BAB II

STRATEGI PENGEMBANGAN PEMBIAYAAN PRODUK SYARIAH

A. Strategi Pemasaran

1. Pengertian Strategi

Strategi adalah "penempatan" misi perusahaan, penetapan sasaran organisasi dengan mengikat kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan strategi tertentu untuk mencapai sasaran dan memastikan implementasinya seara tepat, sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi akan tercapai.[1]

Strategi merupakan bakal tindakan yang menurut keputusan manajemen puncak dan strategi juga mempengaruhi kehidupan organisasi dalam jangka panjang. Oleh karena itu sifat strategi adalah orientasi masa depan[2]

Penyusunan strategi adalah individu yang paling bertanggung jawab atas kesuksesan atau kegagalan organisasi. Para penyusun strategi membantu organisasi mengumpulkan, menganalisis, dan mengorganisasikan informasi. Mereka melacak tren dan industri dan kompetensi, mengembangkan model perkiraan dan analisis skenario, mengevaluasi kinerja korporasi dan divisi, menemukan peluang pasar baru, mengindentifikasi ancaman bisnis, dan

---

[1] Ticoalu dan Agus Dharma, *"Kebijakan dan Strategi Manajemen"*, Cet.II, (Jakarta: Erlangga, 1997) h.18

[2] Fred R. David," *Manajemen Strategis Konsep-konsep",* Edisi Bahasa Indonesia (Jakarta: PT. Index Kelompok Gramedia, 2004) h. 15

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

mengembangkan rencana pelaksanaan yang kreatif. Perencana strategi biasanya memainkan peran sebagai konsultan atau penyumbang saran.[3]

2. Macam-macam Strategi Pemasaran

Dalam penelitian ini, strategi yang diterapakan adalah strategi bauran pemasaran (*Marketing Mix*). Pengertian strategi bauran pemasaran adalah kombinasi variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran, tentang variabel mana yang dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mempengaruhi reaksi para pembeli atau konsumen.[4] Bauran pemasaran sendiri dari memiliki empat variabel yang menjadi acuan/bauran pemasaran. Keempat variabel tersebut yaitu produk (*Product*), harga (*Price*), tempat (*Place*), dan promosi.

a. Strategi Produk (*Product*)

Pihak perusahaan terlebih dahulu harus mendefinisikan, memilih dan mendesain suatu produk disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen yang akan dilayaninya, agar investasi yang ditanam dapat berhasil dengan baik.

Produk adalah sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, selain itu produk juga berarti sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk

---

[3] Ichsan Setyo Budi, "*Manajemen Strategi",* (Jakarta: Salemba Empat, 2006), h.11-12
[4] Sofyan Assauri, "*Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep Dan Strategi"*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1999), Cet Ke-6, h. 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

digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.[5]

Produk dapat berupa barang (benda berwujud), seperti buku, meja, kursi, rumah, mobil, dan lain-lain; dan jasa (tidak berwujud) seperti jasa dokter, jasa perhotelan, jasa perbankan, dan jasa lain-lain.[6]

Faktor-faktor yang mempengaruhi kesempatan atau peluang bagi produk baru adalah[7]: perubahan ekonomi, perubahan sosial dan budaya, perubahan teknologi, perubahan politik, perubahan lainnya.

Strategi produk yang dilakukan oleh perusahaan dalam mengembangkan suatu produk antara lain:[8]

1) Penentuan logo dan moto

Logo merupakan ciri khas suatu produk, sedangkan moto merupakan serangkaian kata-kata yang berisikan misi dan visi perusahaan dalam melayani masyarakat. Baik logo maupun moto harus diarancang dengan benar. Pertimbangan pembuatan logo antara lain logo dan moto harus memiliki arti (dalam arti positif), logo dan moto harus menarik perhatian, logo dan moto harus mudah diingat.

[5] Kasmir Dkk, *"Studi Kelayakan Bisnis"*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), h. 52
[6] Ibid, h. 52
[7] Ibid, h. 52
[8] Ibid, h. 52

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) Menciptakan merek

Merek merupakan suatu hal penting bagi konsumen untuk mengenal barang atau jasa yang ditawarkan. Pengertian merek sering diartikan sebagai nama, istilah, desain, atau kombinasi dari semuanya. Agar merek mudah dikenal masyarakat, maka pencipataan merek harus mempertimbangkan faktor-faktor anatara lain: mudah diingat, terkesan hebat dan modern, memeliki arti (dalam arti positif), menarik perhatian.

3) Menciptakan kemasan

Kemasan merupakan pembungkus suatu produk. Penciptaan kemasan pun harus memenuhi berbagai persyaratan, seperti kualitas kemasan, bentuk, warna, dan persyaratan lainnya.

4) Keputusan label

Label merupakan sesuatu yang dilengketkan pada produk yang ditawarkan dan merupakan bagian dari kemasan. Didalam label harus menjelaskan siapa yang membuat, dimana dibuat, kapan dibuat, cara menggunakannya waktu kadaluarsanya, dan informasi lainnya.

b. Strategi Promosi (Promotion)

Promosi merupakan kegiatan *Marketing Mix* ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan kegiatan di atas, baik produk, harga dan lokasi/distribusi. Dalam kegiatan ini setiap perusahaan

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

berusaha untuk mempromosikan seluruh produk atau jasa yang dimilikinya baik langsng maupun tidak langsung.[9]

Tanpa promosi jangan diharapkan pelanggan dapat mengenal produk atau jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan konsumennya. Salah satu tujuan promosi perusahaan adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon konsumen yang baru. Paling tidak ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh setiap perusahaan dalam memromosikan baik produk maupun jasanya.[10]

Keempat macam sarana promosi yang dapat digunakan antara lain:[11]

1) Periklanan (*advertising*)

Periklanan adalah sarana promosi yang digunakan oleh perusahaan guna menginformasikan, menarik, dan mempengaruhi calon konsumennya. Penggunaan promosi dengam iklan dapat dilakukan dengan berbagai media seperti lewat:[12] pemasangan *billboard* di jalan-jalan strategis, pemasangan spanduk di lokasi tertentu yang strategis, pemasangan iklan melalui koran, pemasangan iklan melalui majalah, pemasangan iklan melalui

[9] Ibid, h. 58
[10] Ibid, h. 58
[11] Ibid, h. 58
[12] Ibid, h. 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

televisi, pemasangan iklan melalui radio, pencetakan brosur baik disebarkan di setiap cabang atau pusat-pusat perbelanjaan.

Tujuan penggunaan dan pemilihan media iklan tergantung dari tujuan perusahaan. Masing-masing media mempunyai tujuan dan segmentasi sendiri. Terdapat paling tidak empat macam tujuan penggunaan iklan sebagai media promosi, yaitu:[13]

a) Untuk pemberitahuan tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan produk yang dimiliki oleh suatu perusahaan, seperti peluncuran produk baru, keuntungan, dan kelebihan suatu produk atau informasi lainnya.
b) Untuk mengingatkan kembali kepada pelanggan tentang keberadaan atau keunggulan produk yang ditawarkan.
c) Untuk perhatian dan minat para konsumen baru dengan harapan akan memperoleh daya tarik dari para calon pelanggan.
d) Memengaruhi pelanggan saingan agar berpindah ke perusahaan yang mengiklankan

Kemudian pertimbangan penggunaan media yang akan dipakai untuk pemasangan iklan di suatu media, antara lain :[14]jangkauan media yang akan dugunakan, sasaran atau konsumen yang akan dituju, besarnya biaya yang akan dikeluarkan.

