

Vol. 2 No. 1 (2021): Edisi Juni 2021
DOI: <https://doi.org/10.51510/bilal.v2i1>

JURNAL ILMIAH BILAL

Bisnis Ekonomi Halal



Jurusan Akuntansi
POLITEKNIK NEGERI MEDAN

Daftar Isi:

01. Pengaruh Tabungan Mudharabah Dan Deposito Mudharabah Terhadap Pembiayaan Mudharabah

02. Pengaruh Penerapan Sifat Shiddiq, Amanah, Fathanah Dan Tabligh Terhadap Keberhasilan Usaha Online Shop

03. Pengaruh Tabungan Wadiah dan Deposito Mudharabah Terhadap Pembiayaan Murabahah PT Bank Sumut Syariah

04. Pengaruh Pembiayaan Mudharabah, Musyarakah Dan Inflasi Terhadap Return On Asset

05. Analisis SWOT Pemasaran Tabungan iB Melalui Mobile Banking Pada PT Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan

06. Pengaruh Roa, Car Dan Fdr Terhadap Market Share Bank Syariah Di Indonesia Periode Januari 2015–Mei 2020

07. Pengaruh Pembiayaan Mudharabah, Murabahah Dan Musyarakah Terhadap Hasil Usaha Baitul Mal Wat Tamwil Di Kota Medan Periode 2016 – 2019

08. Kontribusi Pengelola Zakat Ummat Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Di Kabupaten Aceh Barat

	JURNAL BILAL BISNIS EKONOMI HALAL	
	Vol. 2 No. 1, Juni 2021: 1-12	E-ISSN:2747-0830

PENGARUH TABUNGAN *MUDHARABAH* DAN DEPOSITO *MUDHARABAH* TERHADAP PEMBIAYAAN *MUDHARABAH*

Rizka Annisa¹⁾, Ahmad Kholil²⁾, Ermyna Seri³⁾

Akuntansi Politeknik Negeri Medan
RIZKAANNISA@students.polmed.ac.id,

ABSTRACT

This research aims to determine the effect of mudaraba savings and mudaraba deposits on mudaraba financing at PT Bank Sumut Branch Syariah Medan period January 2015-December 2019 partially and simultaneously. The samples in this study were 60. This study used a balance sheet and monthly income statement as secondary data obtained from PT Bank Sumut Branch Syariah Medan. The method that used for testing this study are descriptive statistic, multiple linear regression analyse, simultant test (F test), determination test, and partial test (t test) with a significance level 5 percent ($\alpha = 0,05$) and data is processed by using software SPSS 24. Based on partial test ini this study showed that the mudaraba savings positive and has no significant effect with a significance level 0,196, whereas mudaraba deposits positive and has significant effect with significance level 0,000. Simultaneously, mudaraba savings and deposits savings significantly influence mudaraba financing with a significance level 0,000.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tabungan *mudharabah* dan deposito *mudharabah* terhadap pembiayaan *mudharabah* pada PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan periode Januari 2015-Desember 2019 secara parsial dan simultan. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 60. Penelitian ini menggunakan neraca dan laporan laba rugi bulanan sebagai data sekunder yang diperoleh dari PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif, analisis regresi linier berganda, uji simultan (F), uji determinasi, dan uji parsial (t) dengan tingkat signifikan sebesar 5 persen ($\alpha = 0,05$) yang diolah dengan bantuan *software* SPSS 24. Berdasarkan uji parsial hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tabungan *mudharabah* berpengaruh positif dan tidak signifikan dengan tingkat signifikansi sebesar 0,196, sedangkan deposito *mudharabah* berpengaruh positif dan signifikan dengan tingkat signifikansi 0,000. Secara simultan tabungan *mudharabah*, deposito *mudharabah* berpengaruh signifikan terhadap pembiayaan *mudharabah* dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000.

Kata kunci: Tabungan *Mudharabah*, Deposito *Mudharabah* dan Pembiayaan *Mudharabah*.

PENDAHULUAN

Bank syariah merupakan lembaga intermediasi masyarakat yang memiliki peranan yang sangat penting. Bank syariah melakukan kegiatan operasionalnya dengan menghimpun dana dari masyarakat (Syarifuddin et al., 2020), dana yang telah dihimpun kemudian akan disalurkan kembali kepada nasabah melalui pembiayaan (Nasution, 2013).

Dalam mengelokasikan dana dalam bentuk pembiayaan ada beberapa hal yang dapat mempengaruhi salah satu diantaranya adalah dana pihak ketiga baik dalam bentuk tabungan, giro, maupun deposito (Muniarty et al., 2020). Bank berusaha bagaimana menghimpun dana sebesar-besarnya dari masyarakat. Semakin besar bank dapat

menghimpun dana dari masyarakat, akan semakin besar kemungkinan bank tersebut dapat memberikan kredit dan ini berarti semakin besar kemungkinan bank tersebut memperoleh pendapatan (*interest income*). Sebaliknya semakin kecil dana yang dapat dihimpun semakin kecil pula kredit yang diberikan, maka semakin kecil pula pendapatan bank. (Anjarwati, 2019).

PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan memiliki berbagai produk untuk menghimpun dana dengan akad bagi hasil, salah satunya tabungan *mudharabah* dan deposito *mudharabah*. Dalam perkembangannya terdapat fenomena dimana tabungan dan deposito yang naik turun, dimana dari tabungan *mudharabah* dan deposito *mudharabah* ini dapat mempengaruhi jumlah pembiayaan yang disalurkan.

Dalam teori (Halim, 2014) menyatakan bahwa DPK (dana pihak ketiga) merupakan sumber dana yang paling diandalkan oleh bank syariah untuk pembiayaan bagi hasil, dimana tabungan *mudharabah* merupakan salah satu dari DPK. Sehingga semakin banyak dana pihak ketiga yang disimpan dalam bentuk tabungan *mudharabah* maka akan meningkatkan pembiayaan *mudharabah* pada bank syariah. Dan dalam teori (Sadiyah, 2016) menunjukkan bahwa variabel simpanan (DPK), Semakin banyak dana pihak ketiga yang disimpan dalam bentuk deposito *mudharabah* dapat meningkatkan pembiayaan *mudharabah* pada bank syariah. Apabila semakin bertambah dana yang disimpan dari masyarakat seperti deposito *mudharabah*, maka akan meningkatkan pembiayaan *mudharabah* yang disalurkan oleh bank syariah.

Dalam kasus ini tidak setiap dana pihak ketiga berupa tabungan *mudharabah* dan deposito *mudharabah* mengalami peningkatan yang tidak diikuti dengan peningkatan pembiayaan *mudharabah*. pengaruh tabungan *mudharabah* dan deposito *mudharabah* terhadap pembiayaan *mudharabah* terlihat fluktuasi. Ketika tabungan *mudharabah* dan deposito *mudharabah* mengalami kenaikan, jumlah pembiayaan *mudharabah* ada yang mengalami penurunan dan kenaikan. Statistik Perbankan Syariah (SPS) yang dipublikasikan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan secara umum Pembiayaan *mudharabah* di bank umum syariah mengalami fluktuasi selama 5 tahun terakhir. Pada tahun 2016 pembiayaan *mudharabah* sebesar 7.577, tahun 2017 mengalami penurunan menjadi 6.584, tahun 2018 mengalami penurunan menjadi 5.477, di tahun 2019 mengalami kenaikan sebesar 51.958, pada bulan Maret 2020 mengalami penurunan kembali sebesar 14.986 (Keuangan, 2020) , sama halnya dengan pembiayaan *mudharabah* di PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan selama 5 tahun terakhir menunjukkan naik turun. Secara teori apabila DPK naik maka pembiayaan naik, begitu juga sebaliknya jika DPK turun maka pembiayaan turun maka pembiayaan akan turun.

Pertumbuhan aset Bank Sumut Syariah Cabang Syariah Medan tidak terlepas dari kegiatan operasional perbankan itu sendiri yaitu dari penghimpunan dan penyaluran dana. Penghimpunan dana yang banyak diminati adalah deposito *mudharabah* karena keuntungan yang diberikan bank syariah tinggi. Dari data penghimpunan dana yang dilakukan oleh PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan, maka peneliti memilih variabel tabungan *mudharabah* dan deposito *mudharabah*, sebagai variabel bebas, karena deposito *mudharabah* lebih banyak diminati. Dan peneliti juga memilih tabungan *mudharabah* karena kesamaan akad dengan deposito *mudharabah* dan juga jumlah penghimpunan dana yang tertinggi kedua.

Pembiayaan pada perbankan syariah memiliki berbagai pilihan akad yang dapat diberikan sesuai kebutuhan nasabah (Fatira AK, 2020). Pilihan akad dengan prinsip syariah yang akan memberikan kemudahan bagi nasabah. Dengan tersedianya berbagai macam pilihan akad pembiayaan yang ditawarkan bank syariah salah satu jenis pembiayaan yang idealnya

menjadi produk utama adalah pembiayaan bagi hasil (*mudharabah* dan *musyarakah*). Hal tersebut menjadi penting karena bank syariah adalah bank yang identik dengan bank yang mengutamakan kemitraan dengan prinsip bagi hasilnya. Pada penelitian ini penulis akan membahas pembiayaan *mudharabah*. Hal ini didasari karena pembiayaan ini merupakan produk perbankan syariah yang berpotensi sangat besar dalam menciptakan keseimbangan sektor syariah karena produk ini melibatkan dua pihak yang sedang bergerak mengelola sektor usaha yang tidak diragukan memberikan nilai tambah pada gerakan ekonomi secara langsung. Tetapi mengapa bank syariah jarang untuk memilih atau menggunakan produk *mudharabah* dan minat masyarakat masih sedikit untuk menggunakan pembiayaan *mudharabah*. Selain itu, resiko yang dikeluarkan pembiayaan *mudharabah* ini lebih banyak. Resiko yang ditimbulkan dari pembiayaan *mudharabah* antara lain, yaitu pertama, mudah mengalami penyimpangan, karena sering pihak *mudharib* tidak melengkapi akuntabilitas yang memadai dengan laporan keuangan, persoalan ini sering dihadapi oleh pihak bank. Kedua, di sisi lain *mudharabah* menuntut kejujuran dan keterbukaan. ketiga, akibat dari dua kondisi tersebut, seringkali pihak bank mematok nisbah bagi hasil yang cukup besar bagi bank dan sebaliknya lebih kecil bagi nasabah.

TINJAUAN PUSTAKA

Tabungan *Mudharabah*

Menurut (Ismail, 2018) tabungan *mudharabah* merupakan produk penghimpunan dana oleh bank syariah yang menggunakan akad *mudharabah muthalaqah*. Bank syariah bertindak sebagai *mudharib* dan nasabah sebagai *shahibul maal*. Nasabah menyerahkan pengelolaan dana tabungan *mudharabah* serta mutlak kepada *mudharib* (bank syariah), tidak ada batasan baik dilihat dari jenis investasi, jangka waktu, maupun sektor usaha, dan tidak boleh bertentangan dengan prinsip syariah Islam.

Dasar Hukum Tabungan *Mudharabah*

Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 02/DSN-MUI/IV/2000 tentang tabungan dan beberapa ayat Al-Quran dan Hadist yang menjadi landasan hukum tabungan *mudharabah*.

1. Al-Quran

QS. An-nisa:29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ۲۹

Artinya:

29. Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.

2. Al-Hadits

“Nabi bersabda, ada tiga hal yang mengandung berkah: jual beli tidak secara tunai, muqaradhadh (*mudharabah*), dan mencampur gandum dengan jewawut untuk keperluan rumah tangga, bukan untuk dijual.” (Riwayat Ibnu Majah dari Shuhaib)

Deposito *Mudharabah*

Deposito *mudharabah* merupakan dana investasi yang ditempatkan oleh nasabah yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu, sesuai dengan akad perjanjian yang dilakukan antara bank dan nasabah investor. Sifat deposito yaitu penarikannya hanya dapat dilakukan sesuai jangka waktunya,

sehingga pada umumnya balas jasa yang berupa nisbah bagi hasil yang diberikan oleh bank untuk deposito lebih tinggi dibanding tabungan *mudharabah* (Ismail, 2018).

Dasar Hukum Deposito *Mudharabah*

1. Al-Quran

Q.S. Al-Maidah: 1

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ ... ١

Artinya:

1. Hai orang-orang yang beriman, penuhilah *aqad-aqad* itu.

2. Al-Hadits

Dari *shalih bin shuhaib r.a* bahwa Rasulullah saw. Bersabda “tiga hal yang di dalamnya terdapat keberkatan, jual beli secara Tangguh, *muqaradhadh* (*mudharabah*), dan mencampur gandum dengan tepung untuk keperluan rumah, bukan untuk dijual.” (HR Ibnu Majah)

Pembiayaan *Mudharabah*

Pembiayaan *mudharabah* merupakan akad pembiayaan antara bank syariah sebagai *shahibul maal* dan nasabah sebagai *mudharib* untuk melaksanakan kegiatan usaha, dimana bank syariah memberikan modal sebanyak 100% dan nasabah menjalankan usahanya. Hasil usaha atas pembiayaan *mudharabah* akan dibagi antara bank syariah dan nasabah dengan nisbah bagi hasil yang telah disepakati pada saat akad (Ismail, 2018).

Dasar Hukum Pembiayaan *Mudharabah*

Fatwa DSN-MUI No.07/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Pembiayaan *Mudharabah* adalah dasar diperbolehkannya praktek *mudharabah* di Indonesia. Selain Fatwa DSN-MUI, terdapat pula beberapa ayat Al-Quran dan Hadist yang menjadi landasan hukum *mudharabah*, diantaranya adalah:

1. Al-Qur'an

... وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ ٢٤

Artinya:

“Dan sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebahagian mereka berbuat zalim kepada sebahagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang saleh”

2. Al-Hadits

Dari abu Hurairah, Rasulullah SAW bersabda: “Sesungguhnya Allah azza wa jalla berfirman, aku pihak ketiga dari dua orang yang berserikat selama salah satunya tidak mengkhianati lainnya.” (HR. Abu Dawud dalam Kitab Al-Buyu' dan Al Hakim).

Hubungan Tabungan *Mudharabah* dengan Pembiayaan *Mudharabah*

Tabungan *mudharabah* merupakan produk penghimpunan dana oleh bank syariah yang menggunakan akad *mudharabah muthalaqah*. Bank syariah bertindak sebagai *mudharib* dan nasabah sebagai *shahibul maal*. Nasabah menyerahkan pengelolaan dana tabungan *mudharabah* serta mutlak kepada *mudharib* (bank syariah), tidak ada batasan baik dilihat dari jenis investasi, jangka waktu, maupun sektor usaha, dan tidak boleh bertentangan dengan prinsip syariah Islam (Ismail, 2018).

Tabungan *mudharabah* merupakan salah satu dana pihak ketiga yang dihimpun oleh bank syariah dari nasabah. Dana-dana masyarakat yang disimpan dalam bank merupakan sumber dana terbesar yang paling diandalkan oleh bank. Kenaikan dan penurunan alokasi pembiayaan sangat dipengaruhi oleh jumlah dana yang tersimpan pada bank syariah. Semakin besar jumlah dana dari pihak ketiga maka semakin besar pula jumlah alokasi untuk pembiayaan. Dalam penelitian ini untuk mengukur dan mengetahui pengaruh

tabungan *mudharabah* dengan pembiayaan *mudharabah* menggunakan teori (Halim, 2014), dimana DPK (dana pihak ketiga) merupakan sumber dana yang paling diandalkan oleh bank syariah untuk pembiayaan bagi hasil, dimana tabungan *mudharabah* merupakan salah satu dari DPK. sehingga semakin banyak dana pihak ketiga yang disimpan dalam bentuk tabungan *mudharabah* maka akan meningkatkan pembiayaan *mudharabah* pada bank syariah.

Hubungan Deposito Mudharabah dengan Pembiayaan Mudharabah

Faktor yang mempengaruhi pembiayaan *mudharabah* adalah deposito *mudharabah*. Menurut (Undang - Undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah. , 2008) tentang Perbankan Syariah, Deposito adalah investasi dana berdasarkan akad *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu. Deposito *mudharabah* merupakan salah satu dana pihak ketiga yang dihimpun oleh bank syariah dari nasabah, bahwa variabel simpanan (DPK), Semakin banyak dana pihak ketiga yang disimpan dalam bentuk deposito *mudharabah* dapat meningkatkan pembiayaan *mudharabah* pada bank syariah. Apabila semakin bertambah dana yang dihimpun dari masyarakat seperti deposito *mudharabah*, maka akan meningkatkan pembiayaan *mudharabah* yang disalurkan oleh bank syariah. Dalam penelitian ini untuk mengukur dan mengetahui pengaruh deposito *mudharabah* dengan pembiayaan *mudharabah* menggunakan teori (Sadiyah, 2016), menunjukkan bahwa variabel simpanan (DPK), Semakin banyak dana pihak ketiga yang disimpan dalam bentuk deposito *mudharabah* dapat meningkatkan pembiayaan *mudharabah* pada bank syariah. Apabila semakin bertambah dana yang dihimpun dari masyarakat seperti deposito *mudharabah*, maka akan meningkatkan pembiayaan *mudharabah* yang disalurkan oleh bank syariah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan data sekunder yaitu dengan mengolah laporan keuangan dengan variabel dependen yaitu pembiayaan *mudharabah* pada PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan. Variabel independennya adalah tabungan *mudharabah* dan deposito *mudharabah*. Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif dalam penelitian ini adalah tabungan *mudharabah* dan deposito *mudharabah* terhadap pembiayaan *mudharabah* pada PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan dari Januari 2015 - Desember 2019. Populasi dan Sampel yang diambil untuk penelitian ini adalah tabungan *mudharabah* dan deposito *mudharabah* terhadap pembiayaan *mudharabah* pada PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan dari Januari 2015-Desember 2019. Dalam melakukan penelitian data yang digunakan adalah bulanan, mulai dari Januari 2015 sampai Desember 2019 sehingga jumlah sampel pada penelitian ini adalah 60 (n=60). Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah Studi Kepustakaan (*Library Research*) dan metode dokumentasi. Pada penelitian ini menggunakan studi kepustakaan dengan referensi buku perbankan syariah, Ikatan Bankir Indonesia, penelitian terdahulu, Al-Qur'an, perundang-undangan seperti fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) serta hal lainnya yang berkaitan dengan penelitian dan Dokumentasi pada penelitian ini berupa laporan posisi keuangan (neraca) bulanan PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan periode 2015-2019 yang didapatkan langsung dari perusahaan untuk dipelajari.

Metode penganalisaan data menggunakan perhitungan statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan apakah dapat diterima atau ditolak. Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

- Y = Pembiayaan *Mudharabah*
 A = Konstanta
 b_1, b_2 = Koefisien Regresi Variabel Independen
 X_1 = Tabungan *Mudharabah*
 X_2 = Deposito *Mudharabah*
 e = Tingkat kesalahan yang mungkin terjadi/*error*

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4.7
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-55.363	23.939		-2.313	0.024
	LN_Tabungan Mudharabah	1.620	1.239	0.148	1.308	0.196
	LN_Deposito Mudharabah	2.020	0.469	0.489	4.305	0.000

a. Dependent Variable: LN_Pembiayaan Mudharabah

Sumber: Data diolah SPSS 24

Berdasarkan tabel 4.7 di atas, dapat ditulis persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = -55.363 + 1.620 X_1 + 2.020 X_2 + e$$

Berdasarkan fungsi persamaan regresi linear berganda di atas maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar -55.363 menunjukkan besarnya pembiayaan *mudharabah* -55.363 jika variabel tabungan *mudharabah* (X_1) dan deposito *mudharabah* (X_2) bernilai 0
2. Nilai koefisien variabel tabungan *mudharabah* mempunyai arah regresi positif dengan pembiayaan *mudharabah* PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan yaitu 1.620 yang berarti bahwa apabila tabungan *mudharabah* mengalami peningkatan 1 satuan maka pembiayaan *mudharabah* akan meningkat sebesar 1.620 satuan dengan asumsi variabel independen yang lain diabaikan dan konstan. Artinya tabungan *mudharabah* berpengaruh positif yang signifikan terhadap pembiayaan *mudharabah*
3. Nilai koefisien variabel deposito *mudharabah* mempunyai arah regresi positif dengan pembiayaan *mudharabah* PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan yaitu 2.020 yang berarti bahwa apabila deposito *mudharabah* mengalami peningkatan 1 satuan maka pembiayaan *mudharabah* akan meningkat 2.020 satuan dengan asumsi variabel independen yang lain diabaikan dan konstan. Artinya deposito *mudharabah* berpengaruh positif yang signifikan terhadap pembiayaan *mudharabah*

Koefisien Korelasi (R)

Tabel 4.9
 Hasil Uji R

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.522 ^a	0.273	0.247	2518343.975	0.236

a. Predictors: (Constant), Deposito Mudharabah, Tabungan Mudharabah

b. Dependent Variable: Pembiayaan Mudharabah

Sumber: Data diolah SPSS 24

Berdasarkan tabel 4.9 di atas, diperoleh koefisien korelasi sebesar 0,522 terletak pada interval 0,40-0,599 yang berarti tingkat hubungan antara tabungan *mudharabah* dan deposito *mudharabah* dengan pembiayaan *mudharabah* adalah sedang.

Koefisien Determinasi (R)

Berdasarkan tabel 4.9 di atas besarnya koefisien determinasi (R^2) adalah 0,273 hal tersebut berarti 27,3 variabel pembiayaan *mudharabah* PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan dapat dijelaskan oleh variabel tabungan *mudharabah* dan deposito *mudharabah*. Sedangkan sisanya (100%-27,3%) adalah 72,7 dijelaskan oleh variabel lain yang diluar persamaan diatas.

