

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Deskripsi Teori

1. Baitul Mal wa Tamwil (BMT)

a. Pengertian BMT

BMT adalah singkatan dari istilah *Baitul Mal wa Tamwil*. Secara singkat, *bait al-mal* merupakan lembaga pengumpulan dana masyarakat yang disalurkan tanpa tujuan *profit*. Sedangkan *bait at-tamwil* merupakan lembaga pengumpulan dana (uang) guna disalurkan dengan orientasi *profit* dan komersial. Ahmad Sumiyanto (2008: 15) mengatakan bahwa, “BMT merupakan salah satu jenis lembaga keuangan bukan bank yang bergerak dalam skala mikro sebagaimana koperasi simpan pinjam (KSP)”. BMT berbeda dengan Bank Umum Syari’ah (BUS) maupun Bank Perkreditan Syari’ah (BPRS).

Perbedaan BMT dengan Bank Umum Syari’ah (BUS) atau juga Bank Perkreditan Rakyat Syari’ah (BPRS) terletak di bidang pendampingan dan dukungannya. Berkaitan dengan dukungan, BUS dan BPRS terikat dengan Peraturan Pemerintah di bawah Departemen Keuangan atau juga Peraturan Bank Indonesia (BI). Sedangkan, BMT yang notabene sebagai badan hukum koperasi, secara otomatis pangawasannya terletak di bawah pembinaan

Departemen Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah. Dengan demikian, peraturan yang mengikat BMT juga dari departemen tersebut.

Sampai saat ini, selain peraturan tentang koperasi dengan segala bentuk usahanya, BMT diatur secara khusus dengan Keputusan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah No. 91/Kep/M.KUKM/IX/2004 tentang Petunjuk Pelaksanaan Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syari'ah. Dengan keputusan ini, segala sesuatu yang terkait dengan pendirian dan pengawasan BMT berada di bawah Departemen Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (2008: 15-16).

b. Azaz dan badan hukum BMT

BMT berasaskan Pancasila dan Undang-undang Dasar 1945 serta berlandaskan syariah Islam, keimanan, keterpaduan (*kaffah*), kekeluargaan/koperasi, kebersamaan, kemandirian, dan profesionalisme (PINBUK, Hal 2-3). Secara hukum BMT berpayung pada koperasi, tetapi sistem operasionalnya tidak jauh berbeda dengan Bank Syariah. Sehingga, produk-produk yang berkembang dalam BMT menyerupai produk-produk yang ada di Bank Syari'ah. Efek dari berbadan hukum koperasi, BMT harus tunduk pada Undang-undang Nomor 25 tahun 1992 tentang Perkoperasian dan PP Nomor 9 tahun 1995 tentang pelaksanaan usaha simpan pinjam oleh koperasi, juga dipertegas oleh KEP. MEN Nomor 91 tahun 2004 tentang

Koperasi jasa keuangan Syari'ah. Undang-undang tersebut sebagai payung berdirinya BMT (Lembaga Keuangan Mikro Syari'ah).

Dalam menjalankan kegiatannya, peraturan operasional BMT sama halnya dalam bank syari'ah yaitu berdasarkan undang-undang Perbankan Nomor 7 tahun 1992 dengan ketentuan pelaksanaannya seperti PP Nomor 71 tahun 1992 tentang BPR serta PP Nomor 72 tahun 1992 yang mengatur mengenai bank dengan prinsip bagi hasil. Undang-undang Nomor 7 tahun 1992 kemudian diganti dengan Undang-undang Nomor 10 tahun 1998 (PINBUK, Hal 6).

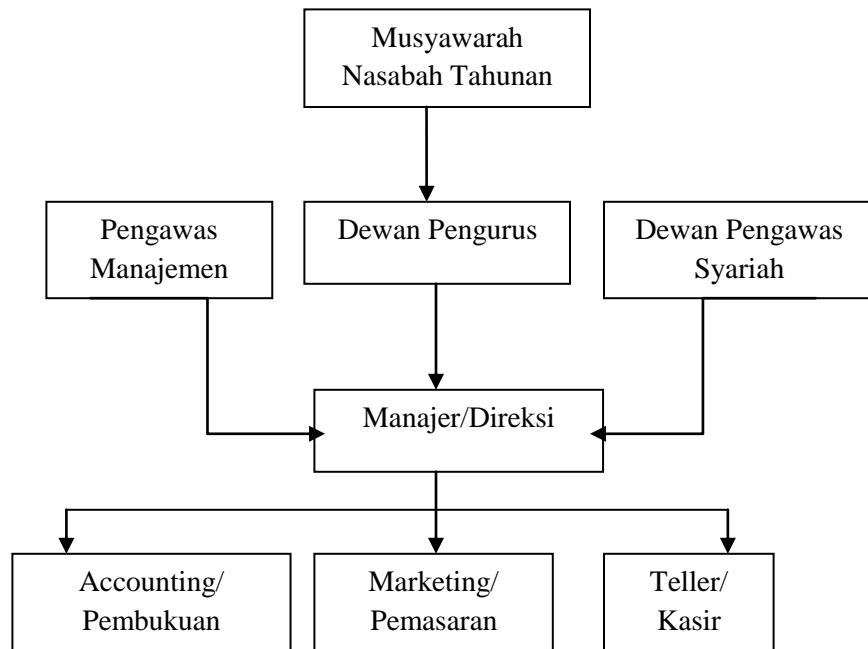
c. Struktur organisasi dan mekanisme operasional

1) Struktur Organisasi

Struktur organisasi BMT menunjukkan wewenang, tanggung jawab, dan komando serta bidang yang digarap masing-masing. Struktur organisasi berguna agar sistem yang ada pada BMT tidak terjadi benturan fungsi maupun tugas. Setiap BMT memiliki karakteristik yang berbeda-beda dalam penyusunan struktur organisasi. Namun, secara umum struktur organisasi BMT terdiri dari:

- a) Musyawarah Nasabah Tahunan
- b) Dewan Pengurus
- c) Dewan Pengawas Syariah
- d) Dewan Pengawas Manajemen

e) Pengelola yang terdiri minimal Manajer, Marketing, Accounting dan Kasir



Sumber: Tim Penyusun *Pedoman BMT Jaringan Muamalat Center Indonesia*, 2004.

Gambar 1. Struktur Organisasi BMT

2) Mekanisme Operasional

a) Musyawarah Nasabah Tahunan

Musyawarah Nasabah Tahunan diselenggarakan sekali dalam setahun. Musyawarah ini dihadiri oleh seluruh perangkat BMT dan nasabah atau perwakilannya. Musyawarah Nasabah Tahunan

merupakan kedaulatan tertinggi dalam manajemen BMT, sehingga berhak memutuskan:

- (1) Pengesahan atau perubahan anggaran dasar dan anggaran rumah tangga organisasi
- (2) Pemilihan, pengangkatan dan sekaligus pemberhentian pengurus dan pengawas, baik pengawas syariah maupun manajemen
- (3) Penetapan anggaran pendapatan dan belanja BMT selama satu tahun
- (4) Penetapan visi dan misi organisasi
- (5) Pengesahan laporan pertanggungjawaban pengurus tahun sebelumnya
- (6) Pengesahan rencana program kerja tahunan (Muhammad Ridwan, 2005: 141).

b) Dewan Pengurus

Dewan Pengurus sejatinya adalah wakil dari seluruh nasabah dalam menjalankan keputusan yang telah disyahkan dalam Musyawarah Nasabah Tahunan. Masa kerja pengurus bergantung dengan kepentingan organisasi. Fungsi, peran, dan tanggung jawab pengurus dapat dirumuskan sebagai berikut

- (1) perencanaan
- (2) personifikasi badan hukum
- (3) penyediaan sumber-sumber yang diperlukan
- (4) personalia
- (5) pengawasan (2005: 142)

c) Dewan Pengawas Syariah

Tugas utama Dewan Pengawas Syariah adalah melakukan pengawasan BMT, terutama yang berkaitan dengan penerapan sistem syariah. Landasan kerja Dewan Pengawas Syariah berdasarkan fatwa

Dewan Syariah Nasional (DSN). Fungsi utama Dewan Pengawas Syariah adalah:

- (1) Penasehat dan pemebri saran dan atau fatwa kepada pengurus dan pengelola mengenai hal-hal yang berkaitan dengan syariah seperti penetapan produk.
- (2) Sebagai mediator antara BMT dengan Dewan Syariah Nasional atau Dewan Pengawas Syariah Propinsi.
- (3) Mewakili nasabah dalam pengawasan syariah.

