

**PERAN PERBANKAN SYARIAH DALAM PENGEMBANGAN UMKM
DAN PENGARUHNYA TERHADAP KETAHANAN
EKONOMI MASYARAKAT
(Studi Kasus PT Bank BTPN Syariah Cabang Medan)**

TESIS

Oleh :

**ALVIN AKBAR HASIBUAN
NIM 3004218045**

Program Studi
EKONOMI SYARIAH



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM
NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN
2024**

PERSETUJUAN

Tesis Berjudul

PERAN PERBANKAN SYARIAH DALAM PENGEMBANGAN UMKM DAN PENGARUHNYA TERHADAP KETAHANAN EKONOMI MASYARAKAT (STUDI KASUS PT BANK BTPN SYARIAH CABANG MEDAN)

Oleh :

ALVIN AKBAR HASIBUAN
NIM : 3004218045

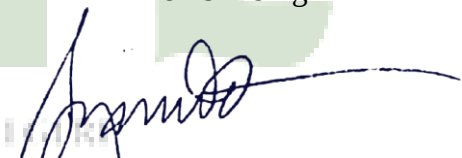
Dapat disetujui dan disahkan sebagai persyaratan
Untuk memperoleh gelar Magister Ekonomi (M.E) pada Program Studi magister
Ekonomi Syariah

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
UIN Sumatera Utara Medan
Medan, 15 September 2024

Pembimbing I

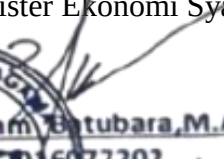

Dr. Sugianto, M.A
NIDN. 2007066701

Pembimbing II


Dr. Saporuddin Siregar, SE.Ak.,SAS.,CA.,M.Ag
NIDN. 2003018501

Mengetahui,
Ketua Program Studi
Magister Ekonomi Syariah




Amrullah, M.A, Ph.D

NIDN. 2016077202

PENGESAHAN

Tesis berjudul “Peran Perbankan Syariah Dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Serta Pengaruhnya Terhadap Ketahanan Ekonomi Masyarakat Kota Medan (Studi Kasus PT. Bank BTPN Syariah Cabang Medan)” An, Alvin Akbar hsb, NIM 3004218045, program studi. Magister Ekonomi Syariah, Telah melaksanakan Sidang Tertutup pada tanggal 30 Agustus 2024 dan dapat diterima sebagai judul tesis.

Medan, 15 September 2024
Panitia Sidang Tertutup Tesis
Pasca Sarjana Ekonomi Syariah
UIN Sumatera Utara Medan

Ketua



Maryam Batubara, M.A,Ph.D
NIDN. 2016077202

Sekretaris



Dr. Rahmi Syahriza, S.Th,I, MA
NIDN. 2003018501

Anggota Penguji



Dr. Sugianto, M.A
NIDN. 2007066701



Dr.Saparuddin Siregar, S.E.,Ak.,SAS,M.Ag.,M.A
NIDN.2003018501



Maryam Batubara, M.A,Ph.D
NIDN. 2016077202



Dr. Rahmi Syahriza, S.Th,I, MA
NIDN. 200301850

Mengetahui,
Dekan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Prof. Dr. M. Syukri Albani Nasution M.A
NIDN. 08407062009121006

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alvin Akbar Hasibuan
Nim : 3004218045
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul Disertasi : Peran Perbankan Syariah Dalam Pengembangan
Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Serta
Pengaruhnya Terhadap Ketahanan Ekonomi
Masyarakat Kota Medan (Studi Kasus PT. Bank
BTPN Syariah Cabang Medan)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis yang saya serahkan ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dari ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan tesis ini hasil plagiasi, maka gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas batal saya terima

Medan, 13 September 2024
Yang membuat pernyataan



Alvin Akbar Hasibuan
NIM. 3004218045

ABSTRAK

Nama : Alvin Akbar Hasibuan
NIM : 3004218045
Fak. Program Studi : Ekonomi Syariah
Pembimbing I : Dr. Sugianto, M.A
Pembimbing II : Dr. Saparuddin Siregar, SE. Ak, SAS, CA, M.Ag
Judul Tesis : Peran Perbankan Syariah Dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Serta Pengaruhnya Terhadap Ketahanan Ekonomi Masyarakat Kota Medan (Studi Kasus PT. Bank BTPN Syariah Cabang Medan)

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui peran perbankan syariah dalam mengembangkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) bidang study Bank Syariah Mrdan dalam mengembangkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Penelitian ini menggunakan kualitatif dekriptif yaitu suatu metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah dimana peneliti adalah instrument kunci. Teknik pengumpulan data yang digunakan cara trigulasi atau gabungan data dikumpulkan dengan observasi dan wawancara dan dokumentasi. Teknik Analisis data dengan model analisis SWOT. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa Perbankan Syariah mendukung pelaksanaan pembangunan Nasional agar nantinya UMKM dapat mauk Pasar bebas ASEAN (MEA) untuk memperluas pasar dan memberikan pembiayaan yang diproses secepat mungkin melakukan Sinergi perbankan dengan UMKM dapat meningkatkan pengembangan UMKM dan memperkuat perekonomian dan ketahan pangan dengan pengembangan pemanfaatan dan penggunaan teknologi digital dapat meningkatkan kinerja UMKM antara lain, peningkatan akses ke pelanggan baru di dalam negri, maupun luar negri serta peningkatan penjualan.

Kata Kunci: Perbankan Syariah, UMKM, Ketahanan Ekonomi Masyarakat, BTPN Syariah, Kota Medan.

ABSTRACT

Name : Alvin Akbar Hasibuan
Student ID : 3004218045
Study Program : Islamic Economics
Advisor I : Dr. Sugianto, M.A
Advisor II : Dr. Saparuddin Siregar, SE. Ak, SAS, CA, M.Ag
Thesis Title : *The Role of Islamic Banking in the Development of Micro, Small, and Medium Enterprises and Its Influence on the Economic Resilience of the Community in Medan City (A Case Study of PT Bank BTPN Syariah, Medan Branch)*

The purpose of this study is to examine the role of Islamic banking in developing Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), with a case study of an Islamic bank in Medan. This study uses a descriptive qualitative approach, a research method used to study objects in their natural conditions, in which the researcher is the key instrument. Data were collected through triangulation, combining observation, interviews, and documentation. The data were analyzed using SWOT analysis. The results show that Islamic banking supports the implementation of national development so that MSMEs can enter the ASEAN free market (ASEAN Economic Community) to expand their markets, and it provides financing that is processed as quickly as possible. Synergy between banks and MSMEs can improve MSME development and strengthen the economy and food security. The development, utilization, and use of digital technology can improve MSME performance, including greater access to new customers both domestically and abroad, as well as increased sales.

Keywords: *Islamic Banking, MSMEs, Community Economic Resilience, BTPN Syariah, Medan City*

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

ملخص

الاسم : ألفين أكبار هاسيبوان
رقم الطالب : ٣٠٠٤٢١٨٠٤٥
كلية/برنامج الدراسة : الاقتصاد الإسلامي
المشرف الأول : د. سوجياتنو، ماجستير في الآداب
المشرف الثاني : د. سبارودين سيريجار، بكالوريوس في الاقتصاد، محاسب معتمد،
خبير محاسبة معتمد، محاسب قانوني معتمد، ماجستير في العلوم الدينية
عنوان الأطروحة : دور المصارف الإسلامية في تنمية
الأعمال التجارية الصغيرة والمتوسطة،
وتأثيرها على المرونة الاقتصادية
لمجتمع مدينة ميدان (دراسة حالة شركة
(بي.تي. بنك بي.تي بي إن شريعة فرع ميدان

الهدف من البحث هو معرفة دور المصرفية الإسلامية في تنمية الأعمال التجارية الصغيرة والمتوسطة (أو إم كا إم) في مجال دراسة بنك ميدان الإسلامي في تنمية الأعمال التجارية الصغيرة والمتوسطة. يستخدم هذا البحث المنهج الوصفي النوعي، وهو أسلوب بحثي يُستخدم لدراسة الظروف الطبيعية للموضوع، حيث يكون الباحث هو الأداة الرئيسية. أما تقنية جمع البيانات المستخدمة فهي تقنية التتاليث أو الجمع بين البيانات التي تم جمعها من خلال الملاحظة والمقابلات والتوثيق. أما تقنية تحليل البيانات فقد استندت إلى نموذج تحليل تحليل سوات. وأظهرت نتائج البحث أن المصارف الإسلامية تدعم تنفيذ التنمية الوطنية حتى تتمكن الشركات الصغيرة والمتوسطة في المستقبل من دخول السوق الحرة لرابطة دول لتوسيع أسواقها، وتوفير التمويل الذي تتم معالجته بأسرع ما (MEA) جنوب شرق آسيا يمكن، كما أن تحقيق التآزر بين المصارف والشركات الصغيرة والمتوسطة يمكن أن يعزز تنمية هذه الشركات ويوسع

الكلمات المفتاحية: الخدمات المصرفية الإسلامية، الشركات الصغيرة والمتوسطة، المرونة الاقتصادية للمجتمع، بنك بي.تي بي إن إسلامي، مدينة ميدان

SUMATERA UTARA MEDAN

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Allah Swt., karena berkat rahmat dan karunia-Nya, tesis ini dapat diselesaikan sebagaimana yang diharapkan. Shalawat dan salam penulis sampaikan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad Saw. yang telah memberi petunjuk jalan kebenaran.

Tesis ini berjudul "**Peran Perbankan Syariah dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah serta Pengaruhnya terhadap Ketahanan Ekonomi Masyarakat Kota Medan (Studi Kasus PT. Bank BTPN Syariah Cabang Medan)**". Tesis ini diajukan sebagai tugas akhir sekaligus persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Ekonomi (M.E.) pada Program Studi Magister Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.

Penulis menyadari bahwa banyak kendala yang dihadapi. Namun, berkat kerja keras serta bantuan dan doa dari berbagai pihak, tesis ini akhirnya dapat diselesaikan. Penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang tulus dan mendalam, pertama sekali kepada kedua orang tua tercinta, ayahanda Thantawi Jauhari Hasibuan dan ibunda Zurina, yang telah membesarkan, mendidik, dan tiada henti mendoakan penulis. Semoga ini menjadi amal kebaikan yang terus mengalir pahalanya bagi keduanya. Terima kasih juga kepada kedua mertua tercinta, almarhum ayahanda Syaflin Panjaitan dan ibunda Rosnani, serta kepada keluarga besar yang turut membantu, baik secara moril maupun materil. Mudah-mudahan Allah Swt. membalas kebaikan mereka dengan berlipat ganda dan memudahkan segala urusan mereka, aamiin.

Penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak, baik perorangan maupun lembaga, yang telah berjasa dalam proses penyelesaian studi ini, yaitu kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Nurhayati, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.
2. Bapak Prof. Dr. H. Muhammad Syukri Albani Nasution, M.A., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara Medan.
3. Ibu Maryam Batubara, M.A., Ph.D., selaku Ketua Sidang sekaligus penguji, yang telah banyak memberikan saran untuk perbaikan penulisan tesis ini.
4. Ibu Dr. Rahmi Syahriza, S.Th.I., M.A., selaku Sekretaris Sidang sekaligus penguji, yang telah banyak memberikan saran untuk perbaikan penulisan tesis ini.
5. Bapak Dr. Sugianto, M.A., selaku pembimbing I, yang telah banyak memberikan

kontribusi kepada penulis dalam penyelesaian tesis berupa masukan, arahan, dan bimbingan. Mudah-mudahan segala masukan yang diberikan menjadi amal dan bermanfaat bagi pengembangan wawasan keilmuan, khususnya ilmu ekonomi syariah.

6. Bapak Dr. Saparuddin Siregar, S.E., Ak., SAS., M.Ag., M.A., selaku pembimbing II, yang telah banyak memotivasi dan membimbing penulis dalam proses penyelesaian studi dan tesis ini. Mudah-mudahan hal tersebut menjadi amal jariyah dan diberi pahala berlipat ganda oleh Allah Swt., aamiin.
7. Pimpinan dan seluruh karyawan PT. Bank BTPN Syariah Cabang Medan, serta para nasabah dan pelaku UMKM yang telah bersedia menjadi informan dan responden dalam penelitian ini.
8. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara Medan yang telah mencurahkan ilmunya sehingga penulis memperoleh bekal dalam menyelesaikan tesis ini.
9. Seluruh staf dan pegawai di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara Medan yang telah banyak membantu dan memberikan pelayanan administrasi kepada penulis hingga studi ini dapat diselesaikan.
10. Kakak dan abang tercinta, Dr. Mailin, M.A. dan Dr. Suhesti Wira Dharma, M.A., yang selalu memberikan semangat, motivasi, dan teladan akademik kepada penulis.
11. Rekan-rekan seperjuangan yang telah banyak memberikan motivasi dan masukan kepada penulis dalam proses penyelesaian tesis ini. Mudah-mudahan Allah Swt. memberikan kemudahan atas segala urusan mereka di dunia ini.
12. Teristimewa kepada istri tercinta, Miftahul Husna Panjaitan, dan putri tersayang, Aisha Shabira Hasibuan, yang setiap waktu memberikan dukungan dalam segala hal, serta rela berkorban pikiran, waktu, dan tenaga demi terselesaikannya perkuliahan dan penulisan tesis ini.

Medan, 15 September 2024
12 Rabiulawal 1446 H

Penulis,



Alvin Akbar Hasibuan
NIM. 3004218045

PEDOMAN TRANSLITERASI

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab, yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda secara bersama-sama. Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasinya.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	Ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	je
ح	Ha	Ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	de
ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	es
ش	Syim	Sy	es dan ye
ص	Sad	Ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	Ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	Ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	ge

ف	Fa	F	ef
ق	Qaf	Q	qi
ك	Kaf	K	ka
ل	Lam	L	el
م	Mim	M	em
ن	Nun	N	en
و	Waw	W	we
ه	Ha	H	ha
ء	Hamzah	'	apostrof
ي	Ya	Y	ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab adalah seperti vokal dalam bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vocal rangkap atau diftong.

a. Vokal tunggal

vokal tunggal dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya adalah sebagai berikut :

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	fathāh	A	a
ـِ	Kasrah	I	i
ـُ	ḍammah	u	u

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf yaitu :

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
ـَـي	fathāh dan ya	ai	a dan i
ـَـو	fathāh dan waw	au	a dan i

Contoh:

- kataba: كَتَبَ
- fa’ala: فَعَلَ
- kaifa: كَيْفَ

c. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harkat huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu :

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ	fathāh dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
اِ	kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
اُ و	ḍammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- qāla : قَالَ
- ramā : رَامَ
- qīla : قِيلَ

d. Ta marbūtah

Transliterasi untuk ta marbūtah ada dua:

- 1) *Ta marbūtah* hidup
ta marbūtah yang hidup atau mendapat harkat *fathāh*, *kasrah* dan «*ammah*, transliterasinya (t).
- 2) *Ta marbūtah* mati
Ta marbūtah yang mati mendapat harkat *sukun*, transliterasinya adalah (h).
- 3) Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbūtah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

- *rauḍah al-atfāl* - *rauḍatul atfāl*: لَرَوْضَةُ الْاَطْفَالِ
- *al-Madīnah al-munawwarah* : الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ

- *ṭalḥah*: طَلْحَة

e. Syaddah (tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang pada tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*, dalam transliterasi ini tanda *tasydid* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

Contoh:

- rabbanā : رَبَّنَا
- nazzala : نَزَلَ
- al-birr : الْبِرَّ
- al-hajj : الْحَجَّ
- nu''ima : نَعِمَّ



f. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1) Kata sandang diikuti oleh huruf *syamsiah*

Kata sandang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf (I) diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2) Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai pula dengan bunyinya. Baik diikuti huruf *syamsiah* maupun *qamariah*, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

- ar-rajulu: الرَّجُلُ
- as-sayyidatu: السَّيِّدَةُ
- asy-syamsu: الشَّمْسُ

- al-qalamu: القلم
- al-jalalu: الجلال

g. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- *ta'khuzūna*: تاخذون
- *an-nau'*: النوء
- *syai'un*: شئىء
- *inna*: ان
- *umirtu*: امرت
- *akala*: اكل



h. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il* (kata kerja), *isim* (kata benda), maupun *huruf*, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau *harkat* yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

i. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- Wa ma muhammadun ill rasūl

- Inna awwala baitin wudi'a linnasi lallaẓ bi bakkata mub±rakan
- Syahru Ramana al-laẓ unzila fihi al-Qur'anū
- Syahru Ramaanal-laẓi unzila fihil-Qur'anū
- Wa laqad ra'hu bil ufuq al-mub'an
- Alhamdu lillahi rabbil-'lam'an

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harkat yang dihilangkan, huruf kapital yang tidak dipergunakan.

Contoh:

- Naṣrun minallhi wa fathūn qar'an
- Lillahi al-amru jam'an
- Lillahil-amru jam'an
- Wallahu bikulli syai'in 'alim



DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK BAHASA ARAB	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI	x
DAFTAR ISI.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN TEORITIS.....	11
A. Landasan Teori.....	11
1. Peran	11
2. Perbankan Syariah	12
3. Perbedaan Bank Syariah dengan Bank Konvensional	16
4. Produk-Produk Perbankan Syariah.....	19
5. Kewirausahaan.....	25
6. Kewirausahaan dalam Pandangan Islam	27
7. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)	29
8. Ketahanan Ekonomi.....	44
B. Kajian Terdahulu.....	44
C. Kerangka Konseptual	47
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	49
A. Jenis Penelitian.....	49
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	49
C. Jenis Data	49
D. Teknik Pengumpulan Data.....	50
E. Teknik Analisis Data.....	51
F. Teknik Pengujian Keabsahan Data	61

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	62
A. Gambaran Umum	62
1. BTPN Syariah Cabang Medan.....	62
2. Perkembangan UMKM Digital di Kota Medan.....	66
B. Hasil Penelitian	70
C. Pembahasan.....	92
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	101
A. Kesimpulan.....	101
B. Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA	103



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1	Spesifikasi Data UMKM Berdasarkan Kategori 2
Tabel 1.2	Total Pembiayaan, DPK, FDR Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah Provinsi Sumatera Utara Tahun 2018–2019 7
Tabel 1.3	Penyaluran Pembiayaan Perbankan Syariah untuk Sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Sumatera Utara Tahun 2017–Agustus 2019 7
Tabel 2.1	Bank Syariah Versus Bank Konvensional.....18
Tabel 2.3	Usaha Mikro Kecil dan Menengah.....30
Tabel 3.2	Pilihan Strategi dalam Analisis SWOT 58
Tabel 3.3	Matriks SWOT 59
Tabel 4.1	Luas Wilayah Kecamatan Kota Medan 67
Tabel 4.2	Batasan/Karakteristik UMKM.....69
Tabel 4.5	Rekapitulasi Faktor Kekuatan Internal Bank Syariah 71
Tabel 4.6	Rekapitulasi Faktor Kelemahan Internal Stakeholder.....72
Tabel 4.7	Rekapitulasi Faktor Peluang Eksternal Stakeholder.....74
Tabel 4.8	Rekapitulasi Faktor Ancaman Eksternal Stakeholder 76
Tabel 4.9	Kuesioner Pembobotan Faktor Internal.....79
Tabel 4.10	Kuesioner Pembobotan Faktor Eksternal 80
Tabel 4.11	Hasil Kuesioner Penilaian Skor Faktor Internal (Kekuatan).....81
Tabel 4.12	Hasil Kuesioner Penilaian Skor Faktor Internal (Kelemahan) 81
Tabel 4.13	Hasil Kuesioner Penilaian Skor Faktor Eksternal (Peluang).....82
Tabel 4.14	Hasil Kuesioner Penilaian Skor Faktor Eksternal (Ancaman) 82
Tabel 4.15	Normalisasi Bobot Faktor Internal (Perbandingan Berpasangan) 83
Tabel 4.16	Normalisasi Bobot Faktor Internal (Hasil Normalisasi).....83
Tabel 4.17	Normalisasi Bobot Faktor Eksternal (Perbandingan Berpasangan) 84
Tabel 4.18	Normalisasi Bobot Faktor Eksternal (Hasil Normalisasi).....84
Tabel 4.19	Matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary) 85
Tabel 4.20	Matriks EFAS (External Factor Analysis Summary) 86
Tabel 4.21	Hasil Matriks Internal Eksternal (IE) 87
Tabel 4.22	Hasil Matriks SWOT 89

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	47
Gambar 3.1 Pilihan Strategi dalam Analisis SWOT	55
Gambar 3.2 Diagram Cartesius Analisis SWOT	60
Gambar 4.1 Hasil Diagram SWOT	88



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan ekonomi industri 4.0. seringkali menjadi tidak bersahabat dengan UMKM yang juga memiliki peran penting dalam ketahanan ekonomi serta tantangan yang tidak bisa dihindari oleh para pelaku usaha terutama UMKM. UMKM mesti beradaptasi dengan perkembangan industri yang makin berdampingan dengan teknologi. Gebrakan mengenai produk yang diusung menjadi suatu keharusan, agar dapat dikenal dan bertahan dengan pasar yang begitu besar. Perubahan 4.0 merupakan sebuah *roadmap* (peta jalan) yang terintegrasi untuk mengimplementasikan strategi dalam menghadapi revolusi industri 4.0. Di antaranya adalah teknologi, konsep sistem, paradigma berpikir dan tak lupa adalah kualitas produk yang mumpuni dari hasil usahanya. Dan yang perlu banyak UMKM perlu banyak pembenahan, terutama dalam aspek penguasaan teknologi yang menjadi kunci penentu daya saing di era industri 4.0

Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terbukti merupakan penggerak utama sektor riil yang berpengaruh langsung terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, jumlah UMKM pada tahun 2018 memiliki pangsa sekitar 99,99% atau sekitar 62,922,617 juta unit usaha dari total keseluruhan pelaku usaha di Indonesia, sementara usaha besar hanya sebanyak 0,01% atau sekitar 5460 unit. Usaha Mikro menyerap sekitar 107,2 juta tenaga kerja (89,2%), Usaha Kecil 5,7 juta (4,74%), dan Usaha Menengah 3,73 juta (3,11%); sementara Usaha Besar menyerap sekitar 3,58 juta jiwa. Artinya secara gabungan UMKM menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional, sementara Usaha Besar hanya menyerap sekitar 3% dari total tenaga kerja nasional. Untuk Provinsi Sumatera Utara, jumlah UMKM di Provinsi Sumatera Utara secara keseluruhan sebesar 2.869.908 unit. Capaian untuk Pengembangan Wirausahawan UMKM sebesar 50,47% di berbagai kegiatan dan pelatihan bagi UMKM di Sumatera Utara. (www.depkop.go.id/2023).

Secara gabungan, skala kegiatan ekonomi UMKM memberikan kontribusi sekitar 60% terhadap total Pendapatan Domestik Bruto Indonesia. Pada 2018 lalu PDB Indonesia sekitar Rp 13.600 triliun. Dengan demikian, artinya total pendapatan UMKM adalah sekitar Rp 8.160 triliun. Usaha Mikro menyumbang sekitar Rp 5.000 triliun per tahun, Usaha Kecil Rp1.300 triliun, Usaha Menengah sekitar Rp 1.800 triliun dan Usaha Besar sekitar Rp 5.400 triliun (www.depkop.go.id/2023). Jika angka di atas dibagi dengan jumlah unit UMKM, maka dapat diperkirakan besaran rata-rata omset atau pendapatan untuk Usaha Mikro, Kecil, Menengah, dan Besar, yang hasilnya adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1 Spesifikasi Data UMKM Berdasarkan Katagori

Skala Usaha	Jumlah (Unit)	Persentase Unit Usaha	Pendapatan (triliyun)	Kontribusi Terhadap PDB	Pendapatan/unit usaha (Rp/tahun)
Mikro	62,106,900	98,70%	4,727.99	34,12%	76,126,646.15
Kecil	757,090	1,20%	1,234.21	8,91%	1,630,202,485.83
Menengah	58,627	0,11%	1,742.44	12,57%	29,720,777,116.35
Besar	5,460	0,01%	5,136,22	37,07%	940,699,633,699,63
Total	62,928,077	100%	12,841	93%	

Sumber Data: BPS Kemenkop UKM RI 2018.

Dengan kemampuannya yang cukup besar dalam menyerap tenaga kerja dan menyumbang terhadap PDRB, UMKM memiliki potensi luar biasa dalam mengentaskan kemiskinan, meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat. Hal ini juga menjadikan UMKM sebagai harapan utama tulang punggung peningkatan perekonomian nasional. UMKM juga merupakan pelaku ekonomi yang strategis mengingat jumlahnya yang mencapai 99,95% dari total jumlah usaha di Indonesia (Muslimin Kara, 2013).

Namun demikian perkembangan UMKM umumnya masih mengalami berbagai masalah dan belum sepenuhnya sesuai dengan yang diharapkan, Masalah yang hingga kini masih menjadi kendala dalam pengembangan usaha UMKM adalah keterbatasan modal yang dimiliki dan sulitnya UMKM mengakses sumber permodalan. Bagi lembaga keuangan, kendala utama untuk memberikan bantuan modal disebabkan sulitnya menilai UMKM yang *feasible* dan *bankable* yang memenuhi persyaratan yang ditetapkan dalam pemberian kredit. Di samping itu sebagian besar UMKM belum melakukan pemisahan keuangan antara keuangan

pribadi dengan usaha (Kementrian Perdagangan, *UMKM*, 2013) Oleh karena itu walaupun ada kebijakan kredit dengan bunga rendah yang ditetapkan oleh pemerintah, akan tetapi, kebijakan tersebut tidak direspon UMKM secara baik.

Berdasarkan survey yang dilakukan oleh Asian Development Bank, hanya satu dari lima UMKM yang meminjam dari bank. Permasalahan yang biasa disebutkan antara lain karena tidak tahu prosedur, prosedur sulit, tidak ada agunan, suku bunga tinggi, tidak berminat, dan proposal untuk memperoleh pinjaman ditolak (Ganeshan & Yothin, 2015). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Kussudyarsana (2010), hanya 17,50% UMKM yang mengatasi masalah permodalan dengan kredit perbankan, sedangkan sisanya (82,50%) dengan pendanaan informal (informal lender). Alasan-alasan yang menyebabkan UMKM tidak meminjam ke bank adalah prosedur sulit (33,30%), tidak berminat (25,34%), tidak punya agunan (19,28%), tidak tahu prosedur (14,33%), suku bunga tinggi (8,82%) dan proposal ditolak (11,93%). Sangat ironis sekali bahwa di tengah kondisi *excess supply* pasar kredit di Indonesia sekalipun, perkembangan sektor UMKM justru terhambat karena masalah kekurangan modal (Kussudyarsana, 2010).

Keterbatasan akses kepada sumber dana produktif menjadi kendala pemberdayaan UMKM secara cepat dan berkesinambungan. Sekitar 60-70% UMKM belum mendapat akses atau pembiayaan perbankan. Permasalahan yang biasa disebutkan antara lain karena tidak tahu prosedur, prosedur sulit, tidak ada agunan, suku bunga tinggi, tidak berminat, dan proposal untuk memperoleh pinjaman ditolak. Penyebab lainnya yaitu hambatan geografis. Belum banyak perbankan mampu menjangkau hingga ke daerah pelosok dan terpencil. Kemudian kendala administratif, manajemen bisnis UMKM masih dikelola secara manual dan tradisional, terutama manajemen keuangan.

Bagi UMKM yang telah mendapatkan pembiayaan juga menghadapi masalah baru dalam hal pengelolaan keuangan. Keterbatasan pengetahuan mengenai pembukuan dan tidak adanya pemisahan antara keuangan pribadi dan keuangan usaha membuat kredit yang diterima tidak dapat dimanfaatkan secara optimal. Selain itu juga kurangnya inovasi dan kreatifitas membuat UMKM sektor

perdagangan kalah bersaing dengan pasar modern (Kementrian Perdagangan, 2013).

Selain permodalan, UMKM juga terkendala kualitas sumber daya manusia (SDM). Sumber daya manusia merupakan *asset* yang paling penting yang peranannya sangat diperlukan dalam mendukung terciptanya UMKM dengan daya saing dan kualitas tinggi. SDM UMKM masih sangat rendah yang tercermin dari kurangnya pengetahuan mengenai teknologi produksi terbaru dan cara menjalankan *quality control* terhadap produk. Kemampuan membaca kebutuhan pasar masih belum tajam, sehingga belum mampu menangkap dengan cermat kebutuhan yang diinginkan pasar.

Pemasaran produk masih mengandalkan cara sederhana *mouth to mouth marketing* (pemasaran dari mulut ke mulut). Belum menjadikan media sosial atau jaringan internet sebagai alat pemasaran. Dari sisi kuantitas, belum dapat melibatkan lebih banyak tenaga kerja karena keterbatasan kemampuan menggaji. Karena pemilik UMKM masih sering terlibat dalam persoalan teknis, sehingga kurang memikirkan tujuan atau rencana strategis jangka panjang usahanya. Rendahnya keterampilan berakibat pada sulitnya standarisasi produk.

Begitu juga penggunaan teknologi produksi yang sederhana mengakibatkan mutu produk yang dihasilkan bervariasi. Kalau hal ini terjadi, maka produk yang dikirim kemungkinan akan direject oleh konsumen, yang tentunya akan merugikan, apalagi jika produk ditolak oleh konsumen di luar negeri. Dari sisi SDM, faktor internal yang cukup berpengaruh adalah para pekerja umumnya keluarga, artinya dalam perekrutan pekerja lebih ditekankan pada aspek kekeluargaan, yaitu lebih mementingkan kedekatan hubungan dibandingkan dengan keahlian yang dimiliki, hal ini menyebabkan dalam manajemen tidak ada spesialisasi bahkan seringkali pemilik menangani sendiri, artinya dalam menjalankan perusahaan tidak terdapat *job description* yang jelas (Sudiarta, 2014).

