PENERAPAN KEPATUHAN SYARIAH (*SHARIA COMPLIANCE)* DALAM JUAL BELI PERUMAHAN MULTAZAM ISLAMIC RESIDENCE, KALANG ANYAR, SIDOARJO

SKRIPSI

OLEH:

NUR KHOLIFAH

NIM. C74212123

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

SURABAYA

2016

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan di bawah ini saya:

Nama	:	Nur Kholifah
NIM	:	C74212123
Fakultas/Prodi	:	Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
Judul Skripsi	:	Penerapan Kepatuhan Syariah (*Sharia Compliance*) dalam Jual Beli Perumahan Multazam Islamic Residence, Kalang Anyar, Sidoarjo

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 20 Juli 2016

Saya yang menyatakan,

Nur Kholifah

NIM. C74212123

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Nur Kholifah NIM. C74212123 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqasahkan.

Surabaya, 20 Juli 2016

Pembimbing

Fatikul Himami, M.EI

NIP. 198009232009122001

PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Nur Kholifah NIM. C74212123 ini telah dipertahankan di depan sidang Majelis Munaqasah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada hari Jum'at, tanggal 12 Agustus 2016, dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu dalam Ilmu Ekonomi Syariah.

Majelis Munaqasah Skripsi :

Penguji I

Fatikul Himami, MEI
NIP.198009232009122001

Penguji II,

Dr. H. M. Shodiq, S.Ag, M.Si
NIP.197504232005011002

Penguji III,

Holilah, S.Ag, M.Si
NIP. 197610182008012008

Penguji IV,

Aris Fanani, M.Kom
NIP. 198701272014031002

Surabaya, 12 Agustus 2016

Mengesahkan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel

Dekan,

Prof. Akh. Muzakki, M.Ag, Grad. Dip.SEA, M.Phil, Ph.D
NIP. 197402091998031002

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN
Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : NUR KHOLIFAH
NIM : C742121123
Fakultas/Jurusan : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM/ EKONOMI SYARIAH
E-mail address : nurkholifah726@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
☑ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

PENERAPAN KEPATUHAN SYARIAH *(SHARIA COMPLIANCE)* DALAM JUAL BELI PERUMAHAN MULTAZAM ISLAMIC RESIDENCE, KALANG ANYAR, SIDOARJO

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara ***fulltext*** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 23 Agustus 2016

Penulis

(Nur Kholifah)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul "Penerapan Kepatuhan Syariah (*Sharia Compliance*) dalam Jual Beli Perumahan Multazam Islamic Residence, Kalang Anyar, Sidoarjo". Penelitian ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah mengenai analisis strategi penjualan dan akad yang digunakan dalam transaksi jual beli Perumahan Multazam Islamic Residence dalam perspektif Islam. Untuk mengetahui strategi penjualan dan akad yang digunakan dalam transaksi jual beli Perumahan Multazam Islamic Residence, maka dilakukan penelitian di PT. Cahaya Mentari Pratama sebagai subjek penelitiannya dan fokus penelitian ditujukan kepada *marketer* Perumahan Multazam Islamic Residence yang mengetahui tentang strategi penjualan dan transaksi jual beli Perumahan Multazam Islamic Residence.

Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara dengan *marketer* dan admin Perumahan Multazam Islamic Residence, dokumen berupa pengamatan terhadap denah dan miniatur Perumahan Multazam Islamic Residence, studi kepustakaan untuk teori strategi penjualan, akad IMBT, dan akad *istiṣnā'*. Dalam menganalisis data, dilakukan melalui teknik pengumpulan data, menyajikan data yang terpilih secara keseluruhan, kemudian menarik kesimpulan dari hasil analisis data yang diperoleh.

Hasil penelitian yang diperoleh adalah strategi penjualan yang digunakan yaitu melalui jasa iklan gratis maupun jasa iklan berbayar, pameran-pameran di pusat perbelanjaan, seminar *selling*, SMS *broadcast*, media sosial, dan menggunakan sistem CSR (*Customer Sales Reward*). Dalam strategi penjualannya, seperti SMS *broadcast*, media sosial, dan CSR bertujuan untuk menjaga hubungan penjual dengan pembeli karena dengan adanya info-info yang diberikan bertujuan untuk membina konsumen lama. Konsumen lama juga dapat berperan sebagai penjual Perumahan Multazam Islamic Residence yang secara tidak langsung tetap berhubungan dengan pihak PT. Cahaya Mentari Pratama. Praktik tersebut sudah mencerminkan penjualan dalam perspektif Islam. Transaksi penjualan Perumahan Multazam Islamic Residence menggunakan akad IMBT dan pada akhir masa sewa, penyewa mendapatkan *cashback* sesuai tipe perumahan yang disewa selama objek sewa itu belum ditempati dan sudah dibayar oleh penyewa, agunan yang dipersyaratkan adalah objek sewa tersebut. Pada transaksi jual belinya, secara langsung menggunakan akad IMBT, tanpa menggunakan akad *ijārah* terlebih dahulu. Pengawas dan pengatur penggunaan akad IMBT yaitu direktur PT. Cahaya Mentari Pratama. Dalam transaksi jual belinya belum sesuai dengan Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 27/DSN-MUI/III/2002 tanggal 28 Maret 2002 tentang *Ijārah Muntahiya Bittamlīk*:

Dari hasil penelitian di atas, diharapkan kedepannya PT. Cahaya Mentari Pratama memberikan kemudahan administrasi bagi konsumen baru CSR. Sebaiknya transaksi jual beli Perumahan Multazam Islamic Residence dapat menggunakan akad *istiṣnā'*. Diharapkan kedepannya dapat menyempurnakan akad IMBT sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan membentuk konsultan syariah agar penggunaan akad IMBT berjalan sesuai syariat.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR ISI

Halaman

SAMPUL DALAM i
PERNYATAAN KEASLIAN ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING iii
PENGESAHAN PEMBIMBING iv
ABSTRAK v
KATA PENGANTAR vi
DAFTAR ISI viii
DAFTAR GAMBAR x
DAFTAR TRANSLITERASI xi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah 1
B. Identifikasi dan Batasan Masalah 8
C. Rumusan Masalah 9
D. Kajian Pustaka 9
E. Tujuan Penelitian 14
F. Kegunaan Hasil Penelitian 14
G. Definisi Operasional 15
H. Metode Penelitian 16
I. Sistematika Pembahasan 23

BAB II KEPATUHAN SYARIAH, STRATEGI PENJUALAN, *IJĀRAH MUNTAHIYA BITTAMLĪK*, DAN *ISTIṣNĀ'*

A. Kepatuhan Syariah 25
B. Strategi Penjualan 29
C. *Ijārah Muntahiya Bittamlīk* (IMBT) 38
D. *Istiṣnā'* 49

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III STRATEGI PENJUALAN DAN TRANSAKSI JUAL-BELI PERUMAHAN MULTAZAM ISLAMIC RESIDENCE

A. Profil PT. Cahaya Mentari Pratama 57

B. Strategi Penjualan Perumahan Multazam Islamic Residence 66

C. Transaksi Jual Beli Perumahan Multazam Islamic Residence 69

BAB IV ANALISIS STRATEGI PENJUALAN DAN AKAD YANG DIGUNAKAN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI PERUMAHAN MULTAZAM ISLAMIC RESIDENCE DALAM PERSPEKTIF ISLAM

A. Analisis Strategi Penjualan Perumahan Multazam Islamic Residence dalam perspektif Islam 75

B. Analisis Akad yang digunakan dalam Transaksi Jual Beli Perumahan Multazam Islamic Residence 78

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan 84

B. Saran 85

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar Halaman

2.1 Alur Transaksi *Ijārah Muntahiya Bittamlīk* (IMBT) 46

2.2 Alur Transaksi *Istiṣn ā'* 54

3.1 Struktur Organisasi PT. Cahaya Mentari Pratama 59

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perumahan merupakan kebutuhan papan yang bersifat primer, selain kebutuhan pangan dan sandang, sehingga setiap orang berhubungan dengan *real estate* yang satu ini. Bagaimanapun kondisi perekonomian yang sedang terjadi, semua orang haruslah memiliki tempat tinggal untuk memenuhi salah satu kebutuhan utamanya dan sebagai tempat untuk berlindung dari terik matahari dan hujan.

Dalam menentukan pemilihan rumah, konsumen tidak saja melihat dari faktor harga, tetapi juga melihat dari faktor lokasi, bangunan, dan lingkungannya. Alasan konsumen mempertimbangkan faktor harga karena berkaitan dengan pendapatannya. Bagi konsumen yang memiliki pendapatan besar, mungkin harga tidak akan menjadi masalah, tetapi mereka lebih mempertimbangkan faktor lokasi dan kualitas bangunannya. Untuk faktor lingkungan, merupakan faktor tambahan yang tidak bisa diabaikan karena faktor ini adalah salah satu faktor yang menentukan perumahan tersebut layak untuk dihuni seperti keamanannya, kebersihannya, kelengkapannya, fasilitas umum, dan lain-lain. Dengan adanya fasilitas yang lengkap, konsumen akan menetapkan pilihannya dengan puas.

Di Indonesia, hal-hal yang menggunakan nama atau label syariah cukup banyak bermunculan dan menjadi *trend* di masyarakat Indonesia diberbagai bidang, baik usaha bidang produk maupun jasa. Contoh usaha yang bergerak

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dalam bidang jasa, antara lain lembaga keuangan syariah, seperti perbankan syariah, asuransi syariah (*takāful*), pegadaian syariah (*rahn*), pasar modal syariah, reksadana syariah, baitul maal wattamwil dan koperasi, lembaga ZISWAF (Zakat, Infaq, Shadaqah, dan Wakaf). Selain lembaga keuangan, perusahaan yang bergerak dalam bidang produk dan jasa juga sudah banyak yang menggunakan label syariah sebagai identitas perusahaannya, seperti, salon syariah, hotel syariah, pasar syariah, laundry syariah, khususnya perumahan syariah.

PT. Cahaya Mentari Pratama merupakan salah satu pengembang perumahan dengan tiga macam konsep, salah satunya adalah Perumahan Multazam Islamic Residence yang memiliki konsep islami artinya dari segi arsitektur bangunannya yang didesain dengan konsep islami. Maksudnya, dari segi ornamen pintunya seperti ornamen pintu pada masjid pada umumnya, ornamen seperti itu terdapat di sebagian tipe rumah, ada ruangan khusus di teras rumah yang digunakan sebagai ruang tamu, dan tangga yang menuju ke lantai dua terletak di luar rumah. Pengguna perumahan ini dikhususkan bagi orang-orang muslim saja.[1] Sistem pembayarannya langsung melalui *developer* (*in house*) dengan menggunakan akad *Ijārah Muntahiya Bittamlīk* (IMBT) dan *ujrah* sebagai keuntungannya serta bebas riba.

Sistem perumahan syariah sudah menjadi keputusan para ulama fiqh sejak tahun 1990. Berikut kutipan Keputusan *Majma' Al-Fiqh Al-Islāmi* (di

[1] Dani Ari Setiawan (Karyawan, *Marketing* PT. Cahaya Mentari Pratama), *Wawancara*, Marketing Gallery PT. Cahaya Mentari Pratama, Jl. Rungkut Asri Timur VII No. 21/RK IV-D1 Surabaya, 14 November 2015, Jam 13.00 WIB.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bawah Muktamar Islam) tentang KPR dan peran pemerintah (Majalah *Al-Majma'* Muktamar VI, Volume 1, hlm. 81). Majlis *Majma' Al-Fiqh Al-Islāmi* menyelenggarakan Muktamar ke-6 di Jedah KSA, tanggal 17-23 Sya'ban 1410 H, bertepatan dengan 14-20 Maret 1990 M.

Setelah mempelajari kajian yang diajukan kepada *Al-Majma'* serta memperhatikan diskusi yang berlangsung terkait masalah KPR, *Majma' Al-Fiqh Al-Islāmi* memutuskan:[2]

Pertama, tempat tinggal termasuk kebutuhan primer setiap manusia, sehingga harus dipenuhi dengan cara yang disyariatkan, dari harta yang halal. Sementara metode yang diterapkan oleh bank-bank penyedia jasa KPR tanah dan rumah atau semacamnya, dengan mengucurkan dana pinjaman disertai bunga, baik kecil maupun besar, merupakan cara yang haram secara syariat karena termasuk praktik riba.

Kedua, terdapat beberapa cara yang diperbolehkan secara syariat, untuk menggantikan cara yang terlarang dalam memenuhi kebutuhan papan masyarakat, diantaranya:

1. Pemerintah menyediakan kepada setiap warga yang membutuhkan kediaman untuk memiliki tempat tinggal dengan pinjaman khusus untuk membangun rumah. Bisa menggunakan skema kredit lunak tanpa bunga. Baik bunga yang sangat jelas (berdasarkan prosentase pinjaman) atau yang disamarkan dengan kedok biaya administrasi (yang tidak wajar). Hanya saja jika dibutuhkan untuk mendapatkan dana dalam rangka memenuhi

[2] Komunitas Pengusaha Muslim Indonesia, "KPR dan Peran Pemerintah – Keputusan *Majma' Al-Fiqh Al-Islāmi* (di bawah OKI : Organisasi Konferensi Islam", dalam http://pengusahamuslim.com/kpr-dan-peran-1811.html, diakses pada 26 Nopember 2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

target utang, maka harus dibatasi sesuai biaya yang riil untuk mengucurkan dana utang.

2. Negara yang maju membuatkan tempat tinggal dan menjualnya kepada masyarakat yang membutuhkan tempat tinggal dengan pembayaran tertunda, berdasarkan batasan yang sesuai syariat.
3. Para penanam modal, baik individu maupun perusahaan mengembangkan perumahan, kemudian dijual secara kredit.
4. Skema transaksi jual beli rumah bisa menggunakan akad *istiṣnā'*, jika dianggap sebagai satu keharusan, sehingga memungkinkan bagi konsumen untuk membeli rumah itu sebelum dibangun. Tentu saja setelah ada penjelasan dan rincian tentang bangunan, sehingga tidak memicu kesalah-pahaman. Dan dibolehkan tanpa harus membayar tunai, namun boleh dibayar secara kredit sesuai kesepakatan.

   Tidak lupa harus memenuhi semua syarat dan ketentuan yang berlaku untuk akad *istiṣnā'*, sebagaimana yang dijelaskan ulama, dan akad *istiṣnā'* berbeda dengan akad *salam*.

Adapun yang dimaksud dengan syariat Islam yaitu hukum-hukum (peraturan-peraturan) yang diturunkan Allah SWT untuk manusia melalui Nabi Muhammad SAW, baik berupa Al-Qur'an maupun Sunnah Nabi, yang berupa perkataan, perbuatan dan ketetapan atau penegasan.[3] Menurut Mohammad Hashim Kamali, secara umum syariah merujuk kepada perintah, larangan, panduan, prinsip dari Tuhan untuk perilaku manusia di dunia ini dan

[3] Mardani, *Hukum Bisnis Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2014), 2.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

keselamatannya di akhirat.[4] Dari dua definisi di atas, maka dapat disimpulkan, bahwa yang dimaksud dengan syariah adalah kumpulan peraturan Allah SWT yang terkandung dalam Al-Qur'an dan as-Sunnah, yang berisi perintah larangan, prinsip, dan panduan, yang diturunkan kepada Nabi Muhammad SAW, sebagai pedoman hidup umat manusia, untuk keselamatan hidupnya di dunia dan di akhirat.

Nabi Muhammad sangat menganjurkan umatnya untuk berbisnis (berdagang) karena berbisnis dapat menimbulkan kemandirian dan kesejahteraan bagi keluarga, tanpa tergantung atau menjadi beban orang lain. Al-Qur'an mengatakan:

وَجَعَلۡنَا ٱلنَّهَارَ مَعَاشٗا ١١

dan Kami jadikan siang untuk mencari penghidupan,
(QS Al-Naba' [78]:11)[5]

Dalam bisnis syariah, pengertian keuntungan tentu bukan hanya semata-mata berhenti pada tataran materil, melainkan sampai usaha bagaimana mendapatkan keridhaan Allah SWT ketika menjalankan bisnis. Pemikiran ini mengacu pada makna bisnis dalam Al-Qur'an yang tidak hanya terkait dengan hal-hal yang bersifat materil, tetapi justru kebanyakan mengarah pada nilai-nilai yang bersifat pada imateril.

Banyak pembeli yang memiliki keraguan dalam melakukan pembelian, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor di antaranya: (a) ketidaktahuan akan

[4] Ibid., 2.
[5] Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Jakarta: Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Pentafsir Al Qur'an, 1971).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

barang/jasa yang akan dibeli, (b) banyaknya pilihan produk dengan mutu, kualitas, harga yang sama, (c) banyaknya penawaran yang dilakukan penjual, (d) beragamnya informasi di media cetak/elektronik, (e) terpengaruh oleh informasi yang disampaikan oleh teman, tenaga penjual termasuk lingkungan keluarga.[6] Keraguan ini merupakan hal yang lazim terjadi pada konsumen karena banyak pilihan barang/jasa yang akan dikonsumsi.

Dalam praktik penjualan modern, persaingan menjadi sesuatu yang lazim terjadi karena banyak barang/jasa yang ditawarkan, banyak pilihan yang bisa dilakukan dan banyak faktor yang menentukan keberhasilan dalam persaingan. Persaingan merupakan sesuatu yang tidak mungkin dihindari, tetapi harus dihadapi. Bagaimana menciptakan keunggulan bersaing melalui strategi yang diterapkan oleh perusahaan merupakan suatu keharusan bilamana perusahaan tetap ingin bertahan dan eksis di pasar. Perusahaan yang memiliki strategi bersaing yang baik akan mampu tumbuh dan mencapai tahap kedewasaan.

Persaingan, dalam paradigma spiritual marketing, adalah hal yang baik karena persaingan turut membesarkan pasar. Jika kita sukses, berarti permintaan pasar terhadap penawaran kita juga akan membesar. Tentu saja kita memiliki keterbatasan-keterbatasan, sehingga tidak semua permintaan dapat kita penuhi. Permintaan pasar seperti inilah yang nantinya akan dipenuhi oleh pesaing.[7]

---

[6] Zulkarnain, *Ilmu Menjual: Pendekatan Teoritis dan Kecakapan Menjual*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), 6.
[7] Hermawan Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung: Mizan, 2006), 18.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Karena itu, dalam *spiritual marketing*, kita lebih menempatkan pesaing sebagai mitra ketimbang sebagai musuh yang harus dipukul, diangkat kejelekannya atau kelemahannya, dihalangi langkah-langkahnya. Allah SWT berfirman,

وَتَعَاوَنُواْ عَلَى ٱلۡبِرِّ وَٱلتَّقۡوَىٰۖ وَلَا تَعَاوَنُواْ عَلَى ٱلۡإِثۡمِ وَٱلۡعُدۡوَٰنِۚ وَٱتَّقُواْ ٱللَّهَۖ إِنَّ ٱللَّهَ شَدِيدُ ٱلۡعِقَابِ ٢

> Dan tolong-tolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan janganlah tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran (QS Al-Ma'idah [5]:2).[8]

Spiritual marketing bertujuan untuk mencapai sebuah solusi yang adil dan transparan bagi semua pihak yang terlibat. Di dalamnya tertanam nilai-nilai moral dan kejujuran. Tidak ada pihak yang terlibat di dalamnya yang merasa dirugikan. Tidak akan ada pula pihak yang berburuk sangka (*sū'uzh-zhann*). Nilai-nilai spiritual dalam berbisnis juga akan mampu memperbaiki *inner-side* kita. Sebaliknya, semakin spiritual seseorang, ia pun akan lebih mampu menjalankan bisnisnya dengan lebih tenang dan dicintai oleh semua pihak.