d) Dewan Pengawas Manajemen

Dewan Pengawas manajemen merupakan representasi nasabah terutama berkaitan dengan operasional kerja pengurus. Masa kerja pengawas sama dengan pengurus. Nasabah Dewan Pengurus Manajemen dipilih dan disyahkan dalam Musyawarah Nasabah Tahunan. Setiap nasabah BMT memiliki hak yang sama untuk dipilih menjadi dewan pengawas manajemen. Fungsi dan peran utamanya meliputi.:

- (1) Mewakili nasabah dalam memberikan pengawasan terhadap kerja pengurus terutama berkaitan dengan pelaksanaan keputusan musyawarah tahunan;
- (2) Memberikan saran, nasehat, dan usulan kepada pengurus;
- (3) Mempertanggungjawabkan hasil kerja pengawasannya kepada nasabah dalam musyawarah tahunan (2005: 143-144)

e) Pengelola

Pengelola merupakan kesatuan kerja hasil bentukan Dewan Pengurus. Mereka adalah wakil pengurus dalam menjalankan operasional BMT secara keseluruhan. Pertanggungjawaban Pengelola ada pada Pengurus dan apabila diminta dapat memberikan penjelasan kepada nasabah pada saat Musyawarah Nasabah Tahunan. “Satuan kerja Pengelola terdiri dari minimal manajer/direktur, pembukuan, marketing/pemasaran, kasir/teller” (2005: 146).

Dalam perkembangannya struktur organisasi BMT dapat diubah dan disesuaikan dengan kebutuhan organisasi. Perkembangan struktur tersebut dapat menjadi:

- (1) Direktur
- (2) Manajer operasional yang membawahi bagian kasir, pembukuan, bagian administrasi pembiayaan-tabungan dan bagian pelayanan nasabah.
- (3) Manajer *Marketing* yang membawahi bagian *funding officer* (FO), *account officer* (AO), dan remedial (penagihan).
- (4) Bagian pembukuan yang akan membawahi: internal audit dan staf pembukuan.

2. Model Pembiayaan BMT

Dalam pembiayaan produktif, baik yang diperuntukkan sebagai modal kerja maupun investasi, masyarakat dapat memilih empat model pembiayaan BMT. Pola pembiayaan ini merupakan kontrak yang mendasari berbagai produk layanan masyarakat BMT dalam usahanya. Dan secara umum Ahmad Sumiyanto mengklasifikasikan pembiayaan BMT kepada empat kategori umum, yaitu (2008: 140):

a. Prinsip Bagi Hasil (*Syirkah*)

Syirkah dalam bahasa Arab berarti pencampuran atau interaksi atau membagi sesuatu antara dua orang atau lebih menurut hukum kebiasaan yang ada. Prinsip *syirkah* untuk produk pembiayaan BMT dapat dioperasikan dengan pola-pola sebagai berikut:

1) *Musyarakah*

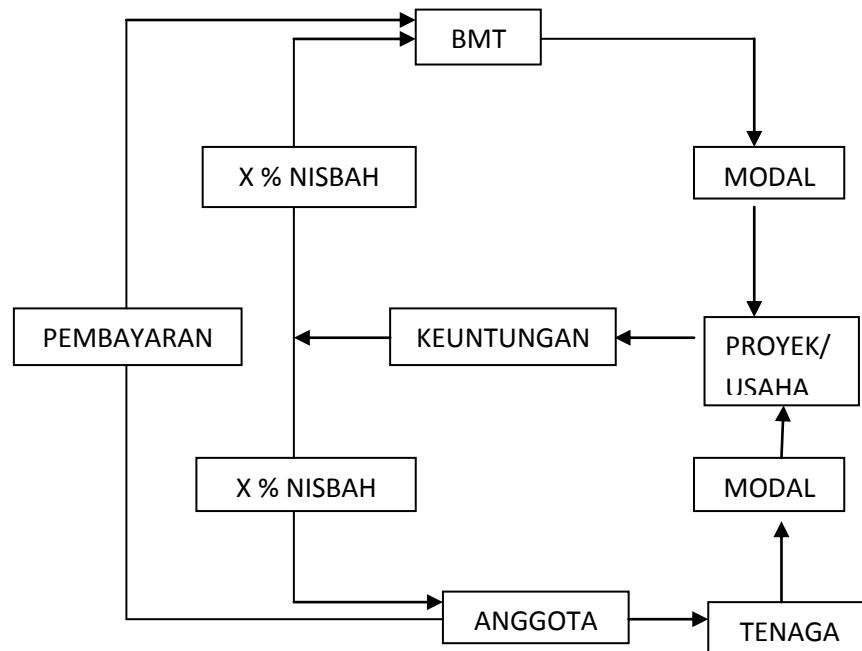
Merupakan kerjasama dalam usaha oleh dua pihak. Ketentuan umum dalam akad *musyarakah* adalah sebagai berikut :

- a) Semua modal disatukan untuk menjadi modal proyek musyarakah dan dikelola bersama-sama.
- b) Setiap pemilik modal berhak turut serta dalam menentukan kebijakan usaha yang dijalankan oleh pelaksana usaha.
- c) Pemilik modal dipercaya untuk menjalankan proyek musyarakah dengan tidak boleh melakukan tindakan seperti; seperti

menggabungkan dana proyek dengan dana pribadi, mejalankan proyek dengan pihak lain tanpa seizing pemilik modal lainnya, memberi pinjaman kepada pihak lain.

- d) Setiap pemilik modal dapat mengalihkan penyertaan atau digantikan oleh pihak lain.
- e) Setiap pemilik modal dianggap mengakhiri kerjasama bila; menarik diri dari perserikatan, meninggal dunia, menjadi tidak cakap hukum.

Biaya yang timbul dari pelaksanaan proyek jangka waktu proyek harus diketahui bersama dan proyek yang dijalankan harus disebutkan dalam akad. Akad *musyarakah* dapat dilihat pada Gambar 2:



Sumber : Ahmad Sumiyanto, 2008: 153

Gambar 2. Akad Musyarakah

2) *Mudharabah*

a) Pengertian *mudharabah*

Menurut Adiwarman A. Karim (2008: 204) pemberian *mudharabah* adalah bentuk kontrak antara dua pihak dimana satu pihak berperan sebagai pemilik modal dan mempercayakan sejumlah modalnya untuk dikelola oleh kedua pihak, yakni si pelaksana usaha, dengan tujuan untuk mendapatkan untung.

Dalam pelaksanaan pemberian *mudharabah* Ahmad Sumiyanto (2008: 153) memaparkan beberapa kentetuan umum yang berlaku adalah:

- (1) Jumlah modal yang diserahkan kepada anggota selaku pengelola modal harus diserahkan tunai, dapat berupa uang atau barang yang dinyatakan nilainya dalam satuan uang.
- (2) Apabila uang diserahkan secara bertahap, harus jelas dan disepakati bersama.
- (3) Hasil dari pengelolaan pemberian *mudahrabah* dapat diperhitungkan dengan dua cara yaitu:
 - (a) hasil usaha dibagi sesuai dengan persetujuan dalam akad, pada bulan atau waktu yang ditentukan. Pemilik modal menanggung seluruh kegiatan kecuali akibat kelalaian dan penyimpangan pihak pengusaha.
 - (b) pemilik modal berhak melakukan pengawasan terhadap pekerjaan. Namun, tidak berhak mencampuri urusan pekerjaan anggota. Jika anggota cidera janji dengan

sengaja misalnya tidak mau membayar kewajiban atau menunda kewajiban, maka dapat dikenakan sanksi administrasi.

b) Faktor-faktor yang harus ada (*rukun*) dalam akad *mudharabah*

(1) Pelaku (pemilik modal maupun pelaksana usaha)

Dalam akad *mudharabah*, harus ada minimal dua pelaku. Pihak pertama bertindak sebagai pelaksana pemilik modal (*shahib al-mal*), sedangkan pihak kedua bertindak sebagai pelaksana usaha (*mudharib* atau *'amil*). Tanpa dua pelaku ini, maka akad *mudharabah* tidak ada.