Rendahnya kualitas SDM mempengaruhi kemampuannya dalam menciptakan dan memanfaatkan peluang usaha, menyerap dan menggunakan teknologi produksi, perencanaan produksi dan pengelolaan perusahaan. Keterbatasan sumber daya manusia pada akhirnya dapat menyebabkan rendahnya

daya saing UMKM. Kualitas sumber daya yang terbatas menyebabkan pengetahuan bisnis yang terbatas. Hal ini dapat dilihat dari produk-produk yang dihasilkan UMKM yang secara umum masih sangat tradisional. Kemampuan pengetahuan bisnis yang kurang ini juga tercermin dari ketidakmampuan UMKM mencari dan membuka peluang baru guna mengembangkan usaha yang dijalankan. Daerah pemasaran yang hanya mencakup masyarakat sekitar tempat UMKM tinggal juga menjadi cermin terbatasnya pengetahuan bisnis pelaku UMKM (Isnaini Harahap, 2016).

UMKM berperan dalam memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, serta mewujudkan stabilitas nasional. Secara faktual, di tengah tantangan kondisi keuangan global, sektor usaha mikro yang dianggap tidak layak bank justru lebih mampu bertahan dibandingkan dengan usaha menengah dan besar yang telah lama menjadi mitra perbankan. Tiga krisis pada tahun 1998, 2008, dan krisis Eropa 2011 menunjukkan UMKM usaha mikro dinilai cukup berhasil menahan laju dampak krisis. Hal ini dikarenakan karakteristik UMKM yang memproduksi barang kebutuhan sehari-hari daripada barang mewah, bersifat lokal dalam produksi dan pemasaran, lebih adaptif dan tidak dibebani oleh biaya administrasi yang mahal, lebih mudah berinovasi dalam pengembangan produk, fleksibilitas dan adaptasi terhadap perubahan pasar yang cepat lebih baik dibandingkan usaha besar.

Untuk mengembangkan dan memperkuat sektor UMKM di Indonesia, sudah tentu UMKM membutuhkan dukungan dari sektor perbankan yang salah satu fungsinya adalah menyalurkan dana kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan. Pembiayaan bagi UMKM dirasa cukup penting mengingat kebutuhan untuk modal kerja dan investasi diperlukan UMKM guna menjalankan usaha dan meningkatkan akumulasi modal mereka. Akan tetapi, persoalan pembiayaan UMKM yang berlaku di bank konvensional selama ini adalah relatif tingginya tingkat suku bunga yang dibebankan serta penyerapan pembiayaan UMKM yang belum maksimal (Rina Destiana, 2016).

Kehadiran perbankan syariah, diharapkan memberi arah baru dalam pengembangan UMKM. Hal ini karena perbankan syariah secara teoritis sangat

berbeda dengan perbankan konvensional. Sesuai dengan namanya mengedepankan prinsip-prinsip syariah dalam operasionalnya, diantaranya menggunakan bagi hasil yaitu sebuah bentuk pengembalian dari kontrak investasi, berdasarkan suatu periode tertentu dengan karakteristik yang tidak tetap dan tidak pasti besar kecilnya perolehan tersebut. Karena perolehan itu sendiri bergantung pada hasil usaha yang telah terjadi.

Perbankan syariah pada umumnya mengaplikasikannya dengan menggunakan sistem *profit sharing* maupun *revenue sharing* tergantung kepada kebijakan masing-masing bank untuk memilih salah satu dari sistem yang ada. Penerapan prinsip ini akan mampu membantu unit-unit usaha mikro yang selama ini tidak mau mengambil kredit ke perbankan konvensional karena suku bunga yang tinggi. Perbankan syariah memadukan aspek moral dan aspek bisnis dalam kegiatan operasionalnya.

Untuk mendapatkan profit dari setiap usahanya, perbankan syariah menghindari bunga dan menerapkan prinsip bagi hasil (*profit and loss sharing*). Atas dasar prinsip ini, bank syariah dan nasabah bersepakat untuk berbagi keuntungan ataupun kerugian dari usaha yang dilakukan sehingga para nasabah tidak dirugikan dan adanya rasa keadilan antara pihak bank dan nasabah (Ikit, 2012). Dengan prinsip operasional berbasis sektor riil perbankan syariah mampu menciptakan daya tahan terhadap krisis ekonomi tahun 1997 dan 2007-2008 sehingga sistem ini diyakini menjadi alternatif utama untuk mengatasi krisis ekonomi dan mempertahankan pertumbuhan ekonomi. Hal ini juga yang menjadi salah satu penyebab mengapa segmen pasar perbankan syariah fokus pada sektor riil, dimana UMKM menjadi salah satu bagiannya.

Tabel 1.2. Total Pembiayaan, DPK, FDR Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah Provinsi Sumatera Utara Tahun 2018 - 2019.

Kab/Kodya	PEMBIAYAAN (Milyar)		DPK (Milyar)		FDR (Persentase)	
	2018	2019	2018	2019	2018	2019
Kab. Deli Serdang	414	478	501	518	82,78%	92,33%
Kab. Langkat	94	105	227	246	41,55%	42,47%
Kab. Karo	35	35	41	39	85,46%	88,37%
Kab. Labuhan Batu	175	209	247	247	70,85%	84,84%
Kota Tebing Tinggi	333	350	273	263	121,99%	132,91%
Kota Pematangsiantar	933	1.033	924	1.008	101,06%	102,56%
Kota Tanjung Balai	37	33	86	84	43,10%	38,62%
Kota Sibolga	168	185	122	116	137,11%	159,80%
Kota Medan	8.296	8.727	9.693	10.223	85,58%	85,37%
Kota Padang Sidempuan	609	621	658	605	92,55%	102,58%

Sumber Data : Statistik Perbankan Syariah, 2020.

Kemudian adapun untuk posisi pembiayaan yang disalurkan untuk usaha mikro dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.3. Penyaluran Pembiayaan Perbankan Syariah Untuk Sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Sumatera Utara Tahun 2017- Agustus 2019

Tahun	BUS (milyar)		BPRS (jutaan)	
	UMKM	Selain UKM	UMKM	Selain UKM
2016	54.530	92.874	3.570.606	3.091.950
2017	58.979	107.694	3.767.877	3.996.074
2018	62.229	118.556	4.086.485	4.637.816
2019 (Agustus)	62.261	124.591	4.419.986	5.522.574

Sumber Data : OJK, Statistik Perbankan Syariah, 2020.

Berdasarkan data di atas, bahwa pembiayaan perbankan syariah untuk usaha Mikro dan Kecil atau UMKM di Sumatera Utara terus naik. Kenaikan jumlah pembiayaan tersebut diharapkan akan terus meningkat setiap tahunnya untuk memenuhi kebutuhan pengusaha mikro, karena kecenderungan perbankan

syariah untuk menyalurkan pembiayaan ke sector riil akan meningkatkan investasi sehingga menstimulus usaha-usaha mikro dan kecil ke arah yang lebih baik. Di samping itu, dengan tidak adanya bunga, maka usaha-usaha mikro lebih memungkinkan untuk stabil, karena motif mencari keuntungan dengan memanfaatkan suku bunga yang fluktuatif relative bisa dihindari.

Industri Syariah saat ini lagi ramainya menyediakan jasa pembiayaan, di antaranya Bank BTPN Syariah yang melakukan Fokus dan konsisten melayani dan memberdayakan masyarakat terutama dari segmen masyarakat berpendapatan rendah, yang terdiri dari para pensiunan, pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM), serta komunitas prasejahtera produktif, saat ini BTPN syariah melayani 3,5 juta nasabah aktif. PT BTPN Syariah konsisten mencatatkan kinerja dan pertumbuhan yang positif. Di kuartal I 2019 bank melakukan pertumbuhan penyaluran pembiayaan sebesar 20%, menjadi 7,51 triliun dibandingkan periode yang sama ditahun sebelumnya senilai Rp 6,24 triliun. Pertumbuhan ini tetap di iringi dengan prinsip kehati-hatian yang tercermin pada tingkat rasio pembiayaan bermasalah NPF (*Net Performing Financing*) sebesar 1,38% (www.btpnsyariah.com, 2019).

Bank BTPN syariah berfungsi sebagai balai usaha terpadu yang isinya berintikan konsep BTPN syariah dengan kegiatan pemberdayaan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil dan menengah, selain itu juga meningkatkan kualitas SDM nasabah. BTPN syariah juga memperkuat perannya dalam memberdayakan dan meningkatkan kualitas hidup mereka dengan berbagai program pelatihan dan pendampingan berkelanjutan. Hingga periode ini, total assets BTPN syariah tumbuh 32% menjadi 12,54 triliun dari 9,49 triliun (year on year). Dana pihak ketiga mencapai 7,82 triliun tumbuh 17% dari 6,70 triliun (year on year). Rasio kecukupan modal (*Capital Adequacy Ratio/ CAR*) berada diposisi 39,4%, Laba Bersih Setelah Pajak (NPAT) mencapai Rp 288 miliar, tumbuh 36% (www.btpnsyariah.com, 2019).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rachma Fauzia, terdapat beberapa permasalahan atau kendala yang dialami ketika pembiayaan disalurkan kepada nasabah yaitu, usahanya macet sementara dana modal sudah diberikan dan perkembangan usaha yang lambat (Rachma Fauzia, 2015). Dari hasil wawancara

yang penulis peroleh dari lapangan, masih banyak masyarakat yang mendapat pembiayaan dari bank BTPN Syariah ini yang usahanya tidak mengalami perkembangan dan tidak dapat meningkatkan pendapatan perekonomiannya dan hanya cukup untuk kebutuhan sehari-hari saja.

Oleh karena itu untuk dapat mengembangkan UMKM, diperlukan campur tangan perbankan syariah yang sangat membantu dalam pembentukan, perluasan dan pengembangan usaha, sehingga penyediaan lapangan pekerjaan semakin terbuka lebar, namun harus diimbangi juga dengan peningkatan sumber daya manusia yang berkualitas sehingga mampu berdaya saing yang akhirnya meningkatkan pendapatan. Keberhasilan peningkatan kesejahteraan berdampak kepada masyarakat sehingga menjadi mandiri dan kokoh dan secara tidak langsung akan menunjukkan ketahanan ekonomi keluarga selanjutnya akan berpengaruh terhadap ketahanan ekonomi masyarakat yang pada akhirnya akan mewujudkan ketahanan ekonomi nasional.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Peran Perbankan Syariah Dalam Pengembangan UMKM dan Pengaruhnya Terhadap Ketahanan Ekonomi Masyarakat (Studi kasus PT Bank BTPN Syariah Cabang Medan)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan tersebut, maka pokok permasalahan yang ada dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana peran perbankan syariah dalam mengembangkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)?
2. Apa saja yang menjadi kendala Bank Syariah dalam mengembangkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah?
3. Bagaimana dampak penerapan perbankan syariah terhadap sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah?
4. Bagaimana dampak perbankan syariah dalam ketahanan ekonomi masyarakat?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah tersebut maka penelitian ini disusun untuk mencapai tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui peran perbankan syariah dalam mengembangkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).
2. Untuk mengetahui kendala Bank Syariah dalam mengembangkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah.
3. Untuk mengetahui dampak penerapan perbankan syariah terhadap sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah.
4. Untuk mengetahui dampak perbankan syariah dalam ketahanan ekonomi masyarakat.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan penulis dari hasil penelitian ini adalah:

1. Secara Teori,
Kontribusi teori, hasil penelitian diharapkan mampu menjelaskan bagaimana kesesuaian teori dengan praktek perbankan syariah khususnya BTPN Syariah dalam menggerakkan sektor UMKM.
2. Secara Praktik
Khususnya bagi PT BTPN syariah, hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk memperbaiki program yang ada dan menjadi bahan masukan bagi bank syariah dalam upaya ekspansi UMKM secara lebih serius.

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Landasan Teori

1. Peran

Peran merupakan aspek dinamis kedudukan. Apabila seseorang melakukan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, dia menjalankan suatu peranan. Setiap orang mempunyai macam-macam peranan yang berasal dari pola-pola pergaulan hidupnya. Hubungan sosial yang ada dalam masyarakat merupakan hubungan antara peranan-peranan individu dalam masyarakat. Peranan diatur oleh norma-norma yang berlaku (Levinson & Soekanto, 2012 : 212).

Peran merupakan aspek dinamis dari kedudukan (status) yang dimiliki oleh seseorang, sedangkan status merupakan sekumpulan hak dan kewajiban yang dimiliki seseorang apabila seseorang melakukan hak-hak dan kewajiban-kewajiban sesuai dengan kedudukannya, maka ia menjalankan suatu fungsi.

Peran merupakan tindakan atau perilaku yang dilakukan oleh seseorang yang menempati suatu posisi didalam status sosial, peran menurut Levinson dan Soekanto mencakup tiga hal, yaitu sebagai berikut:

- a. Peran meliputi norma-norma yang dihubungkan dengan posisi atau tempat seseorang dalam masyarakat. Peran dalam arti ini merupakan rangkaian peraturan-peraturan yang membimbing seseorang dalam kemasyarakatan.
- b. Peran merupakan suatu konsep tentang apa yang dapat dilakukan oleh individu dalam masyarakat sebagai organisasi.
- c. Peran juga dapat dikatakan sebagai perilaku individu yang penting bagi struktur sosial masyarakat.

Peran adalah suatu rangkaian yang teratur yang ditimbulkan karena suatu jabatan. Manusia sebagai makhluk sosial memiliki kecenderungan untuk hidup berkelompok. Dalam kehidupan berkelompok tadi akan terjadi interaksi antara anggota masyarakat yang satu dengan anggota masyarakat yang lainnya. Tumbuhnya interaksi diantara mereka ada saling ketergantungan. Dalam kehidupan bermasyarakat itu muncullah apa yang dinamakan peran (*role*) (Levinson & Soekanto, 2012 : 212).

Jika melihat pengertian tersebut bisa dikatakan peran adalah suatu sikap atau perilaku yang diharapkan oleh banyak orang atau sekelompok orang terhadap seseorang yang memiliki status atau kedudukan tertentu. Peran yang dijalankan seseorang merupakan kewajiban yang harus ia laksanakan terkait dengan status yang dia miliki. Dengan demikian peran diartikan sebagai perilaku yang diharapkan dari seseorang dengan status disandangnya. Perilaku yang sudah dijalankan itu merupakan perilaku seseorang atau disebut perilaku peran.

2. Perbankan Syariah

Indonesia sebagai sebuah negara berpenduduk Muslim terbesar di dunia baru pada akhir-akhir abad ke-20 ini memiliki bank-bank yang mendasarkan pengelolaannya pada prinsip syariah. Pada awal-awal berdirinya negara Indonesia perbankan masih berpegang pada sistem konvensional atau sistem bunga bank (*interest system*). Pada tahun 1983 dikeluarkan paket kebijakan berkaitan dengan pemberian keleluasaan penentuan tingkat suku bunga termasuk bunga nol persen (*zero interest*). Hal ini terus berlangsung paling tidak hingga dikeluarkannya paket kebijakan Oktober (Pakto 88) sebagai kebijakan diregulasi di bidang perbankan yang memperkenalkan berdirinya bank-bank baru.

Secara kelembagaan bank syariah pertama kali yang berdiri di Indonesia adalah PT Bank Muamalat Indonesia (BMI), kemudian baru menyusul bank-bank lain yang membuka jendela syariah (*islamic window*) dalam menjalankan kegiatan usahanya. Melalui *islamic window* ini, bank-bank konvensional dapat memberikan jasa pembiayaan syariah kepada para nasabahnya melalui produk-produk yang bebas dari unsur riba (*usury*), *gharar* (*uncertainty*), dan *maysir* (*speculative*) dengan terlebih dahulu membentuk Unit Usaha Syariah (UUS). UUS adalah unit kerja di kantor pusat bank umum konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor cabang syariah dan atau unit syariah (Khotibul Umam, 2017 : 27).

Indonesia sebagai sebuah negara berpenduduk Muslim terbesar di dunia baru pada akhir-akhir abad ke-20 ini memiliki bank-bank yang mendasarkan pengelolaannya pada prinsip syariah. Pada awal-awal berdirinya negara Indonesia perbankan masih berpegang pada sistem konvensional atau sistem bunga bank (*interest system*). Pada tahun 1983 dikeluarkan paket kebijakan berkaitan dengan

pemberian keleluasaan penentuan tingkat suku bunga termasuk bunga nol persen (*zero inteest*). Hal ini terus berlangsung paling tidak hingga dikeluarkannya paket kebijakan Oktober (Pakto 88) sebagai kebijakan diregulasi di bidang perbankan yang memperkenalkan berdirinya bank-bank baru.

Secara kelembagaan bank syariah pertama kali yang berdiri di Indonesia adalah PT Bank Muamalat Indonesia (BMI), kemudian baru menyusul bank-bank lain yang membuka jendela syariah (*islamic window*) dalam menjalankan kegiatan usahanya. Melalui *islamic window* ini, bank-bank konvensional dapat memberikan jasa pembiayaan syariah kepada para nasabahnya melalui produk-produk yang bebas dari unsur riba (*usury*), *gharar* (*uncertainty*), dan *maysir* (*speculative*) dengan terlebih dahulu membentuk Unit Usaha Syariah (UUS). UUS adalah unit kerja di kantor pusat bank umum konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor cabang syariah dan atau unit syariah (Khotibul Umam, 2017 : 27).

Sedangkan secara yuridis di tataran undang-undang di mulai pada tahun 1992 dengan diundangkannya Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang perbankan yang memuat ketentuan-ketentuan yang secara eksplisit memperbolehkan pengelolaan bank berdasarkan prinsip bagi hasil (*profit and loss sharing*). Hal tersebut dipertegas melalui Peraturan Pemerintah Nomor 72 Tahun 1992 tentang Bank berdasarkan Prinsip Bagi Hasil. Kemudian dipertegas lagi melalui Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 yang merupakan amandemen dari Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992. Dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 ini secara tegas membedakan bank berdasarkan pada pengelolaannya terdiri dari bank konvensional dan bank syariah, baik itu bank umum maupun bank perkreditan rakyat. Adanya undang-undang ini juga sekaligus menghapus Pasal 6 PP No.72 Tahun 1992 yang melarang adanya *dual banking system* (Khotibul Umam, 2017 : 27).

Perbankan syariah merupakan perbankan yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syaria'ah. Prinsip syariah adalah aturan dasar atau aturan pokok yang didasarkan pada hukum Islam, khususnya aturan muamalat yang mengatur hubungan antara bank dengan pihak lain dalam rangka penghimpunan

dan penyaluran dan serta kegiatan perbankan syariah lainnya (Afzalur Rachman, 2005 : 123).

Menurut UU No 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah adalah: Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan Prinsip Syariah dan menurut jenisnya terdiri dari Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (Pasal 1 butir 7) (Pasal 1 butir 7 UU No 21 Tahun 2008, Perbankan Syariah).

Untuk mewujudkan penerapan prinsip syariah, maka produk-produk perbankan syariah harus benar-benar syariah. Adalah sebuah kenyataan bahwa produk-produk pendanaan dan pembiayaan bank syariah memiliki kemiripan dengan bank konvensional, karenanya produk-produk pendanaan dan pembiayaan pada bank syariah harus menghindari unsur-unsur *riba*, *gharar*, dan *maysir* maupun transaksi dalam bisnis-bisnis yang dilarang dalam Islam sehingga benar-benar syariah dan berbeda dengan produk perbankan konvensional.

a. Larangan Riba

Prinsip dasar operasional perbankan syariah yang paling dominan adalah tidak adanya bunga (*riba*). Hal ini didasarkan pada konsep Islam, dimana aktivitas komersial, jasa dan perdagangan harus disesuaikan dengan prinsip bebas bunga/*riba*. Hal ini yang juga menjelaskan mengapa pada tahap awal bank syariah dikenal sebagai bank bebas bunga. Meski demikian menggambarkan sistem perbankan syariah secara sederhana hanya bebas bunga tidak memberikan gambaran yang benar atas sistem ini secara keseluruhan. Alqur'an melarang membayar dan menerima *riba*. Secara teknis *riba* merujuk pada tambahan dalam jumlah pokok pinjaman berdasarkan waktu.

Sesuai anjuran agama yang tertera dalam kitab suci Al-Quran surah Al-Baqarah ayat 275 (Departemen Agama, RI, 2009 : 83) :

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۗ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۚ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۖ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya : Orang-orang yang makan (mengambil) *riba* tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran

(tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya (QS Al-Baqarah ayat 275)

b. Larangan Gharar

Gharar adalah *al-mukhatharah* (pertaruhan) dan *jahalah* (ketidakjelasan). Menurut Dhareer, gharar secara bahasa berarti resiko atau bahaya, sedangkan menurut istilah, gharar mengandung tiga pengertian yaitu: *pertama*, gharar hanya berkaitan dengan kasus-kasus yang meragukan atau ketidakpastian, misalnya saja apakah sesuatu itu akan berlaku atau tidak. *Kedua*, gharar adalah sesuatu yang tidak diketahui, bukan yang meragukan. *Ketiga*, gharar yang merupakan gabungan dari dua kategori, yakni baik yang tidak diketahui maupun yang meragukan.

c. Larangan Maysir

Maysir secara harfiah berarti memperoleh sesuatu dengan sangat mudah tanpa kerja keras atau mendapat keuntungan tanpa kerja. Dalam Islam, *maysir* adalah segala sesuatu yang mengandung unsur judi, taruhan, atau permainan berisiko. Sebagaimana halnya dengan riba, judi dalam segala bentuknya juga dilarang dalam syariat Islam secara bertahap. Pada tahap pertama, Alqur'an

menjelaskan bahwa judi merupakan kejahatan yang memiliki *mudharat* (dosa) lebih besar daripada manfaatnya (QS Al-Baqarah [2]: 219). Tahap berikutnya, judi dan taruhan dengan segala bentuknya dilarang dan dianggap sebagai perbuatan *zalim* dan sangat dibenci (QS Al-Maidah [5]: 90).

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَمُ رَجَسٌ مِّنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, sesungguhnya (meminum) khamar, berjudi, (berkorban untuk) berhala, mengundi nasib dengan panah,

adalah termasuk perbuatan syaitan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan.

Hukum Islam juga mengharamkan setiap aktivitas bisnis yang mengandung unsur judi. Judi di satu sisi dilarang karena merupakan usaha untung-untungan dengan unsur spekulasi yang irasional, tidak logis, dan tidak berdasar. Dari sisi dampak, judi dilarang karena tidak memberikan dampak peningkatan produksi yang akan meningkatkan penawaran agregat di sektor riil. Alasan pelarangan judi ini serupa dengan pelarangan penimbunan barang yang juga akan berdampak pada berkurangnya penawaran barang dan jasa secara agregat. Oleh karena itu, judi secara ekonomis lebih merupakan sebuah upaya agar aktivitas investasi yang terjadi memiliki korelasi nyata terhadap sektor riil dalam rangka meningkatkan penawaran agregat. Judi dapat dikatakan sebagai suatu bentuk investasi yang tidak produktif karena tidak terkait langsung dengan sektor riil dan tidak memberikan dampak meningkatkan penawaran agregat barang dan jasa. Karena hal inilah, maka judi dilarang dalam Islam.

d. Larangan membiayai kegiatan bisnis yang dilarang dalam Islam

Membiayai kegiatan bisnis yang dilarang oleh Islam merupakan hal terlarang bagi perbankan syariah, misalnya perdagangan alkohol. Namun sesungguhnya kalau dikaji lebih dalam kegiatan bisnis yang terlarang dalam Islam bukan hanya membiayai perdagangan alkohol, rokok, dan hal lain yang jelas dilarang secara eksplisit dalam Al Quran, namun juga membiayai proyek yang dilakukan dengan mengusir masyarakat miskin dan mengabaikan hak-hak atas masyarakat miskin.

3. Perbedaan Bank Syariah dengan Bank Konvensional

Dalam beberapa hal, bank konvensional dan bank syariah memiliki persamaan, terutama dalam sisi teknis penerimaan uang, mekanisme transfer, teknologi komputer yang digunakan, syarat-syarat umum memperoleh pembiayaan, laporan keuangan dan sebagainya. Namun terdapat perbedaan yang mendasar antara bank syariah dan bank konvensional, yaitu Muhammad Syafi'i Antonio, 2001 : 30) :

a. Akad dan Aspek Legalitas

Dalam bank syariah, akad yang dilakukan memiliki konsekuensi dunia dan akhirat, karena akad yang dilakukan berdasarkan hukum Islam. Seringkali nasabah melanggar kesepakatan/perjanjian bila hukum itu hanya berdasarkan hukum positif belaka, tetapi tidak demikian bila dibarengi dengan perjanjian yang melibatkan masalah agama. Bila terjadi perselisihan antara bank dengan nasabah, bank syariah dapat merujuk kepada Badan Arbitrase Muamalat Indonesia (BAMUI), dimana penyelesaian dilakukan berdasarkan hukum Islam.

b. Struktur Organisasi

Bank syariah dapat memiliki struktur organisasi yang sama dengan bank konvensional, misalnya dalam hal komisaris dan direksi. Tetapi unsur yang sangat penting adalah keharusan adanya Dewan Pengawas Syariah yang bertugas mengawasi operasional bank dan produk-produknya agar sesuai dengan syariah.

c. Prinsip Pembiayaan

Dalam bank syariah, bisnis dan usaha yang dilakukan tidak terlepas dari pertimbangan syariah. Karena itu bank syariah tidak akan mungkin membiayai usaha yang berkaitan dengan hal-hal yang diharamkan seperti usaha minuman keras dan makanan yang mengandung alkohol, pornografi dan sebagainya.

d. Perhitungan Keuntungan atau Bagi Hasil

Dalam menghitung laba atau bagi hasil bank syariah berpedoman pada syariat Islam. Dengan demikian laba atau bagi hasil tidak dihitung sebagaimana perhitungan bunga dalam sistem bank konvensional.

e. Lingkungan Kerja dan Budaya Perusahaan

Sebuah bank syariah selayaknya memiliki lingkungan kerja yang sejalan dengan syariah. Dalam hal etika misalnya sifat amanah dan shiddiq harus melandasi setiap perilaku dalam diri karyawan sehingga tercipta profesionalisme yang berdasarkan Islam. Demikian pula dalam hal *reward* dan *punishment* (imbalan dan sanksi), diperlukan prinsip keadilan yang sesuai dengan prinsip syariah. Selain itu, cara berpakaian dan tingkah laku karyawan mencerminkan bahwa mereka bekerja dalam sebuah lembaga keuangan yang membawa nama Islam, sehingga tidak ada aurat yang terbuka dan harus bertingkah laku yang

mencerminkan akhlaqul karimah. Demikian pula dalam menghadapi nasabah, akhlak harus senantiasa dijaga.

Perbedaan antara bank syariah dengan bank konvensional dapat ditelaah dari aspek landasan operasional, fungsi dan peran, risiko usaha dan sistem pengawasannya seperti yang disajikan pada tabel dibawah ini:

Tabel 2.1 Bank Syariah Versus Bank Konvensional

Variabel	Bank syariah	Bank konvensional
Landasan Operasional	1. Tidak bebas nilai berdasarkan (prinsip syariah dan Islam). 2. Uang sebagai alat tukar bukan komoditas. 3. Bunga dalam berbagai bentuk dilarang. 4. Menggunakan prinsip bagi hasil dan keuntungan atas transaksi riil.	1. Bebas nilai berdasarkan (prinsip materialistis). 2. Uang sebagai komoditi yang diperdagangkan. 3. Bunga sebagai instrumen 4. Bunga sebagai imbalan terhadap pemilik uang yang ditetapkan dimuka.
Fungsi dan Peran	1. Lembaga Intermediasi 2. Agen investasi/manajer investasi 3. Penyedia jasa lalu lintas pembayaran (tidak bertentangan dengan syariah) 4. Pengelola dana kebajikan/ZIS 5. Hubungan dengan nasabah adalah hubungan kemitraan	1. Lembaga intermediasai 2. Penghimpun dana masyarakat dan meminjamkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dengan imbalan bunga. 3. Penyedia jasa lalu lintas pembayaran 4. Hubungan bank dengan nasabah adalah hubungan debitur-kreditur

	(investor timbal balik pengelola investasi)	
Risiko usaha	1. Dihadapi bersama antara bank dengan nasabah dengan prinsip keadilan dan kejujuran 2. Tidak mengenal kemungkinan terjadinya selisih negatif (<i>negative spread</i>) karena sistem yang digunakan	1. Risiko bank tidak terkait langsung dengan debitur, risiko debitur tidak terkait langsung dengan bank 2. Kemungkinan terjadi selisih negatif antara pendapatan bunga dengan beban bunga.
Sistem pengawasan	1. Adanya Dewan Pengawas Syariah memastikan operasional bank tidak menyimpang dari syariah	1. Aspek moralitas seringkali terlanggar karena tidak adanya nilai-nilai yang religius yang mendasari operasioanl.

