

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi

1. Definisi Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu *strategos*. *Strategos* merupakan kata kerja yang mengandung pengertian suatu rencana untuk menghancurkan kekuatan musuh melalui penggunaan sumber daya yang efektif.¹⁵

Strategi merupakan suatu proses penentuan rencana para pemimpin yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Strategi juga merupakan upaya bagaimana tujuan-tujuan perencanaan dapat dicapai dengan mempergunakan sumber-sumber yang dimiliki. Diusahakan pula untuk mengatasi kesulitan-kesulitan serta tantangan-tantangan yang ada. Strategi dapat berupa upaya untuk menyusun target, program, proyek untuk tercapainya tujuan-tujuan serta tugas pokok perencanaan. Strategi disusun berdasarkan promises dan tujuan yang telah ditetapkan.¹⁶

2. Unsur-Unsur Strategi

Strategi berupaya untuk mengarahkan bagaimana suatu organisasi bermaksud memanfaatkan lingkungannya, serta memilih upaya agar pengorganisasian secara internal dapat disusun dan direncanakan bagi pencapaian tujuan yang telah

¹⁵Edy Mulyadi Soepardi, “ Pengaruh Perumusan dan Implementasi Strategi Terhadap Kinerja Keuangan (Survei pada BUMN yang menderita kerugian) ”, *Jurnal Sosial dan Pembangunan* Vol. XXI No. 3 Juni-September 2005

¹⁶Husein Umar, *Desain Penelitian Manajemen Strategik*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hal. 16

ditetapkan. Oleh karena itu strategi merupakan pasar pengintegrasian konsep yang berorientasi secara eksternal, tentang bagaimana upaya kita lakukan agar dapat menjadi dasar bagi pencapaian tujuan dan sasaran organisasi.

Bila suatu organisasi mempunyai suatu strategi, maka strategi itu harus mempunyai bagian-bagian yang mencakup unsur-unsur strategi. Suatu strategi mempunyai 5 (lima) unsur, dimana masing-masing unsur dapat menjawab masing-masing pertanyaan berikut:

- a. Dimana organisasi selalu aktif dalam menjalankan aktivitasnya. Unsur ini dikenal sebagai gelanggang aktivitas atau *arena*. Gelanggang aktivitas atau *arena* merupakan area (produk, jasa saluran distribusi, pasar geografis dan lainnya) dimana organisasi beroperasi. Arena ini sangat mendasar bagi pemilihan keputusan oleh para orang strategis, yaitu dimana atau diarea apa organisasi akan beraktivitas.
- b. Bagaimana kita dapat mencapai arena, yaitu penggunaan sarana kendaraan atau *vehicles*. Sarana kendaraan atau *vehicles* yang digunakan untuk dapat mencapai arena sasaran. Unsur ini harus dipertimbangkan untuk diputuskan oleh para strategis, yang berkaitan dengan bagaimana organisasi dapat mencapai arena sasaran. Dalam penggunaan sarana atau *vehicles* ini, perlu dipertimbangkan besarnya resiko kegagalan dari penggunaan sarana untuk ekspansi tersebut. Resiko tersebut dapat berupa terlambatnya masuk pasar atau besarnya biaya yang sebenarnya tidak dibutuhkan atau tidak penting, serta kemungkinan resiko gagal secara total.

- c. Bagaimana kita dapat menang dipasar. Hal ini merupakan pembeda atau dikenal dengan *differentiators*. Pembeda yang dibuat atau *differentiators*, adalah unsur yang bersifat spesifik dari strategi yang ditetapkan, seperti bagaimana organisasi akan dapat menang atau unggul dipasar, yaitu bagaimana organisasi akan mendapatkan pelanggan secara luas.
- d. Apa langkah atau tahap, serta urutan pergerakan kegiatan, serta kecepatannya. Unsur ini dikenal sebagai rencana tingkatan atau disebut *staging and pacing*. Tahapan rencana yang dilalui atau *staging*, yang merupakan penetapan waktu dan langkah dari pergerakan strategi. Unsur yang keempat ini menetapkan kecepatan dan langkah-langkah utama pergerakan dari strategi, bagi pencapaian tujuan atau visi organisasi. Keputusan pertahapan atau *staging* didorong oleh beberapa faktor, yaitu sumber daya (*resource*), tingkat kepentingan atau urgensinya, kredibilitas pencapaian dan faktor mengejar kemenangan awal.
- e. Bagaimana hasil akan dapat dicapai, dengan logika ekonomi atau *economic logic*. Pemikiran yang ekonomis merupakan gagasan yang jelas tentang bagaimana manfaat untuk keuntungan yang akan dihasilkan. Strategi yang sangat sukses atau berhasil, tentunya mempunyai dasar pemikiran yang ekonomis, sebagai tumpuan untuk penciptaan keuntungan yang akan dihasilkan.

3. Fungsi Strategi.

Fungsi dari strategi pada dasarnya adalah berupaya agar strategi yang disusun dapat diimplementasikan secara efektif. Untuk itu, terdapat enam fungsi yang harus dilakukan secara simultan, yaitu:

- a. Mengkomunikasikan suatu maksud (visi) yang ingin dicapai kepada orang lain.
- b. Menghubungkan atau mengaitkan kekuatan atau keunggulan organisasi dengan peluang dari lingkungannya.
- c. Memanfaatkan atau mengeksploitasi keberhasilan dan kesuksesan yang didapat sekarang, sekaligus menyelidiki adanya peluang-peluang baru.
- d. Menghasilkan dan membangkitkan sumber-sumber daya yang lebih banyak dari yang digunakan sekarang.
- e. Mengkoordinasikan dan mengarahkan kegiatan atau aktivitas organisasi kedepan.
- f. Menanggapi serta bereaksi atas keadaan yang baru dihadapi sepanjang waktu.¹⁷

4. Tahapan Strategi

Strategi ada beberapa tahapan dalam prosesnya, secara garis besar strategi melalui 3 tahapan:

¹⁷Sofjan Assauri, *Strategic Management*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), hal.4-7

a. Formulasi/perumusan strategi

Langkah pertama yang perlu dilakukan adalah merumuskan strategi yang dilakukan. Perumusan strategi adalah pengembangan rencana jangka panjang untuk mengelola secara efektif peluang-peluang dan ancaman-ancaman yang terdapat dalam lingkungan eksternal dan memfokuskan pada kekuatan dan kelemahan internal perusahaan. Pada perumusan strategi mencakup analisis lingkungan intern dan ekstern, penetapan visi, penetapan misi, penetapan tujuan, penetapan strategi dan penetapan kebijakan.