(2) Objek *mudharabah* (modal dan kerja)

Pemilik modal menyerahkan modalnya sebagai objek *mudharabah*, sedangkan pelaksana usaha menyerahkan kerjanya sebagai objek *mudharabah*. Modal yang diserahkan bisa berbentuk uang atau barang yang dirinci berapa nilai uangnya. sedangkan kerja yang diserahkan bisa berbentuk keahlian, ketrampilan, *selling skill*, *management skill*, dan lain-lain. Tanpa dua objek ini, akad *mudharabah* pun tidak akan ada.

(3) Persetujuan kedua belah pihak (*ija-qabul*)

Faktor ketiga, yakni persetujuan kedua belah pihak, merupakan konsekuensi dari prinsip *an-taraddin minkum* (sama-sama rela). Di

sini kedua belah pihak harus secara rela bersepakat untuk mengikatkan diri dalam akad *mudharabah*. Si pemilik dana setuju dengan perannya untuk mengkontribusikan dana, sementara si pelaksana usaha pun setuju dengan perannya untuk mengkontribusikan kerja.

(4) Nisbah Keuntungan

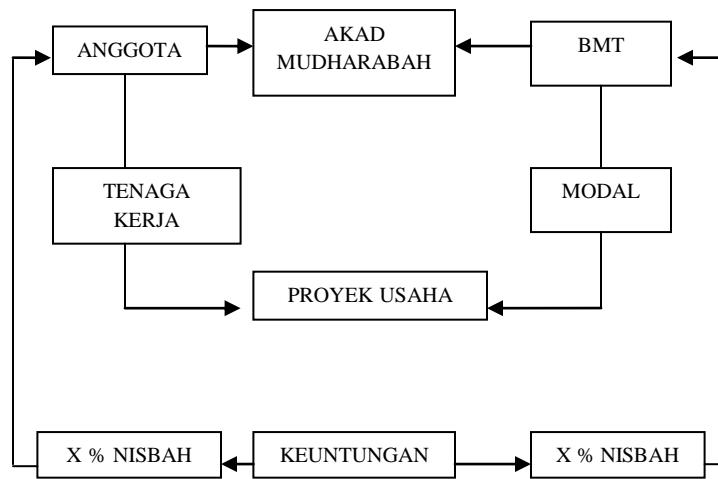
Nisbah mencerminkan imbalan yang berhak diterima oleh kedua pihak yang bermudharabah. *Mudharib* mendapat imbalan atas kerjanya, sedangkan *shahib al-mal* mendapat imbalan atas penyertaan modalnya. nisbah keuntungan inilah yang akan mencegah terjadinya perselisihan antara kedua belah pihak mengenai cara pembagian keuntungan.

c) Ketentuan Kerjasama *Mudharabah*

Kerjasama *shahibul maal* dalam memberikan dana 100% kepada *mudharib* adalah :

- (1) jumlah modal yang diserahkan kepada anggota selaku pengelola modal harus diserahkan tunai, dapat berupa uang atau barang yang dinyatakan nilainya dalam satuan uang.
- (2) apabila uang diserahkan secara bertahap, harus jelas tahapannya dan disepakati bersama.

(3) hasil dari pengelolaan pembiayaan *mudharabah* dapat diperhitungkan dengan dua cara yaitu : pertama; hasil usaha dibagi sesuai dengan persetujuan dalam akad, pada bulan atau waktu yang ditentukan. BMT selaku pemilik modal menanggung seluruh kegiatan kecuali akibat kelalaian dan penyimpangan pihak pengusaha. Kedua; BMT berhak melakukan pengawasan terhadap pekerjaan namun tidak berhak mencampuri urusan pekerjaan anggota. Jika anggota cidera janji dengan sengaja misalnya tidak mau membayar kewajiban atau menunda kewajiban, maka dapat dikenakan sanksi administrasi. Akad *Mudharabah* dapat dilihat pada gambar 3.



Sumber : Ahmad Sumiyanto, 2008: 154

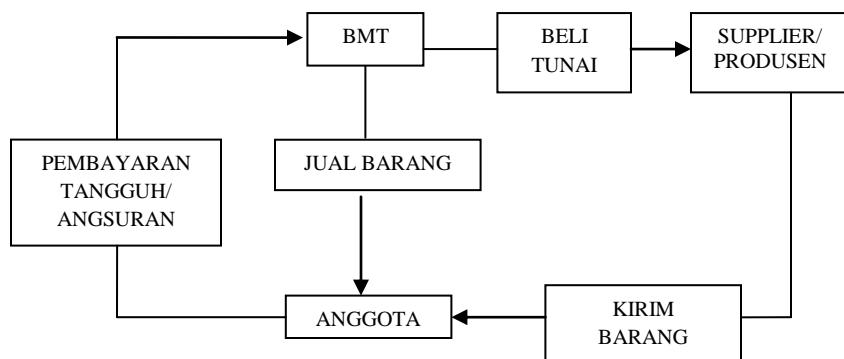
Gambar 3. Akad *Mudharabah*

b. Prinsip Jual Beli (*Tijarah*)

Jual beli secara entimologi berarti menukar harta dengan harta, sedangkan secara terminologis artinya adalah transaksi penukaran selain fasilitas dan kenikmatan. Sedangkan prinsip jual beli dapat dikembangkan menjadi bentuk-bentuk pembiayaan sebagai berikut :

1) Pembiayaan *Murabahah*

Menjual dengan modal asli bersama tambahan keuntungan yang jelas. Dalam penerapannya BMT bertindak sebagai pembeli sekaligus penjual barang halal tertentu yang dibutuhkan anggota. Besarnya keuntungan yang diambil oleh BMT atas transaksi *murabahah* bersifat konstan. Keadaan ini berlangsung sampai akhir pelunasan utang oleh anggota kepada BMT. Akad *Murabahah* dapat dilihat pada gambar 4:



Sumber : Ahmad Sumiyanto, 2008: 155

Gambar 4. Akad *Murabahah*

Secara umum *murabahah* memiliki syarat-syarat :

- (a) BMT memberitahu biaya modal (harga pokok) kepada anggota.

(b) kontrak pertama harus sah sesuai dengan rukun yang ditetapkan.

(c) kontrak harus bebas dari riba.

(d) penjual harus menjelaskan kepada pembeli bila terjadi cacat atas barang sesudah pembelian.

(e) penjual harus menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian, misalnya pembelian dilakukan secara hutang.

2) *Bai' As Salam*

Akad pembelian barang yang mana barang yang dibeli diserahkan dikemudian hari, sedangkan pembayarannya dilakukan secara tunai dimuka. Dalam transaksi ini ada kepastian tentang kualitas, kuantitas, harga dan waktu penyerahan. Ketentuan umum dalam *bai' as salam* adalah :

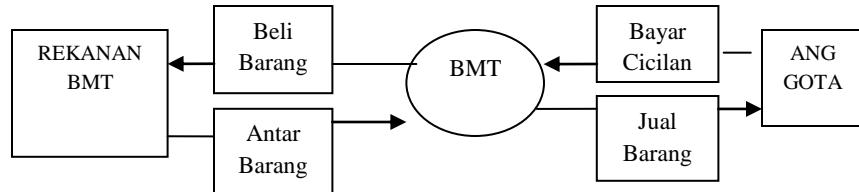
(a) pembelian hasil produksi harus diketahui spesifikasinya secara jelas seperti jenis, macam, ukuran, mutu dan jumlahnya.

(b) apabila hasil produksi diterima cacat atau tidak sesuai dengan akad, anggota harus bertanggung jawab.

(c) mengingat BMT tidak menjadikan barang yang dibeli atau dipesannya sebagai persediaan, maka BMT dimungkinkan melakukan akad salam dengan pihak ketiga.

3) Bai'i *Al Istishna'*

Merupakan kontak penjualan antara pembeli dan BMT. Dalam kontak ini, BMT menerima pesanan dari pembeli kemudian berusaha melalui orang lain untuk mengadakan barang sesuai dengan pesanan. Kedua belah pihak BMT dan pemesan bersepakat atas harga serta sistem pembayaran seperti pembayaran dilakukan di muka, melalui cicilan atau ditangguhkan sampai waktu pada masa yang akan datang. *Bai' al istishna'* merupakan suatu jenis khusus dari akad *bai' as salam*, sehingga ketentuan *bai' al istishna'* mengikuti ketentuan *bai' as salam*. Akad *Istishna* dapat dilihat pada gambar 5.