Uji t (Parsial)

Tabel 4.11
Hasil Uji t
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-55.363	23.939		-2.313	0.024
	LN_Tabungan Mudharabah	1.620	1.239	0.148	1.308	0.196
	LN_Deposito Mudharabah	2.020	0.469	0.489	4.305	0.000

a. Dependent Variable: LN_Pembiayaan Mudharabah

Sumber: Data diolah SPSS 24

Berdasarkan Tabel 4.11 di atas dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} tabungan *mudharabah* adalah 1.308 maka dapat disimpulkan bahwa ($t_{hitung} = 1,308$) < ($t_{tabel} = 2,002$) maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang berarti variabel tabungan *mudharabah* tidak berpengaruh terhadap pembiayaan *mudharabah* pada PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan dari Januari 2015-Desember 2019. Variabel tabungan *mudharabah* memiliki nilai signifikan yang lebih besar dibandingkan 0,05 atau $sig. = 0,196 > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya variabel tabungan *mudharabah* tidak berpengaruh signifikan terhadap pembiayaan *mudharabah* pada PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan dari Januari 2015-Desember 2019.

Pada variabel tabungan *mudharabah* hasil pengujian uji t menunjukkan bahwa tabungan *mudharabah* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pembiayaan *mudharabah* pada PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan. Artinya adanya kenaikan maupun penurunan tabungan *mudharabah* tidak berpengaruh pada pembiayaan *mudharabah* pada PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan periode Januari 2015-Desember 2019. Karena DPK yang disalurkan ke pembiayaan *mudharabah* sedikit, lebih banyak disalurkan ke pembiayaan yang lainnya. Dilihat dari laporan neraca pada PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan, yang memiliki penyaluran pembiayaan paling sedikit adalah pembiayaan *mudharabah*, hal ini disebabkan karena kurangnya promosi bank dalam memperkenalkan produk pembiayaan *mudharabah* kepada nasabah.

Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Fauziyah, 2019) yang menyatakan bahwa tabungan *mudharabah* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan bagi hasil *mudharabah*, dan dalam penelitian (Destiana, 2016) yang menyatakan bahwa DPK berpengaruh positif terhadap pembiayaan *mudharabah* dan musyarakah.

Variabel tabungan *mudharabah* memiliki nilai signifikan yang lebih besar dibandingkan 0,05 atau $sig. = 0,196 > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya variabel tabungan *mudharabah* tidak berpengaruh signifikan terhadap pembiayaan *mudharabah* pada PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan dari Januari 2015-Desember 2019.

Berdasarkan Tabel 4.11 di atas dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} deposito *mudharabah* 4,305 maka dapat disimpulkan bahwa $(t_{hitung} = 4,305) > (t_{tabel} = 2,002)$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti variabel deposito *mudharabah* berpengaruh terhadap pembiayaan *mudharabah* pada PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan dari Januari 2015-Desember 2019. Variabel deposito *mudharabah* memiliki nilai signifikan yang lebih kecil dibandingkan 0,05 atau $sig. = 0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya variabel deposito *mudharabah* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pembiayaan *mudharabah* pada PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan dari Januari 2015-Desember 2019.

Pada variabel deposito *mudharabah* hasil pengujian uji t menunjukkan bahwa deposito *mudharabah* memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap pembiayaan *mudharabah* pada PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan. Artinya semakin besar pendapatan yang di peroleh dari deposito *mudharabah*, maka akan meningkatkan penyaluran dana ke pembiayaan *mudharabah* pada PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan periode Januari 2015-Desember 2019.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Yuniara, 2017) yang menyatakan deposito *mudharabah* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembiayaan bagi hasil, dan dalam penelitian Septriyana (2019:95) yang menyatakan bahwa deposito *mudharabah* berpengaruh signifikan terhadap pembiayaan *mudharabah*.

Uji F (Simultan)

Tabel 4.12
Hasil Uji F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	13.883	2	6.942	10.344	.000 ^b

Residual	38.253	57	0.671		
Total	52.136	59			

a. Dependent Variable: LN_Pembiayaan Mudharabah

b. Predictors: (Constant), LN_Deposito Mudharabah, LN_Tabungan Mudharabah

Sumber: Data diolah SPSS 24

Berdasarkan Tabel 4.12 di atas, dapat dilihat bahwa nilai dari F_{hitung} adalah sebesar 10,344. Dengan melihat tabel distribusi yang dicari pada tingkat kepercayaan $\alpha = 5\%$. Dengan df pembilang (df1) = 2, df penyebut (df2) = 57 sehingga diperoleh $F_{tabel} = 3,16$ hasil $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($10,344 > 3,16$). Maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel tabungan *mudharabah* dan deposito *mudharabah* secara bersama-sama berpengaruh terhadap pembiayaan *mudharabah* pada PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan.

Pada Tabel 4.12 juga dapat dilihat nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 atau ($0,000 < 0,05$), sehingga memiliki kesimpulan bahwa secara bersama-sama variabel independen tabungan *mudharabah* dan deposito *mudharabah* berpengaruh secara signifikan terhadap pembiayaan *mudharabah* pada PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan dari Januari 2015-Desember 2019.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data pada penelitian mengenai pengaruh tabungan *mudharabah* dan deposito *mudharabah* pada PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan periode Januari 2015-Desember 2019 maka dapat ditarik kesimpulan Tabungan *mudharabah* secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap pembiayaan *mudharabah* pada PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan periode Januari 2015-Desember 2019, Deposito *mudharabah* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembiayaan *mudharabah* pada PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan periode Januari 2015-Desember 2019, Tabungan *mudharabah* dan deposito *mudharabah* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pembiayaan *mudharabah* pada PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan periode Januari 2015-Desember 2019.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Quran, D. A. (2010). *Al-Quran dan Terjemah*. Bandung: CV Penerbit Diponegoro.
- Anjarwati, S. (2019). *Pengaruh Tabungan Mudharabah, Deposito Mudharabah, dan Bagi Hasil Mudharabah Terhadap Pembiayaan Mudharabah di Bank Syariah Mandiri*. Surabaya: Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ascarya. (2015). *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Destiana, R. (2016). *Analisis Dana Pihak Ketiga dan Risiko Terhadap Pembiayaan Mudharabah dan Musyarakah Pada Bank Syariah di Indonesia*. . Cirebon: Universitas Swadaya Gunung Jati.

- Fatira AK, M. (2020). Akad Transaksi Syariah. In d. Syarifuddin, *Ekonomi Syariah* (p. 261). Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Fauziyah, A. (2019). . *Pengaruh Tabungan Mudharabah dan Deposito Mudharabah Terhadap Pendapatan Bagi Hasil Mudharabah pada Bank Maybank Syariah 2012-2014*. Bandung: UIN Sultan Maulana Hasanuddin.
- Gufroobby, F. A. (2018). *Pengaruh Jumlah Tabungan Mudharabah dan Jumlah Deposito Mudharabah Terhadap Pembiayaan Mudharabah di PT Bank Tabungan Negara Syariah Periode 2014-2017*. Bandung: Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati.
- Halim, G. S. (2014). *Pengaruh Tabungan Mudharabah, Deposito Mudharabah, dan Tingkat Bagi Hasil Mudharabah Terhadap Pembiayaan Mudharabah Pada Bank Umum Syariah di Indonesia*. Banda Aceh: Universitas Syah kuala.
- Ifham, A. (2015). *Ini Lho Bank Syariah*. . Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Indonesia, I. B. (2016). *Memahami Bisnis Bank Syariah*. . Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ismail. (2018). *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Karim, A. (2018). *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan Edisi 5 Cetakan 10*. . Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Keuangan, O. J. (2020, Juli 24). [Http://www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id). Retrieved from Statistik Perbankan Syariah Tahun 2016 – Maret 2020. : [Http://www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id)
- Latumaerisa, J. R. (2012). *Bank Dan Lembaga Keuangan Lain*. Jakarta: Salemba Empat.
- M., F. A. (2020). *Akad Transaksi Syariah*. In d. Syarifuddin, *Ekonomi Syariah* (p. 261). Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Maharani, L. (2019). *Pengaruh NPF Dan BOPO Terhadap Profitabilitas (Return on Asset) Pada Pt Bank Sumut Cabang Syariah Medan Periode Januari 2014-April 2019*. . Medan: Politeknik Negeri Medan. .
- Mardani. (2015). *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*. . Jakarta: Kencana Prenadamedia Group. .
- Muhammad. (2016). *Manajemen Dana Bank Syariah*. Jakarta: PT Grafindo Persada.
- Muniarty, P., Abbas, D. S., AK, M. F., Sugiri, D., Nurfadilah, D., & ... (2020). *MANAJEMEN PERBANKAN*. repository.penerbitwidina.com. <https://repository.penerbitwidina.com/publications/328999/manajemen-perbankan>
- Nasution, A. W. M. F. A. (2013). *Pengantar Perbankan Syariah untuk Profesional Muda*. Nasional, D. S. (2000). *Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 02/DSN-MUI/IV/2000*. Retrieved from Tabungan: Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 02/DSN-MUI/IV/2000
- Nasional, D. S. (2000, April 01). *Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 03/DSN-MUI/IV/2000*. Retrieved from Deposito: Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 03/DSN-MUI/IV/2000

- Nasional, D. S. (2000). *Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 07/DSN-MUI/IV/2000* . Retrieved from *Pembiayaan Mudharabah: Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 07/DSN-MUI/IV/2000*
- Permatasari, R. I. (2014). *Analisis Pengaruh Pembiayaan Mudharabah Dan Musyarakah Terhadap Tingkat Profitabilitas (Return on Equity) (Studi Pada Bank Umum Syariah Yang Terdaftar Di Bank Indonesia Periode 2009-2012)*. . Malang: Universitas Brawijaya.
- Pramono, N. H. (2013). *Pengaruh Deposito Mudharabah, Spread Bagi Hasil, dan Tingkat Bagi Hasil Terhadap Pembiayaan Berbasis Bagi Hasil (Studi Kasus Pada Bank Syariah di Indonesia Tahun 2010-2012)*. . Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Purwaningsih, F. (2016). *Pengaruh Tabungan Mudharabah, Pembiayaan Mudharabah-Musyarakah dan Pendapatan Operasional Lainnya Terhadap Laba pada Bank Jatim Syariah 2007-2015*. . Surabaya: Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
- Rivai, V. (n.d.). *Islamic Banking Sebuah Teori, Konsep Dan Aplikasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Riyanto, S. d. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. . Yogyakarta: Deepublish.
- Rizal. (2018). . *Pengaruh Tabungan dan Deposito Mudharabah Terhadap Sisa Hasil Usaha Koperasi Pegawai Negeri Syariah*. Padang: Institut Agama Islam Negeri Batusangkar.
- Sadiyah, H. h. (2016). *Pengaruh Tabungan Mudharabah dan Deposito Mudharabah Terhadap Pembiayaan Murabahah pada PT Panin Bank Syariah Tbk*. . Bandung: Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati.
- Sepriyana, S. (2019). *Pengaruh Deposito Mudharabah dan Ekuitas Terhadap Pembiayaan Mudharabah (Studi Pada Bank Umum Syariah Periode 2012-2018)*. . Surabaya: Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Sudaryono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan*. Jakarta. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Syarifuddin, S., Arfah, F., Rahmawati, I., Mulyono, S., & ... (2020). *EKONOMI SYARIAH*. repository.penerbitwidina.com.
<https://repository.penerbitwidina.com/publications/325313/ekonomi-syariah>
Undang - Undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah. . (2008).
- Yuniara. (2017). *Pengaruh Tabungan Wadiah dan Deposito Mudharabah Terhadap Pembiayaan Bagi Hasil pada PT Bank Jabar Banten Syariah*. Bandung: Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati .
- Zaqiyah, U. (2015). *Pengaruh Besar Kecilnya Dana Pihak Ketiga Mudharabah Terhadap Pembiayaan Mudharabah Di BPRS Amanah Sejahtera Gresik (Tahun 2011-2013)*. . Surabaya: Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.

Zubaida, S. (2016). *Peran Perbankan Syariah Dalam Mendorong Sektor Riil (Studi Kasus PT Bank Muamalat Indonesia Tahun 2008-2013)*. . Palembang: Universitas Negeri Raden Fatah.

	JURNAL BILAL BISNIS EKONOMI HALAL	
	Vol. 2 No. 1, Juni 2021: 13-23	E-ISSN:2747-0830

PENGARUH PENERAPAN SIFAT *SHIDDIQ*, *AMANAH*, *FATHANAH* DAN *TABLIGH* TERHADAP KEBERHASILAN USAHA *ONLINE SHOP*

Astrid Manzani¹⁾, Zuhendry²⁾, Diena Fadhilah³⁾

^{1,2,3)}Keuangan dan Perbankan Syariah, Akuntansi, Politeknik Negeri Medan
astridmanzani@students.polmed.ac.id

ABSTRACT

This research aim to explain the effect of the application of the nature of shiddiq, amanah, fathanah and tabligh to the success of online shop businesses (case study of Muslim businesses in Medan). The dependent variables in this research is the success of online shop businesses, where as independent variables are the properties of shiddiq, amanah, fathanah and tabligh. The sample that used of this research was 90 respondents. This research used questionnaire as a primary data then analyzed using multiple linear regression analyses, make a classic assumption experiment, T experiment, F experiment, correlation coefficients and determination coefficient experiment with the help of SPSS 22 software. The results showed that the variable properties of shiddiq, amanah, fathanah and tabligh partially partially effect the success of online shop businesses. The variable nature of shiddiq, amanah, fathanah and tabligh simultaneously has a significant effect on the success of online shop business (case study of Muslim businesses in Medan).

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh penerapan sifat *shiddiq*, *amanah*, *fathanah* dan *tabligh* terhadap keberhasilan usaha *online shop* (studi kasus persepsi pelaku usaha muslim di Kota Medan). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keberhasilan usaha *online shop*, sedangkan variabel independen terdiri dari sifat *shiddiq*, *amanah*, *fathanah* dan *tabligh*. Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 75 orang responden. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai data primer kemudian dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan melakukan uji asumsi klasik, uji statistik t, uji statistik F, koefisien korelasi dan uji koefisien determinasi dengan bantuan software SPSS 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel sifat *shiddiq*, *amanah*, *fathanah* dan *tabligh* secara parsial berpengaruh terhadap keberhasilan usaha *online shop*. Variabel sifat *shiddiq*, *amanah*, *fathanah* dan *tabligh* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha *online shop* (studi kasus persepsi pelaku usaha muslim di Kota Medan).

Kata Kunci: *Shiddiq*, *Amanah*, *Fathanah*, *Tabligh*, Keberhasilan Usaha, *Online Shop*.

PENDAHULUAN

Keberhasilan usaha pada hakikatnya adalah keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya. Suatu bisnis dikatakan berhasil bila mendapatkan laba, karena laba adalah tujuan dari orang melakukan bisnis (Noor, 2013). Berwirausaha dalam islam tidak semata-mata hanya mengejar keuntungan di dunia (Pohan et al., 2021), tetapi juga keuntungan yang hakiki di akhirat dengan menerapkan syariat jual beli yang berlaku.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin pesat di era globalisasi ini membawa dampak perubahan di berbagai bidang, salah satunya pada bidang ekonomi terutama cara berwirausaha atau berbisnis masyarakat (Alimuddin et al., 2021). Di era ini, masyarakat memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi untuk melakukan penjualan (Syarifuddin et al.,

2020), pembelian barang atau jasa melalui media *online* atau internet. Usaha jual beli *online* atau biasa yang disebut dengan *online shop* inilah yang memudahkan masyarakat untuk mencari kebutuhan secara cepat dan mudah (Simamora & Fatira, 2019). Fenomena ini diikuti dengan perkembangan penggunaan internet oleh masyarakat yang terus meningkat.

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyatakan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia tahun 2018 adalah 171,17 juta jiwa atau sekitar 64,8% dari total populasi penduduk Indonesia sebesar 264,16 juta jiwa. Hal ini meningkat sebesar 10,12% dari survei APJII 2017 sebesar 54,68% (apjii, 2020)

Aktivitas jual beli *online* semakin populer dan sering dilakukan oleh banyak kalangan. Namun permasalahan dalam transaksi jual beli *online* yang sering terjadi yaitu penipuan dalam bertransaksi dan ketidaksesuaian barang dengan spesifikasi. Selain itu, resiko cacat tersembunyi dari barang yang diperjual belikan juga menjadi modus terbesar dari pelaku usaha *online* baik secara sengaja maupun tidak sengaja. Hal ini tentunya memberikan citra negatif dan merugikan kepada *online shop* yang masih menjaga kejujurannya.

Ada 1.617 laporan penipuan *online* dalam periode waktu Januari 2019-Januari 2020 dengan Instagram sebagai *platform* terlapor terbanyak sebesar 573 laporan diikuti Whatsapp sebesar 479 laporan, Facebook sebesar 321 laporan, telepon/sms sebesar 84 laporan dan 237 laporan pada *platform* media sosial lainnya (Liputan6, 2020). Hal ini yang tentunya harus diperhatikan setiap pelaku usaha *online shop* terutama pelaku usaha muslim untuk menjaga kepercayaan yang diberikan konsumen dan menjunjung tinggi nilai kejujuran, meningkatkan keamanan dalam memberi pelayanan serta membangun komunikasi yang baik kepada konsumen.

Menurut data CupoNation jumlah *online shop* di Indonesia terus meningkat selama beberapa tahun terakhir. Di tahun 2018, jumlah *online shop* diperkirakan mencapai 11,9 persen dari total populasi di Indonesia. Peningkatan jumlah *online shop* juga meningkatkan jumlah pembeli *online* yang mencapai 9,6 persen dari jumlah populasi dan meningkat menjadi 10,7 persen pada tahun 2017 (ekonomi.kompas, 2020). Hal ini akan menjadi peluang bagi terciptanya bisnis *online shop*, dan mengakibatkan semakin ketatnya persaingan antar pelaku usaha *online shop*.

Keberhasilan dalam usaha adalah hal yang ingin dicapai oleh setiap pelaku usaha terutama pelaku usaha bisnis *online shop* muslim. Keberhasilan usaha dalam hal ini diindikasikan dalam lima hal menurut (Suryana Y. , 2003) yaitu meningkatnya akumulasi modal atau aset, jumlah pendapatan, tingkat penjualan dan tingkat produksi.

Menurut (Hermawan Kertajaya, 2006) hal ini juga tidak lepas dari empat hal yang menjadi *key success factors* (KSF) dalam mengelola suatu bisnis yaitu, 1. *Shiddiq* (benar dan jujur), 2. *Amanah* (terpercaya, kredibel), 3. *Fathanah* (cerdas), 4. *Thabligh* (komunikatif). Keempatnya merupakan sifat-sifat Nabi Muhammad SAW yang sudah sangat dikenal di kalangan ulama, tapi masih jarang diimplementasikan khususnya dalam dunia bisnis. Sifat-sifat tersebut menjadi dasar dalam setiap aktivitas bisnis beliau yang kemudian menjadi sikap dasar manusiawi yang mendukung keberhasilan suatu usaha (Antonio MS, 2010).

Shiddiq adalah berkata benar dan jujur, dalam berbisnis Rasulullah SAW selalu mengutamakan kejujuran. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian (Rimiyati Hasanah, 2016) bahwa variabel penerapan nilai kewirausahaan Islami yaitu kejujuran, kemauan kerja keras, menepati janji, tertib administrasi, selalu berdoa, membayar zakat dan sedekah secara bersama-sama berpengaruh secara positif signifikan terhadap keberhasilan usaha, namun secara parsial variabel kejujuran, kemauan bekerja keras, menepati janji, tertib administrasi, selalu berdoa, membayar zakat dan sedekah tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan usaha.

Menurut (Antonio MS, 2010), *amanah* adalah dapat dipercaya atau terpercaya. Seperti yang dicontohkan Rasulullah SAW dalam berbisnis, seorang pebisnis haruslah dapat dipercaya. Dalam

konteks ini, *amanah* adalah tidak mengurangi dan menambah sesuatu dari yang seharusnya atau dari yang telah disepakati antara penjual dan pembeli. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Taufik Hidayat (2013), *amanah* yang merupakan salah satu karakteristik kewirausahaan islam berpengaruh positif terhadap kesuksesan usaha agribisnis.

Dalam berwirausaha, pelaku usaha juga harus cerdas dan tanggap seperti halnya sifat *Fathanah*. Pelaku usaha harus mampu berusaha dan menemukan peluang-peluang bisnis baru dan terus berinovasi, prospek dan berwawasan masa depan, namun tidak mengabaikan prinsip syariah. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan (Subagyo, 2014), salah satu karakter wirausahawan yang ideal dalam perspektif islam adalah *Fathanah* berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha.

Menurut (Antonio MS, 2010), Secara bahasa *tabligh* bisa dimaknai dengan “menyampaikan”. Dalam konteks berwirausaha, pemahaman *tabligh* bisa mencakup argumentasi dan komunikasi. Penjual hendaknya mampu mengomunikasikan produknya dengan strategi yang tepat dalam memilih media promosi, mampu menyampaikan keunggulan produk dengan menarik dan tepat sasaran tanpa meninggalkan kejujuran dan kebenaran. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan (Sari, 2019) bahwa nilai kewirausahaan *shiddiq, tabligh, amanah* dan *fathanah* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha.

Dari penjelasan di atas, dapat diketahui masih belum sepenuhnya pelaku usaha muslim *online shop* menerapkan sifat *Shiddiq, Amanah, Fathanah* dan *Tabligh* yang merupakan sifat Nabi Muhammad SAW, sehingga masih banyak konsumen yang merasa dirugikan dalam aktivitas jual beli *online shop*. Hal tersebut tentunya harus menjadi perhatian di setiap kalangan pelaku usaha termasuk pelaku usaha muslim di Kota Medan. Berdasarkan latar belakang diatas, maka dilakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Penerapan Sifat *Shiddiq, Amanah, Fathanah* dan *Tabligh* terhadap Keberhasilan Usaha *Online Shop* (Studi Kasus Persepsi Pelaku Usaha Muslim di Kota Medan)**”.