Tingginya jumlah penduduk yang beragama Islam di Indonesia dan meningkatnya permintaan akan tempat tinggal dari tahun ke tahun merupakan peluang yang sangat besar bagi *developer* untuk mengembangkan bisnis perumahan syariah ini, apalagi belum banyak bermunculan rumah-rumah syariah. Tetapi, dengan masih kurangnya pemahaman masyarakat akan pengetahuan Islam, menuntut *marketer* perumahan syariah untuk pandai

[8] Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya...*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dalam menciptakan strategi penjualan perspektif Islam agar dapat menarik minat konsumennya.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian skripsi dengan judul "***Penerapan Kepatuhan Syariah (Sharia Compliance) dalam Jual Beli Perumahan Multazam Islamic Residence, Kalang Anyar, Sidoarjo".***

B. Identifikasi dan Batasan Masalah

1. Identifikasi Masalah

   Berdasarkan latar belakang di atas, terdapat beberapa hal yang menjadi masalah dalam penelitian ini, antara lain:

   a. Faktor yang mempengaruhi berkembangnya bisnis syariah.
   b. Faktor yang mempengaruhi berdirinya perumahan syariah.
   c. Penerapan strategi penjualan Perumahan Multazam Islamic Residence dalam perspektif Islam.
   d. Penerapan transaksi jual beli Perumahan Multazam Islamic Residence dalam perspektif Islam.
   e. Dampak yang ditimbulkan dari penerapan bisnis syariah.

2. Batasan Masalah

   Batasan masalah dalam penelitian ini adalah penerapan strategi penjualan dan penerapan transaksi jual beli Perumahan Multazam Islamic Residence dalam perspektif Islam.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Rumusan Masalah

Melihat adanya batasan masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana analisis strategi penjualan Perumahan Multazam Islamic Residence dalam perspektif Islam?
2. Bagaimana analisis akad yang digunakan dalam transaksi jual beli Perumahan Multazam Islamic Residence dalam perspektif Islam?

D. Kajian Pustaka

Kajian pustaka adalah deskripsi ringkas tentang kajian/penelitian yang sudah pernah dilakukan diseputar masalah yang akan diteliti sehingga terlihat jelas bahwa kajian yang akan dilakukan ini tidak merupakan pengulangan atau duplikasi dari kajian/penelitian yang telah ada.

Berikut ini adalah beberapa judul penelitian yang berkaitan dengan judul peneliti, antara lain:

Karya Hajar Swara Prihatta yang berjudul "Implementasi Kepatuhan Syariah (Studi Kasus Produk Gadai Emas di BNI Syariah Cabang Dharmawangsa Surabaya)".[9] Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan analisis deskriptif. Penelitian ini membahas tentang bagaimana implementasi produk gadai emas di BNI Syariah Dharmawangsa Surabaya dan bagaimana penerapan kepatuhan syariah pada produk tersebut. Hasil penelitiannya menunjukkan tahapan-tahapan gadai emas di BNI

[9] Hajar Swara Prihatta, *Implementasi Kepatuhan Syariah (Studi Kasus Produk Gadai Emas di BNI Syariah Cabang Dharmawangsa Surabaya)* (Skripsi--Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, IAIN Sunan Ampel, 2014.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Syariah Dharmawangsa Surabaya meliputi transaksi pengajuan pembiayaan, transaksi pelunasan pembiayaan, transaksi perpanjangan pembiayaan, dan transaksi penjualan barang agunan. Pelaksanaan gadai emas di BNI Syariah Surabaya Dharmawangsa telah memenuhi ketentuan syariah berdasarkan Fatwa DSN-MUI dan peraturan Bank Indonesia.

Perbedaan antara penelitian di atas dengan penelitian peneliti adalah penelitian di atas membahas tentang implementasi kepatuhan syariah produk gadai emas di BNI Syariah Surabaya Cabang Dharmawangsa, sedangkan penelitian peneliti membahas tentang kepatuhan syariah dalam strategi penjualan dan akad jual beli yang digunakan dalam transaksi jual beli Perumahan Multazam Islamic Residence.

Karya Budi Sukardi yang berjudul "Kepatuhan Syariah (*Shariah Compliance*) dan Inovasi Produk Bank Syariah di Indonesia".[10] Penelitian ini menjelaskan bahwa kepatuhan syariah (*shariah compliance*) sebagai alat pencegahan kemungkinan resiko dan fraud di sektor riil. Begitu juga inovasi produk perbankan Islam mengacu pada standar syariah (*shariah standards*) dan *shariah governance*, berpedoman pada standar internasional, pemenuhan integritas dan kualitas SDM perbankan Islam, kesesuaian akad, dan tidak mendzalimi masyarakat sebagai konsumen. Ini diterapkan untuk membuktikan bahwa nilai-nilai Islam mampu dan eksis dalam persaingan bisnis, perdagangan di era globalisasi modern serta menjaga keberlangsungan usaha (*sustainability*) perbankan Islam di Indonesia.

[10] Budi Sukardi, "Kepatuhan Syariah (*Shariah Compliance*) dan Inovasi Produk Bank Syariah di Indonesia", dalam Jurnal Akademika, 2012 dalam http://stainmetro.ac.id/e-journal/index.php/akademika/article/view/61.html diakses pada 03 November 2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Perbedaan antara penelitian di atas dengan penelitian peneliti adalah penelitian di atas membahas tentang kepatuhan syariah (*shariah compliance*) sebagai alat pencegahanan kemungkinan resiko dan fraud di sektor riil, sedangkan penelitian peneliti membahas tentang kepatuhan syariah dalam strategi penjualan dan akad jual beli yang digunakan dalam transaksi jual beli Perumahan Multazam Islamic Residence.

Karya Khotibul Umam yang berjudul "Peningkatan Ketaatan Syariah melalui Pemisahan (*Spin Off*) Unit Usaha Syariah Bank Umum Konvensional".[11] Penelitian ini membahas tentang menurut UU 21/2008, Bank Umum Konvensional yang memiliki unit usaha syariah wajib memisahkan unitnya apabila nilai aset unit tersebut telah mencapai 50% dari total aset bank induk. Kewajiban tersebut ditujukan untuk menjadikannya sebagai Bank Umum Syariah yang terpisah pengelolaannya dari Bank Umum Konvensional, sehingga diharapkan lebih taat terhadap prinsip syariah.

Perbedaan antara penelitian di atas dengan penelitian peneliti adalah penelitian di atas membahas tentang Bank Umum Konvensional yang memiliki unit usaha syariah wajib memisahkan unitnya apabila nilai aset unit tersebut telah mencapai 50% dari total aset bank induk agar Bank Umum Syariah lebih taat terhadap prinsip syariah, sedangkan penelitian peneliti membahas tentang kepatuhan syariah dalam strategi penjualan dan akad jual

[11] Khotibul Umam, "*Peningkatan Ketaatan Syariah melalui Pemisahan (Spin Off) Unit Usaha Syariah Bank Umum Konvensional*", Jurnal Mimbar Hukum, No. 2, Vol. 22 (2010) dalam http://mimbar .hukum.ugm.ac.id/index.php/jmh/article/viewFile/281/136.html, diakses pada 26 Nopember 2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

beli yang digunakan dalam transaksi jual beli Perumahan Multazam Islamic Residence.

Karya Teguh Hadi Susilo yang berjudul "Analisis Kelayakan Strategi Penjualan Kredit Pemilikan Rumah di Danamon Simpan Pinjam".[12] Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis kelayakan strategi penjualan KPR di Danamon Simpan Pinjam (DSP). Dengan potensi pasar KPR yang masih tinggi terutama di sektor UMKM yang merupakan target utama DSP, sangat memungkinkan untuk digarap dalam rangka meningkatkan kinerja DSP dan KPR Bank Danamon. Pilihan strategi yang dilakukan adalah melakukan pembedaan dalam proses kredit yang lebih cepat, mudah, dan nyaman.

Perbedaan antara penelitian di atas dengan penelitian peneliti adalah penelitian di atas membahas tentang analisis kelayakan strategi penjualan kredit pemilikan rumah di Danamon Simpan Pinjam (DSP) Dengan potensi pasar KPR yang masih tinggi terutama di sektor UMKM yang merupakan target utama DSP, sedangkan penelitian peneliti membahas tentang strategi penjualan dalam persepektif Islam Perumahan Multazam Islamic Residence.

Karya Meidika Hafid Dharmawan yang berjudul "Peranan Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Jasa pada Perusahaan Jasa Pelaksana Konstruksi CV. Meidika Jaya di Karanganyar".[13]

---

[12] Teguh Hadi Susilo, *Analisis Kelayakan Strategi Penjualan Kredit Pemilikan Rumah di Danamon Simpan Pinjam* (Tesis--Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia, 2011.

[13] Meidika Hafid Dharmawan, *Peranan Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Jasa pada Perusahaan Jasa Pelaksana Konstruksi CV. Meidika Jaya di*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Penelitian ini mengguanakan jenis penelitian kualitatif dengan analisis deskriptif. Tujuan dari penelitian ini adalah membahas tentang penerapan strategi pemasaran yang diterapkan oleh CV. Meidika Jaya dalam meningkatkan penjualan produk jasa dan hambatan strategi pemasaran yang dihadapi oleh CV. Meidika Jaya dalam meningkatkan penjualan produk jasa. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa CV. Meidika Jaya menerapkan strategi pemasaran, strategi produk, strategi harga, strategi distribusi, dan strategi promosi dan komunikasi dalam meningkatkan penjualan produk jasanya. Hambatan yang dihadapi CV. Meidika Jaya dalam meningkatkan penjualan produk jasanya adalah rendahnya disiplin kerja, pengaruh SDM yang kurangnya karyawan, pengaruh sumber daya (dana, tenaga ahli, dan teknologi) dan perubahan kondisi ekonomi dan politik.

Perbedaan antara penelitian di atas dengan penelitian peneliti adalah penelitian di atas membahas tentang penerapan strategi pemasaran yang diterapkan oleh CV. Meidika Jaya dalam meningkatkan penjualan produk jasa dan hambatan strategi pemasaran yang dihadapi oleh CV. Meidika Jaya dalam meningkatkan penjualan produk jasa, sedangkan penelitian peneliti membahas tentang strategi penjualan dalam persepektif Islam Perumahan Multazam Islamic Residence.

Karanganyar (Skripsi--Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2012.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

E. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan:

1. Untuk menganalisis strategi penjualan Perumahan Multazam Islamic Residence dalam perspektif Islam.
2. Untuk menganalisis akad yang digunakan dalam transaksi jual beli Perumahan Multazam Islamic Residence dalam perspektif Islam.

F. Kegunaan Hasil Penelitian

Dari hasil penelitian ini, diharapkan dapat memberi manfaat dalam dua (2) aspek, yaitu:

1. Aspek Teoritis

   Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan penelitian dan bahan masukan bagi peneliti selanjutnya, serta dapat menambah wawasan dan informasi dalam memahami strategi penjualan perumahan syariah dalam perspektif Islam dan akad jual beli dalam perspektif Islam.

2. Aspek Praktis

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi masyarakat yang tertarik akan perumahan syariah sehingga penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan acuan dalam memilih rumah dengan konsep islami. Penelitian ini juga diharapkan bermanfaat bagi *marketer* dalam melakukan strategi penjualan dalam perspektif Islam dan *developer* dalam

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menentukan akad jual beli yang sesuai dengan hukum Islam serta masyarakat yang ingin berbisnis properti sesuai dengan konsep rumah islami.

G. Definisi Operasional

1. Kepatuhan syariah secara konsep adalah penerapan prinsip-prinsip Islam, syariah, dan tradisinya ke dalam transaksi keuangan dan bisnis lain yang terkait[14] secara konsisten dan menjadikan syariah sebagai kerangka kerja bagi sistem dan keuangan lembaga syariah dalam alokasi sumber daya, manajemen, produksi, aktivitas pasar modal, dan distribusi kekayaan[15].. Dalam penelitian ini, kepatuhan syariah mempunyai makna tentang kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah dalam menerapkan strategi penjualan dan akad jual beli Perumahan Multazam Islamic Residence.
2. Jual beli yang dimaksud dalam judul penelitian ini adalah jual (membahas tentang strategi penjualan dalam perspektif Islam) dan Beli (membahas tentang akad *Ijārah Muntahiya Bittamlīk* (IMBT) yang digunakan dalam transaksi pembelian) Perumahan Multazam Islamic Residence.
3. Perumahan Multazam Islamic Residence adalah perumahan 100% muslim terbesar dan pertama kali di Indonesia. Dengan konsep kota mandiri yang ditunjang dengan fasilitas lengkap menunjang kegiatan islami dan

[14] Adrian Sutedi, *Perbankan Syariah: Tinjauan dan Beberapa Segi Hukum*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2009), 145.
[15] Ibid., 145.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

manajemen *estate* yang modern[16], yang terletak di Kalang Anyar, Sidoarjo. Kantor pemasaran berlokasi di Jl. Raya Rungkut Menanggal Harapan J5 Surabaya.

H. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan memberikan penjabaran yang detail mengenai strategi penjualan dan transaksi jual beli Perumahan Multazam Islamic Residence agar dapat mengetahui secara mendalam mengenai hasil penelitian ini.

1. Data

   Data adalah bahan keterangan tentang suatu objek penelitian.[17] Data dalam penelitian ini adalah hasil dari dokumentasi dan wawancara dengan 3 *marketer* yaitu Dani Ari Setiawan, Agil Prastiaji, Zendy Rizky Abadi dan 1 admin yaitu Nanik Rahmawati dari Perumahan Multazam Islamic Residence.

2. Sumber Data

   Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu:

   a. Sumber Primer

      Sumber data primer adalah sumber pertama di mana sebuah data dihasilkan. Dalam penelitian ini, peneliti langsung meminta informasi

[16] Multazam Islamic Residence, "pre-launching", dalam www.multazamislamicresidence.com, diakses pada 02 Nopember 2015.

[17] Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi: Format-format Kuantitatif dan Kualitatif untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen, dan Pemasaran*, (Jakarta: Kencana, 2013), 123.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

atau keterangan dari 3 *marketer* dan 1 admin Perumahan Multazam Islamic Residence, yaitu:

1. Dani Ari Setiawan (*marketer*) karena beliau memiliki banyak informasi tentang strategi penjualan dan transaksi jual beli Perumahan Multazam Islamic Residence, namun tidak banyak waktu yang diberikan untuk wawancara.
2. Agil Prastiaji (*marketer*) karena beliau memiliki banyak informasi tentang strategi penjualan dan transaksi jual beli Perumahan Multazam Islamic Residence dan *marketer* yang bersedia meluangkan banyak waktunya untuk diwawancarai.
3. Zendy Rizky Abadi (*marketing manager)* karena beliau merupakan pimpinan dari unit pemasaran yang mana lebih menguasai tentang strategi penjualan dan transaksi jual beli Perumahan Multazam Islamic Residence.
4. Nanik Rahmawati (admin) yang merupakan penerima awal pertanyaan wawancara yang diajukan oleh peneliti karena *marketer* belum bersedia diwawancarai karena sedang *launching* perumahan baru PT. Cahaya Mentari Pratama. Hasil wawancara yang diperoleh yaitu latar belakang Perumahan Multazam Islamic Residence.

Pada sumber primer ini, peneliti juga berkeinginan melakukan wawancara dengan *developer* Perumahan Multazam Islamic Residence namun beliau tidak memiliki waktu luang untuk

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

wawancara dan wawancara dengan pembeli Perumahan Multazam Islamic Residence untuk memperkuat informasi yang diberikan oleh *marketer* dalam hal strategi prnjualan dan transaksi jual beli Perumahan Multazam Islamic Residence. Namun, peneliti tidak diizinkan oleh pihak PT. Cahaya Mentari Pratama karena untuk melindungi privasi dari pembeli. Dari keempat narasumber di atas, data yang diberikan sudah konsisten dan tidak ada yang berbeda.

b. Sumber Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data kedua sesudah sumber data primer. Sumber ini berupa literatur yang berkaitan dengan strategi penjualan dan transaksi jual-beli, antara lain:

1. Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 27/DSN-MUI/III/2002 tanggal 28 Maret 2002 tentang *Ijārah Muntahiya Bittamlīk*.
2. Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 06/DSN-MUI/IV/2000 tanggal 4 April 2000 tentang *Istiṣnā'*.
3. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.
4. Buku Fiqh Muamalah
5. Buku Syariah *Marketing*
6. Buku Perbankan Syariah
7. Website Multazam Islamic Residence

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data, diantaranya:

a. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara.[18] Dalam hal ini, peneliti melakukan wawancara secara langsung kepada 3 *marketer* dan 1 admin Perumahan Multazam Islamic Residence, yaitu:

1. Dani Ari Setiawan (*marketer*) karena beliau memiliki banyak informasi tentang strategi penjualan dan transaksi jual beli Perumahan Multazam Islamic Residence, namun tidak banyak waktu yang diberikan untuk wawancara.
2. Agil Prastiaji (*marketer*) karena beliau memiliki banyak informasi tentang strategi penjualan dan transaksi jual beli Perumahan Multazam Islamic Residence dan *marketer* yang bersedia meluangkan banyak waktunya untuk diwawancarai.
3. Zendy Rizky Abadi (*marketing manager)* karena beliau merupakan pimpinan dari unit pemasaran yang mana lebih

[18] Ibid., 133.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menguasai tentang strategi penjualan dan transaksi jual beli Perumahan Multazam Islamic Residence.

4. Nanik Rahmawati (admin) yang merupakan penerima awal pertanyaan wawancara yang diajukan oleh peneliti karena *marketer* belum bersedia diwawancarai karena sedang *launching* perumahan baru PT. Cahaya Mentari Pratama. Hasil wawancara yang diperoleh yaitu latar belakang Perumahan Multazam Islamic Residence.

Pada sumber primer ini, peneliti juga berkeinginan melakukan wawancara dengan *developer* Perumahan Multazam Islamic Residence namun beliau tidak memiliki waktu luang untuk wawancara dan pembeli Perumahan Multazam Islamic Residence untuk memperkuat informasi yang diberikan oleh *marketer* dalam hal strategi prnjualan dan transaksi jual beli Perumahan Multazam Islamic Residence. Namun, peneliti tidak diizinkan oleh pihak PT. Cahaya Mentari Pratama karena untuk melindungi privasi dari pembeli. Dari keempat narasumber di atas, data yang diberikan sudah konsisten dan tidak ada yang berbeda.

b. Dokumen

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*), ceritera,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

biografi, peraturan kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar, misalnya foto, gambar hidup, sketsa, dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni, yang dapat berupa gambar, patung, film, dan lain-lain.[19] Dalam penelitian ini data-data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen yang berhubungan dengan tabel angsuran pembiayaan, syarat-syarat dan ketentuan surat pesanan, desain, denah, dan miniatur Perumahan Multazam Islamic Residence. yang bertujuan untuk mempelajari transaksi jual beli dan bentuk bangunan dari Perumahan Multazam Islamic Residence.

c. Studi kepustakaan

Studi kepustakaan yaitu mengumpulkan data dengan cara memperoleh dari kepustakaan di mana penulis mendapatkan teori-teori dan pendapat ahli serta beberapa buku referensi[20] yang berhubungan dengan strategi penjualan dan transaksi jual-beli.