b. Implementasi strategi

Implementasi strategi adalah sekumpulan aktivitas dan pilihan yang diperlukan untuk melaksanakan rencana strategis. Intinya adalah adanya tindakan untuk melaksanakan rencana strategis yang telah disusun sebelumnya. Tahapan ini mengharuskan perusahaan untuk menetapkan program, penetapan anggaran dan penetapan prosedur.¹⁸

c. Pengendalian strategi

Tahapan akhir adalah evaluasi implementasi strategi atau pengendalian strategi. Perencanaan tanpa pengendalian hanya kecil nilai operasionalnya, suatu program pelaksanaan rencana yang baik membutuhkan proses pengendalian dalam pelaksanaannya. Evaluasi dan pengendalian strategi diperlukan karena keberhasilan yang telah dicapai dapat diukur kembali untuk menetapkan tujuan berikutnya, evaluasi dan pengendalian akan

¹⁸Edy Mulyadi Soepardi, “ Pengaruh Perumusan dan Implementasi Strategi Terhadap Kinerja Keuangan (Survei pada BUMN yang menderita kerugian) ”, *Jurnal Sosial dan Pembangunan* Vol. XXI No. 3 Juni-September 2005

menjadi tolak ukur untuk strategi yang akan dilaksanakan kembali oleh suatu organisasi dan evaluasi dan pengendalian sangat diperlukan untuk memastikan sasaran yang dinyatakan telah dicapai.¹⁹

5. Strategi Pembiayaan

Dalam melakukan suatu strategi untuk mengenalkan produk pembiayaan maka suatu Lembaga Keuangan Syariah mempunyai beberapa cara untuk menerapkannya.

a. Personal Selling

Dalam dunia perbankan penjualan pribadi secara umum dilakukan oleh seluruh pegawai bank, mulai dari cleaning service, satpam sampai pejabat bank. *Personal selling* juga dilakukan melalui merekrut tenaga-tenaga salesman dan salesgirl untuk melakukan penjualan *door to door*.²⁰ Dimana penjualan *door to door* merupakan kegiatan *personal selling* dengan menjual langsung dari rumah ke rumah dimana seorang penjual dari sebuah perusahaan menawarkan produknya langsung menemui konsumen.²¹

Penjualan personal selling akan memberikan beberapa keuntungan bank, yaitu:

- 1) Bank dapat langsung bertatap muka dengan nasabah atau calon nasabah, sehingga dapat langsung menjelaskan tentang produk bank kepada nasabah secara rinci.

¹⁹Heru Kristanto, *Kewirausahaan entrepreneurship: Pendekatan Manajemen dan praktik*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), hal.77

²⁰Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005), hlm.181

²¹Indriyono Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Cetakan Keenam*, (Yogyakarta: BPFE, 2008), hlm.240

- 2) Dapat memperoleh informasi langsung dari nasabah tentang kelemahan produk kita langsung dari nasabah, terutama dari keluhan yang nasabah sampaikan termasuk informasi dari nasabah tentang bank lain.
- 3) Petugas bank dapat langsung memengaruhi nasabah dengan berbagai argumen yang kita miliki.
- 4) Memungkinkan hubungan terjalin akrab antara bank dengan nasabah.
- 5) Membuat situasi seolah-olah mengharuskan nasabah mendengarkan, memperhatikan dan menanggapi bank.²²

b. Publikasi (*Publicity*)

Publisitas merupakan kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti pameran, baktisosial serta kegiatan lainnya. Kegiatan publisitas dapat meningkatkan pamor bank dimata para nasabahnya. Oleh karena itu publisitas perlu diperbanyak lagi.tujuannya adalah agara nasabah mengenal bank lebih dekat. Dengan ikut kegiatan tersebut, nasabah akan selalu ingat bank tersebut dan diharapkan akan menarik nasabah kegiatan publisitas dapat dilakukan melalui ikut pmeran. Ikut kegiatan amal, ikut bakti sosil dan sponsorship kegiatan.²³

c. Periklanan

Iklan adalah sarana promosi yng digunakan oleh bank guna menginformasikan segala sesuatu produk yang dihasilkan oleh bank.

²²Kasmir, *Pemasaran Bank*..... hlm.181

²³*Ibid*, hlm.181

Informasi yang diberikan adalah manfaat produk, harga produk serta keuntungan-keuntungan produk dibandingkan pesaing. Tujuan promosi lewat iklan adalah berusaha untuk menarik dan memengaruhi calon nasabahnya. Penggunaan promosi dengan iklan dapat dilakukan dengan berbagai media seperti lewat:

- 1) Pemasangan *billboard* (papan nama) di jalan-jalan strategis.
- 2) Pencetakan brosur baik disebar di setiap cabang atau pusat-pusat perbelanjaan.
- 3) Pemasangan spanduk di lokasi tertentu yang strategis.
- 4) Melalui koran.
- 5) Melalui majalah.
- 6) Melalui televisi.
- 7) Melalui radio.
- 8) Dan menggunakan media lainnya.

Tujuan penggunaan dan pemilihan media iklan tergantung dari tujuan bank. Masing-masing media memiliki tujuan yang berbeda. Terdapat paling tidak empat macam tujuan penggunaan iklan sebagai media promosi yaitu:

- a) Untuk pemberitahuan tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan produk dan jasa bank yang dimiliki oleh suatu bank. Seperti peluncuran produk baru, manfaat produk atau dimana dapat diperoleh, keuntungan dan kelebihan suatu produk atau informasi lainnya. iklan

juga bertujuan untuk memberitahukan tentang pembukaan cabang baru atau penggunaan teknologi baru.

- b) Untuk mengingatkan kembali kepada nasabah tentang keberadaan atau keunggulan jasa bank yang ditawarkan. Biasanya karena banyak saingan yang masuk sehingga perlu diingatkan agar nasabah kita tidak beralih ke bank lain.
- c) Untuk menarik perhatian dan minat para nasabah baru dengan harapan akan memperoleh daya tarik dari para calon nasabah.
- d) Mempengaruhi nasabah saingan agar berpindah ke bank yang mengiklankan.
- e) Membangun citra perusahaan untuk jangka panjang, baik untuk produk yang dihasilkan maupun nama perusahaan.²⁴

d. *Word Of Mouth*

Word of mouth adalah sebuah strategi pemasaran untuk membuat pelanggan kita membicarakan (*do the talking*), mempromosikan (*do the promotion*) dan menjual (*do the selling*) yang dapat disingkat TAPS (*Talking, Promoting, dan Selling*) yang menjadi acuan dasar dari penelitian *word of mouth marketing* pertama di Indonesia.