TINJAUAN PUSTAKA

KEBERHASILAN USAHA

Keberhasilan usaha adalah keberhasilan bisnis mencapai tujuannya. Suatu bisnis dikatakan berhasil bila mendapat laba, karena laba adalah tujuan dari orang yang melakukan bisnis (Noor, 2013). Keberhasilan usaha menurut (Suryana Y. , 2003) adalah keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya. Suatu bisnis atau usaha dikatakan berhasil apabila mendapat laba, walaupun laba bukan merupakan satu-satunya aspek yang dinilai dari keberhasilan sebuah usaha.

Menurut Suryana (Suryana Y. , 2003) indikator keberhasilan usaha terdiri dari:

- 1) Modal
Modal merupakan salah satu faktor produksi yang diperlukan untuk perputaran roda usaha. Sebagian dana atau modal tersebut digunakan perusahaan untuk membeli barang-barang.
- 2) Pendapatan
Pendapatan merupakan sumber penghasilan untuk memenuhi kebutuhan dan sangat penting artinya bagi kelangsungan hidup baik secara langsung maupun tidak langsung. Pendapatan sangat berpengaruh bagi kelangsungan suatu usaha, semakin besar pendapatan yang diperoleh maka semakin besar kemampuan suatu usaha untuk membiayai segala pengeluaran dan kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan.

- 3) Volume Penjualan
Volume penjualan merupakan ukuran yang menunjukkan banyaknya atau besarnya jumlah barang dan jasa yang terjual. Dengan volume penjualan perusahaan dapat menghasilkan pendapatan dan memperoleh laba yang diharapkan.
- 4) Output Produksi
Secara umum, produksi dapat diartikan sebagai kegiatan optimalisasi dari faktor-faktor produksi seperti tenaga kerja, modal, dan lain-lainnya oleh perusahaan untuk menghasilkan sejumlah output. Output merupakan jumlah unit yang berhasil diproduksi. Proses produksi dapat dikatakan efisien jika proses produksi mampu menghasilkan output tertentu dengan input minimum atau dengan kata lain dapat menghasilkan output maksimum dengan input tertentu.
- 5) Tenaga Kerja
Tenaga kerja merupakan salah satu unsur penting dalam pengelolaan kegiatan usaha. *Manpower management* merupakan bagian tersendiri dan khusus dari manajemen. Bagaimanapun majunya teknologi dewasa ini, namun faktor manusia masih memegang peranan penting bagi suksesnya suatu usaha.

KEBERHASILAN USAHA DALAM PERSPEKTIF ISLAM

Allah berfirman dalam QS. Al-Jumua' ayat 10:

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

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

Dalam ayat diatas juga ditunjukkan untuk mencari rezeki dan keuntungan yang halal sebagai karunia dari Allah swt selepas menyelesaikan shalat. Tidak lupa juga untuk selalu mengingat Allah swt dengan zikir yang banyak dan jangan sampai mencari rezeki dan keuntungan tersebut menjadikan manusia lupa terhadap zikir kepada Allah swt. Disamping anjuran untuk mencari rezeki, islam sangat menekankan pada aspek kehalalannya, baik dari sisi perolehan maupun pendayagunaan.

USAHA ONLINE SHOP

Bisnis *Online* atau *e-commerce* secara sederhana dapat diartikan sebagai proses jual beli, pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan internet (Purkon, 2014). *Online shop* atau bisnis *online* saat ini bukan lagi menjadi sesuatu yang asing bagi masyarakat Indonesia, baik yang kesehariannya menggunakan internet ataupun tidak. *Online shop* adalah media, sarana ataupun tempat dimana kita bisa menjual produk maupun jasa tersebut melalui komputer PC ataupun melalui produk gadget lainnya yang terhubung dan terkoneksi dengan internet sehingga terjadi transaksi jual beli tanpa harus bertemu langsung dengan calon konsumennya.

USAHA ONLINE SHOP DALAM PERSPEKTIF ISLAM

Bisnis Online adalah transaksi jual beli barang atau jasa melalu media elektronik, khususnya melalui internet atau secara online. Agama islam mengatur nilai dan prinsip yang harus dijadikan

pedoman dalam berbisnis. Karena bentuk-bentuk transaksi bisnis dapat berkembang sesuai perkembangan zaman, namun dengan tetap berpedoman pada aturan dasar yang telah ditetapkan dalam islam.

SHIDDIQ

Menurut (Antonio MS, 2010), *shiddiq* berarti “jujur” atau “benar”. Dalam menjalankan bisnisnya Nabi Muhammad SAW selalu menunjukkan kejujuran. Beliau meyakini benar bahwa membohongi pelanggan sama dengan mengkhianati mereka. Mereka akan kecewa, tertipu, berhenti bertransaksi bisnis lagi dan akhirnya lambat laun bisnis pun akan hancur.

Allah memerintahkan orang-orang yang beriman untuk senantiasa memiliki sifat *shiddiq* dan juga dianjurkan untuk menciptakan suatu lingkungan yang *shiddiq*. Dalam QS. At-Taubah ayat 119 Allah berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ

“hai orang-orang yang beriman bertakwalah kepada Allah, dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar.” (QS. At-Taubah:119)

AMANAH

Menurut (Antonio MS, 2010), *Amanah* artinya “dapat dipercaya”. seorang pebisnis haruslah dapat dipercaya seperti yang dicontohkan Nabi Muhammad SAW dalam memegang *amanah*. Saat menjadi pedagang Nabi Muhammad selalu memberikan hak pembeli dan orang-orang yang mempercayakan modalnya kepada beliau. Allah SWT memerintahkan kita untuk berbuat *amanah*, sebagaimana firmanNya:

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۗ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ۝ ﴾

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.” (QS. An-Nisa: 58).

FATHANAH

Menurut (Antonio MS, 2010), *Fathanah* berarti “cakap” atau cerdas”. Sifat *fathanah* disini mendorong pebisnis menjadi inovatif dan kreatif dalam menciptakan produksi-produksi yang dibutuhkan oleh masyarakat sehingga mendorong berkembangnya suatu usaha atau bisnis.

Allah SWT bahkan memberikan peringatan keras kepada orang-orang yang tidak menggunakan akalNya. Allah SWT berfirman:

وَمَا كَانَ لِنَفْسٍ أَنْ تُؤْمِنَ إِلَّا بِإِذْنِ اللَّهِ ۗ وَيَجْعَلُ الرَّجْسَ عَلَىٰ
الَّذِينَ لَا يَعْقِلُونَ

“Dan tidak ada seorangpun akan beriman kecuali dengan izin Allah; dan Allah menimpakan kemurkaan kepada orang-orang yang tidak mempergunakan akalunya.” (QS. Yunus: 100).

TABLIGH

Menurut (Antonio MS, 2010), secara bahasa *tabligh* bisa diimaknai “menyampaikan”. Dalam konteks berwirausaha, pemahaman *tabligh* bisa mencakup argumentasi dan komunikasi. Penjual atau pelaku usaha hendaknya mampu mengkomunikasikan produknya dengan strategi yang tepat dalam memilih media promosi, mampu menyampaikan keunggulan produk dengan menarik dan tepat sasaran tanpa meninggalkan kejujuran dan kebenaran.

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian ini adalah di Kota Medan. Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku usaha muslim di Kota Medan yang memiliki usaha *online shop*. Dikarenakan jumlah populasi dalam penelitian ini tidak dapat diketahui secara pasti, sehingga pengambilan sampel menggunakan teori Hair *et al* (1995 dalam (Kiswati, 2010) yaitu jumlah sampel minimal 5 kali dari jumlah indikator. Sampel = Jumlah Indikator x 5. Maka, sampel penelitian = 15 x 5 = 75 sampel responden.

Sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu sampel dipilih dengan kriteria tertentu. Kriteria sampel yang diambil peneliti adalah masyarakat muslim Kota Medan yang memiliki usaha *online shop* dan lama usaha minimal 1 tahun. Sumber data pada penelitian ini adalah data primer. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner dan jawaban responden diukur dengan menggunakan Skala Likert. Teknik berikutnya adalah studi Kepustakaan dilakukan dengan pengumpulan referensi yang diperoleh dari buku, jurnal, penelitian terdahulu, serta data-data lain yang berkaitan dengan penelitian ini. Teknik pengolahan data dilakukan dengan analisis regresi linear berganda.

Metode penganalisaan data menggunakan perhitungan statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan apakah dapat diterima atau ditolak. Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan persamaan sebagai berikut:

$$\text{Keberhasilan Usaha Online Shop} = a + b_1S + b_2T + b_3A + b_4F + e$$

Dimana:

Y : Keberhasilan Usaha *Online Shop*

a : Konstanta

X₁ (S) : *Shiddiq*

X₂ (A) : *Amanah*

X₃ (F) : *Fathanah*

X₄ (T) : *Tabligh*

b₁, b₂, b₃, b₄ : Koefisien regresi

e : Variabel pengganggu

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Liner Berganda

Tabel 4.1

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-,958	1,084		-,884	,380
Sifat_Shiddiq	,232	,114	,223	2,043	,045
Sifat_Amanah	,348	,161	,219	2,164	,034
Sifat_Fathanah	,425	,141	,299	3,021	,004
Sifat_Tabligh	,168	,075	,245	2,255	,027

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22

Berdasarkan tabel 4.1 hasil regresi linear berganda diatas, maka persamaan regresi dalam penelitian ini adalah:

$$KU = -0,958 + 0,232 S + 0,348 A + 0,425 F + 0,168 T$$

Dari rumus regresi diatas dapat dinyatakan nilai koefisien regresinya sebagai berikut: Nilai konstanta sebesar -0,958 menyatakan bahwa jika tidak ada nilai *shiddiq*, *amanah*, *fathanah* dan *tabligh* maka besarnya keberhasilan usaha online shop sebesar -0,958. Apabila nilai sifat *shiddiq* mengalami kenaikan sebesar 1% maka nilai keberhasilan usaha online shop akan mengalami kenaikan sebesar 0,232%. Apabila nilai sifat *amanah* mengalami kenaikan sebesar 1% maka nilai keberhasilan usaha online shop akan mengalami kenaikan sebesar 0,348%. Apabila nilai sifat *fathanah* mengalami kenaikan sebesar 1% maka nilai keberhasilan usaha online shop akan mengalami kenaikan sebesar 0,425%. Apabila nilai sifat *tabligh* mengalami kenaikan sebesar 1% maka nilai keberhasilan usaha online shop akan mengalami kenaikan sebesar 0,168%.

Koefisien Korelasi

Tabel 4.2

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,598 ^a	,357	,321	,20042	,357	9,731	4	70	,000

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa untuk melihat hasil dari Koefisien Korelasi melalui tabel R. Koefisien korelasi (R) pada tabel di atas sebedar 0,598 atau 59,8%, artinya besaran hubungan yang terjadi antara variabel independen terhadap variabel dependen 59,8%. Maka dapat dikatakan bahwa variabel sifat *shiddiq*, *amanah*, *fathanah* dan *tabligh* memiliki hubungan kuat terhadap keberhasilan usaha *online shop*.

Koefisien Determinasi

Hasil pengujian menunjukkan besarnya koefisien korelasi berganda (R), koefisien determinasi (R Square), dan koefisien determinasi yang disesuaikan (Adjusted R Square). Berdasarkan tabel model *summary* di atas diperoleh bahwa nilai koefisien korelasi berganda (R) sebesar 0,598. Ini menunjukkan bahwa variabel Sifat *Shiddiq*, *Amanah*, *Fathanah* dan *Tabligh* terhadap keberhasilan usaha online shop mempunyai hubungan yang kuat. Berdasarkan nilai Adjusted *R-Square* pada tabel di atas yang besarnya 0,321 menunjukkan bahwa variabel sifat *shiddiq*, *amanah*, *fathanah* dan *tabligh* mempengaruhi keberhasilan usaha *online shop* sebesar 32,1% sedangkan sisanya 67,9% dipengaruhi oleh variabel lain.

Uji t (Parsial)

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda yang terdapat pada tabel 4.1 apabila nilai sifat *shiddiq* mengalami kenaikan sebesar 1% maka nilai keberhasilan usaha online shop akan mengalami kenaikan sebesar 0,232%. Pada uji signifikan parsial diperoleh tingkat signifikansi variabel Sifat *Shiddiq* sebesar 0,045 yang artinya lebih kecil dari 0,05 ($0,045 < 0,05$) dan t hitung sebesar 2,043 lebih besar dibandingkan t tabel 1,994 ($2,043 > 1,994$), maka dapat disimpulkan bahwa variabel Sifat *Shiddiq* berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha *online shop*. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rimiyati Hasanah, 2016) dimana variabel penerapan nilai-nilai kewirausahaan islami yaitu kejujuran memiliki nilai signifikansi $0,312 > 0,05$. Hal ini berarti variabel penerapan nilai-nilai kewirausahaan islami yaitu kejujuran secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha.

Melalui penjelasan di atas maka terjawab pertanyaan penelitian pertama yaitu Sifat *Shiddiq* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha *online shop*.

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda yang terdapat pada tabel 4.1 apabila nilai sifat *amanah* mengalami kenaikan sebesar 1% maka nilai keberhasilan usaha *online shop* akan mengalami kenaikan sebesar 0,348%. Pada uji signifikan parsial diperoleh tingkat signifikansi variabel Sifat *Amanah* sebesar 0,034 yang artinya lebih kecil dari 0,05 ($0,034 < 0,05$) dan t hitung sebesar 2,164 lebih besar dibandingkan t tabel 1,994 ($2,164 > 1,994$), maka dapat disimpulkan bahwa variabel Sifat *Amanah* berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha *online shop*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Taufik Hidayat (2013), *amanah* yang merupakan salah satu karakteristik kewirausahaan islam berpengaruh positif terhadap kesuksesan usaha agribisnis.

Melalui penjelasan di atas maka terjawab pertanyaan penelitian kedua yaitu Sifat *Amanah* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha *online shop*.

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda yang terdapat pada tabel 4.1 apabila nilai sifat *fathanah* mengalami kenaikan sebesar 1% maka nilai keberhasilan usaha *online shop* akan mengalami kenaikan sebesar 0,425%. Pada uji signifikan parsial diperoleh tingkat signifikansi variabel Sifat *Fathanah* sebesar 0,004 yang artinya lebih kecil dari 0,05 ($0,004 < 0,05$) dan t hitung sebesar 3,021 lebih besar dibandingkan t tabel 1,994 ($3,021 > 1,994$), maka dapat disimpulkan bahwa variabel Sifat *Fathanah* berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha *online shop*. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian (Subagyo, 2014), karakter wirausahawan berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha dalam perspektif islam dimana *fathanah* adalah salah satu karakteristik wirausahawan tersebut.

Melalui penjelasan di atas maka terjawab pertanyaan penelitian ketiga yaitu sifat *fathanah* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha *online shop*.

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda yang terdapat pada tabel 4.1 Apabila nilai sifat *tabligh* mengalami kenaikan sebesar 1% maka nilai keberhasilan usaha *online shop* akan mengalami kenaikan sebesar 0,168%. Pada uji signifikan parsial diperoleh tingkat signifikansi variabel Sifat *Tabligh* sebesar 0,027 yang artinya lebih kecil dari 0,05 ($0,027 < 0,05$) dan t hitung sebesar 2,255 lebih besar dibandingkan t tabel 1,994 ($2,255 > 1,994$), maka dapat disimpulkan bahwa variabel Sifat *Tabligh* berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha *online shop*. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian (Sari, 2019), bahwa secara parsial nilai signifikansi variabel *tabligh* sebesar $0,000 < 0,05$ dari hasil tersebut menunjukkan bahwa *tabligh* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada pengusaha muslim kuliner di Kabupaten Purworejo.

Melalui penjelasan di atas maka terjawab pertanyaan penelitian keempat yaitu sifat *tabligh* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha *online shop*.

Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui signifikan hubungan antara variabel sifat *shiddiq*, *amanah*, *fathanah* dan *tabligh* terhadap keberhasilan usaha *online shop*, dan dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 4.3

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1,564	4	,391	9,731	,000 ^b
Residual	2,812	70	,040		
Total	4,375	74			

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui Uji Signifikansi Simultan (Uji F) dengan melihat tabel Fhitung dan tabel sig. Maka diperoleh nilai F tabel sebesar 2,50. F hitung > F tabel yaitu $9,731 > 2,50$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,005$. Maka dapat dikatakan bahwa variabel Sifat *Shiddiq*, *Amanah*, *Fathanah* dan *Tabligh* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha *Online Shop*.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan yang mengacu pada masalah dan tujuan penelitian, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: Variabel Sifat *Shiddiq* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keberhasilan Usaha *Online Shop*. Variabel Sifat *Amanah* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keberhasilan Usaha *Online Shop*. Variabel Sifat *Fathanah* mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Keberhasilan Usaha *Online Shop*. Variabel Sifat *Tabligh* mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Keberhasilan Usaha *Online Shop*. Variabel Sifat *Shiddiq*, *Amanah*, *Fathanah* dan *Tabligh* secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Keberhasilan Usaha *Online Shop*.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an dan Terjemah*. (2010). Jakarta: PT Mizan Pustaka.
- Antonio MS, M. S. (2010). *Ensiklopedia Leadership dan Manajemen Muhammad SAW "The Super Leader Manager" Bisnis dan Kewirausahaan*. Bogor: Tazkia Publishing.
- apjii. (2020, April 12). Retrieved from <https://apjii.or.id/content/read/104/418/BULETIN-APJII-EDISI-40---Mei-2019>: <https://apjii.or.id/content/read/104/418/BULETIN-APJII-EDISI-40--Mei-2019>
- Alimuddin, A., Supriadi, A., Enas, U., Aziz, F., Dewi, K. T. S., & ... (2021). *KEWIRAUSAHAAN (TEORI DAN PRAKTIS)*. repository.penerbitwidina.com. <https://repository.penerbitwidina.com/publications/344858/kewirausahaan-teori-dan-praktis-ekonomi.kompas>. (2020, Mei 11). Retrieved from <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/09/07/164100326/jumlah-pembeli-online-indonesia-capai-119-persen-dari-populasi>: <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/09/07/164100326/jumlah-pembeli-online-indonesia-capai-119-persen-dari-populasi>
- Hermawan Kertajaya, M. S. (2006). *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan Media Utama.
- Kiswati, S. (2010). *Study Tentang Sikap Konsumen Atas Merek Tolak Angin pada Mahasiswa FE UNDIP Semarang*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Liputan6. (2020, April 11). Retrieved from <https://www.liputan6.com/tekno/read/4157301/headline-marak-penipuan-online-shop-di-medsos-hati-hati-modusnya-makin-canggih>: <https://www.liputan6.com/tekno/read/4157301/headline-marak-penipuan-online-shop-di-medsos-hati-hati-modusnya-makin-canggih>
- Noor, H. (2013). *Ekonomi Manajerial*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Purkon, A. (2014). *Bisnis Online Syariah*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Pohan, A. W., Fatira, M., & Affandi, I. (2021). ANALISIS KINERJA USAHA WIRAUSAHAWAN MAHASISWA MUSLIM DI TINJAU DARI PERILAKU WIRAUSAHA DAN LITERASI KEUANGAN SYARIAH *Prosiding Konferensi Nasional ...*. <http://ojs.polmed.ac.id/index.php/KONSEP2021/article/download/596/189>
- Rimiyati Hasanah, M. M. (2016). Pengaruh Penerapan Nilai-Nilai Kewirausahaan Islami Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Pada Pengusaha UMKM Muslimah di Kota Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis*.
- Simamora, A. A. N., & Fatira, M. (2019). KEMUDAHAN APLIKASI DAN KERAGAMAN PRODUK DALAM MEMBENTUK KEPUTUSAN PEMBELIAN GENERASI MILENIAL BERBELANJA SECARA ONLINE. *JURNAL MANEKSI*. <http://www.ejournal-polnam.ac.id/index.php/JurnalManeksi/article/view/395>
- Syarifuddin, S., Arfah, F., Rahmawati, I., Mulyono, S., & ... (2020). *EKONOMI SYARIAH*. repository.penerbitwidina.com. <https://repository.penerbitwidina.com/publications/325313/ekonomi-syariah>

- Sari, A. L. (2019). Pengaruh Penerapan Nilai-Nilai Kewirausahaan Islam Terhadap keberhasilan Usaha (Studi pada Pengusaha Muslim Kuliner di Kabupaten Puerworejo).
- Subagyo, P. E. (2014). *Keterkaitan Antara Karakter Ideal Wirausahawan Dalam Perspektif Islam Dengan Keberhasilan Usaha* . Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Suryana, Y. (2003). *Kewirausahaan Pedoman Praktis : Kiat dan Proses Menuju Sukses* . Jakarta: Salemba Empat.
- Suryana, Y. (2010). *Kewirausahaan Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*. Jakarta: Kencana.