4. Produk-Produk Perbankan Syariah

a. Produk Pendanaan

Pada bank syariah, upaya meningkatkan dana dari para nasabah penabung biasa disebut dengan upaya penghimpunan. Penghimpunan dana dari masyarakat yang dilakukan oleh bank dilakukan dalam bentuk tabungan, deposito dan giro yang secara total biasa disebut dengan dana pihak ketiga. Untuk bank syariah, klasifikasi penghimpunan dana yang utama tidak didasarkan atas nama produk melainkan atas prinsip yang digunakan.

Sebagaimana pada bank konvensional, penghimpunan dana di bank syariah dapat berbentuk, giro, tabungan, dan deposito, sedangkan BPRS hanya dapat melayani tabungan dan deposito. Namun demikian mekanisme operasional penghimpunan dana diatas harus disesuaikan dengan prinsip syariah. Prinsip

operasional syariah yang telah diterapkan secara luas dalam penghimpunan dana masyarakat adalah prinsip *Wadiah* dan *Mudharabah* (Adiwarman A Karim, , 2014 : 107).

b. Produk Pembiayaan

1) Pembiayaan Dengan Prinsip Bagi Hasil

Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil biasanya disebut dengan istilah *profit sharing*. Profit sharing dalam kamus ekonomi diartikan pembagian laba yang artinya adalah distribusi beberapa bagian dari laba para pegawai dari suatu perusahaan (Afzalur Rachman, 2005 : 145). Selain ada juga yang menyebut istilah bagi hasil dengan istilah *profit and loss sharing*. Dalam kaitannya dengan perbankan syariah teori ini menyatakan bahwa bank syariah akan memberikan sumber pembiayaan yang luas kepada peminjam berdasarkan atas bagi resiko. Secara umum prinsip bagi hasil dalam perbankan syariah dapat dilakukan dalam empat akad utama yaitu *almusyarakah*, *al-mudharabah*, *al muzara'ah* dan *al-musaqah*.

1. Akad Mudharabah (*Trustee Profit Sharing*)

Mudharabah adalah kerjasama antara dua pihak dimana *shahibul maal* (pihak pertama) menyediakan modal sepenuhnya sedangkan *mudharib* (pihak kedua) menjadi pengelola dana dimana keuntungan dan kerugian dibagi menurut kesepakatan dimuka. Dalam pembiayaan mudharabah, bank bertindak sebagai *shahibul mal* dan nasabah bertindak sebagai *mudharib*. Jangka waktu pembiayaan, pengembalian dana dan pembagian keuntungan ditentukan berdasarkan kesepakatan bank dan nasabah. Meskipun bank tidak ikut serta dalam pengelolaan usaha nasabah, namun bank memiliki hak dalam pengawasan dan pembinaan usaha nasabah. Apabila usaha yang dibiayai tersebut mengalami kerugian, maka sepenuhnya ditanggung oleh bank, kecuali kerugian tersebut terjadi akibat dari kesalahan/penyalahgunaan yang dilakukan oleh nasabah. Dalam hal ini, bank dapat meminta jaminan/agunan untuk mengantisipasi resiko apabila nasabah tidak memenuhi kewajiban sebagaimana dimuat dalam akad.

Berdasarkan kewenangan yang diberikan kepada *mudharib*, mudharabah dibagi menjadi 2 (dua) jenis, yakni:

- a) Mudharabah Mutlaqah: Mudharib diberi kewenangan penuh oleh *shahibul maal* untuk mengelola modal tanpa batasan dalam usaha yang dianggap baik dan menguntungkan. Dalam hal ini tanggung jawab atas pengelolaan modal usaha berada pada *mudharib* (sesuai dengan praktek kebiasaan usaha normal yang sehat (*uruf*))
- b) Mudharabah Muqayyadah (*restricted investment*: *Shahibul maal* bertindak selaku channelling agent dan berwenang menetapkan syarat dan batasan tertentu terhadap penggunaan dana oleh *mudharib*, seluruh resiko kerugian kegiatan usaha tidak ditanggung oleh bank, melainkan oleh investor (pemilik dana), kecuali jika nasabah lalai. Dalam skim pembiayaan ini, *mudharib* tidak diperbolehkan untuk mencampurkan modal dengan dana lain. pada umumnya digunakan untuk investasvi khusus dan reksadana.

2. Akad Musyarakah

Musyarakah adalah adalah perjanjian pembiayaan antara bank Syariah dengan nasabah yang membutuhkan pembiayaan, dimana Bank dan nasabah secara bersama membiayai suatu usaha atau proyek yang juga dikelola secara bersama atas prinsip bagi hasil sesuai dengan penyertaan dimana keuntungan dan kerugian dibagi sesuai kesepakatan dimuka. Untuk itu dapat diberlakukan perjanjian usaha patungan diantara pengusaha. Dalam *musyarakah*, keuntungan, dan kerugian dibagi menurut proporsi yang telah ditentukan sebelumnya, sesuai dengan prinsip *Profit and Loss Sharing Principle*. Perbedaan yang mendasar antara *musyarakah* dan *mudharabah* terletak pada besarnya kontribusi dana atau modal yang disertakan. Dalam *mudharabah*, modal hanya berasal dari satu pihak yaitu pihak bank sebagai *sahibul mal* dengan penyertaan modal 100 persen, sedangkan dalam *musyarakah* penyertaan modal berasal dari dua pihak atau lebih yang besarnya ditentukan diawal kesepakatan secara bersama.

3. Muzara'ah

Muzara'ah adalah mudharabah dalam bidang pertanian yaitu kerjasama pengolahan pertanian antara pemilik lahan dan penggarap, dimana pemilik lahan memberikan lahan pertanian kepada si penggarap untuk ditanami dan dipelihara dengan imbalan bagian tertentu (*presentase*) dari hasil panen. Muzara'ah sering diidentikkan dengan mukhabarah, namun apabila dikaji lebih dalam terdapat

perbedaan yang mendasar yaitu pada Muzara'ah benih berasal dari pemilik sedangkan pada Mukhabarah benih dari penggarap.

4. Musaqah

Musaqah adalah bentuk sederhana dari muzara'ah dimana si penggarap hanya bertanggung jawab atas penyiraman dan pemeliharaan, sebagai imbalan si penggarap berhak atas nisbah tertentu dari hasil panen. Ada yang mengatakan musaqah adalah musyarakah dalam urusan pemeliharaan buah-buahan.

Pembiayaan dengan akad *mudharabah* dan *musyarakah* pada dasarnya merupakan pembiayaan yang sempurna, hal ini dikarenakan pada pembiayaan tersebut digunakan prinsip bagi hasil keuntungan (*profit sharing*). Selain menggunakan prinsip bagi hasil keuntungan (*profit sharing*), hal lain yang membuat ideal adalah adanya pembagian kerugian (*loss sharing*). Kerugian pada pembiayaan dengan akad *mudharabah* akan ditanggung sepenuhnya oleh bank, kecuali bila nasabah melakukan kelalaian dan kesengajaan yang menyebabkan dialaminya kerugian. Kerugian pada pembiayaan dengan akad *musyarakah* akan dihitung sesuai dengan porsi modal masing-masing pihak, yaitu pihak bank dan nasabah. Pada dasarnya dengan prinsip bagi kerugian (*loss sharing*) ini, maka kedua pihak yaitu pihak nasabah dan pihak bank akan berusaha untuk menghindari terjadinya kerugian tersebut. Mereka akan bekerja sama guna menghindari terjadinya kerugian usaha mereka, nasabah akan bekerja keras dalam mengembangkan usahanya, di sisi lain pihak bank memberikan pembinaan dan pengawasan dalam usaha tersebut.

2) Pembiayaan dengan Prinsip Sewa (Ijarah)

Ijarah merupakan transaksi sewa menyewa atas suatu barang dan atau upah mengupah atas suatu jasa dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa atau imbalan jasa sesuai dengan kesepakatan dan setelah masa sewa berakhir maka barang dikembalikan kepada bank. Ijarah tidak dapat dilakukan secara langsung oleh pihak bank melainkan oleh anak perusahaan bank. Bank syariah hanya wajib menyediakan barang yang disewakan. Baik barang milik bank maupun bukan milik bank untuk kepentingan nasabah berdasarkan kesepakatan. Namun demikian, Bank mempunyai hak pemanfaatan atas barang yang disewakan. Jenis-jenis Ijarah adalah sebagai berikut:

- a) *Ijarah wa iqtina (hire purchase)*: Kesepakatan sewa menyewa dimana telah diperjanjikan sebelumnya antara bank (*muajjir*) dengan penyewa (*mustajir*) bahwa pada saat kontrak berakhir, *mustajir* dapat memiliki barang disewakan. Dalam kontrak telah diatur bahwa cicilan sewa sudah termasuk cicilan pokok harga barang sewa.
 - b) *Ijarah Mutlaqah (operating lease)*: Merupakan suatu kontrak leasing untuk kepentingan sewa menyewa barang, aset, pekerja atau tenaga ahli dalam jangka waktu tertentu atau untuk usaha/proyek tertentu.
 - c) *Musyarakah Mutanaqisah (decreasing participation)*: Kombinasi penyertaan modal dengan sewa menyewa. Pada umumnya banyak digunakan dalam pembiayaan kredit perumahan dan proses refinancing dalam restrukturisasi kredit.
- 3) Pembiayaan dengan Prinsip Jual Beli
- a) *Murabahah*

Merupakan akad jual beli yang disepakati antara Bank syariah dengan nasabah, dimana bank menyediakan pembiayaan untuk pembelian bahan baku atau modal kerja lainnya yang dibutuhkan nasabah, yang akan dibayar kembali oleh nasabah sebesar harga jual bank (harga beli bank dari pemasok ditambah dengan margin keuntungan) pada waktu yang ditetapkan sesuai kesepakatan. Kepemilikan barang akan berpindah dari bank kepada nasabah segera setelah akad jual beli ditandatangani. Dalam hal bank mewakilkan kepada nasabah untuk membeli barang (*wakalah*), maka akad *murabahah* harus dilakukan setelah barang secara prinsip menjadi milik bank. Dalam *murabahah*, cara pembayaran dan jangka waktunya disepakati oleh kedua belah pihak. dapat dilakukan secara lumpsum ataupun angsuran secara proporsional dan bank berwenang meminta nasabah untuk menyediakan jaminan untuk mengantisipasi resiko apabila nasabah tidak memenuhi kewajiban sebagaimana dimuat dalam akad. Bank juga dapat meminta pembayaran uang muka (*urbun*) oleh nasabah saat awal akad. Selama akad jual beli belum berakhir, harga jual beli tidak boleh berubah, bila terjadi perubahan maka akad menjadi batal. Pada umumnya sering dilakukan dalam pembiayaan kredit perumahan.

- b) *Salam*

Merupakan akad jual beli antara bank dengan nasabahnya atas suatu barang dimana harganya dibayar oleh bank dengan segera, sedangkan barangnya akan diserahkan kemudian oleh nasabah (produsen) kepada bank dalam jangka waktu yang telah disepakati. Selanjutnya, bank dapat menjual kembali barang tersebut kepada nasabah/pihak lain (pembeli) maupun kepada nasabah (produsen) semula secara angsuran. Syarat utama dari salam adalah jenis, macam, ukuran, mutu dan jumlah barang yang dijual harus jelas dan menguntungkan. Keuntungan diperoleh oleh bank dari selisih harga jual barang antara bank kepada pihak lain (pembeli) dan nasabah (produsen) kepada bank. Pada umumnya banyak dilakukan untuk pembiayaan sektor pertanian.

c) Istishna

Merupakan akad jual beli yang dilakukan antara nasabah sebagai pemesan/pembeli (*mustashni*) dengan bank syariah sebagai produsen/penjual (*shani*) dimana penjual (pihak bank) membuat barang yang dipesan oleh nasabah. Bank untuk memenuhi pesanan nasabah dapat mensubkan pekerjaannya kepada pihak lain dan barang yang akan diperjualbelikan harus dibuat lebih dulu dengan kriteria yang jelas. Pada umumnya, pembiayaan istishna dilakukan untuk pembiayaan konstruksi.

4) Pembiayaan dengan Prinsip Akad Pelengkap

a) Hiwalah

Merupakan pengalihan piutang nasabah kepada bank syariah untuk membantu nasabah mendapatkan modal tunai agar dapat melanjutkan produksinya dan bank mendapat imbalan atas jasa pengalihan piutang tersebut. Hiwalah secara umum merupakan anjak piutang.

b) Rahn

Merupakan transaksi gadai antara bank syariah dengan pemilik barang yang membutuhkan dana dimana pemilik barang tersebut dapat menggadaikan barang yang dimilikinya untuk menjadikan barang tersebut sebagai jaminan hutang kepada bank, hingga pemilik barang yang bersangkutan boleh mengambil barangnya setelah melunasi hutangnya kepada bank. Bank akan membebaskan jasa gadai sesuai dengan kesepakatan.

c) Qard

Merupakan kontrak antara bank syariah dengan nasabahnya untuk memfasilitasi nasabah yang membutuhkan dana talangan segera untuk jangka waktu yang sangat pendek. Dalam hal ini, bank menyediakan fasilitas pinjaman dana kepada nasabah yang patut, dan nasabah hanya berkewajiban mengembalikan sejumlah pinjaman, sedangkan bank dilarang meminta imbalan apapun dari nasabah, kecuali nasabah memberikan dengan sukarela. Aqad qard didasarkan pada prinsip kebajikan yaitu penerimaan dan penyaluran dana kebajikan dalam bentuk pinjaman untuk tujuan menolong golongan miskin dengan penggunaan produktif tanpa diminta imbalan kecuali pengembalian pokok hutang.

5) Pembiayaan Multijasa

Pembiayaan Multijasa merupakan pola pembiayaan yang menggunakan akad ijarah atau Kafalah. Dalam pembiayaan dimaksud, bank syariah memperoleh fee dari imbalan jasa (*ujrah*) sesuai dengan kesepakatan awal, yang dinyatakan dalam bentuk nominal, bukan dalam bentuk prosentase. Wakalah yaitu pihak pertama memberikan kuasa kepada pihak kedua (sebagai wakil) untuk urusan tertentu dimana pihak kedua mendapat imbalan berupa fee atau komisi. Kafalah yaitu pihak pertama bersedia menjadi penanggung atas kegiatan yang dilakukan oleh pihak kedua sepanjang sesuai dengan yang diperjanjikan dimana pihak pertama menerima imbalan berupa fee atau komisi (garansi).

5. Kewirausahaan

Wirausaha atau kewirausahaan dilihat dari segi etimologi, kewirausahaan berasal dari kata wira dan usaha. Wira berarti pejuang, pahlawan, manusia unggul, teladan, berbudi luhur, gagah berani, dan berwatak agung. Adapun usaha berarti perbuatan amal, bekerja, berbuat sesuatu. Dengan demikian, wirausaha adalah pejuang atau pahlawan yang berbuat sesuatu (Hendro, 2011 : 24).

Wirausaha (*entrepreneur*) adalah seseorang yang mengambil resiko atas kesepakatan sejumlah uang yang telah ditentukan dalam kesepakatan tersebut. Kewirausahaan adalah profesi yang cukup tua di dunia ini. Profesi itu ada sejak dilakukannya pertukaran barang atau barter di dalam

kehidupan sehari-hari dan diteruskan setelah ditemukannya alat pertukaran barang yang disebut uang logam, baik dengan standar uang emas ataupun uang kertas (Hendro, 2011 : 24). Dan juga wirausaha adalah orang yang pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk mengadakan produk baru, mengatur permodalan operasinya, serta memasarkannya.

Menurut Ahmad Sanusi kewirausahaan adalah nilai yang diwujudkan dalam perilaku yang dijadikan sumber daya, tenaga penggerak, tujuan, siasat, kiat, proses, dan hasil. Menurut Soeharto Prawiro kewirausahaan adalah nilai yang dibutuhkan untuk memulai sebuah usaha dan mengembangkan usaha, proses dalam mengerjakan sesuatu yang baru (kreatif) dan berbeda (inovatif) yang bermanfaat dalam memberikan nilai lebih. Menurut Drucker, 1959, Menurut Zimmerer, 1996 adalah proses penerapan kreativitas dan keinovasian dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan usaha. Menurut Stoner James (1997) kewirausahaan sebagai kemampuan mengambil faktor-faktor produksi lahan kerja, tenaga kerja, dan modal menggunakannya untuk memproduksi barang atau jasa baru, wirausahawan menyadari peluang yang tidak dilihat atau tidak dipedulikan oleh eksekutif bisnis lain.

Menurut Paul H Wilken menjelaskan bahwa kewirausahaan mencakup upaya mengawali perubahan dalam produksi, sedangkan manajemen mencakup koordinasi proses produksi yang sudah berjalan, menurut Richard Cantillon 1725, kewirausahaan sebagai orang-orang yang menghadapi risiko yang berbeda dengan orang yang menyediakan modal. Cantillon lebih menekankan pada bagaimana seseorang menghadapi risiko atau ketidakpastian. Pendapat yang sama juga dikemukakan oleh Blaudeau (1797) bahwa kewirausahaan adalah orang-orang yang menghadapi risiko, merencanakan, mengawasi, mengorganisasi, dan memiliki.

Demikian halnya Albert Shapero (1975) mendefinisikan sebagai pengambilan inisiatif mengorganisasi suatu mekanisme sosial ekonomi dan menghadapi risiko kegagalan, menurut Joseph Schumpeter (1934) adalah melakukan hal-hal baru atau melakukan hal-hal yang sudah dilakukan

dengan cara baru, termasuk penciptaan produk baru dengan kualitas baru, metode produksi, pasar, sumber pasokan, dan organisasi Schumpeter mengaitkan wirausaha dengan konsep yang diterapkan dalam konteks bisnis dan mencoba menghubungkan dengan kombinasi berbagai sumber daya, menurut Hisrich, Peters, dan Sheperd (2008) sebagai proses penciptaan sesuatu yang baru pada nilai menggunakan waktu dan upaya yang diperlukan, menanggung risiko keuangan, fisik, serta risiko sosial yang mengiringi, menerima imbalan moneter yang dihasilkan, serta kepuasan dan kebebasan pribadi,

Menurut Wennekers dan Thurik (1999) melengkapi definisi kewirausahaan dengan menyintesiskan peran fungsional wirausahawan sebagai: “ kemampuan dan kemauan nyata seorang individu, yang berasal dari diri mereka, baik tim di dalam maupun di luar organisasi yang ada untuk menemukan dan menciptakan peluang ekonomi baru, yang meliputi produk, metode produksi, skema organisasi, dan kombinasi barang-pasar, serta untuk memperkenalkan ide-ide mereka di pasar” Selain menekankan pada penciptaan hal-hal baru dan risiko (Rusdiana, 2018 : 45).

Kewirausahaan (*entrepreneurship*) bukan merupakan ilmu ajaib yang mendatangkan uang dalam waktu sekejap, melainkan sebuah ilmu, seni dan keterampilan untuk mengelola semua keterbatasan sumber daya, informasi dan dana yang ada guna mempertahankan hidup, mencari nafkah, atau meraih posisi puncak dalam karir (Hendro, 2011 : 5).

6. Kewirausahaan dalam Pandangan Islam

Islam memang tidak memberikan penjelasan secara eksplisit terkait konsep tentang kewirausahaan (*entrepreneurship*) ini, namun di antara keduanya mempunyai kaitan yang cukup erat; memiliki ruh atau jiwa yang sangat dekat, meskipun bahasa teknis yang digunakan berbeda.

Dalam Islam digunakan istilah kerja keras, kemandirian (*biyadihi*), dan tidak cengeng. Setidaknya terdapat beberapa ayat al-Qur'an maupun Hadis yang dapat menjadi rujukan pesan tentang semangat kerja keras dan kemandirian ini, seperti;

وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَى
عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ﴿١٠٥﴾

Artinya :“Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan”(Q.S. at-Taubah: 105) (Departemen Agama RI, 2009 : 203).

Oleh karena itu, apabila shalat telah ditunaikan maka bertebaranlah kamu di muka bumi dan carilah karunia (rizki) Allah. (Q.S. al-Jumu'ah: 10). (Departemen Agama RI, 2009 : 554).

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا
اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

Artinya : “Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung” (QS : al Jumuah : 10)

Bahkan sabda Nabi, “Sesungguhnya bekerja mencari rizki yang halal itu merupakan kewajiban setelah ibadah fardlu” (HR.Tabrani dan Baihaqi). Nash ini jelas memberikan isyarat agar manusia bekerja keras dan hidup mandiri. Bekerja keras merupakan esensi dari kewirausahaan. Prinsip kerja keras, menurut Wafiduddin, adalah suatu langkah nyata yang dapat menghasilkan kesuksesan (rezeki), tetapi harus melalui proses yang penuh dengan tantangan (reziko). Dengan kata lain, orang yang berani melewati resiko akan memperoleh peluang rizki yang besar. Kata rizki memiliki makna bersayap, rezeki sekaligus reziko (baca; resiko).

Islam mewajibkan setiap umatnya untuk memperoleh berbagai kemudahan, dan sarana mendapatkan rezeki, atau penghasilan. Diriwayat dari jabir bin abdullah bahwa Rasulullah Sallallahu Alaihi Wasallama bersabda :Wahai umat manusia beraqwalah kepada Allah dan sederhankanlah dalam mencari rezeki. Sesungguhnya seesorang tidak akan

meninggal sebelum rezekinya lengkap sekalipun Allah melambatkan darinya. Bertakwalah kepada Allah dan sederhanakanlah dalam mencari rezeki. Ambillah yang halal dan tinggalkan yang haram (HR. Ibnu Majah) (Abi Abdillah, 2015 : 51).

Dalam ajaran Islam, manusia diwajibkan untuk berusaha agar mendapatkan rezeki guna memenuhi kebutuhan kehidupannya. Islam juga mengajarkan kepada manusia bahwa Allah Maha Pemurah sehingga rezekinya sangat luas. Bumi dan semua isinya diciptakan sebagai lapangan kehidupan manusia untuk berusaha mencapai dan memenuhi keperluan diri dan masyarakat secara keseluruhan. Untuk itu, manusia harus bekerja karena kerja adalah fitrha bagi memenuhi kebutuhan. Bahkan, Allah tidak memberikan rezeki itu kepada kaum Muslim saja, tetapi kepada siapa saja yang bekerja keras. Sejarah juga mencatat sejumlah tokoh Islam terkenal yang juga sebagai pengusaha tangguh, Abdul Ghani Aziz, Agus Dasaad, Djohan Soetan, Perpatih, Jhohan Soelaiman, Haji Samanhudi, Haji Syamsuddin, Niti Semito, dan Rahman Tamin. Apa yang tergambar di atas, setidaknya dapat menjadi bukti nyata bahwa etos bisnis yang dimiliki oleh umat Islam sangatlah tinggi, atau dengan kata lain Islam dan berdagang ibarat dua sisi dari satu keping mata uang (Aprijon, 2013 : 53).

7. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

a. Definisi Usaha Mikro Kecil dan Menengah

UMKM adalah singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. UMKM diatur berdasarkan UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Dalam undang-undang tersebut dijelaskan bahwa sebuah perusahaan yang digolongkan sebagai UMKM adalah perusahaan kecil yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu.

Di Indonesia, usaha mikro kecil dan menengah sering disingkat (UMKM), UMKM saat ini dianggap sebagai cara yang efektif dalam pengentasan kemiskinan. Dari statistik dan riset yang dilakukan, UMKM mewakili jumlah kelompok usaha terbesar. UMKM merupakan kelompok pelaku terbesar dalam

perekonomian Indonesia dan terbukti menjadi pengaman perekonomian nasional dalam masa krisis, serta menjadi dinamisator pertumbuhan ekonomi pasca krisis ekonomi. Selain menjadi sektor usaha yang paling besar kontribusinya terhadap pembangunan nasional, UMKM juga menciptakan peluang kerja yang cukup besar bagi tenaga kerja dalam negeri, sehingga membantu upaya mengurangi pengangguran. Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, UMKM didefinisikan sebagai berikut (UUD UMKM No. 20 2008 Pasal 1:

Tabel 2.3 Usaha Mikro Kecil dan Menengah

No	Usaha	Defenisi	Kriteria
1	Usaha Mikro	Usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha milik perorangan.	Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha serta memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000 (tiga ratus juta rupiah).
2	Usaha Kecil	Usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik	Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000 (tiga ratus juta rupiah) sampai

		langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau besar.	dengan paling banyak Rp2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
3	Usaha Menengah	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 atau usaha besar.	Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000 (lima puluh milyar rupiah).

Sumber Data : Dinas UMKM dan Koperasi, 2023

Menurut BPS (Badan Pusat Statistik) mendefinisikan UMKM berdasarkan kuantitas tenaga kerja. Usaha kecil merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5 orang sampai dengan 19 orang, sedangkan usaha menengah merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 20 orang sampai dengan 99 orang. Pengertian lain berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan Nomor 316/KMK 016/1994 tanggal 27 Juni 1994 bahwa Usaha Kecil sebagai perorangan/badan usaha yang telah melakukan kegiatan/usaha yang mempunyai penjualan/omset per tahun setinggi-tingginya Rp600.000.000 atau aset setinggi-tingginya Rp600.000.000 (di luar tanah dan bangunan yang ditempati). Contohnya Firma, CV, PT, dan Koperasi yakni dalam bentuk badan usaha. Sedangkan contoh dalam bentuk

perorangan antara lain pengrajin industri rumah tangga, peternak, nelayan, pedagang barang dan jasa dan yang lainnya.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa UMKM merupakan sebuah usaha yang pengelompokkannya berdasarkan beberapa kriteria seperti jumlah tenaga kerja, berdasarkan omset ataupun kekayaan bersih yang dimiliki oleh usaha.

b. Landasan hukum Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Landasan hukum tentang Usaha Kecil dan Menengah tercantum dalam Undang-Undang Nomor. 9 Tahun 1995 tentang usaha kecil. Untuk memperkuat permodalan dikeluarkan peraturan menteri Negara Koperasi dan UKM RI Nomor 10/PER/M.KUKM/VI/2006 tentang petunjuk teknis program pembiayaan produktif koperasi dan usaha mikro (P3KUM) pola syariah (Euis Amalia, Pers, 2009 : 48).

Ada beberapa perintah ajaran agama Islam agar umatnya melakukan usaha bisnis yaitu (Irfadila, 2011) :

1) Berbisnis bagian dari kehidupan

Sebagaimana firman Allah dalam surat Al-Jumuah ayat 10 yang mengatakan:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya : Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.

2) Berbisnis mencari ridha Allah, bukan untung

Kegiatan bisnis bagi umat Islam ditujukan tidaklah mencari untung yang besar semata sebab bila pelaku bisnis hanya mengutamakan untung yang besar maka yang bersangkutan akan terjebak pada mengejar laba baik haram maupun halal. Berbisnis dalam Islam tidaklah mengutamakan untung besar, tetapi berusaha untuk menyenangkan pelanggan dalam memberi produk kita oleh karena itu seorang muslim dalam berbisnis harus ikhlas, dan memberi kesan baik bagi pembeli.

3) Berbisnis sama dengan manifestasi kerja keras

Suatu hasil usaha yang diperoleh dengan cara bekerja keras membanting tulang, mandi keringat merupakan rezeki yang halal dalam ajaran Islam. Suatu kegiatan bisnis merupakan suatu kerja keras, karena ia didahului oleh kepercayaan pada diri sendiri, membuat prestasi dengan sepenuh hati, keberanian menerima resiko, serta memasang niat hanya untuk mencari ridha Allah semata. Dalam kerja keras ini tersembunyi adanya kepuasan batin, yang tidak dinikmati oleh profesi lain. Agama Islam tidak hanya menekankan kerja keras hanya untuk dunia semata, atau akhirat saja, tetapi untuk kedua-duanya. Artinya dalam mencari kehidupan dunia jangan sampai melupakan bekal untuk akhirat.

c. Karakteristik Usaha Kecil Mikro dan Menengah

Ada empat alasan yang menjelaskan posisi strategis UMKM di Indonesia:

- 1) UMKM tidak memerlukan modal yang besar sebagaimana perusahaan besar sehingga pembentukan usaha ini tidak sesulit usaha besar.
- 2) Tenaga kerja yang diperlukan tidak menuntut pendidikan formal tertentu.
- 3) Sebagian besar berlokasi di pedesaan dan tidak memerlukan infrastruktur sebagaimana perusahaan besar.
- 4) UMKM terbukti memiliki ketahanan yang kuat ketika Indonesia dilanda krisis ekonomi.

d. Kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Berdasarkan kekayaan dan hasil penjualan, menurut UU No 20 Tahun 2008 Pasal 6, kriteria usaha mikro yaitu:

- 1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp.50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau
- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp.300.000.000 (tiga ratus juta rupiah)

Kriteria usaha kecil adalah sebagai berikut:

- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.500.000.000 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau

- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300.000.000 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

Sedangkan kriteria Usaha menengah sebagai berikut:

- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.500.000.000 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.10.000.000.000 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau
- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.50.000.000.000 (lima puluh milyar rupiah).

e. Jenis-jenis Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Menurut Soetrisni bahwa jenis-jenis usaha kecil dan menengah di Indonesia dari segi kelembagaan ekonomi sektoral terdiri dari sektor koperasi, sektor negara, dan sektor swasta yang terbagi atas Perseroan Terbatas, Perseroan Komanditer Firma, Usaha Perorangan, dan Perusahaan International (Edilius, et.all., 1992 : 2) Jika ditinjau dari berdasarkan tanggung jawabnya, yaitu tanggung jawab pemilik terhadap utang-utang perusahaan maka perusahaan dibagi atas:

- 1) Perusahaan dengan pemilik yang bertanggungjawab sepenuhnya terhadap utang perusahaan, seperti perusahaan perorangan dan firma
- 2) Perusahaan dengan pemilik yang tidak bertanggungjawab sepenuhnya terhadap utang perusahaan, seperti Perseroan Terbatas.