Sumber : Sumiyanto, 2008: 157

Gambar 5. Akad Istishna'

c. Prinsip Sewa (*Ijarah*)

Traksaksi *iijarah* dilandasi adanya pemindahan manfaat. Objek transaksi dalam *iijarah* adalah jasa. Pada akhir masa sewa, BMT dapat saja menjual barang yang disewakan kepada anggota. Karena dalam kaidah Syariah dikenal dengan nama *iijarah mutahiyah bit tamlik* (sewa yang diikuti

dengan perpindahan kepemilikan). Harga sewa dan harga jual disepakati pada awal perjanjian.

d. Prinsip Jasa

Pembiayaan ini disebut jasa karena pada prinsipnya dasar akadnya adalah *ta’awuni* atau tolong-menolong. Berbagai pengembangan dalam akad ini meliputi:

1) *Al Wakalah*

Wakalah berarti BMT menerima amanah dari investor yang akan menanam modalnya kepada anggota, investor menjadi percaya kepada anggota karena adanya BMT yang akan mewakilinya dalam penanaman investasi. Atas jasa ini, BMT dapat menerapkan *management fee* yang besarnya tergantung kesepakatan para pihak.

2) *Kafalah*

Kafalah berarti pengalihan tanggung jawab seseorang yang dijamin kepada orang lain yang menjamin. BMT dapat berperan sebagai penjamin atas transaksi bisnis yang dijalankan oleh anggotanya. Rekan bisnis anggota dapat semakin yakin atas kemampuan anggota BMT dalam memenuhi atau membayar sejumlah dana yang terhutang. Atas jasa ini, BMT dapat menerapkan *management fee* sesuai kesepakatan.

3) *Hawalah*

Hawalah atau *hiwalah* berarti pengalihan hutang dari orang yang berhutang kepada si penanggung. *Hawalah* dapat terjadi kepada :

- a) *factoring* atau anjak piutang, yaitu anggota yang mempunyai piutang mengalihkan piutang tersebut kepada BMT dan BMT membayarnya kepada nasabah, lalu BMT akan menagih kepada orang yang berhutang.
- b) *post date check*, yaitu BMT bertindak sebagai juru tagih atas piutang nasabah tanpa harus mengganti terlebih dahulu.
- c) *bill discounting*, secara prinsip transaksi ini sama dengan *hawalah* pada umumnya.

4) *Rahn*

Rahn adalah menahan salah satu harta milik peminjam sebagai jaminan atas pembiayaan yang diterimanya. Barang yang ditahan adalah barang-barang yang memiliki nilai ekonomis sesuai dengan standar yang ditetapkan. Dalam sistem ini orang yang menggadaikan barangnya tidak akan dikenai bunga tetapi BMT dapat menetapkan sejumlah *fee* atau biaya atas pemeliharaan, penyimpanan dan administrasi. Besarnya *fee* sangat dipengaruhi oleh banyak faktor diantaranya masa gadai dan jenis barangnya.

3. Usaha Mikro dan Kecil (UMK)

Menurut UU No.20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah disebutkan bahwa Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/ atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini. Sedangkan Usaha Kecil adalah 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 langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini. (<http://www.bi.go.id/NR/rdonlyres/C7402D01-A030-454A-BC75-9858774DF852/17681/UU20Tahun2008UMKM.pdf> diakses pada tanggal 20 Februari 2012 pukul 22:01 WIB)

Usaha Mikro dan Kecil merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional. Selain itu, usaha mikro dan kecil adalah salah satu pilar utama ekonomi nasional yang harus memperoleh kesempatan utama, dukungan, perlindungan dan pengembangan seluas-luasnya sebagai wujud keberpihakan yang tegas kepada kelompok usaha ekonomi

rakyat, tanpa mengabaikan peranan usaha besar dan Badan Usaha Milik Negara.

Menurut UU No. 20 Tahun 2008 Pasal 1 ayat (1) Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini. Adapun criteria usaha mikro dapat dilihat pada Pasal 6 ayat (1), disebutkan bahwa:

- a. usaha mikro memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah)

Sedangkan dalam Pasal 1 ayat (2) Usaha Kecil adalah 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 langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini. Adapun kriteria Usaha Kecil dapat dilihat pada Pasal 6 ayat (1), disebutkan bahwa:

- a. memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan tempat usaha; atau

b. memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah).

4. Peran Usaha Mikro dan Kecil (UMK)

Menurut Direktorat Pembinaan Kursus dan Kelembagaan (2010: 5) setidaknya ada enam aspek utama yang menjadi kekuatan mengapa UMK memiliki peran strategis, yaitu:

a. sentuhan pribadi

Pelanggan seringkali membayar harga yang lebih mahal untuk perhatian pribadi. Bahkan pada banyak industri dimana perbedaan produk dan harganya tipis, faktor kehadiran manusia menjadi kekuatan utama dalam menghadapi persaingan.

b. motivasi yang lebih tinggi

Manajemen kunci dalam usaha kecil biasanya terdiri atas pemilik. Konsekuensinya berkerja keras, lebih lama, dan memiliki lebih banyak keterlibatan personal. Laba dan rugi memiliki lebih banyak arti bagi mereka daripada gaji dan bonus yang diperoleh para pegawai perusahaan besar.

c. fleksibilitas yang tinggi

Sebuah usaha kecil memiliki fleksibilitas sebagai keunggulan kompetitif utama. Sebuah perusahaan besar tidak dapat menutup sebuah pabrik tanpa perlawanan dari organisasi buruh, atau menaikkan harga tanpa intervensi dari pemerintah, namun usaha kecil dapat bereaksi lebih cepat terhadap perubahan persaingan. Sebuah usaha kecil juga memiliki jalur komunikasi yang lebih pendek. Lingkup produknya sempit, pasarnya terbatas, serta pabrik dan gudangnya dekat. Ia dapat dengan cepat mencium masalah dan memperbaikinya.

d. minim birokrasi

Para eksekutif perusahaan besar seringkali kesulitan memahami gambaran besar suatu persoalan. Hal ini menyebabkan terjadinya inefisiensi. Dalam usaha kecil, seluruh permasalahan dapat mudah dimengerti, keputusan dapat cepat dibuat dan hasilnya dapat segera diperiksa dengan mudah.

e. melayani pasar lokal/domestik

f. produk/jasa tidak menarik perhatian (tidak mencolok)

Karena tidak terlalu diperhatikan, perusahaan baru dapat mencoba taktik penjualan yang baru atau memperkenalkan produk tanpa menarik perhatian atau perlawanan yang berlebihan. Perusahaan besar senantiasa berhadapan dengan perang proksi, aksi antitrust, dan peraturan pemerintah. Mereka juga kurang fleksibel dan sulit melakukan perubahan dan restrukturisasi.

Berdasarkan penelitian Bambang Ismawan (2002: 19), ditemukan kelemahan utama usaha kecil adalah:

- a. kemampuan usaha kecil dalam mempertahankan konsistensinya sebagai lembaga ekonomi yang mandiri dan berdaya saing, terutama dalam menghadapi pasar bebas,
- b. keterbatasan kapasitas,
- c. keterbatasan akses,
- d. keterbatasan lingkungan usaha.

UU No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam pasal disebutkan bahwa usaha mikro dan kecil bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan. Usaha mikro dan kecil selain memiliki peran penting dalam penyerapan tenaga kerja, usaha mikro dan kecil juga sebagai mediasi proses industrialisasi suatu negara. Anderson (dikutip Fitra Ananda, 2011: 21) membangun suatu tipologi untuk tahap-tahap industrialisasi suatu negara. Keterkaitan antara UMK dengan usaha besar mendukung teori *Flexible Specialization* yang berkembang tahun 1980-an. Teori ini menentang teori yang dikembangkan Anderson yang bernada pesimis dengan memprediksi bahwa usaha mikro dan kecil makin menghilang ketika pembangunan ekonomi makin maju. Namun menurut teori *Flexible Specialization* justru Tulus T. H Tambunan beranggapan bahwa “Usaha mikro dan kecil makin penting dalam proses pembangunan ekonomi yang semakin maju (2002: 21).”

