *screening* terhadap calon *mudharib*. Proses *screening* meliputi tujuan penggunaan dana untuk apa, rencana pengembalian bersumber dari mana, melakukan survei lingkungan lokasi usaha *mudharib*, dan melakukan analisa karakter calon *mudharib*. Untuk mengatasi hal tersebut, petugas harus melakukan analisa terlebih dahulu kepada calon *mudharib*. Petugas melihat bagaimana karakter calon *mudharib* tersebut, tujuan penggunaan untuk apa, sumber pengembalian dari mana asalnya, kondisi keuangan perusahaan tersebut memenuhi syarat atau tidak. Akan tetapi terkadang juga sulit untuk benar-benar mengetahui bahwa dana tersebut digunakan secara jujur atau tidak.

Pembiayaan dengan akad *mudharabah* akan selalu berisiko terhadap risiko lalai dan kesalahan yang disengaja. Penyelesaian dari risiko ini adalah jika nasabah sengaja lalai maka pihak bank akan langsung memberikan surat peringatan yakni SP 1, SP 2 dan SP 3. Bank sebelum memberikan pembiayaan akan meminta jaminan untuk menghindari terjadinya *mudharib* yang lalai atau menyalahi kontrak. Jaminan ini akan disita oleh bank jika timbul kerugian karena *mudharib* melakukan kesalahan. Contoh apabila nasabah sengaja lalai dalam hal sengaja tidak membayar angsuran. Setelah memberikan SP 1, SP 2 dan SP 3 maka akan langsung dilakukan proses lelang. Hal ini karena biasanya nasabah yang sengaja lalai dalam hal sengaja tidak membayar angsuran (macet) tidak mau melakukan proses restrukturisasi. Apabila kerugian yang terjadi bukan karena kesalahan dan kelalaian nasabah, seperti nasabah meninggal sehingga tidak bisa membayar angsuran, dalam hal ini pembiayaan telah di-*cover* oleh asuransi. Hal ini sengaja dilakukan oleh bank karena bank memiliki amanah untuk mengelola dana masyarakat atau DPK (Dana Pihak Ketiga), serta bank juga memiliki amanah penuh untuk dapat mengembalikan dana tersebut lengkap dengan bagi hasilnya.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa manajemen risiko yang dilakukan oleh PT Bank Syariah Mandiri KCP Ahmad Yani Pontianak adalah upaya meminimalisir risiko dengan melakukan proses manajemen risiko terlebih dahulu yang meliputi Identifikasi risiko, Pengelolaan risiko, Pengukuran risiko, Pemantauan risiko, Pengendalian risiko. Kemudian manajemen risiko berikutnya menyesuaikan terhadap jenis-jenis risiko yang ada di dalam pembiayaan *mudharabah*. Dalam pembiayaan *mudharabah*, risiko yang sering terjadi

adalah risiko *side streaming*. Setiap risiko pasti ada mitigasinya, hanya saja setiap risiko, mitigasi menyesuaikan dengan jenis risiko yang ada.

## 5. Kesimpulan

Berdasarkan uraian-uraian pada bab sebelumnya, pada bagian ini peneliti akan memaparkan kesimpulan dari peneliti yaitu mengenai “*Analisis Manajemen Risiko Pada Pembiayaan Mudharabah di PT Bank Syariah Mandiri KCP Ahmad Yani Pontianak*”, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut :

- a. Risiko yang terdapat dalam pembiayaan *mudharabah* adalah risiko *asymmetric information*, *side streaming*, lalai dan kesalahan yang disengaja. Risiko pembiayaan *mudharabah* yang terjadi pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Ahmad Yani Pontianak adalah *pembiayaan macet* yang disebabkan adanya *side streaming* yakni nasabah menggunakan dana itu bukan seperti yang disebut dalam kontrak.
- b. Manajemen risiko yang dilakukan oleh PT Bank Syariah Mandiri KCP Ahmad Yani Pontianak adalah upaya meminimalisir risiko dengan melakukan proses manajemen risiko terlebih dahulu yang meliputi proses yaitu di awal dengan melakukan Identifikasi risiko, Pengelolaan risiko, Pengukuran risiko, Pemantauan risiko, Pengendalian risiko.

## Daftar Pustaka

### Buku

- Adiwarman Karim, 2004, *Bank Islam : Analisis Fiqh dan Keuangan*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Amir Machmud. H.Rukmana, 2010, *Bank Syariah Teori, Kebijakan, dan Studi Empiris di Indonesia*, Jakarta : Erlangga
- Asiyah, Binti Nur, 2015, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, Yogyakarta : Kalimedia.
- Djoko Muljono, 2015, *Perbankan dan Lembaga Keuangan Syariah*, Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Heri Sudarsono, 2013, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi Ilustrasi*, Yogyakarta: Ekonisia.

- Herman Darmawi, 2006, *Manajemen Risiko*, Jakarta : Bumi Aksara.
- H. Veithzhal Rivai, 2013, *Financial Institution Management*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- H. Veithzhal Rivai dan H. Arviyan Arivin, 2010, *Islamic Banking*, Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Ikatan Bankir Indonesia, 2015, *Mengelola Bisnis Pembiayaan Bank Syariah*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ismail, 2011, *Perbankan Syariah*, Jakarta : Kencana Prenadamedia Group.
- Jeni Susyanti, 2016, *Operasional Keuangan Syariah*, Malang : Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang.
- Kasmir, 2012, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Khaerul Umam, 2013, *Manajemen Perbankan Syariah, Cet. Ke-1*. Bandung : CV Pustaka Setia.
- Lasmiatun, 2010, *Perbankan Syariah*, Semarang: LPSDM. RA Kartini.
- Mamduh M. Hanafi, 2006, *Manajemen Risiko*, Yogyakarta : UPP STIM YKPN.
- Moleong, Lexy, 2013, *Metode Penelitian Kualitatif, Edisi Revisi*, Bandung : Remaja Rosda Karya
- Muhammad, 2005, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, Yogyakarta : Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.
- Muhammad Nur riyanto, dan yuke, 2018, Perpustakaan nasional RI.
- Muhammad Sadi, 2015, *Konsep Hukum Perbankan Syariah*, Malang : Setara Pres.
- Muhammad Syafi'i Antonio, 2000, *Bank Syariah bagi Bankir dan Praktisi Keuangan*, Tazkia Institute.
- Muhammad Syafi'i Antonio, 2001, *Islamic Banking dari Teori ke Praktik*, Jakarta : Gema Insani.
- Prof. Dr. H. Rachmat Syafe'i, 2001, *Fiqh Muamalah*, Bandung : Pustaka Setia.

Rachmadi Usman, 2012, *Aspek Hukum Perbankan Syariah di Indonesia*, Jakarta : Sinar Grafika.

Rachamat Firdaus dan Maya Ariyanti, 2009, *Manajemen Perkreditan Bank Umum*, Bandung : Alfabeta.

Robert Tampubolon, 2004, *Risk Management*, Jakarta : PT Elex Media Komputindo.

Sugiyono, 2010, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.

Suhardjo, 2003, *Manajemen Perkreditan Usaha Kecil dan Menengah*, Yogyakarta : YKPN.

Sunarto Zulkifli, 2007, *Panduan Praktis Transaksi Perbankan Syariah*, Jakarta : Zikrul Hakim.

Surat Edaran Bank Indonesia No.5/21/DPNP, Lampiran 1

Taswan, 2006, *Manajemen Perbankan (Konsep, Teknik dan Aplikasi)*, Yogyakarta : UPP STIM YKPN YOGYAKARTA.

Trisadini P. Usanti & Abd. Shomad, 2015, *Transaksi Bank Syariah*, Jakarta : PT Bumi Aksara.

Yulia, 2012, *Perbankan Syari'ah*, Pontianak : STAIN Pontianak Press.

#### **Internet**

[www.syariahmandiri.co.id](http://www.syariahmandiri.co.id). Diakses pada tanggal 22 maret 2019 pukul 13.27 WIB.



Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah (JKUBS)

Vol. 2 No. 1 Juni 2023

p-issn: 2745-4470 e-issn: 2745-6315

Web: <https://e-journal.iainptk.ac.id/index.php/jkubs>

DOI: <https://doi.org/10.24260/jkubs.v2i1.900>



## Pengaruh Inovasi Produk dan Labelisasi Halal Terhadap Loyalitas Pelanggan pada *Japanese Pancake* di Kota Pontianak

Intan<sup>a</sup>, Dr. Yulia, S.El., M.Ag.<sup>b</sup>, dan Eka Junila Saragih, M.S.I.<sup>c</sup>

<sup>a</sup>IAIN PONTIANAK

<sup>b</sup> IAIN PONTIANAK

<sup>c</sup> IAIN PONTIANAK

### ABSTRACT

*The aims of this study were (1) to analyze the effect of product innovation on customer loyalty at Japanese Pancakes in Pontianak City. (2) To analyze the effect of halal labeling on customer loyalty to Japanese Pancakes in Pontianak City. (3) To analyze the effect of product innovation and halal labeling on customer loyalty to Japanese Pancakes in Pontianak City. This research approach is a quantitative research and the type of research is an associative type with a sample of 100 respondents or customers in Japanese Pancake Pontianak City. The results of this study note that product innovation has a positive and significant effect on customer loyalty, halal labeling has a positive and significant effect on customer loyalty, then product innovation and halal labeling simultaneously or simultaneously have an effect on customer loyalty.*

**Keywords:** *Product Innovation; Halal Labeling; and Customer Loyalty.*

### 1. Pendahuluan

Kota Pontianak merupakan salah satu kota kuliner yang ada di Indonesia. Kuliner tersebut baik dari makanan berat maupun makanan ringan tersedia di Kota Pontianak. Kemudian dengan semakin banyaknya kuliner tersebut sebagai pelaku bisnis harus mempunyai strategi agar produk makanan yang dijual diminati oleh konsumen. Salah satu kuliner yang cukup populer di Kota Pontianak adalah *Japanese Pancake*. *Japanese Pancake* merupakan salah satu jenis produk makanan atau kuliner yang memiliki peluang pasar yang cukup menjanjikan. Salah satu penjual *Pancake* yang ada di Kota Pontianak adalah *Japanese Pancake* yang berdiri tahun 2022 dan terletak di Jalan tanjung raya 2, tepatnya di depan Indomaret. *Japanese Pancake* merupakan salah satu industri kecil menengah (UKM) yang ada di Kota Pontianak yang didirikan oleh Akbar



Nurrohman. *Japanese Pancake* ini merupakan salah satu UKM di Kota Pontianak yang termasuk usaha *pancake* yang baru namun dapat berkembang dengan cukup baik di tengah persaingan yang ada. *Japanese Pancake* hanyalah *stand pancake* kecil-kecilan di mana pada awal memulai usahanya hanya memiliki satu outlet dan satu karyawan. Namun dengan seiring berjalan waktu banyaknya minat beli konsumen terhadap *Japanese Pancake* ini mampu membuka cabang outlet untuk memperluas usahanya, karena banyak permintaan konsumen yang semakin meningkat menjadikan *Japanese Pancake* ini memiliki 4 karyawan dan 2 *outlet* cabang di Jalan Tanjung Raya 2 dan di Jalan Tanjung Sari.