[13] Ibid, h. 59
[14] Ibid, h. 60

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) Promosi penjualan (*sales promotion*)

Disamping promosi lewat periklanan, promosi lainnya dapat dilakukan melalui promosi penjualan atau *sales promotion*. Tujuan promosi penjualan adalah untuk meningkatkan penjualan atau untuk meningkatkan jumlah pelanggan. Promosi penjualan dilakukan untuk menarik pelanggan agar segera membeli setiap produk atau jasa yang ditawarkan. Tentu saja agar pelanggan tertarik untuk membeli, maka perlu dibuatkan promosi penjualan yang menarik.[15]

Bagi perusahaan promosi penjualan dapat dilakukan melalui:[16] pemberian harga khusus atau potongan harga (diskon) untuk produk tertentu, pemberian undian kepada setiap pelanggan yang membeli dalam jumlah tertentu, pemberian cendera mata serta kenang-kenangan lainnya kepada konsumen yang loyal, promosi dan penjualan lainnya

3) Publisitas (*publicity*)

Publisitas merupakan kegiatan promosi untuk memancing konsumen melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial serta kegiatan lainnya. Kegiatan publisitas dapat meningkatkan pamor perusahaan dimata para konsumennya.

4) Penjualan pribadi (personal selling)

Promosi yang ketiga adalah publisitas. Kegiatan promosi yang keempat adalah penjualan pribadi atau *personal selling*. Dalam dunia

[15] Ibid, h. 60
[16] Ibid, h. 60

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

bisnis penjualan pribadi secara umum dilakukan oleh *salesman* dan *salesgirl*. Bagi sebagian perusahaan *personal selling* dilakukan oleh petugas *customer service* atau *service assistance*.

c. Strategi Lokasi dan Distribusi (*Place*)

Kegiatan pemasaran yang ketiga adalah penentuan lokasi dan distribusi baik untuk kantor cabang, kantor pusat, pabrik atau gudang. Penentuan lokasi dan distribusi beserta sarana dan prasarana pendukung menjadi sangat penting, hal ini disebabkan agar konsumen mudah menjangkau setiap lokasi yang ada serta mendistribusikan barang atau jasa. Demikian pula sarana dan prasarana harus memberikan rasa yang nyaman dan aman kepada seluruh konsumennya.[17]

Hal- hal yang perlu diperhatikan dalam pemilihan dan penentuan lokasi adalah dengan pertimbangan sebagai berikut:[18] dekat dengan kawasan industri, dekat dengan kawasan perkantoran, dekat dengan kawasan pasar, dekat dengan pusat pemerintahan, dekat dengan kawasan perumahan masyarakat, mempertimbangkan jumlah pesaing yang ada di suatu lokasi, sarana dan prasarana (jalan, pelabuhan listrik, dan lain-lain).

Selanjutnya adalah menentukan metode dan jalur distribusi yang akan dipakai dalam menyalurkan produk ke pasar. Strategi distribusi

[17] Ibid, h. 56
[18] Ibid, h. 57

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

digunakan untuk menentukan bagaimana mencapai target pasar dan bagaimana menyelenggarakan fungsi-fungsi distribusi yang berbeda-beda.[19]

Faktor-faktor yang mempengaruhi strategi distribusi antara lain:[20]

1) Pertimbangan pembeli atau faktor pasar

Karakteristik pelanggan mempengaruhi keputusan apakah menggunakan suatu pendekatan distibusi langsung. Perusahaan harus mempertimbangkan jumlah dan frekuensi pembelian. Juga perlu dipertimbangkan sasaran pelanggan apakah sasarannya pasar konsumen atau pasar industri. Lokasi geografis dan ukuran pasar juga penting dipertimbangkan.

2) Karakterisitik produk

Produk yang kompleks, dibuat khusus, dan mahal cenderung menggunakan saluran distribusi yang pendek dan langsung. Contohnya, alat kedokteran. Daur hidup produk juga menentukan pilihan saluran distribusi. Pada tahap awal pembuatan produk dijual secara langsung namun dalam perkembangannya bisa menggunakan jasa perantara. Kepekaan produk-produk yang tidak tahan lama memerlukan saluran ditribusi yang pendek.

[19] Ibid, h. 57
[20] Ibid, h. 57

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) Faktor produsen atau pertimbangan pengawasan dan keuangan

Produsen yang memeliki sumber daya keuangan, manajerial, dan pemasaran yang besar dapat lebih baik menggunakan saluran langsung. Sebaliknya perusahaan yang kecil dan lemah lebih baik menggunakan jasa perantara.

Suatu saluran distribusi adalah suatu jaringan dari organisasi dan fungsi-fungsi yang menghubungkan produsen kepada konsumen akhir. Dasar penentuan saluran distribusi untuk produk konsumen dan saluran distribusi untuk produk industri, yaitu[21]

a) Dasar saluran distribusi untuk produk konsumen terdiri dari:
   (1) Produsen ---- konsumen
   (2) Produsen ---- pengecer ---- konsumen
   (3) Podusen ---- grosir ---- pengecer ---- konsumen
   (4) Produsen ---- agen ---- grosir ---- pengecer ---- konsumen
b) Dasar saluran distribusi untuk produk industri terdiri dari :
   (1) Produsen ---- pemakai barang industri
   (2) Produsen ---- dealer ---- pemakai barang industri
   (3) Produsen ---- agen ---- pemakai barang industri

[21] Ibid, h. 58

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

Adapun fungsi-fungsi saluran ditribusi yang dilaksanakan oleh perantara antara lain : [22]

Pertama, Fungsi transaksi meliputi menghubungi dan mengkomunikasikan dengan calon pelanggan untuk membuat mereka sadar terhadap produk yang telah ada dan menjelaskan kelebihan dan manfaat dari produk tersebut.

Kedua, Fungsi logistik meliputi pengangkut dan menyortir barang untuk mengatasi perbedaan semenetara dan tempat. Menyimpan untuk memelihara dan melindungi barang.

Ketiga, Fungsi fasilitas meliputi penelitian dan pembiayaan. Penelitian yakni mengumpulkan informasi tentang anggota-anggota saluran dan pelanggan lainnya. Pembiayaan adalah memastikan bahwa anggota saluran tersebut memiliki uang yang cukup guna memudahkan aliran barang melalui saluran disribusi samapai ke konsumen akhir.

d. Strategi Harga (*Price*)

Harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan *Marketing Mix*. Harga adalah sejumlah uang yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang atau jasa. Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhaikan, mengingat harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya produk yang ditawarkan. Salah dalam

[22] Ibid, h. 58

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 harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan dan berakibaat tidak lakunya produk tersebut di pasar.[23]

Langkah-langkah yang perlu ditempuh dalam menetapkan harga yang tepat terhadap suatu produk adalah [24]menentukan tujuan penetapan harga, memperkirakan permintaan, biaya, dan laba, memilih strategi harga untuk membantu menentukan harga dasar, menyesuaikan harga dasar dengan taktik penetapan harga.

Penentuan harga oleh suatu perusahaan dimaksudkan dengan berbagai tujuan yang hendak dicapai. Tujuan penentuan harga secara umum adalah sebagai berikut:[25]

1) Untuk bertahan hidup

   Dalam hal ini, tujuan menentukan harga semurah mungkin dengan maksud agar produk atau jasa yang ditawarkan laku dipasaran dengan catatan harga murah tenamun masih dalam kondisi yang menguntungkan.