Noer Soestrisno (2003: 25) menjelaskan usaha mikro dan kecil memiliki peran penting dalam perkembangan ekonomi yang ditunjukkan oleh sejumlah indikator sebagai berikut:

- a. ketika pertumbuhan ekonomi mencapai 4,8 persen tahun 2000 dimana Usaha Besar (UB) belum bangkit, banyak pakar memperkirakan hal tersebut kontribusi dari usaha mikro dan kecil selain dari sektor ekonomi.
- b. hasil survei 1998 ketika awal krisis terhadap 225 ribu usaha mikro dan kecil di seluruh Indonesia menunjukkan bahwa hanya 4 persen saja usaha mikro dan kecil menghentikan bisnisnya, 64 persen tidak mengalami perubahan omzet, 31 persen omzetnya menurun, dan bahkan 1 persen justru berkembang.
- c. *technical Assistant ADB* pada tahun 2001 juga melakukan survei terhadap 500 usaha mikro dan kecil di Medan dan Semarang yang memberikan hasil bahwa 78 persen usaha mikro dan kecil menjawab tidak terkena dampak krisis moneter.

5. Masalah Usaha Mikro dan Kecil (UMK)

Perkembangan usaha mikro dan kecil di Indonesia tidak lepas dari berbagai macam masalah. Tingkat intensitas dan sifat dari masalah-masalah tersebut tidak bisa berbeda tidak hanya menurut jenis produk atau pasar yang dilayani, tetapi juga berbeda antar wilayah atau lokasi, antar sentra, antar sektor atau subsektor atau jenis kegiatan, dan antar unit usaha dalam kegiatan atau sektor yang sama). Meski demikian Tulus T. H. Tambunan menjelaskan masalah yang sering dihadapi oleh usaha mikro dan kecil adalah (2009: 75) :

- a. kesulitan pemasaran

Pemasaran sering dianggap sebagai salah satu kendala yang kritis bagi perkembangan usaha mikro dan kecil. Salah satu aspek yang terkait dengan masalah pemasaran adalah tekanan-tekanan persaingan, baik pasar *domestic* dari produk serupa buatan usaha besar dan impor, maupun di pasar ekspor.

- b. keterbatasan *Financial*

Usaha mikro dan kecil, khususnya di Indonesia menghadapi dua masalah utama dalam aspek *financial* : mobilitas modal awal (*start-up capital*) dan akses ke modal kerja, *financial* jangka panjang untuk investasi yang sangat diperlukan demi pertumbuhan *output* jangka panjang.

c. keterbatasan SDM

Keterbatasan SDM juga merupakan salah satu kendala serius bagi banyak usaha mikro dan kecil di Indonesia, terutama dalam aspek-aspek *entrepreneurship*, manajemen, teknik produksi, pengembangan produk, *engineering design*, *quality control*, organisasi bisnis, akuntansi, *data processing*, teknik pemasaran, dan penelitian pasar. Keterbatasan ini menghambat usaha mikro dan kecil Indonesia untuk dapat bersaing di pasar domestik maupun pasar internasional.

d. masalah bahan baku

Keterbatasan bahan baku (dan input-input lainnya) juga sering menjadi salah satu kendala serius bagi pertumbuhan *output* atau kelangsungan produksi bagi banyak usaha mikro dan kecil di Indonesia. Keterbatasan ini dikarenakan harga baku yang terlalu tinggi sehingga tidak terjangkau atau jumlahnya terbatas.

e. keterbatasan teknologi

Usaha mikro dan kecil di Indonesia umumnya masih menggunakan teknologi lama atau tradisional dalam bentuk mesin-mesin tua atau alat-alat produksi yang sifatnya manual. Keterbelakangan teknologi ini tidak hanya membuat rendahnya total *factor productivity* dan efisiensi di dalam proses produksi, tetapi juga rendahnya kualitas produk yang dibuat.

Menurut Muhammad Ridwan (2004: 58) permasalahan yang sering dihadapi oleh usaha mikro meliputi :

a. aspek pemasaran

Pengusaha mikro tidak memiliki perencanaan dan strategi pemasaran yang baik. Usahanya hanya dimulai dari coba-coba, bahkan tidak sedikit yang karena terpaksa. Jangkauan pemasarannya sangat terbatas, sehingga informasi produknya tidak sampai kepada calon pembeli potensial. Mereka hampir tidak memperhitungkan tentang calon pembeli dan tidak mengerti bagaimana harus memasarkannya.

b. aspek manajemen

Pengusaha mikro biasanya tidak memiliki pengetahuan yang baik tentang sistem manajemen pengelolaan usaha. Sehingga sulit dibedakan antar asset keluarga dan usaha. Bahkan karena banyak di antara mereka yang memanfaatkan ruang keluarga untuk berproduksi.

Perencanaan usaha tidak dilakukan, sehingga tidak jelas arah dan target usaha yang akan dijalankan dalam periode tertentu.

c. aspek teknis

Berbagai aspek teknis yang masih sering menjadi problem meliputi : cara berproduksi, sistem penjualan sampai pada tidaknya badan hukum serta perizinan usaha yang lain.

d. aspek keuangan

Kendala yang sering mengemukakan setiap perbincangan usaha kecil adalah lemahnya bidang keuangan. Pengusaha mikro hampir tidak memiliki akses yang luas kepada sumber permodalan. Kendala ini sesungguhnya dipengaruhi oleh tiga kendala diatas. Kebutuhan akan permodalan tidak dapat dipenuhi oleh lembaga keuangan modern, karena pengusaha kecil tidak dapat memenuhi prosedur yang ditetapkan.

Keterkaitan antara usaha mikro dengan usaha besar mendukung teori

Flexible Specialization yang berkembang tahun 1980-an. Teori ini menentang teori yang dikembangkan Anderson yang bernada pesimis dengan memprediksi bahwa usaha mikro makin menghilang ketika pembangunan ekonomi makin maju. “Namun, menurut teori *Flexible Specialization* justru beranggapan bahwa usaha mikro penting dalam proses pembangunan ekonomi yang semakin maju” (Tulus T. H. Tambunan, 2009: 30). Selain keunggulan dalam spesialisasi produksi, teori modern juga beranggapan bahwa usaha mikro sebagai salah satu penggerak motor ekspor.

6. Perkembangan Usaha

Purdi E. Chandra (2000: 121) mengatakan bahwa, “Perkembangan usaha merupakan suatu keadaan tejadinya peningkatan omset penjualan”. Menurut Jeaning Beaver dalam Muhammad Sholeh (2008: 25), “Tolak ukur tingkat keberhasilan dan perkembangan perusahaan kecil dapat dilihat dari

peningkatan omset penjualan". Para peneliti (Kim dan Choi, 1994; Lee dan Miller, 1996; Lou, 1999; Miles at all, 2000; Hadjimanolis, 2000) menganjurkan peningkatan omset penjualan, pertumbuhan tenaga kerja, da pertumbuhan pelanggan sebagai pengukuran perkembangan usaha (dalam Mohammad Soleh, 2008: 26). "Salah satu ciri usaha atau bisnis itu berkembang adalah selalu saja kekurangan modal. Dengan kata lain, bila bisnisnya bertambah maju maka dibutuhkan modal tambahan" (2000: 121).

Menurut Soeharto Prawirokusumo (2010: 185-188), tahap perkembangan usaha dapat dibedakan menjadi 5 tahapan, yaitu tahap *conceptual*, *start up*, stabilisasi, pertumbuhan (*growth stage*), dan kedewasaan. Dikajian ini akan membahas perkembangan usaha dilihat dari tahapan *conceptual*, yaitu:

- a. mengenal peluang potensial

Mengetahui peluang potensial sebuah usaha akan lebih penting daripada konsep berupa ide besar yang belum tentu dapat dipraktekan. Hal yang penting harus diketahui adalah masala-masalah yang ada di pasar, kemudian mencari solusi dari permasalahan yang telah terdeteksi. Solusi inilah yang akan menjadi gagasan yang dapat direalisasikan.

- b. analisa peluang

Mendirikan sebuah bisnis perlu perencanaan yang matang. Tindakan yang bisa dilakukan untuk merespon peluang bisnis adalah dengan melakukan analisa peluang berupa *market research* kepada calon pelanggan potensial. Analisa ini dilakukan untuk melihat respon pelanggan terhadap produk, proses, dan pelayanannya.

- c. mengorganisasi sumber daya

Ketika suatu usaha sudah dinyatakan berdiri maka hal lain yang perlu dilakukan adalah memenujemen sumber daya manusia dan uang. Pada tahap inilah yang sering disebut sebagai tahap memulai usaha. Pada tahap ini dikatakan sangat penting karena merupakan kunci

keberhasilan pada tahap selanjutnya. Tahap ini bisa disebut sebagai tahap *warming up*.

d. langkah mobilisasi sumber daya

Langkah memobilisasi sumber daya dan menerima resiko adalah langkah terakhir sebelum ke tahap *start up*. Masa konseptual disebut juga masa gestasi suatu usaha yang waktunya dapat berlangsung sejak 6 bulan sampai dengan 2 tahun.