Word Of Mouth adalah usaha pemasaran yang memicu konsumen untuk membicarakan, mempromosikan, merekomendasikan dan menjual produk/merek kita kepada pelanggan lain. Tujuan akhirnya adalah seorang konsumen tidak hanya mampu membicarakan dan mempromosikan tetapi

²⁴*Ibid*, hlm.177-178

mampu menjual secara tidak langsung kepada konsumen lainnya. Untuk itu, satu hal terpenting adalah bagaimana sebuah merek bisa menciptakan suatu kepuasan kepada konsumen yang baru mengkonsumsi untuk pertama kalinya. Karena *image* yang tercipta tersebut akan berpengaruh pada perilakunya di masa mendatang, termasuk referensi yang akan dibawa kepada calon konsumen lainnya.²⁵

B. Pembiayaan

1. Pengertian Pembiayaan

Istilah pembiayaan pada dasarnya lahir dari pengertian *I believe, I trust* yaitu saya percaya atau saya menaruh kepercayaan. Perkataan pembiayaan yang artinya kepercayaan (*trust*) yang berarti lembaga keuangan Islam menaruh kepercayaan kepercayaan kepada seseorang untuk melaksanakan amanah yang diberikan oleh lembaga keuangan Islam selaku *shahibul maal*. Dana tersebut harus digunakan dengan benar, adil dan harus disertai dengan ikatan dan syarat-syarat yang jelas serta saling menguntungkan bagi kedua belah pihak.

Pembiayaan selalu berkaitan dengan aktivitas bisnis, dimana pelaku bisnis dalam menjalankan bisnisnya sangat membutuhkan sumber modal. Jika pelaku tidak memiliki modal secara cukup, maka ia akan berhubungan dengan pihak lain seperti lembaga keuangan untuk mendapat suntikan dana dengan melakukan pembiayaan.

²⁵Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran edisi ke-3*, (Yogyakarta: ANDI, 1997), hlm.30

Pembiayaan atau *financing*, yaitu pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga. Dengan kata lain, pembiayaan adalah pendanaan yang telah dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan.²⁶

Menurut Muhammad,²⁷ pembiayaan secara luas berarti *financing* atau pembelanjaan, yaitu pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun dijalankan oleh orang lain. Dalam arti sempit, pembiayaan dipakai untuk mendefinisikan pendanaan yang dilakukan oleh lembaga pembiayaan, seperti bank syariah kepada nasabah.

Dalam pasal 1 angka 25 Undang-Undang No.21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah disebutkan: pembiayaan adalah penyediaan dana atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berupa:

- 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* dan,
- e. Transaksi sewa-menyewa jasa dalam bentuk *ijarah* untuk transaksi multijasa berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara Bank Syariah dan/atau UUS dan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai dan/atau diberi fasilitas

²⁶Veithzal Rivai, *Islamic Banking: Sebuah teori, konsep dan aplikasi*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2010), hal.681

²⁷Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, (Yogyakarta: (UPP)AMPYKPN, 2005), hal.304

dana untuk mengembalikan dana tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan *ujrah* tanpa imbalan atau bagi hasil.²⁸

2. Unsur-unsur Pembiayaan

Pembiayaan pada dasarnya diberikan atas dasar kepercayaan, dengan demikian pemberian pembiayaan adalah pemberian kepercayaan. Hal ini berarti bahwa prestasi yang diberikan benar-benar harus dapat diyakini dapat dikembalikan oleh penerima pembiayaan sesuai dengan waktu dan syarat-syarat yang telah disepakati bersama. Berdasarkan hal diatas unsur-unsur dalam pembiayaan tersebut adalah:

- a. Adanya dua pihak, yaitu pemberi pembiayaan (*shahibul maal*) dan penerima pembiayaan (*mudharib*). Hubungan pemberi pembiayaan dan penerima pembiayaan merupakan hubungan kerja sama 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 pihak *shahibul maal* dengan pihak lainnya yang berjanjian membayar dari *mudharib* kepada *shahibul maal*. Janji membayar tersebut berupa janji lisan, tertulis (akad pembiayaan) atau berupa instrumen (*credit instrument*).
- d. Adanya penyerahan barang, jasa, uang dari *shahibul maal* kepada *mudharib*.

²⁸Ahmad Dahlan, *Bank Syariah: Teoritik,Prakti dan Kritik*, (Yogyakarta: Teras, 2012), hal.162

- e. Adanya unsur waktu (*time element*). Unsur waktu merupakan unsur esensial pembiayaan. Pembiayaan terjadi karena unsur waktu, baik dilihat dari *shahibul maal* maupun dilihat dari *mudharib*.
- f. Adanya unsur resiko (*degree of risk*) baik dipihak *shahibul maal* maupun di pihak *mudharib*. Resiko dipihak *shahibul mal* adalah resiko gagal bayar (*risk of default*) baik karena kegagalan usaha (pinjaman komersial) atau ketidakmampuan bayar (pinjaman konsumen) atau karena ketidaksediaan membayar. Resiko dipihak *mudharib* adalah kecurangan dari pihak pembiayaan, antara lain berupa *shahibul maal* yang dari semula dimaksudkan oleh *shahibul maal* untuk mencaplok perusahaan yang diberi pembiayaan atau tanah yang dijaminkan.²⁹

3. Tujuan Pembiayaan

Secara umum, tujuan pembiayaan dibedakan menjadi dua kelompok besar, yaitu tujuan pembiayaan untuk tingkat makro dan tujuan pembiayaan untuk tingkat mikro.

Secara makro, pembiayaan bertujuan untuk:

- a. Peningkatan ekonomi umat, artinya masyarakat yang tidak dapat akses secara ekonomi, dengan adanya pembiayaan mereka dapat melakukan akses ekonomi. Dengan demikian dapat meningkatkan taraf ekonominya.
- b. Tersedianya dana bagi peningkatan usaha, artinya untuk pengembangan usaha membutuhkan dana tambahan. Dana tambahan ini dapat diperoleh

²⁹Veithzal Rivai, *Islamic Banking: Sebuah teori, konsep dan aplikasi*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2010), hal.170

melakukan aktivitas pembiayaan. Pihak yang surplus dana menyalurkan kepada pihak minus dana sehingga dapat tergulirkan.