4. Teknik Pengolahan Data

a. *Organizing,* yaitu menyusun kembali data yang telah didapat dalam penelitian yang diperlukan dalam kerangka paparan yang sudah direncanakan dengan rumusan masalah secara sistematis.[21] Peneliti melakukan pengelompokkan data yang dibutuhkan untuk dianalisis dan menyusun data tersebut dengan sistematis untuk memudahkan peneliti dalam menganalisis data.

---

[19] Sugiyono, *Metode penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 326.
[20] Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial* : *Format-format Kuantitatif dan Kualitatif*,, (Surabaya: Airlangga University Press, 2001), 136.
[21] Ibid., 245.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. *Editing*, yaitu pemeriksaan kembali dari semua data yang diperoleh terutama dari segi kelengkapannya, kejelasan makna, keselarasan antara data yang ada dan relevansi dengan penelitian.[22] Dalam hal ini peneliti akan mengambil data yang akan dianalisis dengan rumusan masalah saja.

c. *Analizing*, yaitu dengan menganalisis data yang telah diperoleh dari penelitian untuk memperoleh kesimpulan mengenai kebenaran fakta yang ditemukan, yang akhirnya merupakan sebuah jawaban dari rumusan masalah.[23]

5. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.[24]

Data yang telah berhasil dikumpulkan selanjutnya akan dianalisis secara deskriptif kualitatif, yaitu analisis yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati dengan metode yang telah ditentukan.[25]

---

[22] Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif*, (Bandung: Alfa Beta, 2008), 243.
[23] Ibid., 246.
[24] Sugiyono, *Metode penelitian Kombinasi (Mixed Methods)...*, 333.
[25] Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial: Format-format Kuantitatif dan Kualitatif...*, 143.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tujuan dari metode ini adalah untuk membuat deskripsi atau gambaran mengenai objek penelitian secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.[26]

Dalam penelitian ini, metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan keadaan perumahan Multazam Islamic Residence dan mengungkapkan stategi penjualan yang diterapkan oleh *marketer* dalam meningkatkan penjualan perumahan Multazam Islamic Residence serta akad yang digunakan pada saat jual beli. Kemudian, data-data yang diperoleh, digunakan mengungkapkan strategi penjualan dalam perspektif Islam yang diterapkan oleh *marketer* dalam meningkatkan penjualan perumahan Multazam Islamic Residence dan akad yang digunakan pada saat transaksi jual belinya.

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan ini dipaparkan dengan tujuan untuk menjelaskan isi utama kajian skripsi. Dalam penelitian skripsi terdapat beberapa bab dan di dalam setiap bab terdiri dari beberapa subbab. Adapun sistematika pembahasannya adalah:

Bab pertama adalah pendahuluan. Dalam bab ini terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah dan batasan masalah, rumusan masalah, kajian pustaka, tujuan penelitian, kegunaan hasil penelitian, definisi operasional, metodologi penelitian (meliputi, data yang dikumpulkan, sumber

[26] Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005), 63.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, dan teknik analisis data), dan sistematika pembahasan.

Bab kedua adalah landasan teori yang memuat tentang teori strategi penjualan menurut pemasaran perspektif Islam dan teori akad jual beli dalam Islam.

Bab ketiga adalah deskripsi hasil yang meliputi gambaran umum tentang Perumahan Multazam Islamic Residence, deskripsi tentang strategi penjualan Perumahan Multazam Islamic Residence dan transaksi jual beli yang dilakukan *developer* dengan konsumen.

Bab keempat adalah analisis masalah yang diangkat peneliti dalam penelitian skripsi. Adapun bab ini meliputi strategi penjualan Perumahan Multazam Islamic Residence dan transaksi jual beli yang dilakukan *developer* dengan konsumen kemudian dianalisis dengan strategi penjualan dan transaksi jual beli perspektif Islam.

Bab kelima adalah bab terakhir yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran-saran yang sebaiknya dilakukan *marketer* dalam melakukan strategi penjualan perumahan dengan konsep islami yang sesuai dengan perspektif Islam dan transaksi jual beli yang dilakukan *developer* dengan konsumen sesuai dengan akad jual beli perspektif Islam.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II

KEPATUHAN SYARIAH, STRATEGI PENJUALAN, *IJĀRAH MUNTAHIYA BITTAMLĪK*, DAN *ISTIṣNĀ'*

A. Kepatuhan Syariah

1. Pengertian kepatuhan syariah

Makna kepatuhan syariah secara konsep adalah penerapan prinsip-prinsip Islam, syariah, dan tradisinya ke dalam transaksi keuangan dan bisnis lain yang terkait[1] secara konsisten dan menjadikan syariah sebagai kerangka kerja bagi sistem dan keuangan lembaga syariah dalam alokasi sumber daya, manajemen, produksi, aktivitas pasar modal, dan distribusi kekayaan[2]. Kepatuhan syariah dalam operasional lembaga syariah seharusnya meliputi produk, sistem, teknik, dan identitas perusahaan, bukan hanya produk saja. Budaya perusahaan yang meliputi pakaian, dekorasi, dan *image* perusahaan juga merupakan salah satu aspek kepatuhan syariah dalam lembaga syariah yang bertujuan untuk menciptakan suatu moralitas dan spiritualitas kolektif yang apabila digabungkan dengan produksi barang dan jasa, maka akan menopang kemajuan dan pertumbuhan jalan hidup yang islami.

Makna kepatuhan syariah secara operasional (praktis) adalah kepatuhan kepada fatwa DSN karena fatwa DSN merupakan perwujudan prinsip dan aturan syariah yang harus ditaati dalam lembaga keuangan

[1] Adrian Sutedi, *Perbankan Syariah: Tinjauan dan Beberapa Segi Hukum*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2009), 145.
[2] Ibid., 145.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

syariah di Indonesia. Segala fatwa yang dikeluarkan oleh DSN menjadi acuan kerja bagi Dewan Pengawas Syariah yang memiliki daya laku dan daya ikat yang kuat dalam penerapan prinsip dan aturan syariah di lembaga keuangan syariah.[3]

Jaminan kepatuhan syariah (*sharia compliance assurance*) atas keseluruhan aktivitas lembaga keuangan syariah merupakan hal yang sangat penting bagi masyarakat.[4] Ada beberapa indikator yang dapat digunakan sebagai ukuran secara kualitatif untuk menilai kepatuhan syariah dalam lembaga keuangan syariah, antara lain:[5]

1. Akad atau kontrak yang digunakan untuk pembiayaan sesuai dengan prinsip-prinsip dan aturan syariah yang berlaku.
2. Dana zakat dihitung dan dibayar serta dikelola sesuai dengan aturan dan prinsip-prinsip syariah.
3. Seluruh transaksi dan aktivitas ekonomi dilaporkan secara wajar sesuai dengan standar akuntansi syariah yang berlaku.
4. Lingkungan kerja dan *corporate culture* sesuai dengan syariah.
5. Bisnis dan usaha yang dibiayai tidak bertentangan dengan syariah.
6. Terdapat Dewan Pengawas Syariah sebagai pengarah syariah atas keseluruhan aktivitas operasional lembaga keuangan syariah.
7. Sumber dana berasal dari sumber dana yang sah dan halal menurut syariah.

[3] Ibid., 145.
[4] Ibid., 146.
[5] Ibid., 146.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menurut Prof. Rifaat Karim, ada tiga model pengawasan syariah oleh Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang diwujudkan dalam bentuk organisasi DPS, yaitu:[6]

a. Model penasihat, yaitu menjadikan pakar-pakar syariah sebagai penasihat semata dan kedudukannya dalam organisasi adalah sebagai tenaga *part time*.
b. Model pengawasan, yaitu adanya pengawasan syariah yang dilakukan oleh beberapa pakar syariah terhadap lembaga keuangan syariah dengan secara rutin mendiskusikan masalah-masalah syariah dengan para pengambil keputusan operasional maupun keuangan organisasi.
c. Model departemen syariah, yaitu model pengawasan syariah yang dilakukan oleh departemen syariah. Dengan model ini, para ahli syariah bertugas *full time*, didukung oleh staf teknis yang membantu tugas-tugas pengawasan syariah yang telah digariskan oleh ahli syariah departemen tersebut.

2. Peran Dewan Pengawas Syariah (DPS)

Dewan Pengawas Syariah (DPS) adalah badan independen yang ditempatkan oleh Dewan Syariah Nasional (DSN) pada lembaga keuangan syariah. Anggota DPS harus terdiri atas para pakar di bidang syariah muamalah yang juga memiliki pengetahuan di bidang ekonomi.[7]

Dalam pelaksanaan tugas sehari-hari, DPS wajib mengikuti fatwa DSN yang merupakan otoritas tertinggi dalam mengeluarkan fatwa

[6] Ibid., 146.
[7] Ibid., 147.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengenai kesesuaian produk dengan ketentuan dan prinsip syariah. Tugas utama DPS adalah mengawasi kegiatan usaha lembaga keuangan syariah agar tidak menyimpang dari ketentuan dan prinsip syariah yang telah difatwakan oleh DSN.

DSN merupakan bagian dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang bertugas menumbuhkembangkan penerapan nilai-nilai syariah dalam kegiatan perekonomian pada umumnya dan sektor keuangan pada khususnya lembaga keuangan syariah.

Anggota DSN terdiri atas para ulama, praktisi, dan pakar dalam bidang-bidang yang terkait dengan perekonomian dan syariah muamalah. Anggota DSN ditunjuk dan diangkat oleh MUI untuk masa bakti 4 tahun.

Menurut MUI (SK MUI No. Kep. 754/II/1999), ada empat tugas pokok DSN, yaitu:[8]

1. Menumbuhkembangkan penerapan nilai-nilai syariah dalam kegiatan perekonomian.
2. Mengeluarkan fatwa atau jenis-jenis kegiatan keuangan.
3. Mengeluarkan fatwa atas produk keuangan syariah.
4. Mengawasi penerapan fatwa yang telah dikeluarkan.

DSN merupakan satu-satunya badan yang mempunyai kewenangan mengeluarkan fatwa atau jenis-jenis kegiatan, produk, dan jasa keuangan syariah serta mengawasi penerapan fatwa dimaksud oleh lembaga-lembaga

[8] Ibid., 147.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

keuangan syariah di Indonesia. Di samping itu, DSN juga mempunyai kewenangan untuk:[9]

1. Memberikan atau mencabut rekomendasi nama-nama yang akan duduk sebagai anggota DPS pada satu lembaga keuangan syariah.
2. Mengeluarkan fatwa yang mengikat DPS di masing-masing lembaga keuangan syariah dan menjadi dasar tindakan hukum pihak terkait.
3. Mengeluarkan fatwa yang menjadi landasan bagi ketentuan yang dikeluarkan oleh instansi yang berwenang.
4. Memberikan peringatan kepada lembaga keuangan syariah untuk menghentikan penyimpangan dari fatwa yang telah dikeluarkan oleh DSN.
5. Mengusulkan kepada pihak lain yang berwenang untuk mengambil tindakan apabila peringatan tidak diindahkan.

B. Strategi Penjualan

1. Pengertian strategi penjualan

   a. Pengertian strategi

   Istilah strategi berasal dari kata Yunani *strategia* (*stratos* = militer, *ag* = memimpin), yang artinya seni dan ilmu untuk menjadi seorang jenderal.[10] Konsep ini relevan dengan situasi pada zaman dulu yang sering diwarnai perang, di mana jenderal dibutuhkan untuk memimpin angkatan perang agar dapat selalu memenangkan perang.

[9] Ibid., 148.
[10] Zulkarnain, *Ilmu Menjual: Pendekatan Teoritis dan Kecakapan Menjual*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), 74.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Strategi tidak hanya digunakan dalam angkatan perang, tetapi juga sudah dapat digunakan dalam kegiatan bisnis. Jenderal Karl Von Clausewitz tahun 1831 dalam bukunya ***"On War"*** mengatakan bahwa "bisnis adalah sebuah peperangan".[11] Strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai. Sedangkan menurut Robert M. Grant, strategi merupakan suatu rencana keseluruhan dalam memanfaatkan sumber daya untuk memperoleh kedudukan yang menguntungkan.[12]

b. Pengertian penjualan

Penjualan merupakan tujuan dari pemasaran artinya perusahaan melalui departemen/bagian pemasaran termasuk tenaga penjualannya akan berupaya melakukan kegiatan penjualan untuk menghabiskan produk yang dihasilkan.[13] Atau penjualan merupakan fungsi utama setelah melakukan fungsi-fungsi lainnya, artinya penjualan bukanlah aktivitas yang berdiri sendiri, tetapi ditopang oleh aktivitas lainnya dengan tujuan untuk menyampaikan barang/jasa ke konsumen.

c. Pengertian strategi penjualan

Strategi penjualan adalah memindahkan posisi pelanggan ke tahap pembelian (dalam proses pengambilan keputusan) melalui penjualan tatap muka.[14]

---

[11] Ibid., 74
[12] Ibid., 74
[13] Ibid., 10.
[14] Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi, 2008), 249.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d. Penjualan dalam Islam

Dalam melakukan penjualan, perusahaan tidak hanya menyampaikan fitur-fitur dari produk dan jasa yang ditawarkan saja, melainkan juga keuntungan dan bahkan solusi dari produk atau jasa tersebut. Begitu juga dengan perusahaan berbasis syariah. Perusahaan ini harus bisa memberikan solusi bagi konsumennya sehingga konsumen akan semakin loyal terhadap produk atau jasa perusahaan itu. Salah satu caranya adalah dengan menciptakan hubungan jangka panjang dengan konsumen.[15]

Dalam melakukan aktivitas penjualan, janganlah berpikir secara jangka pendek, tetapi harus jangka panjang. Tidak boleh, misalnya, menawarkan produk dengan harga rendah untuk memikat konsumen, tetapi kualitasnya diturunkan secara diam-diam. Konsumen mungkin akan tertarik pada awalnya. Namun, begitu mengetahui telah dikelabui, mereka pasti akan pergi meninggalkan perusahaan yang curang itu.

Paradigma lama bahwa konsumen hanyalah pembeli, haruslah diubah. Perusahaan atau penjual harus menganggap konsumen sebagai teman dengan sikap tolong-menolong dan kejujuran sebagai landasan utamanya. Dengan menjalin persaudaraan dengan konsumen, hubungan jangka panjang akan tercipta secara harmonis. Sehingga, pada akhirnya konsumen akan menjadi pendukung dan pembela dikala

[15] Hermawan Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung: Mizan, 2006), 180.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

produk atau perusahaan mengalami masalah atau krisis.[16] Seperti hadits berikut ini:

مَنْ أَحَبَّ سَرُّهُ أَنْ يَبْسَطَ لَهُ فِي رِزْقِهِ وَيُنْسَأَ لَهُ فِي أَثَرِهِ فَلْيَصِلْ رَحِمَهُ

> Barangsiapa ingin dimudahkan rezekinya atau dipanjangkan umurnya, maka hendaklah ia memperhubungkan silaturahim (hubungan kasih-sayang)[17]

2. Strategi penjualan

Berikut ini adalah strategi penjualan yang sering digunakan, di antaranya:

a. *Direct selling*

Direct selling adalah strategi penjualan yang memanfaatkan tenaga penjual untuk memasarkan produk secara langsung kepada konsumen. Jadi, tidak lagi melewati tangan per tangan. Strategi ini dipakai saat melakukan pameran-pameran di berbagai tempat yang ramai, misalnya, pusat perbelanjaan. Dengan demikian bisa langsung menjumpai *user* (konsumen).[18]

b. *Take one boxes* (TOB)

Strategi penjualan TOB adalah dengan mencetak brosur-brosur atau *form* aplikasi yang menawarkan secara langsung kepada konsumen produk yang dijual. *Form* demikian bukan sekedar brosur promosi, sebab berisi penawaran langsung yang memiliki kolom-kolom untuk diisi konsumen yang berminat, lalu bisa dikirimkan

---

[16] Ibid., 180.
[17] Kitab Imam Bayhaqi "Al-Qadha' wa Al-Qadr", t.tp., t.t., 480-481.
[18] Ali Arifin, *Seni Menjual*, (Yogyakarta: ANDI, 2009), 100.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kembali (bebas biaya perangko) atau penjual yang datang mengambilnya.[19]

c. Telemarketing

Telemarketing adalah menjual jarak jauh. Karena jarak jauh, sudah pasti dalam proses menjualnya tidak bertemu konsumen secara langsung dalam arti tatap muka. Tetapi, itulah hasilnya tidak maksimal. Untuk menggunakan program ini harus memberikan bonus atau *reward* kepada dua belah pihak. Yakni konsumen lama (yang berhasil mengajak teman atau relasinya untuk berbelanja di perusahaan atau produk yang bersangkutan) dan juga konsumen baru (yang berhasil diajak). Bukan itu saja, teman yang berhasil diajak juga memiliki kemudahan dalam memperoleh barang yang dijual.[20]

d. TV *shopping*

Penjualan melalui media televisi. Jadi perusahaan bukan saja melakukan promosi, melainkan langsung menjual. Strategi penjualan ini mungkin memerlukan biaya yang besar karena harus membeli jam tayang di sebuah stasiun televisi.[21]

e. *E-commerce*

E-commerce adalah strategi penjualan yang memanfaatkan internet sebagai ujung tombaknya. *E-commerce* bukan berbicara mengenai memiliki *website* atau situs perusahaan saja. Banyak perusahaan memiliki *website* tetapi *website* mereka bagaikan kartu

[19] Ibid., 109.
[20] Ibid., 101.
[21] Ibid., 110.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

nama saja. Hanya sebagai tempat memajang atau galeri. Didesain sedemikian bagus dan mahal tetapi tidak ada unsur melakukan penjualan, yang ada hanya *company profile*, wajah atau profil direksi, serta aneka penjelasan produk.[22]

Dikatakan tanpa ada unsur penjualan karena tidak ada produk yang ditawarkan, kalaupun ada tidak dicantumkan harganya sehingga orang bingung bagaimana jika ingin membeli, tidak ada *form feedback* langsung jika memang konsumen yang mengunjungi situs perusahaan tersebut ingin melakukan pembelian. Istilahnya tidak tahu harus menghubungi siapa kalau ingin membeli. Alasan perusahaan menggunakan strategi ini karena jangkauannya yang luas dan bisa menghemat biaya besar daripada membuka kantor cabang di negara lain. Internet menjangkau seluruh belahan bumi, selalu *online* 24 jam.[23]

f. Program afiliasi

Program afiliasi adalah program penjualan yang memasang *banner* iklan situs sebuah perusahaan pada situs perusahaan lainnya. Dengan demikian, diharapkan pengunjung sebuah situs bisa tertarik untuk meng"klik" *banner* iklan tersebut dan melakukan transaksi penjualan. Pemasangan iklan ini bukan atas bayaran tertentu seperti

[22] Ibid., 119.
[23] Ibid., 120.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memasang iklan perusahaan di situs detik.com, kompas.com, atau yahoo.com.[24]

Pemasangan *banner* iklan dalam program afiliasi ini tidak dipungut biaya, tetapi setiap transaksi yang terjadi akan selalu diberikan bonus kepada pemilik situs yang memberikan ruang *display* iklan.