Persaingan yang banyak dihadapi *Japanese Pancake* membuat mereka harus lebih berinovatif dibanding pesaing-pesaingnya. Berikut tabel nama pesaing *Japanese Pancake* yang didapat dalam observasi penelitian diantaranya dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 1. Daftar Pesaing *Japanese Pancake* di Kota Pontianak

No	Nama Tokoh	Alamat
1.	<i>Say Souffle</i>	Jalan Syarif Sultan Abdurrahman
2.	<i>Fluffycake</i>	Jalan Nawawi Hasan
3.	<i>Fulffy Pancake</i>	Jalan Desa Kapur Kubu Raya
4.	<i>Japanese Pancake Souffle</i>	Jalan Tanjung raya 2

Sumber: Hasil Observasi Penelitian, 2022

Berdasarkan dari tabel 1 diketahui bahwa banyak *outlet* di wilayah Kota Pontianak, Seperti yang kita ketahui pada umumnya para pesaing menawarkan produk sejenis dan dengan jangkauan pasar yang sama dengan *Japanese Pancake*, fenomena ini menyebabkan persaingan yang kian ketat antar produsen. *Pancake* dalam memperebutkan dan menguasai pasar. Para produsen dalam hal ini, dituntut untuk dapat melakukan inovasi. Guna menarik minat konsumen dan meningkatkan penjualan agar tidak tertinggal dari para *competitor*, dalam melaksanakan inovasi di era perdagangan bebas Ini. pelaku bisnis perlu memusatkan perhatian pada konsumen, berusaha menciptakan nilai lebih dari harapan konsumen (Ellitian dan Anatan, 2019:4).

Usaha yang dilakukan oleh pelaku UKM di Kota Pontianak harus mampu menciptakan suatu yang menarik dan menghadirkan keunikan produk yang dapat memberikan kepuasan bagi konsumen dari *Japanese Pancake* baik dari segi kualitas, keragaman produk, harga, kemasan dan lain-lainnya sebagai unsur penting. Agar produk memiliki pembeda dengan produk sejenis milik pesaing maka dalam suatu produk harus memiliki atribut yang lengkap untuk menarik konsumen dalam memilih produk. Selain itu produsen juga perlu mengetahui kebutuhan dan keinginan dari seorang konsumen, strategi tersebut dipelajari

untuk menjaga eksistensi sebuah perusahaan melalui pemasaran produknya. Pemasaran yang sukses juga dapat dilihat dari berapa kali konsumen memilih produk dibandingkan produk pesaing secara konsisten terhadap penggunaan produk tersebut, atau lebih di kenal dengan istilah loyalitas pelanggan terhadap produk yang kita tawarkan. Loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam perusahaan, mempertahankan pelanggan yang loyal berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan.

Loyalitas pelanggan adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali sebuah produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasar berpotensi menyebabkan pelanggan beralih. Hal tersebut didukung dengan adanya inovasi dari produk yang akan dipasarkan perusahaan tersebut, inovasi produk merupakan salah satu faktor yang paling diandalkan oleh seorang pemasar dalam memasarkan suatu produk, inovasi akan meningkatkan nilai tambah suatu produk karena akan menciptakan suatu produk baru yang dapat memberi solusi yang lebih baik bagi pemecahan masalah yang dihadapi konsumen (Hasib dan Ketinting, 2020:83).

Inovasi yang dilakukan *Japanese Pancake* yakni Inovasi produk merupakan langkah inovatif yang dilakukan oleh produsen *pancake*, di mana produsen dituntut agar dapat terus mengembangkan produsen *pancake*, di mana produsen dituntut agar dapat terus mengembangkan produknya, salah satunya dalam menambah varian rasa, tekstur *pancake* dibuat lebih lembut, aroma yang enak serta *packing* yang lebih menarik yang sesuai dengan kebutuhan para konsumen. Berikut tabel varian rasa pada *Japanese Pancake* yaitu sebagai berikut:

Tabel 2. Varian Rasa dan Harga *Japanese Pancake* Kota Pontianak

No	Rasa	Harga
1.	Souffle Mactha	Rp. 25.000
2.	Souffle Tiramisu	Rp. 25.000
3.	Souffle Choco	Rp. 25.000
4.	Souffle Brulee	Rp. 25.000
5.	Souffle Strawberry	Rp. 25.000
6.	Souffle Taro	Rp. 25.000
7.	Souffle Cheese	Rp. 25.000
8.	Souffle Oreo	Rp. 25.000
9.	Souffle Cappuccino	Rp. 25.000

Sumber: *Japanese Pancake*, 2022

Berdasarkan dari tabel 2 diketahui bahwa Inovasi yang dilakukan *Japanese Pancake* yaitu diimplementasikan pada varian rasa yang berbeda beda, serta *packing* yang menarik, bersih dan harga *pancake* yang sama rata. Hal ini dilakukan sebagai tujuan dari adanya inovasi yakni sebagai peningkatan kualitas dan menciptakan pasar baru, serta untuk peningkatan penjualan

perusahaan. Peningkatan penjualan merupakan salah satu hal rutin yang harus dilakukan oleh perusahaan. Meskipun penjualan perusahaan sudah baik, peningkatan penjualan adalah target setiap perusahaan.

Selain inovasi yang dilakukan oleh perusahaan terhadap produknya, untuk memenuhi keinginan konsumen agar tidak menimbulkan kekhawatir dalam menggunakan produk, perusahaan juga perlu memberitahukan manfaat produk dan cara penggunaannya, sebagaimana diatur dalam UU nomor 33 tahun 2014 tentang jaminan produk halal khususnya untuk produk pangan dan kosmetik, perusahaan harus mencantumkan keterangan-keterangan yang berhubungan dengan produk.

Indonesia merupakan masyarakat yang mayoritasnya beragama Islam. Berkait dengan hal ini, yang diperhatikan bagi seorang muslim adalah untuk memenuhi persyaratan sahnya sholat yaitu suci dari najis. Label halal pun menjadi kunci yang mempengaruhi konsumen dalam memutuskan membeli atau tidak suatu produk. Islam mengajarkan untuk memperhatikan kualitas dan keberadaan produk. Islam melarang jual beli suatu produk yang belum jelas bagi pembeli. Al-Quran juga telah menerangkan terkait penggunaan barang-barang halal, yang tercantum pada ayat berikut.

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Hai sekalian manusia! Makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kau mengikuti langkah-langkah setan; karena sesungguhnya setan itu adalah musuh yang nyata bagimu.

*Japanese Pancake* merupakan salah satu produk makanan yang mengadopsi nama dari negara asing yakni negara Jepang. Jepang merupakan negara yang dominan dengan umat yang tidak memiliki tuhan. Sehingga apa saja boleh dikonsumsi asal menurut masyarakatnya itu baik. Sebagai umat muslim yang taat akan agama yang dianut yakni Islam, sudah menjadi sewajarnya untuk konsumen tersebut harus teliti akan apa yang ingin dikonsumsi. *Japanese Pancake* merupakan makanan olahan yang sangat memperhatikan kehalalannya, karena menurut produsennya kehalalan menjadi salah satu faktor yang menentukan pelanggan tersebut membeli produk dari *Japanese Pancake*. Kemudian *Japanese Pancake* juga memiliki varian rasa yang bervariasi serta diiringi dengan produk yang halal, sehingga diharapkan dapat kedua faktor tersebut mampu mempengaruhi loyalitas pelanggan khususnya yang ada di Kota Pontianak.

## 2. Kerangka Teori

### a. Inovasi Produk

Inovasi produk adalah gabungan dari berbagai macam proses yang saling mempengaruhi antara yang satu dengan yang lain. Inovasi produk merupakan pengetahuan produk baru, yang seringkali dikombinasikan dengan hal baru untuk membentuk metode produksi yang tidak diketahui (Harahap, 2019:91). Inovasi diartikan sebagai kemampuan menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan (*innovation is the ability to apply*



*creative solutions to those problems and opportunities to enhance or to enrich people's live*) (Trustorini, 2019:49).

b. Labelisasi Halal

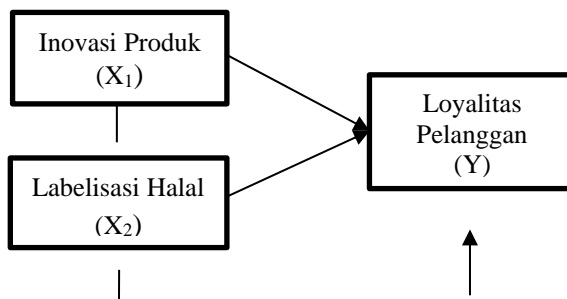
Label sebagai bagian dari sebuah barang yang berupa keterangan tentang produk tersebut. Label halal merupakan pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal. Label juga bisa menggambarkan beberapa hal tentang produk seperti siapa yang membuatnya, di mana produk itu dibuat, kapan produk itu dibuat, jika produk seperti makanan ada tanggal batas konsumsi, kandungannya, cara pemakaiannya dan bagaimana menggunakan produk itu dengan aman (Yuniadi, 2021:65). Labelisasi halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal, di Indonesia lembaga yang diberi wewenang oleh Pemerintah dalam proses sertifikasi halal adalah Majelis Ulama Indonesia (MUI) (Susi dan Roring, 2018:85).

c. Loyalitas Pelanggan

Loyalitas yaitu derajat sejauh mana seorang pelanggan menunjukkan perilaku pembelian berulang dari suatu penjualan produk, memiliki suatu desposisi atau kecenderungan sikap positif terhadap penjualan produk, dan hanya mempertimbangkan untuk membeli produk ini pada saat muncul kebutuhan tersebut datang. Loyalitas adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih (Yuniadi, 2021:44). Loyalitas pelanggan ialah sebagai suatu ukuran kesetiaan dari pelanggan dalam menggunakan suatu merek produk atau merek jasa pada kurun waktu tertentu pada situasi di mana banyak pilihan produk ataupun jasa yang dapat memenuhi kebutuhannya dan pelanggan memiliki kemampuan mendapatkannya (Muhammad, 2018:81).

d. Hipotesis Penelitian

Hipotesis dapat didefinisikan sebagai jawaban sementara yang kebenarannya masih harus diuji. Hipotesis pada penelitian ini diterangkan dalam bentuk kerangka konseptual. Kerangka konseptual dalam penelitian ini adalah sebagai berikut (Suharjo, 2018:37).



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

Keterangan:

X<sub>1</sub> : Inovasi Produk

X<sub>2</sub> : Labelisasi Halal

Y : Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan dari kerangka konseptual di atas, hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

H<sub>1</sub>: Inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada *Japanese Pancake* di Kota Pontianak.

H<sub>2</sub>: Labelisasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada *Japanese Pancake* di Kota Pontianak.

H<sub>3</sub>: Inovasi produk dan labelisasi halal berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada *Japanese Pancake* di Kota Pontianak.

### 3. Metodologi

Pendekatan penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Kemudian jenis penelitian ini menggunakan penelitian asosiatif. Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Kota Pontianak tepatnya di Jl.Tanjung Raya 2 dengan objek penelitian yakni pelanggan pada *Japanese Pancake*. Waktu yang digunakan pada dalam penulisan skripsi ini dari November 2022-Mei 2023.

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pelanggan pada *Japanese Pancake* Kota Pontianak. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini dengan menggunakan metode *accidental sampling*. Karena jumlah populasi besar dan peneliti mempunyai keterbatasan dana, tenaga dan waktu maka peneliti menentukan jumlah sampel sebanyak 100 responden atau pelanggan yang ada di *Japanese Pancake* Kota Pontianak.