- c. Meningkatkan produktivitas, artinya adanya pembiayaan memberikan peluang bagi masyarakat usaha agar mampu meningkatkan daya produksinya. Sebab upaya produksi tidak akan dapat jalan tanpa adanya dana.
- d. Membuka lapangan kerja baru, artinya dapat dibukanya sektor-sektor usaha melalui penambahan dana pembiayaan, maka sektor usaha tersebut akan menyerap tenaga kerja. Hal ini berarti menambah atau membuka lapangan kerja baru.
- e. Terjadi distribusi pendapatan, artinya masyarakat usaha produktif mampu melakukan aktivitas kerja, berarti mereka akan memperoleh penapatan dari hasil usahanya. Penghasilan merupakan bagian dari pendapatan masyarakat. Jika ini terjadi maka akan terdistribusi pendapatan.

Adapun secara mikro, pembiayaan diberikan dalam rangka untuk:

- a. Upaya mengoptimalkan laba, artinya setiap usaha yang dibuka memiliki tujuan tertinggi, yaitu menghasilkan laba usaha. Setiap pengusaha menginginkan mampu mencapai laba maksimal. Untuk dapat menghasilkan laba maksimal maka mereka perlu dukungan dana yang cukup.
- b. Upaya meminimalkan resiko, artinya usaha yang dilakukan agar mampu menghasilkan laba maksimal, maka pengusaha harus mampu meminimalkan

- resiko yang mungkin timbul. Resiko kekurangan modal usaha dapat diperoleh melalui tindakan pembiayaan.
- c. Pendayagunaan sumber ekonomi, artinya sumber daya ekonomi dapat dikembangkan dengan melakukan *mixing* antara sumber daya alam dengan sumber daya manusia serta sumber daya modal. Jika, sumber daya alam dan sumber daya manusianya ada, dan sumber daya modal tidak ada. Maka dipastikan diperlukan pembiayaan. Dengan demikian, pembiayaan pada dasarnya dapat meningkatkan daya guna sumber-sumber daya ekonomi.
 - d. Penyaluran kelebihan dana, artinya dalam kehidupan masyarakat ini ada pihak yang memiliki kelebihan sementara ada pihak yang kekurangan. Dalam kaitannya dengan masalah dana, maka mekanisme pembiayaan dapat menjadi jembatan dalam menyeimbangkan dan penyaluran kelebihan dana dari pihak yang kelebihan (*surplus*) kepada pihak yang kekurangan (*minus*) dana.³⁰

Selain itu, terdapat dua fungsi yang saling berkaitan dari pembiayaan, yaitu sebagai berikut:

- a. *Profitability*, yaitu tujuan untuk memperoleh hasil dari pembiayaan berupa keuntungan yang diraih dari bagi hasil yang diperoleh dari usaha yang dikelola bersama nasabah. Oleh karena itu, bank hanya akan menyalurkan pembiayaan kepada usaha-usaha nasabah yang diyakini mampu dan mau mengembalikan pembiayaan yang telah diterimanya. Dalam faktor

³⁰*Ibid*, hal.681

kemampuan dan kemauan ini tersimpul unsur keamanan (*safety*) dan sekaligus juga unsur keuntungan (*profitability*) dari suatu pembiayaan, sehingga kedua unsur tersebut saling berkaitan. Dengan demikian, keuntungan merupakan tujuan dari pemberi pembiayaan yang terjelma dalam bentuk hasil yang diterima.

- b. *Safety*, keamanan dari prestasi atau fasilitas yang diberikan harus benar-benar terjamin sehingga tujuan *profitability* dapat benar-benar tercapai tanpa hambatan yang berarti. Oleh karena itu, dengan keamanan ini dimaksudkan agar prestasi yang diberikan dalam bentuk modal, barang atau jasa itu betul-betul terjamin pengembaliannya, sehingga keuntungan (*profitability*) yang diharapkan dapat menjadi kenyataan.³¹

4. Fungsi Pembiayaan

Pembiayaan mempunyai peranan yang sangat penting dalam perekonomian. Secara garis besar fungsi pembiayaan didalam perekonomian, perdagangan dan keuangan dapat dikemukakan sebagai berikut:

- a. Meningkatkan Daya Guna Uang

Para penabung menyimpan uangnya dibank dalam bentuk giro, tabungan dan deposito. Uang tersebut dalam presentase tertentu ditingkatkan kegunaannya oleh bank guna suatu usaha peningkatan produktivitas. Para pengusaha menikmati pembiayaan dari bank untuk memperluas/memperbesar usahanya baik untuk peningkatan produksi, perdagangan, maupun untuk usaha-usaha

³¹*Ibid*, hal.711

rehabilitasi ataupun memulai usaha baru. Secara mendasar melalui pembiayaan terdapat suatu usaha peningkatan produktivitas secara menyeluruh. Dengan demikian, dan yang mengendap di bank (yang diperoleh dari para penyimpan uang) tidaklah *idle* (diam) disalurkan untuk usaha-usaha yang bermanfaat, baik kemanfaatan bagi pengusaha maupun kemanfaatan bagi masyarakat.

b. Meningkatkan Daya Guna Suatu Barang

Produsen dengan bantuan pembiayaan bank dapat memproduksi bahan jadi sehingga *utility* dari bahan tersebut meningkat. Produsen dengan bantuan pembiayaan dapat memindahkan barang dari suatu tempat yang kegunaannya kurang ke tempat yang lebih bermanfaat. Seluruh barang-barang dipindahkan dari suatu daerah ke daerah lain yang kemanfaatan barang itu lebih terasa pada dasarnya meningkatkan *utility* dari barang itu. Pemindahan barang-barang tersebut tidaklah dapat diatasi oleh keuangan pada distributor saja dan oleh karenanya mereka memerlukan bantuan permodalan dari bank berupa pembiayaan.

c. Meningkatkan Peredaran dan Lalu Lintas Uang

Pembiayaan yang disalurkan melalui rekening-rekening koran, pengusaha menciptakan pertambahan peredaran uang giral dan sejenisnya seperti *cheque*, giro bilyet, wesel, promes, dan sebagainya melalui pembiayaan, peredaran uang kartal maupun giral akan lebih berkembang karena pembiayaan menciptakan suatu kegairahan berusaha sehingga pengguna uang akan bertambah baik secara kualitatif maupun kuantitatif.