	JURNAL BILAL BISNIS EKONOMI HALAL	
	Vol. 2 No. 1, Juni 2021: 24-34	E-ISSN:2747-0830

Pengaruh Tabungan *Wadiah* dan Deposito *Mudharabah* Terhadap Pembiayaan *Murabahah* PT Bank Sumut Syariah

Aris Pramana¹, Ismi Affandi², Zulhendry³

Keuangan dan Perbankan Syariah, Akuntansi, Politeknik Negeri Medan
arispramana@students.polmed.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of wadiah savings and mudharabah deposits on murabahah financing at PT Bank Sumut of Syariah Medan for the period January 2015-December 2019 partially and simultaneously. The sample in this study was 60. This study used a balance sheet and monthly income statement as secondary data obtained from PT Bank Sumut of Syariah Medan. The method used in this research is descriptive statistics, multiple linear regression analysis, partial test (t), simultaneous test (F), and determination test, with a significant level of 5 percent ($\alpha = 0.05$) processed with the help of SPSS software 24. The results showed that there was a positive and significant effect simultaneously between wadiah savings and mudharabah deposits at PT Bank Sumut of Syariah Medan as seen through the F test with a significance value of 0.003. The result of T shows that wadiah savings has no effect and is not significant with a significance level of 0.502 and mudharabah deposits have a negative and significant effect with a significance level of 0.009.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tabungan *wadiah* dan deposito *mudharabah* terhadap pembiayaan *murabahah* pada PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan periode Januari 2015-Desember 2019 secara parsial dan simultan. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 60. Penelitian ini menggunakan neraca dan laporan laba rugi bulanan sebagai data sekunder yang diperoleh dari PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif, analisis regresi linier berganda, uji parsial (t), uji simultan (F), dan uji determinasi, dengan tingkat signifikan sebesar 5 persen ($\alpha = 0,05$) yang diolah dengan bantuan *software* SPSS 24. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara tabungan *wadiah* dan deposito *mudharabah* pada PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan yang dilihat melalui uji F dengan nilai signifikansi sebesar 0,003. Hasil uji t menunjukkan bahwa tabungan *wadiah* tidak berpengaruh dan tidak signifikan dengan tingkat signifikansi sebesar 0,502 dan deposito *mudharabah* berpengaruh negatif dan signifikan dengan tingkat signifikansi sebesar 0,009.

Kata Kunci: Tabungan *Wadiah*, Deposito *Mudharabah*, Pembiayaan *Murabahah*

PENDAHULUAN

Di era sekarang ini perbankan menjadi salah satu lembaga yang tidak bisa dipisahkan dari masyarakat, hal ini karena bank berperan sebagai lembaga intermediasi keuangan yang berfungsi memperlancar lalu lintas pembayaran. Bank merupakan lembaga keuangan yang kegiatannya menghimpun dan menyalurkan dana, hal ini sesuai dengan pengertian bank yang terdapat pada UU No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan yang menyatakan bahwa bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak (Andrianto, 2019). Kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana yang dilakukan bank tidak lepas dari peran masyarakat. Bank konvensional menjadi lembaga keuangan yang dipercayai masyarakat sebagai tempat untuk menyimpan dana. Adapun bank konvensional yang digunakan masyarakat saat ini melibatkan adanya penerapan bunga dimana hal ini sangat bertentangan dengan

prinsip ajaran bagi umat islam. Hal inilah yang menjadi dasar munculnya perbankan yang menggunakan prinsip syariah atau yang disebut dengan perbankan syariah.

Perbankan syariah di Indonesia diawali dengan berdirinya PT Bank Muamalat Indonesia pada tahun 1991. Walaupun pada awal pendirian PT Bank Muamalat Indonesia ini belum mendapatkan perhatian dari industri perbankan nasional, namun sejak berdiri dan terbukti mampu bertahan dari terpaan krisis ekonomi moneter pada tahun 1997, PT Bank Muamalat Indonesia mengalami kemajuan yang sangat pesat dan menjadikan peluang untuk mendirikan bank-bank lain dengan prinsip syariah yaitu seperti bank umum syariah (BUS) dan unit usaha syariah (UUS).

Terlebih lagi pada 2008 lahir undang-undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, dinyatakan bahwa bank syariah menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah dan mengacu pada fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga berwenang, dalam hal ini Dewan Syariah Nasional (DSN) di bawah Majelis Ulama Indonesia (MUI) ((IBI), 2014). Undang-undang ini menjadi payung hukum serta bukti pengakuan akan kehadiran perbankan syariah di Indonesia. Kehadiran perbankan syariah diharapkan dapat menjadi solusi bagi masyarakat untuk memilih penggunaan jasa perbankan yang bebas dari bunga. Agar kegiatan perbankan syariah tidak melenceng dan sesuai dengan prinsip syariah, perbankan syariah diawasi oleh dewan pengawas syariah (DPS). Hal ini yang menjadi perbedaan perbankan syariah dengan bank konvensional yaitu pada struktur organisasi terdapat dewan pengawas syariah (DPS). Dewan pengawas syariah (DPS) memiliki peran penting dalam kegiatan bank syariah, yakni bertugas mengawasi dan bertanggung jawab agar bank syariah melakukan kegiatannya berdasarkan prinsip syariah.

Bank syariah merupakan bank yang menjalankan kegiatan operasionalnya berdasarkan prinsip syariah dan sangat melarang adanya unsur *spekulatif (maisir)*, ketidakjelasan (*gharar*) dan melipat gandakan keuntungan (*riba*). Sama hal dengan bank konvensional, bank syariah juga melakukan penghimpunan dalam bentuk tabungan, giro, dan deposito serta melakukan penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan. Hanya saja pada bank syariah terdapat akad yang digunakan dalam setiap produk. Sebagai contoh PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan merupakan bank yang melakukan kegiatan operasionalnya sesuai dengan prinsip syariah atau yang disebut dengan bank syariah. PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan menawarkan berbagai produk yang sesuai dengan prinsip syariah seperti: tabungan dengan menggunakan akad *mudharabah* dan *wadiah*, deposito *mudharabah*, giro dengan menggunakan akad *wadiah* dan *mudharabah*, serta produk pembiayaan dengan menggunakan akad *murabahah*, *mudharabah*, *musyarakah* dan akad lainnya.

Sebagai produk yang banyak digunakan masyarakat, tabungan pada PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan memiliki banyak jenis pilihan tabungan yang dapat dipilih masyarakat sesuai dengan kebutuhannya. Tabungan adalah simpanan yang penarikannya dapat dilakukan kapan saja sesuai dengan kebutuhan nasabah, penarikannya dapat dilakukan melalui *teller* maupun menggunakan *Automatic Teller Machine (ATM)*. Tabungan *marwah wadiah* merupakan salah satu produk yang terdapat pada PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan. Tabungan ini menggunakan akad *wadiah*.

Wadiah adalah transaksi penitipan dana atau barang dari pemilik kepada penyimpan dana atau barang dengan kewajiban bagi pihak yang menyimpan untuk mengembalikan dana atau barang titipan sewaktu-waktu (Muhammad, 2017). Ketentuan umum tabungan dengan menggunakan akad *wadiah* yaitu bank tidak diperkenankan menjanjikan pemberian imbalan atau bonus kepada nasabah, bank menjamin pengembalian dana nasabah serta dana titipan dapat diambil setiap saat oleh nasabah. Selain produk tersebut, PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan juga memiliki produk deposito yaitu deposito ibadah *mudharabah*. Deposito adalah simpanan yang penarikannya harus sesuai dengan waktu yang telah disepakati antara kedua belah pihak yakni nasabah dan bank. Produk deposito pada PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan menggunakan akad *mudharabah*. *Mudharabah* adalah transaksi penanaman dana dari pemilik dana (*shahibul maal*) kepada pengelola dana (*mudharib*) untuk melakukan kegiatan usaha tertentu yang sesuai dengan syariah, dengan pembagian hasil usaha antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang telah disepakati sebelumnya (Muhammad, 2017). Ketentuan umum tabungan dengan akad ini yaitu pembagian keuntungan dinyatakan dalam bentuk nisbah yang disepakati.

Untuk kegiatan penyaluran dana PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan menyalurkan dananya dalam bentuk pembiayaan. Pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak dan pihak penerima pembiayaan harus mengembalikan dana beserta dengan imbalan atau bagi hasil. Pembiayaan *murabahah* merupakan salah satu produk penyediaan dana oleh PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan. *Murabahah* (Nasution, 2013) adalah akad jual beli barang dimana penjual menginformasikan harga beli kepada pembeli, lalu pembeli membayar harga barang tersebut beserta keuntungan yang disepakati. Pembayaran dalam akad *murabahah* bisa dibayar dengan cara mencicil. Ketentuan umum pembiayaan dengan menggunakan akad *murabahah* yaitu bank dapat membiayai sebagian atau seluruh pembelian barang yang telah disepakati. Pada saat melakukan kontrak akad, bank dapat meminta nasabah untuk membayar uang muka. Hal ini merupakan ketentuan yang telah ditetapkan oleh bank apabila nasabah dan bank telah sepakat melakukan akad *murabahah*. Jumlah uang muka juga ditentukan sesuai dengan kesepakatan. Selanjutnya, uang muka nantinya akan menjadi bagian dari harga yang dibayarkan nasabah kepada bank apabila akad *murabahah* terlaksana. Berdasarkan data yang diperoleh dari PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan, diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 1.2
Data Tabungan Wadiah, Deposito Mudharabah, dan Pembiayaan Murabahah PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan

(Dalam Miliar Rupiah)

Tahun	Triwulan	Tabungan Wadiah		Deposito Mudharabah		Pembiayaan Murabahah	
2015	I	6,008,097		496,583,009		136,640,937	
	II	5,865,680	↓	631,426,469	↑	139,112,289	↑
	III	7,101,152	↑	497,244,787	↓	142,810,967	↑
	IV	9,121,859	↑	589,526,249	↑	149,629,431	↑
2016	I	6,071,851	↓	501,852,460	↓	138,090,892	↓
	II	5,927,924	↓	638,126,800	↑	140,588,468	↓
	III	7,176,506	↑	502,521,260	↓	144,326,394	↑
	IV	9,218,665	↑	595,781,960	↑	151,217,212	↑
2017	I	6,295,380	↓	533,501,960	↓	152,842,023	↑
	II	6,374,575	↑	692,642,960	↑	151,188,817	↓
	III	8,934,809	↑	736,385,088	↑	152,853,894	↑
	IV	8,654,372	↓	836,696,882	↑	149,408,114	↓
2018	I	7,403,328	↓	858,429,284	↑	106,053,778	↓
	II	7,865,906	↑	912,066,065	↑	113,841,933	↑
	III	8,357,387	↑	756,703,994	↓	123,514,341	↑
	IV	8,879,577	↑	803,984,728	↑	133,951,580	↑
2019	I	9,622,158	↑	575,057,697	↓	121,453,145	↓
	II	10,223,374	↑	612,536,151	↑	133,074,107	↑

	III	10,891,811	↑	621,155,522	↑	133,857,279	↑
	IV	10,156,114	↓	801,465,146	↑	104,238,076	↓

Sumber: Neraca PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan

Dari data di atas dapat diketahui bahwa jumlah deposito *mudharabah* lebih besar jumlahnya dari pada tabungan *wadiah*, hal ini menunjukkan bahwa dana pihak ketiga (DPK) terbesar berasal dari produk deposito *mudharabah*. Deposito *mudharabah* dan tabungan *wadiah* keduanya merupakan dana pihak ketiga (DPK) yang nantinya akan di salurkan kepada masyarakat. Kegiatan penyaluran dana dilakukan melalui produk pembiayaan, dimana produk pembiayaan yang banyak diminati masyarakat yakni produk pembiayaan dengan menggunakan akad *murabahah*. Hal ini dapat kita lihat pada data diatas yang menunjukkan jumlah pembiayaan yang cukup besar pada posisi triwulan nya serta atas pengamatan penulis pada saat melakukan praktik kerja lapangan pada PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan.

Dari data di atas juga, dapat diketahui perkembangan pembiayaan *murabahah* mengalami *fluktuasi* yang berbeda pada tiap triwulannya pada setiap periode, sama seperti tabungan *wadiah* dan deposito *mudharabah* yang juga mengalami *fluktuasi* yang berbeda-beda di tiap triwulannya. kecuali terjadi penurunan tabungan *wadiah* dan deposito *mudharabah* pada tahun 2017 triwulan I atas triwulan IV pada tahun 2016, penurunan tabungan *wadiah* dan deposito *mudharabah* pada triwulan I tahun 2017 tidak diikuti dengan penurunan pembiayaan *murabahah*. Kemudian terjadi kenaikan tabungan *wadiah* dan deposito *mudharabah* pada triwulan II atas triwulan I tahun 2017 yang tidak diikuti dengan naiknya pembiayaan *murabahah*. Seharusnya pada saat pembiayaan *murabahah* naik maka tabungan *wadiah* dan deposito *mudharabah* juga akan naik, hal ini tidak sesuai dengan implementasi yang dilakukan oleh PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan yaitu semakin besar dana pihak ketiga (DPK) maka pembiayaan juga akan meningkat dan sebaliknya jika pembiayaan lebih besar dari dana pihak ketiga (DPK) hal ini dapat menyebabkan terjadinya kekurangan dana. Pada beberapa periode juga terjadi kenaikan tabungan tabungan *wadiah* dan penurunan deposito *mudharabah* PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan namun pembiayaan *murabahah* justru naik, hal ini juga tidak sesuai dengan implementasi yang ada.

Dalam penelitian (Supriyanto, 2019) variabel tabungan *wadiah* berpengaruh positif terhadap pembiayaan *murabahah*. Namun berbeda dengan penelitian (Anisa, 2019) hasil penelitian membuktikan bahwa dana pihak ketiga (DPK) yang terdiri dari tabungan, giro dan deposito berpengaruh negatif signifikan terhadap pembiayaan *murabahah*. Perbedaan tersebut mendorong peneliti untuk menguji kembali variabel tabungan *wadiah* dan deposito *mudharabah* pada PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan. Pada penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh peneliti lain, biasanya variabel tabungan *wadiah* dan deposito *mudharabah* akan di uji pengaruhnya terhadap pembiayaan *mudharabah* maupun terhadap laba pada suatu bank. Berbeda dengan penelitian ini yang akan menguji pengaruh variabel tabungan *wadiah* dan deposito *mudharabah* terhadap pembiayaan *murabahah*. Hal inilah yang menjadi pembeda penelitian ini dengan penelitian sebelumnya.

TINJAUAN PUSTAKA

Tabungan Wadiah

Tabungan wadiah merupakan tabungan yang menggunakan akad wadiah/titipan yang penarikannya dapat dilakukan kapan saja atau sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati. Menurut Undang-Undang Perbankan Syariah No. 21 Tahun 2008, tabungan adalah simpanan berdasarkan wadiah dan/atau investasi dana berdasarkan akad *mudharabah* atau akad lainnya yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan/atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu. Wadiah merupakan bentuk akad (Nasution, 2013) yang umum digunakan pada bank syariah, menurut (Ikit, 2018) akad wadiah (Syarifuddin et al., 2020) terbagi menjadi 2 yaitu:

1. Wadiah Yad Al-Amanah

Wadiah Yad Al-Amanah adalah titipan murni dari pihak penitip yang mempunyai aset atau uang kepada pihak penyimpan yang diberi amanah, aset atau uang yang dititipkan harus dijaga dengan sebaik-baiknya dan dikembalikan kapan saja menghendakinya. Dengan prinsip ini pihak yang menerima tidak boleh menggunakan atau memanfaatkan aset atau uang yang dititipkan melainkan hanya menjaganya. Selain itu aset atau uang di titipkan tidak boleh dicampurkan dengan aset atau uang pihak lain. Dalam kondisi seperti ini tidak ada kewajiban bagi orang yang dititipkan (bank) untuk menanggung kerugian jika barang yang dititipkan tersebut rusak atau hilang kecuali ada unsur kesengajaan atau karena kelalaian pihak perbankan.

2. Wadiah Yad Adh-Dhamanah

Wadiah Yad Adh-Dhamanah merupakan titipan murni dari pihak penitip yang mempunyai aset atau uang kepada pihak penyimpan yang diberi amanah, aset atau uang yang dititipkan harus dijaga dengan sebaik-baiknya dan dikembalikan kapan saja menghendakinya. Namun pada prinsip Wadiah Yad Adh-Dhamanah perbankan syariah boleh menggunakan dan memanfaatkan aset atau uang yang dititipkan. Artinya pihak perbankan syariah telah mendapatkan izin dari pihak penitip untuk menggunakan aset atau uang tersebut. Dengan prinsip ini perbankan boleh mencampurkan aset atau uang pemilik dengan tujuan untuk menjalankan operasional (penghimpunan dana, penyaluran dana dan jasa) perbankan syariah. Dana yang terkumpul di bank syariah digunakan untuk tujuan produktif dalam mencari keuntungan. Manajemen perbankan syariah diperbolehkan memberikan bonus kepada penitip, dengan prinsip bonus tidak diperjanjikan diawal akad.

Pada bank syariah akad tabungan yang digunakan pada umumnya adalah dengan menggunakan akad Wadiah Yad Adh-Dhamanah. Sesuai dengan pengertian dan ketentuan akad ini tabungan wadiah adalah simpanan berupa dana yang dititipkan oleh pemilik dana kepada bank syariah dimana bank dapat menggunakan dana tersebut untuk kegiatan operasionalnya dan bank akan memberikan bonus kepada pemilik dana apabila bank mengendakinya dan bonus ini tidak diperjanjikan pada awal akad.

Qs An-nisa ayat: 58

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۗ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha (Agama, 2020)

Deposito Mudharabah

Menurut (Muhammad, 2017) Deposito adalah simpanan yang penarikannya hanya pada dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian antara nasabah dan bank. Mudharabah adalah akad kerja sama antara pemilik dana dan pengelola dana dimana keuntungan akan dibagi sesuai dengan kesepakatan diawal. Deposito pada bank syariah umumnya menggunakan akad mudharabah, menurut (Ikit, 2018) akad mudharabah dibagi menjadi 2 yaitu:

1. Mudharabah Muthlaqah

Adalah kerja sama yang melibatkan dua pihak antara pemilik modal dengan pengelola modal yang cakupannya sangat luas dan tidak dibatasi oleh spesifikasi jenis usaha, waktu, dan daerah bisnis. Dalam hal ini pengelola memiliki kebebasan untuk mempergunakan dana yang diterimanya. Namun tetap menjamin pemeliharaan dan keamanan dana yang dikelolanya dengan tujuan keuntungan

2. Mudharabah Muqayyadah

Adalah akad kerja sama antara kedua belah pihak dimana pihak pengelola (mudharib) dibatasi dengan batasan jenis usaha, waktu, tempat usaha. Menurut pernyataan Standart Akuntansi Keuangan Nomor 105 menjelaskan mudharabah muqayyadah adalah mudharabah dimana pemilik dana memberikan batasan kepada pengelola dana, antara lain mengenai tempat, cara dan atau objek investasi.

Deposito mudharabah adalah simpanan dana yang penarikannya hanya dapat dilakukan sesuai dengan perjanjian antara nasabah dengan bank yang mana dana yang disimpan pada bank syariah dapat dikelola oleh bank tanpa ada batasan penggunaan dana tersebut dan hasil dari pengelolaan dana tersebut, keuntungannya akan dibagikan sesuai dengan kesepakatan yang telah ditentukan di awal akad.

Al-Quran Surat Al-Baqarah Ayat 283:

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهٌ مَّقْبُوضَةٌ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمْنَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ ۗ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثِمٌ قَلْبُهُ ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ

Jika kamu dalam perjalanan (dan bermu'amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). Akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. Dan barangsiapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan (Agama, 2020).

Pembiayaan Murabahah

Menurut (Agama, 2020) akad murabahah adalah transaksi jual beli suatu barang sebesar harga perolehan barang ditambah dengan margin yang disepakati oleh para pihak, di mana penjual menginformasikan terlebih dahulu harga perolehan kepada pembeli.

Pembiayaan *murabahah* adalah pembiayaan berupa penyediaan dana untuk membeli suatu barang di mana harga perolehan ditambah dengan keuntungan yang ingin diperoleh bank sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak serta pihak yang diberi pembiayaan wajib mengembalikan dana yang digunakan sesuai dengan jangka waktu yang telah disepakati. Dalam hal ini bank bertindak sebagai penjual harus memberitahukan harga produk yang dibeli. Bank syariah boleh meminta nasabah untuk membayar uang muka sesuai ketentuan yang berlaku di bank. Bank juga dapat memberikan potongan dari total kewajiban pembayaran hanya kepada nasabah yang telah melakukan kewajiban pembayaran cicilannya dengan tepat waktu dan atau nasabah yang mengalami penurunan kemampuan pembayaran. Besar potongan *murabahah* kepada nasabah tidak boleh diperjanjikan dalam akad.

Qs. Al-Baqarah Ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۚ ذَٰلِكَ 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

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. (Agama, 2020)

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Pembiayaan Murabahah

Dalam penelitian (Syawaludin, 2014) faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan pembiayaan (Fatira & Seri, 2021) murabahah adalah sebagai berikut:

1. Harga barang itu sendiri, jika harga suatu barang semakin murah, ceteris paribus maka permintaan terhadap barang itu bertambah, begitu pula sebaliknya. Pada dunia perbankan harga barang berupa sejumlah cost yang dikeluarkan berupa margin, nisbah, fee atau nilai dari sesuatu yang dijaminakan.
2. Daya beli masyarakat. Kemampuan akan masyarakat dalam membeli suatu barang menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi permintaan. Apabila daya beli masyarakat ini meningkat maka permintaan akan jumlah barang yang diminta akan meningkat pula. Pada dunia perbankan daya beli masyarakat ini dapat berupa agunan sebagai barang yang dapat diberi sebagai jaminan dari nasabah atau anggota.
3. Harga barang lain yang terkait, harga barang lain juga dapat mempengaruhi permintaan suatu barang, tetapi (dengan syarat) kedua macam barang tersebut mempunyai keterkaitan yang berlaku dapat bersifat substitusi (pengganti) dan bersifat komplementer (penggenap). Pada dunia perbankan harga barang lain identik dengan bagi hasil/keuntungan yang ditawarkan oleh bank lain.
4. Perkiraan harga di masa mendatang, bila kita memperkirakan harga suatu barang akan naik maka akan mendorong orang untuk membeli lebih banyak saat ini guna menghemat biaya belanja dimasa mendatang. Perkiraan harga di masa mendatang identik dengan jangka waktu pembiayaan.
5. Usaha-usaha produsen meningkatkan penjualan, pengiklanan memungkinkan masyarakat untuk mengenal suatu barang baru atau menimbulkan permintaan terhadap barang tersebut.terlebih lagi pada dunia perbankan yang sebagian besar produknya adalah jasa. Salah satu bentuk promosi yang ada pada dunia perbankan adalah menawarkan kemudahan akses bagi masyarakat untuk menempatkan kantor-kantor pelayanannya sedekat dan sebanyak mungkin dengan masyarakat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Maka dalam penelitian ini penulis menggunakan data sekunder serta fokus terhadap variabel independen yaitu Tabungan *Wadiah* (X_1) dan Deposito Mudharabah (X_2) pada PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan sedangkan variabel dependennya adalah Pembiayaan Murabahah (Y).