Berdasarkan laporan Kelompok Pakar Usaha Menengah Kecil (UMK) bahwa di Indonesia telah teridentifikasi empat kelompok di lingkungan APEC, yaitu (Euis Amalia, 2009 : 47):

- 1) Kelompok A adalah kelompok UMK yang telah memasuki pasar global. Kelompok usaha ini telah menjadi sub usaha kontrak dari perusahaan multi nasional terutama di sektor otomotif dan elektrik.
- 2) Kelompok B adalah UMK yang telah memasuki pasar Internasional. Kelompok usaha ini telah mampu mengeksport, tetapi atas dasar pesanan luar negeri dan bukan atas upaya pemasaran yang agresif.
- 3) Kelompok C adalah kelompok yang belum pernah melakukan transaksi keluar negeri tetapi memiliki potensi yang besar.

- 4) Kelompok D adalah kelompok UMK yang memang tidak berorientasi ke pasar luar negeri. Adapun kelompok ini yang merupakan kelompok yang dominan di Indonesia.

Saat ini banyak ragam jenis usaha kecil dan menengah di Indonesia, tetapi secara garis besar dikelompokkan dalam empat kelompok diantaranya (Euis Amalia, 2009 : 47):

- 1) Usaha perdagangan, meliputi keagenan seperti agen koran atau majalah, sepatu, pakaian dan lain-lain. Ekspor atau impor seperti produk lokal dan internasional. Sektor informal seperti pengumpulan barang bekas, pedagang kaki lima, dan lain-lain.
- 2) Usaha pertanian, meliputi perkebunan yaitu pembibitan dan kebun buah-buahan, sayur-sayuran, dan lain-lain. Peternakan yaitu ternak ayam petelur, susu sapi. Serta perikanan yaitu darat atau laut seperti tambak udang, kolam ikan dan lain-lain.
- 3) Usaha industri, meliputi Industri makanan atau minuman, pertambangan, pengrajinan, konfeksi, dan lain-lain.
- 4) Usaha jasa, Jasa konsultan yaitu perbengkelan, restoran, jasa konstruksi, jasa transportasi, jasa telekomunikasi, jasa pendidikan, dan lain-lain.

f. Permasalahan dan Penghambat UMKM

Pengembangan UMKM sesungguhnya merupakan sebuah keniscayaan mengingat peranan UMKM terhadap perekonomian sangat besar. Namun demikian, pengembangan UMKM tidaklah mudah, mengingat UMKM adalah sektor usaha yang cukup banyak menyimpan permasalahan. Dalam kepustakaan tentang UMKM dan persoalannya, masalah pendekatan yang dilakukan sangat mempengaruhi cara pandang dan tawaran terhadap penyelesaian persoalan yang dihadapi UMKM. Berdasarkan penelusuran kepustakaan, paling tidak ada tiga paradigma tentang permasalahan UMKM. Ketiga paradigma ini tidak seratus persen berbeda, namun paling tidak dari tiga paradigma ini diperoleh penjelasan mengenai permasalahan UMKM dan jalan keluarnya.

Paradigma pertama adalah *paradigm modernisasi*. Gagasan utamanya terletak pada akar persoalan yang dihadapi UMKM. Menurut paradigma ini persoalan UMKM terletak pada keterbelakangan budaya, kebodohan, dan

kemiskinan absolute yang ada pada diri pelaku UMKM. Dengan demikian inti permasalahan terletak pada pelaku UMKM.

Paradigma kedua adalah *paradigma liberal* yang melihat permasalahan UMKM dari sisi tatanan sosial yang tidak berfungsi secara baik, kurangnya peran pemerintah dalam memberikan kesempatan berusaha bagi semua pihak. Menurut paradigma ini perubahan kebijakan pemerintah yang bias membuka kesempatan dan akses seluas-luasnya kepada pelaku UMKM merupakan solusi untuk mengatasi permasalahan UMKM. Jika pada paradigma modernisasi model perubahannya pada mentalitas, maka pada paradigma liberal lebih menekankan pada perubahan kebijakan fungsional dengan tujuan ideologis menegakkan hak azasi manusia, hukum, dan aturan-aturan yang berlaku di sektor UMKM. Menurut paradigma liberal, permasalahan UMKM dibedakan menjadi tiga yaitu (Andang Setyobudi, 2007 : 29):

- 1) Permasalahan yang bersifat klasik dan mendasar pada UKM (*basic problems*), antara lain berupa permasalahan modal, bentuk badan hukum yang umumnya non formal, SDM, pengembangan produk dan akses pemasaran.
- 2) Permasalahan lanjutan (*advanced problems*), antara lain pengenalan dan penetrasi pasar ekspor yang belum optimal, kurangnya pemahaman terhadap desain produk yang sesuai dengan karakter pasar, permasalahan hukum yang menyangkut hak paten, prosedur kontrak penjualan serta peraturan yang berlaku di Negara tujuan ekspor.
- 3) Permasalahan antara (*intermediate problems*), yaitu permasalahan dari instansi terkait untuk menyelesaikan masalah dasar agar mampu menghadapi persoalan lanjutan secara lebih baik. Permasalahan tersebut antara lain dalam hal manajemen keuangan, agunan dan keterbatasan dalam kewirausahaan.

Berbeda dengan dua paradigma di atas, paradigma ketiga yaitu *paradigma transformatif* melihat bahwa tatanan sosial ekonomi tidak adil, dan struktur sosial tempat pelaku UMKM berada merupakan hasil pemaksaan sebahagian golongan masyarakat yang selalu dipermasalahkan. Paradigma sosial melihat bahwa masalah yang dihadapi UMKM berakar pada struktur sosial dan hubungan-

hubungan yang ada di dalamnya yang tidak adil. Oleh karena itu pemecahannya adalah perubahan sistem atau penataan kembali struktur sosial. Pemerintah atau lembaga-lembaga pemberi bantuan bukan solusi untuk mengatasi persoalan UMKM, melainkan masyarakat itu sendiri. Dengan menggunakan pendekatan ini kesenjangan antara UMKM dengan usaha besar merupakan persoalan yang sangat serius dan disebabkan di antaranya oleh Penerapan strategi neoliberal pro pertumbuhan, adanya pemusatan pengelolaan keuangan untuk memfasilitasi usaha besar, mobilisasi dana masyarakat lewat perbankan untuk memfasilitasi usaha besar, kolusi antara pemerintah, pengusaha besar dan banker serta perampasan hak ekonomi UMKM (Baswir, 2000 : 47-56.)

Dalam perspektif manajemen, kelemahan UMKM meliputi berbagai aspek manajemen seperti sumber daya manusia, keuangan, operasional (produksi dan teknologi produksi) dan pemasaran.

1) Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam pengembangan UMKM. Diyakini bahwa sumber daya manusia yang berkualitas akan mampu menghasilkan produk yang berkualitas. Sumber daya manusia memiliki cakupan yang sangat luas, bukan hanya tingkat pendidikan namun juga meliputi motivasi, etos kerja, produktivitas dan kualitas tenaga kerja. (Tulus Tambunan, 2002). Semua aspek sumber daya manusia tersebut sangat penting, semakin baik tingkat kualitasnya maka UMKM akan semakin kompetitif.

Peningkatan kualitas SDM sangat penting, tidak hanya kepada pemilik usaha, tetapi juga para pekerjanya. Semangat kewirausahaan dan peningkatan produktivitas yang didukung pengembangan teknologi menjadi penting dalam fokus penguatan SDM. Di sisi lain, penggunaan teknologi makin penting mengingat 60 persen proses produksi UMKM masih dilakukan secara sederhana. Hal Ini mengindikasikan bahwa penguasaan IPTEKS dan keahlian pemasaran oleh SDM UKM masih sangat terbatas.

Sebagian besar UMKM di Indonesia belum menerapkan sistem organisasi dan manajemen yang umum diterapkan di dalam dunia bisnis modern. Hal tersebut kemudian memunculkan berbagai permasalahan baik internal

maupun eksternal yang seringkali menghambat pertumbuhan dan perkembangan UKM. Oleh karenanya diperlukan solusi untuk menciptakan daya saing melalui *knowledge management* karena penguasaan *knowledge* merupakan kunci untuk memenangkan persaingan (Sumi Jha, 2011 : 56).

Keefektifan pengelolaan *knowledge* dan teknologi merupakan kunci penting untuk meningkatkan daya saing UKM. *Knowledge* dan teknologi diciptakan dari *knowledge* SDM yang harus dikelola menjadi *knowledge* perusahaan sehingga akan menjadi aset UKM.

UMKM pada dasarnya memiliki potensi besar untuk menerapkan *knowledge management* dalam operasinya untuk mencapai keunggulan kompetitif. Hal ini disebabkan karena ditinjau dari sisi manajemen sumber daya manusia, sebagian besar UKM manajernya merangkap sebagai pemilik perusahaan, yang berimplikasi pada proses pengambilan keputusan bersifat sentralisasi dan jenjang manajemen lebih sedikit. Oleh karenanya, dalam UKM, pemilik berperan penting dalam implementasi *knowledge management*. Dengan keterbatasan yang ada, manajemen UKM lebih berfokus pada isu strategis yang berhubungan dengan *knowledge management*. Struktur pada UKM yang sederhana, datar, dan kurang kompleks juga akan turut memfasilitasi inisiatif perubahan diantara organisasi yang disebabkan karena integrasi fungsional baik secara horizontal maupun vertikal akan menjadi lebih mudah untuk dicapai.

2) Manajemen Keuangan

Salah satu aspek penting dalam pengembangan usaha adalah manajemen keuangan. Manajemen keuangan adalah pengaturan kegiatan keuangan dalam suatu organisasi. Manajemen keuangan menyangkut kegiatan perencanaan, analisis dan pengendalian kegiatan keuangan (Agus Sartono, 2001 : 6). Fungsi utama dari manajemen keuangan adalah (1) kegiatan mencari dana yang ditujukan untuk keputusan investasi yang menghasilkan laba dan (2) kegiatan menggunakan dana. Sedangkan tujuan manajemen keuangan adalah untuk memaksimalkan profit dan meminimalkan biaya guna mendapatkan suatu pengambilan keputusan yang maximum dalam menjalankan perusahaan ke arah perkembangan atau untuk tetap survive.

Saat ini praktek manajemen pada UKM sebagian besar masih menganut pola manajemen tradisional karena beberapa sebab antara lain:

- a) UKM yang tumbuh dan berkembang lebih banyak dikelola oleh perorangan atau pun dikelola oleh satu keluarga yang berpegang teguh pada suatu tradisi pengelolaan usaha.
- b) UKM yang tumbuh dan berkembang lebih banyak merupakan usaha yang sederhana dimana tidak dapat terlalu banyak bahan baku yang dibutuhkan, proses yang sederhana dan varian produksi yang tidak terlalu banyak.
- c) Pola permintaan konsumen yang relatif tidak banyak berubah karena minimnya kompetensi.
- d) Alat bantu proses dan produksi yang sederhana dan bukan tergolong berteknologi tinggi.

Di sisi lain, pengusaha UMKM karena minimnya pengetahuan atau mungkin terlalu sibuk oleh rutinitas usaha harian kurang memperhatikan pentingnya pengaturan keuangan. Bahkan banyak UMKM berhasil meraih penjualan yang memuaskan, tetapi gagal meningkatkan usaha karena kurangnya pengetahuan dalam mengelola arus kas, termasuk mencampur keuangan rumah tangga dengan usaha. Seorang pengusaha sebagai sosok pribadi atau bagian dari keluarga pasti memiliki kebutuhan atau keinginan yang menuntut untuk dipenuhi. Hal ini merupakan sesuatu yang wajar, namun hal tersebut menjadi masalah ketika pemenuhan kebutuhan pribadi itu dilakukan dengan menggunakan harta yang merupakan modal perusahaan. Hal ini jika terjadi berulang-ulang dan terus menerus akan mengganggu keberlanjutan perusahaan.

UMKM memiliki akses yang terbatas kepada sumberdaya produktif, terutama permodalan. Dalam hal pendanaan, produk jasa lembaga keuangan sebagian besar masih berupa kredit modal kerja, sedangkan untuk kredit investasi sangat terbatas. Bagi UMKM keadaan ini sulit untuk meningkatkan kapasitas usaha ataupun mengembangkan produk-produk yang bersaing. Perbankan menerapkan persyaratan pinjaman yang tidak mudah dipenuhi, seperti jumlah jaminan meskipun usahanya layak. Di samping itu, perbankan yang merupakan sumber pendanaan terbesar, masih memandang UMKM sebagai kegiatan usaha yang berisiko tinggi.

Hambatan utama UMKM dalam mengakses kredit dari lembaga pembiayaan formal adalah ketiadaan atau ketidaklengkapan dokumen untuk pengajuan pinjaman, sedangkan ketiadaan agunan menjadi hambatan kedua. Di samping permodalan, agunan juga menjadi kendala bagi UMKM untuk mengambil pembiayaan. Agunan atau jaminan atau *collateral* adalah harta benda milik debitur atau pihak ketiga yang diikat sebagai alat pembayar jika terjadi wanprestasi terhadap pihak ketiga. Jaminan dalam pembiayaan memiliki dua fungsi yaitu Pertama, untuk pembayaran hutang seandainya terjadi wanprestasi atas pihak ketiga yaitu dengan jalan menguangkan atau menjual jaminan tersebut. Kedua, sebagai akibat dari fungsi pertama, atau sebagai indikator penentuan jumlah pembiayaan yang akan diberikan kepada pihak debitur. Pemberian jumlah pembiayaan tidak boleh melebihi nilai harta yang dijaminkan. Jaminan dalam pengertian yang lebih luas tidak hanya harta yang ditanggungkan saja, melainkan hal-hal lain seperti kemampuan hidup usaha yang dikelola oleh debitur. Untuk jaminan jenis ini, diperlukan kemampuan analisis dari officer pembiayaan untuk menganalisa *circle live* usaha debitur serta penambahan keyakinan atas kemampuan debitur untuk mengembalikan pembiayaan yang telah diberikan berdasarkan prinsip-prinsip syariah.

Keberadaan jaminan dalam pembiayaan di perbankan tidak dapat dinafikan dan menempati posisi yang cukup penting. Jaminan memberikan keamanan terhadap bank atas nasabah pembiayaan dan dapat dijadikan benchmark plafon jumlah pembiayaan yang akan diberikan. Isu dominan yang muncul dalam proses pembiayaan usaha mikro dan kecil, antara lain: perusahaan dianggap tidak layak secara bisnis, kurang informasi, tidak memiliki agunan dan/atau agunan yang ada tidak mencukupi dan sulit dipenuhi. Walaupun komitmen pemerintah dalam mengembangkan UMKM melalui perbankan cukup tinggi dan berupaya mengatasi persoalan agunan melalui fasilitas Kredit Usaha Rakyat, namun UMKM umumnya masih terkategori belum *bankable*, terutama dikaitkan dengan ketentuan *prudential banking* yang ditetapkan oleh Bank Indonesia.

Aspek penting lain dalam manajemen keuangan adalah pencatatan. Pencatatan merupakan satu hal yang tidak dapat dipisahkan dalam aktivitas usaha sehari-hari. Pencatatan bukan hanya memberikan informasi tentang berapa banyak

barang yang terjual tetapi juga bisa menjadi alat perencanaan di masa yang akan datang. Dengan memperhatikan data pencatatan, manajer perusahaan dapat menempuh kebijakan untuk menambah aktiva lancar, menambah persediaan bahan baku dan bahan jadi, melakukan penagihan piutang, membayar angsuran dan lain-lain. Pencatatan juga menjadi alat mengukur kinerja perusahaan karena melalui neraca laba rugi, pengusaha dapat menilai kinerja perusahaan pada periode tertentu. Perusahaan juga merupakan salah satu kelengkapan dalam memberikan laporan tertulis kepada pihak terkait yang membutuhkan seperti manajemen, pihak investor, dinas pajak dan lain-lain. Pencatatan yang baik juga menjadi syarat untuk memperoleh pinjaman dari perbankan maupun lembaga bukan perbankan, dimana pinjaman tersebut dapat dipergunakan untuk mengembangkan dan ekspansi usaha.

3) Manajemen Operasi

Salah satu aspek kelemahan UMKM adalah aspek manajemen operasional terutama penggunaan teknologi secara optimal dalam proses transformasi faktor produksi menjadi berbagai produk barang dan jasa. Pentingnya teknologi dalam proses produksi sudah tidak terbantahkan. Teknologi dipercaya dapat meningkatkan efisiensi dan meningkatkan daya saing perusahaan. Penggunaan teknologi sederhana dan tradisional diyakini menjadi salah satu kendala yang menyebabkan UMKM tidak berkembang secara optimal. Padahal, tingginya tingkat persaingan menuntut pengusaha UMKM untuk meningkatkan kinerja sehingga memiliki nilai tambah dan berdaya saing baik di pasar nasional maupun pasar global. Teknologi akan membantu UMKM memproduksi barang berkualitas, dan melalui sentuhan teknologi, kualitas produk yang dihasilkan bisa terjaga, sehingga mampu bersaing dengan produk luar negeri. Teknologi juga memungkinkan UMKM untuk mempromosikan produknya menjadi lebih efektif, meningkatkan komunikasi, mengumpulkan informasi dan mencari mitra bisnis yang potensial, memperluas pasar dengan biaya yang lebih murah dan lebih mudah, mengurangi biaya transaksi dan koordinasi serta mengembangkan dan menciptakan pasar baru.

Penguasaan teknologi bagi UMKM sangat penting terutama untuk: *pertama, transforming capability* (kemampuan operasi dan pendukungnya)

merupakan pemberdayaan teknologi untuk mengaplikasikan teknik perencanaan dan koordinasi produksi. *Kedua, vending capability* (kemampuan pemasaran dan pelayanan), yaitu merupakan proses distribusi dan penjualan serta pelayanan dari output dengan menggunakan teknologi. Termasuk di dalam kegiatan ini adalah kemampuan untuk menjual output guna mengoptimalkan sumberdaya dan kapasitas produksi.; kemampuan untuk mengidentifikasi pasar baru serta memposisikan produk tersebut ke dalam segmen yang tepat. *Ketiga, acquiring capability* (kemampuan penggalian sumberdaya dan upaya mendapatkannya) adalah merupakan penggabungan dari komponen teknologi dan sumber-sumber lainnya. Termasuk dalam hal ini adalah kemampuan untuk menyediakan spesifikasi untuk memperbaiki sumberdaya-sumberdaya yang diperlukan untuk berproduksi. *Keempat, modifying capability* adalah merupakan perbaikan seluruh aktivitas yang berkelanjutan dan komponen teknologi yang meliputi kemampuan untuk menggandakan komponen peralatan dan mesin yang dibutuhkan untuk penggantian onderdil lama; kemampuan untuk mengatasi dan peningkatan kinerja peralatan minor untuk kualitas output yang superior; kemampuan untuk mengimplementasikan teknik pengembangan SDM, kemampuan untuk memperkenalkan teknik-teknik manajemen; serta kemampuan untuk persiapan sistem produksi.

Kurangnya pemahaman terhadap peran strategis yang dapat dimainkan oleh teknologi informasi (TI) terkait dengan pendekatan baru pemasaran, hubungan dengan konsumen, dan pengembangan produk dan layanan diduga sebagai sebab rendahnya adopsi TI oleh UMKM. Tetapi, terdapat fakta menarik yang terjadi di Indonesia, yaitu adanya pertumbuhan pengguna internet yang cukup tinggi. Hal ini diharapkan dapat menjadi indikasi adanya kemauan pelaku bisnis dan pemerintah untuk mendorong pertumbuhan *electronic commerce (e-commerce)*, terutama di UMKM. Peran UMKM yang signifikan dan sudah terbukti sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi rakyat tentunya perlu ditingkatkan agar dapat berkembang secara lebih luas dan mempunyai daya saing. Daya saing UMKM dapat diwujudkan salah satunya dengan penggunaan TI untuk meningkatkan transformasi bisnis, ketepatan dan efisiensi pertukaran informasi, memperluas jaringan pemasaran dan memperluas market share. Peningkatan daya

saing UMKM ini sangat diperlukan agar UMKM mampu bertahan dan bersaing dalam kancah perdagangan global.

4) Manajemen Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan managerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain. Dengan demikian, akhir dari pengembangan produk dan jasa yang dihasilkan oleh UMKM adalah pemasaran. Bagaimanapun bagusya produk dan jasa yang dihasilkan, kalau produk tersebut tidak bisa dijual, maka produk yang dihasilkan akan sia-sia. Oleh karena itu pemahaman pemasaran bagi pihak pemasaran sangat penting dalam rangka pengenalan kebutuhan dan keinginan pelanggan, penentuan pasar sasaran mana yang dapat dilayani dengan sebaik-baiknya oleh perusahaan, serta merancang produk, jasa dan program yang tepat untuk melayani pasar tersebut.

Persaingan yang ketat menuntut pengusaha UMKM untuk menggunakan strategi-strategi pemasaran yang benar-benar tepat untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan atau untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya. Minat pasar internasional terhadap produk-produk UMKM di Indonesia sangat besar terutama di daerah Afrika dan di negara-negara Arab. Namun sayangnya, sebagian konsumen yang mengkonsumsi produk-produk UMKM dari Indonesia ternyata tidak mengetahui bahwa barang yang mereka beli adalah produk dari UMKM di Indonesia.

Untuk mengatasi masalah tersebut, maka pengusaha UMKM harus melakukan strategi pemasaran misalnya dengan lebih mengembangkan jaringan/akses pasar dan mengintensifkan kegiatan promosi. Kedua strategi ini belum optimal dilaksanakan lebih disebabkan oleh adanya beberapa faktor yang belum dapat dieliminasi di antaranya: a) sebagian besar usaha mikro dan usaha kecil belum memiliki ijin usaha; b) rendahnya pengetahuan tentang informasi pasar dan terbatasnya dana untuk melakukan kegiatan-kegiatan di luar kegiatan produksi. Hal ini tentu saja menjadi dasar pemikiran tentang perlunya peranan pemerintah untuk terlibat langsung dalam mengembangkan sistem pemasaran bagi UMKM. Dengan mengembangkan sistem pemasaran dan

kemampuan menangkap informasi, diharapkan dominasi komponen lainnya seperti pedagang besar dan eksportir yang memiliki bargaining lebih kuat, yang selama ini berperan sebagai *price maker* (pembuat harga) akan dapat dipatahkan dan UMKM menjadi lebih mampu bersaing.

8. Ketahanan Ekonomi

Ketahanan ekonomi diartikan sebagai kondisi dinamik kehidupan perekonomian bangsa yang berisi keuletan dan ketangguhan yang mengandung kemampuan untuk mengembangkan kekuatan nasional dalam menghadapi serta mengatasi segala ancaman, gangguan, hambatan dan tantangan yang datang dari luar maupun dari dalam negeri baik yang langsung maupun tidak langsung untuk menjamin kelangsungan hidup perekonomian bangsa dan negara Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan UUD 1945. Maka ketahanan ekonomi nasional merupakan ketahanan yang dapat tercermin dalam kondisi kehidupan perekonomian bangsa dan negara, yang mengandung kemampuan dalam memelihara stabilitas ekonomi yang baik, sehat dan dinamis serta kemampuan menciptakan kemandirian ekonomi nasional dengan tingkat daya saing tinggi dan bisa mewujudkan kemakmuran rakyat yang adil dan merata. Di lain sisi, pembangunan ekonomi untuk mendukung ketahanan ekonomi melalui terciptanya iklim usaha yang sehat serta pemanfaatan ilmu pengetahuan dan teknologi, tersedianya barang dan jasa, terpeliharanya fungsi lingkungan hidup serta meningkatkan daya saing dalam lingkup persaingan global.

B. Kajian Terdahulu

Sudah banyak kajian ataupun bentuk tulisan maupun penelitian yang membahas mengenai pengembangan UMKM, namun penelitian ini terfokus kepada peran perbankan syariah terhadap pengembangan UMKM dan Pengaruhnya terhadap ketahanan ekonomi masyarakat. Secara umum tidak banyak perbedaan mendasar dalam pokok pembahasannya. Sementara ini penulis mencoba menelaah beberapa karya tulis yang hampir sama.

Siti Zulaikah, 2011 Peran BPRS Ben Salamah Abadi terhadap pemberdayaan usaha kecil dan menengah di Kecamatan Gadong Kabupaten Grobogan (Studi pada PT BPRS Salamah Abadi Purwodadi). Penelitian ini

menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian tentang peranan BPRS Ben Salamah Abadi terhadap pemberdayaan UKM Kecamatan Gadong Kabupaten Grobogan (Studi pada PT BPRS Salamah Abadi Purwodadi), menunjukkan bahwa BPRS ini mempunyai peranan penting untuk permodalan UKM dengan memberikan pembiayaan jasa layanan kepada masyarakat dengan program Kredit Usaha Rakyat dengan nisbah bagi hasil. Perkembangan ini dapat dilihat dari plafon laporan pembiayaan UKM yang mengalami peningkatan dari tahun ke tahun (Siti Zulaikah, 2011).

Riza rahayu Permatasari, 2014 Peran kredit pasar model terhadap pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Studi pada Bank Danamon Simpan Pinjam Unit Turen-Malang). Penelitian ini didasarkan pada perkembangan usaha mikro kecil dan menengah di kota Malang yang semakin pesat. Adanya perkembangan ini membuka peluang kepada perbankan untuk menyalurkan kredit modal bagi kerja bagi UMKM. Penyaluran kredit modal kerja ini berperan dalam memberikan stimulus bagi UMKM guna pengembangan dan kinerja usaha. Metode penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa Bank Danamon simpan pinjam berperan dalam pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) (Riza Rahayu Permatasari, 2014).

Supriadi Muslimin, 2015, Peranan lembaga keuangan mikro syariah terhadap pemberdayaan usaha mikro kecil dan menengah (studi kasus pada BMT Al-Amin Makassar). Metode penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini diperoleh bahwa BMT AL-Amin sangat berperan dalam pengembangan UMKM. Keberadaan BMT Al- Amin Makassar bertujuan untuk memberdayakan ekonomi ummat, khususnya pada usaha mikro kecil dan menengah serta menjadi alternatif bagi ummat untuk menghindari sistem gharar, maisir dan riba, baik simpanan maupun pembiayaan, sehingga secara bertahap ekonomi ummat dapat bertambah dan berkembang sebagai pilar untuk kemajuan ummat (Supriadi Muslimin, 2015).

Kementerian Perdagangan Analisis Peran Lembaga Pembiayaan Dalam Pengembangan UMKM Pusat Kebijakan Perdagangan Dalam Negeri Badan Pengkajian dan Pengembangan Kebijakan Perdagangan Kementerian

Perdagangan 2013, Temuan penelitian adalah: saat ini akses pembiayaan UMKM lebih banyak diperoleh dari bank umum dibandingkan dengan lembaga pembiayaan seperti koperasi dan lembaga pembiayaan non bank. Persaingan antar lembaga pembiayaan menjadikan lembaga pembiayaan non bank yang kurang populer mengalami penurunan jumlah debitur. Meskipun demikian pangsa UMKM bagi lembaga pembiayaan masih besar.

Choirin Nikmah, Hari Sukarno, Ana Mufidah Analisis Implikasi Pembiayaan Syariah pada Pedagang Kecil di Pasar Tanjung Jember e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi, 2014, Volume 1 (1): 8-15, Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif yang bertujuan menggambarkan implikasi pembiayaan syariah berupa pembiayaan mudharabah dan musyarakah pada pedagang kecil berdasarkan kinerja keuangan pedagang kecil. Pengukuran kinerja keuangan dilihat dari aset, omset penjualan dan laba yang didapatkan atau dimiliki pedagang kecil. Metode analisis yang digunakan adalah metode grafik dan tabel. Hasil dari penelitian ini menggambarkan bahwa pedagang kecil yang telah mendapat pembiayaan syariah berupa pembiayaan berjenis mudharabah dan musyarakah dari BMT Bina Tanjung rata-rata mampu meningkatkan aset, omset penjualan dan laba dengan baik.

Ramadhan & Ritonga, 2012, melakukan penelitian peranan perbankan syariah dalam menciptakan inklusi keuangan melalui BMT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lembaga keuangan mikro belum mampu menciptakan inklusi keuangan, sehingga perlu adanya dukungan dari perbankan syariah. Penelitian ini mengindikasikan bahwa perlu adanya sinergi antar lembaga keuangan dalam menciptakan inklusi keuangan.