d. Menimbulkan Kegairahan Berusaha

Setiap manusia adalah makhluk yang selalu melakukan kegiatan ekonomi yaitu berusaha untuk memenuhi kebutuhan. Kegiatan usaha sesuai dengan dinamikanya akan selalu meningkat, akan tetapi peningkatan usaha tidaklah selalu diimbangi dengan peningkatan kemampuannya yang berhubungan dengan manusia lain yang mempunyai kemampuan. Karena itu pulalah maka pengusaha akan selalu berhubungan baik untuk memperoleh bantuan permodalan guna peningkatan usahanya. Bantuan pembiayaan yang diterima pengusaha dari bank inilah yang kemudian digunakan untuk memperbesar volume usaha dan produktivitasnya.

e. Pembiayaan sebagai Alat Stabilisasi Ekonomi

Untuk menekankan arus inflasi dan terlebih-lebih lagi untuk usaha, pembangunan ekonomi maka pembiayaan bank memegang peranan penting. Arah pembiayaan harus berpedoman pada segi-segi pembatasan kualitatif yaitu pengarahan ke sektor-sektor yang produktif dan sektor-sektor prioritas yang secara langsung berpengaruh terhadap hajat hidup masyarakat. Pembiayaan harus benar-benar diarahkan untuk menambah *flow of goods* serta memperlancar distribusi barang-barang tersebut agar merata keseluruhan lapisan masyarakat. Pembiayaan bank disalurkan secara selektif untuk menutup kemungkinan usaha-usaha yang bersifat spekulatif. Simpanan/investasi masyarakat ditingkatkan dengan pengeluaran surat-surat berharga seperti giro, deposito, tabungan dan sertifikat-sertifikat bank lainnya, sedangkan uang masyarakat yang tertanam itu disalurkan ke usaha-usaha yang produktif.

f. Sebagai Jembatan untuk Peningkatan Pendapatan Nasional

Para usahawan yang memperoleh pembiayaan tentu saja berusaha untuk meningkatkan usahanya. Peningkatan usaha berarti peningkatan profit. Bila keuntungan ini secara kumulatif dikembangkan lagi dalam arti kata dikembalikan lagi ke dalam struktur permodalan, maka peningkatan akan berlangsung terus-menerus. Dengan *earnings* (pendapatan) yang terus meningkat berarti pajak perusahaan pun akan terus bertambah. Di lain pihak pembiayaan yang disalurkan untuk merangsang pertambahan kegiatan ekspor akan menghasilkan pertambahan devisa negara.

g. Sebagai Alat Hubungan Ekonomi Internasional

Bank sebagai lembaga pembiayaan tidak saja bergerak didalam negeri, tetapi juga di luar negeri. Betapa besarnya fungsi dalam dunia perekonomian, tidak saja di dalam negeri tetapi juga menyangkut hubungan antara negara sehingga melalui pembiayaan hubungan ekonomi internasional dapat dilakukan dengan lebih terarah. Lalu lintas pembayaran internasional pada dasarnya berjalan lancar bila disertai kegiatan pembiayaan yang sifatnya internasional.³²

5. Jenis-Jenis Pembiayaan

Jenis-jenis pembiayaan di bank syariah maupun non bank pada umumnya dapat dilihat dari:

- a. Pembiayaan modal kerja, yakni pembiayaan yang ditujukan untuk memberikan modal usaha untuk mendukung operasional perusahaan

³²*Ibid*, hal.712

sehari-hari sehingga perusahaan dapat beroperasi secara normal dan lancar, seperti pembelian bahan baku, pembayaran upah uruh atau barang yang diperdagangkan.

- b. Pembiayaan investasi, pembiayaan yang ditunjukkan untuk modal usaha pembelian sarana alat produksi atau pemberian barang modal berupa aktiva tetap. Atau pembiayaan investasi yaitu pembiayaan jangka menengah atau jangka panjang untuk pembelian barang-barang modal yang diperlukan untuk:
- 1) Pendirian proyek baru, yakni pendirian atau pembangunan proyek/pabrik dalam rangka usaha baru.
 - 2) Rehabilitasi, yakni penggantian mesin/peralatan lama yang sudah rusak dengan mesin atau peralatan baru yang lebih baik.
 - 3) Modernisasi, yakni penggantian menyeluruh mesin atau peralatan lama dengan mesin atau peralatan baru yang tingkat teknologinya lebih baik atau tinggi.
 - 4) Ekspansi, yakni penambahan mesin atau peralatan yang telah ada dengan mesin atau peralatan baru dengan teknologi sama atau lebih baik.
 - 5) Relokasi proyek yang sudah ada, yakni peindahan lokasi proyek secara keseluruhan (termasuk sarana penunjang kegiatan pabrik, seperti laboratorium dan gudang) ke suatu tempat ke tempat lain.

- c. Pembiayaan konsumtif, yakni pembiayaan yang ditujukan untuk pembelian suatu barang yang digunakan untuk kepentingan perseorangan (pribadi) diluar usaha.

Dalam menetapkan akad pembiayaan konsumtif, langkah-langkah yang perlu dilakukan bank adalah sebagai berikut:

- 1) Apabila kegunaan pembiayaan dibutuhkan nasabah adalah untuk kebutuhan konsumtif semata, dilihat dari sisi apakah pembiayaan tersebut terbentuk pembelian barang atau jasa.
- 2) Jika untuk pembelian barang faktor selanjutnya yang harus dilihat berbentuk *ready stock* atau *good in process*.
- 3) Jika pembiayaan tersebut dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan nasabah dibidang jasa, pemberian yang diberikan adalah *ijarah*.³³

C. Peningkatan Usaha

1. Pengertian Peningkatan

Pengertian peningkatan secara epistemologi adalah menaikkan derajat taraf dan sebagainya mempertinggi memperhebat produksi dan sebagainya. Istilah peningkatan berasal dari kata tingkat yang berarti berlapis-lapis dari suatu yang tersusun sedemikian rupa sehingga membentuk suatu susunan yang ideal, sedangkan peningkatan adalah kemajuan dari seseorang dari tidak tahu menjadi tahu, dari tidak bisa menjadi bisa. Peningkatan adalah proses, cara, perbuatan untuk menaikkan

³³*Ibid*, hal.686

sesuatu atau usaha kegiatan untuk memajukan sesuatu ke arah yang lebih baik lagi daripada sebelumnya³⁴

2. Pengertian Usaha

Yang dimaksud dengan usaha dalam Pasal 1 Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan adalah setiap tindakan, perbuatan atau kegiatan apa pun alam bidang perekonomian yang dilakukan oleh setiap pengusaha untuk tujuan memperoleh keuntungan dan/atau laba.³⁵