2) Untuk memaksimalkan laba

   Tujuan harga ini dengan mengharapkan penjualan yang meningkat sehingga laba dapat ditingkat. Penentuan harga biasanya dapat dilakukan dengan harga murah atau tinggi.

[23] Ibid, h. 53
[24] Ibid, h. 53
[25] Ibid, h. 53

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) Untuk memperbesar *market share*

Penentuan harga ini dengan harga yang murah sehingga diharapakan jumlah pelanggan meningkat dan diharapkan pula pelanggan pesaing beralih ke produk yang ditawarkan.

4) Mutu produk

Tujuan adalah untuk memberikan kesan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan memiliki kualitas yang tinggi atau lebih tinggi dari kualitas pesaing. Biasanya harga ditentukan setinggi mungkin. Karena masih ada anggapan bahwa produk yang berkualitas adalah produk yang harganya lebih tinggi dari harga pesaing.

5) Karena pesaing

Dalam hal ini penentuan harga dengan melihat harga pesaing. Tujuannya adalah agar harga yang ditawarkan tidak melebihi harga pesaing.

Besarnya harga yang harus dipasang tentu disesuaikan dengan tujuan penentuan harga. Ada tiga strategi dasar dalam penetaan harga, yaitu[26] Pertama, *Skimming pricing*, yaitu harga awal produk yang ditetapkan setinggi-tingginya dengan tujuan bahwa produk atau jasa memiliki kualitas tinggi. Kedua, *Penetration pricing*, yaitu dengan menetapkan harga yang serendah mungkin dengan tujuan menguasai pasar.

[26] Ibid, h. 54

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

Ketiga, *Status quo pricing*, yaitu penetapan harga *status quo* adalah harga yang ditetapkan disesuaikan dengan harga pesaing.

Strategi harga dalam bank syariah, Harga sama dengan marjin, dalam teori Marjin adalah nilai keuntungan (*Ribhun*) yang disepakati antara bank dan nasabah atas transaksi pembiayaan dengan akad jual beli dan bersifat tetap selama masa pembiayaan.[27]

B. Strategi Pembiayaan

1. Pengertian Pembiayaan

Pembiayaan merupakan pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga. Dengan kata lain pembiayaan adalah pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan.[28]

Definisi lain tentang pembiayaan adalah pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan.[29] Pengertian pembiayaan menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah adalah penyediaan dana atau tagihan yang dipersamakan dengan hal itu berupa :

---

[27] Peraturan Menteri Perumahan Rakyat Republik Indonesia No. 3 Tahun 2014 tentang Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan Dalam Rangka Pengadaan Perumahan Melalui Kredit/Pembiayaan Pemilikian Rumah Sejahtera.

[28] Sukron, "*Strategi Lembaga Keuangan Mikro Syariah Dalam Mengembangkan dan Meningkatkan Pembiayaan Usaha Kecil Dan Menengah Pamulang*", (Jakarta: Program Studi Muamalat, UIN Syarif Hidayatullah, 2011) h. 19

[29] Muhammad, "*Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*", (Yogyakarta : UPP. AMN YPKN, 2002). H 17

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. Transaksi bagi hasil dalam bentuk *mudharabah* dan *musyarakah*;
b. Transaksi sewa-menyewa dalam bentuk *ijarah* atau sewa beli dalam bentuk *ijarah muntahiya bittamlik*;
c. Transaksi jual beli dalam bentuk piutang *Murabahah, salam,* dan *istishna'*;
d. Transaksi pinjam meminjam dalam bentuk piutang *qardh*;
e. Transaksi sewa-menyewa jasa dalam bentuk ijarah untuk transaksi multijasa, berdasarkan persetujuan atau kepakatan aatara Bank Syariah dan/atau UUS dan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai dan/atau diberi fasilitas dana untuk mengembalikan dana tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan *ujroh*, tanpa imbalan, atau bagi hasil.[30]

Pengertian pembiayaan menurut ketentuan Bank Indonesia adalah penanaman dana bank syariah baik dalam rupiah maupun valuta asing dalam bentuk pembiayaan, piutang, *qardh*, surat berharga syariah, penempatan, penyertaan modal, penyertaan modal sementara, komitmen dan kontinjensi pada rekening administratif serta Sertifikat Wadiah Bank Indonesia (SWBI).[31]

2. Tujuan Pembiayaan

Pembiayaan merupakan sumber pendapatan bagi bank syariah. Tujuan pembiayaan yang dilaksanakan perbankan syariah terkait dengan *stakeholder*, yakni,

[30] UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, Pasal 1 ayat 25
[31] Peraturan Bank Indonesia No. 5/7/PBI/2003 tanggal 19 Mei 2003

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. Pemilik Perusahaan (Pemegang Saham)

Dari sumber pendapatan di atas, para pemilik mengharapkan akan memperoleh penghasilan dana yang ditanamkan pada bank tersebut.

b. Pegawai

Para pegawai berharap memperoleh kesejahteraan dari bank yang dikelolahya.

c. Masyarkat

Kriteria masyarakat dalam penjelasan tujuan pembiayaan meliputi

1). Pemilik dana

Sebagaimana pemilik, mereka mengharapkan dari dana yang diinvestasikan akan diperoleh bagi hasil atau terbantu untuk pengadaan barang yang diinginkan (pembiyaan konsumtif)

2). Debitur yang bersangkutan

Para debitur, dengan penyediaan dana baginya, mereka terbantu guna menjalankan usahanya (sektor produktif) atau terbantu untuk pengadaan barang yang diinginkan (pembiyaan konsumtif).

3). Masyarakat umumnya konsumen

Mereka dapat memperoleh barang-barang yang dibutuhkannya.

4). Pemerintah

Akibat penyediaan pembiayaan, pemerintah terbantu dalam pembiayaan negara, disamping itu akan memperoleh pajak (berupa pajak

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

penghasilan atas keuntungan yang diperoleh bank dan juga perusahaan-perusahaan).

5). Bank

Bagi bank yang bersangkutan hasil dari penyaluran pembiayaan, diharapkan bank dapat meneruskan dan mengembangkan usahanya agar tetap survival dan meluas jaringan usahanya, sehingga semakin banyka masyarakat yang dapat dilayaninya.[32]

3. **Unsur-Unsur Pembiayaan**

a. Adanya dua pihak, yaitu pemberi pembiayaan (*shahibul maal*) dan penerima pembiayaan (*mudharib*). Hubungan pemberi pembiayaan dan penerima pembiayaan merupakan hubungan kerja yang saling menguntungkan, yang diartikan pula sebagai kehidupan saling tolong-menolong.
b. Adanya kepercayaan *shahibul maal* kepada *mudharib* yang didasarkan atas prestasi yaitu potensi *mudharib*.
c. Adanya persetujuan berupa kesepakatan antara *shahibul maal* dengan *mudharib* (janji membayar berupa lisan atau tertulis).
d. Adanya penyerahan uang, barang atau jasa dari *shahibul maal* kepada *mudharib*.