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah Studi Kepustakaan (*Library Research*) dan Studi Lapangan (*Field Research*). Populasi pada penelitian adalah seluruh data Pembiayaan *Murabahah*, Tabungan *Wadiah* dan Deposito *Mudharabah* pada PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan. Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah Neraca PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan dengan menggunakan data bulanan Tabungan *Wadiah*, Deposito *Mudharabah* dan Pembiayaan *Murabahah* pada PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan periode 2015-2019, yaitu mulai dari bulan Januari tahun 2015 sampai bulan Desember tahun 2019 dengan jumlah 60 data. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data berupa analisis regresi linear berganda, uji koefisien determinasi, uji parsial t dan uji simultan f.

HASIL DAN PEMBAHASAN
Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 1
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
(Constant)	23,500	1,479		15,887	,000					
1 TabunganWadiah	-,057	,084	-,091	-,676	,502	-,246	-,089	-,082	,815	1,227
DepositoMudharabah	-,192	,071	-,362	-2,704	,009	-,401	-,337	-,327	,815	1,227

Sumber: Data diolah dengan SPSS 24

Berdasarkan tabel 1 di atas, dapat ditulis persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$PM = 23,500 - 0,057TW - 0,192DM$$

Berdasarkan fungsi persamaan regresi linear berganda di atas maka dapat dijelaskan sebagai berikut: Nilai konstanta sebesar 23,500 menunjukkan besarnya pembiayaan *murabahah* 23,500 jika variabel tabungan *wadiah* (X_1) dan deposito *mudharabah* (X_2) bernilai 0, Nilai koefisien variabel tabungan *wadiah* sebesar - 0,057 yang berarti bahwa apabila tabungan *wadiah* mengalami peningkatan 1 satuan maka pembiayaan *murabahah* akan menurun sebesar 0,057 dengan asumsi variabel lainnya diabaikan, Nilai koefisien variabel deposito *mudharabah* sebesar - 0,192 yang berarti bahwa apabila deposito *mudharabah* mengalami peningkatan 1 satuan maka pembiayaan *murabahah* akan menurun sebesar 0,192 dengan asumsi variabel lainnya diabaikan.

Ketidak sesuaian implementasi pada PT Bank Sumut cabang Syariah Medan kemungkinan dikarenakan kurang profesionalnya PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan dalam melakukan penyaluran dana kepada masyarakat sehingga dana yang diperoleh PT Bank Sumut Bank Cabang Syariah Medan mengendap karena tidak disalurkan kepada masyarakat dengan maksimal.

Koefisien Determinasi

Tabel 2
Tabel R dan R Square

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,409 ^a	,168	,138	,11199	,620

Sumber: Data diolah dengan SPSS 24

Hasil dari uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 4.7 sebelumnya. Berdasarkan tabel 4.6 di atas besarnya koefisien determinasi (R^2) adalah 0,168 hal tersebut berarti 16,8% variabel pembiayaan *murabahah* PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan dapat dijelaskan oleh variabel tabungan *wadiah* dan deposito *mudharabah*. Sedangkan sisanya 83,2% (100%-16,8) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

Uji t (Parsial)

Tabel 3
Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
(Constant)	23,500	1,479		15,887	,000					
1 TabunganWadiah	-,057	,084	-,091	-,676	,502	-,246	-,089	-,082	,815	1,227
DepositoMudharabah	-,192	,071	-,362	-2,704	,009	-,401	-,337	-,327	,815	1,227

Sumber: Data diolah dengan SPSS 24

Berdasarkan Tabel 3 di atas dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} tabungan *wadiah* adalah 0,676 maka dapat disimpulkan bahwa ($t_{hitung} = 0,676$) < ($t_{tabel} = 1,67023$) maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Variabel tabungan *wadiah* memiliki nilai signifikan yang lebih besar dibandingkan 0,05 atau $sig. = 0,502 > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel tabungan *wadiah* tidak memiliki pengaruh terhadap variabel pembiayaan *murabahah*.

Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan (Supriyanto, 2019) yang menyatakan bahwa tabungan *wadiah* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pembiayaan jual beli *murabahah*, dan dalam penelitian Fransiska (2017:56) yang menyatakan dana pihak ketiga tabungan *wadiah* berpengaruh signifikan terhadap pembiayaan *murabahah*. hal ini mungkin dikarenakan kurang profesionalnya pihak PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan dalam mengelola dana pemerintah dan masyarakat, sehingga visi dari PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan belum tercapai dikarenakan misi yang kurang terlaksana. Kemudian kurangnya pelayanan PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan dalam hal menawarkan kemudahan akses bagi masyarakat sebagai bentuk promosi yang ada pada dunia perbankan, sehingga tabungan *wadiah* belum banyak dikenal dan dipahami oleh sebahagian masyarakat karena faktor-faktor permintaan pembiayaan *murabahah* nomor 5 tidak terlaksana.

Berdasarkan Tabel 3 di atas dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} deposito *mudharabah* 2,704 maka dapat disimpulkan bahwa ($t_{hitung} = 2,704$) > ($t_{tabel} = 1,67023$) maka H_0 ditolak dan H_a terima. Variabel deposito *mudharabah* memiliki nilai signifikan yang lebih kecil dibandingkan 0,05 atau $sig. = 0,009 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a terima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel deposito *mudharabah* memiliki pengaruh negatif secara signifikan terhadap variabel pembiayaan *murabahah*.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan (Anisa, 2019) yang menyatakan bahwa deposito *mudharabah* berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap pembiayaan *murabahah*, dan dalam penelitian (Utami, 2018) yang menyatakan deposito *mudharabah* berpengaruh signifikan terhadap pembiayaan *murabahah*. hal ini mungkin dikarenakan masyarakat telah memperkirakan akan adanya kebutuhan yang lebih besar dimasa yang akan datang sehingga masyarakat memilih deposito *mudharabah* sebagai bentuk persiapan untuk kebutuhan yang tidak terduga.hal ini sesuai dengan faktor-faktor permintaan pembiayaan *murabahah* nomor 4. Kemudian adanya profesionalisme kerja yang diterapkan oleh pihak PT Bank Sumut Cabang Syariah dalam penghimpunan dan penyaluran dana yang tepat sasaran.

Uji F (Simultan)

Tabel 4
Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,044	2	,022	6,256	,003 ^b
	Residual	,202	57	,004		
	Total	,246	59			

Sumber: Data diolah dengan SPSS 24

Berdasarkan Tabel 4.4 di atas dapat diketahui uji signifikan simultan (uji F) dengan melihat nilai dari F_{hitung} dan tabel sig. Jika dilihat dari keterangan dan tabel di atas maka diperoleh nilai F_{hitung} adalah sebesar 6,256 lebih besar dari $F_{tabel} = 3,16$ dengan nilai dengan sig $(0,003) < (0,05)$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel tabungan *wadiah* dan deposito *mudharabah* secara simultan berpengaruh terhadap pembiayaan *murabahah* PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan periode 2015-Desember 2020.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui tahap pengumpulan data, pengolahan data serta analisis data yang mengacu pada masalah dan tujuan penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Tabungan *wadiah* tidak berpengaruh terhadap pembiayaan *murabahah* pada PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan periode Januari 2015-Desember 2019, Deposito *mudharabah* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pembiayaan *murabahah* pada PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan periode Januari 2015-Desember 2019, serta Tabungan *wadiah* dan deposito *mudharabah* terbukti berpengaruh secara simultan terhadap pembiayaan *murabahah* pada PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan periode Januari 2015-Desember 2019.

DAFTAR PUSTAKA

- (IBI), I. B. (2014). *Memahami Bisnis Bank Syariah*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Agama, K. (2020, Mei). <https://quran.kemenag.go.id/>. Retrieved from Al-Quran dan Terjemah: <https://quran.kemenag.go.id/>
- Andrianto, D. F. (2019). *Manajemen Bank*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Anisa, L. S. (2019). . Analisis Pengaruh Dana Pihak Ketiga , Non Performing Finance Murabahah, dan Inflasi Terhadap Pembiayaan Murabahah Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia. *Jurnal Maps (Manajemen Perbankan Syariah) Vol 3 No 1*.
- https://www.bi.go.id/id/tentang-bi/uubi/Documents/UU_21_08_Syariah.pdf. . (2020, Mei 7). Retrieved from Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah: https://www.bi.go.id/id/tentang-bi/uubi/Documents/UU_21_08_Syariah.pdf.
- Ikit. (2018). *Manajemen Dana Bank Syariah*. Yogyakarta: Gava Media.
- Medan, B. S. (2020). *Laporan Neraca Periode 2015-2019*. Medan: PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan.
- Muhammad. (2017). *Manajemen Dana Bank Syariah*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Supriyanto, D. d. (2019). Pengaruh Tabungan Wadiah dan Giro Wadiah Terhadap Pembiayaan Jual Beli Murabahah. *Jurnal Riset Akuntansi dan Perbankan*.

- Syawaludin, A. (2014). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembiayaan Murabahah Ba'i Bitsaman Ajil*.
- Utami, A. T. (2018). *Pengaruh Tabungan Wadiah dan Deposito Mudharabah Terhadap Pembiayaan Murabahah Pada PT Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Harta Insan Karimah Cibitung Periode 2014-2016*. Bandung: Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati .
- Fatira, M., & Seri, E. (2021). PENGARUH PENGETAHUAN, REFERENSI DAN PROSEDUR PEMBIAYAAN TERHADAP MINAT PELAKU USAHA MIKRO MENGAJUKAN PEMBIAYAAN SYARIAH. ... *Social \& Engineering Polmed (KONSEP) 2021*.
<http://ojs.polmed.ac.id/index.php/KONSEP2021/article/view/548>
- Nasution, A. W. M. F. A. (2013). *Pengantar Perbankan Syariah untuk Profesional Muda*. Andi Offset.
- Syarifuddin, S., Arfah, F., Rahmawati, I., Mulyono, S., & ... (2020). *EKONOMI SYARIAH*.
repository.penerbitwidina.com.
<https://repository.penerbitwidina.com/publications/325313/ekonomi-syariah>

	JURNAL BILAL BISNIS EKONOMI HALAL	
	VOL. 2 No. 1, JUNI 2021: 35-46	E-ISSN:2747-0830

PENGARUH PEMBIAYAAN *MUDHARABAH*, *MUSYARAKAH* DAN INFLASI TERHADAP *RETURN ON ASSET*

Yudha Mahendra Azhar¹⁾, Ahmad Kholil²⁾, Azhar³⁾
Akuntansi Politeknik Negeri Medan
YUDHAAZHAR@students.polmed.ac.id

ABSTRACT

This research discusses how the influence of mudaraba financing, musharaka financing, and inflation on Return on Asset (ROA) at PT Bank Sumut Branch Syariah Medan period January 2015-December 2019. The samples in this study were 60. This study used a balance sheet, monthly income, and inflation report (Consumer Price Index) as secondary data obtained from PT Bank Sumut Branch Syariah Medan and the site www.bi.go.id. The method that used for testing this study are descriptive statistic, multiple linear regression analyse, simultant test (F test), determination test, and partial test (t test) with a significant level 5 percent ($\alpha = 0,05$) and data is processed by using software SPSS 24. Based on partial test in this study showed that the mudaraba financing negative and has no significant effect with a significance level 0.694, musharaka financing has significant negative effect with a significance level 0,007, whereas inflation negative and has no significant effect with a significance level 0,661. Simultaneously, mudaraba financing, musharaka financing, and inflation significantly influence Return on Asset (ROA) with a significance level 0,001.

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang bagaimana pengaruh pembiayaan *mudharabah*, *musyarakah*, dan inflasi terhadap *Return on Asset* (ROA) pada PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan periode Januari 2015-Desember 2019 secara parsial dan simultan. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 60. Penelitian ini menggunakan neraca, laporan laba rugi bulanan, dan laporan inflasi (Indeks Harga Konsumen) sebagai data sekunder yang diperoleh dari PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan dan situs www.bi.go.id. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif, analisis regresi linier berganda, uji simultan (F), uji determinasi, dan uji parsial (t) dengan tingkat signifikan sebesar 5 persen ($\alpha = 0,05$) yang diolah dengan bantuan *software SPSS 24*. Berdasarkan uji parsial hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pembiayaan *mudharabah* negatif dan tidak berpengaruh signifikan dengan tingkat signifikansi sebesar 0,694, pembiayaan *musyarakah* berpengaruh negatif dan signifikan dengan tingkat signifikansi sebesar 0,007, sedangkan inflasi negatif dan tidak berpengaruh signifikan dengan tingkat signifikansi sebesar 0,661. Secara simultan pembiayaan *mudharabah*, *musyarakah*, dan inflasi berpengaruh signifikan terhadap *Return on Asset* (ROA) dengan tingkat signifikansi sebesar 0,001.

Kata Kunci: *Return on Asset (ROA)*, *Pembiayaan*, *Mudharabah*, *Musyarakah*, *Inflasi*

PENDAHULUAN

Saat ini perbankan syariah mengalami perkembangan seiring berkembangnya pemikiran masyarakat tentang sistem syariah tanpa menggunakan bunga (*riba*), dan sebagai respon dari para ekonom serta praktisi muslim yang berupaya mengakomodasi dorongan dari berbagai pihak yang menginginkan untuk tersedia jasa transaksi keuangan yang sejalan dengan moral dan prinsip – prinsip syariah islam. Sejak tahun 1992, perkembangan lembaga keuangan syariah terutama perbankan syariah, perkembangannya cukup signifikan. Hal ini dipicu oleh (Undang-Undang No 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan, 1998) dan undang-undang mengenai perbankan syariah (Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah., 2008) yang memungkinkan perbankan menjalankan *dual banking* yaitu bank – bank

konvensional dapat membuka unit usaha syariah atas izin Bank Indonesia dan menetapkan bahwa UUS yang dimiliki oleh Bank Umum Konvensional harus melakukan *spin-off* selambat-lambatnya 15 tahun setelah penerbitan undang-undang.

Bank syariah merupakan lembaga keuangan syariah, yang tidak berorientasi pada laba (*profit*) semata. Laba bukan hanya untuk kepentingan pemilik atau pendiri, tetapi juga sangat penting untuk pengembangan usaha bank syariah (Aziz et al., 2021). Laba bank syariah terutama diperoleh dari selisih antara pendapatan atas penanaman dana dan biaya-biaya yang dikeluarkan selama periode tertentu. Untuk dapat memperoleh hasil yang optimal, bank syariah dituntut untuk melakukan pengelolaan dananya secara efisien dan efektif, baik atas dana-dana yang dikumpulkan dari masyarakat (Dana Pihak Ketiga), serta dana modal pemilik/pendiri bank syariah maupun atas pemanfaatan atau penanaman dana tersebut (Muhammad, 2014)

Faktor penentu profitabilitas dapat dilihat dari faktor internal dan eksternal. Faktor internal menggambarkan kondisi bank dan kinerja bank selama menjalankan aktivitasnya sebagai lembaga intermediasi (Muniarty et al., 2020), sedangkan faktor eksternal yaitu faktor yang tidak memiliki hubungan langsung dengan manajemen bank, tetapi faktor tersebut secara tidak langsung memberikan efek bagi perekonomian dan hukum yang akan berdampak pada kinerja lembaga keuangan. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan alat ukur *Return on Asset* (ROA) untuk menghitung tingkat profitabilitas.

Ada bermacam-macam cara penilaian profitabilitas suatu perusahaan, salah satunya dengan metode *Return on Asset* (ROA). *Return on Asset* (ROA) menunjukkan kemampuan perusahaan dengan menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan laba setelah pajak. Rasio ini penting bagi pihak manajemen untuk mengevaluasi efektivitas dan efisiensi manajemen perusahaan dalam mengelola seluruh aktiva. Semakin besar ROA, berarti semakin efisien penggunaan aktiva perusahaan atau dengan kata lain dengan jumlah aktiva yang sama bisa dihasilkan laba yang lebih besar, dan sebaliknya (Sudana, 2019:26). Menurut Surat Edaran Bank Indonesia Nomor 13/24/DPNP tanggal 25 Oktober 2011 tentang Penilaian Tingkat Kesehatan Bank Umum dan Bank Syariah, nilai ROA yang baik berada di atas 1,5%.

Untuk meningkatkan profitabilitas harus disertai dengan upaya peningkatan kualitas penyaluran aktiva produktif. Salah satu bentuk penyaluran aktiva produktif perbankan syariah adalah melalui pembiayaan yang diberikan kepada masyarakat, yakni pembiayaan berprinsip jual beli dan bagi hasil. Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil diimplementasikan ke dalam dua bentuk yaitu pembiayaan *mudharabah* dan *musyarakah*.

Faktor internal yang mempengaruhi profitabilitas salah satunya adalah pembiayaan dengan prinsip bagi hasil. Pembiayaan bagi hasil *mudharabah* adalah akad kerjasama dua pihak atau lebih, di mana pemilik modal (*shahibul maal*) memercayakan sejumlah modal kepada pengelola (*mudharib*) dengan suatu perjanjian pembagian keuntungan (Yusmad, 2018)

Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil lainnya yaitu pembiayaan dengan akad *musyarakah*, bank dan calon nasabah bersepakat untuk bergabung dalam suatu kemitraan (*partnership*) dalam jangka waktu tertentu. Kedua belah pihak menempatkan modal untuk membiayai suatu proyek dan bersepakat untuk membagi keuntungan bersih secara proporsional yang ditentukan di awal (Sjahdeini, 2018:329).

Pembiayaan *mudharabah* dan *musyarakah* yang disalurkan bank kepada nasabah/pengelola memiliki pengaruh yang besar terhadap perkembangan bank itu sendiri. semakin besar pembiayaan yang

disalurkan, maka akan semakin tinggi pula keuntungan yang diperoleh bank, sehingga dapat membantu dalam pengembalian modal dan mendapatkan profit (Rahayu, 2016)

Dalam operasional PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan dilakukan berdasarkan dengan prinsip-prinsip syariah terutama berkaitan dengan produk yang ditawarkan kepada masyarakat. Secara garis besar produk keuangan di bank syariah dapat dibagi menjadi tiga yaitu penghimpunan dana, penyaluran dana, dan jasa perbankan. Penelitian ini tidak akan membahas keseluruhan produk keuangan tersebut tetapi hanya akan memfokuskan pada produk penyaluran dana dalam bentuk bagi hasil (*mudharabah* dan *musyarakah*).

Dalam penelitian (Lubis, 2019), Tingkat *Return on Asset* (ROA) pada sebuah bank dipengaruhi oleh beberapa faktor. Salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat ROA adalah aktiva produktif, dan salah satu bentuk aktiva produktif yakni penyaluran pembiayaan. Penyaluran pembiayaan yang mempengaruhi *Return on Asset* (ROA) adalah pembiayaan *murabahah*, pembiayaan *mudharabah*, dan pembiayaan *musyarakah*. Secara teori *Return on Asset* (ROA) memiliki hubungan yang positif terhadap penyaluran pembiayaan yang dilakukan oleh sebuah bank, karena semakin besar penyaluran pembiayaan yang dilakukan, maka semakin besar pula keuntungan yang diperoleh dan akan meningkatkan profitabilitas *Return on Asset* (ROA).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Gemina, 2018) pada PT Bank BRI Syariah menyatakan bahwa pembiayaan *mudharabah* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap profitabilitas, pada penelitian yang dilakukan oleh (Faradila, 2017) pada Bank Umum Syariah di Indonesia menyatakan bahwa pembiayaan *musyarakah* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas sedangkan pembiayaan *mudharabah* tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas, dan dalam penelitian yang dilakukan oleh (Hasanah, 2017) pada PT Bank Syariah Mandiri menyatakan bahwa pembiayaan *mudharabah* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *Return on Asset*. *Research gap* tersebut menunjukkan bahwa secara keseluruhan pengaruh pembiayaan pada perbankan syariah terhadap *Return on Asset* masih memerlukan penelitian lanjutan.

Faktor eksternal yang dapat mempengaruhi tingkat profitabilitas suatu bank salah satunya adalah inflasi. Inflasi merupakan suatu keadaan dimana terjadi kenaikan harga umum secara absolut atau tajam yang berlangsung terus menerus dalam waktu yang cukup lama, sehingga nilai uang turun secara tajam dengan kenaikan harga-harga tersebut (Aji, 2020).

Dampak inflasi terhadap perbankan syariah dapat menurunkan Dana Pihak Ketiga karena pada saat terjadi inflasi, bank konvensional akan menaikkan tingkat suku bunga. Tingkat suku bunga yang tinggi pada bank konvensional akan menyebabkan pengalihan dana yang besar dari bank syariah ke bank konvensional. Akibat dari turunnya Dana Pihak Ketiga pada bank syariah dapat mempengaruhi tingkat pembiayaan yang disalurkan. Dalam pembiayaan yang disalurkan bank syariah apabila menggunakan akad bagi hasil dapat menyebabkan kerugian bagi pihak bank dan nasabah akibat dari naiknya harga dan menurunnya permintaan, sedangkan menggunakan akad jual beli harga barang menjadi lebih mahal dan ada dapat terjadi pembiayaan macet yang dilakukan nasabah (Saekhu, 2015).