Usaha atau bisnis adalah sebuah aktivitas yang mengarah pada peningkatan nilai tambah melalui proses penyerahan jasa, perdagangan atau pengolahan barang (produksi). Dengan kata lain bisnis merupakan aktivitas berupa pengembangan aktivitas ekonomi dalam bidang jasa, perdagangan dan industri guna mengoptimalkan nilai keuntungan.³⁶

Usaha dalam Islam dibatasi dengan dua hal yakni keikhlasan dan ittiba' atau mengikuti Rasulullah. Yakni bahwa usahanya itu hendaknya dilakukan untuk mencari keridhaan Allah dan hendaknya usaha itu sesuai dengan Sunnah Rasulullah. Kebenaran satu usaha tentu saja dilihat dari kesesuaian usaha itu dengan syari'at. Sementara Allah tidak akan memberikan pahala pada satu amalan kecuali bila bertujuan mengharapkan Ridhanya. Usaha yang menentukan tegaknya hidup

³⁴Peter Salim dan Yeni Salim, *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*, (Jakarta: Modern Press, 1995), Hlm.160

³⁵Ismail Sholihin, *Pengantar Bisnis: Pengantar Praktis dan Studi Kasus*, (Jakarta: Kencana, 2006), hal. 27

³⁶Veithzal Rivai, *Islamic Banking: Sebuah konsep, teori dan aplikasi*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2010), hal.681

manusia, hukumnya fardhu'ain. Sementara usaha menentukan tegaknya kehidupan bersama, hukumnya fardhu khifayah. Mendirikan perusahaan dan perindustrian dilihat dari kebutuhan ummat secara kolektif hukumnya adalah fardhu khifayah. Bertawakal kepada Allah bukan berarti menganggur dan meninggalkan usaha. Ilmu dan amal dalam Islam tidak dapat dipisahkan. Oleh sebab itu orang yang beramal atau berusahaharus mempelajari hukum-hukum syariat yang berkaitan dengan bidang usahanya sehingga tidak tergelincir dan terjerumus dalam keharaman.³⁷

3. Jenis –jenis Usaha

Pada umumnya usaha dapat dibedakan menjadi 3, diantaranya adalah usaha kecil, usaha menengah dan usaha besar:

a. Usaha Kecil

Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana yang dimaksud dalam undang-undang ini.

b. Usaha Menengah

³⁷Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hal. 77-79

Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil maupun usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih dan hasil penjualan tahunan.

c. Usaha Besar

Usaha besar merupakan usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan atau usaha asing yang melakukan usaha ekonomi.³⁸

4. Tujuan Usaha

Para pelaku usaha atau bisnis melakukan aktivitas usahanya untuk mencapai berbagai tujuan. Dalam kaitan ini tujuan dapat dirumuskan sebagai hasil akhir yang ingin dicapai oleh para pelaku usaha dari usaha atau bisnis yang mereka lakukan. Dengan demikian, tujuan yang ingin dicapai oleh para pelaku usaha akan sangat bervariasi antara kegiatan usaha yang satu dengan yang satu dengan kegiatan usaha lainnya. Dengan demikian, tujuan para pengusaha merupakan cerminan dari berbagai hasil yang diharapkan bisa dilakukan oleh bagian-bagian aktivitas fungsional usaha yang dijalankan. Secara umum tujuan dari usaha atau bisnis adalah menyediakan

³⁸Undang-Undang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UU RI No. 20 Tahun 2008), (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hal.3-4

barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen serta memperoleh keuntungan dari aktivitas yang dilakukan.

Dalam jangka panjang, tujuan yang ingin dicapai tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan konsumen, namun terdapat banyak hal yang ingin dicapai oleh perusahaan dalam usahanya, diantaranya:

a. Market Standing

Yaitu penguasaan pasar yang akan menjadi jaminan bagi perusahaan untuk memperoleh pendapatan penjualan dan profit dalam jangka panjang.

b. Innovation

Yaitu inovasi dalam produk (barang dan jasa) serta inovasi keahlian. Tujuan bisnis yang ingin dicapai melalui inovasi adalah menciptakan nilai tambah pada suatu produk.

c. Physical and Financial Resources

Yaitu perusahaan memiliki tujuan penguasaan terhadap sumber daya fisik dan keuangan untuk mengembangkan perusahaan menjadi semakin besar dan semakin menguntungkan.

d. Manager Performance and Development

Yaitu manajer merupakan orang yang secara operasional bertanggung jawab terhadap pencapaian tujuan organisasi. Untuk dapat mengelola perusahaan dengan baik, manajer perlu memiliki berbagai kemampuan dan keahlian yang sesuai dengan profesinya. Maka diperlukan peningkatan kinerja dan

pengembangan kemampuan manajer melalui serangkaian kegiatan kompensasi yang menarik dan program training and development yang berkelanjutan.

e. Worker Performance and Attitude

Untuk kepentingan jangka panjang, maka sikap para karyawan terhadap perusahaan dan pekerja perlu diperhatikan agar dapat bekerja dengan baik.

f. Public Responsibility

Bisnis harus memiliki tanggung jawab sosial seperti mamajukan kesejahteraan masyarakat, mencegah terjadinya polusi dan menciptakan lapangan kerja,dll.³⁹

5. Manfaat Usaha

Pendirian suatu usaha atau bisnis akan memberikan berbagai manfaat atau keuntungan terutama bagi pemilik usaha. Disamping itu, keuntungan dan manfaat lain dapat pula dipetik oleh berbagai pihak dengan kehadiran suatu usaha.

a. Memperoleh Keuntungan

Apabila suatu usaha dikatakan layak untuk dijalankan akan memberikan keuntungan, terutama keuntungan keuangan bagi pemilik bisnis. Keuntungan ini biasanya diukur dari nilai uang yang akan diperoleh dari hasil usaha yang dijalankannya.

b. Membuka Peluang Pekerjaan

Dengan adanya usaha jelas akan membuka peluang pekerjaan kepada masyarakat, baik bagi masyarakat yang terlibat langsung dengan usaha atau

³⁹Ismail Sholihin, *Pengantar Bisnis :Pengenalan Praktis dan Sudi Kasus*, (Jakarta: Kencana, 2006), hal.19-22

masyarakat yang tinggal sekitar lokasi usaha. Adanya peluang pekerjaan ini akan memberikan pendapatan bagi masyarakat yang bekerja pada usaha tersebut. Begitu pula bagi masyarakat yang tinggal sekitar lokasi usaha dapat membuka berbagai macam usaha, sehingga masyarakat yang tadinya pengangguran dapat meningkatkan kesejahteraannya.