Mudrajat Kuncoro menyebutkan dalam penelitiannya menyatakan bahwa ada beberapa kendala dalam pengembangan UMK di Indonesia, diantaranya (Luluk Chorida, 2010: 53):

- a. Adanya Pungutan Liar (PUNGLI) mulai dari proses perizinan sampai pengadaan barang dan ekspor barang tersebut. (Kuncoro et.al. 2004, Survey di Batam, Jabotabek, Bandung, Jepara, Surabaya, Bali)
- b. Kebijakan makro pemerintahan yang kurang mendukung.
- c. Permasalahan kredit lama dan bunga tinggi dari perbankan dan lembaga keuangan lainnya. (Mudrajad, 2007)

Agunan P. Samosir, dalam studi kasusnya menjelaskan tentang hambatan ekspor produksi UKM (2010: 54). Adapun beberapa faktor penghambat diantaranya :

a. Faktor Internal

- 1) Kurang likuiditas (tambahan modal)
- 2) Naiknya upah

b. Faktor eksternal

- 1) Melemahnya nilai tukar rupiah

- 2) Kurangnya akses informasi pasar dalam dan luar negeri
- 3) Turunnya daya beli masyarakat, sebagai akibat dari turunnya pendapatan riil masyarakat.
- 4) Menurunnya permintaan pasar
- 5) Kenaikan harga bahan baku
- 6) Kurangnya dukungan pemerintah kepada UMK yang berorientasi pada ekspor.
- 7) Tingginya pungutan

7. Indikator Perkembangan Usaha

Tolok ukur perkembangan usaha atau keberhasilan usaha haruslah merupakan parameter yang dapat diukur sehingga tidak bersifat nisbi atau bahkan bersifat maya yang sulit untuk dapat dipertanggungjawabkannya. Semakin konkrit tolok ukur itu semakin mudah bagi semua pihak untuk memahami serta membenarkan atas diraihnya keberhasilan tersebut.

Para peneliti (Kim dan Choi, 1994; Lee dan Miller, 1996; Lou, 1999; Miles at all, 2000; Hadjimanolis, 2000) mengajukan peningkatan omset penjualan, pertumbuhan tenaga kerja, dan pertumbuhan pelanggan sebagai pengukuran perkembangan usaha (Mohammad Soleh, 2008: 26). Menurut Jeaning Beaver dalam Muhammad Sholeh, tolak ukur tingkat keberhasilan dan perkembangan perusahaan kecil dapat dilihat dari peningkatan omset penjualan (2008: 25). Berkait dengan tolok ukur keberhasilan dari kebijaksanaan bisnis

Indriyo Gitosudarmo dalam jurnal Sulastri Rini Rindrayani dan M. Astihan (2007: 9) menyatakan Ukuran terhadap keberhasilan dari kebiaksanaan bisnis tersebut dapat berupa Besar kecilnya penghasilan (Income) atau keuntungan (*Profit*) yang diperoleh. Alur tolok ukur perkembangan usaha dalam penelitian ini dilihat dari jumlah pendapatannya, yaitu akan terjadi peningkatan pendapatan apabila perkembangan usaha juga meningkat.

8. Pendapatan

a. Pengertian Pendapatan

Menurut Christopher Pass dan Bryan Lowes (2007: 287) dalam Kamus Lengkap Ekonomi menjelaskan bahwa:

pendapatan atau *income* dalam analisis mikroekonomi merupakan aliran penghasilan dalam suatu periode waktu yang berasal dari penyediaan faktor-faktor produksi (sumber daya alam (*natural resources*), tenaga kerja (*labour*), dan modal (*capital*) masing-masing dalam bentuk sewa, upah, dan bunga/laba, secara berurutan.

Teori lain tentang pendapatan diungkapkan oleh Gregory Mankiw yaitu laba dapat dikategorikan sebagai pendapatan. “Pendapatan yang diperoleh dari laba adalah hasil pengurangan dari pendapatan total dikurangi biaya total. Pendapatan total (*total revenue*) adalah jumlah pendapatan yang diterima oleh suatu perusahaan dari penjualan produknya” (2003: 347).

Pendapatan menurut Samuelson dan Nordhaus (2005: 226) adalah menunjukkan jumlah seluruh uang yang diterima seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu, pendapatan tersebut dapat berupa upah atau penerimaan tenaga kerja, pendapatan seperti bunga, sewa, dan deviden, serta pembayaran transfer, atau penerimaan dari pemerintah seperti tunjangan social atau asuransi pengangguran. Pendapatan yang dimaksud

adalah penerimaan yang terdiri dari penerimaan kotor dan penerimaan bersih.

b. Sumber Pendapatan

Bagian penting proses penentuan laba adalah membedakan kenaikan aktiva yang menunjukkan dan mengukur pendapatan. Kenaikan jumlah rupiah aktiva dapat terjadi dari:

- 1) transaksi modal atau pendanaan (*financing*) yang mungkin akibatkan danya tambahan dana yang ditanarnkan oleh pemegang obligasi (kreditor) dan pemegang saham.
- 2) laba dari penjualan aktiva yang bukan berupa produk perusahaan seperti aktiva tetap, surat-surat berharga, atau penjualan anak atau cabang perusahaan.
- 3) hadiah, sumbangan atau penemuan.
- 4) evaluasi aktiva.
- 5) penyerahan produk perusahaan, yaitu aliran hasil penjualan produk.

“Dari kelima sumber kenaikan aktiva di atas hanyalah butir terakhir yang harus diakui sebagai sumber utama pendapatan walaupun laba atau rugi mungkin timbul dalam hubungannya penjualan aktiva selain produk sebagaimana disebut dalam butir 2” (Suwardjono, tanpa tahun: 147).

c. Proses Realisasi Pendapatan (*Realization Process*)

Proses pembentukan pendapatan berkaitan dengan fase kegiatan penjualan (distribusi) bukannya berkaitan dengan fase kegiatan produksi. Dengan kata lain pendapatan terhimpun atau terjadi hanya dalam fase kegiatan penjualan. Yang perlu dicatat adalah bahwa kalau kontrak penjualan mendahului produksi barang atau jasa maka pendapatan belum dapat dikatakan terjadi karena belum terjadi proses penghimpunan pendapatan.

Suwardjono (tanpa tahun: 149) mengungkapkan proses realisasi ditandai dengan dua kejadian berikut ini:

- 1) kepastian perubahan produk menjadi potensi jasa yang lain melalui proses penjualan yang sah atau semacamnya (misalnya kontrak penjualan)
- 2) pengesahan atau validasi transaksi penjualan tersebut dengan diperolehnya aktiva lancar.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa proses realisasi merupakan konfirmasi proses penghimpunan atau pembentukan pendapatan.

d. Pengakuan Pendapatan

1) Pengakuan pendapatan atas dasar saat produksi selesai

Pengakuan pendapatan atas dasar produk selesai dikerjakan biasanya dianggap tepat untuk industri ekstratif (pertambangan) termasuk pertanian. Bahan dasar seperti timah, tembaga, gandum, beras, emas dan sebagainya biasanya mempunyai pasar yang luas dan harga yang sudah pasti. Dalam kondisi semacam ini dapat didukung alasan bahwa kegiatan produksilah yang merupakan faktor penentu dalam menghasilkan pendapatan dan bukan kegiatan penjualan.

Dengan demikian pendapatan dapat diakui berdasarkan banyaknya barang yang diproduksi bukannya banyaknya unit barang yang benar-benar telah terjual. Kadang-kadang perhitungan kos produk memang merupakan hal yang sangat sulit karena karakteristik produk bersangkutan. Contoh yang menguatkan penggunaan dasar saat selesainya produk untuk mengakui pendapatan adalah pertambangan emas. Produk akhir industri ini, baik dalam bentuk serbuk menyelesaikan proses pertumbuhan atau penuaan satu angkatan produk (satu perputaran produksi) yaitu mulai dari tanggal pembiakan bibit sampai tanggal dijualnya produk. Kalau cara ini digunakan, penyimpangan dari standar pengakuan atas dasar penjualan untuk penentuan laba periodik (tahunan) dapat sepenuhnya dihindari. Dasar penjualan dapat tetap dipakai walaupun periode akuntansinya menjadi lebih panjang.