Dalam penelitian (Alim, 2014), variabel inflasi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap ROA. Hal ini mengindikasikan bahwa ketika inflasi naik maka nilai ROA akan meningkat walaupun tidak signifikan. Sedangkan dalam penelitian (Duraj, 2015), inflasi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas. Namun dalam penelitian (Prastowo, 2018) inflasi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *Return on Asset* (ROA). Dalam penelitian Zarrouk *et al* (2016:58), inflasi berpengaruh signifikan dan negatif terhadap profitabilitas bank syariah. Dalam penelitian Rahmawati (2017:109) inflasi tidak berpengaruh signifikan terhadap ROA.

Alasan meneliti rasio keuangan adalah karena rasio keuangan bermanfaat dalam menilai kondisi keuangan perusahaan perbankan. Penelitian keuangan rasio digunakan untuk menilai kinerja, pengujian hubungan rasio keuangan dengan kinerja keuangan perbankan, menurut pengamatan peneliti sangat menarik untuk diteliti. Selain itu, alasan peneliti menggunakan *Return on Asset* (ROA) sebagai ukuran kinerja adalah Karena ROA digunakan untuk mengukur kemampuan manajemen bank dalam memperoleh keuntungan secara keseluruhan.

TINJAUAN PUSTAKA

Pembiayaan Mudharabah

Pembiayaan Mudharabah adalah jenis pembiayaan dengan prinsip bagi hasil. (Nasution & Fatira AK, 2013). Pembiayaan mudharabah ini merupakan pembiayaan dengan jenis akad yang tergolong tjarah. Dalam Praktiknya akan melibatkan kedua belah pihak yang saling bermitra untuk mengelola usaha bersama untuk meraih kesuksesan bersama (Fatira AK, 2020). Menurut (Ascarya, 2013) sebagai suatu kontrak, *mudharabah* merupakan akad bagi hasil ketika pemilik dana/modal (pemodal), biasa disebut *shahibul mal*, menyediakan modal (100 persen) kepada pengusaha sebagai pengelola, biasa disebut *mudharib*, untuk melakukan aktivitas produktif dengan syarat bahwa keuntungan yang dihasilkan akan dibagi di antara mereka menurut kesepakatan yang ditentukan sebelumnya dalam akad (yang besarnya juga dipengaruhi oleh kekuatan pasar). *shahibul mal* (pemodal) adalah pihak yang memiliki modal, tetapi tidak berbisnis, dan *mudharib* (pengelola atau *entrepreneur*) adalah pihak yang pandai berbisnis tetapi tidak memiliki modal.

Dasar Hukum Mudharabah

Fatwa DSN-MUI No.07/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Pembiayaan *Mudharabah* adalah dasar diperbolehkannya praktek *mudharabah* di Indonesia. Selain Fatwa DSN-MUI, terdapat pula beberapa ayat Alquran yang menjadi landasan hukum *mudharabah*, diantaranya adalah Al-Qur'an Q.S Shaad ayat 24:

وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ

Artinya:

“Dan sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebahagian mereka berbuat zalim kepada sebahagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang saleh”

Pembiayaan Musyarakah

Menurut (Ismail, 2018) *Al-Musyarakah* merupakan akad kerja sama usaha antara dua pihak atau lebih dalam menjalankan usaha, dimana masing-masing pihak menyertakan modalnya sesuai dengan kesepakatan, dan bagi hasil atas usaha bersama diberikan sesuai dengan kontribusi dan aatau sesuai kesepakatan bersama. *Musyarakah* disebut juga dengan *syirkah*, merupakan aktivitas berserikat dalam melaksanakan usaha bersama antara pihak-pihak terkait.

Dasar Hukum Mudharabah

Fatwa DSN-MUI No.08/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Pembiayaan *Musyarakah* adalah dasar diperbolehkannya praktek *musyarakah* di Indonesia. Selain Fatwa DSN-MUI, terdapat pula ayat Alquran yang menjadi landasan hukum *musyarakah*, diantaranya adalah Al-Qur'an Q.S An-Nisa Ayat 24:

فَإِن كَانُوا أَكْثَرَ مِن ذَٰلِكَ فَهُمْ شُرَكَاءُ فِي الْغُلَّتِ

Artinya:

“jika saudara-saudara seibu itu lebih dari seorang, maka mereka bersekutu dalam yang sepertiga itu”

Inflasi

Menurut (Aji, 2020) inflasi adalah suatu keadaan yang semakin melemahnya daya beli yang diikuti dengan semakin menurunnya nilai riil dari mata uang suatu negara. Inflasi juga merupakan suatu keadaan dimana terjadi kenaikan harga secara tajam yang berlangsung secara terus menerus dalam jangka waktu yang cukup lama. Itu artinya bahwa sejalan dengan kenaikan harga-harga, maka nilai dari uang turun secara tajam, sebanding dengan kenaikan harga-harga tersebut.

Menurut (Tandelilin, 2010) inflasi adalah kecenderungan terjadinya peningkatan harga produk-produk secara keseluruhan. Tingkat inflasi yang tinggi biasanya dikaitkan dengan kondisi ekonomi yang terlalu panas (*overheated*). Artinya, kondisi ekonomi mengalami permintaan atas produk yang melebihi kapasitas penawaran produknya, sehingga harga-harga mengalami kenaikan. Inflasi yang terlalu tinggi juga akan menyebabkan penurunan daya beli uang (*purchasing power of money*). Di samping itu, inflasi yang tinggi juga bisa mengurangi tingkat pendapatan riil yang diperoleh investor dari investasinya. Sebaliknya, jika tingkat inflasi suatu negara mengalami penurunan, maka hal ini akan merupakan sinyal yang positif bagi investor seiring dengan turunnya risiko daya beli uang dan risiko penurunan pendapatan riil.

Return on Asset (ROA)

Return on Asset (ROA) adalah rasio yang menunjukkan perbandingan antara laba (sebelum pajak) dengan total aset bank, rasio ini menunjukkan tingkat efisiensi pengelolaan aset yang dilakukan oleh bank yang bersangkutan. ROA merupakan indikator kemampuan perbankan untuk memperoleh laba atas sejumlah aset yang dimiliki oleh bank (Lubis, 2019).

Return on Asset (ROA) adalah perbandingan antara laba sebelum pajak dengan rata-rata total aset dengan formula sebagai berikut (Ikatan bankir Indonesia, 2016:286):

$$ROA = \frac{\text{Laba sebelum pajak}}{\text{Rata - rata total aset}} \times 100\%$$

Kriteria penilaian peringkat (www.bi.go.id/diunduh 15 mei 2020) sebagai berikut.

Peringkat 1	: ROA > 1,5% (Sangat Baik)
Peringkat 2	: 1,25% < ROA ≤ 1,5% (Baik)
Peringkat 3	: 0,5% < ROA ≤ 1,25% (Cukup Baik)
Peringkat 4	: 0% < ROA ≤ 0,5% (Kurang Baik)
Peringkat 5	: ROA ≤ 0% (Tidak Baik)

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Return on Asset (ROA)

Menurut (Hasibuan, 2018), menjelaskan bahwa yang mempengaruhi *Return on Assets* (ROA) adalah: “Hasil pengembalian atas investasi atau yang disebut sebagai *Return on Assets* (ROA) dipengaruhi oleh *margin* laba bersih dan perputaran total aktiva karena apabila ROA rendah itu disebabkan oleh rendahnya *margin* laba bersih yang diakibatkan oleh rendahnya perputaran total aktiva”.

Besarnya *Return on Asset* akan berubah jika da perubahan pada profit margin atau perputaran aktiva (*assets turnover*), baik masing-masing atau keduanya. Dengan demikian maka pemimpin perusahaan dapat menggunakan salah satu atau keduanya dalam rangka usaha untuk memperbesar *Return on Asset*.

Hubungan Return on Asset dengan Pembiayaan Mudharabah, Musyarakah dan Inflasi

1. Mudharabah

Penelitian yang dilakukan (Rokhmah, 2017) bahwa pembiayaan *mudharabah* berpengaruh terhadap profitabilitas. Semakin tinggi pembiayaan *mudharabah* semakin tinggi pula *profit* yang dicapai bank. Namun dalam penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan (Faradila, 2017) menyatakan bahwa pembiayaan *mudharabah* tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Kiswati

(2017:81) menyatakan bahwa pembiayaan *mudharabah* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Return on Asset* (ROA)

2. *Musyarakah*

Menurut Chalifah dan Sodiq (2015:35) apabila pendapatan/pembiayaan *musyarakah* yang diberikan bank untuk penyaluran dana, maka semakin tinggi pula tingkat profitabilitas yang diperoleh bank karena pendapatan bank akan meningkat. Dalam penelitian Kiswati (2017:81) yang menyatakan bahwa pembiayaan *musyarakah* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Return on Asset* (ROA). Namun dalam penelitian (Faradila, 2017) pada Bank Umum Syariah di Indonesia menyatakan bahwa pembiayaan *musyarakah* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas Hal ini dikarenakan penyaluran pembiayaan *musyarakah* masih belum produktif dan belum banyak peminatnya.

Menurut (Rahayu, 2016) semakin besar pembiayaan yang disalurkan, maka akan semakin tinggi pula mendapatkan profit. Profit merupakan elemen penting dalam menjamin kelangsungan bank, dengan adanya laba yang diperoleh maka tujuan bank akan tercapai. Sesuai dengan konsep profitabilitas bahwa salah satu yang mempengaruhi profitabilitas suatu bank adalah pembiayaan yang disalurkan oleh suatu bank. Jika tingkat pembiayaan tinggi, maka profitabilitas akan mengalami kenaikan.

3. Inflasi

Dalam penelitian (Alim, 2014), variabel inflasi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap ROA. Hal ini mengindikasikan bahwa ketika inflasi naik maka nilai ROA akan meningkat walaupun tidak signifikan. Sedangkan dalam penelitian (Duraj, 2015), inflasi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas. Namun dalam penelitian (Prastowo, 2018) inflasi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *Return on Asset* (ROA). Dalam penelitian Zarrouk *et al* (2016:58), inflasi berpengaruh signifikan dan negatif terhadap profitabilitas bank syariah. Dalam penelitian Syah (2018:149) inflasi tidak berpengaruh signifikan terhadap ROA. Dalam penelitian Rahmawati (2017:109) inflasi tidak berpengaruh signifikan terhadap ROA.

Dalam penelitian (Hidayati, 2014) inflasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas bank syariah di Indonesia. Hal ini mengindikasikan bahwa dengan naiknya tingkat inflasi akan berdampak pada beban operasional bank yang juga akan meningkat. Menurut para pakar Islam, inflasi berakibat sangat buruk bagi perekonomian karena melemahkan semangat menabung dan sikap terhadap menabung dari masyarakat yang mengakibatkan Hasrat masyarakat untuk menabung di bank berkurang (*turunnya Marginal Propensity to Save*).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan data sekunder dengan variabel dependen yaitu profitabilitas atau *Return on Asset* (ROA) pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Medan. Variabel independennya adalah pembiayaan *mudharabah*, *musyarakah*, dan inflasi. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah seluruh data profitabilitas atau *Return on Asset* (ROA), pembiayaan *mudharabah* dan *musyarakah* PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan mulai dari Januari 2015 sampai dengan Desember 2019 dan laporan inflasi (Indeks Harga Konsumen) dari situs resmi Bank Indonesia (BI) mulai dari Januari 2015 sampai Desember 2019. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah Studi Kepustakaan (*Library Research*) dan metode dokumentasi. Metode kepustakaan dengan mengumpulkan literatur-literatur ilmiah, beberapa buku, artikel, dan jurnal yang berkaitan dengan penelitian ini, sedangkan metode dokumentasi dengan cara mengumpulkan data sekunder berupa laporan keuangan bulanan PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan Periode 2015-2019 yang didapat langsung dari

perusahaan dan laporan bulanan inflasi (Indeks Harga Konsumen) dari situs resmi Bank Indonesia (BI). Teknik Pengolahan Data dilakukan dengan Analisis regresi berganda.

Metode penganalisaan data menggunakan perhitungan statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan apakah dapat diterima atau ditolak. Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan persamaan sebagai berikut:

$$\text{ROA} = a + b_1\text{Pmud} + b_2\text{Pmus} + b_3\text{Inf} + e$$

Keterangan:

Y = *Return on Asset*

A = Nilai *constant*

X1/ Pmud = pembiayaan *mudharabah*

X2/ Pmus = pembiayaan *musyarakah*

X3/ Inf = Inflasi

b1, b2, b3 = Koefisien regresi

e = Standar *error*

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4.1
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,709	,288		5,934	,000
Pembiayaan Mudharabah	-,098	,246	-,074	-,396	,694
Pembiayaan Musyarakah	-,017	,006	-,470	-2,819	,007
Inflasi	-,021	,048	-,060	-,441	,661

a. Dependent Variable: ROA

Berdasarkan Tabel Hasil Analisis Regresi Linier Berganda di atas maka persamaan regresi yang didapat dari perhitungan adalah sebagai berikut:

$$\text{ROA} = 1,709 - 0,098 \text{ Pmud} - 0,017 \text{ Pmus} - 0,021 \text{ Inf}$$

Berdasarkan regresi di atas, dapat dinyatakan nilai koefisien regresinya sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 1,709 menunjukkan besarnya *Return on Asset* (ROA) 1,709 jika variabel pembiayaan *mudharabah* (X₁), pembiayaan *musyarakah* (X₂) dan inflasi (X₃) bernilai 0.
2. Nilai koefisien variabel regresi pembiayaan *mudharabah* sebesar -0,098 yang berarti bahwa apabila pembiayaan *mudharabah* mengalami peningkatan 1 satuan maka *Return on Asset* (ROA) akan menurun sebesar 0,098 dengan asumsi variabel lainnya diabaikan.
3. Nilai koefisien variabel regresi pembiayaan *musyarakah* sebesar -0,017 yang berarti bahwa apabila pembiayaan *musyarakah* mengalami peningkatan 1 satuan maka *Return on Asset* (ROA) akan menurun sebesar 0,017 dengan asumsi variabel lainnya diabaikan.
4. Nilai koefisien variabel regresi inflasi sebesar -0,021 yang berarti bahwa apabila Inflasi mengalami peningkatan 1 satuan maka *Return on Asset* (ROA) akan menurun sebesar 0,021 dengan asumsi variabel lainnya diabaikan.

Koefisien Korelasi (R)

Tabel 4.2
Hasil R dan R Square

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,391 ^a	,153	,106	,33856	1,762
a. Predictors: (Constant), Lag_Inflasi, Lag_Musyarakah, Lag_Mudharabah					
b. Dependent Variable: Lag_ROA					

Sumber: Data diolah dengan SPSS 24

Berdasarkan Tabel 4.2 di atas, dapat dilihat bahwa nilai Koefisien Korelasi (R) sebesar 0,391 tidak mendekati 1 yang menunjukkan adanya hubungan korelasi rendah antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Koefisien Determinasi (R²)

Berdasarkan Tabel 4.2, besarnya koefisien determinasi (R²) adalah 0,106 hal tersebut berarti 10,6% variabel *Return on Asset* (ROA) PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan dapat dijelaskan oleh variabel Pembiayaan *Mudharabah*, *Musyarakah* dan Inflasi. Sedangkan sisanya (100%-10,6%) adalah 89,4% dijelaskan oleh variabel lain yang diluar persamaan diatas.

Uji t (Parsial)

Tabel 4.3
Hasil Uji t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,709	,288		5,934	,000
Pembiayaan Mudharabah	-,098	,246	-,074	-,396	,694
Pembiayaan Musyarakah	-,017	,006	-,470	-2,819	,007
Inflasi	-,021	,048	-,060	-,441	,661
a. Dependent Variable: ROA					

Sumber: Data diolah dengan SPSS 24

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} pembiayaan *mudharabah* adalah -0,396 maka dapat disimpulkan bahwa ($t_{hitung} = 0,396$) < ($t_{tabel} = 2,002$) dengan nilai signifikansi 0,694 > 0,05, yang berarti variabel pembiayaan *mudharabah* tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap *Return on Asset* (ROA) pada PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan dari Januari 2015 s.d. Desember 2019.

Pembiayaan *mudharabah* seharusnya diharapkan dapat meningkatkan profitabilitas PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan. Tidak adanya pengaruh pembiayaan *mudharabah* terhadap *Return on Asset* (ROA) ini mengindikasikan bahwa pembiayaan *mudharabah* yang disalurkan masih belum maksimal, belum mampu meminimalisir adanya kecurangan, resiko pembiayaan macet, serta belum mampu memanfaatkan keberadaan aset yang mereka miliki secara optimal untuk menciptakan laba.

Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Kiswati (2017:81) yang menyatakan bahwa pembiayaan *mudharabah* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Return on Asset* (ROA), (Rokhmah, 2017) pembiayaan *mudharabah* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Return on Asset* (ROA). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Faradila, 2017) yang menyatakan bahwa pembiayaan *mudharabah* tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas.

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} pembiayaan *musyarakah* adalah -2,819 maka dapat disimpulkan bahwa ($t_{hitung} = 2,819$) > ($t_{tabel} = 2,002$) dengan nilai signifikansi $0,007 < 0,05$ yang berarti variabel pembiayaan *musyarakah* berpengaruh negatif dan parsial terhadap *Return on Asset* (ROA) pada PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan dari Januari 2015 s.d. Desember 2019.

Pembiayaan *musyarakah* seharusnya diharapkan dapat meningkatkan profitabilitas PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan. Pengaruh negatif pembiayaan *musyarakah* terhadap *Return on Asset* (ROA) ini mengindikasikan bahwa pembiayaan *musyarakah* yang disalurkan masih belum maksimal, belum mampu meminimalisir adanya kecurangan, resiko pembiayaan macet, serta belum mampu memanfaatkan keberadaan aset yang mereka miliki secara optimal untuk menciptakan laba. Sehingga ROA yang didapatkan dari pembiayaan *musyarakah* akan menurun. Oleh karena itu, diharapkan PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan mampu memaksimalkan penyaluran pembiayaan *musyarakah* agar ROA yang dihasilkan dari pembiayaan *musyarakah* dapat meningkat. Selain itu, apabila terjadi kerugian mitra dan bisnis yang dijalankan oleh pengusaha, akan berpengaruh terhadap jumlah *Return on Asset* (ROA) yang akan diterima oleh bank.

Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Kiswati (2017:81) yang menyatakan bahwa pembiayaan *musyarakah* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Return on Asset* (ROA). Hasil penelitian ini sejalan dengan (Faradila, 2017) yang menyatakan bahwa pembiayaan *musyarakah* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas.

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} inflasi adalah -0,441 maka dapat disimpulkan bahwa ($t_{hitung} = 0,441$) < ($t_{tabel} = 2,002$) dengan nilai signifikansi $0,661 > 0,05$ yang berarti variabel inflasi tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap *Return on Asset* (ROA) pada PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan dari Januari 2015 s.d. Desember 2019.

Hal ini menunjukkan bahwa pada saat inflasi tinggi maka masyarakat lebih percaya terhadap perbankan syariah dibandingkan perbankan konvensional. Kepercayaan masyarakat juga dimungkinkan karena adanya historis pada saat terjadi krisis ekonomi pada tahun 1997, dimana pada masa tersebut inflasi di Indonesia sangat tinggi dan akhirnya banyak bank konvensional mengalami kebangkrutan akibat menerapkan tingkat bunga yang terlalu tinggi untuk mengimbangi laju inflasi serta untuk menarik nasabah agar tetap menempatkan dananya sehingga mengakibatkan terjadinya *negative spread* dan pada akhirnya bank tersebut tidak dapat mengembalikan dana masyarakat yang telah disimpan dengan bunganya.

Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan (Alim, 2014) yang menyatakan inflasi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap ROA. (Duraj, 2015), inflasi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas. Zarrouk et al (2016:58), inflasi berpengaruh signifikan dan negatif terhadap profitabilitas bank syariah. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Syah (2018:149) inflasi tidak berpengaruh signifikan terhadap ROA. Dalam penelitian Rahmawati (2017:109) inflasi tidak berpengaruh signifikan terhadap ROA.

Uji F (Simultan)

Tabel 4.4
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3,729	3	1,243	6,858	,001 ^b
	Residual	10,150	56	,181		
	Total	13,879	59			
a. Dependent Variable: ROA						
b. Predictors: (Constant), Inflasi, Pembiayaan Musyarakah, Pembiayaan Mudharabah						

Sumber: Data diolah dengan SPSS 24

Berdasarkan Tabel 4.4 di atas, dapat dilihat bahwa nilai dari F_{hitung} adalah sebesar 6,858. Dengan melihat Tabel distribusi F yang dicari pada tingkat kepercayaan $\alpha = 5\%$, dengan df pembilang (df_1) = 3, df penyebut (df_2) = 56 sehingga diperoleh $F_{tabel} = 2,77$ hasil $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($6,858 > 2,77$). Maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pembiayaan *mudharabah*, *musyarakah* dan inflasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap *Return on Asset* (ROA) pada PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan.

Pada Tabel 4.4 juga dapat dilihat nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau ($0,001 < 0,05$), sehingga memiliki kesimpulan bahwa secara bersama-sama variabel independen pembiayaan *mudharabah*, *musyarakah* dan inflasi secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Return on Asset* (ROA) pada PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan periode Januari 2015 s.d. Desember 2019.

SIMPULAN

Berdasarkan analisis data, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pembiayaan *mudharabah* secara parsial negatif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap *Return on Asset* (ROA) pada PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan Periode Januari 2015 s.d. Desember 2019, variabel pembiayaan *musyarakah* secara parsial positif dan berpengaruh signifikan terhadap *Return on Asset* (ROA) pada PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan Periode Januari 2015 s.d. Desember 2019, variabel inflasi secara parsial negatif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap *Return on Asset* (ROA) pada PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan Periode Januari 2015 s.d. Desember 2019, dan secara simultan pembiayaan *mudharabah*, *musyarakah*, dan inflasi berpengaruh signifikan terhadap *Return on Asset* (ROA) pada PT Bank Sumut Cabang Syariah Medan Periode Januari 2015 s.d. Desember 2019.