3. Tantangan penjualan

Kunci keberhasilan suatu perusahaan dalam kegiatan pemasaran adalah semakin mampu menghadapi persaingan global yang begitu ketat serta memiliki ketangguhan dalam menghadapi pasar yang semakin luas dan kompleks. Tantangan penjualan ke depan juga merupakan sesuatu yang patut diperhitungkan setiap perusahaan, mengingat berbagai cara dilakukan pesaing untuk merebut pasar, sehingga akan semakin sulit dan kompleks pula masalahnya.[25] Tantangan penjualan dapat dilihat dari berbagai aspek, di antaranya:

a. Tingginya tuntutan konsumen akan kualitas produk atau jasa yang diinginkan dengan harga yang layak, wajar, dan terjangkau. Tuntutan semakin profesionalnya tenaga penjual perusahaan agar mampu menarik konsumen dengan cara-cara yang positif dan rasional, diperlukan strategi yang handal dalam menghadapi pesaing melalui bauran pemasaran, di antaranya:[26]

[24] Ibid., 121.
[25] Zulkarnain, *Ilmu Menjual: Pendekatan Teoritis dan Kecakapan Menjual...*, 115.
[26] Ibid., 115

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Menghindari praktik-praktik curang yang pernah dilakukan perusahaan yang dapat merusak nama baik perusahaan di mata konsumen.
2. Memahami keinginan dan kebutuhan konsumen melalui *research and development* terutama untuk mengetahui selera konsumen yang selalu berubah.
3. Meng-*counter* praktik-praktik culas perusahaan lain untuk menjatuhkan nama baik perusahaan.
4. Memiliki kemampuan mengantisipasi strategi perusahaan lain terutama strategi promosi yang begitu gencar dilakukan hampir setiap perusahaan.
5. Memiliki kemampuan melakukan segmentasi pasar, target, dan memposisikan produk atau jasa di kalangan konsumen.
6. Semakin maraknya pemalsuan produk yang dilakukan oleh perusahaan lain terutama merek-merek terkenal yang digemari oleh konsumen.
7. Dalam jangka panjang mampu memuaskan kebutuhan konsumen melalui produk kreatif, inovatif, dan mengikuti perkembangan pasar.

b. Kemajuan teknologi dalam bidang informasi teknologi juga merupakan era baru dalam kegiatan pemasaran karena proses penjualan tidak lagi dilakukan dalam artian fisik, tetapi sudah dapat dilakukan di dunia maya. Banyak wirausahawan yang memanfaatkan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

jaringan teknologi dalam melakukan kegiatan penjualan karena berbisnis melalui jaringan ini diperkirakan akan mengalami kemajuan dan peningkatan pada tahun-tahun berikutnya seiring dengan kemajuan teknologi itu sendiri karena kemajuan teknologi begitu erat kaitannya dengan kegiatan pemasaran.[27]

4. Tenaga penjual

Ada dua metode yang digunakan untuk menentukan besarnya armada penjual yang efektif, yaitu:[28]

a. Jumlah wiraniaga harus ditambah jika laba penjualan dan wiraniaga baru itu lebih besar atau sama dengan pengeluaran untuk *salespeople* yang bersangkutan.
b. Banyaknya wiraniaga harus ditentukan berdasarkan beban kerja.

Metode kontak wiraniaga dengan pembeli, yaitu:[29]

a. Penjual individual dengan pembeli individual
b. Penjual individual dengan kelompok pembeli
c. Tim penjual dengan kelompok pembeli
d. *Conference selling*
e. *Seminar selling*

Jenis penjual yang digunakan, yaitu:[30]

a. *Company salesforce*, yaitu karyawan penuh atau karyawan paruh waktu (*part-time*) yang digaji perusahaan.

[27] Ibid., 115.
[28] Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran...*, 250.
[29] Ibid., 250.
[30] Ibid., 250.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. *Contractual salesforce*, yaitu organisasi atau individu yang dibayar berdasarkan transaksi penjualan yang dilakukannya, misalnya *sales agent*, *broker*, *industrial agent*, dan lain-lain.

C. *Ijārah Muntahiya Bittamlīk* (IMBT)

1. Pengertian *Ijārah Muntahiya Bittamlīk* (IMBT)

Berdasarkan UU No. 21 Pasal 19 ayat (1) Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, yang dimaksud dengan *Ijārah Muntahiya Bittamlīk* (IMBT) adalah akad penyediaan dana dalam rangka memindahkan hak guna atau manfaat dari suatu barang atau jasa berdasarkan transaksi sewa dengan opsi pemindahan kepemilikan barang.[31]

Berdasarkan Lampiran Surat Edaran Bank Indonesia No. 5/26/BPS/2003 tanggal 27 Oktober 2003 tentang Pedoman Akuntansi Perbankan Syariah Indonesia halaman 111, yang dimaksud dengan *Ijārah Muntahiya Bittamlīk* (IMBT) adalah perjanjian sewa-menyewa suatu barang antara *lessor/muajjir* (pemberi sewa) dengan *lessee/musta'jir* (penyewa) yang diakhiri dengan perpindahan hak milik objek sewa.[32]

Berdasarkan Buku Kodifikasi Produk Perbankan Syariah, Lampiran SEBI No. 10/31/DPbs tanggal 7 Oktober 2008 Perihal Produk Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah. PBI No. 10/17/PBI/2008 tanggal 25 September 2008, yang dimaksud dengan *Ijārah Muntahiya Bittamlīk* (IMBT) adalah transaksi sewa-menyewa antara pemilik objek sewa dan

[31] Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, 12.
[32] Lampiran Surat Edaran Bank Indonesia No. 5/26/BPS/2003 tanggal 27 Oktober 2003 dalam Pedoman Akuntansi Perbankan Syariah Indonesia, III-75.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penyewa untuk mendapatkan imbalan atas objek sewa yang disewakannya dengan opsi perpindahan hak milik objek sewa.[33]

Dalam ketentuan butir III.7.d Surat Edaran Bank Indonesia No. 10/14/DPbs tanggal 17 Maret 2008 Perihal Pelaksanaan Prinsip Syariah dalam Kegiatan Penghimpunan Dana dan Penyaluran Dana serta Pelayanan Jasa Bank Syariah ditegaskan bahwa pelaksanaan pengalihan kepemilikan dan/atau hak penguasaan objek sewa dapat dilakukan setelah masa sewa yang disepakati oleh bank dan nasabah penyewa selesai.[34]

Berdasarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 27/DSN-MUI/III/2002 tentang *Ijārah Muntahiya Bittamlīk* (IMBT), yang dimaksud dengan sewa beli (*al-ijārah al-muntahiyah bi al-tamlīk*), yaitu perjanjian sewa-menyewa yang disertai opsi pemindahan hak milik atas benda yang disewa kepada penyewa setelah selesai masa sewa.[35]

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa pengertian *Ijārah Muntahiya Bittamlīk* (IMBT) adalah perjanjian sewa-menyewa antara pemberi sewa dan penyewa atas suatu barang yang menjadi objek sewa dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa oleh penyewa kepada pemberi sewa, yang mengikat pemberi sewa untuk mengalihkan kepemilikan objek sewa kepada penyewa setelah selesai masa sewa.

---

[33] Bank Indonesia, *Surat Edaran Bank Indonesia No. 10/31DPbs*; Perihal Produk Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, (Jakarta: Surat Edaran, 2008)

[34] Bank Indonesia, *Surat Edaran Bank Indonesia No. 10/ 14/DPbS*; Perihal Pelaksanaan Prinsip Syariah dalam Kegiatan Penghimpunan Dana dan Penyaluran Dana serta Pelayanan Jasa Bank Syariah, (Jakarta: Surat Edaran, 2008), 16.

[35] Dewan Syariah Nasional MUI, *Fatwa DSN No. 27/DSN-MUI/III/2002 tentang Ijārah Muntahiya Bittamlīk (IMBT)*, (Jakarta: Fatwa DSN-MUI, 2002).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Dasar hukum *Ijārah Muntahiya Bittamlīk* (IMBT)

a. Al-Qur'an

أَهُمْ يَقْسِمُونَ رَحْمَتَ رَبِّكَ ۚ نَحْنُ قَسَمْنَا بَيْنَهُم مَّعِيشَتَهُمْ فِي ٱلْحَيَوٰةِ ٱلدُّنْيَا ۚ وَرَفَعْنَا بَعْضَهُمْ فَوْقَ بَعْضٍ دَرَجَٰتٍ لِّيَتَّخِذَ بَعْضُهُم بَعْضًا سُخْرِيًّا ۗ وَرَحْمَتُ رَبِّكَ خَيْرٌ مِّمَّا يَجْمَعُونَ ﴿٣٢﴾

Apakah mereka yang membagi-bagikan rahmat Tuhanmu? Kami telah menemukan antara mereka penghidupan mereka dalam kehidupan dunia, dan Kami telah meninggikan sebagian mereka atas sebagian yang lain beberapa derajat, agar sebagian mereka dapat menggunakan sebagian yang lain. Dan rahmat Tuhanmu lebih baik dari apa yang mereka kumpulkan. (QS. Al-Zukhruf [43]:32)[36]

b. Al-Hadits

رَوَاهُ اَحْمَدِ وَاَبُوْ دَاوُدْ وَالنَّسَائِيْ عَنْ سَعْدْ بِنْ اَبِي وَقَاصْ بِلَّفْظ: اَنْ اَصْحاب الْمَزَارِعُ فِي زَمَنِ النَّبِيِّ صَلَى الله عَلَيْهِ وَسَلَّمْ يَكْرُوْنَ مَزَارِعِهِمْ بِمَا يَكُوْنُ عَلَى السَّوَاقِيْ وَمَا سَعِدَ بِالْمَاءِ مِمَّا حَوْلَ النَّبَتِ, فَجَاؤُوْا رَسُوْلُ الله صَلَّى الله عَلَيْهِ وَسَلَّمْ فَاخْتَصَمُوْا فِي بَعْضِ ذلِكَ, فَنَهَاهُمْ أَنْ يَكْرُوْا بِذَلِكَ, وَقَالَ: أُكْرُوْا بِالذَّهْبِ وَالْفِضَّةِ (نَيْلُ الْأَوْطَارْ: 5 ص 279)

Dari Sa'd Ibn Abi Waqqash dengan teks Abu Daud berkata: kami pernah menyewakan tanah dengan (bayaran) hasil tanaman yang tumbuh pada parit dan tempat yang teraliri air, maka Rasulullah malarang kami melakukan hal tersebut dan memerintahkan agar kami menyewakan tanah itu dengan emas atau perak (uang). (HR. Ahmad, Abu Daud, dan Nasa'i)

c. Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 27/DSN-MUI/III/2002 tanggal 28 Maret 2002 tentang *Ijārah Muntahiya Bittamlīk*:[37]

(1) Ketentuan umum:

[36] Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya* (Jakarta: Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Pentafsir Al Qur'an, 1971).
[37] Dewan Syariah Nasional MUI, *Fatwa DSN No. 27/DSN-MUI/III/2002*,...

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a) Semua rukun dan syarat yang berlaku dalam akad *ijārah* (Fatwa DSN Nomor: 09/DSNMUI/IV/2000) berlaku pula dalam akad *al-ijārah al-muntahiyah bi al-tamlīk*.

b) Perjanjian untuk melakukan akad *al-ijārah al-muntahiyah bi al-tamlīk* harus disepakati ketika akad *ijārah* ditandatangani.

c) Hak dan kewajiban setiap pihak harus dijelaskan dalam akad.

(2) Ketentuan tentang *al-ijārah al-muntahiyah bi al-tamlīk*:

a) Pihak yang melakukan *al-ijārah al-muntahiyah bi al-tamlīk* harus melakukan akad *ijārah* terlebih dahulu. Akad pemindahan kepemilikan dengan jual-beli atau pemberian hanya dapat dilakukan setelah masa *ijārah* selesai.

b) Janji pemindahan kepemilikan yang disepakati di awal akad *ijārah* adalah *waad* yang hukumnya tidak mengikat. Jika janji tersebut ingin dilaksanakan, maka harus ada akad pemindah kepemilikan yang dilakukan setelah masa *ijārah* selesai.

3. Rukun akad *Ijārah Muntahiya Bittamlīk* (IMBT)

Berdasarkan fatwa DSN Nomor 27 Tahun 2002, disebutkan bahwa pihak yang melakukan akad *Ijārah Muntahiya Bittamlīk* (IMBT) harus melakukan akad *ijārah* terlebih dahulu.[38] Dengan demikian, pada akad *Ijārah Muntahiya Bittamlīk* (IMBT) juga berlaku semua rukun dan syarat akad *ijārah*. Adapun akad perjanjian *Ijārah Muntahiya Bittamlīk* (IMBT) harus disepakati ketika akad *ijārah* ditandatangani. Selanjutnya,

[38] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pelaksanaan akad pemindahan kepemilikan, baik dengan jual-beli atau pemberian hanya dapat dilakukan setelah masa *ijārah* selesai. Berdasarkan fatwa DSN Nomor 27 tersebut, janji pemindahan kepemilikan yang disepakati di awal akad *ijārah* hukumnya bersifat tidak mengikat. Oleh karena itu, apabila janji tersebut ingin dilaksanakan, maka harus ada akad pemindahan yang dilakukan setelah masa *ijārah* selesai.[39]

Rukun dari akad *ijārah* yang harus dipenuhi dalam transaksi ada tiga, yaitu:

a. Transaktor

Transaktor terdiri atas *musta'jir* (penyewa) dan *mu'jir* (pemberi sewa). Kedua transaktor disyaratkan memiliki kompetensi berupa akil baligh dan kemampuan memilih yang optimal seperti tidak gila, tidak sedang dipaksa, dan lain-lain. Adapun untuk transaksi dengan anak kecil, dapat dilakukan dengan izin dan pantauan dari walinya. Perjanjian sewa-menyewa antara pemberi sewa dengan penyewa memiliki implikasi kepada kedua belah pihak.[40]

Implikasi perjanjian sewa oleh pemberi sewa adalah:[41]

1. Menyediakan aset yang disewakan.
2. Menanggung biaya pemeliharaan aset. Biaya ini meliputi biaya yang terkait langsung sengan substansi objek sewaan yang manfaatnya kembali kepada pemberi sewanya (misalnya renovasi,

[39] Ibid.
[40] Rizal Yaya, et al., *Akuntansi Perbankan Syariah: Teori dan Praktik Kontemporer*, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 253.
[41] Ibid., 253.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penambahan fasilitas, dan reparasi yang bersifat insidental). Semua biaya ini dibebankan kepada pemberi sewa. Jika pemberi sewa menolak menanggung, maka sewa-menyewa sifatnya batal. Jika terdapat kelalaian penyewa, tanggung jawab ada pada penyewa.

3. Menjamin bila terdapat cacat pada aset yang disewakan.

Adapun kewajiban penyewa adalah:[42]

1. Membayar sewa dan bertanggungjawab untuk menjaga keutuhan aset yang disewa serta menggunakannya sesuai kontrak.
2. Menanggung biaya pemeliharaan yang sifatnya ringan (tidak materiil). Biaya ini meliputi biaya yang berkaitan langsung dengan optimalisasi fasilitas yang disewa dan kegunaannya adalah kewajiban penyewa (misal pemeliharaan rutin). Semua biaya ini merupakan tanggungjawab penyewa. Misalnya mengisi bensin untuk kendaraan yang disewa.
3. Jika aset yang disewa rusak, bukan karena pelanggaran dari penggunaan yang dibolehkan, juga bukan karena kelalaian pihak penyewa dalam menjaganya, ia tidak bertanggungjawab atas kerusakan tersebut.

b. Objek *ijārah*

Objek kontrak *ijārah* yaitu *ma'jur* (aset yang disewakan) dan *ujrah* (harga sewa). Manfaat dari penggunaan aset dalam *ijārah* adalah

[42] Ibid., 253.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

objek kontrak yang harus dijamin, karena ia merupakan rukun yang harus dipenuhi sebagai ganti dari sewa dan bukan aset itu sendiri.

Adapun ketentuan objek *ijārah* adalah sebagai berikut:[43]

1. Objek *ijārah* adalah manfaat dari penggunaan barang dan/atau jasa.
2. Manfaat barang harus bisa dinilai dan dapat dilaksanakan dalam kontrak. Dalam hal ini, hendaklah fasilitas objek sewaan itu mempunyai nilai komersial. Hendaknya penggunaan fasilitas objek sewaan tidak menghabiskan substansinya, sebagai contoh tidak boleh menyewakan lilin untuk penerangan.
3. Fasilitasnya mubah (dibolehkan). Dalam hal ini, menyewa tenaga atau fasilitas untuk maksiat atau sesuatu yang diharamkan adalah haram.
4. Kesanggupan memenuhi manfaat harus nyata dan sesuai dengan syariah. Dalam hal ini objek transaksi bisa diserahterimakan secara substansi dan syariat. Dengan demikian, dilarang menyewakan orang buta untuk penjagaan yang memerlukan penglihatan atau menyewakan unta yang hilang karena secara substantif tidak akan dapat menjalankan fungsinya. Begitu pula dilarang menyewa wanita haid membersihkan masjid karena secara syariat tidak boleh masuk ke dalam masjid pada waktu haid.
5. Manfaat harus dikenali secara spesifik sedemikian rupa untuk menghilangkan ketidaktahuan yang akan mengakibatkan sengketa.

[43] Ibid., 253.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

6. Spesifikasi manfaat harus dinyatakan dengan jelas termasuk jangka waktunya. Atau bisa juga dikenali dengan spesifikasi atau identifikasi fisik. Untuk sesuatu yang tidak aktif seperti manusia dan binatang kapasitas diketahuinya adalah dasar pekerjaan dan waktu.
7. Sewa adalah sesuatu yang dijanjikan dan dibayar sebagai pembayaran manfaat. Sesuatu yang dapat dijadikan harga dalam jual-beli dapat pula dijadikan sewa dalam *ijārah*.
8. Ketentuan dalam menentukan sewa dapat diwujudkan dalam ukuran waktu, tempat, dan jarak.

c. Ijab dan kabul

Ijab dan kabul dalam akad *ijārah* merupakan pernyataan dari kedua belah pihak yang berkontrak, dengan cara penawaran dari pemilik aset dan penerimaan yang dinyatakan oleh penyewa. Pelafalan perjanjian dapat dilakukan dengan lisan, isyarat (bagi yang tidak bisa bicara), tindakan maupun tulisan, bergantung pada praktik yang lazim di masyarakat dan menunjukkan keridhaan satu pihak untuk menyewa dan pihak lain untuk menyewakan tenaga/fasilitas.[44]

4. Fitur dan mekanisme pembiayaan berdasarkan akad *Ijārah Muntahiya Bittamlīk* (IMBT)

Dalam transaksi pembiayaan berdasarkan akad *Ijārah Muntahiya Bittamlīk* (IMBT), pemberi sewa bertindak sebagai pemberi janji (*wa'ad*)

[44] Ibid., 254.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

antara lain untuk memberikan opsi pengalihan hak penguasaan objek sewa kepada penyewa sesuai kesepakatan.

Fatwa DSN No. 09/DSN-MUI/IV/2000 tentang Pembiayaan *Ijārah* dan No. 27/DSN-MUI/III/2002 tentang *Al-Ijārah Al-Muntahiyah Bi Al-tamlīk*, tidak menyatakan adanya agunan terhadap pembiayaan berdasarkan akad-akad tersebut.

Sama halnya dengan pembiayaan *ijārah*, maka dalam pembiayaan IMBT, selama masa sewa barang yang disewa secara prinsip adalah milik pemberi sewa, bukan milik penyewa, maka secara hukum penyewa tidak mungkin menjadikan objek sewa tersebut sebagai agunan.[45]

Dalam Pasal 23 UU Perbankan Syariah tentang Kelayakan Penyaluran Dana, dapat ditafsirkan bahwa pada dasarnya bank harus meminta adanya agunanan tambahan.