[32] Muhammad, "*Manajemen dana Bank Syariah"* (Yogyakarta: Ekonisia, 2005) hal 196-197

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. Adanya unsur waktu berupa unsur esensial pembiayaan. Pembiayaan terjadi karena unsur waktu, baik dilihat dari *shahibul maal* maupun dilihat dari *mudharib*.

f. Adanya unsur resiko baik dari pihak *shahibul maal* maupun dipihak *mudharib*. Risiko dipihak *shahibul maal* adalah resiko gagal bayar, baik karena kegagalan usaha (pinjaman komersial) atau ketidakmampuan membayar (pinjaman konsumen). Risiko dipihak *mudharib* adalah kecurangan dari pihak pembiyaan, antara lain berupa *shahibul maal* yang dari semula dimaksudkan untuk mencaplok perusahaan yang diberi pembiayaan atau tanah yang dijaminkan.[33]

C. Strategi Pembiayaan Bermasalah

Pembiayaan bermasalah, berawal dari debitor yang mengingkari janji untuk membayar angsuran pembiayaan yang telah jatuh tempo sehingga terjadi keterlambatan pembayaran atau sama sekali tidak ada pembayaran, dengan demikian dapat dikatakan bahwa pembiayaan bermasalah di dalamnya meliputi pembiayaan macet, meskipun demikian tidak semua pembiayaan yang bermasalah adalah pembiayaan macet.

Untuk mengetahui kriteria pembiayaan macet, Bank Indonesia telah mengeluarkan peraturan yang menggolongkan kolektibilitas kredit dalam Surat Keputusan Direksi Bank Indonesia Nomor 23/68/KEP/DIR tentang penggolongan Kolektibilitas Aktiva Produktif dan Pembentukan Cadangan Atas

[33] Veithzal Rifai, Arvyan arifin, "*Islamic Banking System Bank Islam Bukan Hanya Solusi Menghadapi Krisis Namun Solusi Dalam Persaingan Global*", (Jakarta: Bumi Aksara 2010), h 701-711

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

Aktiva. Peraturan tersebut telah beberapa kali dirubah, yaitu dengan Surat Keputusan Direksi Bank Indonesia Nomor 26/22/KEP/DIR tanggal 9 Mei 1993 tentang Kualitas Aktiva Produktif dan pembentukan Penyisihan Penghapusan Aktiva Produktif, dirubah dengan Surat Keputusan Direksi Bank Indonesia Nomor 30/267/KEP/DIR tanggal 27 Februari 1998 tentang kualitas Aktiva Produktif dan terakait dengan Surat Keputusan Direksi Bank Indonesia Nomor 31/KEP/DIR tanggal 12 November 1998 tentang Kualitas Aktiva Produktif.

Penggolongan kualitas kredit menurut lampiran dari Pasal 4 Surat Keputusan Direktur Bank Indonesia Nomor 31/KEP/DIR, yaitu sebagai berikut :

1. Lancar, yaitu apabila memenuhi kriteria :

   a. Industri atau kegiatan usaha memiliki potensi pertumbuhan yang baik.

   b. Pasar yang stabil dan tidak dipengaruhi oleh perubahan kondisi perekonomian.

   c. Persaingan yang terbatas, termasuk posisi yang kuat dalam pasar.

   d. Manajemen yang sangat baik.

   e. Perusahaan afiliasi atau grup stabil dan mendukung usaha.

   f. Tenaga kerja yang memadai dan belum pernah tercatat mengalami perselisihan atau pemogokan

   g. Perolehan laba tinggi dan stabil

   h. Permodalan kuat

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

i. Anasisis arus kas menunjukkan bahwa debitor dapat memenuhi kewajiban pembayaran pokok serta bunga tanpa dukungan sumber dana tambahan

j. Jumlah portofolio yang sensitif terhadap perubahan nilai tukar valuta asing dan suku bunga relatif sedikit atau telah dilakukan lindung nilai (*hedging*) secara baik

k. Pembayaran tepat waktu, perkembangan rekening baik dan tidak ada tunggakkan serta sesuai dengan persyaratan kredit.

l. Hubungan debitor dengan bank baik dan debitor selalu menyampaikan informasi keuangan secara teratur dan akurat.

m. Dokumentasi kredit lengkap dan pengikatan agunan kuat.

2. Dalam perhatian khusus, yaitu apabila memenuhi kriteria :

a. Industri atau kegiatan usaha memiliki potensi pertumbuhan yang terbatas

b. Posisi dipasar baik, tidak banyak dipengaruhi oleh perubahan kondisi perekonomian

c. Posisi pasar sebanding dengan pesaing.

d. Perusahaan afiliasi atau grup stabil dan tidak memiliki dampak yang memberatkan terhadap debitor.

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. Tenaga kerja pada umumnya memadai dan belum pernah tercatat mengalami perselisihan atau pemogokkan.

f. Perolehan laba cukup baik dan pemilik memiliki potensi menurun.

g. Permodalan cukup baik dan pemilik mempunyai kemampuan untuk memberikan modal tambahan apabila diperlukan.

h. Likuiditas dan modal kerja umumnya baik.

i. Analisis arus kas menunjukkan bahwa meskipun debitor mampu memenuhi kewajiban pembayaran pokok serta bunga namun terdpat indikasi masalah tertentu yang apabila tidak di atasi akan mempengaruhi pembayaran di masa mendatang.

j. Beberapa portofolio sensitif terhadap perubahan nilai tukar valuta asing dan suku bunga tenamun masih terkendali.

k. Terdapat tunggakan pembayaran pokok dan/atau bunga sampai dengan 90 hari.

l. Jarang mengalami cerukan.

m. Hubungan debitor dengan bank baik dan debitor selalu menyampaikan informasi keuangan secara teratur dan masih akurat.

n. Dokumentasi kredit lengkap dan pengikatan agunan kuat.

o. Pelanggaran perjanjian kredit tidak prinsipil

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. Kurang lancar, yaitu apabila memenuhi kriteria :

a. Industri atau kegiatan usaha menunjukkan potensi pertumbuhan yang sangat terbatas atau tidak mengalami pertumbuhan.

b. Pasar yang dipengaruhi oleh perubahan kondisi perekonomian.

c. Posisi pasar cukup baik tenamun banyak pesaing, namun dapat pulih kembali jiika melaksanakan strategi bisnis yang baru.

d. Manajemen cukup baik.

e. Perusahaan afiliasi atau grup mulai memberikan dampak yang memberatkan terhadap debitor.

f. Tenaga kerja berlebihan namun hubungan pimpinan dan karyawan pada umumnya baik.

g. Perolehan laba rendah h. Rasio hutang terhadap modal cukup tinggi

i. Likuiditas kurang dan modal kerja terbatas.

j. Analisi arus kas menunjukkan bahwa debitor hanya mampu membayar bunga dan sebagian dari pokok.

k. Kegiatan usaha terpengaruh perubahan nilai tukar valuta asing dan suku bunga.

l. Perpanjangan kredit untuk menutupi kesulitan keuangan.

m. Terdapat tunggakkan pembayaran pokok dan/atau bunga yang telah melampaui 90 hari sampai dengan 180 hari.

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

n. Terdapat cerukan yang berulangkali khususnya untuk menutupi kerugian operasional dan kekurangan arus kas.

o. Hubungan debitor dengan bank memburuk dan informasi keuangan tidak dapat dipercaya.

p. Dokumentasi kredit kurang lengkap dan pengikatan agunan yang lemah.

q. Pelanggaran terhadap persyaratan pokok kredit.

r. Perpanjangan kredit untuk menyembunyikan kesulitan keuangan.