c. Manfaat Ekonomi

Secara umum manfaat secara ekonomi antara lain:

- 1) Menambah jumlah barang dan jasa. Untuk usaha tertentu misalnya pendirian pabrik tertentu pada akhirnya akan memproduksi barang atau jasa. Dengan tersedia jumlah barang dan jasa yang lebih banyak, masyarakat punya banyak pilihan, sehingga pada akhirnya yang akan berdampak kepada harga yang cenderung turun dan kualitas barang sejenis akan lebih meningkat.
- 2) Meningkatkan mutu produk, hal ini disebabkan dengan adanya barang dari usaha sejenis dapat memacu produsen untuk meningkatkan kualitas produknya.
- 3) Meningkatkan devisa. Khusus untuk barang yang tujuan ekspor akan dapat menambah devisa atau akan dapat memberikan pemasukan devisa bagi negara dari barang yang kita ekspor.

d. Tersedia Sarana dan Prasarana

Bisnis yang akan dijalankan disamping memberikan manfaat seperti diatas juga memberikan manfaat bagi masyarakat secara luas terutama bagi masyarakat sekitar bisnis yang akan dijalankan. Manfaat yang dirasakan

seperti tersedianya sarana dan prasarana yang dibutuhkan, seperti jalan, telepon, air, penerangan dan sarana prasarana lainnya.

e. Membuka Isolasi Wilayah

Untuk wilayah tertentu pembukaan usaha misalnya perkebunan, jalan atau pelabuhan akan membuka isolasi wilayah. Wilayah yang tadinya tertutup menjadi terbuka, sehingga akses masyarakat akan menjadi lebih baik.

f. Meningkatkan Persatuan dan Membantu Pemerataan Pembangunan

Dengana adanya usaha biasanya pekerja yang bekerja didalam proyek datang dari berbagai suku bangsa. Pertemuan dari berbagai suku akan dapat mningkatkan persatuan. Kemudian dengan adanya proyek diberbagai daerah akan memberikan pemerataan pembangunan diseluruh wilayah.⁴⁰

D. Penelitian Terdahulu

Penelitian-penelitian terdahulu yang digunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi dalam penelitian ini adalah:

Penelitian yang dilakukan oleh Sholihat, dengan judul penelitian “*Analisis Efektivitas Pembiayaan Lembaga Keuangan Mikro Syariah Terhadap Perkembangan Usaha Nasabah di Sektor Riil*”, yang bertujuan untuk mengetahui tingkat efektivitas pembiayaan lembaga keuangan mikro syariah Berkah Madani Cimanggis dalam meningkatkan usaha anggotanya. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa efektivitas kinerja pada KJKS Berkah Madani Cimanggis berdasarkan hasil penilaian responden dapat

⁴⁰Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Kencana, 2007), hal.10-11

dikategorikan efektif. Hal ini dilihat pada tahap-tahap pembiayaan sampai dampak pembiayaan terhadap nasabah. Pada tahap pengajuan pembiayaan 97%, pelayanan petugas 80%, aspek jaminan, administrasi dan keuntungan 80%, dampak pembiayaan terhadap perkembangan usaha nasabah 87%. Ini menunjukkan bahwa kinerja pembiayaan KJKS Berkah Madani Cimanggis yang dirasakan oleh nasabah sudah memenuhi kriteria efektif dalam penilaian. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian ini meneliti tentang tingkat efektivitas pembiayaan lembaga keuangan mikro syariah Berkah Madani Cimanggis dalam meningkatkan usaha anggotanya metode penelitian kuantitatif, sedangkan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah tentang strategi pembiayaan untuk meningkatkan usaha anggota suatu koperasi syariah yaitu Baitul Maal Wa Tamwil dengan menggunakan metode kualitatif. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan datang yaitu sama-sama meneliti tentang pembiayaan yang diberikan lembaga keuangan mikro untuk meningkatkan usaha anggota/nasabah.⁴¹

Penelitian yang dilakukan oleh Nizar, dengan judul penelitian “*Pengaruh Pembiayaan Mudharabah Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Pelaku UMKM*”, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh pembiayaan mudharabah di BMT Masalah dalam meningkatkan kesejahteraan pelaku UMKM dipadaan kabupaten pasuruan. Penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Berdasarkan hasil penelitian

⁴¹Siskawati Sholihat, et.all, “ Analisis Efektivitas Pembiayaan Lembaga Keuangan Mikro Syariah Terhadap Perkembangan Usaha Nasabah di Sektor Riil”, *Jurnal Ekonomi Islam* Vol. 6 No. 1 Maret 2015

menunjukkan bahwa berdasarkan perhitungan uji t didapatkan t_{hitung} pembagian keuntungan sebesar 3,250 lebih besar dari nilai t_{tabel} 2,012 dan nilai signifikan 0,002 lebih kecil dari 0,05 ($0,002 < 0,05$) sehingga menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara pembagian keuntungan terhadap kesejahteraan pelaku UMKM. Dan untuk t_{hitung} penentuan usaha sebesar 2,082 lebih besar dari nilai t_{tabel} 2,012 dan nilai signifikan $0,043 < 0,05$ sehingga menunjukkan bahwa penentuan usaha meningkatkan kesejahteraan pelaku UMKM. Perhitungan uji F didapatkan nilai F_{hitung} 6,087 lebih besar dari nilai F_{tabel} 3,20 dan angka signifikan 0,003 lebih kecil dari alpha 5% sehingga menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara pembagian keuntungan dan penentuan usaha terhadap kesejahteraan pelaku UMKM. Nilai koefisien determinasi sebesar 47,4% artinya perubahan terhadap kesejahteraan pelaku UMKM disebabkan oleh pembagian keuntungan sebesar 47,4%, sedangkan perubahan terhadap peningkatan pendapatan disebabkan oleh faktor lain sebesar 52,6%. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian ini meneliti tentang pengaruh pembiayaan mudharabah dalam meningkatkan kesejahteraan pelaku UMKM dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif, sedangkan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah tentang strategi pembiayaan untuk meningkatkan usaha anggota suatu koperasi syariah yaitu Baitul Maal Wa Tamwil dengan menggunakan metode kualitatif. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan datang yaitu sama-sama meneliti tentang pembiayaan dan pengaruhnya terhadap peningkatan suatu usaha.⁴²