Hana Zunia Rini, Peran Perbankan Syariah terhadap Eksistensi UMKM Industri Rumah Tangga Batik Laweyan, Vol. 1 No. 1, Januari - Juni 2017, hasil penelitian menunjukkan bahwa peran perbankan syariah terhadap eksistensi UMKM batik Laweyan masih sangat minim, dan sosialisasi produk dari pihak bank syariahnya pun masih rendah, sehingga pelaku UMKM batik Laweyan tidak tertarik untuk melakukan pinjaman atau pembiayaan di bank syariah. Beberapa faktor yang mempengaruhi kondisi tersebut, antara lain bank syariah dianggap

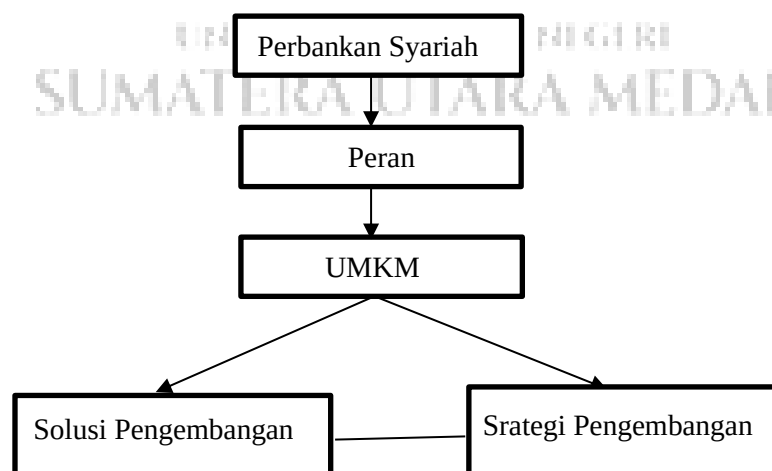
rumit dalam prosedur, istilah produk yang masih asing, rasa tidak pasti dan takut untuk melakukan pembiayaan di bank syariah.

Lucky nugroho, Persepsi Pengusaha UMKM terhadap Bank SYariah, Jurnal Sistem Informasi, Keuangan, Auditing dan Perpajakan Vol 3 (No. 1), 2018, hal 49 – 62, penelitian ini adalah kualitatif yang didukung oleh data primer. Adapun sampel penelitian dalam penelitian ini adalah 72 UMKM Binaan Pasar Malam Akbar Kemayoran. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat 18 UMKM yang menjadi nasabah bank syariah. Adapun alasan mereka tidak menggunakan jasa bank Syariah adalah 37% pelaku UMKM kesulitan mencari lokasi Bank Syariah, 28% kurangnya promosi dari bank Syariah kepada pelaku UMKM, 22% pelaku UMKM tidak paham produk dari perbankan Syariah dan 12% produk perbankan Syariah yang kurang variatif.

Setelah penulis melakukan tinjauan pustaka dari beberapa penelitian serta menelaah, maka tampak jelas bahwasanya yang menjadi fokus permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini berbeda dengan permasalahan yang ada pada masalah sebelumnya. Sehingga layak untuk dibahas dan dijadikan sebagai penelitian.

C. Kerangka Konseptual

Dalam penelitian ini dapat dibuat suatu kerangka konseptual yang dapat menjadi landasan dalam penelitian ini dengan gambaran kerangka konseptual ini dapat sebagai berikut :



Gambar 2.1 Kerangka Kosptual

Berdasarkan gambar diatas kedepannya perbankan syariah dapat memberikan peran pengembangan yang difokuskan UMKM bebrbasis pembiayaan yang nantinya memberi suatu ide atau gagasan baru, mendapatkan solusi dan strategi dalam pengembangan guna ketahanan ekonomi masyarakat.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu suatu penelitian yang dilaksanakan secara intensif, terperinci dan mendalam terhadap objek tertentu yang membutuhkan suatu analisa yang komprehensif dan menyeluruh dengan menggunakan cara kualitatif. Metode penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian *naturalistic* karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*). Disebut sebagai metode kualitatif karena data yang terkumpul dan analisisnya lebih bersifat kualitatif (Sugiyono, , 2009 : 13).

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif yaitu menyajikan data sebagaimana adanya. Analisis data yang dilakukan bersifat induktif/kualitatif berdasarkan fakta-fakta yang ditemukan dilapangan kemudian dikontruksikan menjadi hipotesis atau teori. Metode kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam, yaitu data yang mengandung makna. Makna adalah data yang sebenarnya, data yang pasti yang merupakan nilai dibalik data yang tampak. Oleh karena itu dalam penelitian kualitatif tidak menekankan pada generalisasi, tetapi lebih menekankan pada makna (Sugiyono, , 2009 : 13).

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT Bank BTPN Syariah Cabang Medan yang beralamat di Jalan Setiabudi, komp setiabudi Blok B.1A Medan.

2. Waktu Penelitian

Waktu yang digunakan untuk melakukan penelitian ini dari Agustus 2019 sampai Agustus 2024.

C. Jenis Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah:

1. Data Primer yaitu merupakan data yang diperoleh dengan cara melakukan penelitian langsung ke objek penelitian yang dalam hal ini adalah PT.

BTPN Syariah Cabang Medan. Data yang digunakan berupa hasil wawancara/keterangan yang diperoleh dari perusahaan tersebut.

D. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini, penulis menggunakan dua macam teknis pengumpulan data yaitu melalui (Burhan Ashshofa, 2004 : 61) :

1. Penelitian Kepustakaan

(*Library Research*) yaitu, peneliti melakukan penelusuran literature dan buku rujukan yang relevan dengan pembahasan tesis.

2. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Melakukan penelitian langsung ke tempat yang dijadikan objek penelitian, dalam hal ini adalah BPRS. Untuk memperoleh data yang dibutuhkan dilakukan dengan cara :

3. Observasi

Pengamatan langsung, hal ini dapat dilakukan dengan rekaman gambar, rekaman suara. Metode ini dijadikan sebagai tahapan pertama yang digunakan peneliti guna melakukan pengamatan dan pencatatan secara langsung ke lokasi agar memperoleh data-data tentang keadaan, gambaran umum dan aktifitas PT. Bank BTPN Syariah Cabang Medan

4. Wawancara

Sebagai alat pengumpul data, digunakan untuk mendapatkan informasi yang berkenaan dengan pendapat, aspirasi, harapan persepsi, keinginan, keyakinan, dan lain-lain dari individu/responden (Ana Sudjana & Ibrahim, 2012 :102). Untuk mendapatkan data yang representatif, maka dilakukan wawancara mendalam (*in dept interview*), yaitu metode pengumpulan data yang diperoleh melalui percakapan secara mendalam yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan dan yang di wawancarai yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.

Penentuan responden sebagai informan dipilih melalui penelusuran orang-orang yang berkompeten dan dapat mewakili serta representatif dalam penggalan informasi yang dibutuhkan. Dalam hal ini, kegiatan interview dilakukan dengan staf bank BTPN Syariah yang menangani pembiayaan

terhadap pelaku UMKM. Termasuk dengan beberapa karyawan operasional yang secara langsung terkait dengan penanganan urusan pembiayaan tersebut. Data yang diperoleh dalam wawancara ini adalah melalui prosedur pembiayaan, serta manajemen yang ditetapkan perbankan. Selain itu, pihak yang menjadi informan adalah yang menjadi pelaku UMKM yang memanfaatkan pembiayaan dari Bank BTPN Syariah Cabang Medan. Data yang diperoleh dalam wawancara ini difokuskan pada implementasi pembiayaan dan pengembangan usaha pelaku UMKM, meliputi omzet penjualan, keuntungan dan asset.

5. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data ini juga dikenal dengan penelitian dokumentasi (*documentation research*) yaitu mengumpulkan data-data yang terkait dengan fokus penelitian yang berasal dari sumber utamanya (objek penelitian), seperti dokumen-dokumen atau arsip-arsip, baik itu berupa sejarah pebankan, visi dan misi dan lain-lain di bank BTPN Syariah Cabang Medan.

E. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses penyusunan data agar data tersebut dapat ditafsirkan. Menyusun data berarti menggolongkan ke dalam kategori tafsiran atau interpretasi artinya memberikan makna terhadap analisis, menjelaskan ketegori dan mencari hubungan antara berbagai konsep (Dadang Ahmad, 2000 : 158).

Agar dalam menganalisa data dapat dilaksanakan dengan baik, maka harus sesuai dengan prosedur atau langkah-langkah, menurut Lexy J. Meleong proses analisa data dimulai adalah :

1. Mencatat sebuah data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu dari wawancara, pengamatan yang sudah ditulis dalam catatan lapangan, dokumen resmi,
2. Menggumpulkan, memilah-milah data dengan membuat rangkuman yang inti dari hasil wawancara, pengamatan yang sudah ditulis dalam catatan lapangan, dokumen resmi.

3. Menyusun dalam satuan-satuan yang kemudian dikategorikan pada langkah berikutnya.
4. Mengadakan pemeriksaan keabsahan data.
5. Membuat kesimpulan berdasarkan data yang diperoleh dari pemeriksaan keabsahan data.

1. Analisis dengan model Analisis SWOT

Metode analisis yang peneliti gunakan dalam menganalisis data adalah bersifat deskriptif kualitatif yang penyajian data dalam bentuk tulisan dan menerangkan data apa adanya sesuai keperluan data dari hasil penelitian yang kemudian yang dilakukan analisis.

Analisis data pada penelitian ini adalah analisis data deskriptif kualitatif. Analisis data kualitatif yaitu penyajian data dalam bentuk tulisan dan menerangkan apa adanya sesuai dengan data yang diperoleh dari hasil penelitian. Adapun data yang akan di analisa secara deskriptif kualitatif, dimana sebagian data kualitatif yang akan diperoleh, akan di kuantitatifkan/digantikan sekedar untuk mempermudah penggabungan dua atau lebih data variabel kemudian setelah didapat hasil akhir akan di kualitatifkan kembali. Dalam penelitian ini perangkat analisis data yang digunakan adalah dengan menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, dan Threats*),.

Untuk menentukan posisi perusahaan dengan menggunakan Matrik BCG digunakan untuk mengetahui posisi UMKM yang ada di kota Medan yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UMKM dari pertumbuhan dan pangsa pasar. Jika sudah diketahui posisinya, maka akan dapat ditentukan strategi pemasaran apa yang dapat dilakukan oleh perusahaan.

J. David Hunger dan Thomas L. Wheelen menjelaskan suatu cara untuk menyimpulkan faktor-faktor strategis sebuah perusahaan adalah mengkombinasikan faktor strategis eksternal (EFAS) dengan faktor strategis internal (IFAS) ke dalam sebuah ringkasan analisis faktor-faktor strategi (SFAS). SFAS mengharuskan para manejer strategis memadatkan faktor-faktor eksternal dan internal menjadi 10 faktor. Penggunaan bentuk SFAS meliputi langkah-langkah berikut (J David Hunger dan Thomas L, 1996 : 53) :

1. Daftarkan item-item EFAS dan IFAS yang paling penting dalam kolom faktor strategis kunci, tunjukkan mana yang merupakan kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*), dan ancaman (*Threat*).
2. Tinjaulah bobot yang diberikan untuk faktor-faktor dalam tabel EFAS, dan IFAS tersebut, dan sesuaikan jika perlu sehingga jumlah total pada kolom bobot EFAS dan IFAS mencapai angka 1,00.
3. Masukkan dalam kolom peringkat, peringkat yang diberikan manajemen perusahaan terhadap setiap faktor dari tabel EFAS dan IFAS.
4. Kalikan bobot dengan peringkat untuk menghasilkan jumlah pada kolom jumlah skor bobot.
5. Berikan tanda (X) dalam kolom durasi untuk menunjukkan apakah suatu faktor memiliki horizon waktu jangka pendek (<1 tahun), jangka menengah (1-3 tahun), jangka panjang (>3 tahun).
6. Berikan keterangan untuk masing-masing faktor dari tabel EFAS dan IFAS.

Menurut Pearce dan robinson, SWOT adalah singkatan dari kekuatan, (*Strength*) dan kelemahan (*Weakness*) internal perusahaan atau lembaga, serta peluang (*Oppurtunity*) dan ancaman (*Treaths*) dalam lingkungan yang dihadapi perusahaan. (Pearce dan Robinson, 1997 : 38). Analisis Swot merupakan cara sistematis untuk mengidentifikasi faktor-faktor ini dan strategi yang menggambarkan kecocokan paling baik diantara objek yang diteliti. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan memaksimalkan kekuatan dan peluang dan meminimalkan kelemahan dan ancaman. Bila diterapkan secara akurat, asumsi sederhana ini mempunyai dampak yang sangat besar atas rancangan suatu strategi yang berhasil.

Analisis lingkungan industri menyajikan informasi yang dibutuhkan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang ada dalam lingkungan perusahaan atau lembaga, fokus mendasar pertama dalam analisis SWOT ini kedua dalam analisis SWOT adalah identifikasi kekuatan dan kelemahan internal, peluang dan ancaman external dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Kekuatan (*Strength*)

Kekutan adalah sumber daya, keterampilan atau keunggulan lain relatif terhadap pesaing dan kebutuhan pasar yang dilayani, atau keunggulan lain relatif terhadap pesaing dan kebutuhan pasar yang dilayani atau ingin dilayani oleh perusahaan. Kekuatan dapat terkandung dalam sumber daya keuangan, citra, kepemimpinan pasar, hubungan pembeli-pemasok, dan faktor lainnya.

2. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan adalah faktor keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan dan kapabilitas yang secara serius menghambat kinerja efektif perusahaan. Fasilitas, sumber daya keuangan, kapabilitas manajemen, keterampilan pemasaran, dan citra merek dapat merupakan sumber kelemahan.

3. Peluang (*Opportunity*)

Peluang adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan atau lembaga. Kecendrungan-kecendrungan penting merupakan salah satu sumber peluang. Identifikasi segmen pasar yang tadinya terabaikan, perubahan pada situasi persaingan atau peraturan, perubahan teknologi, serta membaiknya hubungan dengan pembeli atau pemasok dapat memberikan peluang bagi perusahaan.

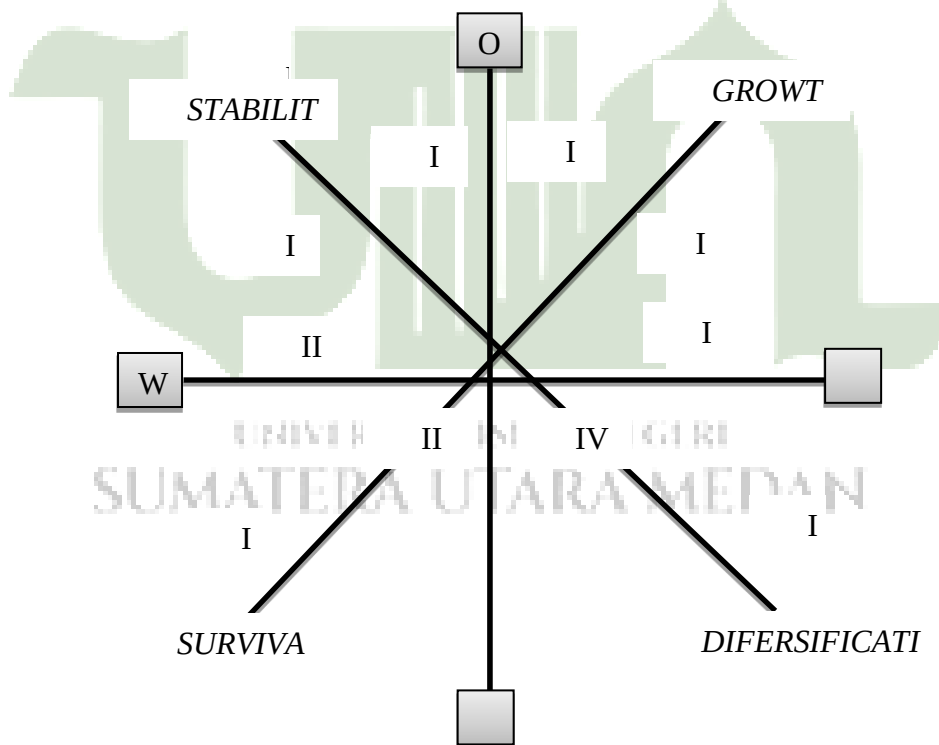
4. Ancaman (*Threat*)

Ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan organisasi. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan perusahaan. Masuknya pesaing baru, lambatnya pertumbuhan pasar, meningkatnya kekuatan tawar-menawar pembeli atau pemasok penting, perubahan teknologi, serta peraturan baru atau yang direvisi dapat menjadi ancaman bagi keberhasilan perusahaan.

Memahami peluang dan ancaman utama yang dihadapi perusahaan membantu para manajernya untuk mengidentifikasi pilihan-pilihan strategi yang realistis dan cocok serta menentukan ceruk (*niche*) yang paling efektif bagi perusahaan.

Mengutip tentang apa yang telah dikemukakan Freddy Rangkuti bahwa apabila kita telah mengenal kekuatan dan kelemahan diri sendiri, dan mengetahui kekuatan dan kelemahan lawan, sudah dapat dipastikan bahwa kita akan dapat memenangkan pertempuran (Freddy Rangkuti, 2015 : 23). Dalam perkembangannya saat ini analisis swot tidak hanya dipakai untuk menyusun strategi di padang pertempuran, melainkan banyak dipakai dalam penyusunan strategi bisnis yang bertujuan untuk strategi-strategi jangka panjang sehingga arah dan tujuan perusahaan dapat tercapai dengan jelas dan dapat segera diambil keputusan, berikut semua perubahannya dalam menghadapi pesaing.

Lebih lanjut dijelaskan analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threats*) dengan faktor internal kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weakness*) yang menghasilkan pilihan strategi sebagaimana gambar di bawah ini (Freddy Rangkuti, 2015 :



Gambar 3.1 Pilihan Strategi Dalam Analisis SWOT

1. Posisi pada kuadran I

Faktor eksternal dan internal positif, yang berarti bahwa lingkungan yang dihadapi secara relatif berpeluang lebih besar dibandingkan ancamannya, sedangkan kekuatannya relatif lebih unggul dibanding dengan kelemahannya.

Oleh karenanya suatu lembaga atau institusi memiliki kemampuan untuk merubah potensi menjadi prestasi kinerja yang lebih baik, sehingga arah kebijakan yang tepat untuk dilaksanakan adalah dengan meningkatkan dan memperbesar peranan suatu lembaga/institusi dalam berbagai kegiatan sesuai dengan kemampuan yang dimiliki sekaligus untuk memperluas peran serta memanfaatkan peluang yang ada. Arah kebijakan tersebut merupakan dasar dari kebijakan dalam kondisi *Growth Stratgy* dan arah kebijakan itu sendiri dapat dibedakan dengan melihat posisi sub kuadrannya.

Jika kuadran I A, berarti pertumbuhan peran yang dilaksanakan dapat dilakukan dengan cepat (*Rapid Growth*), dan jika pada kuadran I B, maka pertumbuhan peran perlu dilakukan secara bertahap sesuai skala prioritas (*Stable Growth Strategy*).

2. Posisi Kuadran II

Faktor eksternal positif tetapi faktor internal negatif, posisi ini menunjukkan bahwa peluang yang dihadapi masih lebih besar dibanding ancaman yang ada. Sedangkan di sisi internal, kekuatan atau keunggulan yang dimiliki relatif lebih kecil dibanding kelemahannya.

Sehingga arah kebijakan yang harus dipilih adalah mempertahankan peran yang telah ada dan berlangsung saat ini secara agresif atau selektif di dalam melaksanakan program kerja yang memang memungkinkan. Pada kondisi ini arah kebijakan dasar yang harus dilaksanakan adalah menjaga stabilitas terhadap kegiatan yang telah ada dan telah berlangsung. Jika pada kuadran II A, maka kebijakan yang harus dipilih adalah mempertahankan peran secara agresif (*Agresive Maintenance*), jika pada kuadran II B maka kebijakannya adalah mempertahankan peran secara selektif (*Selective Maintenance Strategy*).

3. Posisi Kuadran III

Pada posisi ini faktor eksternal dan faktor internal negatif, hal ini berarti bahwa posisi yang dihadapi dalam kondisi lemah, dimana kekuatan atau keunggulan internal cenderung lebih kecil dibandingkan banyaknya kelemahan dan ancaman dari luar yang cenderung lebih besar.

Oleh karena itu, arah kebijakan yang perlu ditempuh adalah bertahan untuk hidup (*Survival*) dalam arti ini bahwa pelaksanaan kegiatan tetap dilaksanakan sesuai dengan aturan yang ada dan berusaha menghindari diri (*Turn Around Strategy*) dari kebijakan-kebijakan yang tidak populer dimata masyarakat atau *costumers* (Kuadran III A), sambil melakukan pembenahan internal dan mencari peluang (*Guerilla Strategy*) yang memungkinkan untuk perbaikan atas kelemahan-kelemahan internal yang ada (Kuadran III B).

4. Posisi pada kuadran IV

Faktor eksternal negatif tetapi faktor internal positif, kondisi ini memberikan arti bahwa peluang yang ada relatif lebih kecil dibandingkan besarnya ancaman. Namun di sisi internal kekuatan atau keunggulan yang dimiliki relatif masih lebih besar dibandingkan kelemahan, sehingga yang harus dipilih adalah melaksanakan kebijakan diversifikasi.

Dalam hal ini arah kebijakan tersebut diantaranya dapat dilaksanakan dengan diversifikasi yang terkonsentrasi kepada kebijakan populis (*Concetric Diversivication Strategy*), populer dan merupakan prioritas, sambil melaksanakan perbaikan internal yang masih lemah/Kuadran IV A, arah kebijakan ini perlu dilaksanakan untuk persiapan melakukan diversifikasi secara luas ke berbagai kegiatan yang memberikan peluang perbaikan peran suatu lembaga/institusi (*Conglomerate Disverivication Strategy*)/ kuadran IVB (Martua Harahap, 2014 : 64). Secara Ringkas Pilihan strategi-strategi diatas dapat dilihat dibawah ini :

Tabel 3.2 Pilihan Strategi Dalam Analisis SWOT

Jenis Strategi	Skor	Kuadran	Pilihan Strategi
<i>Growth</i>	$S > O$	I A	Rapid Growth
	$S < O$	I B	Stable Growth
<i>Survival</i>	$W < T$	III A	Turn Around
	$W > T$	III B	Guerilla
<i>Disverivication</i>	$S > T$	IV B	<i>Conglomerate</i>
	$S < T$	IV A	<i>Concentric</i>
<i>Stability</i>	$O > W$	II A	<i>Aggressive</i>
	$O < W$	II B	<i>Maintenance</i>

Sumber :Freddy Rangkuti, Analisis SWOT, 2015

Metode SWOT digunakan untuk merumuskan secara kualitatif dan holistik baiklingkungan internal maupun eksternal dari obyek yang sedang diamati. Dalam lingkupinternal, analisis akan menjelaskan secara rinci aspek-aspek yang menjadi kelemahan(*weakness*) dan kekuatan usaha (*strength*). Sementara itu, dalam lingkup eksternal analisis iniakan menjelaskan secara rinci mengenai aspek peluang (*opportunity*) dankendala/ancaman/tantangan (*threat*) usaha yang akan dihadapi

1. Matriks SWOT

Matriks SWOT merupakan alat-alat yang dipakai untuk mengukur faktor-faktor strategi perusahaan. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dimiliki. Matriks ini dapat menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategi yang dapat dilihat pada gambar berikut ini:

Tabel 3.3 Matrik SWOT

IFAS EFAS	STRENGTH	WEAKNESS
	Tentukan faktor kekuatan internal	Tentukan faktor kelemahan internal
OPPORTUNITY	STRATEGI SO	STRATEGI WO
Tentukan faktor peluang eksternal	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREAT	STRATEGI ST	STRATEGI WT
Tentukan faktor ancaman eksternal	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman

Sumber: Freddy Rangkuti, 2019.

a. Strategi SO (*Strength-Opportunity*)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (*Strength*) dan faktor eksternal (*Opportunity*), strategi ini dibuat berdasarkan pemikiran para eksekutif perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

b. Strategi ST (*Strength- Threat*)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (*Strength*) dan faktor eksternal (*Threat*), strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi segala ancaman dari luar.

c. Strategi WO (*Weakness-Opportunity*)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (*Weakness*) dan faktor eksternal (*Opportunity*), strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara mengurangi kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan.

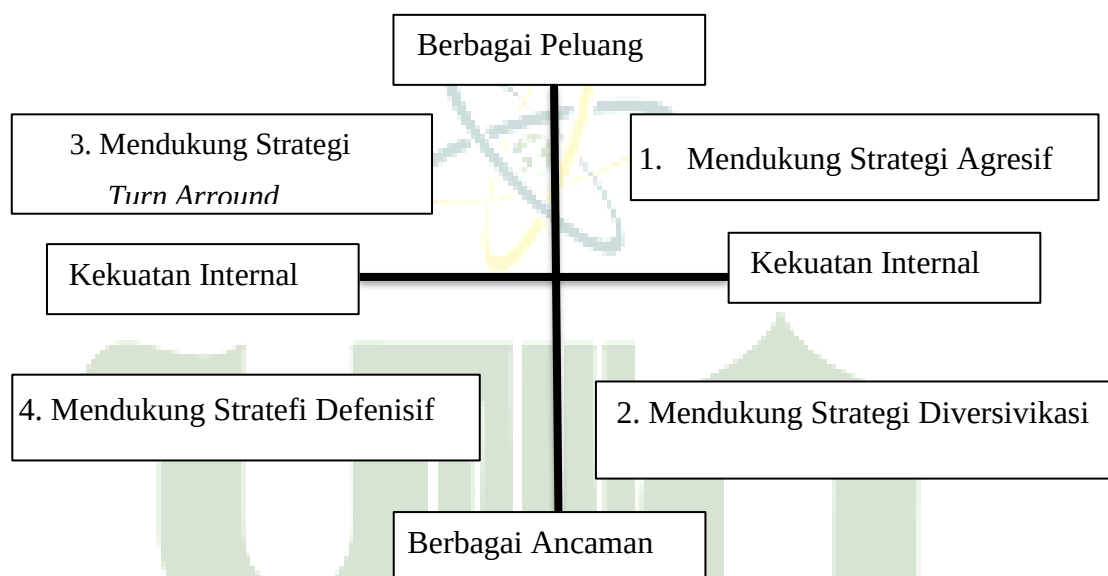
d. Strategi WT (*Weakness- Threat*)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (*Weakness*) dan faktor eksternal (*Threat*), strategi ini didasarkan pada aktivitas yang

sifatnya defenisive dan berusaha menghindari kemungkinan adanya ancaman dari luar untuk mengurangi kelemahan perusahaan.

2. Diagram SWOT

Langkah selanjutnya adalah menelaah melalui diagram analisis SWOT dengan membuat titik potong antara sumbu X dan sumbu Y, dimana nilai dari sumbu X di dapat dari selisih antara total *Strength* dan total *Weakness*, sedangkan untuk nilai sumbu Y didapat dari selisih antara total antara *Opportunities* dan total *Threat*. Di bawah ini gambar Diagram Analisis SWOT sebagai berikut:



Gambar 3.2 Diagram Cartesius Analisis SWOT

Diagram analisis SWOT pada gambar menghasilkan empat kuadran yang dapat dijelaskan sebagai berikut (Freddy Rangkuti, 2019 : 20) :

- Kuadran 1 merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*). Strategi ini menandakan keadaan perusahaan yang kuat dan mampu untuk terus berkembang dengan mengambil kesempatan atau peluang yang ada untuk meraih omzet yang maksimal.
- Kuadran 2 menandakan bahwa perusahaan memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan

untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

- c. Kuadran 3 memperlihatkan bahwa kondisi perusahaan sangat lemah namun memiliki peluang yang besar untuk bisa berkembang. Untuk perusahaan disarankan untuk mengubah strategi sebelumnya, arena dikhawatirkan perusahaan akan sulit menangkap peluang yang ada, serta perusahaan harus memperbaiki kinerja dari pihak internal.
- d. Kuadran 4 merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, karena jelas terlihat bahwa dari pihak internal maupun eksternal sangat lemah. Untuk itu diharapkan perusahaan disarankan untuk menggunakan strategi bertahan, dengan memperbaiki kinerja internalnya agar tidak semakin terpuruk.

F. Teknik Pengujian Keabsahan Data

Untuk melakukan pengujian keabsahan data dilakukan dengan teknik *triangulasi*. Teknik triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau pembandingan terhadap dua data itu (Moleong, Lexy J., 2000 : 178). Triangulasi data dilakukan agar informasi yang diperoleh dari beberapa sumber data dapat valid. Pada penelitian ini, penelitian menggunakan teknik triangulasi metode dan sumber data. Dalam triangulasi metode, peneliti melakukan pengecekan tingkat kepercayaan/kebenaran dari suatu data tentang fenomena yang sudah diperoleh dengan menggunakan metode yang berbeda. Dalam hal ini penggunaan metode wawancara didampingi dengan metode observasi dan dokumentasi.

Triangulasi sumber data dilakukan dengan cara peneliti menggali informasi dari berbagai sumber baik menggunakan wawancara maupun observasi. Peneliti membandingkan dan mengecek balik suatu informasi dari informan yang satu ke informan yang lain. Dalam penelitian ini pengecekan data dilakukan kepada pelaku UMKM di Medan dan Pengelola Bank BTPN Syariah Cabang Medan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran UMUM

1. BTPN Syariah Cabang Medan

a. Sejarah BTPN Syariah

BTPN Syariah lahir dari perpaduan dua kekuatan yaitu, PT Bank Sahabat Purbadanarta dan Unit Usaha Syariah BTPN. Bank Sahabat Purbadanarta yang berdiri sejak Maret 1991 di Semarang, merupakan bank umum non devisa yang 70% sahamnya diakusisi oleh PT Bank Tabungan Pensiunan Nasional, Tbk (BTPN), pada 20 Januari 2014, dan kemudian dikonversi menjadi BTPN Syariah berdasarkan Surat Keputusan Otoritas Jasa Keuangan tanggal 22 Mei 2014. Unit Usaha Syariah BTPN yang difokuskan melayani dan memberdayakan keluarga pra sejahtera di seluruh Indonesia adalah salah satu segmen bisnis di PT Bank Tabungan Nasional Tbk sejak Maret 2008, kemudian di spin off dan bergabung ke BTPN Syariah pada Juli 2014. Sesuai dengan pasal 3 Anggaran Dasar, maksud dan tujuan kegiatan BTPN Syariah adalah menyelenggarakan usaha perbankan berdasarkan prinsip syariah, dan BTPN Syariah telah mendapatkan izin dari Otoritas Jasa Keuangan (“OJK”) untuk melakukan kegiatan usaha menjadi Bank Umum Syariah berdasarkan Salinan Keputusan Dewan Komisiner Otoritas Jasa keuangan Nomor Kep-49/D- 03/2014 tanggal 22 Mei 2014.