Dalam pembiayaan berdasarkan akad IMBT juga dapat diperjanjikan bahwa apabila penyewa melakukan wanprestasi, maka penyewa wajib memindahkan manfaat atas barang yang disewa sesuai dengan jangka waktu sewa yang tersisa kepada pihak ketiga yang disetujui oleh pemberi sewa.[46]

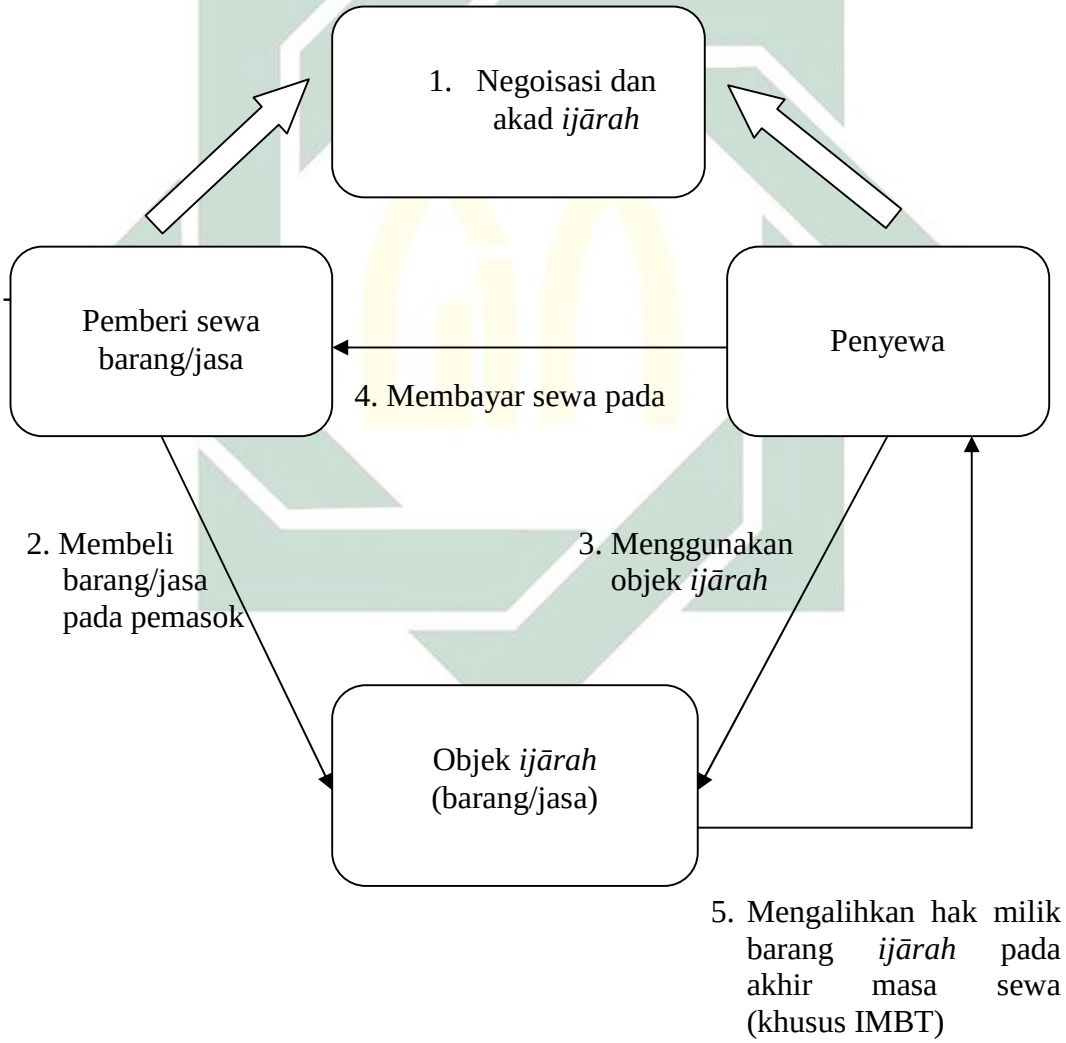
Pemindahan manfaat sewa tersebut di atas disertai kompensasi pembayaran minimal sebesar *outstanding* kewajiban penyewa kepada pemberi sewa. Dalam pembiayaan IMBT, pembayaran uang sewa dapat berupa biaya sewa dan cicilan harga objek sewa. Karena itu, apabila

[45] A. Wangsawidjaja Z., *Pembiayaan Bank Syariah...*, 219.
[46] Ibid., 219.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terdapat kelebihan dari uang kompensasi setelah diperhitungkan dengan seluruh kewajiban penyewa kepada pemberi sewa, maka kelebihan tersebut harus dibayarkan kepada penyewa.[47]

Karena dalam pembiayaan IMBT ada opsi pemindahan hak milik objek sewa, maka pada dasarnya objek sewa ada pada pemberi sewa, sebagaimana pembiayaan *ijārah.*



Gambar 2.1 Alur Transaksi *Ijārah Muntahiya Bittamlīk* (IMBT)[48]

[47] Ibid., 219

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Keterangan:

Pertama, penyewa mengajukan permohonan *ijārah* dengan mengisi formulir permohonan. Berbagai informasi yang diberikan selanjutnya diverifikasi kebenarannya dan dianalisis kelayakannya oleh pemberi sewa. Bagi penyewa yang dianggap layak, selanjutnya diadakan perikatan dalam bentuk penandatanganan kontrak *ijārah* atau IMBT yang berisi tentang objek sewa, jangka waktu sewa dan *fee* sewa yang diberikan oleh penyewa kepada pemberi sewa, hak opsi penyewa setelah masa sewa berakhir, dan ketentuan lainnya.

Kedua, sebagaimana difatwakan oleh DSN, pemberi sewa selanjutnya menyediakan objek sewa yang akan digunakan oleh penyewa.

Ketiga, penyewa menggunakan barang atau jasa yang disewakan sebagaimana yang telah disepakati dalam kontrak. Selama penggunaan objek sewa, penyewa menjaga dan menanggung biaya pemeliharaan barang yang disewa sesuai kesepakatan. Sekiranya terjadi kerusakan bukan karena kesalahan penyewa, maka pemberi sewa akan menanggung biaya perbaikannya.

Keempat, penyewa membayar *fee* sewa kepada pemberi sewa sesuai dengan kesepakatan akad sewa.

Kelima, pada transaksi IMBT, setelah masa *ijārah* selesai, pemberi sewa sebagai pemilik barang dapat melakukan pengalihan hak milik kepada penyewa.

---

[48] Rizal Yaya, et al., *Akuntansi Perbankan Syariah: Teori dan Praktik Kontemporer...*, 256.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

D. *Istiṣnā'*

1. Pengertian *istiṣnā'*

Istiṣnā' secara etimologis adalah masdar dari *sitaṣnā' 'asy-sya'i*, artinya meminta membuat sesuatu, yakni meminta kepada seorang pembuat untuk mengerjakan sesuatu.[49]

Adapun *istiṣnā'* secara terminologis adalah transaksi terhadap barang dagangan dalam tanggungan yang disyaratkan untuk mengerjakannya. Objek transaksinya adalah barang yang harus dikerjakan dan pekerjaan pembuatan barang itu.[50]

Menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, *istiṣnā'* adalah jual-beli barang atau jasa dalam bentuk pemesanan dengan kriteria dan persyaratan tertentu yang disepakati antara pihak pemesanan dan pihak penjual.[51]

Mekanisme pembayaran *istiṣnā'* harus disepakati dalam akad dan dapat dilakukan dengan tiga cara, yaitu:[52]

a. Pembayaran di muka, yaitu pembayaran dilakukan secara keseluruhan pada saat akad sebelum aset *istiṣnā'* diserahkan oleh penjual kepada pembeli.
b. Pembayaran dilakukan pada saat penyerahan barang, yaitu pembayaran dilakukan pada saat barang diterima oleh pembeli. Cara pembayaran ini dimungkinkan adanya pembayaran termin sesuai dengan progres pembuatan aset *istiṣnā'*.

---

[49] Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah: Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Kencana, 2012), 124.
[50] Ibid., 124.
[51] Ibid., 124.
[52] Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2011), 146.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Pembayaran ditangguhkan, yaitu pembayaran dilakukan setelah aset *istiṣnā'* diserahkan oleh penjual kepada pembeli.

2. Dasar Hukum *Istiṣnā'*

a. Al-Qur'an

يَـٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ إِذَا تَدَايَنتُم بِدَيْنٍ إِلَىٰٓ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَٱكْتُبُوهُ ...

Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, maka hendaklah kamu menuliskannya. (QS. Al-Baqarah [2]:282)[53]

b. Al-Hadits

مَنْ أَسْلَفَ فِى شَيْءٍ فَلْيُسْلِفْ فِى كَيْلٍ مَعْلُوْمٍ وَوَزْنٍ مَعْلُمٍ إِلَى أَجَلٍ مَعْلُوْمٍ (رواه البخارى ومسلم)

Siapa saja yang melakukan jual-beli salam (salaf), maka lakukanlah dalam ukuran (takaran) tertentu, timbangan tertentu dan waktu tertentu. (HR. Bukhari dan Muslim)[54]

c. Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 06/DSN-MUI/IV/2000 tanggal 4 April 2000 tentang *Istiṣnā'*[55]:

(1) Ketentuan tentang pembayaran:

a) Alat bayar harus diketahui jumlah dan bentuknya, baik berupa uang, barang, atau manfaat.

b) Pembayaran dilakukan sesuai dengan kesepakatan.

c) Pembayaran tidak boleh dalam bentuk pembebasan utang.

(2) Ketentuan tentang barang:

---

[53] Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*...

[54] Kitab Shahih Bukhari Pasal 2 No. 2240 Hal. 534 dan Kitab Shahih Muslim Bab As-sa'ilmi No. 1604 Hal. 753.

[55] Dewan Syariah Nasional MUI, *Fatwa DSN No.06/DSN-MUI/IV/2000 tentang Jual Beli Istiṣnā'*, (Jakarta: Fatwa DSN-MUI, 2000).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a) Harus jelas ciri-cirinya dan dapat diakui sebagai utang.

b) Harus dapat dijelaskan spesifikasinya.

c) Penyerahannya dilakukan kemudian.

d) Waktu dan tempat penyerahan barang harus ditetapkan berdasarkan kesepakatan.

e) Pembeli tidak boleh menjual barang sebelum menerimanya.

f) Tidak boleh menukar barang, kecuali dengan barang sejenis sesuai kesepakatan.

g) Dalam hal terdapat cacat atau barang tidak sesuai dengan kesepakatan, pemesan memiliki hak *khiyar* (hak memilih) untuk melanjutkan atau membatalkan akad.

(3) Ketentuan lain:

a) Dalam hal pesanan sudah dikerjakan sesuai dengan kesepakatan, hukumnya mengikat.

b) Semua ketentuan dalm jual-beli *salam* yang tidak disebutkan di atas berlaku pula pada jual-beli *istiṣnā'*.

c) Jika salah satu pihak tidak menunaikan kewajibannya atau jika terjadi perselisihan di antara kedua belah pihak, maka penyelesaiannya dilakukan melalui Badan Arbitrase Syariah setelah tidak tercapai kesepakatan melalui musyawarah.

d. Rukun dan syarat *istiṣnā'*

Rukun transaksi *istiṣnā'* meliputi transaktor, yakni pembeli (*muṣtaṣni'*) dan penjual (*ṣani'*), objek akad meliputi harga dan barang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

istiṣnā', ijab dan kabul yang menunjukkan pernyataan kehendak jual-beli *istiṣnā'* kedua belah pihak.

1. **Transaktor**

Transaktor terdiri atas pembeli (*muṣtaṣni'*) dan penjual (*ṣani'*). Kedua transaktor disyaratkan memiliki kompetensi berupa *aqil baligh* dan kemampuan memilih yang optimal seperti tidak gila, tidak sedang dipaksa, dan lain-lain. Adapun untuk transaksi dengan anak kecil, dapat dilakukan dengan izin dan pantauan dari walinya. Terkait dengan penjual, DSN mengharuskan agar penjual menyerahkan barang tepat pada waktunya dengan kualitas dan jumlah yang telah disepakati. Penjual diperbolehkan menyerahkan barang lebih cepat dari waktu yang disepakati dengan syarat kualitas dan jumlah barang sesuai dengan kesepakatan dan ia tidak boleh menuntut tambahan harga.[56]

Dalam hal pesanan sudah sesuai dengan kesepakatan, hukumnya wajib bagi pembeli untuk menerima barang *istiṣnā'* dan melaksanakan semua ketentuan dalam kesepakatan *istiṣnā'*. Akan tetapi, sekiranya pada barang yang dilunasi terdapat cacat atau barang tidak sesuai dengan kesepakatan, pemesan memiliki hak *khiyar* (hak memilih) untuk melanjutkan atau membatalkan akad.

2. **Objek *istiṣnā'***

Rukun objek transaksi jual-beli *istiṣnā'* meliputi barang yang diperjualbelikan dan harga barang tersebut. Terkait dengan barang

[56] Rizal Yaya, et al., *Akuntansi Perbankan Syariah: Teori dan Praktik Kontemporer*..., 224.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

istiṣnā', DSN dalam fatwanya menyatakan bahwa ada beberapa ketentuan yang harus dipenuhi.[57] Ketentuan tersebut antara lain:

a. Harus jelas spesifikasinya.
b. Penyerahannya dilakukan kemudian.
c. Waktu dan tempat penyerahan barang harus ditetapkan berdasarkan kesepakatan.
d. Pembeli (*muṣtaṣni'*) tidak boleh menjual barang sebelum menerimanya.
e. Tidak boleh menukar barang, kecuali dengan barang sejenis sesuai kesepakatan.
f. Memerlukan proses pembuatan setelah akad disepakati.
g. Barang yang diserahkan harus sesuai dengan spesifikasi pemesan, bukan barang massal.

Terkait dengan alat pembayaran, DSN mensyaratkan alat bayar harus diketahui jumlah dan bentuknya di awal akad. Ketentuan harga barang pesanan tidak dapat berubah selama jangka waktu akad. Alat bayar bisa berupa uang, barang atau manfaat. Pembayaran harus dilakukan sesuai kesepakatan. Pembayaran itu sendiri tidak boleh dalam bentuk pembebasan utang.[58]

3. **Ijab dan kabul**

Ijab dan kabul merupakan pernyataan dari kedua belah pihak yang berkontrak, dengan cara penawaran dari penjual dan penerimaan yang

[57] Ibid., 225.
[58] Ibid., 225.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dinyatakan oleh pembeli. Pelafalan perjanjian dapat dilakukan dengan lisan, isyarat (bagi yang tidak bisa bicara), tindakan maupun tulisan, bergantung pada praktik yang lazim di masyarakat dan menunjukkan keridhaan satu pihak untuk menjual barang *istiṣnā'*.[59]

Menurut PSAK 104 paragraf 12, pada dasarnya *istiṣnā'* tidak dapat dibatalkan, kecuali memenuhi kondisi:[60]

a. Kedua belah pihak setuju untuk menghentikannya.
b. Akad batal demi hukum karena timbul kondisi hukum yang dapat menghalangi pelaksanaan atau penyelesaian akad.

4. Fitur dan mekanisme pembiayaan berdasarkan akad *istiṣnā'*

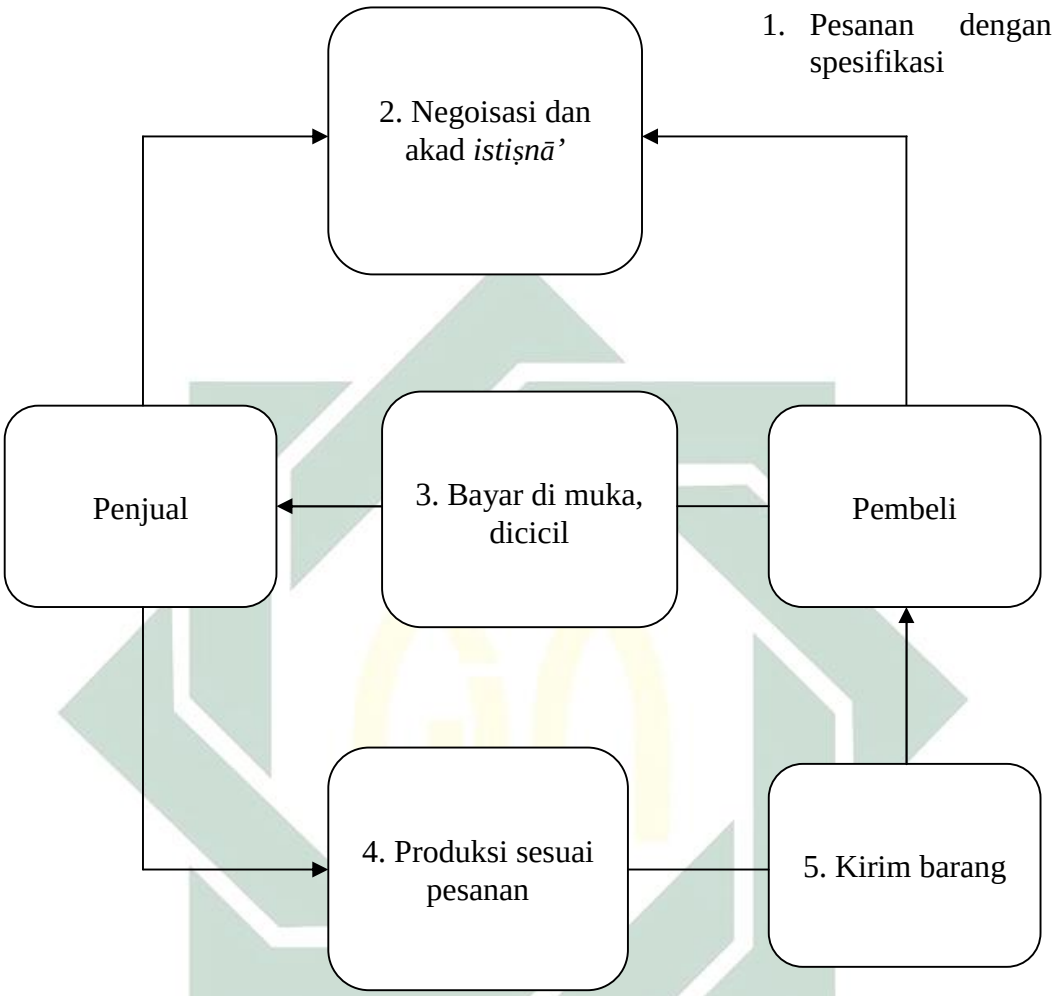
Sebagaimana pembiayaan berdasarkan akad *salam*, Fatwa DSN No. 06/DSN-MUI/IV/2000 tentang Jual-beli *Istiṣnā'* juga tidak memuat tentang adanya jaminan, namun karena penyaluran dana oleh bank syariah berdasarkan akad *istiṣnā'* juga merupakan pembiayaan, maka mengenai jaminannya berpedoman kepada ketentuan Pasal 23 UU Perbankan Syariah tentang kelayakan penyaluran dana, yaitu pembiayaan yang disalurkan oleh bank syariah wajib mempunyai agunan (jaminan).