Teknik analisis data pada penelitian ini terdiri dari analisis deskriptif, uji instrumen data (uji validitas dan uji realibilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas). Kemudian yang terakhir analisis regresi linear berganda (uji parsial, uji simultan, dan uji koefisien determinasi).

### 4. Hasil dan Pembahasan

#### a. Hasil Penelitian

##### 1) Karakteristik Responden

Responden yang berusia antara 21-30 tahun adalah yang paling dominan yakni sebesar 51 pelanggan atau dipersentasekan yaitu sebesar 51%. Kemudian untuk responden perempuan adalah yang paling dominan sebanyak 56 pelanggan dengan persentase sebesar 56%. Rata-rata responden memiliki tingkat pendidikan yang paling dominan adalah SMA yaitu sebanyak 41 pelanggan atau dipersentasekan sebesar 41%. Selanjutnya rata-rata responden memiliki pekerjaan paling dominan adalah sebagai mahasiswa yaitu sebanyak 47 pelanggan atau dipersentasekan sebesar 47%.

##### 2) Uji Instrumen Penelitian

Seluruh item pertanyaan pada setiap variabel inovasi produk, labelisasi halal, dan loyalitas pelanggan memiliki keterangan valid, karena seluruh item dari variabel tersebut menunjukkan  $r$  hitung > dari  $r$  tabel dengan nilai  $r$  tabel sebesar 0,2028. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel uji validitas sebagai berikut.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	R Tabel	R Hitung	Keterangan
Inovasi Produk (X <sub>1</sub> )	X <sub>1.1</sub>	0,1966	0,516	Valid
	X <sub>1.2</sub>	0,1966	0,601	Valid
	X <sub>1.3</sub>	0,1966	0,591	Valid
	X <sub>1.4</sub>	0,1966	0,492	Valid
	X <sub>1.5</sub>	0,1966	0,542	Valid
	X <sub>1.6</sub>	0,1966	0,400	Valid
	X <sub>1.7</sub>	0,1966	0,417	Valid
	X <sub>1.8</sub>	0,1966	0,455	Valid
Labelisasi Halal (X <sub>2</sub> )	X <sub>2.1</sub>	0,1966	0,400	Valid
	X <sub>2.2</sub>	0,1966	0,674	Valid
	X <sub>2.3</sub>	0,1966	0,544	Valid
	X <sub>2.4</sub>	0,1966	0,728	Valid
	X <sub>2.5</sub>	0,1966	0,711	Valid
	X <sub>2.6</sub>	0,1966	0,663	Valid
	X <sub>2.7</sub>	0,1966	0,501	Valid
	X <sub>2.8</sub>	0,1966	0,561	Valid
Loyalitas Pelanggan (Y)	Y.1	0,1966	0,704	Valid
	Y.2	0,1966	0,654	Valid
	Y.3	0,1966	0,611	Valid
	Y.4	0,1966	0,644	Valid
	Y.5	0,1966	0,560	Valid
	Y.6	0,1966	0,579	Valid

Sumber: Data diolah Tahun 2023

Kemudian diketahui bahwa item dari masing-masing variabel inovasi produk, labelisasi halal, dan loyalitas pelanggan dalam penelitian ini memiliki nilai *cronbach alpha* > 0,6. Data ini menunjukkan bahwa keseluruhan variabel dalam penelitian ini adalah reliabel, yang berarti bahwa jawaban responden terhadap pertanyaan dapat konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel uji reliabilitas sebagai berikut.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel Penelitian	Nilai <i>Alpha</i>	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Inovasi Produk (X <sub>1</sub> )	0,6	0,660	Reliabel
Labelisasi Halal(X <sub>2</sub> )	0,6	0,735	Reliabel
Loyalitas Pelanggan (Y)	0,6	0,687	Reliabel

Sumber: Data diolah Tahun 2023

3) Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas pada penelitian ini diketahui bahwa nilai *sign* bernilai lebih dari 0,05 yaitu sebesar 0,090, sehingga data pada penelitian ini berdistribusi dengan normal. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel uji normalitas sebagai berikut.

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,81816816
Most Extreme Differences	Absolute	,083
	Positive	,060
	Negative	-,083
Test Statistic		,083
Asymp. Sig. (2-tailed)		,090 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.  
b. Calculated from data.  
c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data diolah Tahun 2023

Kemudian untuk uji linearitas pada penelitian ini diketahui bahwa nilai *deviation from linearity* menunjukkan angka lebih besar dari 0,05 yakni 0,599. Hal ini memberikan makna bahwa terjadi hubungan yang linear antara inovasi produk dengan loyalitas pelanggan. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel uji linearitas sebagai berikut.

Tabel 6. Hasil Uji Linearitas Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan

		ANOVA Table				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Loyalitas Pelanggan * Inovasi Produk	(Combined) Linearity	150,171	9	16,686	5,328	,000
	Between Groups	76,898	1	76,898	24,557	,000
	Deviation from Linearity	73,273	8	9,159	2,925	,599
	Within Groups	281,829	90	3,131		
	Total	432,000	99			

Sumber: Data diolah Tahun 2023

Selanjutnya untuk nilai *deviation from linearity* menunjukkan angka lebih besar dari 0,05 yakni 0,393. Hal ini memberikan makna bahwa terjadi hubungan yang linear antara labelisasi halal dengan loyalitas pelanggan. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel uji linearitas sebagai berikut.

Tabel 7. Hasil Uji Linearitas Labelisasi Halal Terhadap Loyalitas Pelanggan

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Loyalitas Pelanggan * Labelisasi Halal	Between Groups	(Combined) Linearity	117,867	11	10,715	3,002	,002
		Linearity Deviation	79,644	1	79,644	22,311	,000
	Within Groups	from Linearity	38,223	10	3,822	1,071	,393
		Total	314,133	88	3,570		
			432,000	99			

Sumber: Data diolah Tahun 2023

Kemudian untuk uji multikolinearitas pada penelitian ini diketahui bahwa semua variabel bebas mempunyai nilai *tolerance* di atas 0,1 dan nilai VIF di bawah 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa regresi tidak terjadi multikolinearitas. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel uji multikolinearitas sebagai berikut.

Tabel 8. Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Coefficients <sup>a</sup>				Collinearity Statistics		
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
(Constant)	10,354	3,304		3,134	,002		
1 Inovasi Produk	,274	,100	,277	2,727	,008	,755	1,324
Labelisasi Halal	,200	,070	,292	2,872	,005	,755	1,324

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: Data diolah Tahun 2023

Terakhir untuk uji heteroskedastisitas pada penelitian ini bahwa hasil uji *glejser* di atas dapat diartikan bahwa di dalam analisis regresi tidak terdapat gejala heteroskedastisitas. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai signifikansi untuk variabel inovasi produk sebesar 0,440 dan labelisasi halal sebesar 0,600 kedua variabel tersebut memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel uji heteroskedastisitas sebagai berikut.

Tabel 9. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3,952	1,980		1,996	,049
Inovasi					
1 Produk	-,047	,060	-,090	-,776	,440
Labelisasi					
Halal	-,022	,042	-,061	-,526	,600

a. Dependent Variable: Abs\_RES

Sumber: Data diolah Tahun 2023

#### 4) Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis pada penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan beberapa uji diantaranya uji parsial (uji t), uji simultan (uji f), dan uji koefisien determinasi ( $r^2$ ).

Uji parsial (uji t) dilakukan untuk melihat seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan pada uji t ini yakni dengan melihat nilai signifikansi. Kemudian untuk  $H_a$  diterima apabila nilai signifikansi  $< 0,05$  (Ghozali, 2013:42).

Tabel 10. Hasil Uji Parsial (Uji T)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	10,354	3,304		3,134	,002
Inovasi					
1 Produk	,274	,100	,277	2,727	,008
Labelisasi					
Halal	,200	,070	,292	2,872	,005

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: Data diolah Tahun 2023

Berdasarkan dari tabel 10 di atas dapat disimpulkan bahwa.

Inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dapat dilihat pada nilai signifikan pada bagian inovasi produk menunjukkan nilai signifikan sebesar 0,008 lebih kecil dari 0,05. Kemudian pada kolom *unstandardized coefficients* kolom B pada bagian inovasi produk menunjukkan nilai positif yakni sebesar 0,274 hal ini memberi arti bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Labelisasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dapat dilihat pada nilai signifikan pada bagian labelisasi halal menunjukkan nilai signifikan sebesar 0,005 lebih kecil dari 0,05. Kemudian pada kolom *unstandardized coefficients* kolom B pada bagian labelisasi halal menunjukkan nilai positif yakni sebesar 0,200 hal ini memberi arti bahwa labelisasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Uji F atau uji koefisien regresi secara serentak digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama atau serentak terhadap variabel dependen.

Tabel 11. Hasil Uji Parsial (Uji F)

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	104,732	2	52,366	15,521	,000 <sup>b</sup>
Residual	327,268	97	3,374		
Total	432,000	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Labelisasi Halal, Inovasi Produk

Sumber: Data diolah Tahun 2023

Berdasarkan dari tabel 11 di atas diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 nilai tersebut kurang dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa inovasi produk dan labelisasi halal secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Nilai koefisien determinasi dalam penelitian ini adalah antara nol (0) dan satu (1). Nilai R<sup>2</sup> pada penelitian ini dilihat pada nilai *adjusted r square* karena analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Jika nilai *adjusted r square* mendekati 1 maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat itu kuat, kemudian jika nilai *adjusted r square* mendekati 0 maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat itu lemah (Ferdinand, 2018:43). Koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 5 sebagai berikut.

Tabel 12 Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,492 <sup>a</sup>	,542	,577	1,837

a. Predictors: (Constant), Labelisasi Halal, Inovasi Produk  
 b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: Data diolah Tahun 2023

Berdasarkan tabel 12 di atas diperoleh informasi bahwa nilai *adjusted r square* adalah sebesar 0,577. Nilai tersebut menunjukkan angka yang mendekati 1 yang artinya variabel bebas dalam penelitian ini memiliki pengaruh yang kuat terhadap variabel terikat. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel inovasi produk dan labelisasi halal dalam menjelaskan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan adalah sebesar 0,577 atau 57,7%, sedangkan sisanya sebesar 42,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti. Adapun faktor-faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen antara lain kualitas produk, harga, dan promosi (Dharmamesta, 2018:43).

b. Pembahasan Data

1) Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan uji parsial (uji t) diketahui bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dapat dilihat pada nilai signifikan pada nilai signifikan pada bagian inovasi produk menunjukkan nilai signifikan sebesar 0,008 lebih kecil dari 0,05. Kemudian pada kolom *unstandardized coefficients* kolom B pada bagian inovasi produk menunjukkan nilai positif yakni sebesar 0,274 hal ini memberi arti bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Inovasi produk adalah inovasi yang digunakan dalam keseluruhan operasi perusahaan di mana sebuah produk baru diciptakan dan dipasarkan, termasuk inovasi disegala proses fungsional atau kegunaannya. Pentingnya inovasi produk berdampak pada pelanggan khususnya kepuasan dan loyalitas pelanggan semakin baik inovasi produk maka pelanggan akan puas dan loyal dengan produk yang dikeluarkan oleh perusahaan. Jika inovasi produk yang dimiliki beragam maka pelanggan dapat memilih dan membandingkan produk-produk yang dia inginkan. Kemudian dengan begitu dapat disimpulkan adanya kesesuaian antara inovasi produk akan membuat pelanggan menjadi loyal.