2) Pengakuan pendapatan atas dasar saat penjualan

Untuk kebanyakan perusahaan saat penjualan sebagai saat pengakuan dan pengukuran pendapatan adalah yang paling jelas dan objektif daripada dasar lain yang dapat dipakai. P&L mengajukan alasan yang mendukung bahwa pengakuan pendapatan pada saat penjualan merupakan standar yang utama. Untuk alasannya tersebut P&L mendasarkan diri pada pengertian dan konsep tentang pendapatan sebagai berikut:

- a) Pendapatan adalah merupakan jumlah rupiah yang menyatakan produk akhir operasi perusahaan dan oleh karena itu harus diakui dan diukur pada tingkat atau titik kegiatan yang menentukan (*critical point*) dalam aliran kegiatan operasi perusahaan.
- b) Pendapatan harus benar-benar terjadi dan didukung dengan timbulnya aktiva baru yang dapat dipercaya (sah), sebaiknya berupa kas atau piutang.

Untuk perusahaan yang bergerak dalam bidang produksi atau perdagangan barang, kegiatan penjualan merupakan hal yang paling menentukan dan mempunyai arti keuangan yang paling berharga dibandingkan dengan kegiatan lain dalam proses operasi perusahaan. Kegiatan penjualan merupakan puncak kegiatan, merupakan tujuan akhir yang mengarahkan setiap upaya yang dilaksanakan perusahaan. Kegiatan penjualan merupakan puncak kegiatan, merupakan tujuan akhir yang mengarahkan setiap upaya yang dilaksanakan perusahaan. (suwardjono, tanpa tahun: 149-153)

9. Indikator Peningkatan Pendapatan

Indikator peningkatan pendapatan dilukiskan oleh laba yang diperoleh para pelaku usaha nasabah. Laba menurut Gregory Mankiw (2003: 347) adalah hasil pengurangan pendapatan total dengan biaya total dalam periode tertentu. Berdasarkan pengertian tersebut laba merupakan indikator untuk mengukur perkembangan usaha. Perkembangan usaha dikatakan baik apabila terjadi peningkatan laba secara stabil.

Para ekonom dan para akuntan memiliki perhitungan yang berbeda dalam menentukan laba. Oleh karena itu, Gregory Mankiw (2003: 349) mengklasifikasikan laba ke dalam dua jenis, yaitu:

- a. laba ekonomis (*economic profit*), merupakan pendapatan total dikurangi biaya total, termasuk biaya eksplisit maupun biaya implicit.
- b. laba akuntansi (*accounting profit*), merupakan pendapatan total dikurangi biaya total eksplisit.

B. Penelitian yang Relevan

Penelitian mengenai Pengaruh Pembiayaan Mudharabah BMT Binamas terhadap Perkembangan Usaha Nasabah Binamas Purworejo belum pernah dilakukan sebelumnya. Namun, penelitian yang relevan dengan penelitian tersebut sudah pernah dilakukan sebelumnya yaitu:

Tabel 1. Penelitian yang relevan

| No. | Judul Penelitian | Rumusan Masalah | Variabel | Hasil Penelitian |
|-----|--|---|--|--|
| 1. | Pengaruh Penerapan Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan Usaha Industri Kerajinan Mamer/Onyx di Kecamatan Campurdaratan Kabupaten Tulungagung oleh Sulastri Rini Rindrayani dan M. Astiham (2007) | (1) Bagaimana pengaruh secara bersama-sama penerapan strategi pemasaran terhadap perkembangan usaha industri kerajinan mamerl onyx di Kecamatan Campurdaratan Kabupaten Tulungagung. (2) Bagaimana pengaruh secara parsial penerapan strategi pemasaran terhadap perkembangan usaha industri kerajinan mamerlonyx di Kecamatan campurdaratan Kabupaten Tulungagung. (3) Apakah variabel penerapan strategi pemasaran yang paling dominan berpengaruh terhadap perkembangan usaha industri | Variabel bebas: produk (X1), harga (X2), distribusi (X3), <i>personal selling</i> (X4) Variabel terikat: Perkembangan usaha (Y) | Kesimpulan dari penelitian yang dilakukan oleh Sulastri dan Astiham adalah penerapan strategi pemasaran yang merupakan variabel bebas yang terdiri dari variabel X1 = produk, X2 = harga, X3 = distribusi, dan X4 = <i>personal selling</i> secara bersama-sama berpengaruh positif secara signifikan terhadap perkembangan usaha industri kerajinan marmer/onyx di Kecamatan Campurdaratan Kabupaten Tulungagung. |

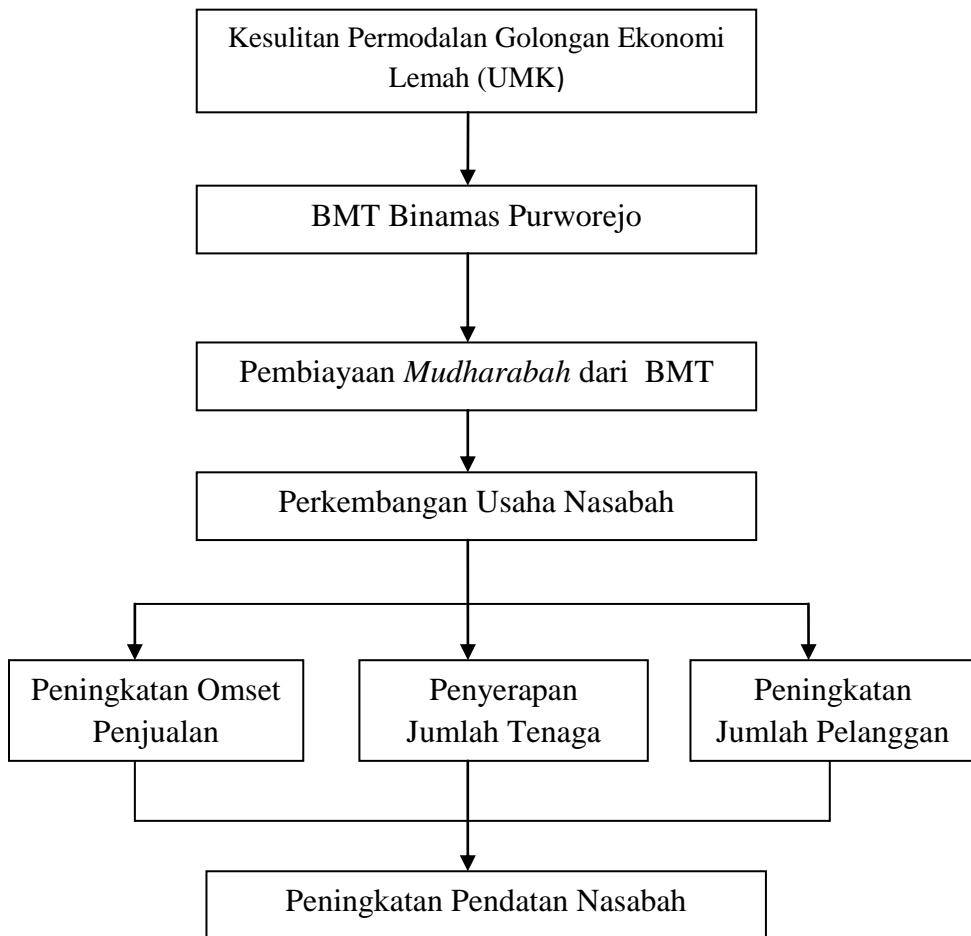
| | | | | |
|----|--|--|--|--|
| | | kerajinan memerlonyx di Kecamatan campurdarat kabupaten Tulungagung. | | |
| 2. | Analisis Pengaruh Pengaruh Pemberian Pembiayaan mudharabah BMT terhadap Peningkatan Pendapatan Pedagang kecil di Kabupaten Sukoharjo oleh Sriyatun (2009) | Bagaimana pengaruh pembiayaan mudharabah yang diberikan BMT terhadap peningkatan pendapatan pedagang kecil nasabahnya di kabupaten Sukoharjo | Variabel bebas: pembiayaan <i>mudharabah</i> (X) Variabel terikat: Pendapatan (Y) | Hasil penelitian yang diperoleh adalah ada pengaruh yang signifikan antara variabel pembiayaan terhadap pendapatan. Hal ini diperkuat nilai <i>Sig</i> $0,000 < 0,05$. |
| 3. | Analisis Perkembangan Usaha Mikro dan Kecil Setelah Memperoleh Pembiayaan Mudharabah dari BMT At Taqwa Halmahera di Kota Semarang oleh Fitra Ananda (2011) | 1. Apakah ada perbedaan modal usaha, omzet penjualan dan keuntungan Usaha Mikro Kecil sebelum dan sesudah memperoleh pembiayaan <i>mudharabah</i> dari BMT At Taqwa Halmahera di Kota Semarang. 2. Bagaimana perkembangan modal usaha, omzet penjualan dan keuntungan Usaha Mikro Kecil di Kota Semarang. | Variabel bebas: pembiayaan <i>mudharabah</i> (X) Variabel terikat: perkembangan usaha (Y) | Berdasarkan perhitungan uji pangkat tanda <i>wilcoxon</i> , hasil penelitian yang dilakukan oleh Fitra Ananda disimpulkan bahwa dengan adanya pembiayaan dari BMT At Taqwa Halmahera di Kota Semarang maka modal usaha, omzet penjualan dan keuntungan Usaha Mikro dan Kecil (UMK) mengalami peningkatan yang sangat berarti |