Sama halnya dengan akad pembiayaan *salam*, barang yang dibiayai dengan akad pembiayaan *istiṣnā'* dapat dijadikan agunan pokok dan diikat sesuai dengan ketentuan yang berlaku bagi jenis barang yang bersangkutan.[61]

---

[59] Ibid., 225.
[60] Rizal Yaya, et al., *Akuntansi Perbankan Syariah: Teori dan Praktik Kontemporer*..., 225.
[61] A. Wangsawidjaja Z., *Pembiayaan Bank Syariah*..., 211.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id



Gambar 2.2 Alur Transaksi *Istiṣnā'*

Keterangan:

1. Pembeli memesan barang kepada penjual. Dalam pemesanan barang telah dijelaskan spesifikasinya, sehingga penjual akan menyediakan barang sesuai dengan pesanan pembeli.
2. Pembeli dan penjual melakukan negoisasi kesepakatan antara penjual dengan pembeli terkait transaksi *istiṣnā'* yang akan dilaksanakan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Pembeli dapat membayar barang pesanannya di muka atau dapat dicicil sesuai dengan harga yang telah disepakati.
4. Penjual memproduksi barang sesuai dengan pesanan yang telah diperjanjikan antara penjual dan pembeli.
5. Setelah barang selesai diproduksi, barang tersebut dikirim oleh penjual kepada pembeli.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III

STRATEGI PENJUALAN DAN TRANSAKSI JUAL-BELI PERUMAHAN MULTAZAM ISLAMIC RESIDENCE

A. Profil PT. Cahaya Mentari Pratama

1. Latar Belakang PT. Cahaya Mentari Pratama

PT. Cahaya Mentari Pratama merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang *property* yang didirikan oleh Abdullah Sidik pada 11 Maret 2011. Produk-produk yang ditawarkan tidak hanya perumahan, condotel, maupun villa pada umumnya, tetapi juga menawarkan perumahan yang mengusung konsep islami.[1]

Produk-produk yang ditawarkan oleh PT. Cahaya Mentari Pratama, yaitu perumahan dengan konsep *custom design* yaitu secara keseluruhan desain bangunan berasal dari konsumen sendiri, yang berada di Bumi Wonorejo Asri, Rungkut Barata XX, dan Graha Mas; hunian yang mengusung konsep *sharing profit* dengan perbandingan *profit* antara investor 70% dengan operator 30%. Pada konsep tersebut, investor tidak menggunakan condotel dan villa sebagai tempat tinggal, tetapi disewakan kepada orang lain mengingat lokasinya dekat dengan tempat wisata Batu. Namun, investor akan diberikan masa selama 21 hari untuk menempati MRC Batu Condotel dan Villa, letaknya di kota Batu; yang terakhir adalah

[1] Agil Prastiaji (Karyawan, *Marketing* PT. Cahaya Mentari Pratama), *Wawancara*, Marketing Gallery PT. Cahaya Mentari Pratama, Jl. Raya Rungkut Menanggal Harapan J5 Surabaya, 14 Juli 2016, Jam 13.00 WIB.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Multazam Islamic Residence yaitu perumahan yang mengusung konsep islami.[2]

Pendirian PT. Cahaya Mentari Pratama telah mengantongi izin dari dinas terkait yang dibuktikan dengan Tanda Daftar Perusahaan (TDP) Nomor 13.01.1.46.32081 berlaku sampai dengan 1 Pebruari 2021 dan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) Nomor 503/13167.A/436 berlaku sampai dengan 20 Desember 2000.[3]

Berawal dari keinginan *owner* untuk dapat menciptakan perumahan yang islami dan modern, serta melihat pasar yang masih terbuka lebar untuk perumahan dengan konsep islami, khususnya di Jawa Timur maka pada tanggal 8 November 2014 terciptalah Perumahan Multazam Islamic Residence dengan luas lahan sekitar 60 ha. Nama Multazam sendiri diambil dari salah satu tempat yang paling diutamakan untuk berdoa di Ka'bah, Mekkah.[4]

Perumahan Multazam Islamic Residence merupakan perumahan yang mengusung konsep islami setara kota mandiri dengan penghuni 100% muslim, tersedianya fasilitas yang mendukung terciptanya suasana yang islami di lingkungan Multazam Islamic Residence, pembiayaan tanpa jasa bank, dan bebas riba.

Perumahan Multazam Islamic Residence memiliki lingkungan yang nyaman, asri, dan mewah dengan harga yang terjangkau dan nilai investasi

---

[2] Ibid., Agil Prastiaji.
[3] Dokumentasi PT. Cahaya Mentari Pratama
[4] Nanik Rahmawati (Karyawati, Administrasi PT. Cahaya Mentari Pratama), *Wawancara*, Marketing Gallery PT. Cahaya Mentari Pratama, Jl. Raya Rungkut Menanggal Harapan J5 Surabaya, 24 April 2016, Jam 15.00 WIB.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

serta *value* yang menguntungkan. Berlokasi di wilayah strategis di Sedati Juanda antara kota Surabaya-Sidoarjo yang lokasinya dekat dengan OERR (*Outest East Ring Road*) yaitu hanya 150 meter, dekat dengan terminal 3 dan 4 Juanda, serta sangat cocok untuk hunian dan investasi ke depannya.[5]

2. Visi dan Misi Perumahan Multazam Islamic Residence

   a. Visi Perumahan Multazam Islamic Residence

      Visi Multazam Islamic Residence adalah rumah idaman bagi setiap muslim adalah rumah yang mampu memberikan ketenangan batin dan juga mampu membawa penghuninya semakin dekat kepada Allah.[6]

   b. Misi Perumahan Multazam Islamic Residence

      Dalam mewujudkan visinya, Multazam Islamic Residence memiliki beberapa misi dalam menjalankan kegiatan usahanya, antara lain:[7]

      1) Menciptakan lingkungan yang islami di kawasan Perumahan Multazam Islamic Residence.
      2) Menerapkan pembiayaan syariah yang bebas riba dalam transaksi penjualannya.
      3) Memberikan fasilitas yang mendukung kegiatan islami di lingkungan Perumahan Multazam Islamic Residence.

---

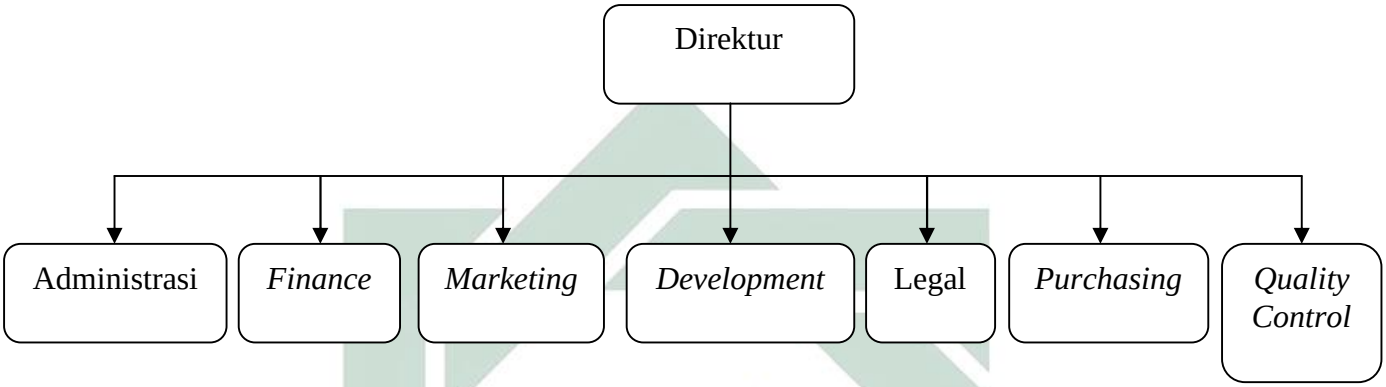
[5] Multazam Islamic Residence, Spesifikasi, dalam Brosur Penjualan Multazam Islamic Residence pada tanggal 20 Mei 2016.
[6] Agil Prastiaji (Karyawan, *Marketing* PT. Cahaya Mentari Pratama), *Wawancara*, Marketing Gallery PT. Cahaya Mentari Pratama, Jl. Raya Rungkut Menanggal Harapan J5 Surabaya, 15 Juni 2016, Jam 13.00 WIB.
[7] Ibid., Agil Prastiaji.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Struktur Organisasi Perumahan Multazam Islamic Residence

Gambar 3.1

Struktur Organisasi PT. Cahaya Mentari Pratama



Sumber: Wawancara dengan Agil Prastiaji (*Marketing* PT. Cahaya Mentari Pratama) dan dokumentasi struktur organisasi PT. Cahaya Mentari Pratama

Keterangan:

Direktur	: Abdullah Sidik
Administrasi	: Siti Eka Rosdiana
Finance	: Firzha Tri Aningtyas Putri
Development	: Zendy Rizqy Abadi
Legal	: Kusrini, SH
Purchasing	: Yulis Tri Setyo
Quality Control	: Yulis Tri Setyo

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. Fasilitas Perumahan Multazam Islamic Residence

Fasilitas yang disediakan oleh Perumahan Multazam Islamic Residence untuk menunjang aktivitas para penghuninya, yaitu:[8]

a. *Big Mosque* (Masjid Akbar berkapasitas hingga 2.500 jama'ah)
b. *Sport Center* (pusat olahraga berada di dekat *education center*)
c. *Education Center* (Sekolah Islam Terintegrasi Darul Qur'an School mulai *playgroup*-SLTA)
d. *Multazam Town Square* (pusat perbelanjaan)
e. *Miltazam Walk* (terdiri dari *halal food area, office area, education center*)
f. *Ruko Shopping Center*
g. *Card* RFID di portal tiap *cluster* (*security* 24 *hours*)
h. *Shuttle Car* (mobil antar-jemput bagi setiap penghuninya)
i. *Playground* (taman bermain di setiap *cluster*)
j. Rumah Tahfidz
k. *One Gate System*
l. Pengelolaan Sampah Terpadu Mandiri
m. *Water Treatment* (pengelolaan air bersih mandiri)

5. Tipe dan Spesifikasi Perumahan Multazam Islamic Residence

Perumahan Multazam Islamic Residence terdiri dari *cluster* Marwah dan *cluster* Rahma. *Cluster* Marwah terdiri dari enam tipe bangunan, diantaranya tipe Syukron sebanyak 15 unit, tipe Baiti Rahmani sebanyak

[8] Multazam Islamic Residence, "pre-launching", dalam www.multazamislamicresidence.com, diakses pada 20 Mei 2016.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

28 unit, tipe Baiti Jannati sebanyak 34 unit, tipe Baiti Rabbani sebanyak 16 unit, tipe Kalilah sebanyak 24 unit, dan tipe Rafilah sebanyak 33 unit.[9] Berikut ini adalah detail dari tipe-tipe yang berada di *cluster* Marwah.

a. Syukron

Tipe Syukron disebut juga dengan tipe minimalis yang memiliki dimensi 6 x 15, LT 90 M^2, LB 36 M^2. Tipe ini terdiri dari satu lantai yang di dalamnya terdapat dua kamar tidur, satu kamar mandi luar (*closed* jongkok), ruang tengah, ruang makan, dapur, taman belakang rumah, teras rumah, dan satu ruangan khusus untuk ruang tamu yang terletak di teras rumah.[10]

b. Baiti Rahmani

Tipe Baiti Rahmani memiliki dimensi 6 x 15, LT 90 M^2, LB 47 M^2. Tipe ini terdiri dari satu lantai yang di dalamnya terdapat dua kamar tidur, satu kamar mandi luar (*closed* duduk), ruang tengah, ruang makan, dapur, taman belakang rumah, teras rumah, dan satu ruangan khusus untuk ruang tamu yang terletak di teras rumah.[11]

c. Baiti Jannati

Tipe Baiti Jannati memiliki dimensi 6 x 15, LT 90 M^2, LB 80 M^2. Tipe ini terdiri dari dua lantai, lantai pertama terdapat satu kamar tidur, satu kamar mandi luar (*closed* duduk), ruang tengah, ruang makan,

---

[9] Agil Prastiaji (Karyawan, *Marketing* PT. Cahaya Mentari Pratama), *Wawancara*, Marketing Gallery PT. Cahaya Mentari Pratama, Jl. Raya Rungkut Menanggal Harapan J5 Surabaya, 19 Mei 2016, Jam 13.00 WIB.

[10] Multazam Islamic Residence, dalam Brosur Penjualan Multazam Islamic Residence, pada tanggal 20 Mei 2016.

[11] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dapur, taman belakang rumah, teras rumah, dan satu ruangan khusus untuk ruang tamu yang terletak di teras rumah. Sedangkan lantai kedua di dalamnya terdapat dua kamar tidur (salah satunya kamar tidur utama), satu kamar mandi luar (*closed* duduk).[12]

d. Baiti Rabbani

Tipe Baiti Rabbani memiliki dimensi 7 x 15, LT 105 M^2, LB 90 M^2. Tipe ini terdiri dari dua lantai, lantai pertama terdapat satu kamar tidur, satu kamar mandi luar (*closed* duduk), ruang tengah, ruang makan, dapur, taman belakang rumah, teras rumah, dan satu ruangan khusus untuk ruang tamu yang terletak di teras rumah. Sedangkan lantai kedua di dalamnya terdapat dua kamar tidur (salah satunya kamar tidur utama), satu kamar mandi luar (*closed* duduk).[13]

e. Kalilah

Tipe Kalilah memiliki dimensi 8 x 15, LT 120 M^2, LB 85 M^2. Tipe ini terdiri dari dua lantai, lantai pertama terdapat satu kamar tidur utama, satu WC luar (*closed* duduk) dan satu kamar mandi (*closed* duduk) yang terletak di kamar tidur utama, ruang tengah, ruang makan, dapur, taman belakang rumah, teras rumah, dan satu ruangan khusus untuk ruang tamu yang terletak di teras rumah. Sedangkan lantai kedua di dalamnya terdapat dua kamar tidur, satu kamar mandi luar (*closed*

[12] Ibid.
[13] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

duduk). Ornamen dari tipe bangunan ini berbentuk seperti mimbar masjid.[14]

f. Rafilah

Tipe Rafilah memiliki dimensi 8 x 15, LT 120 M^2, LB 120 M^2. Tipe ini terdiri dari dua lantai, lantai pertama terdapat satu kamar tidur, satu kamar mandi luar (*closed* duduk) dan satu WC (*closed* jongkok) yang satu ruangan dengan dapur, ruang tengah, ruang makan, dapur, taman belakang rumah, teras rumah, dan satu ruangan khusus untuk ruang tamu yang terletak di teras rumah. Sedangkan lantai kedua di dalamnya terdapat tiga kamar tidur (salah satunya kamar tidur utama), satu kamar mandi luar (*closed* duduk) dan satu kamar mandi dalam (*closed* duduk) yang terletak di kamar tidur utama, dan satu ruangan khusus untuk ruang tamu yang terletak di teras.[15]

Cluster Rahma merupakan *cluster* yang berupa tanah kavling dengan tiga macam luas tanah, yaitu dimensi 6 x 15, LT 90 M^2, dimensi 7 x 15, LT 105 M^2, dan dimensi 8 x 15, LT 120 M^2. Pada *cluster* ini tersedia 220 unit tanah kavling, tetapi hanya 80 unit tanah kavling yang tersedia untuk dijual, seperti yang disampaikan oleh tenaga penjual Perumahan Multazam Islamic Residence:

> "Memang hanya terbatas, karena kalau semua dijual kavling, maka akan banyak kavling kosong dalam *cluster* tersebut, sehingga dapat

[14] Ibid.
[15] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> mengganggu kenyamanan penghuni, maka dari itu Multazam memberikan waktu maksimal 7 tahun harus dibangun rumah."[16]

Sertifikat rumah akan diberikan pihak Multazam ketika pengerjaan pembangunan rumah sudah mencapai 60%.

Pihak PT. Cahaya Mentari Pratama mengizinkan pembeli Perumahan Multazam Islamic Residence untuk mendesain rumah sesuai keinginannya, namun tetap dipantau oleh *Estate Management*. Seperti yang diungkapkan oleh tenaga penjual berikut ini:

> "Pembeli dapat mendesain sendiri konsep rumah yang diinginkan, namun desain dari rumah tersebut harus diserahkan kepada pihak *Estate Management* untuk dikoreksi sesuai atau tidaknya desain dari rumah tersebut dengan konsep rumah islami. Jika tidak sesuai, maka konsumen akan diarahkan oleh pihak *Estate Management* untuk desain-desain dari rumah islami."[17]

Spesifikasi bangunan Perumahan Multazam Islamic Residence, yaitu:[18]

a. Struktur bangunan beton bertulang
b. Pondasi batu kali dan batu kumbung
c. Dinding bata ringan *finish* cat
d. Farade depan batu alam
e. Lantai granit tile 60x60
f. Kamar mandi/WC keramik 40x40
g. Dapur keramik 30x50

---

[16] Agil Prastiaji (Karyawan, *Marketing* PT. Cahaya Mentari Pratama), *Wawancara*, Marketing Gallery PT. Cahaya Mentari Pratama, Jl. Raya Rungkut Menanggal Harapan J5 Surabaya, 15 Juni 2016, Jam 13.00 WIB.
[17] Ibid., Agil Prastiaji.
[18] Multazam Islamic Residence, Spesifikasi, dalam Brosur Penjualan Multazam Islamic Residence, pada tanggal 20 Mei 2016.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

h. Atap rangka galvalum genteng beton *flat* warna

i. Plafon rangka metal *furing*

j. Penutup gypsum *board*

k. Sanitair monoblok kualitas ekspor/setara

l. Kusen-pintu aluminium

m. Daun pintu utama *enginering door*

n. Daun pintu *teakwood*

o. Pivot khusus untuk pintu kamar

p. Instalasi air bersih *water treatment* (air siap minum)

q. Instalasi air kotor pipa PVC/setara

r. Septic tank fibre

s. Listrik PLN 2200 watt (bawah tanah)

B. Strategi Penjualan Perumahan Multazam Islamic Residence

Dalam melakukan strategi penjualan Perumahan Multazam Islamic Residence, setiap tenaga penjual mempunyai strategi penjualan yang sama, seperti yang diungkapkan oleh tenaga penjual berikut ini:

> "Pada dasarnya sama ya, cuman rezekinya lain-lain. Dari awal kami punya 4 tenaga penjual yang menstandartkan *channel* apa yang cocok untuk penjualannya, ada SOP dari kantor. Di Multazam juga ada tenaga penjual lepas, maksudnya bukan karyawan Multazam sendiri, tetapi mereka membantu penjualan Multazam. Dalam melakukan penjualan, mereka juga dapat SOP dari kantor."[19]

[19] Agil Prastiaji (Karyawan, *Marketing* PT. Cahaya Mentari Pratama), *Wawancara*, Marketing Gallery PT. Cahaya Mentari Pratama, Jl. Raya Rungkut Menanggal Harapan J5 Surabaya, 19 Mei 2016, Jam 13.00 WIB.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Selain tenaga penjual dari dalam Multazam Islamic Residence dan tenaga penjual lepas yang membantu penjualan Perumahan Multazam Islamic Residence, Multazam Islamic Residence juga menyewa beberapa jasa *agency property* dan ada satu *lead agent* yaitu Indocrown Property yang eksklusif dikontrak selama minimal 3 bulan, kemudian dari 3-6 bulan dilakukan evaluasi kinerjanya.