Berdasarkan dari pengamatan sebelumnya yang telah dilakukan oleh peneliti, diketahui bahwa inovasi yang dilakukan *Japanese Pancake* yaitu dimplementasikan pada varian rasa yang berbeda beda, serta *packing* yang menarik, bersih dan harga *pancake* yang sama rata. Hal ini dilakukan



sebagai tujuan dari adanya inovasi yakni sebagai peningkatan kualitas dan menciptakan pasar baru, serta untuk peningkatan penjualan perusahaan. Peningkatan penjualan merupakan salah satu hal rutin yang harus dilakukan oleh perusahaan. Sehingga dengan adanya inovasi produk berupa varian rasa yang berbeda beda, serta *packing* yang menarik, bersih dan harga *pancake* yang sama rata membuat pelanggan merasa puas, dan menimbulkan rasa loyal terhadap produk dari *Japanese Pancake* di Kota Pontianak.

## 2) Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan uji parsial (uji t) diketahui bahwa variabel labelisasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dapat dilihat pada nilai signifikan pada bagian labelisasi halal menunjukkan nilai signifikan sebesar 0,005 lebih kecil dari 0,05. Kemudian pada kolom *unstandardized coefficients* kolom B pada bagian labelisasi halal menunjukkan nilai positif yakni sebesar 0,200 hal ini memberi arti bahwa labelisasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa labelisasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Labelisasi halal merupakan sesuatu yang wajib dimiliki oleh setiap produk terlebih khusus produk makanan *Japanese Pancake* di Kota Pontianak, mengingat bahwa sebagian besar masyarakat di Kota Pontianak adalah muslim. Kemudian dalam agama Islam tidak dianjurkan untuk mengkonsumsi atau menggunakan produk-produk yang tidak halal, maka dari itu pelanggan dari produk *Japanese Pancake* di Kota Pontianak memilih produk yang menerangkan bahwa makanan tersebut aman dan halal untuk dikonsumsi.

Pemberian label halal akan membuat pelanggan muslim merasa aman dalam mengkonsumsi produk *Japanese Pancake* di Kota Pontianak. Selain itu label halal juga membuat pelanggan mendapatkan jaminan bahwa produk *Japanese Pancake* di Kota Pontianak tidak mengandung sesuatu yang tidak halal. Maka dari itu pihak *Japanese Pancake* di Kota Pontianak harus terus mempertahankan kehalalan setiap produk makanannya, karena labelisasi halal mampu membuat pelanggan muslim produk *Japanese Pancake* di Kota Pontianak yakin untuk terus melakukan pembelian ulang.

## 3) Pengaruh Inovasi Produk dan Labelisasi Halal Secara Simultan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan dari hasil uji simultan (uji f) diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 nilai tersebut kurang dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa inovasi produk dan labelisasi halal secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Inovasi produk yang dilakukan oleh *Japanese Pancake* di Kota Pontianak sudah tergolong tinggi sehingga hal tersebut membuat pelanggan dari *Japanese Pancake* di Kota Pontianak merasa puas dan akan berdampak terhadap pembelian secara berulang oleh pelanggan atau dengan kata lain pelanggan dari *Japanese Pancake* di Kota Pontianak loyal terhadap *Japanese Pancake* di Kota Pontianak. Kemudian tidak hanya inovasi produk yang

dapat mempengaruhi loyalitas dari pelanggan khususnya pelanggan *Japanese Pancake* di Kota Pontianak, namun juga dari labelisasi halal yang terdapat pada produk *Japanese Pancake* di Kota Pontianak.

*Japanese Pancake* di Kota Pontianak sangat memperhatikan tingkat kehalalannya baik dari segi peralatan maupun dari segi bahan-bahan yang terdapat pada *Japanese Pancake* di Kota Pontianak. Kemasan yang terdapat pada produk *Japanese Pancake* di Kota Pontianak sangat jelas akan keterangan halal. Tentunya hal ini akan menjadi salah satu faktor yang membuat pelanggan *Japanese Pancake* di Kota Pontianak loyal terutama bagi pelanggan muslim. Sehingga dapat disimpulkan bahwa inovasi produk yang dilakukan oleh *Japanese Pancake* di Kota Pontianak, serta diiringin dengan labelisasi halal yang terdapat pada kemasan *Japanese Pancake* di Kota Pontianak akan menjadikan pelanggan dari *Japanese Pancake* di Kota Pontianak menjadi loyal.

## 5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dijelaskan di bab sebelumnya, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah.

Inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dapat dilihat pada nilai signifikan pada bagian inovasi produk menunjukkan nilai signifikan sebesar 0,008 lebih kecil dari 0,05. Kemudian pada kolom *unstandardized coefficients* kolom B pada bagian inovasi produk menunjukkan nilai positif yakni sebesar 0,274 hal ini memberi arti bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan  $H_1$  diterima.

Labelisasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dapat dilihat pada nilai signifikan pada bagian labelisasi halal menunjukkan nilai signifikan sebesar 0,005 lebih kecil dari 0,05. Kemudian pada kolom *unstandardized coefficients* kolom B pada bagian labelisasi halal menunjukkan nilai positif yakni sebesar 0,200 hal ini memberi arti bahwa labelisasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan  $H_2$  diterima.

Kemudian pada uji secara simultan diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 nilai tersebut kurang dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa inovasi produk dan labelisasi halal secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dan  $H_3$  diterima.

Berdasarkan kesimpulan yang diuraikan di atas, dapat diberikan beberapa rekomendasi atau saran terutama bagi *Japanese Pancake* di Kota Pontianak diharapkan lebih giat lagi dalam melakukan inovasinya agar pelanggan tidak merasa jenuh terhadap varian produk yang ada saat ini. Kemudian *Japanese Pancake* di Kota Pontianak harus tetap konsisten dalam mempertahankan labelisasi halal yang tertera pada kemasan produknya. kedua faktor tersebut apabila dapat ditangani dengan baik maka akan dapat menanamkan rasa loyalitas pelanggan terhadap produk dari *Japanese Pancake* di Kota Pontianak. Kemudian saran berikutnya bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian yang serupa dengan penelitian ini. peneliti selanjutnya sebaiknya melakukan penelitian serupa namun sektor yang berbeda dan dengan jumlah sampel yang lebih banyak lagi, sehingga mampu memperkuat hasil penelitian-

penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Peneliti selanjutnya sebaiknya menambah variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan seperti harga, promosi, emosional, dan lain-lain.

### Daftar Pustaka

#### Artikel Jurnal:

Caesar, dkk. (2018). Pengaruh Inovasi Produk, Harga, *Brand Image*, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Sepeda Motor Vespa di Kota Denpasar. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*. Vol. 17 No. 1.

Dharmmesta, B. S. (2018). Loyalitas pelanggan: Sebuah kajian konseptual sebagai panduan bagi peneliti. *Jurnal ekonomi dan bisnis Indonesia*, 14(3).

Harahap, Dian. (2018). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Konsumen pada Restoran Solaria Cabang Medan Aksara. *Proceeding PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur dan Sipil)*. Vol.5, No.3.

Juliansyah, Toni. (2018). Pengaruh Labelisasi Halal, Citra Merek, dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan KFC Cabang Kota Palembang. *Jurnal Ilmiah*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang.

Rahmad, Yuniadi. (2021). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Loyalitas Pelanggan Kosmetik di *Outlet Toserba Laris Kartasura*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 6. NO. 2.

#### Buku:

Ali, Muhammad. (2018). *Memahami Riset Perilaku*. Jakarta: Bumi. Aksara.

Anatan, Lina dan Lena Ellitan. (2019). *Manajemen Inovasi (Transformasi Menuju Organisasi Kelas Dunia)*. Bandung: CV. Alfabeta.

Drucker. (2019). *Innovation and Entrepreneurship Principles and Practices*. Classic Drucker Edition.

Ferdinand, (2018). *Metode Penelitian Manajemen*, Badan. Penerbit. Universitas Diponegoro Semarang.

Fontana, Avanti. (2020). *Innovate We Can!*. Bekasi: Cipta Inovasi Sejahtera.

Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: BPUD.

Hasan, Ali. (2020). *Marketing*. Bandung: Ghalia Indonesia.

Husein, Umar. (2020). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.

- Mastuti Aksa. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Setiyaningrum, A. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharjo. (2018). *Analisis Regresi Terapan dengan SPSS*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tjiptono, Fandy. (2018). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Trustorini, Dadang. (2019). *Relationship Marketing: Strategi Menciptakan Keunggulan Bersaing*. Yogyakarta: Ekuilibria.
- Skripsi/Tesis/Disertasi:
- Abd, Hasib dan Dian Ketinting. (2020). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap loyalitas Konsumen dalam Mengkonsumsi Makanan Ringan di UNESA Ketinting. *Skripsi*. UNESA. Vol.3, No.1.
- Budi, Setia. (2018) "Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk, dan *Brand Image* Terhadap Loyalitas Pelanggan *Smartphone* Oppo di Surabaya". *Skripsi*: STAIN Ponorogo.
- Nurkholik. (2018). Pengaruh *Celebrity Endorser* dan Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Konsumen pada Produk Ponds di Kota Makassar. *Skripsi*. Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Rinda, Yuliza. (2018) "Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk, dan Inovasi Terhadap Loyalitas Konsumen Mobil Avanza di Kabupaten Pasaman Baru". *Skripsi*: Universitas Negeri Malang.
- Sitorus, Achmad. (2019). Analisis Labelisasi Halal Terhadap Loyalitas Konsumen pada Makanan Cap Cai Ahong di Kota Tanjung Balai. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar.
- Susi, dan Roring, Hidayat. (2018). Pengaruh Labelisasi Halal, Harga, *Brand Image*, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Kosmetik Wardah di Manado. *Skripsi*: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. (2018). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Trustorini, Dadang. (2019). *Relationship Marketing: Strategi Menciptakan Keunggulan Bersaing*. Yogyakarta: Ekuilibria.



Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah (JKUBS)  
Vol. 2 No. 1 Juni 2023  
p-issn: 2745-4470 e-issn: 2745-6315  
Web: <https://e-journal.iainptk.ac.id/index.php/jkubs>  
DOI: <https://doi.org/10.24260/jkubs.v2i1.900>



## IMPLEMENTASI SISTEM KEMITRAAN DAN BAGI HASIL PADA MODEL BISNIS APLIKASI GOJEK

Rahmat Guna Wijaya  
IAIN Pontianak  
[rahmatraystar@gmail.com](mailto:rahmatraystar@gmail.com)

### ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang semakin meluas menyebabkan terjadinya ekonomi disruptif, salah satunya pada salah satu model bisnis aplikasi penyedia layanan transportasi secara online dalam ekonomi digital yang dikenal dengan aplikasi Go Jek. Bisnis Go Jek mengembangkan layanan transportasi dengan sistem kemitraan dan bagi hasil yang sesuai dengan konsep bagi hasil dalam ekonomi syariah yakni mudharabah dan musyarakah

**Kata kunci** : ekonomi digital, prinsip bagi hasil, ekonomi syariah, mudharabah, musyarakah

### ABSTRACT

*The increasingly widespread development of technology has led to a disruptive economy, one of which is in one of the online transportation service provider application business models in the digital economy known as the Go Jek application. The Go-Jek business develops transportation services with a partnership system and profit sharing in accordance with the concept of profit sharing in the Islamic economy, namely mudharabah and musyarakah.*

**Keyword** : digital economy, profit and lost sharing, Islamic economic, mudhrabah, musyarakah

### 1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin meluas menyebabkan terjadinya ekonomi disruptif<sup>1</sup>. Ekonomi disruptif adalah kondisi dimana teknologi mampu memutus rantai perekonomian yang awalnya panjang menjadi semakin pendek.