Selanjutnya PT Bank Tabungan Pensiunan Nasional Tbk (“BTPN”), telah mendapatkan izin untuk melakukan pemisahan (Spin Off) UUS BTPN ke BTPN Syariah, berdasarkan Surat dari OJK Nomor S-17/PB.1/2014 tanggal 23 Juni 2014. Pemisahan (“spin off”) UUS BTPN dilakukan dengan cara peralihan hak dan kewajiban kepada BTPN Syariah berdasarkan Akta Pemisahan Nomor 08 tanggal 4 Juli 2014 yang dibuat oleh Notaris Hadijah, S.H., Pengumuman rencana pengalihan hak dan kewajiban UUS BTPN, kepada karyawan, nasabah dan pihak ketiga telah diumumkan di surat kabar nasional pada tanggal 3 Juli 2014 Bank menetapkan tanggal 14 Juli 2014 sebagai tanggal cut off untuk laporan posisi keuangan (neraca) dan telah mulai beroperasi sejak tanggal tersebut. BTPN

Syariah telah melaporkan tanggal efektif pelaksanaan kegiatan usaha kepada OJK melalui surat Nomor S.031/DIR/LG/VII/2014 tanggal 17 Juli 2014

b. Visi Misi BTPN Syariah

1) Visi

Menjadi Bank Syariah Terbaik, untuk Keuangan Inklusif, Mengubah Hidup Berjuta Rakyat Indonesia. —

2) Misi

Bersama Kita Ciptakan Kesempatan Tumbuh dan Hidup yang Lebih Berarti.

a) Bersama

Bersama artinya dilakukan secara bersama-sama oleh seluruh pemangku kepentingan (stakeholders) tanpa terkecuali. Stakeholders adalah seluruh karyawan, nasabah, pemerintah dan regulator, pemegang saham, serta masyarakat luas secara umum.

b) Kita Ciptakan Kesempatan

Kita Ciptakan Kesempatan artinya mengupayakan untuk menjadikan segala aktivitas yang dilakukan di BTPN Syariah adalah sebuah kesempatan untuk tumbuh.

c) Tumbuh

Tumbuh bermakna semua kesempatan yang ada harus mampu membawa perubahan untuk setiap stakeholders ke arah yang lebih baik. Hidup yang Lebih Berarti artinya seluruh stakeholders BTPN Syariah yang telah tumbuh, diharapkan mampu memberikan manfaat bagi sekitarnya.

3) Nilai-Nilai Bank

a) PRISMA

PRofesional, Integritas, Saling menghargai dan kerjasama Profesional, Diwujudkan dengan cara meningkatkan keahlian sesuai profesi kita. Perilaku yang diharapkan muncul adalah seluruh karyawan berkeinginan kuat untuk mengembangkan diri ke arah yang lebih baik, mematuhi kode etik perusahaan, tidak bekerja berdasar imbalan, menyelesaikan tugas dengan baik sesuai target.

b) Integritas

c) Identik dengan citra positif seseorang, menyangkut komitmen, kejujuran, dan keadilan. Perilaku yang diharapkan muncul adalah jujur, bertindak sesuai norma, dan tidak mengingkari janji.

d) Saling Menghargai

Bersikap hormat, menghargai pendapat, dan kontribusi rekan kerja yang lain sesuai dengan tugas, tanggung jawab, dan kompetensinya. Perilaku yang diharapkan muncul adalah bisa mendengarkan pendapat dan menghargai hasil karya orang lain.

e) Kerjasama

Mengutamakan kepentingan dan tujuan bersama serta menjadikan perbedaan sebagai sumber kekuatan. Perilaku yang diharapkan muncul adalah mampu bekerja dalam tim dan mempercayai peran yang dilakukan masing-masing orang, tidak membiarkan anggota tim bekerja sendiri, dan memberi bantuan bila ada yang kesulitan

c. Produk-Produk dan Jasa BTPN Syariah

Produk-Produk dan Jasa BTPN Syariah Sebagai bank baru, BTPN Syariah berupaya menyediakan produk-produk unggulan yang mengedepankan pemenuhan kebutuhan nasabah untuk memiliki kehidupan yang lebih baik. Fokus pada pemberdayaan nasabah pra-sejahtera produktif, BTPN Syariah memiliki dua produk Utama Pendanaan dan Pembiayaan. Kedua produk tersebut semata-mata ditujukan untuk memberdayakan keluarga pra-sejahtera produktif.

a. Pendanaan

Produk Pendanaan memberikan kesempatan kepada Nasabah untuk menumbuhkan jutaan rakyat Indonesia. Nasabah tidak hanya mendapatkan kenyamanan bertransaksi perbankan dan imbal hasil optimal, namun memiliki kesempatan membantu keluarga pra/cukup sejahtera di seluruh Indonesia untuk memperoleh hidup yang lebih baik.

1) Tabungan Citra iB Tabungan dengan setoran awal yang ringan. Melalui perjanjian bagi hasil (akad Mudharabah Mutlaqah) nasabah mendapat kemudahan untuk bertransaksi di seluruh cabang BTPN Syariah dan bebas biaya administrasi bulanan.

- 2) Tabungan Taseto iB Tabungan dengan imbal hasil se-optimal deposito. Selain mendapatkan imbal hasil optimal, tabungan yang dikelola berdasarkan perjanjian bagi hasil (akad Mudharabah Mutlaqah) ini mendapatkan keleluasaan melakukan penarikan tunai tanpa batas dan bebas biaya administrasi bulanan.
 - 3) Deposito iB Deposito dengan pilihan jangka waktu sesuai kebutuhan nasabah. Penempatan deposito dilakukan berdasarkan perjanjian bagi hasil (akad Mudharabah Mutlaqah) antara Bank (Mudharib) dengan nasabah sebagai pemilik dana (Shahibul Maal) dengan jangka waktu yang bervariasi mulai dari 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12, 18 dan 24 bulan.
 - 4) Giro iB Produk penempatan dana menggunakan akad Wadiah, memberikan fleksibilitas bagi nasabah untuk bertransaksi menggunakan Cek/Bilyet Giro.
 - 5) Taseto Mapan iB Tabungan berencana menggunakan akad Mudharabah Mutlaqah dengan kenyamanan bebas menentukan besarnya nilai setoran rutin bulanan, jangka waktu menabung sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan nasabah
- b. Pembiayaan
- Tidak hanya memberikan akses dan kebutuhan modal usaha (keuangan inklusif), pembiayaan BTPN Syariah memberikan program pemberdayaan bagi jutaan nasabahnya. Paket Masa Depan (PMD) menjadi produk unggulan kami di program pembiayaan. Seiring dengan pertumbuhan dan kebutuhan nasabah pembiayaan, BTPN Syariah akan terus melahirkan inovasi baru demi memperbaiki kehidupan nasabah dan keluarganya. 1. Paket Masa Depan Paket Masa Depan (PMD) adalah program terpadu BTPN Syariah yang diberikan kepada sekelompok wanita di pedesaan yang ingin berusaha dan memiliki impian untuk merubah hidup, tetapi tidak memiliki akses ke layanan perbankan. Dengan mengedepankan empat perilaku efektif dalam menggapai mimpi mereka yaitu Berani Berusaha, Disiplin, Kerja Keras, dan Saling Bantu, BTPN Syariah secara rutin melakukan program pemberdayaan yang berkelanjutan dan terukur.
- c. Wow! iB

Inovasi BTPN Syariah dalam Layanan Keuangan Inklusif. BTPN Wow! iB adalah layanan perbankan bagi mass market yang memanfaatkan teknologi telepon genggam dan didukung jasa agen sebagai perpanjangan tangan BTPN Syariah untuk meningkatkan jangkauan layanan kepada nasabah di seluruh pelosok Indonesia.

2. Perkembangan UMKM Digital di Kota Medan

a. Gambaran UMUM Kota Medan

Kota Medan yang menjadi Ibukota Propinsi Sumatera Utara secara astronomis terletak antara 20.27' – 20.47' Lintang Utara dan 980.35' – 980.44' Bujur Timur dengan ketinggian 2,5 – 37,5 meter di atas permukaan laut. Kota Medan merupakan salah satu dari 25 Daerah Tingkat II di Sumatera Utara dengan luas daerah sekitar 265.10 km². Kota ini merupakan pusat pemerintahan Daerah Tingkat I Sumatera Utara yang berbatasan langsung dengan Kabupaten Deli Serdang di sebelah utara, selatan, barat dan timur. Sebagian besar wilayah Kota Medan merupakan dataran rendah yang merupakan tempat pertemuan dua sungai penting, yaitu Sungai Babura dan Sungai Deli. Kota Medan mempunyai iklim tropis dengan suhu minimum menurut Stasiun Polonia pada tahun 2006 berkisar antara 23,00 C – 24,10 C dan suhu maksimum berkisar antara 30,60 C – 33,10 C serta menurut Stasiun Sampali suhu minimumnya berkisar antara 23,60 C – 24,40 C dan suhu maksimum berkisar antara 30,20 C – 32,50 C. Selanjutnya mengenai kelembaban udara di wilayah Kota Medan rata-rata 78 – 82 %. Dan kecepatan angin rata-rata sebesar 0,42 m/sec sedangkan rata-rata total laju penguapan tiap bulannya 100,6 mm. Hari hujan di Kota Medan pada tahun 2006 rata-rata perbulan 19 hari dengan rata-rata curah hujan menurut Stasiun Sampali perbulannya 230,3 mm dan pada Stasiun Polonia perbulannya 211,67 mm. Luas wilayah Kota Medan menurut kecamatan tergambar dalam tabel 1 berikut :

Tabel 4.1
Luas wilayah Kecamatan Kota Medan

No	Kecamatan	Luas (Ha)	Persentase	Kelurahan	Lingkungan
1	Medan Tuntungan	2.068	7,80	9	75
2	Medan Johor	1.458	5,50	6	81
3	Medan Amplas	1.119	4,22	7	77
4	Medan Denai	905	3,41	6	82
5	Medan Area	552	2,08	12	172
6	Medan Kota	584	2,20	12	146
7	Medan Maimun	298	1,12	6	66
8	Medan Polonia	901	3,40	5	46
9	Medan Baru	584	2,20	6	64
10	Medan Selayang	1.281	4,83	6	63
11	Medan Sunggal	1.544	5,82	6	88
12	Medan Helvetia	1.316	4,96	7	88
13	Medan Petisah	533	2,01	7	69
14	Medan Barat	682	2,57	6	98
15	Medan Timur	776	2,93	11	128
16	Medan Perjuangan	409	1,54	9	128
17	Medan Tembung	799	3,01	7	95
18	Medan Deli	2.084	7,86	6	105
19	Medan Labuhan	3.667	13,83	6	99
20	Medan Marelan	2.382	8,99	5	88
21	Medan Belawan	2.625	9,90	6	143
	Total	26.51	100	151	2.001

Sumber : BPS Kota Medan 2024

Tabel diatas menjelaskan bahwa luas wilayah kota medan menurut kecamatan, yang nantinya akan dilihat data UMKM kota medan gabungan dari semua kecamatan. Adapun beberapa ketentuan Undang-Undang No. 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil dan kemudian dilaksanakan lebih lanjut dengan Peraturan Pemerintah Nomor 44 Tahun 1997 tentang Kemitraan, di mana pengertian UMKM adalah sebagaimana diatur dalam Pasal 1 Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 sebagai berikut: 1. Usaha Kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam undang-undang.

b. Perkembangan UMKM

Usaha Mikro kecil menengah (UMKM) adalah usaha yang mempunyai modal awal yang kecil, atau nilai kekayaan (aset) yang kecil dan jumlah pekerja yang kecil (terbatas), nilai modal (aset) atau jumlah pekerjanya sesuai dengan definisi yang diberikan oleh pemerintah atau institusi lain dengan tujuan tertentu. Jadi dapat disimpulkan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah usaha yang masih dalam skala kecil dengan modal awal yang kecil dan jumlah pekerja yang masih terbatas.

1) Karakteristik UKM

Dalam ketentuan UU No. 9 Tahun Tentang Usaha Kecil, yang menjadi kriteria usaha kecil adalah:

1. Memiliki kekayaan paling banyak Rp 200.000.000,- (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha)
2. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 1.000.000.000,-
3. Milik warga negara Indonesia.
4. Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah atau usaha besar.
5. Berbentuk usaha orang perorangan, badan usaha tidak berbadan hukum atau badan usaha yang berbadan hukum termasuk koperasi.

Tabel 4.2
Batasan/ Karakteristik UMKM

Organisasi	Jenis Usaha	Keterangan Kriteria
Badan Pusat Statistik (BPS)	Usaha Mikro	Pekerja < 5 orang termasuk keluarga yang tidak dibayar
	Usaha Kecil	Pekerja 5-19 orang
	Usaha Menengah	Pekerja 20-99 orang
Meneg Koperasi & UKM	Usaha Kecil (UU No. 9/1995)	Aset < Rp. 200 Juta di luar tanah dan bangunan. Omzet tahunan < Rp. 1 Milyar
	Usaha Menengah (Inpres 10/1999)	Aset Rp. 200 juta Rp. 10 Milyar
Bank Indonesia	Usaha Mikro (SK Dir BI No. 31/24/KEP/DIR Tgl 5 Mei 1998)	Usaha yang dijalankan oleh rakyat miskin atau mendekati miskin. • Dimiliki oleh keluarga sumberdaya lokal dan teknologi sederhana • Lapangan usaha mudah untuk exit dan entry
	Usaha Kecil (UU No. 9/1995)	Aset < Rp. 200 juta di luar tanah dan bangunan: Omzet tahunan < Rp. 1 Milyar
	Aset < Rp. 200 juta di luar tanah dan bangunan; Omzet tahunan < Rp. 1 Milyar	Aset < Rp. 5 Milyar untuk sektor industri • Aset < Rp. 600 Juta di luar tanah dan bangunan untuk manufakturing • Omzet tahunan < Rp. 3 M
Bank Dunia	Usaha Mikro Kecil Menengah	Pekerja < 20 orang • Pekerja 20-150 orang • Aset < US\$. 500 ribu di luar tanah dan bangunan

Sumber: <http://www.menlh.go.id/usaha-kecil/top/kriteria.htm>

Kota Medan merupakan ibukota provinsi Sumatera Utara yang mengalami perkembangan sangat pesat, baik itu perkembangan fisik, ekonomi, sosial, dan budaya. Kota Medan menjadi salah satu kota metropolitan sekaligus penggerak pembangunan di Indonesia. Salah satu bentuk pembangunan di Kota Medan yaitu, pembangunan sektor ekonomi dengan menggalakkan program kewirausahaan. Pemerintah kota Medan dalam visi dan misinya berkomitmen untuk mengembangkan kewirausahaan dengan mengajak masyarakat membuka sentra-sentra UMKM atau Usaha Kecil Menengah.

UMKM Medan merupakan salah satu peluang bisnis yang bisa dijadikan sebagai mesin income bagi masyarakat di Kota Medan dan Provinsi Sumatera Utara pada umumnya. Pada kesempatan kali ini, UMKM SUMUT akan membahas mengenai beberapa jenis UMKM yang cocok di buka untuk wilayah Medan dan sekitarnya. Berbagai daerah seputar Medan seperti Medan Amplas, Medan Area, Medan Barat, Medan Baru, Medan Belawan, Medan Deli, Medan Denai, Medan Helvetia, Medan Johor, Medan Kota, Medan Labuhan, Medan Maimun, Medan Marelan, Medan Perjuangan, Medan Petisah, Medan Polonia, Medan Selayang, Medan Sunggal, Medan Tembung, Medan Timur dan Medan Tuntungan, bisa menjadi salah satu lokasi prospektif untuk dipilih sebagai tempat membuka usaha. Peluang UMKM di Medan menjadi salah satu sarana untuk memasarkan produk UKM di Medan. produk UMKM diharapkan dapat bersaing dan menjadi lebih viral ketika dibantu diperkenalkan oleh UMKM Medan. dengan begitu, brand dan tingkat penjualan akan meningkat dan lebih memberikan untung kepada pelaku UKM di Medan (www.ukmsumut.com,2024).

B. Hasil Penelitian

1. IFAS Bank BTPN Syariah

kuesioner tersebut kemudian direkapitulasi dengan rincian sebagai berikut:

a. Rekapitulasi Faktor Kekuatan Internal

Berikut ini hasil rekapitulasi terhadap faktor internal stakeholder ,
yaitu faktor kekuatan :

Tabel 4.5
Rekapitulasi Faktor Kekuatan Internal Bank Syariah

No	Faktor kekuatan
1	Perbankan Syariah bertujuan mendukung pelaksanaan pembangunan Nasional.
2	Bank Syariah adalah dengan memberikan pembiayaan yang diproses secepat mungkin
3	Melakukan Program pendampingan yang dilakukan oleh Bank Syariah

Sumber : Hasil Kuesioner (2024)

1. Perbankan Syariah bertujuan mendukung pelaksanaan pembangunan nasional

Perbankan Syariah bertujuan mendukung pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat¹". Adapun produk pembiayaan yang dilakukan bank Syariah di adalah dengan menggunakan akad pembiayaan murabahah. Akad pembiayaan murabahah ialah perjanjian atau akad pembiayaan syariah untuk pengadaan barang berdasarkan prinsip jual beli secara tanggung (mengangsur) yang diberikan dan disetujui oleh bank kepada nasabah. Kelompok sasaran atau target pembiayaan murabahah bank syariah di adalah prempuan atau ibu-ibu dari masyarakat produktif atau pelaku usaha mikro kecil menengah.

2. Bank Syariah adalah dengan memberikan pembiayaan yang diproses secepat mungkin.

Pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah adalah dengan memberikan pembiayaan yang diproses secepat mungkin sehingga nasabah juga cepat mendapatkan uang dari hasil pencairan dana pembiayaan yang dilakukan. Selain itu keramahan dari para community officer (CO) juga selalu diperhatikan agar nasabah merasa nyaman untuk melakukan pembiayaan di bank syariah. Sejauh ini peran bank syariah dirasa mampu meningkatkan pendapatan masyarakat. Hal ini terbukti dari beberapa nasabah pembiayaan bank syariah di yang mengalami peningkatan usahanya setelah melakukan

pembiayaan di bank syariah. Selain itu nasabah yang sudah pernah melakukan pembiayaan di bank syariah tersebut tidak menutup kemungkinan setelah selesai membayar angsuran pembiayaannya kembali melakukan pembiayaan lagi

3. Melakukan Program pendampingan yang dilakukan oleh Bank Syariah

Program yang dilakukan oleh Bank Syariah di kecamatan pringgabaya dalam mengembangkan usaha nasabah agar tetap bertahan adalah dengan cara melakukan pendampingan dan sebagai Mitra Tepat (agen) di bank syariah. Pendampingan ini dilakukan dengan cara mengunjungi para nasabah pembiayaan dan melihat kondisi usaha yang sedang dijalankan oleh nasabah. Pendampingan ini dilakukan selama satu bulan dimana dalam satu bulan tersebut terdapat empat kali pertemuan.

b. Rekapitulasi Faktor Kelemahan Internal

Berikut ini hasil rekapitulasi terhadap faktor internal Stakeholder, yaitu faktor kelemahan perusahaan:

Tabel 4.6
Rekapitulasi Faktor Kelemahan Internal Stakeholder

No	Faktor kelemahan
1	Keterbatasnya informasi tentang pembiayaan perbankan
2	Kurangnya kerja sama dengan lembaga UMKM
3	Kurangnya kerja sama dengan lembaga ekonomi dan ketahanan pangan

Sumber : Hasil Kuesioner (2024)

1. Keterbatasnya informasi tentang pembiayaan perbankan

Pembiayaan merupakan aktivitas Bank Syariah dalam menyalurkan dana kepada pihak lain selain Bank berdasarkan prinsip syariah. Penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan didasarkan pada kepercayaan yang diberikan oleh pemilik dana kepada penerima dana, bahwa dana dalam bentuk pembiayaan yang diberikan pasti akan terbayar. Penerima pembiayaan mendapat kepercayaan dari pemberi pembiayaan, sehingga penerima pembiayaan berkewajiban untuk mengembalikan pembiayaan yang telah diterimanya sesuai dengan jangka waktu yang telah diperjanjikan dalam akad pembiayaan, berdasarkan pasal 1 butir 25 UU No. 21 Tahun 2008.

Pembiayaan merupakan penyiapan dana, barang atau fasilitas lain dari pihak bank untuk nasabah dalam mendorong penanaman modal yang telah dipersiapkan, berdasarkan ketentuan syariah. Dengan tujuan mengembangkan peluang kerja dan sejahteranya masyarakat sesuai dengan konsep keislaman. Jika terdapat kewajiban yang terlambat dibayarkan oleh nasabah karena tidak mempunya nasabah dalam melunasi pembiayaan yang telah dipinjamnya maka pembiayaan tersebut menjadi informasi pembiayaan.

2. Kurangnya kerja sama dengan lembaga UMKM

Masih rendahnya atau terbatasnya akses UMKM terhadap berbagai informasi, layanan, fasilitas keuangan yang disediakan oleh lembaga keuangan formal, baik bank, maupun non bank misalnya pembiayaan bank syariah. prosedur dan persyaratan perbankan yang terlalu rumit sehingga pinjaman yang diperoleh tidak sesuai kebutuhan baik dalam hal jumlah maupun waktu, kebanyakan perbankan masih menempatkan agunan material sebagai salah satu persyaratan dan cenderung mengesampingkan kelayakan usaha; 3. tingkat bunga yang dibebankan dirasakan masih tinggi; urangnya pembinaan, khususnya dalam manajemen keuangan, seperti perencanaan keuangan, penyusunan proposal dan lain sebagainya. Kondisi tersebut mengakibatkan UMKM tetap tidak bisa menjangkau berbagai skim kredit yang disediakan pemerintah dimasa lalu.

3. Kurangnya kerja sama dengan lembaga ekonomi dan ketahanan pangan

Terbatasnya akses UMKM terhadap berbagai informasi, layanan, fasilitas keuangan yang disediakan oleh lembaga keuangan formal, baik bank, maupun non bank misalnya dana BUMN, kementerian ekonomi dan pangan atau pun terkait kelembagaan tersebut. Jaminan Pembiayaan perjanjian kerja sama dengan Pusat Investasi Pemerinta. Kedua belah pihak menjalin kerja sama untuk penjaminan terhadap pembiayaan UMKM yang disalurkan kepada Lembaga Keuangan Bukan Bank. Pihak yang melakukan penandatanganan kerjasama tersebut adalah Bnak syariah yaitu guna meningkatkan angka penjaminan pembiayaan di tahun tahun berikutnya dan tahun mendatang, terus gencar melakukan kerjasama dengan berbagai mitra

bisnis yang strategis. Berusaha agar selalu dapat meningkatkan perolehan nilai kafilah. Sebagai satuan kerja yang telah menerapkan pola pengelolaan keuangan Badan Layanan Umum, memiliki fleksibilitas dalam melakukan penyaluran dan pengelolaan dana. Dengan kewenangan fleksibilitas pengelolaan dana yang dimiliki, diharapkan dapat mengatasi keterbatasan-keterbatasan regulasi, kelembagaan, dan kultural demi efektivitas dan optimalisasi layanan penyaluran dan pengelolaan dana pembiayaan ultra mikro sehingga tujuan dari program pembiayaan ultra mikro dapat tercapai.

c. Rekapitulasi Faktor Peluang Eksternal

Berikut ini hasil rekapitulasi terhadap faktor eksternal stakeholder yaitu faktor peluang:

Tabel 4.7

Rekapitulasi Faktor Peluang Eksternal Stakeholder

No	Faktor peluang
1	Pasar bebas ASEAN (MEA), merupakan peluang bagi UMKM untuk memperluas pasar
2	Penggunaan teknologi digital dapat meningkatkan kinerja UMKM antara lain, peningkatan akses ke pelanggan baru di dalam negeri, maupun luar negeri serta peningkatan penjualan
3	Sinergi perbankan dengan UMKM dapat meningkatkan pengembangan UMKM dan memperkuat perekonomian dan ketahanan pangan

Sumber : Hasil Kuesioner (2024)

1. Pasar bebas ASEAN (MEA), bagi UMKM untuk memperluas pasar

Era pasar bebas pada kawasan ASEAN (AFTA) atau biasa dikenal sebagai Masyarakat Ekonomi Asean (MEA), sudah didengungkan oleh pemerintah semenjak tahun 2015 silam. Perdagangan bebas ini bertujuan untuk menciptakan sebuah pasar tunggal dan kesatuan produksi pada kawasan ASEAN, dimana arus barang seperti produk jasa, produksi , investasi serta modal akan masuk dengan bebas. Pada pasar bebas ini juga, diberlakukannya penghapusan tarif bagi perdagangan antar negara ASEAN. Bantuan Modal usaha dari Kadin Indonesia Bidang Perbankan dan Finansial. Lembaga ini bertujuan untuk

memberikan bantuan modal usaha terhadap bisnis UKM yang mempunyai potensi untuk ekspor.

UMKM pun mempunyai peluang yang besar untuk meraih keuntungan pada pasar bebas ini, dimana pemerintah telah menyediakan banyak kemudahan dan fasilitas yang ditujukan bagi pemilik bisnis UMKM Pasar bebas ASEAN yang sudah berjalan saat ini banyak memberikan keuntungan bagi pelaku bisnis UKM dalam negeri. Selain memperluas jangkauan pasar, pembebasan tarif perdagangan antar negara juga dinilai sangat membantu bisnis UKM untuk memasarkan produknya secara maksimal. Tidak dipungkiri lagi, target pasar pada bisnis modern saat ini menasar pada segmen anak muda atau mereka yang berumur di bawah 30 tahun. Bisnis UKM pada sektor industri kreatif seperti kerajinan, sablon, kuliner maupun yang berbasis digital seperti developer game, jasa desain grafis maupun penyedia software bisnis seperti software akuntansi dan pengembang aplikasi mobile, berpeluang untuk berkembang secara global melalui perdagangan bebas ASEAN ini. Bisnis *startup* yang menjamur belakangan ini juga termasuk sektor UKM yang mempunyai peluang untuk bersaing di era MEA ini dengan menyediakan produk yang dapat diterima konsumen internasional dan mampu menjawab kebutuhan pasar yang ada. Seiring dengan pertumbuhan ekonomi yang terjadi pada perdagangan bebas ASEAN, tentu akan banyak investor swasta, baik dalam negeri maupun luar negeri untuk menanamkan modalnya pada bisnis UKM yang dinilai mampu berkembang dan mempunyai daya saing yang tinggi.

2. Penggunaan teknologi digital meningkatkan kinerja UMKM

Manfaat lain dari penggunaan media sosial yang berhasil diidentifikasi yaitu memungkinkan para pelaku bisnis UMKM mendapat akses kepada para pelanggan baru. Para pelaku bisnis UMKM menyadari bahwa informasi yang disediakan atau dibagikan dalam akun aplikasi media sosial dapat dengan cepat tersebar luas ke berbagai kalangan konsumen. Dengan informasi viral yang tersebar, pelaku bisnis UMKM dapat memperoleh pelanggan yang secara geografis letaknya jauh. Hal ini akan sulit dijangkau dengan media komunikasi konvensional yang memiliki batas wilayah, misalnya koran atau radio lokal. Fitur-fitur yang disediakan dalam aplikasi media sosial juga memungkinkan pelaku

bisnis UMKM untuk bertransaksi dengan lebih mudah kepada para pelanggan maupun pemasok. Pelanggan dapat melakukan pemesanan produk melalui berbagai fitur dalam media sosial. Dengan begitu para pelaku usaha UMKM dapat meningkatkan pasarnya tidak hanya dalam negeri tetapi bisa sampai ke Luar negeri serta berdampak dengan peningkatan penjualan.