4. Diragukan , yaitu apabila memenuhi kriteria:

a. Industri atau kegiatan usaha menurun.

b. Pasar sangat dipengaruhi oleh perubahan kondisi perekonomian.

c. Persaingan usaha sangat ketat dan operasional perusahaan mengalami permasalahan yang serius.

d. Manajemen kurang berpengalaman.

e. Perusahaan afiliasi atau grup telah memberikan dampak yang memberatkan debitor.

f. Tenaga kerja berlebihan dalam jumlah yang besar sehingga dapat menimbulkan keresahan.

g. Laba yang sangat kecil atau negatif.

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. Kerugian operasional dibiayai dengan penjualan asset.

i. Rasio utang terhadap modal tinggi.

j. Likuiditas rendah .

k. Analisa arus kas menunjukkan ketidakmampuan membayar pokok dan bunga.

l. Kegiatan usaha terancam karena perubahan valuta asing dan suku bunga.

m. Pinjaman baru digunakan untuk memenuhi kewajiban yang jatuh tempo.

n. Terdapat tunggakan pembayaran pokok dan/ atau bunga yang telah melampaui 180 hari sampai 270 hari.

o. Terjadi cerukan yang bersifat permanen khususnya untuk menutup kerugian operasional dan kekurangan arus kas.

p. Hubungan debitor dan bank semakin memburuk dan informasi keuangan tidak tersedia dan tidak dapt dipercaya.

q. Dokumentasi kredit tidak lengkap dan pengikatan agunan yang lemah.

r. Pelanggaran yang prinsipal terhadap persyaratan pokok dalam perjanjian kredit.

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. Macet, yaitu apabila memenuhi kriteria:

a. Kelangsungan usaha sangat diragukan, industri mengalami penurunan dan sulit untuk pulih kembali.

b. Kemungkinan besar kegiatan usaha akan terhenti.

c. Kehilangan pasar sejalan dengan kondisi perekonomian yang menurun.

d. Manajemen yang sangat lemah.

e. Perusahaan afiliasi sangat merugikan debitor.

f. Terjadi pemogokan tenaga kerja yang sulit di atasi.

g. Mengalami kerugian yang besar.

h. Debitor tidak mampu memenuhi seluruh kewajiban dan kegiatan usaha tidak dapat dipertahankan.

i. Rasio hutang terhadap modal sangat tinggi.

j. Kesulitan likuiditas.

k. Analisis arus kas menunjukkan bahwa debitor tidak mampu menutup biaya produksi.

l. Kegiatan usaha terancam krena fluktuasi nilai tukar valuta asing dan suku bunga.

m. Pinjaman baru digunakan untuk kerugian operasional.

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

n. Terdapat tunggakan pokok dan/ atau bunga yang telah melampaui 270 hari.

o. Dokumentasi kredit dan pengikatan agunan tidak ada.

Kredit yang masuk dalam golongan lancar dinilai sebagai kredit yang *performing loan*, sedangkan kredit yang masuk golongan kurang lancar, diragukan dan macet dinilai sebagai kredit *non performing loan*.[34]

Dari pengertian tersebut di atas maka yang dimaksud dalam kriteria kredit bermasalah, adalah kredit yang tidak terbayar oleh debitor termasuk dalam kriteria bermasalah ada 4 (empat), yaitu kredit dalam perhatian khusus, kredit kurang lancar, kredit diragukan dan kredit mace. Implikasi bagi pihak bank sebagai akibat dari timbulnya kredit bermasalah tersebut dapat berupa sebagai berikut[35]:

1. Hilangnya kesempatan untuk memperoleh income (pendapatan) dari kredit yang diberikannya, sehingga mengurangi perolehan laba dan pengaruh buruk bagi rentabilitas bank.
2. Rasio kualitas aktiva produktif atau yang lebih dikenal dengan BDR (bad dept ratio) menjadi semakin besar yang menggambarkan situasi yang semakin memburuk.
3. Bank harus memperbesar penyisihan untuk cadangan aktiva produktif yang diklasifikasikan berdasarkan ketentuan yang ada. Hal ini pada akhirnya akan

[34] Sutarno, Aspek- Aspek Hukum Perkreditan pada Bank, Alfabeta, Jakarta, 2003, hlm.263- 264
[35] Lukman Dendawijaya, , Manajemen Perbankan, Ghalia Indonesia, Bandung, 2001, hlm. 86

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

mengurangi besarnya modal bank dan akan sangat berpengaruh terhadap CAR (capital adequacy ratio).

4. Return On Assets (ROA) mengalami penurunan.

5. Sebagai akibat dari komplikasi butir 2,3,4 tersebut di atas adalah menurunnya nilai kesehatan bank.

D. Strategi Penyelesaian Pembiayaan Bermasalah

Tindakan bank dalam usaha menyelamatkan dan menyelesaikan pembiayaan bermasalah akan sangat bergantung pada kondisi pembiayaan yang bermasalah itu sendiri. Untuk menyelamatkan dan menyelesaikan pembiayaan bermasalah ada dua strategi yang ditempuh:

1. penyelesaian pembiayaan bermasalah melalui jalur non litigasi

Penyelesaian melalui jalur ini dilakukan melalui perundingan kembali antara Kreditor dan debitor dengan memperingan syarat-syarat dalam perjanjian pembiayaan. Jadi dalam tahap penyelamatan kredit ini belum memanfaatkan lembaga hukum karena debitor masih kooperatif dan dari prospek usahanya masih *feasible*. Penanganan pembiayaan perbankan yang bermasalah menurut ketentuan Surat Edaran Bank Indonesia No. 23/12/ BPP tanggal 28 Februari 1991 dalam usaha mengatasi kredit bermasalah, pihak bank dapat melakukan beberapa tindakan penyelamatan sebagai berikut:

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. *Rescheduling*/ penjadualan kembali

Rescheduling merupakan upaya pertama dari pihak bank untuk menyelamatkan kredit yang diberikan kepada debitor. Cara ini dilakukan jika ternyata pihak debitor (berdasarkan hasil penelitian dan perhitungan yang dilakukan account officer bank) tidak mampu untuk memenuhi kewajiban dalam hal pembayaran kembali angsuran pokok maupun bunga kredit.

Rescheduling adalah penjadwalan kembali sebagian atau seluruh kewajiban debitor. Hal tersebut disesuaikan dengan proyeksi arus kas yang bersumber dari kemampuan usaha debitor yang sedang mengalami kesulitan. Penjadualan tersebut bisa berbentuk :

1). Memperpanjang jangka waktu kredit

2). Memperpanjang jangka waktu angsuran, misalnya semula angsuran ditetapkan setiap 3 bulan kemudian menjadi 6 bulan

3.) Menurunkan jumlah untuk setiap angsuran yang mengakibatkan perpanjangan jangka kredit

b. *Reconditioning*

Reconditioning merupakan usaha pihak bank untuk menyelamatkan kredit yang diberikannya dengan cara mengubah sebagian atau seluruh kondisi (persyaratan) yang semula disepakati bersama pihak debitor dan bank yang kemudian dituangkan dalam perjanjian kredit. Perubahan kondisi kredit dibuat

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

dengan memperhatikan masalah-masalah yang dihadapi oleh debitor dalam pelaksanaan proyek atau bisnisnya.[36]

Dalam hal ini perubahan tersebut meliputi antara lain :

1). Kapitalisasi bunga yaitu bunga yang dijadikan utang pokok sehingga nasabah untuk waktu tertentu tidak perlu membayar bunga, tenamun nanti uang pokoknya dapat melebihi plafon yang disetujui. Sehingga perlu peningkatan fasilitas kredit disamping itu bunga tersebut dihitung bunga majemuk yang pada dasarnya akan memberatkan nasabah. Cara ini dapat dilakukan jika prospek usahan nasabah baik.