---

<sup>1</sup> Rhenald Kasali, *Disruption* (Jakarta:PT. Gramedia,2017) hal.34

Pandangan lama bahwa memiliki bisnis yang besar harus memiliki aset lengkap, terbantahkan dengan berbagai inovasi teknologi yang mampu membuat biaya produksi semakin murah akibat biaya tetap yang semakin berkurang dengan ketiadaan aset.

Menurut Paramadita (2020) Gojek adalah salah satu contoh perusahaan aplikasi, di Indonesia yang tidak memiliki aset kendaraan satu pun mampu unggul bersaing dengan perusahaan taksi besar dan pemain lama di bisnis transportasi dengan jumlah pasar yang besar. Adapun model bisnis Gojek menggunakan skema *ride hailing* atau jasa transportasi yang menggunakan *platform* online, seperti aplikasi di *smartphone* yang menghubungkan antara penumpang dengan pengemudi. Pengguna *ride hailing* harus menentukan tujuan dan kemudian memesan kendaraan beserta dengan pengemudinya sebelum melakukan perjalanan.

*Ride hailing* adalah sesuatu hal yang memudahkan seseorang dalam bentuk aplikasi untuk "memanggil" atau meminta pengemudi lokal untuk menjemput mereka dan membawanya langsung ke lokasi tertentu. Berdasarkan penelitian *Shared Mobility: Current Practices And Guiding Principles, Ride Hailing* didefinisikan sebagai layanan mobilitas berdasarkan permintaan di mana pengemudi kendaraan pribadi terhubung dengan pengendara yang meminta perjalanan tertentu.<sup>2</sup>

Di abad ini kita hidup di era konsumtif yang terbuka untuk digunakan bersama, saling berbagi dan tak harus dimiliki untuk memulai usaha. Anda bisa saling memanfaatkan sumber daya". Ambil contoh Perusahaan Go Jek yang cukup fenomenal karena memiliki tukang ojek sebagai mitra usaha sampai akhir tahun 2021 sebanyak 2,5 juta driver dan mitra usaha dan diunduh oleh 190 juta pelanggan di Indonesia tetapi tidak memiliki satupun motor maupun mobil yang menjadi aset perusahaan.<sup>3</sup>

Ini dapat kita lihat bahwa dalam kenyataannya kendaraan yang digunakan untuk menjalankan usaha adalah milik pribadi masing-masing *driver* bukan milik perusahaan, sedangkan prinsip usaha yang dijalankan berpedoman pada prinsip bagi hasil dimana perusahaan Gojek dibawah naungan PT. Aplikasi Karya Anak Bangsa berperan sebagai penyedia jasa aplikasi dalam jaringan dan penyedia informasi yang menghubungkan antara *driver* (tukang ojek) dengan konsumen yang membutuhkan jasa transportasi baik itu motor dan mobil dengan porsi bagi hasil.

Jika kita menilik prinsip kerjasama bagi hasil antara Gojek dan drivernya sangat mirip dengan prinsip syariah dalam ekonomi Islam yakni prinsip *musyarakah* atau yang sering dikenal dengan istilah *profit and loss sharing* (PLS) adalah dua

---

<sup>2</sup> dikutip dari jurnal *The Sharing Economy and the Job Market: The Case of Ride-Hailing Drivers in Chile, 2021* platform ride-hailing menentukan tarif perjalanan, yang diketahui sebelumnya dan diterima oleh penumpang dan pengemudi.

<sup>3</sup> Rhenald Kasali, *Disruption* (Jakarta:PT. Gramedia,2017) hal.22

model perkongsian yang direkomendasikan dalam Islam karena bebas dari sistem riba.

Dalam tulisan ini penulis mencoba mengkaji dan menganalisa penerapan implementasi konsep syirkah dalam Kerjasama kemitraan Driver Gojek di Indonesia. Dalam bahasa Arab, kata syirkah berasal dari kata syarika (fi'il madhi), yashruku (fi'il mudhari') syarikan/syirkatan/syarikatan (masdar/kata dasar); artinya menjadi sekutu atau syarikat<sup>4</sup> Pelaksanaan syirkah ini juga telah terdapat dalam Hukum Ekonomi Syariah pasal 20 yakni sebagai "kerjasama antara dua orang atau lebih dalam hal permodalan, keterampilan atau kepercayaan dalam usaha tertentu dalam pembagian keuntungan berdasarkan nisbah yang telah disepakati oleh pihak-pihak yang berserikat

*Musyarakah* secara etimologi berasal dari bahasa Arab yang diambil dari kata *syaraka* yang bermakna bersekutu, meyetujui, sedangkan menurut istilah, *musyarakah* adalah akad kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana (amal/expertise) dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan resiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan. *Musayarakah* akad tercipta dengan cara kesepakatan dimana dua orang atau lebih setuju bahwa tiap orang dari mereka memberikan modal *musyarakah*. Mereka pun sepakat membagi keuntungan dan kerugian.<sup>5</sup>

Menurut Lewis dalam Syahroni (2011:3) *Musyarakah* akad terbagi menjadi : *al-'inan*, *al-mufawwadhah*, *al-a'mal*, *al-wujuh*, dan *al-mudharabah*. Para ulama berbeda-beda pendapat tentang *al-mudharabah*, apakah ia termasuk jenis *musyarakah* atau bukan. Beberapa ulama menganggap *al-mudharabah* termasuk kategori *musyarakah* karena memenuhi rukun dan syarat sebuah akad (kontrak) *musyarakah*. Adapun ulama lain menganggap *al-mudharabah* tidak termasuk sebagai *musyarakah*.<sup>6</sup>

Hasil kajian tim peneliti Badan Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Kementerian Komunikasi Dan Informatika Republik Indonesia menggambarkan perubahan bisnis pada sektor transportasi di Indonesia pada tahun 2016 dalam gambar sebagaimana berikut :

---

<sup>4</sup> Pendapat An Nabhani dalam Imelda Rahma.2020. Fimela.com.17 Agsutsus 2020

<sup>5</sup> Muhammad Syafi'I Antonio, *op.cit.*, hlm. 90. Lihat juga Ibnu Rusyd, *Bidayatul Mujtahid, Analisa Fiqih Para Mujtahid, Jilid III*, (Jakarta: Pustaka Amani, 2007), Hal. 143.

<sup>6</sup> Lewis, Mervvyn, Latifa Algaoud, (2004) *Perbankan Syariah: Prinsip, Praktek, dan Prospek*, Jakarta, PT. Serambi Ilmu Semesta, cet. II, 2004.

**Gambar 1**  
**Perubahan Model Bisnis Transportasi di Era Ekonomi Digital**

Transaksi Informasi		
Old Model	Existing	Future Model
<b>Jenis Informasi</b> - Rute/Destinas - Tarif Transportasi <b>Cara Order</b> - Datang Langsung - Call Center - Agen Perjalanan <b>Sumber Informasi</b> - Station - Pool - Perusahaan penyedia jasa transportasi	<b>Jenis Informasi</b> - Identitas driver dan jenis kendaraan - Tracking lokasi - Tarif transportasi <b>Cara Order</b> - Mobile Apps <b>Sumber Informasi</b> - Media perusahaan - Call center, website - Iklan.promosi	<b>Jenis Informasi</b> - Lokasi realtime seluruh jenis transportasi termasuk motor, mobil bis,kereta api,pesawat berdasarkan GPS <b>Sumber Informasi Dan Cara Order</b> - Website, mobile apps - Integrated orders
Transaksi Jasa		
Old Model	Existing	Future Model
Transaksi Finansial		
Existing	Future Model	Existing
Metode Pembayaran -Uang Tunai	Metode Pembayaran -Tunai dan Non Tunai (ATM Transfer, Kartu Kredit, Mobile Banking dan E-Money)	Metode Pembayaran -Tunai dan Non Tunai (ATM Transfer, Kartu Kredit, Mobile Banking dan E-Money) -Pembayaran layanan intermodal pembayaran 1 kali untuk berbagai macam sarana transportasi.

Sumber: Badan Penelitian dan Pengembangan SDM Kementerian Komunikasi dan Informatika

Berdasarkan hasil penelitian Badan Penelitian dan Pengembangan SDM Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam “Studi Ekonomi Digital Indonesia Sebagai Pendorong Industri Digital Di Masa Depan” ditemukan fakta bahwa telah terjadi perubahan dalam pola bisnis di masa sekarang dan masa depan. Dimana pada zaman dahulu untuk memesan taksi, atau tiket kendaraan umum seperti bis, kereta api dan pesawat, calon penumpang harus pergi ke agen perjalanan atau ke stasiun untuk membeli tiket, akan tetapi saat ini penumpang tidak perlu melakukan



hal tersebut, karena dapat dilakukan secara langsung dimanapun penumpang berada, melalui aplikasi yang terdapat di handphone penumpang tidak memerlukan lagi agen travel, tetapi langsung terhubung ke pemilik kendaraan dan maskapai sehingga informasi jadwal perjalanan, lama waktu perjalanan, biaya, harga dan tipe kendaraan yang ditawarkan langsung dapat diketahui penumpang.

Kemajuan teknologi informasi telah merubah bentuk pasar yang dulu kita kenal sebagai tempat berkumpulnya penjual dan pembeli untuk berinteraksi melakukan tawar menawar harga dengan bertemu langsung di pasar, berubah menjadi bentuk lain dimana penjual dan pembeli tidak harus bertatap muka secara langsung, tetapi dapat melakukan transaksi akad jual beli secara online dimanapun ia berada tanpa terikat jarak dan waktu dengan azas kepercayaan.