Berikut ini adalah strategi penjualan Perumahan Multazam Islamic Residence yang dilakukan tenaga penjual antara lain:[20]

1. Menggunakan jasa iklan berbayar seperti majalah YDSF, majalah Nurul Hayat, koran Radar, koran Jawa Pos maupun jasa iklan gratis, seperti OLX, rumah123.com, rumahdijual.com.
2. Melakukan pameran-pameran setiap 2 bulan sekali yang dinaungi oleh *event organization property* CPA (Citra Pamerindo Abadi) di berbagai macam tempat perbelanjaan dan *hall room* seperti, Gramedia Expo, Giant Maspion, CITO (*City of Tomorrow*), dan Jatim Expo. Sebelum pameran dilaksanakan, pihak Multazam dibantu oleh majalah YDSF, majalah Nurul Hayat, koran Radar, koran Jawa Pos, dan radio SAM fm untuk publikasi pameran.
3. Melalui SMS *broadcast* dan media sosial seperti *facebook*. Tujuan memanfaatkan media sosial ini adalah menarik peminat konsumen baru dan membina konsumen lama karena melalui media ini akan di-*update* info-info baru seputar Perumahan Multazam Islamic Residence.

[20] Ibid., Agil Prastiaji.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. Menggunakan sistem CSR (*Customer Sales Reward*) yaitu konsumen Perumahan Multazam Islamic Residence bisa juga berperan sebagai penjual, dalam sistem ini apabila konsumen mendapatkan konsumen baru, maka dia akan mendapatkan penghargaan berupa uang *cash* senilai Rp. 1.500.000,00 – Rp. 2.000.000,00 tergantung dari tipe perumahan yang terjual atau *voucher* belanja senilai Rp. 1.500.000,00 – Rp. 2.000.000,00 tergantung dari tipe perumahan yang terjual di Altara (pusat perlengkapan busana muslim). *Voucher* belanja hanya berlaku di Altara karena Altara merupakan *supporting* dari Multazam Islamic Residence. Tidak hanya itu, konsumen yang berhasil mendapatkan konsumen baru juga dapat memilih *voucher* potongan diskon perumahan, potongan diskon tanah kavling, maupun potongan diskon uang muka senilai Rp. 1.500.000,00 – Rp. 2.000.000,00 tergantung dari tipe perumahan yang terjual.[21]
5. Di luar dari jadwal penjualan yang sifatnya rutin, biasanya tenaga penjual Perumahan Multazam Islamic Residence berinisiatif untuk melakukan penjualan di pusat perbelanjaan dengan mengadakan seminar *selling.*

Strategi penjualan yang diterapkan oleh tenaga penjual Perumahan Multazam Islamic Residence memiliki dampak terhadap berlangsungnya penjualan, seperti yang diungkapkan oleh tenaga penjual perumahan Multazam Islamic Residence berikut ini:

> "Dari strategi penjualan yang kami gunakan berdampak semakin banyak masyarakat yang mengenal Multazam Islamic Residence, penjualan

[21] Zendy Rizqy Abadi (Karyawan, *Manager Marketing* PT. Cahaya Mentari Pratama), *Wawancara*, Marketing Gallery PT. Cahaya Mentari Pratama, Jl. Raya Rungkut Menanggal Harapan J5 Surabaya, 15 Juni 2016, Jam 14.00 WIB.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

semakin meningkat karena memang 70% berasal dari pameran-pameran dan 30% berasal dari CSR (*Customer Sales Reward*)"[22]

Dalam menjalankan tugas sebagai tenaga penjual, tidak selamanya dapat berjalan mulus, akan tetapi ada kendala yang dihadapi tenaga penjual Perumahan Multazam Islamic Residence dalam aktivitas penjualannya, yaitu adanya kekhawatiran dari konsumen karena rumah belum dibangun, dan masih berupa tanah kavling. Sedangkan perumahan akan dibangun serempak pada bulan Mei 2017 karena kondisi perumahan saat ini masih berupa tambak dan akan dilakukan pengerukan pada akhir bulan Mei 2016.[23]

Solusi yang diberikan tenaga penjual kepada konsumen agar konsumen percaya dalam transaksi jual-beli Perumahan Multazam Islamic Residence adalah pihak Multazam Islamic Residence memberikan PPJB (Perjanjian Perikatan Jual Beli) antara konsumen dengan developer sebagai payung hukum masing-masing yang dilegalkan oleh notaris untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap transaksi Perumahan Multazam Islamic Residence.[24]

C. Transaksi Jual Beli Perumahan Multazam Islamic Residence

Dalam melakukan transaksi jual-beli Perumahan Multazam Islamic Residence, pihak Multazam menggunakan akad IMBT (*Ijārah Muntahiya*

---

[22] Agil Prastiaji (Karyawan, *Marketing* PT. Cahaya Mentari Pratama), *Wawancara*, Marketing Gallery PT. Cahaya Mentari Pratama, Jl. Raya Rungkut Menanggal Harapan J5 Surabaya, 15 Juni 2016, Jam 13.00 WIB.
[23] Ibid., Agil Prastiaji.
[24] Nanik Rahmawati (Karyawati, Administrasi PT. Cahaya Mentari Pratama), *Wawancara*, Marketing Gallery PT. Cahaya Mentari Pratama, Jl. Raya Rungkut Menanggal Harapan J5 Surabaya, 24 April 2016, Jam 15.00 WIB.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bittamlīk). Adapun pengertian dari IMBT (*Ijārah Muntahiya Bittamlīk*) adalah perjanjian sewa-menyewa antara pemberi sewa dan penyewa atas suatu barang yang menjadi objek sewa dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa oleh penyewa kepada pemberi sewa, yang mengikat pemberi sewa untuk mengalihkan kepemilikan objek sewa kepada penyewa setelah selesai masa sewa.[25] Namun, pada akhir masa sewa konsumen menerima *cashback* terhitung selama konsumen belum menempati rumah kerena mengingat kondisi Perumahan Multazam Islamic Residence yang masih berupa tanah kavling, sehingga belum terdapat objek yang disewakan.

Pihak Multazam Islamic Residence menggunakan akad IMBT (*Ijārah Muntahiya Bittamlīk*) sebelum bangunan belum jadi dengan alasan sebagai kerapian administrasi, jika konsumen tidak menerima keputusan dari pihak Multazam Islamic Residence, maka pihak Multazam Islamic Residence mempersilahkan konsumen untuk melakukan transaksi pada saat rumah sudah jadi.

Berikut ini adalah alur transaksi sewa beli Perumahan Multazam Islamic Residence:[26]

1. Pemohon mengisi formulir pengajuan pembiayaan Perumahan Multazam Islamic Residence dengan melampirkan berkas-berkas, seperti KTP suami-istri, kartu keluarga, buku nikah, slip gaji, rekening koran, rekening mutasi, dan laporan keuangan usaha (jika mempunyai usaha).

[25] A. Wangsawidjaja Z., *Pembiayaan Bank Syariah*, (Jakarta: Gramedia, 2012), 269.
[26] Agil Prastiaji (Karyawan, *Marketing* PT. Cahaya Mentari Pratama), *Wawancara*, Marketing Gallery PT. Cahaya Mentari Pratama, Jl. Raya Rungkut Menanggal Harapan J5 Surabaya, 15 Juni 2016, Jam 13.00 WIB.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Bagian pembiayaan yaitu *finance* dan direktur akan menganalisis berkas-berkas yang sudah diserahkan oleh konsumen, yang bertujuan untuk mengetahui layak atau tidak konsumen tersebut menerima pembiayaan Perumahan Multazam Islamic Residence.
3. Pemohon membayar uang tanda jadi sebesar Rp. 5.000.000,00, uang tanda jadi tersebut sudah memotong uang muka pembelian Perumahan Multazam Islamic Residence. Untuk pembayaran uang muka perumahan, pembayarannya dapat diangsur sebanyak 10 kali. Uang muka harus dibayar paling lambat 1 minggu sejak tanda jadi. Harga jual sudah termasuk jaringan air, instalasi listrik, dan IMB dan belum termasuk Biaya Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan (BPHTB), biaya pemecahan sertifikat hak milik atas satuan rumah susun hunian, biaya pembuatan akta jual-beli dihadapan notaris/PPAT dan balik nama sertifikat, biaya balik nama listrik dan telepon, PBB, biaya pengurusan KPR.
4. Pemohon akan melakukan akad IMBT secara langsung dengan direktur sebagai perwakilan pihak Multazam Islamic Residence dan notaris sebagai payung hukumnya. Dalam akad tersebut dijelaskan besarnya angsuran yang harus dibayarkan setiap bulannya. Untuk pembayaran angsuran perumahan dapat dibayarkan melalui rekening bank BCA dan bank Mandiri atas nama PT. Cahaya Mentari Pratama atau dapat membayar angsuran secara *cash* ke kantor PT. Cahaya mentari Pratama atau dapat juga dibayarkan lewat transaksi dengan *virtual account* yang diberikan kepada masing-masing konsumen.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5. Serah terima objek yang disewakan, untuk sertifikat tanah diberikan dan dibalik nama atas nama pemohon minimal jangka waktu 2 tahun.
6. Pada saat masa akhir pembayaran, pihak Multazam Islamic Residence akan mengembalikan uang sewa (*cashback*) terhitung selama pemohon belum menempati rumah tersebut yang selama ini sudah dibayarkan oleh pemohon. *Cashback* tersebut diberikan karena belum ada objek yang disewakan. Adapun besaran *ujrah* atau *cashback* yang dibayarkan pihak Multazam Islamic Residence kepada konsumen, yaitu:[27]
   a. Tipe Baiti Rahmani sebesar Rp. 2.200.917,00/bulan
   b. Tipe Baiti Jannati sebesar Rp. 2.731.750,00/bulan
   c. Tipe Baiti Rabbani sebesar Rp. 3.262.583,00/bulan
   d. Tipe Kalilah sebesar Rp. 3.915.917,00/bulan
   e. Tipe Rafilah sebesar Rp. 4.569.250,00/bulan

Studi kasus: Pada bulan Juli 2016 Pak Jono melakukan pembiayaan perumahan Multazam Islamic Residence tipe Syukron yang memiliki harga Rp. 407.000.000,00 yang akan diangsur selama 15 tahun dengan uang muka Rp. 120.000.000,00 yaitu 30% dari harga rumah tipe Syukron dan angsuran perbulan sebesar Rp. 3.268.611,00. Setelah melengkapi beberapa persyaratan yang ada, Pak Jono mulai membayar uang muka rumah tersebut. Jika Pak Jono membayar lunas uang muka tersebut, maka bulan Agustus, beliau mulai mengangsur 70% dari harga rumah tersebut yaitu dengan angsuran Rp. 3.268.611,00/bulan sampai 180 bulan. Setelah jalan 2 tahun, yaitu pada bulan

[27] Dokumentasi PT. Cahaya Mentari Pratama

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Juli 2018 rumah sudah jadi dan siap untuk ditempati. Pada saat itu, Pak Jono sudah membayar cicilan rumah pada bulan Agustus 2016 – Juli 2018, yaitu sebanyak 24 bulan dan selama 24 bulan itu Pak Jono belum menempati rumah. Maka, nanti pada saat Pak Jono sudah melunasi cicilan rumah hingga 15 tahun, pihak Multazam akan mengembalikan *ujrah* sewa tipe Syukron sebesar Rp. 2.200.917,00/bulan x 24 = Rp. 52.822.008,00.

Sedangkan untuk uang muka yang belum dibayar lunas, maka bulan depan, beliau masih membayar angsuran uang muka. Angsuran uang muka dibayarkan maksimal selama 2 tahun atau 24 bulan. Pada saat rumah sudah jadi, konsumen mulai mengangsur cicilan rumah sebanyak 70% karena 30% dari harga rumah merupakan uang muka.

Pihak Multazam Islamic Residence tidak menerapkan denda terhadap konsumen yang terlambat atau tidak mampu untuk membayar angsuran, tetapi diberikan keleluasaan waktu selama 4 bulan dan 1 bulan sebagai masa evaluasi. Alasan diberi keleluasaan waktu selama 4 bulan dan 1 bulan bagi konsumen yang terlambat untuk membayar adalah karena pihak Multazam memahami bahwa kemungkinan konsumen sedang ada pemutusan kerja, sehingga konsumen diberikan kesempatan untuk dapat mencari pekerjaan kembali. Jika melebihi waktu yang sudah diberikan, maka objek yang disewa tersebut akan dilelang. Sedangkan dana yang sudah masuk sebagai angsuran tersebut akan dikembalikan kepada konsumen, kecuali uang tanda jadi.[28]

[28] Agil Prastiaji (Karyawan, *Marketing* PT. Cahaya Mentari Pratama), *Wawancara*, Marketing Gallery PT. Cahaya Mentari Pratama, Jl. Raya Rungkut Menanggal Harapan J5 Surabaya, 15 Juni 2016, Jam 13.00 WIB.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam memberikan pembiayaan kepada konsumen, pihak Multazam Islamic Residence mensyaratkan agunan kepada konsumen berupa sertifikat tanah objek sewa tersebut. Tujuan dari adanya agunan tersebut adalah untuk menanggung pembayaran kembali suatu kredit, apabila debitur tidak dapat melunasi kredit sesuai dengan yang diperjanjikan.[29] Untuk biaya perawatan objek sewa tersebut yang menanggung adalah *estate management*, yaitu setelah serah terima bangunan selama 100 hari, kemudian selebihnya adalah tanggung jawab dari penyewa.[30]

Dalam transaksi jual-beli Perumahan Multazam Islamic Residence, masih diatur dan diawasi penggunaan akadnya oleh direktur Multazam Islamic Residence yaitu bapak Abdullah Sidik. Alasannya karena Perumahan Multazam Islamic Residence masih dalam tahap penyempurnaan sistem dan masih dalam tahap mencari konsultan syariah independen.[31]

---

[29] A. Wangsawidjaja Z., *Pembiayaan Bank Syariah...*, 286.

[30] Agil Prastiaji (Karyawan, *Marketing* PT. Cahaya Mentari Pratama), *Wawancara*, Marketing Gallery PT. Cahaya Mentari Pratama, Jl. Raya Rungkut Menanggal Harapan J5 Surabaya, 15 Juni 2016, Jam 13.00 WIB.

[31] Agil Prastiaji (Karyawan, *Marketing* PT. Cahaya Mentari Pratama), *Wawancara*, Marketing Gallery PT. Cahaya Mentari Pratama, Jl. Raya Rungkut Menanggal Harapan J5 Surabaya, 19 Mei 2016, Jam 13.00 WIB.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV

ANALISIS STRATEGI PENJUALAN DAN AKAD YANG DIGUNAKAN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI PERUMAHAN MULTAZAM ISLAMIC RESIDENCE DALAM PERSPEKTIF ISLAM

A. Analisis Strategi Penjualan Perumahan Multazam Islamic Residence dalam perspektif Islam

Perusahaan yang menjual suatu produk, tidak akan berhasil tanpa adanya strategi penjualan untuk menghabiskan barang yang diproduksinya. Arti dari strategi penjualan adalah memindahkan posisi pelanggan ke tahap pembelian (dalam proses pengambilan keputusan) melalui penjualan tatap muka.[1]

Sama halnya dengan Perumahan Multazam Islamic Residence dalam penjualannya tidak luput dari strategi-strategi penjualan yang dilakukan oleh tenaga penjualnya. Strategi penjualan Perumahan Multazam Islamic Residence, yaitu menggunakan jasa iklan berbayar seperti majalah YDSF, majalah Nurul Hayat, koran Radar, koran Jawa Pos maupun jasa iklan gratis, seperti OLX, rumah123.com, rumahdijual.com, melakukan pameran-pameran setiap 2 bulan sekali di berbagai macam tempat perbelanjaan, jika tidak ada event, biasanya tenaga penjual mengadakan seminar *selling* yang merupakan metode kontak wiraniaga dengan pembeli, memanfaatkan media sosial *facebook* dan SMS *broadcast*, dan menggunakan sistem CSR (*Customer Sales Reward*).

[1] Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi, 2008), 249.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari strategi penjualan Perumahan Multazam Islamic Residence di atas, sebagian strategi penjualannya sesuai dengan teori strategi penjualan yang dikemukakan oleh Ali Arifin [2] seperti *direct selling* yaitu melakukan pameran-pameran di berbagai tempat yang ramai, misalnya, pusat perbelanjaan, seperti Gramedia Expo, Giant Maspion, CITO (*City of Tomorrow*), dan Jatim Expo; *e-commerce* yaitu strategi penjualan yang memanfaatkan internet sebagai ujung tombaknya, seperti melalui *broadcast* BBM, *facebook*, dan *website*; program afiliasi yaitu memasang *banner* iklan situs sebuah perusahaan pada situs perusahaan lainnya, namun tidak dipungut biaya, seperti OLX, rumah123.com, rumahdijual.com.; dan telemarketing yaitu menjual jarak jauh dan perusahaan memberikan bonus atau *reward* kepada dua belah pihak, yaitu konsumen lama akan diberi bonus, sedangkan konsumen baru mendapatkan kemudahan dalam mendapatkan barang yang dijual. Dalam praktik strategi penjualan Perumahan Multazam Islamic Residence untuk strategi telemarketing, konsumen lama tidak harus menjual barang secara jarak jauh, namun dapat bertemu dengan konsumen baru secara langsung. Bonus penjualan hanya diberikan kepada konsumen lama, yaitu berupa uang *cash*, *voucher* belanja di Altara, potongan perumahan atau potongan uang muka senilai Rp. 1.500.000,00 – Rp. 2.000.000,00 tergantung dari tipe perumahan yang terjual, sedangkan konsumen baru tidak mendapatkan kemudahan administrasi.

[2] Ali Arifin, *Seni Menjual*, (Yogyakarta: ANDI, 2009), 97.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam penjualan secara islami disebutkan bahwa perusahaan tidak hanya menyampaikan fitur-fitur dari produk dan jasa yang ditawarkan saja, melainkan juga keuntungan dan bahkan solusi dari produk atau jasa tersebut. Begitu juga dengan perusahaan berbasis syariah. Perusahaan ini harus bisa memberikan solusi bagi konsumennya sehingga konsumen akan semakin loyal terhadap produk atau jasa perusahaan itu. Salah satu caranya adalah dengan menciptakan hubungan jangka panjang dengan konsumen.[3]

Dalam penjualan Perumahan Multazam Islamic Residence, secara praktiknya sesuai dengan teori penjualan secara islami di atas, yaitu memanfaatkan media sosial *broadcast* BBM dan *facebook* yang bertujuan untuk menarik peminat konsumen baru dan membina konsumen lama karena melalui media ini akan di-*update* info-info baru seputar Perumahan Multazam Islamic Residence yang mana akan berdampak kepada terjalinnya hubungan jangka panjang antara penjual dengan pembeli dengan adanya *update*-an info-info tersebut dan menggunakan sistem CSR (*Customer Sales Reward*) yaitu konsumen Perumahan Multazam Islamic Residence bisa juga berperan sebagai penjual. Dengan adanya sistem CSR, maka secara tidak langsung konsumen lama tetap membina hubungan dengan pihak Multazam Islamic Residence karena turut berperan sebagai penjual. Strategi penjualan tersebut sesuai dengan penjualan secara islami.

Jenis tenaga penjual yang digunakan dalam penjualan Perumahan Multazam Islamic Residence terdapat dua jenis tenaga penjual, yaitu:

---

[3] Hermawan Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung: Mizan, 2006), 180.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. *Company salesforce*, yaitu karyawan penuh atau karyawan paruh waktu (*part-time*) yang digaji perusahaan. Karyawan ini adalah karyawan internal dari Multazam Islamic Residence.
2. *Contractual salesforce*, yaitu organisasi atau individu yang dibayar berdasarkan transaksi penjualan yang dilakukannya, misalnya *sales agent*, *broker*, *industrial agent*, dan lain-lain. Dalam hal ini, pihak Multazam bekerjasama dengan *lead agent* Indocrown Property dan beberapa *sales agent*.