2). Penundaan pembayaran bunga yaitu bunga tetap dihitung. Tenamun penagihan atau pembebanannya kepada nasabah tidak dilaksanakann sampai nasabah mempunyai kesanggupan. Atas bunga yang terutang tersebut tidak dikenakan bunga dan tidak menambah plafon kredit.

3). Penurunan suku bunga yaitu dalam hal nasabah dinilai masih mampu membayar bunga pada waktunya, tenamun suku bunga yang dikenakan terlalu tinggi untuk tingkat aktifitas dan hasil usaha pada waktu itu. Cara ini ditempuh jika hasil operasi nasabah memang menunjukkan surplus atau laba dan likuiditas memungkinkan untuk membayar bunga.

4). Pembebanan bunga yaitu dalam hal nasabah memang dinilai tidak sanggup membayar bunga karena usaha nasabahnya mencapai tingkat kembali pokok

[36] Lukman Dendawijaya, , *"Manajemen Perbankan"*, (Bandung: Ghalia Indonesia, 2001) hlm. 87

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 break even. Pembebanan bunga ini dapat dilakukan untuk sementara, selamanya aataupun untuk seluruh utang bunga.

5). Pengkonversian kredit jangka pendek menjadi jangka panjang dengan syarat yang lebih ringan.

6). Jaminan kredit/agunan, beberapa jaminan yang semula harus diberikan atau diserahkan pada bank terpaksa tidak bisa terlaksana karena beberapa alasan misalnya tanah yang akan dijadikan jaminan ternyata masih dalam sengketa.

7). Jenis serta besarnya beberapa *fee* yang harus dibayar debitor kepada bank, misalnya dalam kasus yang terjadi pada kredit sindikasi.

8). Manajemen proyek atau bisnis yang dibiayai bank berdasarkan analisis yang dilakukan bank maupun atas nasehat dari konsultan yang ditunjuk bank. Hal ini terpaksa dilakukan untuk mengamankan jalannya proyek dan merupakan persyaratan baru atau persyaratan tambahan yang diminta oleh bank yang harus dipenuhi debitor dalam rangka penyelamatan proyek.

9). Kombinasi dari beberapa perubahan tersebut.

c. *Recstructing*

Reksrtukturisasi yaitu usaha penyelamatan kredit yang terpaksa harus dilakukan bank dengan cara mengubah komposisi pembiayaan yang mendasari pemberian kredit. Sebagai contoh, suatu proyek dibiayai dengan struktur pembiayaan yakni 60 % adalah pinjaman bank, dan 40 % adalah modal nasabah sehingga debt to equity ratio adalah 60:40. kemudian karena

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

kesulitan yang dialami nasabah dalam melaksanakan proyeknya atau bisnisnya, nasabah tidak mampu membayar angsuran pokok pinjama maupun bunga kredit, misalnya bunga yang dibebankan dirasakan terlalu berat sehinggga harga pokok produksinya tinggi dan produknya tidak dapat dipasarkan karena menghadapi persaingan yang berat di pasar.[37]

Secara umum tujuan dilakukannya rekstrukturisasi kredit adalah meningkatkan kemampuan debitor dalam membayar pokok dan bunga jaminan. Dalam melakukan rekstrukturisasi kredit hal yang harus diperhatikan adalah prospek usaha dan itikad baik debitor. Prospek usaha dapat dinilai dengan melihat potensi perusahaan untuk menghasilkan net cash inflow yang positif dan prospek market dari produk atau jasa yang dihasilkan. Sedangkan itikad baik debitor dapat dilihat dari antara lain kemauan dan kesediaan debitor dalam melakukan negoisasi dengan kreditor, memikul beban kerugian yang akan ditetapkan sebagai hasil negosiasi dan mempunyai atau akan menyampaikan rencana rekstrukturisasi untuk dibahas dengan kreditor.

Rekstrukturisasi disebut sebagai langkah atau upaya reaktif apabila dilakukan bagi kredit yang mengalami kesulitan pembayaran pokok/bunga. Sedangkan rekstrukturisasi disebut sebagai upaya preventif apabila kredit masih tergolong lancar namun diperkirakan akan mengalami kesulitan pembayaran angsuran pokok/bunga.

[37] Ibid. h 89

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

Restructing atau rekstrukturisasi menurut Surat Keputusan Direksi Bank Indonesia Nomor 31/150/KEP/DIR tanggal 12 November 1998 tentang Rekstrukturisasi kredit dalam Pasal 1 huruf c adalah upaya yang dilakukan bank dalam kegiatan usaha perkreditan agar debitor dapat memenuhi kewajibannya. Rektrukturisasi kredit dapat dilakukan dengan cara-cara sebagai berikut :

1). Penurunan suku bunga kredit Penurunan suku bunga kredit tidak dapat dikatakan sebagai rekstrukturisasi kredit apabila penurunan dimaksud bertujuann menyesuaikan dengan bunga pasar yang pada saat bersamaan juga mengalami penurunan. Kaitannya dengan Batas Maksimum Pemberian Kredit (selanjutnya disingkat menjadi BMPK), perpanjangan jangka waktu yang sebelumnya telah melampaui BMPK diberlakukan sebagai pelampauan BMPK yang wajib diselesaikan dalam jangka waktu 9 bulan sedangkan penyertaan modal sementara dalam rangka rektrukturisasi kredit dikecualikan dari perhitungan BMPK.

2). pengurangan tunggakan bunga kredit kreditor dapat memberikan keringanan berupa mengurangi jumlah bunga yang tertunggak atau menghapus seluruh tunggakan bunga kredit. Debitor dibebaskan dari kewajiban membayar tunggakan bunga kredit sebagian atau seluruhnya. Langkah ini diambil agar debitor mempunyai kembali kemampuan melanjutkan kegiatan usahanya sehingga dapat digunakan membayar utang pokoknya.

3).Pengurangan tunggakan pokok kredit Kreditor dapat memberikan keringanan berupa mengurangi utang pokok yang tertunggak. Langkah ini merupakan

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

reksstrukturisasi yang paling maksimal yang dapat diberikan oleh bank karena langkah ini biasanya diikuti dengan penghapusan bunga dan denda seluruhnya. Pengurangan tunggakan pokok ini merupakan pengorabanan yang sangat besar dari bank karena asset bank yang berupa utang pokok tidak kembali dan merupakan kerugian bagi bank.

4). Perpanjangan waktu kredit Perpanjangan waktu kredit merupakan bentuk rekstrukturisasi kredit yang bertujuan memperingan debitor untuk mengembalikan hutangnya. "Diharapkan dengan perpanjangan waktu ini dapat memberikan kesempatan kepada debitor untuk melanjutkan usahanya sehingga pendapatan yang harusnya digunakan untuk membayar hutang digunakan untuk memperkuat usahanya.[38]

5). Penambahan fasilitas kredit Dalam hal ini rektrukturisasi kredit dilakukan dengan cara penambahan fasilitas kredit yang harus digunakan sesuai prosedur yang ketat dan terdapat agunan yang cukup. Dengan adanya penambahan fasilitas kredit dimana debitor diberikan kredit lagi sehingga utang menjadi besar nantinya diharapkan debitor dapat mempunyai kemampuan untuk menjalankan kembali usahanya dan pendapatan dari usahanya dapat digunakan untuk membayar utang lama dan utang baru.