⁴²Muhammad Nizar, "Pengaruh Pembiayaan Mudharabah Terhadap Peningkatan Kesejahteraan

Penelitian yang dilakukan oleh Fitriani Prastiwi dan Emile Setia Darma dengan judul penelitian “Peran Pembiayaan Baitul Maal Wa Tamwil terhadap perkembangan usaha dan Meningkatkan Kesejahteraan Anggotanya dari Sektor Perdagangan Pasar Tradisional” yang bertujuan untuk mengetahui peran keuangan yang diberikan oleh BMT terhadap persepsi pengembangan usaha dan peningkatan kesejahteraan bagi anggota BMT dari sektor mikro. Bentuk metode penelitian yang digunakan adalah metode struktural equation model (SEM) dengan pendekatan kualitatif, berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pembiayaan BMT pada pedagang pasar tradisional yang menjadi anggota BMT di Bantul, tidak berpengaruh signifikan terhadap persepsi pedagang tersebut tentang perkembangan usahanya dan peningkatan kesejahteraanya (walaupun arahnya sudah benar positif). Namun demikian, persepsi pedagang tersebut tentang perkembangan usahanya berpengaruh positif signifikan terhadap persepsi peningkatan kesejahteraannya. Dapat dikatakan bahwa berdasar persepsi para pelaku usaha mikro pedagang di pasar-pasar tradisional kabupaten Bantul sebagai berikut: secara umum BMT sudah memiliki peran positif terhadap perkembangan usaha dan peningkatan kesejahteraan, namun terlalu kecil atau tidak signifikan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian ini membahas tentang peran pembiayaan untuk meningkatkan usaha nasabah di pasar tradisional. Sedangkan dengan penelitian yang akan dilakukan adalah membahas tentang strategi pembiayaan dalam meningkatkan usaha nasabah

secara umum. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama membahas tentang pembiayaan BMT dalam meningkatkan usaha nasabah.⁴³

Penelitian yang dilakukan oleh Ernanda Kusuma Dewi dan Widiyanto dengan judul penelitian “*Peran Pembiayaan Mudharabah Dalam Pengembangan Kinerja Usaha Mikro*”, yang bertujuan untuk mengetahui peran pembiayaan dalam mengembangkan kinerja usaha mikro. Jenis penelitian ini bersifat kuantitatif. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pembiayaan mudharabah berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha mikro. Hasil pengujian koefisien determinasi diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,528 atau 52,8%, dapat disimpulkan bahwa sebesar 52,8% variasi dari semua variabel bebas (pembiayaan mudharabah, pengalaman usaha, usia pelaku usaha, pembinaan dan pendidikan pelaku usaha) dapat menerangkan kinerja usaha mikro. Pembiayaan mudharabah merupakan pembiayaan yang ideal serta merupakan pembiayaan primer didalam pembiayaan Islam. Dengan adanya pembinaan dan pengawasan terhadap pembiayaan mudharabah pada BMT mampu meminimalisir kegagalan kinerja usaha mikro dapat berjalan bersamaan dengan baik. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian ini membahas tentang peran pembiayaan mudharabah dalam pengembangan kinerja usaha mikro dengan menggunakan metode kuantitatif, sedangkan penelitian yang akan dilakukan yaitu membahas strategi pembiayaan pada Baitul Maal Wa Tamwil dalam meningkatkan usaha anggotanya.

⁴³Fitriani Prastiawati dan Emile Setia Darma, “Peran Pembiayaan Baitul Maal Wa Tamwil Terhadap Perkembangan Usaha dan Peningkatan Kesejahteraan Anggotanya dari Sektor Mikro Pedagang Pasar Tradisional, *Jurnal Akuntansi dan Investasi* Vol. 17 No 2, Juli 2016

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan datang yaitu sama-sama membahas tentang peran pembiayaan dalam meningkatkan suatu usaha.⁴⁴

Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Andi Prayoga dan Lukman Hakim Siregar dengan judul penelitian “*Pengaruh Pembiayaan Mikro Syariah Terhadap Tingkat Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)*”, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh pembiayaan mikro syariah terhadap tingkat perkembangan usaha UKM pada PT. Cabang BRI Syariah Medan. Jenis penelitian dalam penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pembiayaan Mikro Syariah berpengaruh signifikan terhadap perkembangan UMKM pada nasabah PT. BRI Syariah Cabang Medan. Hal ini dinyatakan dari hasil uji t adanya pengaruh Pembiayaan Mikro Syariah terhadap tingkat perkembangan usaha UMKM pada nasabah PT. BRI Syariah Cabang Medan dengan nilai t hitung $>$ t tabel atau $7,196 > 2,024$ di mana nilai signifikasinya $0,000 < 0,05$. Pembiayaan Mikro Syariah diperoleh angka koefisien determinasi $R\text{-Square} = 0,577$ atau 57,70%. Hal ini terlihat bahwa variabel independen pembiayaan mikro syariah dalam menjelaskan variabel dependen tingkat perkembangan usaha UMKM pada nasabah PT. BRI Syariah Cabang Medan sebesar 57,70%, sisanya sebesar 42,30% dijelaskan oleh variabel lain diluar model yang tidak diteliti. Berdasarkan hasil pengujian uji F, nilai Fhitung $>$ F tabel adalah $51,775 > 3,24$ dengan hipotesis H_0 ditolak H_a diterima dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan yaitu variabel pembiayaan mikro syariah berpengaruh signifikan

⁴⁴Ernanda Kusuma Dewi dan Widiyanto “Peran Pembiayaan Mudharabah Dalam Pengembangan Kinerja Usaha Mikro *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis* Vol. 19 No 1, Januari 2018

terhadap tingkat perkembangan usaha UMKM pada PT. BRI Syariah Cabang Medan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu penelitian ini membahas tentang pengaruh pembiayaan mikro syariah terhadap tingkat perkembangan usaha UKM dengan menggunakan metode kuantitatif, sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu membahas tentang strategi pembiayaan pada Baitul Maal Wa Tamwil untuk meningkatkan usaha anggotanya. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu membahas tentang pembiayaan yang dilakukan lembaga keuangan syariah untuk meningkatkan suatu usaha.⁴⁵

⁴⁵Muhammad Andi Prayoga dan Lukman Hakim Siregar, “Pengaruh Pembiayaan Mikro Syariah Terhadap Tingkat Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)”, *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan* Vol. 17 No 2, 2017