3. Sinergi perbankan dengan UMKM dalam memperkuat perekonomian

Tahap kedua adalah pemaparan tentang sinergi perbankan dengan UMKM dalam memperkuat perekonomian pasca pandemi. Pada pemaparan ini dijelaskan kontribusi dari sektor UMKM bagi pendapatan domestik bruto serta tingkat penyerapan tenaga kerja. Penjelasan berikutnya ialah mengenai kinerja keuangan perbankan yang diukur melalui loan to deposit ratio (LDR), Non-Performing Loan (NPL), serta return on assets (ROA). Selain itu, dijelaskan juga faktor-faktor penghambat bagi UMKM untuk mendapatkan akses pembiayaan dari sektor perbankan. Faktor penghambat tersebut antara lain terbatasnya informasi tentang pembiayaan perbankan, modal yang tidak memadai, serta penguasaan teknologi yang masih minim. Sementara, dari sisi sektor perbankan dijelaskan juga pentingnya penyaluran pembiayaan ke sektor UMKM. Pada kegiatan ini juga dijelaskan peranan sektor pemerintah dalam menciptakan sinergi antara sektor perbankan dan UMK melalui kebijakan relaksasi pembiayaan.

d. Rekapitulasi Faktor Ancaman Eksternal

Berikut ini hasil rekapitulasi terhadap faktor eksternal stakeholder, yaitu faktor ancaman :

Tabel 4.8
Rekapitulasi Faktor Ancaman Eksternal Stakeholder

No	Faktor ancaman
1	Informasi tentang pembiayaan perbankan, modal yang tidak memadai UMKM
2	Keamanan transaksi merupakan menjadi pertimbangan utama
3	Pembiayaan bermasalah pasti akan berakibat pada ruginya suatu Bank

Sumber : Hasil Kuesioner (2024)

1. UMKM informasi tentang pembiayaan perbankan, modal yang tidak memadai

Mayoritas UMKM tidak memperoleh dana pinjaman sehingga sulit mengembangkan usahanya karena permodalan terbatas. Dan pinjaman atau modal sangat erta kaitannya oleh para pelaku UMKM, karena selain itu perkembangan usahanya modal juga diyakini mampu menaikan omset para pelaku usaha. Namun permasalahan modal untuk pengembangan usaha dihadapi oleh sebagian besar pelaku UMKM. Ide bisnis baru untuk perluasan usaha pun kerap kali harus disingkirkan jauh-jauh karena permasalahan yang satu ini. Akar masalah permodalan ini terbilang klasik, para pelaku UMKM sering dinilai tak mampu memenuhi persyaratan perbankan alias tidak bankable. Jika kalian menghadapi masalah yang sama, Kemajuan teknologi finansial saat ini telah melahirkan pendanaan yang menggunakan sistem equity crowd funding. Kalian bisa mendapatkan modal usaha dari orang-orang yang berminat untuk membiayai suatu usaha. Pendanaan ini ditujukan tak hanya untuk UMKM saja tetapi juga untuk bisnis startup.

Beberapa contoh pendanaan dengan sistem crowd funding antara lain Gandengtangan.com, Indiegogo.com, kolase.com, Akseleran.com, dan Koinworks.com. Tentu saja perusahaan-perusahaan crowd funding tersebut masih menerapkan sejumlah persyaratan jika kalian ingin mengajukan permintaan permodalan. Namun persyaratan-persyaratan tersebut biasanya tak serumit seperti ketika berhubungan dengan perbankan. Perusahaan crowd funding juga mengenakan bunga pinjaman dengan besaran yang terbilang rendah. Kalian bisa mencermati ketentuan pada masing-masing perusahaan crowd funding untuk mendapatkan penawaran terbaik. Pastikan perusahaan crowd funding yang kalian pilih sudah terdaftar dan diawasi oleh OJK (Otoritas Jasa Keuangan). Intinya, perusahaan crowd funding berusaha mempertemukan pelaku usaha dengan investor melalui teknologi informasi dengan persyaratan yang lebih mudah dibanding bank konvensional.

2. Keamanan transaksi merupakan menjadi pertimbangan utama

Di era digital saat ini, masyarakat semakin percaya diri untuk melakukan transaksi digital. Transaksi yang dimaksud tidak hanya sebatas transaksi finansial, tetapi juga transaksi data / informasi yang dialirkan melalui kanal online. Banyaknya fakta yang menunjukan betapa aktifnya masyarakat Indonesia

melakukan transaksi digital seperti berbagi informasi di sosial media, pesat perkembangan transaksi di industri e-commerce, yang diperkirakan nilainya terus meningkat.

Meskipun tingkat adopsi teknologi pintar yang cukup tinggi namun tidak dibarengi dengan kesadaran masyarakat akan keamanan siber. Bahkan menurut data dari SELULAR.ID 2016, Indonesia menempati salah satu urutan terbawah dalam hal kesadaran terhadap risiko keamanan siber. Kondisi menjadi lebih rumit berkat beragamnya jenis perangkat yang mereka gunakan untuk melakukan transaksi secara online, Hal ini tentu saja mengundang risiko keamanan yang juga tidak kalah bertumbuh secara masif dan canggih. Pasalnya, dibalik setiap kemudahan tentu ada risiko yang mengintai. Menelaah lebih dalam, apa yang menyebabkan perlindungan pengguna dari serangan siber menjadi semakin menantang bagi penyedia layanan, terutama di Indonesia. Dan benar adanya karena banyak sekali permasalahan cyber tau dihecknya serta penipuan yang melibatkan pelanggan/ konsumen dan produsen/penjual menjadikan kerugian dari pihak keduanya.

3. Pembiayaan bermasalah pasti akan berakibat pada ruginya suatu bank

Terjadinya pembiayaan bermasalah memberi dampak negatif pada bank syariah diantaranya yaitu: Laba/Rugi bank mengalami penurunan diakibatkan karena penurunan pendapatan bunga, Bad Deb Ratio menjadi lebih besar, dimana rasio aktiva produktif menjadi lebih rendah, Biaya pencadangan untuk penghapusan kredit meningkat sehingga bank perlu membentuk pencadangan kembali atas kredit yang bermasalah yang lebih besar dan Terjadi penurunan pada Return On ASSET (ROA) maupun Return On Equity (ROE), penurunan ini memberi dampak pada ROA, dikarenakan return turun. Menurut Robert Behrens, Commercial Problem Loan Bankers Publishing Company dan Boston Page 46, suatu penyebab terjadinya pembiayaan bermasalah yaitu: Adversity (terjadi karena perubahan atas siklus usaha nasabah diluar kendali bank dan nasabah, berupa bencana alam, sakit dan kematian), Mismanagement (terjadi karena ketidakmampuan nasabah mengelola usahanya serta menjaga kondisi keuangan), dan Fraud (terjadi karena ketidakjujuran nasabah dalam memberikan informasi dan laporan mengenai usaha yang dijalankannya)

e. Hasil Kuesioner Pembobotan Faktor Internal dan Eksternal

Selanjutnya dalam tahap pengumpulan data, dengan menggunakan kuesioner pembobotan faktor internal dan faktor eksternal untuk menentukan bobot pada faktor internal dan eksternal. Hasil bobot tersebut digunakan untuk mengukur kemungkinan relative dengan metode perbandingan berpasangan. Berikut hasil dari kuesioner pembobotan internal perusahaan (Tabel 4.9) dan eksternal perusahaan (Tabel 4.10).

Tabel 4.9

Kuesioner Pembobotan Faktor Internal

Pilihan		Lebih berpengaruh a/b?	Bobot
S1	Perbankan Syariah bertujuan mendukung pelaksanaan pembangunan	a	4
S2	Bank Syariah adalah dengan memberikan pembiayaan yang diproses secepat mungkin		
S1	Perbankan Syariah bertujuan mendukung pelaksanaan pembangunan	b	3
S3	Melakukan Program pendampingan yang dilakukan oleh Bank Syariah		
S1	Perbankan Syariah bertujuan mendukung pelaksanaan pembangunan	b	3
W1	Keterbatasannya informasi tentang pembiayaan perbankan		
S1	Perbankan Syariah bertujuan mendukung pelaksanaan pembangunan	a	4
W2	Kurangnya kerja sama dengan lembaga UMKM		
S1	Perbankan Syariah bertujuan mendukung pelaksanaan pembangunan	b	3
W3	Kurangnya kerja sama dengan lembaga ekonomi dan ketahanan pangan		
S2	Bank Syariah adalah dengan memberikan pembiayaan yang diproses secepat mungkin	a	4
S3	Melakukan Program pendampingan yang dilakukan oleh Bank Syariah		
S2	Bank Syariah adalah dengan memberikan pembiayaan yang diproses secepat mungkin	b	3
W1	Keterbatasannya informasi tentang pembiayaan perbankan		
S2	Bank Syariah adalah dengan memberikan pembiayaan yang diproses secepat mungkin	a	4
W2	Kurangnya kerja sama dengan lembaga UMKM		
S2	Bank Syariah adalah dengan memberikan pembiayaan yang diproses secepat mungkin	b	3
W3	Kurangnya kerja sama dengan lembaga ekonomi dan ketahanan pangan		
S3	Melakukan Program pendampingan yang dilakukan oleh Bank Syariah	a	3
W1	Keterbatasannya informasi tentang pembiayaan perbankan		
S3	Melakukan Program pendampingan yang dilakukan oleh Bank Syariah	b	3
W2	Kurangnya kerja sama dengan lembaga UMKM		
S3	Melakukan Program pendampingan yang dilakukan oleh Bank Syariah	a	3
W3	Kurangnya kerja sama dengan lembaga ekonomi dan ketahanan pangan		
W1	Keterbatasannya informasi tentang pembiayaan perbankan	b	3

W2	Kurangnya kerja sama dengan lembaga UMKM		
W1	Keterbatasannya informasi tentang pembiayaan perbankan	a	3
W3	Kurangnya kerja sama dengan lembaga ekonomi dan ketahanan pangan		
W2	Kurangnya kerja sama dengan lembaga UMKM	b	3
W3	Kurangnya kerja sama dengan lembaga ekonomi dan ketahanan pangan		

Tabel 4.6

Kuesioner Pembobotan Faktor Eksternal

Pilihan		Lebih berpengaruh a/b?	Bobot
O1	Pasar bebas ASEAN (MEA), merupakan peluang bagi UMKM untuk memperluas pasar	a	4
O2	Penggunaan teknologi digital dapat meningkatkan kinerja UMKM antara lain, peningkatan akses ke pelanggan baru di dalam negeri, maupun luar negeri serta peningkatan penjualan		
O1	Pasar bebas ASEAN (MEA), merupakan peluang bagi UMKM untuk memperluas pasar	a	4
O3	Sinergi perbankan dengan UMKM dapat meningkatkan pengembangan UMKM dan memperkuat perekonomian dan ketahanan pangan		
O1	Pasar bebas ASEAN (MEA), merupakan peluang bagi UMKM untuk memperluas pasar	a	4
T1	Informasi tentang pembiayaan perbankan, modal yang tidak memadai UMKM		
O1	Pasar bebas ASEAN (MEA), merupakan peluang bagi UMKM untuk memperluas pasar	a	4
T2	Keamanan transaksi merupakan menjadi pertimbangan utama bagi konsumen digital saat melakukan online shopping		
O1	Pasar bebas ASEAN (MEA), merupakan peluang bagi UMKM untuk memperluas pasar	b	2
T3	Pembiayaan bermasalah pasti akan berakibat pada ruginya suatu Bank		
O2	Penggunaan teknologi digital dapat meningkatkan kinerja UMKM antara lain, peningkatan akses ke pelanggan baru di dalam negeri, maupun luar negeri serta peningkatan penjualan	a	3
O3	Sinergi perbankan dengan UMKM dapat meningkatkan pengembangan UMKM dan memperkuat perekonomian dan ketahanan pangan		
O2	Penggunaan teknologi digital dapat meningkatkan kinerja UMKM antara lain, peningkatan akses ke pelanggan baru di dalam negeri, maupun luar negeri serta peningkatan penjualan	b	2
T1	Informasi tentang pembiayaan perbankan, modal yang tidak memadai UMKM		
O2	Penggunaan teknologi digital dapat meningkatkan kinerja UMKM antara lain, peningkatan akses ke pelanggan baru di dalam negeri, maupun luar negeri serta peningkatan penjualan	a	3
T2	Keamanan transaksi merupakan menjadi pertimbangan utama bagi konsumen digital saat melakukan online shopping		
O2	Penggunaan teknologi digital dapat meningkatkan kinerja UMKM antara lain, peningkatan akses ke pelanggan baru di dalam negeri, maupun luar negeri serta peningkatan penjualan	a	3
T3	Pembiayaan bermasalah pasti akan berakibat pada ruginya suatu Bank		
O3	Sinergi perbankan dengan UMKM dapat meningkatkan pengembangan UMKM dan memperkuat perekonomian dan ketahanan pangan	b	2

T1	Informasi tentang pembiayaan perbankan, modal yang tidak memadai UMKM		
O3	Sinergi perbankan dengan UMKM dapat meningkatkan pengembangan UMKM dan memperkuat perekonomian dan ketahanan pangan		
T2	Keamanan transaksi merupakan menjadi pertimbangan utama bagi konsumen digital saat melakukan online shopping	b	3
O3	Sinergi perbankan dengan UMKM dapat meningkatkan pengembangan UMKM dan memperkuat perekonomian dan ketahanan pangan		
T3	Pembiayaan bermasalah pasti akan berakibat pada ruginya suatu Bank	a	4
T1	Informasi tentang pembiayaan perbankan, modal yang tidak memadai UMKM		
T2	Keamanan transaksi merupakan menjadi pertimbangan utama bagi konsumen digital saat melakukan online shopping	b	3
T1	Informasi tentang pembiayaan perbankan, modal yang tidak memadai UMKM		
T3	Pembiayaan bermasalah pasti akan berakibat pada ruginya suatu Bank	a	2
T2	Keamanan transaksi merupakan menjadi pertimbangan utama bagi konsumen digital saat melakukan online shopping		
T3	Pembiayaan bermasalah pasti akan berakibat pada ruginya suatu Bank	a	3

Sumber : Hasil Kuesioner (2024)

f. Hasil Kuesioner Penilaian Skor Faktor Internal dan Eksternal

Langkah ini merupakan langkah terakhir dari tahap pengumpulan data, tahap ini pemberian nilai skor terhadap faktor internal dan eksternal kepada perusahaan. Berikut ini adalah hasil dari kuesioner pemberian nilai skor faktor internal (Tabel 4.11) dan faktor eksternal (Tabel 4.12).

Tabel 4.11
Hasil Kuesioner Penilaian Skor Faktor Internal

	Kekuatan	Bobot
S1	Perbankan Syariah bertujuan mendukung pelaksanaan pembangunan	3
S2	Bank Syariah adalah dengan memberikan pembiayaan yang diproses secepat mungkin	4
S3	Melakukan Program pendampingan yang dilakukan oleh Bank Syariah	4

Sumber : Hasil Kuesioner (2024)

Tabel 4.12
Hasil Kuesioner Penilaian Skor Faktor Internal

	Kelemahan	Bobot
W1	Keterbatasannya informasi tentang pembiayaan perbankan	3

W2	Kurangnya kerja sama dengan lembaga UMKM	4
W3	Kurangnya kerja sama dengan lembaga ekonomi dan ketahanan pangan	3

Sumber : Hasil Kuesioner (2024)

Tabel 4.13

Hasil Kuesioner Penilaian Skor Faktor Eksternal

	Peluang	Bobot
O1	Pasar bebas ASEAN (MEA), merupakan peluang bagi UMKM untuk memperluas pasar	4
O2	Penggunaan teknologi digital dapat meningkatkan kinerja UMKM antara lain, peningkatan akses ke pelanggan baru di dalam negeri, maupun luar negeri serta peningkatan penjualan	3
O3	Sinergi perbankan dengan UMKM dapat meningkatkan pengembangan UMKM dan memperkuat perekonomian dan ketahanan pangan	4

Sumber : Hasil Kuesioner (2024)

Tabel 4.14

Hasil Kuesioner Penilaian Skor Faktor Eksternal

	Ancaman	Bobot
T1	Informasi tentang pembiayaan perbankan, modal yang tidak memadai UMKM	2
T2	Keamanan transaksi merupakan menjadi pertimbangan utama bagi konsumen digital saat melakukan online shopping	3
T3	Pembiayaan bermasalah pasti akan berakibat pada ruginya suatu Bank	4

Sumber : Hasil Kuesioner (2024)

g. Tahap I : Tahap Input Data

Setelah data – data yang dibutuhkan terkumpul, tahap selanjutnya adalah menginput data – data tersebut ke dalam penentuan bobot dengan

perbandingan berpasangan baik untuk faktor internal maupun untuk faktor eksternal. Kemudian hasil – hasil dari tabel penentuan bobot tersebut dinormalisasi agar dapat diperoleh bobot akhir yang akan dipergunakan dalam matriks IFAS dan matriks EFAS.

Tabel 4.13
Normalisasi Bobot Faktor Internal

		S1	S2	S3	W1	W2	W3	TOTAL
S1	Perbankan Syariah bertujuan mendukung pelaksanaan pembangunan	1,00	4,00	0,33	0,33	4,00	0,33	10,00
S2	Bank Syariah adalah dengan memberikan pembiayaan yang diproses secepat mungkin	0,25	1,00	4,00	0,33	4,00	0,33	9,92
S3	Melakukan Program pendampingan yang dilakukan oleh Bank Syariah	3,00	0,25	1,00	3,00	0,33	3,00	10,58
W1	Keterbatasannya informasi tentang pembiayaan perbankan	3,00	3,00	0,33	1,00	0,33	3,00	10,67
W2	Kurangnya kerja sama dengan lembaga UMKM	0,25	0,25	3,00	3,00	1,00	0,33	7,83
W3	Kurangnya kerja sama dengan lembaga ekonomi dan ketahanan pangan	3,00	3,00	0,33	0,33	3,00	1,00	10,67
	Total	10,50	11,50	9,00	8,00	12,67	8,00	59,67

Sumber : Hasil Kuesioner (2024)

Tabel 4.14
Normalisasi Bobot Faktor Internal

		S1	S2	S3	W1	W2	W3	TOTAL	BOBOT
S1	Perbankan Syariah bertujuan mendukung pelaksanaan pembangunan	0,10	0,35	0,04	0,04	0,32	0,04	0,88	0,1465
S2	Bank Syariah adalah dengan memberikan pembiayaan yang diproses secepat mungkin	0,02	0,09	0,44	0,04	0,32	0,04	0,95	0,1591
S3	Melakukan Program pendampingan yang dilakukan oleh Bank Syariah	0,29	0,02	0,11	0,38	0,03	0,38	1,19	0,1991
W1	Keterbatasannya informasi tentang pembiayaan perbankan	0,29	0,26	0,04	0,13	0,03	0,38	1,11	0,1850
W2	Kurangnya kerja sama dengan lembaga UMKM	0,02	0,02	0,33	0,38	0,08	0,04	0,87	0,1457
W3	Kurangnya kerja sama dengan lembaga ekonomi dan ketahanan pangan	0,29	0,26	0,04	0,04	0,24	0,13	0,99	0,1645

Total Bobot	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	6,00	1,00
-------------	------	------	------	------	------	------	------	-------------

Sumber : Hasil Kuesioner (2024)

O1	Pasar bebas ASEAN (MEA), merupakan peluang bagi UMKM untuk memperluas pasar	1,00	4,00	4,00	4,00	4,00	0,50	17,50
O2	Penggunaan tekonologi digital dapat meningkatkan kinerja UMKM antara lain, peningkatan akses ke pelanggan baru di dalam negri, maupun luar negri serta peningkatan penjualan	0,25	1,00	3,00	0,50	3,00	3,00	10,75
O3	Sinergi perbankan dengan UMKM dapat meningkatkan pengembangan UMKM dan memperkuat perekonomian dan ketahan pangan	0,25	0,33	1,00	0,50	0,33	4,00	6,42
T1	Informasi tentang pembiayaan perbankan, modal yang tidak memadai UMKM	0,25	2,00	2,00	1,00	0,33	2,00	7,58
T2	Keamnanan transaksi merupakan menjadi pertimbangan utama bagi konsumen digital saat melakukan online shopping	0,25	0,33	3,00	3,00	1,00	3,00	10,58
T3	Pembiayaan bermasalah pasti akan berakibat pada ruginya suatu Bank	2,00	0,33	0,25	0,50	0,33	1,00	4,42
	Total	4,00	8,00	13,25	9,50	9,00	13,50	57,25

Tabel 4.16

Normalisasi Bobot Faktor Eksternal

Sumber : Hasil Kuesioner (2024)

Tabel 4.16

Normalisasi Bobot Faktor Eksternal

		S1	S2	S3	W1	W2	W3	TOTAL	BOBOT
O1	Pasar bebas ASEAN (MEA), merupakan peluang bagi UMKM untuk memperluas pasar	0,25	0,50	0,30	0,42	0,44	0,04	1,95	0,3257
O2	Penggunaan tekonologi digital dapat meningkatkan kinerja UMKM antara lain, peningkatan akses ke pelanggan baru di dalam negri, maupun luar negri serta peningkatan penjualan	0,06	0,13	0,23	0,05	0,33	0,22	1,02	0,1704
O3	Sinergi perbankan dengan UMKM dapat meningkatkan pengembangan UMKM dan memperkuat perekonomian dan ketahan pangan	0,06	0,04	0,08	0,05	0,04	0,30	0,57	0,0943
T1	Informasi tentang pembiayaan perbankan, modal yang tidak memadai UMKM	0,06	0,25	0,15	0,11	0,04	0,15	0,75	0,1256
T2	Keamnanan transaksi merupakan menjadi	0,06	0,04	0,23	0,32	0,11	0,22	0,98	0,1633

	pertimbangan utama bagi konsumen digital saat melakukan online shopping								
T3	Pembiayaan bermasalah pasti akan berakibat pada ruginya suatu Bank	0,50	0,04	0,02	0,05	0,04	0,07	0,72	0,1207
	Total Bobot	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	6,00	1,0000

Sumber : Hasil Kuesioner (2024)

1. Matriks IFAS (*Internal Faktor Analysis Summary*)

Didalam Matrik IFAS ini, data yang diperoleh adalah data yang berasal dari Tabel normalisasi bobot faktor internal Bank BTPN Syariah.

Tabel 4.17

Matriks IFAS. Internal

Strength	Bobot	Rating	Bobot*Rating
Perbankan Syariah bertujuan mendukung pelaksanaan pembangunan	0,1465	3	0,439612
Bank Syariah adalah dengan memberikan pembiayaan yang diproses secepat mungkin	0,1591	4	0,636222
Melakukan Program pendampingan yang dilakukan oleh Bank Syariah	0,1991	4	0,796587
Sub Total (Strength)			1,872421
Weakness	Bobot	Rating	Bobot*Rating
Keterbatasannya informasi tentang pembiayaan perbankan	0,1850	3	0,554968
Kurangnya kerja sama dengan lembaga UMKM	0,1457	4	0,582997
Kurangnya kerja sama dengan lembaga ekonomi dan ketahanan pangan	0,1645	3	0,493565
Sub Total (Weakness)			1,631531
Total IFAS		1,00	3,503952

Sumber : Hasil Kuesioner (2024)

2. Matriks EFAS (*External Factor Analysis Summary*)

Didalam matrik EFAS ini, data yang diperoleh adalah data yang berasal dari tabel normalisasi bobot faktor eksternal BTPN Syariah dan juga data yang diperoleh dari kuesioner penilaian faktor eksternal.

Tabel 4.19
Matriks EFAS

Oportunity	Bobot	Rating	Bobot*Rating
Pasar bebas ASEAN (MEA), merupakan peluang bagi UMKM untuk memperluas pasar	0,3257	4	1,302947
Penggunaan tekonologi digital dapat meningkatkan kinerja UMKM antara lain, peningkatan akses ke pelanggan baru di dalam negri, maupun luar negri serta peningkatan penjualan	0,1704	3	0,511051
Sinergi perbankan dengan UMKM dapat meningkatkan pengembangan UMKM dan memperkuat perekonomian dan ketahan pangan	0,0943	4	0,377069
Sub Total (Oportunity)			2,191067
Threat	Bobot	Rating	Bobot*Rating
Informasi tentang pembiayaan perbankan, modal yang tidak memadai UMKM	0,1256	2	0,251297
Keamanan transaksi merupakan menjadi pertimbangan utama bagi konsumen digital saat melakukan online shopping	0,1633	3	0,489852
Pembiayaan bermasalah pasti akan berakibat pada ruginya suatu Bank	0,1207	4	0,482852
Sub Total (Threats)			1,224001
Total EFAS		1,00	3,415068

Sumber : Hasil Kuesioner (2024)

Dalam tahap pencocokan ini, digunakan dua metode, yaitu: matriks internal eksternal dan diagram matriks SWOT. Hal ini dilakukan agar diperoleh strategi yang benar-benar tepat untuk dijalankan Bank BTPN Syariah.

Tabel 4.21
Hasil Matrik Internal Eksternal (IE) Kekuatan Internal

	KUAT (3.0-4.0) 3.0	RATA - RATA (2.0-2.99) 2.0	LEMAH (1.0-1.99) 1.0
TINGGI (3.0-4.0) 3.0	I. GROWTH Konsentrasi melalui Integrasi Vertikal	II. GROWTH Konsentrasi melalui Integrasi Horisontal	III. GROWTH Turnaround
SEDANG (2.0-2.99) 2.0	IV. STABILITY Hati-hati	V. GROWTH Konsentrasi melalui Integrasi Horisontal STABILITY Tak ada perubahan profit strategi	IV.RETRENCH MENT Captive Company Atau Divestment
RENDAH (1.0-1.99) 1.0	VII. GROWTH Difersifikasi konsentrik	VIII. GROWTH Difersifikasi Konglomerat	IX.RETRENCHMENT Bangkrut atau Likuidasi

Sumber : Hasil Kuesioner (2024)

Berdasarkan hasil dari tabel Matrik IFAS (tabel 1) dan tabel Matrik EFAS (tabel 2), diketahui bahwa nilai IFASnya adalah 3,503952 dan nilai EFASnya adalah 3,45068. dengan demikian Stakeckholder berada pada sel nomor 1, yaitu suatu keadaan dimana stakeckholder mengalami suatu masa pertumbuhan. Dengan demikian dapat diketahui strategi yang sebaiknya dijalankan adalah strategi pertumbuhan melalui Integrasi Vertikal



Gambar 4.4
Hasil Diagram SWOT

Berdasarkan hasil dari tabel matrik IFAS (tabel 1) dan tabel Matrik EFAS (tabel 2), diketahui bahwa nilai IFAS nya 3,305593 dan nilai EFAS nya 3,173643 dan juga berdasarkan perhitungan dari jumlah nilai kekuatan (S) setelah dikali dengan skor lebih besar daripada jumlah nilai kelemahan (W) setelah dikali dengan skor, yang berarti stakeholder mempunyai kekuatan dari segi internalnya. Begitu pula dengan jumlah nilai peluang (O) setelah dikali dengan nilai skor yang lebih besar daripada jumlah nilai ancaman (T) setelah dikali dengan skor, yang berarti stakeholder mempunyai banyak peluang. Dengan demikian, stakeholder berada pada kuadran ke-1 (satu), yaitu suatu keadaan dimana stakeholder memiliki kekuatan dari segi internal dan juga mempunyai banyak peluang. Oleh karena itu, stakeholder harus menggunakan serta memanfaatkan kekuatan

internalnya secara maksimal dan memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang tepat adalah dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang yang besar yaitu dengan strategi agresif.

Tabel 4.22
Hasil Matrik SWOT

IFAS	STRENGTHS (S) S1. Perbankan Syariah bertujuan mendukung pelaksanaan pembangunan Nasional. S2. Bank Syariah adalah dengan memberikan pembiayaan yang diproses secepat mungkin S3. Melakukan Program pendampingan yang dilakukan oleh Bank Syariah	WEAKNESSES (W) W1. Keterbatasnya informasi tentang pembiayaan perbankan W2. Kurangnya kerja sama dengan lembaga UMKM W3. Kurangnya kerja sama dengan lembaga ekonomi dan ketahanan pangan
EFAS	OPORTUNITIES (O) O1. Pasar bebas ASEAN (MEA), merupakan peluang bagi UMKM untuk memperluas pasar O2. Penggunaan teknologi digital dapat meningkatkan kinerja UMKM antara lain, peningkatan akses ke pelanggan baru di dalam negeri, maupun luar negeri serta peningkatan penjualan O3. Sinergi perbankan dengan UMKM dapat meningkatkan pengembangan UMKM dan memperkuat perekonomian dan ketahanan pangan	THREATS (T) T1. Informasi tentang pembiayaan perbankan, modal yang tidak memadai UMKM T2. Keamanan transaksi merupakan menjadi pertimbangan utama T3. Pembiayaan bermasalah pasti akan berakibat pada ruginya suatu Bank
Hasil Strategi (S+O)	1. Perbankan Syariah bertujuan mendukung pelaksanaan pembangunan Nasional agar nantinya UMKM dapat masuk Pasar bebas ASEAN (MEA) untuk memperluas pasar	

	(S1,O1) 2. Bank Syariah adalah dengan memberikan pembiayaan yang diproses secepat mungkin melakukan Sinergi perbankan dengan UMKM dapat meningkatkan pengembangan UMKM dan memperkuat perekonomian dan ketahanan pangan dengan pengembangan pemanfaatan dan penggunaan teknologi digital dapat meningkatkan kinerja UMKM antara lain, peningkatan akses ke pelanggan baru di dalam negeri, maupun luar negeri serta peningkatan penjualan (S1,O3,O2) 3. Melakukan Program pendampingan yang dilakukan oleh Bank Syariah yang nantinya akan menjalin hubungan kerja sama yang baik guna sinergitas perbankan dengan UMKM dapat meningkatkan pengembangan UMKM dan memperkuat perekonomian dan ketahanan pangan (S2, O2).	
--	--	--

Sumber : Hasil Kuesioner (2024)

Berdasarkan diagram SWOT maka dapat diketahui bahwa stakeholder sedang menjalankan strategi SO (Strength and Opportunities) yaitu strategi dimana perusahaan menggunakan kekuatan dan peluang yang dimiliki untuk menjalankan usahanya. Dengan demikian stakeholder sebaiknya berkonsentrasi untuk melakukan untuk pengembangan dengan sinergitas dan menguatkan pemahaman Peran Perbankan Syariah Dalam Pengembangan UMKM dan Pengaruhnya Terhadap Ketahanan Ekonomi Masyarakat (Studi kasus PT Bank BTPN Syariah Cabang Medan)”. dengan baik, dengan spesifikasi sebagai berikut :

1. Perbankan Syariah bertujuan mendukung pelaksanaan pembangunan Nasional agar nantinya UMKM dapat masuk Pasar bebas ASEAN (MEA) untuk memperluas pasar.
2. Bank Syariah adalah dengan memberikan pembiayaan yang diproses secepat mungkin melakukan Sinergi perbankan dengan UMKM dapat meningkatkan pengembangan UMKM dan memperkuat perekonomian dan ketahanan pangan dengan pengembangan pemanfaatan dan penggunaan teknologi digital dapat meningkatkan kinerja UMKM antara lain, peningkatan akses ke pelanggan baru di dalam negeri, maupun luar negeri serta peningkatan penjualan.
3. Melakukan Program pendampingan yang dilakukan oleh Bank Syariah yang nantinya akan menjalin hubungan kerja sama yang baik guna sinergitas perbankan dengan UMKM dapat meningkatkan pengembangan UMKM dan memperkuat perekonomian dan ketahanan pangan.