6). Pengambilalihan asset debitor sesuai dengan ketentuan yang berlaku Pengambilalihan asset debitor sesuai dengan ketentuan yang mengacu kepada Undang-Undang perbankan khususnya Pasal 12A yang mengatur

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

kemungkinan Bank Umum dapat membeli sebagian atau seluruh anggunan baik melalui penjualan umum atau pelelangan ataupun diluar pelelangan berdasarkan penyerahan secara sukarela. Namun kemudahan ini oleh undang-undang diadakan pembatasan yaitu :

a). Agunan yang dapat dibeli oleh bank adalah agunan dari kredit macet.

b). Agunan yang telah dibeli wajib dicairkan selambat-lambatnya dalam jangka waktu 1 tahun.

c). Dalam jangka waktu 1 tahun bank dapat menangguhkan kewajiban kewajiban yang berkaitan dengan pengalihan hak atas agunan yang bersangkutan sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku

7). Konversi kredit menjadi penyertaan modal sementara pada perusahaan debitor yaitu apabila upaya penyelamatan melalui penurunan suku bunga, pengurangan tunggakan bunga dan usaha lainnya tidak dapat dilakukan langkah ini diambil setelah melalui analisi yang mendalam serta mempertimbangkan akan terjadinya perubahan status bank terhadap debitor. Konversi kredit menjadi penyertaan modal sementra pada perusahaan debitor hanya dilakukan apabila dipenuhi persyaratanpersyaratan tertentu, yaitu :

a). Jangka waktu penyertaan maksimum 5 tahun atau kurang dari 5 tahun apabila perusahaan telah memperoleh laba selama 2 tahun berturut-turut.

b). Setelah 5 tahun harus dihapus bukukan. Dalam hal ini bank tidak perlu ijin Bank Indonesia namun harus sesuai dengan anggaran dasar dan kebijakan

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

masing-masing bank. Selain itu juga harus memperhatikan BMPK. Konversi kredit harus dilakukan oleh satuan kerja yang tersisa dengan satuan kerja pemberian kredit dan dipimpin oleh pejabat yang memiliki kewenangan untuk melakukan negoisasi dengan debitor dalam rangka konversi kredit.

2. Penyelesaian Kredit Bermasalah secara Litigasi

a) Mengajukan gugatan ke Pengadilan Negeri dengan ketentuan Hukum Acara Perdata

Kreditor atau bank dapat memberikan somasi atau peringatan kepada debitor agar ia memenuhi kewajiban, namun somasi secara yuridis tidak mempunyai akibat hukum yang memaksa pada debitor. Apabila somasi itu tidak ditanggapi oleh debitor, maka kreditor atau bank dapat melakukan gugatan ke Pengadilan Negeri. [39] Kemudian apabila terbukti hakim akan mengeluarkan keputusan Pengadilan yang tetap atau pasti. Namun bila tergugat atau debitor tidak melaksanakan putusan pengadilan Kreditor atau penggugat dapat mengajukan permohonan eksekusi dan melakukan sita eksekusi untuk selanjutnya melelang harta tergugat sehingga hasil lelangan dapat digunakan untuk melunasi hutang tergugat.

[39] Sutarno, *"Aspek-aspek Hukum Perkreditan pada Bank"*, (Jakarta: Alfabeta, 2003) h. 296

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) Eksekusi jaminan kredit

Mekanisme eksekusi jaminan kredit bila jaminan diikat secara formal atau melalui bantuan notaris untuk membuatkan aktanya (grosse akta/ akta hipotek/ akta hak tanggungan) maka kreditor cukup mengajukan permohonan eksekusi kepada pengadilan yang berkompeten. Bila ternyata debitor tetap tidak melaukannya maka kreditor akan memohon sita eksekusi. Kemudian dengan sita eksekusi tersebut juru sita pengadilan melakukan sita jaminan yang biasanya disertai permohonan kreditor untuk pelelangan jaminan. Lalu, pengadilan berdsarkan permohonan lelang dari kreditor akan menghubungi kantor lelang untuk melaksanakan lelang atas jaminan tersebut. Setelah pelelangan dilakukan, kreditor bisa mengambil pinjaman dengan perhitungan yang sudah diketahui pengadilan dari harga jaminan yang terjual.

c) Parate Eksekusi Hak tanggungan

Pemegang hak tanggungan dapat memilih cara menjual lelang objek hak tanggungan berdasarkan kekuasaan sendiri (Pasal 6 jo. Pasal 11 ayat (2e) Undang-Undang Nomor 4 Tahun 1996), maka pemegang hak tanggungan sama sekali tidak perlu berhubungan dengan pengadilan. Kreditor pemegang Hak Tanggungan cukup meminta bantuan Kantor Lelang Negara untuk menjual obyek hak tanggungan tersebut.

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) Paksa Badan

Diatur oleh Peraturan mahkamah Agung Republik Indonesia nomor 1 tahun 2000 tanggal 30 Juni 2002 tentang lembaga paksa badan. Kreditor mengajukan gugatan kepada debitor dan kemudian hakim memutuskan debitor sebagai pihak yang berhutang harus disandera karena tidak mampu melaksanakan keputusan hakim karena tidak memiliki harta yang bisa dijual.

e) Pailit

Sesuai ketetuan Undang-Undang Nomor 4 Tahun 1998 tentang Kepailitan, bahwa pailit ialah keadaan debitor yang mempunyai dua atau lebih kreditor dan tidak membayar sedikitnya satu hutang yang telah jatuh tempo dan dapat ditagih yang dinyatakan oleh Pengadilan Niaga. Debitor dinyatakan pailit oleh Keputusan Pengadilan Niaga, sehingga kreditor yang ingin memailitkan debitor dapat mengajukan gugatan ke Pengadilan Niaga.

E. Akad Pembiayaan dan Tabungan dalam Perbankan Syariah

Akad (*al-'Aqd*) dalam bahasa Arab berarti perikatan, perjanjian dan pemufakatan.[40] Secara terminologi, akad memiliki arti umum dan khusus. Adapun arti umum akad adalah segala sesuatu yang dikehendaki seseorang untuk dikerjakan, baik yang muncul dari kehendaknya sendiri, seperti kehendak untuk wakaf, membebaskan hutang, thalak dan sumpah, maupun yang membutuhkan kehendak dua pihak dalam melakukannya, seperti jual beli, sewa menyewa,

[40] Mahmud Yunus, *"Kamus Bahasa Arab-Indonesia"* (Jakarta: PT. Hidakarya Agung,1990)

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

perwakilanm gadai/jaminan.[41] Sedangkan arti khusus akad adalah pertalian atau keterikatan antara ijab dan qabul sesuai dengan kehendak syariah yang menimbulkan akibat hukum pada obyek akad.[42]

Pada dasarnya, produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah dapat dibagi menjadi tiga bagian yaitu Produk Penyaluran Dana (*financing*), Produk Penghimpunan Dana (*funding*), dan Produk Jasa (*service*).[43]

Penyaluran dana pada nasabah, secara garis besar produk pembiayaan syariah terbagi ke dalam empat kategori yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaanya, yaitu Pembiayaan dengan prinsip jual-beli, Pembiayaan dengan prinsip sewa, Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil, dan Pembiayaan dengan akad pelengkap. [44]