| | | | | |
|----|--|---|--|--|
| 4. | Pengaruh Pemberian Kredit terhadap Perkembangan Usaha dan Pendapatan Pedagang Perempuan di Pasar Demangan oleh Hidayahutu Rohmah (2011) | 1. Bagaimana pengaruh pemberian kredit terhadap perkembangan usaha pedagang perempuan di Pasar Demangan | Variabel bebas: pemberian kredit (X) | Hasil dari penelitian tersebut, menyatakan bahwa pemberian kredit tidak berpengaruh signifikan terhadap perkembangan usaha pedagang perempuan di pasar Demangan. |
| 5. | Analisis Strategi Inovasi dan Dampaknya terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Kasus: UKM Manufaktur di Kota Semarang) oleh Mohamad Soleh (2008) | 1. Bagaimana pengaruh orientasi kepemimpinan terhadap strategi inovasi | Variabel bebas: orientasi kepemimpinan (X1), strategi inovasi (X2), tingkat investasi (X3) | Model penelitian yang digunakan untuk |
| | | 2. Bagaimana pengaruh orientasi kepemimpinan terhadap tingkat investasi | Variabel terikat: kinerja perusahaan (Y) | mengembangkan kerangka teoritis adalah analisis konfirmatori SEM (<i>Structural Equation Modelling</i>). Dari analisis terlihat kelima hipotesis diterima. Orientasi kepemimpinan terbukti berpengaruh |
| | | 3. Bagaimana pengaruh orientasi kepemimpinan | | |

| | | | | |
|--|--|--|--|---|
| | | <p>terhadap kinerja UKM</p> <p>Manufaktur</p> <p>4. Bagaimana pengaruh strategi inovasi terhadap tingkat investasi</p> <p>5. Bagaimana pengaruh tingkat investasi terhadap kinerja UKM</p> <p>Manufaktur</p> | | <p>positif terhadap strategi investasi, dan berpengaruh positif terhadap tingkat investasi dan tingkat investasi berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.</p> |
|--|--|--|--|---|

C. Kerangka Berpikir

Menurut Sugiono (2010: 90), kerangka berpikir adalah “model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah didefinisikan sebagai masalah yang penting”. Hasil penelitian yang baik terwujud dari kerangka berpikir yang sistematis dan saling berkaitan. Kerangka berpikir dari penelitian ini dapat dipaparkan sebagai berikut:



Gambar 6. Kerangka Berpikir

Berdasarkan kerangka berfikir di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh pembiayaan *mudharabah* terhadap perkembangan usaha

Upaya untuk mengatasi kesulitan modal dalam rangka meningkatkan perkembangan usaha pelaku *Usaha Mikro* dan Kecil adalah dengan melakukan pembiayaan *mudharabah*. Dengan pembiayaan *mudharabah* diharapkan dapat meningkatkan perkembangan usaha pelaku UMK. Indikator yang terdapat pada perkembangan usaha UMK adalah omset penjualan, peningkatan tenaga kerja, dan peningkatan pelanggan selama sebulan. Pembiayaan *mudharabah* merupakan tambahan modal bagi perkembangan usaha nasabah.

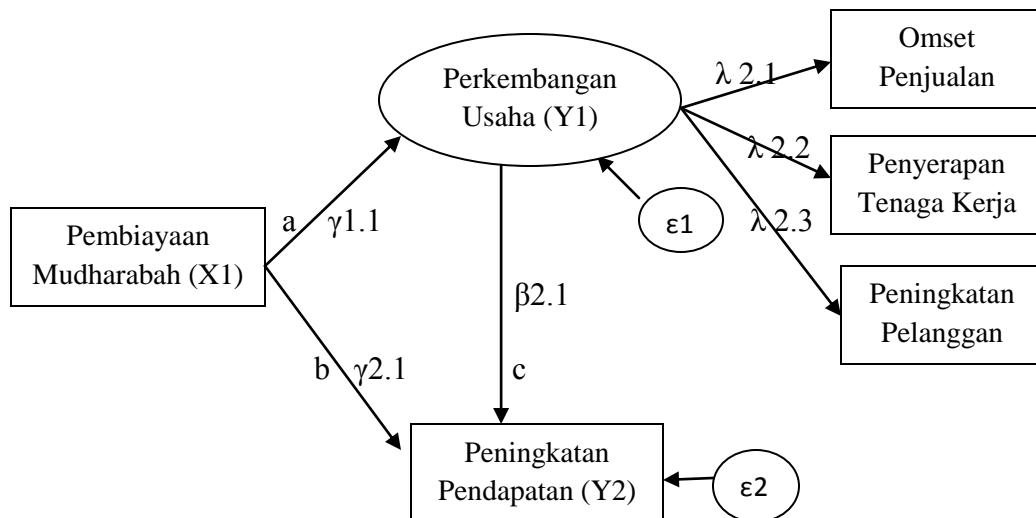
2. Pengaruh perkembangan usaha terhadap peningkatan pendapatan

Perkembangan usaha merupakan variabel laten (sebuah faktor atau konstruk) yaitu variabel yang tidak diukur secara langsung, tetapi dibentuk melalui dimensi-dimensi yang diamati. Perkembangan usaha dapat dilukiskan dari omset penjualan rata-rata perbulan, peningkatan tenaga kerja, dan peningkatan pelanggan. Sedangkan, peningkatan pendapatan dapat diukur dari laba yang diperoleh selama sebulan. Berdasarkan pernyataan tersebut dapat dikatakan bahwa dengan naiknya perkembangan usaha maka laba yang diterima pun juga naik.

3. Pengaruh tidak langsung pembiayaan *mudharabah* terhadap peningkatan pendapatan

Pembiayaan *mudharabah* yang diberikan kepada nasabah memiliki pengaruh yang tidak langsung terhadap peningkatan pendapatan nasabah *mudharabah* BMT Binamas Purworejo. Pendapatan nasabah dapat mengalami peningkatan apabila terjadi perkembangan usaha. Pembiayaan *mudharabah* sebagai tambahan modal yang diberikan kepada nasabah *mudharabah* BMT Binamas berpengaruh terhadap perkembangan usaha yang selanjutnya, perkembangan usaha mampu meningkatkan pendapatan nasabah. Meningkatnya pendapatan nasabah dilukiskan dengan laba yang diterima nasabah perbulan. Pada akhirnya pemberian pembiayaan *mudharabah* kepada nasabah *mudharabah* BMT Binamas Purworejo dapat meningkatkan pendapatan nasabah.

D. Konsep Model



Gambar 7. Konsep Model

Berdasarkan kondisi model diatas, dapat disusun persamaan sebagai berikut:

- a) $Y1 = \gamma1.1 X1 + \varepsilon1$
- b) $Y2 = \gamma2.1 X1 + \beta2.1 + \varepsilon2$

E. Hipotesis

H_{a1} : Terdapat pengaruh pemberian pembiayaan Mudharabah terhadap perkembangan usaha nasabah *mudharabah* BMT Binamas Purworejo.

H_{a2} : Terdapat pengaruh perkembangan usaha terhadap peningkatan pendapatan nasabah *mudharabah* BMT Binamas Purworejo.

H_{a3} : Terdapat pengaruh pemberian pembiayaan *mudharabah* terhadap peningkatan pendapatan nasabah *mudharabah* melalui perkembangan usaha nasabah BMT Binamas Purworejo.