## 2. Kajian Literatur

### 2.1 Pandangan Islam Terhadap Jual Beli

Jual beli dalam istilah fiqh disebut dengan *al bai'* yang berarti menjual, mengganti, dan menukar sesuatu dengan yang lain. Lafal *al bai'* dalam bahasa arab البيع terkadang digunakan untuk pengertian lawannya, yakni kata *asyisira* (الشراء).<sup>7</sup> Sedangkan menurut bahasa jual beli berarti menukarkan sesuatu dengan sesuatu (Al-Jaziri,2003,123). Hukum jual beli juga terdapat dalam surah Annisa ayat 29 sebagaimana Firman Allah sebagaimana berikut :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۗ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya :

*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. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.*

Dalam ayat diatas menjelaskan Allah melarang kepada umat Islam memakan harta sesama dengan jalan yang batil, seperti mencuri, korupsi, menipu, merampok dan jalan lain yang tidak dibenarkan Allah, kecuali dengan jalan perniagaan atas dasar suka sama suka. Berkaitan dengan jual beli, Rasulullah SAW pernah ditanya

---

<sup>7</sup> Shobirin, " Jual Beli Dalam Pandangan Islam", Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam.Vol.3 No.2 Desember 2015 hal.240

oleh salah satu sahabatnya mengenai pekerjaan yang baik, maka jawaban beliau ketika itu adalah jual beli. Peristiwa ini sebagaimana dijelaskan dalam hadis:

عَنْ رِفَاعَةَ بْنِ رَافِعٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ سُئِلَ الْكَسْبِ أَفْضَلُ؟ قَالَ: عَمَلُ  
الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ

“Dari Rifa’ah bin Rafi’ ra. Ia berkata, bahwasanya Rasulullah SAW pernah ditanya: Usaha apakah yang paling halal itu (ya Rasulullah)? Maka beliau menjawab, “Yaitu pekerjaan seseorang dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli itu baik.” (HR. Imam Bazzar. Imam Hakim menyatakan shahihnya hadits ini)<sup>8</sup>

Berdasarkan ayat dan hadist diatas dapat kita tarik kesimpulan bahwa jual beli adalah kegiatan yang sudah diatur dalam syariat Islam. Banyak ulama telah sepakat bahwa jual beli diperbolehkan dengan alasan bahwa manusia tidak akan mampu mencukupi kebutuhan dirinya tanpa bantuan orang lain. Namun demikian bantuan atau barang milik orang lain yang dibutuhkannya itu harus diganti sesuai dengan kesepakatan atau dengan alat tukar menukar dengan uang atau yang lainnya. Bisnis yang diperbolehkan oleh Islam adalah bisnis yang menghasilkan pendapatan dan berkah.<sup>9</sup>

Perilaku ekonomi (*economic behavior*) pada hakikatnya berkaitan dengan preferensi manusia dalam berpikir dan bertindak. Sedangkan preferensi manusia itu sendiri sangat bergantung nilai-nilai yang diyakininya, baik secara internal maupun secara eksternal. Sehubungan dengan itu, maka bentuk implementasi ekonomi syariah dalam perilaku ekonomi adalah bagaimana umat Islam menjadikan ekonomi syariah sebagai rujukan dalam berperilaku ekonominya. Bahkan bukan sekadar itu, ekonomi syariah juga menjadi sumber inspirasi dalam pengembangan aktivitas dan sistem perekonomian.<sup>10</sup>

Apakah kegiatan ekonomi yang dilakukan perusahaan penyedia jasa aplikasi Gojek saat ini menggunakan atau mengakomodir prinsip-prinsip syariah penulis coba kaji dan analisa dengan mengambil sampel pada salah satu model bisnis yang menjadi kebutuhan utama manusia di era digital saat ini yaitu pada model bisnis, aplikasi Gojek, salah satu perusahaan yang sangat berkembang di era ekonomi digital saat ini.

<sup>8</sup> Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama,2000) hal.98

<sup>9</sup> Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar,2009) hal.196

<sup>10</sup> Ali Sakti, *Analisis Teoritis Ekonomi Islam: Jawaban atas Kekacauan Ekonomi Modern*, (Jakarta: Paradigma & AQSA-Publishing, 2007), hal. 163.

### 3. Model Bisnis Aplikasi Go Jek

#### 3.1 Analisa Sistem Bisnis Pada Go Jek

##### a. Sejarah Singkat Go Jek

Didirikan oleh Nadiem Makarim pada tahun 2010 di Jakarta dengan nama PT. Aplikasi Karya Anak Bangsa (Gojek) sebagai perusahaan jasa aplikasi transportasi roda dua melalui panggilan telepon, Gojek kini telah tumbuh menjadi *on-demand mobile platform* dan aplikasi terdepan yang menyediakan berbagai layanan lengkap mulai dari transportasi, logistik, pembayaran, layanan antar makanan, dan berbagai layanan *on-demand* lainnya. Gojek mengklaim diri sebagai sebuah perusahaan teknologi berjiwa sosial yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan pekerja di berbagai sektor informal di Indonesia. Kegiatan Gojek bertumpu pada 3 nilai pokok: kecepatan, inovasi, dan dampak sosial.<sup>11</sup>

Berdasarkan data sampai tahun 2022 Aplikasi Gojek telah beroperasi di 167 kota di Indonesia dengan didukung oleh 1,7 juta driver ojek online yang terdaftar dan sekitar 2,5 juta mitra kerjasama penjualan barang dan makanan dengan bentuk layanan utama pada jasa ojek online dan pengantaran barang dan makanan<sup>12</sup>

##### b. Skema Pendapatan dan Bagi Hasil Dalam Gojek

Gojek menerapkan perhitungan bagi hasil 80-20, 80 persen untuk pengemudi (*driver*) dan 20 persen untuk penyedia layanan. Dengan tarif 3000 rupiah per km, maka *driver* Gojek bisa mendapat Rp 2400/km, belum termasuk poin bonus yang bisa diuangkan. Poin ini berasal dari setiap pekerjaan sesuai basis layanan yang ada dalam aplikasi, setiap order pesanan bernilai satu poin. semisal GO Food, GO Send dan sejenisnya. Untuk lebih jelasnya simak tabel-tabel berikut :

**Tabel 1**  
**Skema Dasar Pemberian Poin Dalam Go- Jek**

Perhitungan Poin GO Jek Sesuai Wilayah	
Jabodetabek	Luar Jabodetabek
Rp. 40.000 = 20 Poin	Rp. 40.000 = 20 Poin
Rp. 30.000 = 16 Poin	Rp. 30.000 = 16 Poin
Rp. 25.000 = 14 Poin	Rp. 20.000 = 14 Poin
Rp. 5.000 = 12 Poin	

Sumber : Go Jek.com

Selain dengan skema bagi hasil dengan sistem 80-20 bagi driver (pengemudi) motor dan mobil mitra gojek. Gojek juga memberikan tambahan berupa poin yang didapat dari berapa kali banyaknya order yang diterima dan diselesaikan dalam 1 hari. Jika kita hitung untuk wilayah di luar Jabodetabek seperti Kota Pontianak, misalnya seorang driver Gojek dalam 1 hari berhasil menerima dan menyelesaikan

<sup>11</sup> Sejarah lengkap dan profil perusahaan dapat dibaca dihalaman resmi Go Jek di [www.gojek.com](http://www.gojek.com)

<sup>12</sup> Data Hasil penelusuran publikasi kompas dan Go Jek di website resminya.

order mulai dari mengantar jemput penumpang, memesan dan mengantar makanan atau barang sebanyak 20 kali sehari dengan jarak tempuh penyelesaian orderan sebanyak 2 kilometer sekali antar, maka penghasilan bersih yang bisa diterima driver ojek tersebut dalam sehari dapat dihitung dengan ilustrasi sebagai berikut :

**Tabel 2**  
**Ilustrasi Pendapatan Driver Motor Go Jek Dalam Sehari**

Jarak Tempuh (km)	Jumlah Order	Total Jarak Tempuh (km)
2	20	40
Akumulasi Pendapatan Sehari		
Pendapatan per km		2400
Jumlah pendapatan rata rata 40 km		96.000
Pendapatan Poin dari 20 order		40.000
Total Pendapatan Per hari		136.000

Tentunya ilustrasi penghasilan pendapatan diatas hanya terjadi jika seorang driver berhasil mendapat dan menyelesaikan 20 kali orderan dengan rata-rata jarak 2 km sekali antar dalam 1 hari kerja dan masih merupakan pendapatan kotor karena harus dipotong dengan modal *driver* melaksanakan pekerjaannya seperti bensin, pulsa dan paket internet serta makan dan minum sehari-sehari. Adapun untuk pengeluaran kebutuhan menjalani profesi sebagai driver ojek motor paling tidak membutuhkan modal dengan ilustrasi sebagai berikut :

1. Bensin motor 1 liter rata-rata 20 km, jika menempuh jarak 40 km rata-rata diperlukan 2 liter bensin dengan harga pertalite dirata rata Rp.7500 pada tahun 2022 = Rp.15.000.
2. Pulsa dan paket internet paling murah dalam sehari = Rp.10.000
3. Makan dan minum yang biayanya juga relatif tapi paling tidak dalam sehari driver ojek, penulis mengasumsikan membutuhkan minimal biaya Rp.25.000,- untuk makan dan minum.

Berdasarkan ilustrasi diatas, maka jika ditotal ketiga komponen biaya diatas seorang driver gojek diilustrasikan harus mengeluarkan biaya minimal sebesar Rp.15.000 + Rp. 10.000 + Rp.25.000 maka diperlukan biaya modal Rp.50.000 sehari-hari bagi driver ojek motor menjalani profesinya.

Jika dengan estimasi pendapatan sehari bisa mencapai Rp. 136.000 dikurangi dengan pengeluaran minimal Rp.50.000 , maka dalam 1 hari dengan target 20 kali orderan driver ojek dapat mengantongi rata-rata bersih Rp.86.000 dan jika dikali dengan jangka waktu sebulan dengan asumsi bekerja selama 26 hari dan libur 1 hari di hari minggu atau hari lainnya untuk beristirahat atau sekitar 26 hari kerja maka pendapatan driver ojek dalam sebulan bisa mencapai  $26 \times \text{Rp. } 86.000 = \text{Rp.}2.236.000$

Melihat angka 2,23 juta rupiah sebulan ini, tidak berlebihan jika penulis nilai sama dengan skema perhitungan dalam iklan-iklan yang ditawarkan Go Jek di berbagai media iklan dan baliho di beberapa kota yang mengajak pemilik kendaraan bermotor untuk bergabung menjadi mitra mereka dengan prinsip bagi hasil penghasilan bisa mencapai sekitar 2 juta rupiah sebulan. Darimanakah Go Jek menghasilkan pendapatan sehingga bisa menjadi perusahaan besar dengan puluhan juta pelanggan dan mampu membuat sistem bagi hasil yang menghasilkan pendapatan jutaan sebulan bagi driver dan mitra kerjasamanya? Penulis mencoba ilustasikan sebagaimana berikut :

1) Pendapatan Dari Bagi Hasil Dari Driver

Jumlah driver Go Jek sampai tahun 2022 rata rata sebesar 1 juta orang driver aktif, jika rata-rata driver Go Jek mendapat total order 50 kilometer dengan sistem bagi hasil Go Jek mendapat 20 persen dari harga Rp.3000 per km yang dibayarkan konsumen atau sejumlah Rp.600 per kilomer pendapatan Go Jek dalam sehari. Maka dapat diasumsikan pendapatan perhari Gojek dari bagi hasil dengan drivernya adalah sebagai berikut :

$$= \text{Rp.}600 \times 50 \text{ km} \times 1.000.000 \text{ orang}$$

$$= \text{Rp. } 3.000.000.000 \text{ perhari (3 milyar sehari).}$$

2) Pendapatan dari Mitra Kerjasama

Menurut Nila Marita, Chief Corporate Affairs Go-Jek Indonesia, layanan Go-Food menjadi salah satu kontribusi bisnis utama perusahaan tersebut. Sampai tahun 2018 sudah 150.000 pedagang makanan yang menjadi mitra. "Go-Food menjadi kontributor terbesar setelah Go-Ride dan Go-Car," katanya.<sup>13</sup>

Skema bagi hasil juga diterapkan dalam layanan Go Food atau pesan antar makanan oleh driver Go Jek juga sebesar 80-20 persen, yang artinya penjual makanan harus memberi Go Jek komisi sebesar 20 persen dari harga makanan yang terjual dan dipesan melalui aplikasi Go Jek. Jika harga rata-rata makanan yang dijual adalah Rp.20.000 dan Go Jek menerima komisi sebesar Rp.4000 rupiah (20 persen dari Rp.20.000) dan jika minimal ada 1 kali order Go Food yang berhasil didapat maka jika dikali 150.000 mitra maka paling tidak Go Jek dapat meraup pendapatan sebesar Rp 4.000 X 150.000 = Rp 60.000.000 sehari dari pemesanan makanan melalui Go Food

3). Pendapatan dari Database

Sebagai perusahaan yang menggunakan basis *online*, maka Go Jek erat kaitannya dengan sebuah *database*. Go Jek bekerja dengan sistem penggunaan

---

<sup>13</sup> Go-Food jadi andalan Go-Jek dan para mitra, Kontan.com 26 Juli 2018

aplikasi sehingga semakin terkenal sebuah aplikasi, maka akan semakin banyak iklan yang tertarik untuk terlibat dalam aplikasi gojek sehingga pihak Go jek dapat memasang harga yang tinggi untuk iklan yang ingin dipasang.