Dengan demikian, uraian pembahasan tentang penjelasan diatas sebagai berikut:

1. **Produk Penyaluran Dana**

   a. Prinsip Jual-Beli (*Ba'i*)

   Prinsip jual-beli dilaksanakan sehubungan dengan adanya perpindahan kepemilikan barang atau benda (*transfer of property*). Transaksi jual-beli dapat dibedakan berdasarkan bentuk pembayarannya dan waktu penyerahan barangnya, yakni sebagai berikut:

---

[41] Wahbah Zuhaili, *"al-Fiqh al-Islamiy wa Adilatuhu"*, (Beirut : Dar al-Fikr, 2002)
[42] Azharudin Lathif, *"Fiqh Muamalat"*, (Jakarta: UIN Jakarta Press, 2005), h.60
[43] Adiwarman Karim, *"Bank Islam"* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004) h. 97
[44] *Ibid*, h. 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

1) Pembiayaan *Murabahah*

Murabahah berasal dari kata *ribhu* (keuntungan) adalah transaksi jual-beli dimana bank menyebut jumlah keuntungannya. Bank bertindak sebagai penjual, sementara nasabah sebagai pembeli. Harga jual adalah harga beli bank dari pemasok ditambah keuntungan (margin).[45]

2) Pembiayaan *Salam*

Salam adalah transaksi jual-beli dimana barang yang diperjualbelikan belum ada. Oleh karena itu, barang diserahkan secara tangguh sementara pembayaran dilakukan tunai. Bank bertindak sebagai pembeli, sementara nasabah sebagai penjual. Sekilas transaksi ini mirip jual-beli *ijon*, namun dalam transaksi ini kuantitas, kualitas, harga, dan waktu pembayaran harus ditentukan secara pasti.[46]

3) Pembiayaan *Istishna'* menyerupai pembiayaan *Salam*, namun Pembiayaan *Istishna'* pembayarannya dapat dilakukan oleh bank dalam beberapa kali (termin) pembayaran. Skim Pembiayaan *Istishna'* dalam bank syariah umumnya diaplikasikan pada pembiayaan manufaktur dan konstruksi.[47]

b. Prinsip Sewa

1) Pembiayaan *Ijarah* dilandasi adanya perpindahan manfaat. Jadi pada dasarnya prinsip *Ijarah* sama saja dengan prinsip jual-beli, namun

[45] *Ibid*, h. 98
[46] *Ibid*, h. 99
[47] *Ibid*, h. 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

perbedaanya terletak pada objek transaksinya. Bila pada jual beli objek transaksinya adalah barang pada *Ijarah* objek transaksi adalah jasa.[48]

c. Prinsip Bagi hasil

1) Pembiayaan *Musyarakah*

Pembiayaan *Musyarakah* dilandasi adanya keinginan para pihak yang bekerja sama untuk meningkatkan nilai aset yang mereka miliki secara bersama-sama. Semua bentuk usaha yang melibatkan dua pihak atau lebih dimana mereka secara bersama-sama memadukan seluruh bentuk sumber daya baik yang berwujud maupun tidak berwujud.[49]

2) Pembiayaan *Mudharabah*

Pembiayaan *Mudharabah* adalah bentuk kerja sama antara dua atau lebih pihak dimana pemilik modal (*shahib al-maal*) mempercayakan sejumlah modal kepada pengelola (*mudharib*) dengan suatu perjanjian pembagian keuntungan. Bentuk ini menegaskan kerjasama dalam paduan kontribusi 100% modal kas dari *shahib al-maal* dan keahlian dari *mudharib*.[50]

d. Akad Pelengkap

1) *Hiwalah* (Alih Utang-Piutang)

Hiwalah memiliki tujuan untuk membantu *supplier* mendapatkan modal tunai agar dapat melanjutkan produksinya. Bank mendapat ganti biaya atas jasa pemindahan piutang. Untuk mengantisipasi risiko kerugian

[48] *Ibid*, h. 101
[49] *Ibid*, h. 102
[50] *Ibid*, h. 103

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 akan timbul, bank perlu melakukan penelitian atas kemampuan pihak yang berutang dan kebenaran transaksi antara yang memindahkan piutang dengan yang berutang.[51]

2) *Rahn* (Gadai)

Rahn memiliki tujuan akad *Rahn* adalah untuk memberikan jaminan pembayaran kembali kepada bank dalam memberikan pembiayaan. Barang yang digunakan wajib memenuhi kriteria diantaranya milik nasabah sendiri; jelas ukuran, sifat, dan nilainya ditentukan berdasarkan nilai riil pasar; dapat dikuasai namun tidak boleh dimanfaatkan oleh bank.[52]

3) *Qardh*

Qardh adalah pinjaman uang. Aplikasi qardh dalam perbankan biasanya dalam empat hal yaitu Pertama, sebagai pinjaman talangan haji. Kedua, sebagai pinjaman tunai (*cash advanced*). Ketiga, sebagai pinjaman kepada pengusaha kecil. Keempat, sebagai pinjaman kepada pengurus bank.[53]

4) *Wakalah* (Perwakilan)

Wakalah dalam aplikasi perbankan terjadi apabila nasabah memberikan kuasa kepada bank untuk mewakili dirinya melakukan pekerjaan jasa tertentu seperti pembukuan L/C, inkaso dan transfer uang.[54]

5) *Kafalah* (Garansi Bank)

---

[51] *Ibid*, h. 105
[52] *Ibid*, h. 106
[53] *Ibid*, h. 106
[54] *Ibid*, h. 107

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

Kafalah dalam perbankan syriah dapat memberikan dengan tujuan untuk menjamin pembayaran suatu kewajiban pembayaran. Bank dapat mensyaratkan nasabah untuk menempatkan sejumlah dana untuk fasilitas ini sebagai *rahn*. Bank dapat pula menerima dana tersebut dengan prinsip *wadi'ah*. Untuk jasa-jasa ini, bank mendapatkan pengganti biaya atas jasa yang diberikan.[55]

2. **Produk Penghimpunan Dana**

a. Prinsip *Wadi'ah*

Prinsip *Wadi'ah* yang diterapkan adalah *Wadi'ah yad dhamanah* yang diterapkan pada produk rekening giro. *Wadi'ah dhamanah* berbeda dengan *Wadi'ah amanah*. Dalam *Wadi'ah amanah*, pada prinsipnya harta titipan tidak boleh dimanfaatkan oleh yang dititipi. Sementara itu, dalam *Wadi'ah dhamanah*, pihak yang dititipi (bank) bertanggung jawab atas keutuhan harta titipan sehingga ia boleh memanfaatkan harta titipan tersebut.[56]

b. Prinsip *Mudharabah*

Dalam mengaplikasikan prinsip *Mudharabah*, penyimpan atau deposan bertindak sebagai *shahibul maal* (pemilik modal) dan bank sebagai *mudharib* (pengelola). Dana tersebut digunakan bank untuk melakukan *murabahah* atau *ijarah* seperti yang telah dijelaskan sebelumnya. Dapat pula dana tersebut digunakan bank untuk melakukan *mudharabah* kedua. Hasil usaha ini akan dibagihasilkan berdasarkan nisbah yang disepakati.

[55] *Ibid*, h. 107
[56] *Ibid*, h. 107

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 hal bank menggunakannya untuk melakukan *mudharabah* kedua, maka bank bertanggung jawab penuh atas kerugian yang terjadi.[57]

[57] *Ibid*, h. 108

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