B. Analisis Akad yang digunakan dalam Transaksi Jual Beli Perumahan Multazam Islamic Residence dalam perspektif Islam

Akad yang digunakan dalam transaksi jual-beli Perumahan Multazam Islamic Residence adalah akad IMBT (*Ijārah Muntahiya Bittamlīk*) yaitu perjanjian sewa-menyewa antara pemberi sewa dan penyewa atas suatu barang yang menjadi objek sewa dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa oleh penyewa kepada pemberi sewa, yang mengikat pemberi sewa untuk mengalihkan kepemilikan objek sewa kepada penyewa setelah selesai masa sewa.[4]

Akad yang digunakan dalam jual-beli Perumahan Multazam Islamic Residence berbeda dengan rukun dari IMBT (*Ijārah Muntahiya Bittamlīk*) yaitu tidak ada objek yang disewakan karena perumahannya masih berupa tanah kavling. Sedangkan rukun dari IMBT (*Ijārah Muntahiya Bittamlīk*)

[4] A. Wangsawidjaja Z., *Pembiayaan Bank Syariah*, (Jakarta: Gramedia, 2012), 269.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang harus dipenuhi adalah adanya objek kontrak *ijārah* yaitu *ma'jur* (aset yang disewakan)

Alur transaksi jual-beli Perumahan Multazam Islamic Residence ada yang berbeda dengan teori, pada praktiknya disebutkan bahwa pemohon akan melakukan akad IMBT secara langsung. Namun berdasarkan Fatwa DSN Nomor 27 Tahun 2002, disebutkan bahwa pihak yang melakukan akad IMBT (*Ijārah Muntahiya Bittamlīk)* harus melakukan akad *ijārah* terlebih dahulu. Sedangkan secara praktiknya pihak Multazam langsung menggunakan akad IMBT, tanpa menggunakan akad *ijārah* terlebih dahulu, sedangkan akad IMBT digunakan pada saat masa sewa berakhir dan pemindahan kepemilikan objek tersebut.

Setelah diadakannya perikatan dalam bentuk penandatanganan kontrak *ijārah* atau IMBT yang berisi tentang objek sewa, jangka waktu sewa dan *fee* sewa yang diberikan oleh penyewa kepada pemberi sewa, hak opsi penyewa setelah masa sewa berakhir, dan ketentuan lainnya, maka pemberi sewa menyediakan objek sewa dan penyewa menggunakan barang atau jasa yang disewakan sebagaimana yang telah disepakati dalam kontrak. Sedangkan dalam praktiknya, pihak Multazam baru menyediakan objek sewa untuk dimanfaatkan oleh penyewa sekitar 2 tahun yang akan datang, tetapi selama jangka waktu tersebut, penyewa tetap membayar *fee* sewa kepada penyewa. Namun, pihak Multazam akan mengembalikan *fee* sewa pada akhir masa sewa, penyewa akan menerima *cashback* sesuai tipe perumahan yang disewa

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

selama objek sewa itu belum ditempati dan sudah dibayar oleh penyewa karena pada saat itu rumah masih belum dibangun.

Dalam memberikan pembiayaan kepada konsumen, pihak Multazam Islamic Residence mensyaratkan agunan kepada konsumen berupa sertifikat tanah objek sewa tersebut. Hal itu berbeda dengan teori karena di dalam Fatwa DSN No. 09/DSN-MUI/IV/2000 tentang Pembiayaan *Ijārah* dan No. 27/DSN-MUI/III/2002 tentang *Al-Ijārah Al-Muntahiyah Bi Al-tamlīk*, tidak menyatakan adanya agunan terhadap pembiayaan berdasarkan akad-akad tersebut. Sama halnya dengan pembiayaan *ijārah*, maka dalam pembiayaan IMBT, selama masa sewa barang yang disewa secara prinsip adalah milik pemberi sewa, bukan milik penyewa, maka secara hukum penyewa tidak mungkin menjadikan objek sewa tersebut sebagai agunan.[5]

Dalam Pasal 23 UU Perbankan Syariah tentang Kelayakan Penyaluran Dana, dapat ditafsirkan bahwa pada dasarnya bank harus meminta adanya agunanan tambahan. Maka akan lebih baiknya pihak Multazam tidak menjadikan objek sewa tersebut sebagai agunan, dan sebaiknya mensyaratkan agunan tambahan, yaitu berupa barang, surat berharga, atau garansi risiko yang tidak berkaitan langsung dengan objek yang dibiayai[6].

Pihak Multazam Islamic Residence tidak menerapkan denda terhadap konsumen yang terlambat atau tidak mampu untuk membayar angsuran, tetapi diberikan keleluasaan waktu selama 4 bulan dan 1 bulan sebagai masa evaluasi. Masa evaluasi itu diterapkan karena tidak menutup kemungkinan,

[5] A. Wangsawidjaja Z., *Pembiayaan Bank Syariah...*, 219.
[6] Ibid., 293.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

konsumen sedang mengalami masalah *finansial*. Jika melebihi waktu yang sudah diberikan, maka objek yang disewa tersebut akan dilelang. Sedangkan dana yang sudah masuk sebagai angsuran tersebut akan dikembalikan kepada konsumen, kecuali uang tanda jadi. Praktik yang dilakukan oleh pihak Multazam kepada konsumen yang mengalami wanprestasi sudah sesuai, bahwa penyewa wajib memindahkan manfaat atas barang yang disewa sesuai dengan jangka waktu yang tersisa kepada pihak ketiga yang disetujui oleh pemberi sewa.

Pemindahan manfaat sewa tersebut di atas disertai kompensasi pembayaran minimal sebesar *outstanding* kewajiban penyewa kepada pemberi sewa. Pembayaran uang sewa dapat berupa biaya sewa dan cicilan harga objek sewa. Karena itu, apabila terdapat kelebihan dari uang kompensasi setelah diperhitungkan dengan seluruh kewajiban penyewa kepada pemberi sewa, maka kelebihan tersebut harus dibayarkan kepada penyewa. Namun hal tersebut sebaiknya dilakukan pada saat objek sewa sudah ada.

Untuk biaya perawatan Perumahan Multazam Islamic Residence yang menanggung adalah *estate management*, yaitu setelah serah terima bangunan selama 100 hari, kemudian selebihnya adalah tanggung jawab dari penyewa. Sebaiknya pihak Multazam tidak memberikan jangka waktu selama 100 hari, tetapi selama objek itu disewakan, dan pihak Multazam sebaiknya memberikan spesifikasi apa saja yang menjadi hak dan kewajiban kedua belah pihak pada saat melakukan akad, seperti yang sudah disebutkan dalam teori

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

implikasi perjanjian sewa oleh pemberi sewa dan kewajiban penyewa pada rukun IMBT (*Ijārah Muntahiya Bittamlīk*).

Implikasi perjanjian sewa oleh pemberi sewa, yaitu menyediakan aset yang disewakan, menanggung biaya pemeliharaan aset, misalnya renovasi, penambahan fasilitas, dan reparasi yang bersifat insidental, dan menjamin bila terdapat cacat pada aset yang disewakan. Sedangkan kewajiban penyewa adalah membayar sewa dan bertanggungjawab untuk menjaga keutuhan aset yang disewa serta menggunakannya sesuai kontrak, menanggung biaya pemeliharaan yang sifatnya ringan (tidak materiil), meliputi biaya yang berkaitan langsung dengan optimalisasi fasilitas yang disewa dan kegunaannya adalah kewajiban penyewa (misal pemeliharaan rutin), jika aset yang disewa rusak, bukan karena pelanggaran dari penggunaan yang dibolehkan, juga bukan karena kelalaian pihak penyewa dalam menjaganya, ia tidak bertanggungjawab atas kerusakan tersebut.

Dalam transaksi jual-beli Perumahan Multazam Islamic Residence, masih diatur dan diawasi penggunaan akadnya oleh direktur Multazam Islamic Residence yaitu bapak Abdullah Sidik. Alasannya karena Perumahan Multazam Islamic Residence masih dalam tahap pencarian konsultan syariah independen[7] yang tugasnya sebagai pengatur dan pengawas penggunaan akad jual-beli Perumahan Multazam Islamic Residence. Sedangkan DPS sendiri dibentuk untuk mengawasi kegiatan usaha lembaga keuangan syariah agar tidak menyimpang dari ketentuan dan prinsip syariah yang telah difatwakan

[7] Agil Prastiaji, *Wawancara*, Surabaya, 19 Mei 2016

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

oleh DSN. Namun, PT. Cahaya Mentari Pratama bukanlah perusahaan yang berbasis syariah, yang berbasis syariah adalah salah satu produknya.

Jika dilihat dari kasus seperti ini, maka akad yang kemungkinan lebih baik digunakan dalam transaksi jual-beli Perumahan Multazam Islamic Residence adalah akad *istiṣnā'* karena barang yang diperjualbelikan belum ada dan harus memesan kepada penjual terlebih dahulu sesuai spesifikasi yang diinginkan pembeli. Seperti kutipan Keputusan *Majma' Al-Fiqh Al-Islāmi* (di bawah Muktamar Islam) tentang KPR dan peran pemerintah (Majalah *Al-Majma'* Muktamar VI, Volume 1, hlm. 81). Majlis *Majma' Al-Fiqh Al-Islāmi* menyelenggarakan Muktamar ke-6 di Jedah KSA, tanggal 17-23 Sya'ban 1410 H, bertepatan dengan 14-20 Maret 1990 M.

Skema transaksi jual beli rumah bisa menggunakan akad *istiṣnā'*, jika dianggap sebagai satu keharusan, sehingga memungkinkan bagi konsumen untuk membeli rumah itu sebelum dibangun. Tentu saja setelah ada penjelasan dan rincian tentang bangunan, sehingga tidak memicu kesalah-pahaman. Dan dibolehkan tanpa harus membayar tunai, namun boleh dibayar secara kredit sesuai kesepakatan. Barang yang dibiayai dengan akad pembiayaan *istiṣnā'* dapat dijadikan agunan pokok dan diikat sesuai dengan ketentuan yang berlaku bagi jenis barang yang bersangkutan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Strategi penjualan yang dilakukan oleh tenaga penjual Perumahan Multazam Islamic Residence yaitu melalui jasa iklan gratis maupun jasa iklan berbayar, baik media cetak maupun media elektronik, melalui pameran-pameran di pusat perbelanjaan maupun *hall room*, seminar *selling*, melalui SMS *broadcast* dan media sosial, menggunakan sistem CSR (*Customer Sales Reward*). Strategi penjualan di atas sangat efektif digunakan karena dapat meningkatkan penjualan Perumahan Multazam Islamic Residence karena dalam penjualannya, 70% berasal dari pameran dan 30% dari sistem CSR (*Customer Sales Reward*). Strategi penjualan yang dilakukan juga sesuai dengan penjualan islami.
2. Transaksi jual-beli Perumahan Multazam Islamic Residence menggunakan akad IMBT (*Ijārah Muntahiya Bittamlīk*), transaksinya langsung menggunakan akad IMBT (*Ijārah Muntahiya Bittamlīk*), untuk objek yang disewakan belum tersedia dan biaya angsuran tetap berjalan, namun pada akhir masa sewa terdapat *cashback*. Agunan yang dipersyaratkan adalah objek yang disewakan. Transaksi tersebut kurang sesuai dengan Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 27/DSN-MUI/III/2002 tanggal 28 Maret 2002 tentang *Ijārah Muntahiya Bittamlīk.*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Saran

1. Saran untuk pihak PT. Cahaya Mentari Pratama

   a. Diharapkan pihak PT. Cahaya Mentari Pratama memberikan kemudahan administrasi kepada konsumen baru hasil dari sistem CSR (*Customer Sales Reward*), karena konsumen lama yang mampu menjual rumah kepada kosumen baru akan diberi bonus.

   b. Diharapkan pihak PT. Cahaya Mentari Pratama menggunakan akad *istiṣnā'* dalam penjualan Perumahan Multzam Islamic Residence selama objeknya belum ada. Tidak menutup kemungkinan jika objek sudah ada, pihak PT. Cahaya Mentari Pratama bisa menggunakan akad IMBT (*Ijārah Muntahiya Bittamlīk*) kembali dengan mengikuti ketentuan-ketentuan yang berlaku pada akad IMBT (*Ijārah Muntahiya Bittamlīk*), seperti agunan yang dipersyaratkan kepada konsumen diharapkan bukan agunan berupa sertifikat tanah rumah pada Perumahan Multazam Islamic Residence karena rumah masih milik PT. Cahaya Mentari Pratama selama perjanjian sewa masih berlangsung. Pada transaksi IMBT diharapkan pihak PT. Cahaya Mentari Pratama menggunakan akad *ijārah* terlebih dahulu, kemudian pada akhir masa sewa menggunakan akad IMBT (*Ijārah Muntahiya Bittamlīk*).

   c. Diharapkan pihak PT. Cahaya Mentari Pratama segera membentuk konsultan syariah supaya penggunaan akad dalam transaksi jual-beli Perumahan Multazam Islamic Residence berjalan sesuai syariat.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Saran untuk masyarakat
   a. Untuk masyarakat, khususnya muslim yang ingin memiliki rumah dengan konsep islami maupun KPR dengan sistem syariah, diharapkan lebih cermat dalam menentukan pilihannya.
   b. Umtuk masyarakat, khususnya muslim yang ingin memiliki rumah, perumahan dengan konsep islami dapat dijadikan sebagai hunian yang alternatif untuk mendukung aktifitas keagamaan dan diharapkan masyarakat memilih KPR dengan sistem syariah yang bebas riba.
3. Saran untuk peneliti selanjutnya
   a. Peneliti selanjutnya diharapkan kedepannya membahas tentang pengelolaan dana dari masing-masing produk yang berbeda dari satu perusahaan.
   b. Peneliti selanjutnya diharapkan kedepannya membahas lebih mendalam tentang konsultan syariah suatu produk syariah dengan perusahaan yang notabene konvensional.
   c. Peneliti selanjutnya diharapkan kedepannya membahas tentang kriteria-kriteria secara fisik dari bangunan dengan konsep islami, apalagi sekarang ini sudah mulai *booming* perumahan syariah.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

Arifin, Ali. *Seni Menjual*. Yogyakarta: ANDI, 2009.

Bayhaqi, Imam. *Al-Qadha' wa Al-Qadr*. t.tp., t.t.

Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Sosial: Format-format Kuantitatif dan Kualitatif.* Surabaya: Airlangga University Press, 2001.

--------. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi: Format-format Kuantitatif dan Kualitatif untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen, dan Pemasaran.* Jakarta: Kencana, 2013.

Departemen Agama RI. *Al-Quran dan Terjemahannya.* Jakarta: Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Pentafsir Al Qur'an, 1971.

Dharmawan, Meidika Hafid. "Peranan Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Jasa pada Perusahaan Jasa Pelaksana Konstruksi CV. Meidika Jaya di Karanganyar". Surakarta: Skripsi. Universitas Muhammadiyah, 2012.

Hadi Susilo, Teguh. "Analisis Kelayakan Strategi Penjualan Kredit Pemilikan Rumah di Danamon Simpan Pinjam". Jakarta: Tesis. Universitas Indonesia, 2011.

Ismail. *Perbankan Syariah*. Cet. Ke-1. Jakarta: Kencana, 2011.

Kartajaya, Hermawan. *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan, 2006.

Mardani. *Hukum Bisnis Syariah*. Cet. Ke-1. Jakarta: Kencana, 2014.

Multazam Islamic Residence, "Brosur Penjualan Perumahan Multazam Islamic Residence", (20 Mei 2016).

Nazir, Moh. *Metode Penelitian.* Bogor: Ghalia Indonesia, 2005.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta, 2014.

--------. *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta, 2008.

Sukardi, Budi. "Kepatuhan Syariah (*Shariah Compliance*) dan Inovasi Produk Bank Syariah di Indonesia". Surakarta: Jurnal. IAIN Surakarta, 2012.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sutedi, Andrian. *Perbankan Syariah: Tinjauan dan Beberapa Segi Hukum*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2009.

Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI, 2008.

Swara Prahitta, Hajar. "Implementasi Kepatuhan Syariah (Studi Kasus Produk Gadai Emas di BNI Syariah Cabang Dharmawangsa Surabaya)". Surabaya: Skripsi. IAIN Sunan Ampel, 2014.

Yaya, Rizal. et al. *Akuntansi Perbankan Syariah: Teori dan Praktik Kontemporer*. Jakarta: Salemba Empat, 2014.

Z. Wangsawidjaja, A. *Pembiayaan Bank Syariah*. Jakarta: Gramedia, 2012.

Zulkarnain. *Ilmu Menjual*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006.

Komunitas Pengusaha Muslim Indonesia, "KPR dan Peran Pemerintah – Keputusan Majma' Al-fiqh Al-islami (di bawah OKI : Organisasi Konferensi Islam ", dalam http:/pengusahamuslim.com/kpr-dan-peran-1811/ (26 November 2015).

Bank Indonesia, Surat Edaran Bank Indonesia No. 10/ 14/DPbS; Perihal Pelaksanaan Prinsip Syariah dalam Kegiatan Penghimpunan Dana dan Penyaluran Dana serta Pelayanan Jasa Bank Syariah, (Jakarta: Surat Edaran, 2008), 16.

Bank Indonesia, Surat Edaran Bank Indonesia No. 10/31DPbs; Perihal Produk Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, (Jakarta: Surat Edaran, 2008)

Dewan Syariah Nasional MUI, Fatwa DSN No.06/DSN-MUI/IV/2000 tentang Jual Beli Istiṣnā', (Jakarta: Fatwa DSN-MUI, 2000).

Dewan Syariah Nasional MUI, Fatwa DSN No. 27/DSN-MUI/III/2002 tentang Ijārah Muntahiya Bittamlīk (IMBT), (Jakarta: Fatwa DSN-MUI, 2002).

Kitab Shahih Bukhari Pasal 2 No. 2240 Hal. 534 dan Kitab Shahih Muslim Bab As-sa'ilmi No. 1604 Hal. 753.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Lampiran Surat Edaran Bank Indonesia No. 5/26/BPS/2003 tanggal 27 Oktober 2003 dalam Pedoman Akuntansi Perbankan Syariah Indonesia, III-75.

Multazam Islamic Residence, "pre-launching", dalam www.multazamislamicresidence.com (02 November 2015).

Umam, Khotibul. "Peningkatan Ketaatan Syariah melalui Pemisahan (Spin Off) Unit Usaha Syariah Bank Umum Konvensional, dalam jurnal Mimbar Hukum". Vol 22, No. 3, 2010) dalam http://mimbar .hukum.ugm.ac.id/index.php/jmh/article/viewFile/281/136 (26 November 2015).

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, 12.

Abadi, Zendy Rizqy (Karyawan, Manager *Marketing* Multazam Islamic Residence), *Wawancara*, Surabaya, 15 Juni 2016.

Prastiaji, Agil (Karyawan, *Marketing* Multazam Islamic Residence), *Wawancara*, Surabaya, 19 Mei 2016.

Rahmawati, Nanik (Karyawan, Admin Multazam Islamic Residence), *Wawancara*, Surabaya, 24 April 2016.

Setiawan, Dani Ari (Karyawan, *Marketing* Multazam Islamic Residence), *Wawancara*, Surabaya, 14 November 2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id