DAFTAR PUSTAKA

References

- Aji, A. M. (2020). *Strategi Moneter Berbasis Ekonomi Syariah (Upaya Islami Mengatasi Inflasi) Edisi Revisi 2020*. . Yogyakarta: Deepublish.
- Alim, S. (2014). . Analisis Pengaruh Inflasi dan BI Rate Terhadap Return on Assets (ROA) Bank Syariah Di Indonesia. *Jurnal Modernisasi*.
- Al-Qur'an, D. A. (2015). *Al-Quranulkarim Terjemahan dan Tajwid Berwarna*. Bandung: Cordoba.

- Ascarya. (2013). *Akad dan Produk Bank Syariah*. . Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Duraj, B. d. (2015). Factors Influencing the Bank Profitability – Empirical Evidence from Albania. *Asian Economic and Financial Review*.
- Faradila, C. M. (2017). Pengaruh Pembiayaan Murabahah, Istishna, Ijarah, Mudharabah dan Musyarakah Terhadap Profitabilitas Bank Umum Syariah di Indonesia. *Jurnal Magister Akuntansi*.
- Fatira AK, M. (2020). Akad Transaksi Syariah. In Syariffudin, F. &. Arfah, I. Rahmawati, & dkk, *Ekonomi Syariah* (p. 274). Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Gemina, D. d. (2018). The Effect of Murabahah, Mudharabah, and Ijarah Earnings Upon the Profit of Bank BRI Syariah, Branch Office Sukabumi. *The Management Journal of BINANAGA*.
- Hasanah, N. (2017). *Analisis Pengaruh Pembiayaan Murabahah dan Musyarakah Terhadap Tingkat Profitabilitas Pada Bank Syariah Mandiri*. Surakarta: Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Hasibuan, A. S. (2018). *Analisis Pengaruh Pembiayaan Murabahah, Mudharabah, dan Musyarakah Terhadap Return On Asset Studi Kasus Pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Periode 2015-2018*. . Medan: Politeknik Negeri Medan.
- Hidayati, A. N. (2014). Pengaruh Inflasi, BI Rate dan Kurs Terhadap Profitabilitas Bank Syariah di Indonesia. *Jurnal An-Nisbah*, 72-97.
- Indonesia, B. (2012, 15 Mei). <https://www.bi.go.id/id/peraturan/kodifikasi/bank/Documents/KodifikasiPenilaian%20Tingkat%20Kesehatan%20Bank.pdf>. Retrieved from Kodefikasi Peraturan Bank Indonesia Kelembagaan Penilaian Tingkat Kesehatan Bank: <https://www.bi.go.id/id/peraturan/kodifikasi/bank/Documents/KodifikasiPenilaian%20Tingkat%20Kesehatan%20Bank.pdf>
- Indonesia, B. (2020, Juli 24). <https://www.bi.go.id/id/moneter/inflasi/data/Default.aspx>. Retrieved from Laporan Inflasi (Indeks Harga Konsumen): <https://www.bi.go.id/id/moneter/inflasi/data/Default.aspx>
- Ismail. (2018). *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kasmir. (2013). *Analisis Laporan Keuangan*. . Jakarta: Rajawali Pers.
- Lubis, F. U. (2019). Analisis Pengaruh Pembiayaan Murabahah, Mudharabah, dan Musyarakah Terhadap Return on Asset Studi kasus Pada PT. Bank Muamalah Indonesia Tbk. Periode 2015-2018. . *Human Falah*.
- Muhammad. (2014). *Manajemen Dana Bank Syariah*. . Jakarta: PT Grafindo Persada.

- Nasional, D. S. (2000). *Fatwa Dewan Syariah Nasional No.07/DSN-MUI/IV/2000*. Retrieved from *Pembiayaan Mudharabah: Fatwa Dewan Syariah Nasional No.07/DSN-MUI/IV/2000*
- Nasional, D. S. (2000). *Fatwa Dewan Syariah Nasional No.08/DSN-MUI/IV/2000* . Retrieved from *Pembiayaan Musyarakah: Fatwa Dewan Syariah Nasional No.08/DSN-MUI/IV/2000*
- Nasution, A. &. (2013). *Pengantar Perbankan Syariah untuk Profesional Muda*. Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- Nasution, A. W., & Fatira AK, M. (2013). *Pengantar Perbankan Syariah untuk Profesional Muda*. Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- Prastowo, R. P. (2018). Analisis Pengaruh Inflasi, Suku Bunga, dan Nilai Tukar Terhadap Profitabilitas Perbankan. . *Jurnal Riset Management*.
- Rahayu, Y. A. (2016). Pengaruh Pembiayaan Bagi Hasil Mudharabah dan Musyarakah Terhadap Profitabilitas Studi pada Bank Umum Syariah yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia periode 2011-2014. . *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Rokhmah, L. d. (2017). Pengaruh Pembiayaan Mudharabah dan Musyarakah Terhadap Profitabilitas Pada Bank Umum Syariah di Indonesia. . *Jurnal Ilmiah MBiA*.
- Saekhu. (2015). Pengaruh Inflasi Terhadap Kinerja Pembiayaan Bank Syariah, Volume Pasar Uang Antar Bank Syariah, dan Posisi Outstanding Sertifikat Wadiah Bank Indonesia. . *Jurnal Ekonomi Islam Volume VI Edisi 1 Mei 2015*.
- Sudana, I. M. (2019). *Manajemen Keuangan Teori dan Praktik*. . Surabaya: Airlangga University Press.
- Tandelilin, E. (2010). *Portofolio dan Investasi: Teori dan Aplikasi*. . Yogyakarta: Kanisius.
- Undang-Undang No 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan*. (1998').
- Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah*. (2008).
- Yusmad, M. A. (2018). *Aspek Hukum Perbankan Syariah dari Teori ke Praktik*. Yogyakarta: Deepublish.
- Aziz, L. H., Malle, S. S., Fatriansyah, A. I. A., Raya, F., & ... (2021). *AKUNTANSI SYARIAH (SEBUAH TINJAUAN TEORI DAN PRAKTIS)*. repository.penerbitwidina.com. <https://repository.penerbitwidina.com/publications/340560/akuntansi-syariah-sebuah-tinjauan-teori-dan-praktis>
- Muniarty, P., Abbas, D. S., AK, M. F., Sugiri, D., Nurfadilah, D., & ... (2020). *MANAJEMEN PERBANKAN*. repository.penerbitwidina.com. <https://repository.penerbitwidina.com/publications/328999/manajemen-perbankan>

	JURNAL BILAL BISNIS EKONOMI HALAL	
	Vol. 2 No. 1, Juni 2021: 47-58	E-ISSN:2747-0830

Analisis SWOT Pemasaran Tabungan iB Melalui *Mobile Banking* Pada PT Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan

Sufi Syahara Nasution¹⁾, Muslim Marpaung²⁾, Ismi Affandi³⁾

Akuntansi Politeknik Negeri Medan

sufinst@students.polmed.ac.id

ABSTRACT

This research is about "Swot Analysis of IB Savings Marketing through Mobile Banking at PT Bank Sumut Syariah Medan Branch Office." In early 2020, the North Sumatra bank prepared e-channel services or mobile services to improve service and facilitate customer transactions. It turns out that there are still many customers who do not understand the ease of use of transacting using mobile banking. This can occur because of limited information that causes many customers do not know if there is a mobile banking feature at Bank Sumut. This study aims to determine how the marketing strategy at PT Bank Sumut Branch Syariah Medan in increasing the number of customers who use mobile banking product. The type of research used by researcher is field research (qualitative), namely field research used by interviewing, observing, and describing the facts that occur in the field by focusing on the results of the research data collected directly in the field from informants or predetermined sources. The results of the study used a descriptive SWOT analysis. Based on the results of research conducted by researcher that the strategy carried out by PT Bank Sumut Syariah Medan Branch Office states that the marketing mix strategy variable has a significant effect on customers who use the mobile banking application.

ABSTRAK

Penelitian ini tentang "Analisis SWOT Pemasaran Tabungan IB Melalui *Mobile Banking* Pada PT Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan." Di awal tahun 2020 bank sumut mempersiapkan layanan e-channel atau layanan bersifat *mobile* demi peningkatan pelayanan dan memudahkan transaksi nasabah. Ternyata masih banyak nasabah yang belum paham akan kemudahan penggunaan bertransaksi menggunakan *mobile banking*. Hal tersebut dapat terjadi karena keterbatasan informasi yang menyebabkan banyak nasabah yang tidak tahu jika ada fitur *mobile banking* di Bank Sumut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran di PT Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan dalam meningkatkan jumlah nasabah yang menggunakan produk *mobile banking*. Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah *field research* (kualitatif), yaitu penelitian lapangan yang digunakan dengan metode wawancara, observasi, serta menggambarkan fakta-fakta yang terjadi di lapangan dengan menitik beratkan pada hasil-hasil pengumpulan data yang didapatkan secara langsung dilapangan dari para informan ataupun narasumber yang telah ditentukan. Hasil penelitian menggunakan analisis deskriptif SWOT. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti bahwa strategi yang dilakukan oleh PT Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan menyatakan bahwa variabel strategi bauran pemasaran memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nasabah yang menggunakan aplikasi *mobile banking*.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, *Mobile Banking*, SWOT

PENDAHULUAN

Bank sebagai lembaga keuangan yang menghasilkan jasa keuangan juga membutuhkan strategi pemasaran untuk memasarkan produknya Dampak dari perubahan teknologi juga berdampak positif terhadap perkembangan dunia perbankan (Muniarty et al., 2020) menjadikan Produk yang ditawarkan kepada nasabahnya menjadi lebih cepat dan efisien (Kasmir, Pemasaran Bank. , 2005). Salah satu produk yang

senantiasa menjadi daya tarik utama bank dalam melakukan penghimpunan dana adalah tabungan iB. Tabungan Islamic Bank tersedia di bank syariah dengan pilihan akad *wadiah* dan *mudharabah* (Nasution & Fatira AK, 2013). Dalam pelaksanaan dan persaingannya membutuhkan strategi pemasaran yang tepat sehingga dapat menguasai pasar dan mencapai target penjualan bank sebagaimana yang telah direncanakan.

Bank Sumut Syariah merupakan salah satu perbankan syariah yang memberikan pelayanan yang terbaik untuk nasabahnya. Untuk memperlancar kegiatan usahanya, bank sangat membutuhkan Dana, sumber Dana yang paling besar diperoleh oleh bank ialah tabungan. Bank Sumut Syariah sendiri juga memiliki berbagai macam produk-produk tabungan syariah seperti: tabungan iB Martabe Bagi Hasil (Marhamah), Tabungan iB Martabe (Marwah), Tabungan Sempel iB, Deposito iB Ibadah, Tabungan iB Rencana, Tabungan iB Makbul, Tabungan Prioritas, Giro iB, Giro iB Mudharabah dan pembiayaan syariah lainnya. Dengan berbagai macam produk tabungan, masyarakat diharapkan lebih spesifikasi dalam memilih dan menentukan produk tabungan atau simpanan apa yang lebih dibutuhkan.

Salah satu produk andalannya Bank Sumut Syariah adalah Tabungan iB Rencana untuk mendukung keperluan masa depan baik itu untuk persiapan pendidikan, ibadah, pernikahan, liburan, kesehatan, persiapan hari tua dan berbagai tujuan lain sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

(Kasmir, Pemasaran Bank. , 2004) menyatakan bahwa pemasaran bank adalah suatu proses untuk menciptakan dan mempertukarkan produk atau jasa bank yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cara memberikan kepuasan. Strategi pemasaran menurut (Armstrong, 2008), logika pemasaran yang dibuat oleh unit usaha yang berharap untuk mencapai tujuan pemasaran.

Strategi pemasaran (AK & Agus, 2020) yang berhasil umumnya ditentukan dari satu atau beberapa *marketing mix* (bauran pemasaran) yang dijalankan suatu perusahaan. Salah satu unsur dalam strategi pemasaran adalah bauran pemasaran yang merupakan strategi yang dijalankan perusahaan yang berkaitan dengan penentuan bagaimana perusahaan menyajikan penawaran produk pada segmen pasar tertentu, yang merupakan sasaran pasarnya. Menurut Kotler, Bauran Pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran pada perusahaan yang digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran. Bauran pemasaran adalah variabel-variabel terkendali yang dapat mempengaruhi konsumen dari segmen pasar tertentu yang dituju perusahaan.

Menurut (Assauri S. , 2013), terdapat empat unsur bauran pemasaran yang merupakan strategi pemasaran. Keempat unsur tersebut adalah strategi produk, strategi harga, strategi penyaluran/distribusi, dan strategi promosi. Namun, banyak pengamat yang perlu menambahkan tiga poin lain dalam konsep tersebut. Hingga dipopulerkan dengan sebutan *marketing mix 7P* atau *marketing 7P*. diantaranya :Aspek proses (*Process*) dalam bisnis, proses dapat diartikan sebagai langkah-langkah yang dilakukan antara penjual dan konsumen, aspek orang (*People*) yang termasuk dalam aspek ini tentu saja bukan hanya konsumen namun semua SDM yang terlibat termasuk pekerja atau tim bisnis, dan Aspek bukti fisik (*Phsyscal Evidence*) merupakan semua yang berbentuk peralatan atau perangkat yang digunakan untuk mendukung berjalannya bisnis kita.

Perumusan strategi pemasaran didasarkan pada analisis yang menyeluruh terhadap pengaruh faktor-faktor lingkungan eksternal dan internal perusahaan. Lingkungan eksternal perusahaan setiap saat berubah dengan cepat sehingga melahirkan berbagai peluang dan ancaman baik yang datang dari pesaing utama maupun dari iklim bisnis yang senantiasa berubah. Konsekuensinya perubahan faktor eksternal tersebut juga mengakibatkan perusahaan faktor internal perusahaan, seperti perubahan terhadap kekuatan maupun kelemahan yang dimiliki perusahaan tersebut. (Rangkuti, 2006)

Dalam penelitian yang dilakukan (Masruroh, 2015) Analisis Swot dalam strategi pemasaran Produk Tabungan Batara Ib (Studi Pada Bank BTN Syariah Cabang Semarang) menyatakan bahwa variabel Analisis Swot dalam strategi Pemasaran memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nasabah yang menggunakan tabungan Batara Ib. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Khasanah, 2019) Analisis Strategi Pemasaran Pada Aplikasi Mobile Banking di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Madiun menyatakan bahwa variabel analisis strategi pemasaran tidak signifikan dalam menggunakan analisis swot.

Perubahan *mobile* strategi merupakan taktik yang kini diterapkan oleh bank, baik bank di Indonesia maupun bank diluar Indonesia dengan tujuan untuk meningkatkan layanan perbankan via online kepada para nasabah. Setiap bank menerapkan sistem layanan strategi *mobile banking* yang berbeda-beda.

Layanan *mobile banking* kini telah membawa banyak perubahan, hal ini dikarenakan teknologi yang sangat canggih ini dan tidak bisa dipungkiri bahwa teknologi yang membantu mempermudah segala urusan dan membantu menyelesaikan masalah dengan cepat dan sesuai harapan. Keadaan yang seperti ini membuat teknologi menjadi peranan penting dalam mendukung segala bidang kehidupan manusia terutama dalam bidang perbankan. Teknologi mempunyai tempat tersendiri terutama sebagai senjata utama dalam ketatnya persaingan di dunia perbankan. (<https://ahliperbankan.com/mobile-banking-strategy/> , 2020)

Penggunaan *mobile banking* dinilai menguntungkan bagi pihak bank dan nasabah. Semua transaksi menjadi lebih praktis, efektif serta efisien. Suryo (2005) mengatakan kelebihan *m-banking* menggunakan jaringan pengaman ganda atau barlapis, yaitu dari operator yang menyediakan jaringan seluler dan jaringan perbankan itu sendiri, sehingga tidak perlu dikhawatirkan penggunaannya. Tetapi semakin banyak informasi pribadi yang harus diberikan dalam penggunaan *m-banking*, maka semakin tinggi kemungkinan nasabah untuk menolak menggunakan *m-banking*. Kondisi ini berakibat konsumen tidak dapat memaksimalkan manfaat dari penggunaan *m-banking*.

Bank Sumut merupakan Bank Umum Milik Daerah Sumatera Utara mempunyai taktik untuk memperkenalkan produk *mobile banking* kepada para nasabah, diantaranya mewajibkan seluruh nasabah yang membuka tabungan untuk registrasi *mobile banking* kepada *customer service*, kemudahan pembayaran dengan diskon administrasi pembayaran melakukan *mobile banking* dan mendapatkan *cashback* 50% untuk 500 pengguna pertama per hari.

Saat ini Bank Sumut sedang berbenah diri untuk mampu memberikan pelayanan maksimal, khususnya dalam bidang teknologi untuk menciptakan produk-produk *e-channel*. Di awal tahun 2020 bank sumut mempersiapkan layanan *e-channel* atau layanan bersifat *mobile* demi peningkatan pelayanan dan memudahkan transaksi nasabah.

Di Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan, jika strategi sudah maksimal berjalan dengan baik, pelayanan baik, pengenalan teknologi maksimal, maka kemungkinan besar banyak nasabah yang akan membuka aplikasi *mobile banking*, sehingga Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan dapat dikatakan berhasil dalam melakukan strategi yang baik. Apabila strategi yang dilakukan oleh Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan tidak berjalan dengan baik, informasi kurang, pelayanan kurang baik, strategi yang dilakukan tidak berjalan dengan baik maka, sedikit nasabah yang akan membuka aplikasi *mobile banking*.

Mobile Banking di PT Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan baru saja *launching* di awal tahun 2020. Jumlah nasabah PT Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan bekisaran 16.675 orang. Nasabah yang menggunakan *Mobile Banking* di PT Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan sebanyak 211 orang. Awalnya nasabah tersebut yang mengaktifkan fitur layanan *sms banking* di tahun 2019, di karenakan adanya pengembangan fitur layanan di PT Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan secara otomatis

nasabah beralih ke *mobile banking* dan Berdasarkan hasil wawancara penulis kepada salah satu pegawai di Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan hanya 10 orang nasabah saja yang aktif menggunakan *mobile banking*. Berikut nasabah pengguna aktif yang menggunakan *mobile banking* sekitar 10 orang.

Masih banyak nasabah yang belum paham Akan kemudahan penggunaan bertransaksi menggunakan *mobile banking*. Hal tersebut dapat terjadi karena keterbatasan informasi yang menyebabkan banyak nasabah yang tidak tahu jika ada fitur *mobile banking* di Bank Sumut. *Mobile banking* sangat perlu digunakan oleh nasabah, selain memudahkan transaksi, tidak perlu datang ke bank/Atm, mempermudah mengecek saldo melalui *smartphone*, mempermudah mencari informasi produk lain, dan cara pengoperasian yang mudah. Oleh karena itu diperlukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui Strategi Pemasaran *mobile banking* di PT Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan judul penelitian “Analisis Swot Pemasaran Tabungan IB Melalui *Mobile Banking* Pada PT Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan” guna meningkatkan nasabah yang menggunakan aplikasi *Mobile Banking* di PT Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan. Masalah yang terjadi dalam penelitian ini, nasabah yang menggunakan *sms banking* 211 orang sedangkan nasabah yang menggunakan *mobile banking* hanya 10 orang.

TINJAUAN PUSTAKA

Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*). Proses pengambilan keputusan dengan cara ini selalu dikaitkan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan usaha. Jadi pada prinsipnya analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal (peluang dan ancaman) dan faktor internal (kekuatan dan kelemahan) guna menetapkan formulasi strategi (perencanaan strategi) dalam upaya penyusunan strategi jangka panjang. Dalam analisis SWOT ini menganalisis adanya dua faktor lingkungan usaha, dimana lingkungan itu berupa:

- a. Lingkungan internal merupakan suatu kekuatan, suatu kondisi, suatu keadaan, suatu peristiwa yang saling berhubungan dimana organisasi atau perusahaan mempunyai kemampuan untuk mengendalikannya.
- b. Lingkungan eksternal merupakan suatu kekuatan, suatu kondisi, suatu keadaan, suatu peristiwa yang saling berhubungan dimana organisasi/perusahaan tidak mempunyai kemampuan atau sedikit kemampuan untuk mengendalikan atau mempengaruhinya.

Analisis SWOT adalah sebuah analisa yang dicetuskan oleh Albert Humprey pada dasawarsa 1960-1970an. SWOT merupakan akronim untuk kata “*Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), *Threats* (ancaman). Analisis SWOT merupakan instrumen yang ampuh dalam melakukan analisis strategik, kemampuan tersebut terletak pada kemampuan para penentu strategi perusahaan untuk memaksimalkan peranan faktor para penentu strategi perusahaan untuk memaksimalkan peran faktor kekuatan dan pemanfaatan peluang sehingga sekaligus berperan sebagai alat untuk meminimalisasi kelemahan yang timbul. Keberadaan Kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut dipertimbangkan dalam analisis SWOT yang membandingkan antara faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan rancangan). Dalam membuat dan menentukan tujuan, sasaran dan strategi-strategi yang akan diambil, diperlukan suatu analisis mendalam serta menyeluruh mengenai lingkungan dimana perusahaan berada.

Tahapan Penyusunan SWOT

Proses penyusunan perencanaan strategi dalam analisis SWOT melalui tiga tahap analisis yaitu:

1. Tahap Pengumpulan Data

Tahap ini adalah kegiatan mengumpulkan data dan informasi yang terkait dengan faktor internal dan faktor eksternal perusahaan. Faktor internal perusahaan berupa pemasaran, produksi, keuangan, dan sumber daya manusia. Dan faktor eksternal perusahaan adalah ekonomi, politik, sosial budaya. Dalam tahap ini model yang dipakai adalah menggunakan Matrik Faktor Strategi Internal dan Matrik Faktor Strategi Eksternal.