#### 4). Pendanaan Dari Investor

Pendapatan selanjutnya yang diperoleh gojek adalah melalui para investor. Sekarang ini banyak investor yang tertarik untuk memberikan investasi pada perusahaan startup, termasuk gojek. Adapun investor besar Gojek yang tercatat secara resmi diantaranya Alibaba Group, Astra International, BlackRock, Capital Group, Google, JD.com, Northstar, Pacific Century Group, Provident, Sequoia Capital, SoftBank Vision Fund 1, dan Telkomsel, Dengan bantuan investor, gojek dapat terus beroperasi meskipun tengah merugi pada lini bisnis utama.<sup>14</sup>

## 2. Implementasi Sistem Kemitraan Dan Bagi Hasil Pada Model Bisnis Aplikasi

**Gojek** Sejatinya tidak hanya Gojek hampir semua perusahaan transportasi berbasis online seperti Grab dan Maxim serta banyak lagi yang ada di dunia termasuk di Indonesia melakukan skema sistem bagi hasil dalam menjalankan usahanya dimana kerjasamanya dalam bentuk sistem dimana perusahaan aplikasi berperan sebagai pemberi jasa telekomunikasi, data dan informasi dalam mencari konsumen sedangkan driver berperan dalam bentuk penyediaan modal tenaga kerja, kendaraan, dan HP smartphone untuk melaksanakan usaha di bidang transportasi online dengan skema 80 persen untuk driver Gojek yang menjalankan usaha transportasi antar jemput penumpang dan pesan antar barang sedangkan 20 persen menjadi bagian perusahaan Gojek sebagai penyedia data dan informasi. Dalam hal ini keuntungan dan kerugian akan ditanggung bersama karena perusahaan Gojek mengandalkan drivernya untuk bekerja menjalankan usaha mengangkut penumpang dan barang, sebaliknya *driver* Gojek membutuhkan jasa data dan informasi dari Gojek untuk mendapatkan penumpang sebanyak banyaknya.

Jika salah satu tidak melaksanakan tugasnya dengan baik maka permintaan penumpang akan turun dan otomatis pendapatan keduanya juga menurun, sedangkan jika kedua-duanya bekerja dengan sebaik-baiknya maka pendapatan pun akan bertambah seiring dengan naiknya permintaan penumpang sebagai konsumen termasuk juga mitra Gojek yang menjual makanan dan minuman melalui aplikasi Go Food. Dalam hal hubungan kerja sifatnya adalah kemitraan bukan atasan dan bawahan, karena *driver* Gojek mendapat penghasilan berdasarkan hasil jerih payahnya sendiri, tidak terikat waktu, *driver* Gojek memiliki kebebasan untuk melaksanakan pekerjaannya, berhak untuk menolak dan menerima penumpang serta pesanan lainnya sesuai kemampuannya. Sedangkan perusahaan Gojek

---

<sup>14</sup> Lihat sumber –sumber penghasilan perusahaan Go Jek dalam <http://infokerjaku.com>. Diakses 10 September 2018

berperan mengatur regulasi sesuai dengan peraturan pemerintah misalnya dengan pedoman keselamatan berkendara dan kepatuhan terhadap peraturan lalu lintas.

Dipandang dalam sudut hukum Islam yang diimplementasikan dalam ekonomi syariah dalam hal ini, terjadi suatu kerjasama antara perusahaan Gojek dengan para *driver* yang menggunakan akad *musyarakah*. Yang artinya suatu kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu, dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan ketentuan bahwa keuntungan dibagi berdasarkan nisbah yang disepakati, sedangkan kerugian ditanggung oleh para pihak sebesar partisipasi modal yang disertakan dalam usaha.<sup>15</sup>

Ditinjau dari alat atau jenis transportasi yang digunakan dalam perdagangan pada dasarnya transportasi secara *online* diperbolehkan, karena dalam Qs. Yasin : 41-42 dijelaskan bahwa segala bentuk alat transportasi memang diciptakan untuk manusia agar dapat dikendarai.<sup>16</sup>

Allah juga berfirman dalam surat Al-Isra' ayat 70 yang menyebutkan bahwa Allah menciptakan alat transportasi darat dan laut untuk mencari rezeki. Maka, bentuk jasa transportasi online dengan menggunakan sepeda motor merupakan alat transportasi darat yang diperbolehkan.<sup>17</sup>

Ditinjau dari akad yang diperdagangkan antara *driver*, perusahaan, go jek dan konsumen pengguna menurut Muslich (2013:4) "kaidah fiqh menjelaskan bahwa pada dasarnya semua bentuk *muamalah* boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya". Dalam urusan dunia termasuk di dalam muamalah, Islam memberikan kebebasan kepada manusia untuk mengaturnya sesuai dengan kemaslahatan mereka. Oleh karena itu semua bentuk akad dan berbagai cara transaksi yang dibuat oleh manusia hukumnya sah dan diperbolehkan, asalkan tidak bertentangan dengan ketentuan-ketentuan umum yang ada dalam syara'.<sup>18</sup>

Faktor utama yang menyebabkan perkembangan ekonomi adalah proses inovasi dan pelakunya adalah para inovator atau *entrepreneur* (wiraswasta) atau pengusaha. Islam sendiri memandang profesi pengusaha atau pedagang adalah mulia. Bagi para pengusaha, terdapat pesan mulia dari pemikiran Islam metodologis agar mereka bisa melakukan pengembangan ekonomi secara ganda,

---

<sup>15</sup> Kumpulan Fatwa Majelis Ulama Indonesia Berdasarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia Nomor: 08/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Pembiayaan Musyarakah Tanggal 13 April 2000 bertepatan dengan 8 Muharram 1421 Hijriyah dan Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia Nomor: 50/DSN-MUI/III/2006 Tanggal 23 Maret 2006 bertepatan dengan 23 Shafar 1427 hijriyah.

<sup>16</sup> Terjemahan Surah Yasin ayat 41-42 : Dan suatu tanda (kebesaran Allah) bagi mereka adalah bahwa kami angkut keturunan mereka dalam kapal yang penuh muatan, dan kami ciptakan (juga) untuk mereka (angkutan lain) seperti apa yang mereka kendarai".

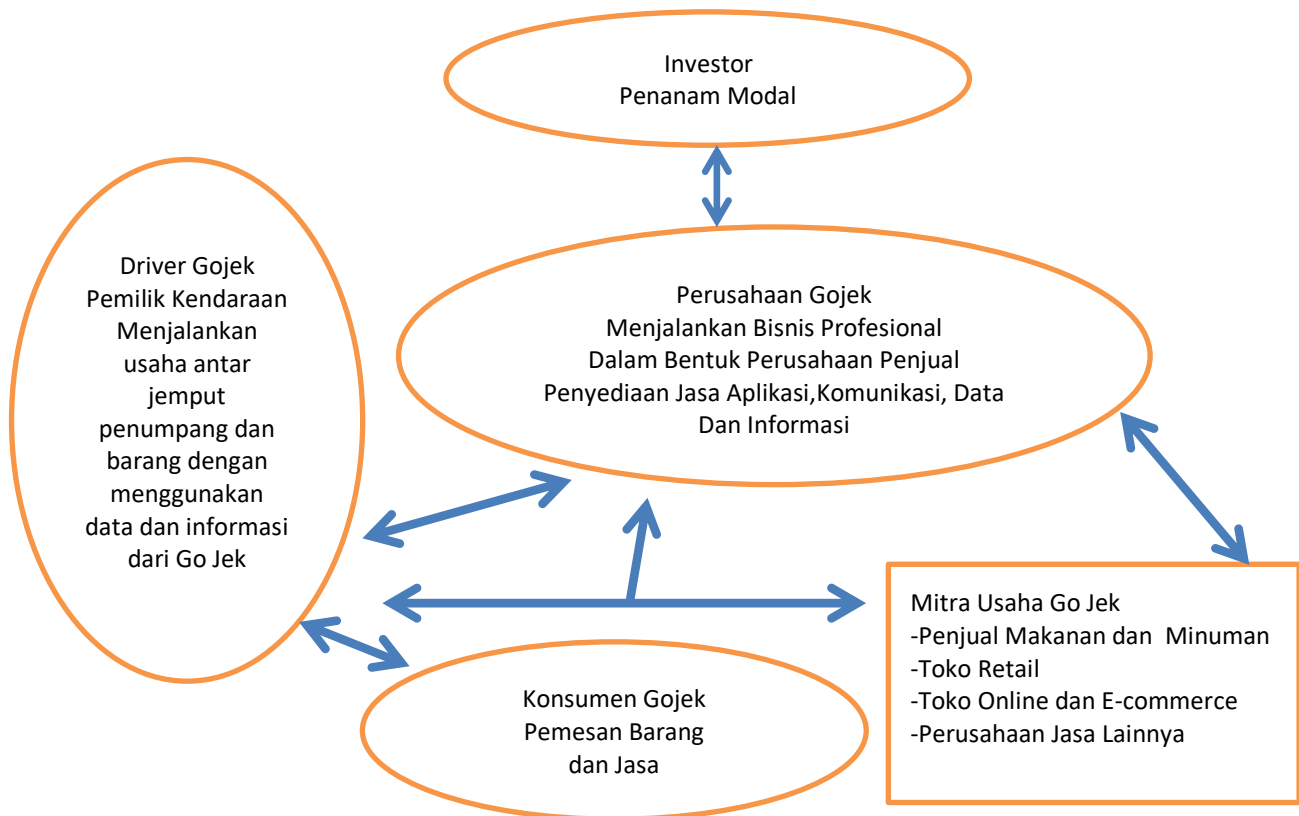
<sup>17</sup> "Dan sesungguhnya telah Kami muliakan anak-anak Adam, Kami angkut mereka di daratan dan di lautan, Kami beri mereka rezeki dari yang baik-baik dan Kami lebihkan mereka dengan kelebihan yang sempurna atas kebanyakan makhluk yang telah Kami ciptakan. ( Al Isra': 70)

<sup>18</sup> Ahmad Wardi Muschlich dalam Fiqh Muamalah (Jakarta:Amzah,2013) hal.4

yaitu pengembangan ekonomi untuk dirinya dan pengembangan ekonomi untuk kepentingan orang lain.<sup>19</sup>