Perbankan Syariah bertujuan mendukung pelaksanaan pembangunan Nasional agar nantinya UMKM lebih memperluas jangkauan konsumen menggunakan digital (media) dengan cara memahami atau mengerti penggunaan media di era digital ini dengan baik, yang nantinya para pelaku UMKM diharapkan bisa masuk pasar ASEAN (MEA). Para Pelaku UMKM juga dihimbau untuk bergabung dengan layanan e-commerce, agar bisa meminimalisir biaya pemasaran, dikarenakan pemasaran melalui jejaring sosial akan menjadi penting, mengingat mayoritas konsumen menggunakannya dalam memandu mereka dalam membuat keputusan pembelian yang nantinya menguntungkan buat UMKM sendiri, serta perlu ditekankan lagi perluasan jangkauan dan spesifikasi dengan teknologi digital dan e-commerce, dikarenakan dapat meningkatkan kinerja UMKM.

UMKM dan memperkuat perekonomian dan ketahanan pangan dengan pengembangan pemanfaatan dan penggunaan teknologi digital dapat meningkatkan kinerja UMKM antara lain, peningkatan akses ke pelanggan baru di dalam negeri, maupun luar negeri serta peningkatan penjualan dengan cara penggunaan media sosial yang berhasil diidentifikasi yaitu memungkinkan para pelaku bisnis UMKM mendapat akses kepada para

pelanggan baru. Para pelaku bisnis UMKM menyadari bahwa informasi yang disediakan atau dibagikan dalam akun aplikasi media sosial dapat dengan cepat tersebar luas ke berbagai kalangan konsumen. Dengan informasi viral yang tersebar, pelaku bisnis UMKM dapat memperoleh pelanggan yang secara geografis letaknya jauh.

UMKM pun mempunyai peluang yang besar untuk meraih keuntungan pada pasar bebas ini, dimana pemerintah telah menyediakan banyak kemudahan dan fasilitas yang ditujukan bagi pemilik bisnis UMKM Pasar bebas ASEAN yang sudah berjalan saat ini banyak memberikan keuntungan bagi pelaku bisnis UKM dalam negeri. Selain memperluas jangkauan pasar, pembebasan tarif perdagangan antar negara juga dinilai sangat membantu bisnis UKM untuk memasarkan produknya secara maksimal dengan adanya program pendampingan yang dilakukan oleh Bank Syariah yang nantinya akan menjalin hubungan kerja sama yang baik guna sinergitas perbankan dengan UMKM dapat meningkatkan pengembangan UMKM dan memperkuat perekonomian dan ketahanan pangan

C. Pembahasan

Pada dasarnya setiap Perbankan baik syariah maupun konvensional diaman semua produk disebuah bank pasti memiliki kelemahan, kelebihan, peluang, dan ancamannya masing-masing. Analisis SWOT merupakan suatu model dalam menganalisis organisasi yang berorientasi pada profit dan non profit, dengan tujuan utama untuk mengetahui keadaan suatu organisasi secara lebih komprehensif, sehingga dapat dijadikan sebagai perbandingan pola pikir dengan sudut pandang baik yang mungkin bisa terjadi maupun yang akan terjadi. Oleh karena itu peneliti membahas dan memperoleh hasil pada peran Perbankan Syariah Dalam Pengembangan UMKM dan Pengaruhnya Terhadap Ketahanan Ekonomi Masyarakat (Studi kasus PT Bank BTPN Syariah Cabang Medan Untuk dapat mengembangkan UMKM, diperlukan campur tangan perbankan syariah yang sangat membantu dalam pembentukan, perluasan dan pengembangan usaha, sehingga penyediaan lapangan pekerjaan semakin terbuka lebar, namun harus diimbangi juga dengan peningkatan sumber daya manusia yang berkualitas

sehingga mampu berdaya saing yang akhirnya meningkatkan pendapatan. Keberhasilan peningkatan kesejahteraan berdampak kepada masyarakat sehingga menjadi mandiri dan kokoh dan secara tidak langsung akan menunjukkan ketahanan ekonomi keluarga selanjutnya akan berpengaruh terhadap ketahanan ekonomi masyarakat yang pada akhirnya akan mewujudkan ketahanan ekonomi nasional yang berkaitan sektor UMKM.

UMKM akan tetap mampu tumbuh dan berkembang namun dilain sisi jika diperhatikan lebih seksama maka kelemahan UMKM adalah tidak akan bisa mengembangkan usahanya jika tidak mendapatkan kucuran bantuan modal dalam berkompetisi, maka kelemahan ini seperti kurangnya permodalan, kemampuan manajerial persaingan yang kurang sehat mengakibatkan ruang lingkup usaha menjadi terbatas sulit dalam jangka pendek terselasaikan walaupun pemerintah mengerahkan kebijakan-kebijakan dalam mendukung UMKM. Namun faktanya UMKM sudah mampu untuk membatu perkonomian di setiap daerah, disebabkan perkembangan UMKM sendiri dinilai bisa mengurangi tingkat kemiskinan dengan cara menciptakan lowongan pekerjaan.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuli Rahmini Suci 2017 Perkembangan UMKM bahwa UMKM kemampuan yang handal dan mumpuni serta memiliki peranan penting dalam kancan perekonomian Nasional. UMKM memiliki proporsi sebesar 99,99% dari total keseluruhan pelaku usaha di Indonesia atau sebanyak 56,54 juta unit. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah telah mampu membuktikan eksistensinya dalam perekonomian di Indonesia. Ketika badai krisis moneter melanda Indonesia di tahun 1998 usaha berskala kecil dan menengah yang relatif mampu bertahan dibandingkan perusahaan besar. Karena mayoritas usaha berskala kecil tidak terlalu tergantung pada modal besar atau pinjaman dari luar dalam mata uang asing. Sehingga, ketika ada fluktuasi nilai tukar, perusahaan berskala besar yang secara umum selalu berurusan dengan mata uang asing adalah yang paling berpotensi mengalami imbas krisis. Kemandirian UMKM bisa terlihat berdasarkan data industri perbankan yang menunjukan pertumbuhan kredit UMKM hanya rata-rata mencapai 13,67% pertahun. Pemberian kredit masih didominasi oleh Bank Umum Nasional, yang memang

telah diinstruksikan oleh Pemerintah untuk lebih memperhatikan UMKM melalui instrumen kebijakan ekonomi “Paket 4” (Yuli Rahmini Suci, 2017).

Penelitian yang dilakukan oleh Rachmat, Bilpen, dkk pada tahun 2016 Menunjukkan bahwa diperlukannya strategi pengembangan secara digital terhadap UKM dalam penyediaan infrastruktur ICT, proses produksi, dan perluasan pasar baik dalam jangka pendek, jangka menengah, dan jangka panjang agar para UKM memiliki daya saing dan meningkatkan kinerjanya (Rachmat, Bilpen, et. al, 2016).

Oleh karena itu, Perkembangan dalam dunia digital telah membawa suatu perubahan baru dalam hal pertukaran informasi, perdagangan, jejaring sosial dan komunikasi global yang membuat dunia bagaikan dalam genggam. Penggunaan media sosial bagi UMKM sangat besar. Semua UMKM yang dijadikan sampel dalam penelitian ini menggunakan media sosial dalam bisnis mereka. Mayoritas penggunaan media sosial difokuskan untuk pemasaran produk atau promosi dan menyebarkan informasi produk serta menjaga hubungan dengan pelanggan. Setiap UMKM memiliki derajat yang berbeda atas penggunaan media sosial dalam bisnis mereka. Namun demikian, setidaknya setiap UMKM memiliki satu kanal media sosial. Pelaku bisnis UMKM menyadari bahwa penggunaan aplikasi media sosial dapat meningkatkan akses kepada para pelanggan baru, selain memberikan kesempatan untuk memberikan informasi produk atau promosi dengan cara yang murah.

Perkembangan perangkat keras di bidang teknologi informasi dan perkembangan internet merupakan peluang sekaligus ancaman bagi dunia bisnis pada umumnya dan UMKM khususnya. Oleh sebab itu adopsi digital menjadi prasyarat yang harus dipenuhi apabila UMKM ingin mengalami kemajuan dan dapat memanfaatkan peluang bisnis ini. Penggunaan digital oleh pelaku UKMM sudah cukup baik, namun penggunaan dan pemanfaatan perangkat lunak e-commerce perlu ditingkatkan mengingat berbagai penghematan dan peningkatan produktifitas yang dapat diperoleh dari hal tersebut. Kemudian Perluasan jangkauan dan spesifikasi dengan teknologi digital dan e-commerce dapat meningkatkan kinerja UMKM yang nantinya diharapkan berdampak positif untuk meajukan UMKM.

Adanya kesesuaian dengan penelitian Sri Maulida & Ahmad Yunani 2018 Pelaku usaha harus bisa mengikuti tren perubahan dengan memanfaatkan teknologi informasi untuk mendorong kegiatan bisnis sekaligus meningkatkan daya saing. Pelaku usaha harus bisa menciptakan perubahan dan inovasi baru di dalam perusahaan yang mampu menciptakan peluang dan pasar baru dengan memanfaatkan teknologi informasi dan perkembangan konvergensi digital di tengah masyarakat (Sri Maulida & Ahmad Yunani, 2018). Semangat dan pola pikir *entrepreneurship* untuk memanfaatkan dan menciptakan peluang inovatif di era digital ini perlu terus dipupuk dan disosialisasikan kepada UMKM terkhususnya di kota Medan. Inovasi dan kreatifitas yang merupakan modal sosial masyarakat dan warisan budaya bangsa perlu ditumbuh kembangkan agar semakin banyak opsi produk dan layanan yang dapat ditawarkan oleh UMKM ke pasar, dan perlunya kolaborasi diantara para stakeholder dengan menggunakan penta helix yaitu : akedemisi, pelaku usaha, komunitas,pemerintah dan media, untuk peran serta masing - masing didaam pengembangan UMKM.

Adanya kerjasama sama antar bank BTPN syraih dan UMKM dapat membantu model pengembangan sosial-ekonomi melalui kolaborasi kemitraan antara lima aktor akademisi, pelaku usaha, komunitas,pemerintah dan media sudah berjalan cukup baik, dimana akademis adalah sebagai konseptor dengan melakukan standarisasi proses bisnis serta sertifikasi produk dan ketrampilan pada sumber daya manusia. Bisnis berperan sebagai enabler yang menghadirkan infrastruktur TIK, dengan mendukung perubahan pada sumber daya manusia, proses bisnis dan produk yang dihasilkan ke era digital. Komunitas berperan sebagai akselerator sebagai sarana untuk memperlancar adopsi proses bisnis ke era digital dan sebagai penghubung antar pemangku kepentingan. Pemerintah berperan sebagai regulator yang memiliki regulasi dan mengkoordinasi seluruh pemangku kepentingan. Media berperan expander untuk mendukung publikasi dalam promosi dan informasi.

Lembaga perbankan syariah dapat membantu berperan melakukan standarisasi proses bisnis serta sertifikasi produk dan ketrampilan sumber daya yang annti dapat mendapat kan hak paten dalam pemberian pembiayaan. Dalam hal ini merupakan sumber pengetahuan dengan konsep, teori-teori terbaru dan relevan

dengan bisnis yang dikembangkan pelaku UMKM untuk mendapatkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Sehingga peran akademisi disini adalah berbagi informasi dengan pelaku UMKM. Dalam program pengembangan UMKM yang memiliki peran sebagai akademisi. Berikut kolaborasi peran akademis terhadap UMKM. Bisnis melakukan melakukan proses bisnis dalam menciptakan nilai tambah dan mempertahankan pertumbuhan yang berkelanjutan. Bisnis berperan sebagai enabler yang menghadirkan infrastruktur TIK, dengan mendukung perubahan pada sumber daya manusia, proses bisnis dan produk yang dihasilkan ke era digital. Dengan adanya perubahan ke era digital maka dapat membantu para pelaku UMKM kota Medan menjadi lebih efektif, efisien, dan produktif. Dalam program pengembangan UMKM yang memiliki peran sebagai bisnis. Komunitas berperan Bertindak sebagai perantara atau menjadi penghubung antar pemangku kepentingan untuk membantu UMKM dalam keseluruhan proses dan memperlancar adopsi proses bisnis ke era digital Komunitas juga memiliki peran untuk mempromosikan produk atau layanan UMKM. Dalam program pengembangan UMKM. di kota medan memiliki peran sebagai komunitas yang menaungi UMKM.

Pemerintah berperan sebagai pemilik peraturan dan tanggung jawab dalam mengembangkan. Pemerintah juga memiliki peran dalam mengkoordinasi para pemangku kepentingan yang berkontribusi pada pengembangan UMKM di kota Medan. Dalam program pengembangan UMKM kota Medan yang memiliki peran sebagai pemerintah adalah Pemerintah Tenaga Kerja, Kementerian Perindustrian, Koperasi dan UKM dan Dinas Perdagangan. Sedangkan Pemerintah Provinsi melalui, Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Medan Serta Pemerintah Pusat Direktorat Jendral Industri Kecil dan Menengah dan Aneka, pembinaan pelatihan dan produktivitas. Media berperan dalam mendukung publikasi dalam promosi dan membuat brand image Dalam program pengembangan UMKM yang mendukung peran media melalui website sebagai media untuk promosi dan informasi. Sedangkan peran media dalam program pengembangan UMKM dalam website koperasi tersebut memuat informasi tentang program pengembangan UMKM, berita-berita tentang UMKM, dan produk yang dijual seperti fasihon, kuliner (minuman/makanan) kesehatan, dan

dan lainnya. Produk yang dimuat dalam website para pelaku UMKM atau media sosial seperti whatsapp, facebook dan instagram disertakan dengan harga.

Dapat dilihat bahwa jenis hubungan yang terjalin antar stakeholder pada program pengembangan UMKM di kota Medan Sesuai dengan hubungan dan peran yang dijalankan. Akademisi sebagai konseptor memiliki jenis hubungan dengan bisnis dan komunitas. Hal ini dikarenakan adanya saling berbagi sumber daya secara minimal dengan komitmen waktu sedang. Sumber daya yang dimaksud di sini adalah bantuan misalnya untuk modal maupun informasi bisnis, fasilitas, dan fasilitator untuk pelatihan. Untuk hubungan akademisi dengan pemerintah hubungan terjalin secara formal dan terdapat adanya komitmen yang sedang dalam berbagi risiko, sumber daya, dan adanya rewards yang diartikan sebagai akses akademisi untuk berkontribusi dalam pengembangan program. Sedangkan untuk hubungan akademisi dan media hubungan terjalin secara informal serta tidak adanya saling berbagi sumber daya yang diperlukan. Fokus utamanya adalah pertukaran informasi dengan penggunaan waktu. Diantara bisnis dengan pemerintah dan komunitas adanya komitmen yang cukup dalam berbagi sumber daya, risiko, tanggung jawab, Bisnis membantu memberikan pelatihan, bantuan modal, dan fasilitas. dengan adanya akses yang semakin mudah dalam proses bisnis, Sedangkan untuk hubungan bisnis dan media tidak adanya saling berbagi risiko maupun tanggung jawab.

Hubungan yang terjalin antara komunitas dan memiliki peran kuat dalam berkontribusi untuk membantu proses publikasi dan promosi produk UMKM melalui website, atau jejaring sosial lainnya berupa Whatsaap, Fecebook dan instagram. Salah satu fungsi website ini adalah sebagai media yang mempublikasikan program pengembangan UMKM, dimana dalam website memuat informasi mengenai program ini. Sedangkan untuk hubungan yang terjalin antara komunitas dan pemerintah memiliki komitmen yang cukup dalam berbagi sumber daya, tanggung jawab, risiko, dan rewards. Pemerintah memberikan beberapa akses misalnya melalui pelatihan, study banding, dan pameran. Selanjutnya Pemerintah dan media, media partner pemerintah dalam mendukung program untuk publikasi dan promosi dalam pengembangan UMKM. Pelaku bisnis UMKM juga memanfaatkan media sosial seperti facebook dan

instagram untuk pemasaran yang dikelola secara pribadi. Jenis hubungan yang terjalin antar stakeholder dalam melakukan kerjasama pada program pengembangan UMKM, memang belum mencapai tahap yang optimal. Namun, dengan adanya kolaborasi antar stakeholder dalam program ini menjadikan UMKM semakin berkembang dengan baik.

Para stakeholder Perbankan Syariah Dalam Pengembangan UMKM dan Pengaruhnya Terhadap Ketahanan Ekonomi Masyarakat (Studi kasus PT Bank BTPN Syariah Cabang Medan sudah mampu menjelankan perannya dalam pengembangan UMKM di Kota Medan dengan penggunaan konsep penta helix. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Atika Nurmalia tahun 2018 dimana lima stakeholder yang terlibat dalam pengembangan UMKM bordir dan konfeksi Desa Padurenan, yakni akademisi, bisnis, komunitas, pemerintah, dan media atau yang sering disebut dengan model Penta Helix. Strategi yang dijalankan pemerintah dengan berkolaborasi dengan stakeholder lainnya dalam program ini sudah berjalan dengan baik. Namun masih terdapat beberapa hal yang belum berjalan dengan optimal. Hal ini dikarenakan kurangnya koordinasi, kurangnya komitmen para stakeholder, dan pola pikir para pelaku UMKM. Sedangkan untuk pola hubungan yang terjalin antar stakeholder beragam, yakni *networking, coordinating, cooperating, dan collaborating* (Atika Nurmalia, 2018).

Selanjutnya berdasarkan hasil SWOT maka dapat diketahui bahwa stakeholder sedang menjalankan strategi SO (Strength and Opportunities) yaitu strategi dimana perusahaan menggunakan kekuatan dan peluang yang dimiliki untuk menjalankan usahanya. Dengan demikian stakeholder sebaiknya berkonsentrasi untuk melakukan pengembangan dengan sinergitas dan menguatkan pemahaman bahwa perbankan Syariah bertujuan mendukung pelaksanaan pembangunan Nasional agar nantinya UMKM dapat masuk Pasar bebas ASEAN (MEA) untuk memperluas pasar. Bank Syariah adalah dengan memberikan pembiayaan yang diproses secepat mungkin melakukan Sinergi perbankan dengan UMKM dapat meningkatkan pengembangan UMKM dan memperkuat perekonomian dan ketahanan pangan dengan pengembangan pemanfaatan dan penggunaan teknologi digital dapat meningkatkan kinerja

UMKM antara lain, peningkatan akses ke pelanggan baru di dalam negeri, maupun luar negeri serta peningkatan penjualan.

Melakukan Program pendampingan yang dilakukan oleh Bank Syariah yang nantinya akan menjalin hubungan kerja sama yang baik guna sinergitas perbankan dengan UMKM dapat meningkatkan pengembangan UMKM dan memperkuat perekonomian dan ketahanan pangan dan dengan Teknologi Informasi Komunikasi (TIK) yang nantinya dapat memperluas jaringan pemasaran dan memanfaatkan yang ada dengan baik, UMKM diharapkan untuk lebih memperluas jangkauan konsumen menggunakan digital (media) dengan cara memahami atau mengerti penggunaan media di era digital ini dengan baik, Penggunaan media sosial yang berhasil diidentifikasi yaitu memungkinkan para pelaku bisnis UMKM mendapat akses kepada para pelanggan baru. Para pelaku bisnis UMKM menyadari bahwa informasi yang disediakan atau dibagikan dalam akun aplikasi media sosial dapat dengan cepat tersebar luas ke berbagai kalangan konsumen.

UMKM pun mempunyai peluang yang besar untuk meraih keuntungan pada pasar bebas, dimana pemerintah telah menyediakan banyak kemudahan dan fasilitas yang ditujukan bagi pemilik bisnis UMKM Pasar bebas ASEAN yang sudah berjalan saat ini banyak memberikan keuntungan bagi pelaku bisnis UMKM dalam negeri dengan bantuan pendampingan dan pembiayaan yang dilakukan oleh BTPN Syariah Cabang Medan melalui produk seperti halnya menggunakan produk syariah relatif lebih banyak dibandingkan dengan bank konvensional antara lain bisa melakukan jual beli, sewa-menyewa, sewa beli, berbagi hasil, bermitra modal, gadai, anjak piutang, serta jasa lainnya. Secara umum, perbankan syariah memiliki 3 produk, yaitu produk penghimpun dana, produk penyaluran dana, dan produk jasa.

Produk pembiayaan yang dapat dilakukan dalam pengembangan UMKM seperti halnya a) Mudharabah, adalah perjanjian antara penyedia modal dengan pengusaha. Setiap keuntungan yang diraih akan dibagi menurut rasio tertentu yang disepakati. Resiko kerugian ditanggung penuh oleh pihak Bank kecuali kerugian yang diakibatkan oleh kesalahan pengelolaan, kelalaian dan penyimpangan pihak nasabah seperti penyelewengan, kecurangan dan penyalahgunaan. b) Musyarakah

(Joint Venture), konsep ini diterapkan pada model partnership atau joint venture. Keuntungan yang diraih akan dibagi dalam rasio yang disepakati sementara kerugian akan dibagi berdasarkan rasio ekuitas yang dimiliki masing-masing pihak. Perbedaan mendasar dengan mudharabah ialah dalam konsep ini ada campur tangan pengelolaan manajemennya sedangkan mudharabah tidak ada campur tangan c) Murobahah, yakni penyaluran dana dalam bentuk jual beli. Bank akan membelikan barang yang dibutuhkan pengguna jasa kemudian menjualnya kembali ke pengguna jasa dengan harga yang dinaikkan sesuai margin keuntungan yang ditetapkan bank, dan pengguna jasa dapat mengangsur barang tersebut. Besarnya angsuran flat sesuai akad diawal dan besarnya angsuran sama dengan harga pokok.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan analisa dari bab sebelumnya maka penuliti dapat mengambil kesimpulan berdasarkan hasil analisi SWOT didapati bahwasanya

1. Perbankan Syariah bertujuan mendukung pelaksanaan pembangunan Nasional agar nantinya UMKM dapat mauk Pasar bebas ASEAN (MEA) untuk memperluas pasar.
2. Bank Syariah adalah dengan memberikan pembiayaan yang diproses secepat mungkin melakukan Sinergi perbankan dengan UMKM dapat meningkatkan pengembangan UMKM dan memperkuat perekonomian dan ketahan pangan dengan pengembangan pemanfaatan dan penggunaan tekonologi digital dapat meningkatkan kinerja UMKM antara lain, peningkatan akses ke pelanggan baru di dalam negri, maupun luar negri serta peningkatan penjualan.
3. Melakukan Program pendampingan yang dilakukan oleh Bank Syariah yang anntinya akan manjalin hubungan kerja sama yang baik guna sinergitas perbankan dengan UMKM dapat meningkatkan pengembangan UMKM dan memperkuat perekonomian dan ketahan pangan.

B. Saran

Dalam melaksanan penelitian ini, penulis menyadari dalam penulisannya masih banyak terdapat kesalahan, hal tersebut dikarenakan kemampuan penulis yang terbatas, Oleh karean itu penulis mengharapakan pembaca agar lebih dapat menyempurnakan kekurangan dalam penulisan tesis ini yang berkaitan strategi pengembangan Bankn syariah dan UMKM dalam sktor ekonomi dan pangan.

1. Bagi peneliti selanjutnya.

Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan lebih mempersiapkan waktu yang ingin diteliti, dikarenakan waktu sangat berpengaruh terhadap kualitas dan efesiensi dari penelitian, dan diharpakan lebih menambah sasarna yang akan menjadi nara sumber serta tepatnya siapa yang akan dimintai dalam mendapatkan informasi, menambah pelaku usaha, menambah pmerintah yang menjadi objek serta komunitas, selanjutnya mencari informasi yang lebih ditail kepda pakar – pakar / ahli perbankan syariah dan Binsis serta pakar ekonomi dan pangan.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, Euis. *Keadilan Distributif Dalam Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajawali Pers, 2009.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani, 2001.
- Baswir. *Keterbelakangan Usaha Kecil dan Peningkatan Otonomi Daerah*. *Jurnal Analisis Sosial*, 2000.
- Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Bandung: Sygma, 2009.
- Edilius, et.all. *Pengantar Ekonomi Perusahaan*. Jakarta: Rineka Cipta, 1992.
- Hakim. Cecep Maskanul. *Belajar Mudah Ekonomi Islam, Catatan Kritis Terhadap Dinamika Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia*. Tangerang: Shuhuf Media Insani, 2011.
- Hasibuan, Malayu. *Dasar-dasar Perbankan*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2011.
- Hendro, *Dasar – Dasar Kewirausahaan*, Jakarta : Erlangga, 2011.
- Irfadila. *Peran Perbankan Syariah dalam Mendorong Usaha Kecil dan Menengah Menurut Tinjauan Ekonomi Islam*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Karim, 2011.
- Kasmir. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: Rajawali Pers, 2012.
- Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Edisi Kesatu. Cetakan Kedua,. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012.
- Karim, Adiwarman A. *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*,. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014.
- Kara, Muslimin. *Kontribusi Pembiayaan Perbankan Syariah Terhadap Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Makassar*. *Jurnal Ilmu Syariah dan Hukum* vol. 47, No.1, Juni 2013.
- Kuncoro, Mudrajad. *Ekonomi Pembangunan: Teori, Masalah, dan kebijakan*. Yogyakarta: UPP.AMP YKPN, 2008.

- Kristiyanti, Mariana. *Peran Strategis Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Dalam Pembangunan Nasional*. Majalah Ilmiah INFORMATIKA Vol.3 No.1, Januari 2012.
- Levinson dan Soekanto, *Peranan* . Jakarta: Rajawali Pers, 2012
- Lexy J, Moleong. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000.
- Maryati, Sri. *Peran Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Dalam Pengembangan UMKM dan Agribisnis Pedesaan di Sumatera Barat*, Journal Of Economic and Economic Education vol.3 No.1 (1-17).
- Muslimin, Supriadi. *Peranan lembaga keuangan mikro syariah terhadap pemberdayaan usaha mikro kecil dan menengah (studi kasus pada BMT Al-Amin Makassar)*. Skripsi UIN Alauddin Makassar, 2015.
- Nana Sudjana dan Ibrahim, *Penelitian dan penilaian Pendidikan*. Bandung: Sinar Baru Algensido, 2012.
- Pasal 1 Bulir 7 UU No 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah.
- Permatasari, Riza Rahayu. *Peran Kredit Pasar Model Terhadap Pengembangan Usaha Mikro kecil dan Menengah (Studi Pada Bank Danamon Simpan Pinjam Unit Turen-Malang)*. Malang: Universitas Brawijaya, 2014.
- Pusat Kebijakan Perdagangan Dalam Negeri badan Pengkajian dan Pengembangan Kebijakan Perdagangan Kementrian Perdagangan, *Analisis Peran Lembaga Pembiayaan Dalam Pengembangan UMKM*, 2013
- Rivai, Veithzal. *Islamic transaction Law In Businees*. Jakarta: Bumi Aksara, 2011.
- Rachman , Afzalur. *Doktrin Ekonomi Islam*, Jilid Empat, Yogyakarta: Dana Bakti wakaf, 2005.
- Rusdiana, *KEWIRAUSAHAAN Teori dan Praktek*, cetakan ke 2. Bandung : Pustaka Setia, 2018
- Sartono, Agus. *Manajemen Keuangan: Teori dan Aplikasi*, Edisi 4. Yogyakarta: BPFE, 2001.

- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Penerbit Alfabeta, 2009.
- Sumi Jha. *Human Resource Mangement and Knowledge Management: Revisiting Challenges of Integration*, IJMBS Vol. 1, Issue 2, June 2011.
- Tambunan, Tulus. *Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia: Beberapa Isu Penting*. Jakarta: Salemba Empat. 2002.
- Umam, Khotibul. *Perbankan Syariah: Dasar-dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia*. Jakarta: Rajawali Pers, 2017.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro , Kecil dan Menengah, Bab I Ketentuan Umum, Pasal 1.
- Zainul Arifin. *Memahami Bank Islam, Lingkup, Peluang, Tantangan dan Prospek*. Jakarta: Alfabet, 2012.
- Zulaikah, Siti. *Peran BPRS Ben Salamah Abadi terhadap pemberdayaan usaha kecil dan menengah di Kecamatan Gadong Kabupaten Grobogan (Studi pada PT BPRS Salamah Abadi Purwodadi)*. Skripsi S1 Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Walisongo, 2011.