Dalam teori percampuran Islam mengenal akad *syirkah* atau *musyarakah*, yaitu kerjasama dua pihak atau lebih untuk melakukan usaha yang masing-masing pihak menyertorkan sejumlah dana, barang atau jasa.<sup>20</sup> Untuk menggambarkan skema sistem bagi hasil berdasarkan sistem ekonomi syariah model akad *mudharabah* dan *musyarakah* yang dilakukan perusahaan Gojek penulis gambarkan sebagai mana berikut :

Gambar 2



Berdasarkan model bisnis kerjasama bagi hasil yang dilakukan perusahaan Go jek dapat penulis tarik kesimpulan bahwa ada empat pihak yang terlibat dalam transaksi perdagangan ini dengan akad jual beli yang berbeda yakni sebagai berikut:

1. Investor mempercayakan dan menanamkan modal usaha dalam bentuk dana ke perusahaan Gojek untuk diusahakan dan dijalankan secara profesional oleh perusahaan Gojek dalam bentuk usaha jasa sistem aplikasi, telekomunikasi, informasi data dan informasi ojek online, dalam hal ini yang

<sup>19</sup> Mujamil Qomar Dalam Pemikiran Islam Metodologis. Model Pemikiran Alternatif Dalam Memajukan Peradaban Islam ( Jakarta : Kalimedia,2015). Hal.378

<sup>20</sup> Adrian Sutedi Dalam Pasar Modal Syariah Sarana Investasi Keuangan Berdasarkan Prinsip Syariah ( Jakarta :PT. Sinar Grafika,2015). Hal.91



terjadi adalah akad *mudharabah* antara investor pemberi modal (*shahibul maal*) dan perusahaan Gojek sebagai pelaksana usaha (*mudharib*) dengan konsep bagi hasil yang telah disepakati dalam kontrak perjanjian antara kedua belah pihak.

2. Gojek sebagai perusahaan penyedia usaha jasa sistem aplikasi, telekomunikasi, informasi data dan informasi ojek online yang bekerja sama dengan *driver* Gojek untuk usaha jasa angkutan orang dan barang dalam bentuk *musyarakah* karena keduanya menyetorkan modal masing-masing dan bekerjasama dengan sistem bagi hasil sesuai kesepakatan bersama.
3. Konsumen Gojek sebagai pengguna jasa transportasi angkutan orang dan pengiriman barang maka yang hubungan yang terjadi adalah akad jual beli jasa transportasi antara konsumen dan *driver* Gojek.
4. Mitra Usaha Gojek dan Perusahaan Gojek dalam hal ini kerjasama keduanya sesuai dengan akad *musyarakah* karena masing-masing menyetorkan modal untuk dijalankan bersama dalam usaha pemasaran, sedangkan hubungan *driver* gojek dan mitra usaha gojek adalah akad jual beli biasa, dalam hal ini *driver* Gojek membelikan barang atas permintaan konsumen Gojek sesuai dengan kesepakatan harga yang telah dicantumkan dengan pembayaran ditangani *driver* terlebih dahulu dan konsumen pemesan membayar barang pesanan ditambah jasa ongkos kirim kepada *driver* sesuai kesepakatan kedua belah pihak.

#### IV. Kesimpulan

Dalam perkembangan ekonomi digital saat ini didapatkan fakta adanya implementasi prinsip bagi hasil yang sesuai dengan sistem ekonomi syariah yang dibawa dalam peradaban Islam pada bentuk usaha perdagangan yang seperti yang dijalankan antara perusahaan Gojek, investor penanam modal, dan *driver* Gojek yang menjalankan usaha jasa transportasi antar jemput orang, barang dan jasa dengan menggunakan sistem aplikasi teknologi informasi dalam jaringan internet.

Adapun prinsip bagi hasil yang dilakukan sesuai dengan sistem ekonomi syariah dalam kaidah Islam adalah penggunaan akad *mudharabah* dan *musyarakah*. Akad *mudharabah* dan *musyarakah* merupakan merupakan perkongsian atau kemitraan antara dua pihak atau lebih untuk menjalankan usaha. Dengan kesepakatan adanya pembagian keuntungan usaha, berdasarkan porsi bagi hasil (nisbah) yang telah disepakati diawal akad. Akad *Mudharabah* terjadi pada kerjasama usaha antara investor penanam modal usaha (*shahibul maal*) dengan Perusahaan Gojek (*mudharib*) sebagai pihak yang menjalankan usaha. Dengan prinsip bagi hasil, sedangkan akad *musyarakah* terjadi antara perusahaan Gojek dengan *driver*nya yang sama-sama menjalankan usaha dengan modal masing – masing dimana keuntungan dan kerugian ditanggung bersama sesuai kesepakatan.

Sedangkan hubungan antara perusahaan gojek, driver dan konsumen serta mitra usaha lainnya adalah dalam bentuk akad jual beli barang dan jasa.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Hadi, Abdul Sura'I. (1993). *Bunga Bank Dalam Islam*. Surabaya : Al Ikhlas.
- Adhikara, C.T. (2005). *Siapa Konsumen Kita? Analisis Perubahan Konsumen Di Era Baru*. Jurnal The Winners Vol.6 No.2 September 2005. Hal.176-183.
- Akmal & Abidin, Zaenal. (2015). *Korelasi Antara Islam Dan Ekonomi*. Jurnal Penelitian STAIN Zawiyah Cot Langsa. Vol.9 No.1 Hal. 1-17.
- Al Jaziri, Abd. Al-Rahman. (2003). *Kitab Fiqh Ala Al- Mazahib Al Arba'ah*. Turki: Ikhla Wakif.
- Antonio, Muhammad Syafi'i . (2001). *Bank Syariah: dari Teori ke Praktek*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Badan Penelitian dan Pengembangan SDM Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2016) *Study Ekonomi Digital Di Indonesia Sebagai Pendorong Utama Pembentukan Industri Digital Di Masa Depan*. Jakarta: Tim Peneliti Badan Penelitian dan Pengembangan SDM Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- Bank Indonesia. (2009). Peraturan Bank Indonesia Nomor:11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik (*elektronik money*). Jakarta : Bank Indonesia
- Bohang, Fatimah Kartini. (2017) Berapa Jumlah Pengguna dan Pengemudi Gojek? [https.kompas.com/kompastechno](https://kompas.com/kompastechno). Diakses 9 September 2018
- Chair, Wasilul. (2012). *Riba Dalam Perspektif Islam*. Madura: FE UNIRA.ac.id
- Chapra, M. Umer. (2001). *The Future of Economics: An Islamic Perspective*. Jakarta: SEBI.
- Dewan Syariah Nasional MUI. (2000). *Fatwa Dewan Syariah Nasional No.08/DSN MUI/IV/2000 Tentang Pembiayaan Musyarakah*. Jakarta: Dewan Syariah Nasional MUI. Tanggal 13 April 2000.
- Dewan Syariah Nasional MUI. (2006). *Fatwa Dewan Syariah Nasional No.08/DSN MUI/IV/2000 Tentang Akad Mudharabah Musyarakah*. Jakarta: Dewan Syariah Nasional MUI. Tanggal 23 Maret 2006
- Go Jek. (2018). Sejarah Go Jek. <https://gocjek.com>. Diakses 11 September 2018
- Hadi, Abdul & Kesuma, Kumara Aji. (2016). *Ekonomi Islam dan Peradaban: Analisis Mudharabah Sebagai Elemen Ekonomi Tolok Ukur Peradaban*. *Islamic Banking And Finance Journal*. Vol.1 No.1 Hal. 1-17.
- Haroen, Nasrun. (2000). *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Gaya Media Pratama.
- Hasan, Muhammad. (2016). *Pertarungan Hukum Syariah dan Kapitalisme Dalam Sistem Perbankan Kontemporer*. Jurnal Al Maslahah Vol.12 No.2 Hal.351-365.
- Hasan, Ali. *Manajemen Bisnis Syariah*. (2009). Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Humaeroh. (2017). Eksistensi Syirkah Ta Awunyah Dalam Perspektif Hukum Islam. Jurnal Syariah UIN Banten Vo. 9 No.2 [infokerjaku.com](http://infokerjaku.com). (2018) Sumber-Sumber Penghasilan Go Jek. <https://inforkerja.com> diakses 10 September 2018.
- Kasali, Rhenald. (2017). *Disruption*. Jakarta: PT. Gramedia

- Lewis, Mervvyn & Latifa Algaoud. (2004). *Perbankan Syariah: Prinsip, Praktek, dan Prospek*, Jakarta : PT. Serambi Ilmu Semesta.
- Marita, Nila.(2018). *Go Food Menjadi Andalan Go Jek Dan Para Mitra*. <https://kontan.com>. Diakses 11 September 2018.
- Muslich, Ahmad Wardi.(2013). *Fiqh Muamalah*. Jakarta:Amzah.
- Nurkholis. (2016). *Masa Depan Ekonomi Islam Islam Dalam Arus Trend Ekonomi* Yogyakarta: UII Press.
- Paramadita,Siti.dkk (2020). *Analisa Pestel Terhadap Penetrasi Go Jek di Indonesia*. Vo.4 no. 1 hal.38
- Qomar, Mujamil. (2015).*Pemikiran Islam Metodologis Model Pemikiran Alternatif Dalam Memajukan Peradaban Islam*. Yogyakarta: Kalimedia
- Ramanathan, Ramakrishnan & Hsiao, Hsia Ling (2012). *The Impact of E-commerce on Taiwanese SMEs: Marketing and Operations Effect*. United Kingdom: J. Production Economics
- Rahma, Imelda.(2020).Fimela.com diakses 27 Juli 2023
- Rusyd,Ibnu dan Bidayatul Mujtahid.(2007). *Analisa Fiqih Para Mujtahid, Jilid. III* Jakarta: Pustaka Amani.
- Republik Indonesia. 2008. Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Lembaran Negara RI No.11 Tahun 2008. Jakarta: Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia
- Sakti, Ali. (2007). *Analisis Teoritis Ekonomi Islam: Jawaban atas Kekacauan Ekonomi Modern*. Jakarta: Paradigma & AQSA-Publishing.
- Sayekti, Nidya Waras. (2018). Tantangan Perkembangan Ekonomi Digital Indonesia. *Jurnal Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR Bidang Ekonomi dan Kajian Publik*. Vol.X N.05 Hal.19-24.
- Sobirin. (2015). *Jual Beli Dalam Pandangan Islam*. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*. Vol. 3 No. 2 Desember 2015. Hal. 240-261
- Sutedi, Adrian.(2014). *Pasar Modal Syariah Sarana Investasi Keuangan Berdasarkan Prinsip Syariah*. Jakarta : Sinar Grafika
- Syahroni, Irvan. (2011) *Mudharabah dan Musyararah Serta Implementasinya Dalam Perbankan Islam*. Jakarta:ayaacawordpress.com diakses 10 September 2018.
- Ulum, Fahrul. (2010). *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam (Analisis Pemikiran Tokoh Dari Masa Rasulullah Hingga Kontemporer)*. Surabaya: Buku Perkuliahan Program S1 Prodi Hukum Ekonomi (Muamalah) Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Yadi Januari, *Tantangan dan Inisiasi dalam Implementasi Ekonomi Syariah di Indonesia*. *Jurnal Ahkam*: Vol. XII, No. 2, Juli 2012 hal.90.