2. Tahap Analisis

Nilai-nilai dari faktor internal dan faktor eksternal yang telah didapat dari hasil Matrik Faktor Strategi Internal dan Matrik Faktor Strategi Eksternal dijabarkan dalam bentuk diagram SWOT dengan mengurangkan nilai kekuatan (*Strength*) dengan nilai kelemahan (*Weakness*), dan nilai peluang (*Opportunity*) dengan nilai ancaman (*Threat*). Semua informasi disusun dalam bentuk matrik, kemudian dianalisis untuk memperoleh strategi yang cocok dalam mengoptimalkan upaya untuk mencapai kinerja yang efektif, efisien dan berkelanjutan. Dalam tahap ini digunakan matrik SWOT, agar dapat dianalisis dari 4 alternatif strategi yang ada mana yang dimungkinkan bagi organisasi untuk bergerak maju. Apakah strategi Strengths-Opportunities (SO), strategi Weaknesses-Opportunities (WO), strategi Strengths-Threats (ST) atau strategi Weaknesses-Threats (WT).

3. Tahap Pengambilan Keputusan

Pada tahap ini, mengkaji ulang dari empat strategi yang telah dirumuskan dalam tahap analisis. Setelah itu diambil keputusan dalam menentukan strategi yang paling menguntungkan, efektif dan efisien bagi organisasi berdasarkan Matriks SWOT dan pada akhirnya dapat disusun suatu rencana strategis yang akan dijadikan pegangan dalam melakukan kegiatan selanjutnya.

Melakukan analisis SWOT ini Freddy Rangkuti menyatakan pembuatan suatu matrik dimana masing-masing sel tersebut dapat diisi dengan berpedoman sebagai berikut:

- 1) Strengths (S) dibuat 5 sampai 10 kekuatan internal yang dimiliki pada suatu usaha.
- 2) Weaknesses (W) dibuat 5 sampai 10 kelemahan internal yang dimiliki pada suatu usaha.
- 3) Opportunities (O) dibuat 5 sampai 10 kekuatan eksternal yang dimiliki pada suatu usaha.
- 4) Threats (T) dibuat 5 sampai 10 kelemahan eksternal yang dimiliki pada suatu usaha.

Formulasi Strategi

Penyusunan formulasi strategis dibuat berdasarkan hasil analisis SWOT. Yaitu dengan menggabungkan berbagai indikator yang terdapat dalam kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Model penggabungannya menggunakan TOWS Matriks/ Matrik SWOT. Namun tidak semua rencana strategi yang disusun dari TOWS Matrik ini digunakan seluruhnya. Strategi yang dipilih adalah strategi yang dapat memecahkan isu strategis perusahaan.

Pemasaran

Menurut Philip Kotler, pemasaran adalah sebuah proses sosial dan manajerial dimana individu-individu dan kelompok-kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran produk-produk atau *value* dengan pihak lainnya. Definisi ini berdasarkan pada beberapa konsep-konsep inti, seperti: kebutuhan, keinginan, dan permintaan produk-produk (barang, servis, dan ide), *value*, biaya dan kepuasan, pertukaran dan transaksi, hubungan dan *networks*, pasar, dan para pemasar, serta prospek (Kotler, 2004 dalam Wicaksono, 2010).

Dalam jual beli barang harus dipajang dan ditunjukkan keistimewaan-keistimewaannya agar pihak lain tertarik untuk membelinya. Itulah yang disebut dengan marketing (pemasaran). Dalam Al-Qur'an Allah berfirman,

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا هَلْ أَدُلُّكُمْ عَلَىٰ تِجَارَةٍ تُنْجِيكُمْ مِنْ عَذَابِ أَلِيمٍ تُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ وَتُجَاهِدُونَ بِأَمْوَالِكُمْ وَأَنْفُسِكُمْ ذَلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ يُغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ وَيُدْخِلْكُمْ جَنَّاتٍ تَجْرِي مِنْ تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ وَمَسَاكِينٌ ظَلِيمَةٌ فِي جَنَّاتٍ عَذْنٌ ذَلِكَ الْفَوْزُ الْعَظِيمُ وَالْآخِرَىٰ تُجِبُونَهَا نَصْرٌ مِنَ اللَّهِ وَفَتْحٌ قَرِيبٌ وَيَبَشِّرِ الصَّابِرِينَ

"Hai orang-orang yang beriman, sukakah kamu Aku tunjukkan suatu perniagaan yang dapat menyelamatkan kamu dari azab yang pedih? (Yaitu) kamu beriman kepada Allah dan Rasul-Nya dan berjihad di jalan Allah dengan harta dan jiwamu, itulah yang lebih baik bagimu jika kamu mengetahuinya. Niscaya Allah Akan mengampuni dosa-dosamu dan memasukkan kamu ke dalam surge yang mengalir dibawahnya sungai-sungai, dan (memasukkan kamu) ke tempat tinggal yang baik di surga 'Adn. Itulah keberuntungan yang besar. Dan (ada lagi) karunia lain yang kamu sukai (yaitu) pertolongan dari Allah dan kemenangan yang dekat (waktunya). Dan sampaikanlah berita gembira kepada orang-orang yang beriman. (Ash-Shaff: 10-13)

Diriwayatkan dalam sebuah hadist;

(أَلَا إِنَّ سِلْعَةَ اللَّهِ الْجَنَّةَ، أَلَا إِنَّ سِلْعَةَ الْجَنَّةِ غَالِيَةٌ)

"Ketahuilah bahwa surga adalah barang dagangan Allah. Dan ketahuilah bahwa barang-barang dari surga mahal harganya." (HR at-tirmidzi)

Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran menurut (Armstrong, 2008), logika pemasaran yang dibuat oleh unit usaha yang berharap untuk mencapai tujuan pemasaran.

(Kasmir, Pemasaran Bank. , 2004) menyatakan bahwa pemasaran bank adalah suatu proses untuk menciptakan dan mempertukarkan produk atau jasa bank yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cara memberikan kepuasan.

(Kasmir, Pemasaran Bank. , 2005) menyatakan bahwa tujuan pemasaran bank secara umum adalah untuk:

1. Memaksimalkan konsumsi atau dengan kata lain memudahkan dan merangsang konsumsi sehingga dapat menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan bank.
2. Memaksimalkan kepuasan pelanggan melalui berbagai pelayanan yang diinginkan nasabah.
3. Memaksimalkan pilihan (ragam produk) dalam arti bank menyediakan berbagai jenis produk bank sehingga nasabah memiliki beragam pilihan pula.
4. Memaksimalkan mutu hidup dengan memberikan berbagai kemudahan kepada nasabah dan menciptakan iklim yang efisien.

Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Menurut Gugup Kismono strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan kombinasi variabel atau kegiatan yang merupakan inti sistem pemasaran yaitu produk (*product*), harga (*price*), pendistribusian (*place*), dan promosi (*promotion*) atau sering disingkat dengan 4P. Bauran pemasaran merupakan kumpulan variabel-variabel yang digunakan untuk mempengaruhi tanggapan konsumen dalam menentukan pembelian suatu barang atau jasa untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen.

Strategi Bauran Pemasaran

Menurut Kotler dan Amstrong Bauran pemasaran ialah seperangkat alat pemasaran pada perusahaan yang digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran. Bauran pemasaran juga dapat diartikan sebagai variabel-variabel terkendali yang dapat mempengaruhi konsumen dari segmen pasar tertentu yang dituju perusahaan.

Tabungan IB

Bank Sumut Syariah merupakan salah satu perbankan syariah yang memberikan pelayanan yang terbaik untuk nasabahnya. Untuk memperlancar kegiatan usahanya, bank sangat membutuhkan Dana, sumber Dana yang paling besar diperoleh oleh bank ialah tabungan. Bank Sumut Syariah sendiri juga memiliki berbagai macam produk-produk tabungan syariah seperti : tabungan iB Martabe Bagi Hasil (Marhamah), Tabungan iB Martabe (Marwah), Tabungan Simpel iB, Deposito iB Ibadah, Tabungan iB Rencana, Tabungan iB Makbul, Tabungan Prioritas, Giro iB, Giro iB Mudharabah dan pembiayaan syariah lainnya. Dengan berbagai macam produk tabungan, masyarakat diharapkan lebih spesifikasi dalam memilih dan menentukan produk tabungan atau simpanan apa yang lebih dibutuhkan.

Mobile Banking

Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi di dunia perbankan relatif lebih maju dibandingkan sektor lainnya. Berbagai jenis teknologi di antaranya *Automatic Teller Machine (ATM)*, *Banking Application System*, *Real Time Gross Settlement System*, Sistem Kliring Elektronik dan Internet Banking. Sri Maharsi dan Fenny (2006) berpendapat bahwa penggunaan internet banking memberikan keuntungan bagi nasabah dan bank. Bagi nasabah, *internet banking* menawarkan kemudahan dan kecepatan dalam transaksi perbankan. Keuntungan bagi bank adalah internet banking dapat menjadi solusi murah Pengembangan infrastruktur dibandingkan dengan membuka outlet ATM.

Termasuk di dalam kegiatan *internet banking* yaitu *mobile banking*. *Mobile banking* yang juga dikenal sebagai *M-Banking*, *SMS banking*, dan lain sebagainya, merupakan sebuah terminal yang dapat digunakan sebagai *performing balance checks*, transaksi keuangan, serta pembayaran dengan menggunakan alat bergerak seperti mobile phone. *Mobile banking* saat ini kebanyakan ditunjukkan via SMS atau *Mobile Internet* tetapi dapat juga menggunakan program aplikasi mobile device (Buse dan Tiwari, 2007) dalam Pratiwi (2012).

Kemudahan dalam Penggunaan

Perceived ease of use didefinisikan Davis et al., (1989) Chin dan Todd (1995) merupakan seberapa besar teknologi komputer dirasakan relatif mudah untuk dipahami dan digunakan. Persepsi individu berkaitan dengan kemudahan dalam menggunakan komputer (*perceived ease of use*) merupakan tingkat dimana individu percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari kesalahan. Persepsi ini kemudian akan berdampak pada perilaku, yaitu semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan menggunakan sistem, semakin tinggi pula tingkat pemanfaatan teknologi informasi (Igharia, 2000).

Fitur Layanan

Fitur layanan merupakan salah satu faktor penting untuk menumbuhkan kepercayaan bagi konsumen dalam memutuskan akan melakukan transaksi secara *online* atau tidak. Menurut Steward, dkk., (2001) dalam Pavlou (2001) faktor kepercayaan dalam *e-commerce* adalah perkiraan subyektif dimana konsumen percaya mereka dapat melakukan transaksi *online* secara konsisten dan lebih lengkap sesuai dengan kebutuhan yang diharapkan. Konsep kepercayaan disini adalah kepercayaan pada penyelenggara transaksi *online* (*banking/retailer/produsen*) dan kepercayaan pada kelengkapan fitur layanan yang terdapat di dalam internet banking. Upaya tinggi harus dilakukan oleh penyelenggara transaksi *online* agar kepercayaan konsumen semakin tinggi, karena *trust* mempunyai pengaruh besar pada niat konsumen untuk melakukan transaksi secara *online* atau tidak melakukannya.

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah di PT Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah PT Bank Sumut Kantor Cabang Syariah

Medan yang berjumlah 211 orang. Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi yang berjumlah 10 orang. Menurut keterangan dari *customer service* nasabah yang aktif pengguna *mobile banking* kurang lebih 10 orang, dan kebanyakan yang pengguna aktif yaitu karyawan bank sumut Kantor cabang syariah Medan itu sendiri penggunanya. Karena adanya penambahan fitur layanan *mobile banking* secara otomatis nasabah pengguna *sms banking* akan beralih ke *mobile banking*. Jumlah nasabah pengguna *sms banking* di tahun 2019 berjumlah 211 orang. Tetapi, belum ada konfirmasi yang pasti jika nasabah sudah mengunduh aplikasi sumut mobile di smartphone nya. Sumber data pada penelitian ini adalah data primer dengan jenis data adalah kualitatif. Data sekunder yaitu sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara atau diperoleh dan dicatat oleh pihak lain. Adapun data sekunder yang peneliti jadikan sebagai bahan rujukan ialah profil perusahaan Bank Sumut Kantor cabang syariah Medan, data dan panduan nasabah yang menggunakan *mobile banking*, penelitian terdahulu, buku-buku tentang strategi pemasaran, jurnal, dan lain-lain yang berkaitan dengan penelitian ini.

Teknik pengolahan dan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan mengumpulkan data melalui sumber-sumber referensi (buku, dokumentasi, wawancara, dan observasi) kemudian merangkum dan memilih hal-hal pokok yang dianggap penting dari catatan lapangan, gambar, atau dokumen berupa laporan. Adapun tahapannya sebagai berikut : pengolahan data, triangulasi, teknik analisis data, deskriptif analisis, indikator pada variabel penelitian, teknik analisis SWOT, teknik analisis data EFAS dan IFAS, dan matriks *grand strategy*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti bahwa strategi yang dilakukan oleh PT Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan menyatakan bahwa variabel strategi bauran pemasaran memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nasabah yang menggunakan aplikasi *mobile banking*. hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Masruroh, 2015) Analisis Swot dalam strategi pemasaran Produk Tabungan Batara Ib (Studi Pada Bank BTN Syariah Cabang Semarang) menyatakan bahwa variabel Analisis Swot dalam strategi Pemasaran memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nasabah yang menggunakan tabungan Batara Ib. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Ariana Uswatun (Khasanah, 2019) Analisis Strategi Pemasaran Pada Aplikasi Mobile Banking di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Madiun menyatakan bahwa variabel analisis strategi pemasaran tidak signifikan dalam menggunakan analisis swot.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh tiga pegawai bank sumut kantor cabang syariah medan yaitu bapak Yuna Teruna, Bapak Yusrinaldi dan Bapak Muhammad Harsono bahwa strategi yang dilakukan bank sumut kantor cabang syariah medan sudah bagus. Hanya saja kurangnya terlaksana dengan baik dalam memasarkan produk nya, sehingga masih banyak nasabah yang kurang mengerti akan kemudahan aplikasi *mobile banking* itu sendiri. Sedangkan aplikasi *Mobile banking* itu sendiri baru saja *launching*, jadi banyak nasabah baru maupun lama tidak mengetahui adanya aplikasi tersebut. Berdasarkan data yang saya dapatkan dari salah satu pegawai bank sumut kantor cabang syariah medan jumlah pengguna aktif hanya 10 orang sedangkan nasabah yang menggunakan *Mobile Banking* di PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan sebanyak 211 orang.

Wawancara yang telah di lakukan dengan nasabah yang menggunakan aplikasi *mobile banking* di PT bank sumut kantor cabang syariah medan, bahwa mereka sudah cukup mengerti mengenai keunggulan menggunakan aplikasi *mobile banking*. Dengan wabah virus covid-19 saat ini memungkinkan nasabah menggunakan aplikasi *mobile banking* guna menghindari keramaian dan melakukan transaksi dirumah saja. Oleh sebab itu, bank sumut kantor cabang syariah medan harus lebih merealisasikan pemasaran produk *mobile banking* dengan cara lebih menguatkan sistem bauran pemasaran tersebut.

Berdasarkan pembobotan analisis swot faktor-faktor kekuatan (*strengths*) mempunyai nilai skor 2.7 sedangkan faktor-faktor kelemahan (*weaknesses*) mempunyai nilai skor 0.8. Kondisi PT Bank Sumut Kantor cabang syariah Medan mempunyai kekuatan yang lebih tinggi dibandingkan dengan faktor kelemahan dalam menentukan strategi dalam meningkatkan nasabah menggunakan aplikasi *mobile banking*. Pada tabel diatas faktor-faktor peluang (*opportunities*) mempunyai skor 1.6 dan faktor-faktor ancaman (*Treats*) mempunyai nilai skor 1.5, dalam meningkatkan nasabah menggunakan aplikasi *mobile banking* di PT Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan mempunyai peluang yang cukup besar dibandingkan ancaman yang akan timbul.

Dari hasil pengelompokan EFAS dan IFAS diatas menghasilkan rangkaian skor sebagai berikut :

1. Kekuatan (*Strengths/S*) = 2.7
2. Kelemahan (*Weaknesses/W*) = 0.8
3. Peluang (*Opportunities/O*) = 1.6
4. Ancaman (*Treats/T*) = 1.2



Gambar 4.3 Kuadran I Analisis Swot

Berdasarkan skor yang didapat dari pengelompokan EFAS dan IFAS, PT Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan berada di kuadran 1 yang menunjukkan situasi yang menguntungkan. PT Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan memiliki skor kekuatan (*strengths*) yang lebih besar dari kelemahan, dengan memanfaatkan peluang. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi PT Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

SIMPULAN

Berikut ini adalah simpulan dari penelitian yang telah dilakukan:

1. Berdasarkan hasil dari Analisis SWOT internal (S) dan Eksternal (O) berada di Kuadran I, maka memiliki kekuatan dari segi internal dan mempunyai banyak peluang, sehingga strategi yang tepat adalah dengan menggunakan kekuatan dan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang yang lebih besar yaitu pertumbuhan dengan mendukung strategi agresif. Strategi agresif adalah strategi yang mendukung kekuatan dan peluang sehingga strategi ini cocok untuk perusahaan.
2. Kendala yang dihadapi yaitu persaingan antar bank yang semakin kuat, kurangnya pemahaman nasabah tentang konsep syariah, produk kalah saing dengan bank lain, belum memadainya fasilitas pelayanan e-banking pada Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amijaya, G. R. (2010). *Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan Resiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah bank Dalam Menggunakan Internet Banking*.
- Ardiansyah, G. (2020, Juni 30). *Pengertian Bauran Pemasaran*.
- Armstrong, K. d. (2008). *Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Assauri, S. (2008). *Manajemen Pemasaran. Edisi pertama, CET ke- 8*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- AK, M. F., & Agus, R. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Sebagai Penentu Kepuasan Nasabah Pt Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kcu Medan Sudirman. *Jurnal Bilal: Bisnis Ekonomi Halal*. <http://ojs.polmed.ac.id/index.php/Bilal/article/view/187>
- at-tirmidzi, H. (2014, agustus 27). <http://anast2009.blogspot.com/2014/04/manajemen-pemasaran-islam.html>. Retrieved from anast2009: <http://anast2009.blogspot.com/2014/04/manajemen-pemasaran-islam.html>
- Binus, L. (2020, April 15). Retrieved from Pengertian Strategi Menurut Jhonson and Scholes.
- Binus, U. (2014). in Depth Interview.
- Herlambang, B. H. (2014). *Pengantar Ilmu Bisnis*. . Yogyakarta: Pramata Publishing.
- <https://ahliperbankan.com/mobile-banking-strategy/>. (2020, Juni 27). Retrieved from Ahli Perbankan: <https://ahliperbankan.com/mobile-banking-strategy/>
- Indonesia, I. B. (n.d.). . *Memahami Bisnis Bank Syariah*. Gramedia.
- Kasmir. (2004). *Pemasaran Bank*. . Jakarta: Kencana.
- Kasmir. (2005). *Pemasaran Bank, ed. 1. CET 2*. . Jakarta: Kencana.
- Kasmir. (2005). *Pemasaran Bank*. . Jakarta: Prenanda Media.
- Khasanah, A. U. (2019). *Analisis Strategi Pemasaran Pada Aplikasi Mobile Banking di Bank BRI*.
- Majid, M. (2020, Agustus 28). Retrieved from Marketing Mix : Pengertian, Tujuan, dan Konsep Bauran Pemasaran.
- Muniarty, P., Abbas, D. S., AK, M. F., Sugiri, D., Nurfadilah, D., & ... (2020). *MANAJEMEN PERBANKAN*. repository.penerbitwidina.com. <https://repository.penerbitwidina.com/publications/328999/manajemen-perbankan>
- Masruroh, U. (2015). *Analisis Swot dalam strategi pemasaran Produk Tabungan*.

- Materi Belajar*. (2020, April 17). Retrieved from Pengertian Strategi.<https://materibelajar.co.id/pengertian-strategi/> : Pengertian Strategi.<https://materibelajar.co.id/pengertian-strategi/>
- Mobile Banking*. (2020, April 15). Retrieved from <https://www.shinhan.co.id/article-listings/read/pengertian-mobile-banking> : <https://www.shinhan.co.id/article-listings/read/pengertian-mobile-banking>
- Nasution, A. W., & Fatira AK, M. (2013). *Pengantar Perbankan Syariah untuk Profesional Muda*. Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- Philip Kotler, G. A. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga h.6.
- Porter, M. E. (1983). *Competitive Advantages: Creating and Sustaining Superior Performance, New* . New York: The Free Press.
- Rangkuti, F. (2002). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Perumusan Strategi Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rizki Yudhi Dewantara, A. F. (2018). *Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Siagian, S. (1995). *Manajemen Strategik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Sumut, B. (2020, April 15). <https://www.banksumut.co.id/sms-banking/#> . Retrieved from Bank Sumut: <https://www.banksumut.co.id/sms-banking/#>
- Syamsul, H. (2015). Retrieved from Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking.
- Tafsir Quran*. (2019, Agustus 27). Retrieved from <https://sunni.id/tafsir-surat-saff61-ayat-10-13/>: <https://sunni.id/tafsir-surat-saff61-ayat-10-13/>
- Wahyudi, A. S. (1996). *Manajemen Strategik: Pengantar Proses Berfikir Strategik*. Jakarta: Bina Rupa Aksara hlm.7.
- Wangsawidjaja. (2012). *Pembiayaan Bank Syariah*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, hlm 1.
- Yahya, Y. (2006). *Pengantar Manajemen. Edisi I* . Yogyakarta: Graha Ilmu h. 38-39.

	JURNAL BILAL BISNIS EKONOMI HALAL	
	Vol. 2 No. 1, Juni 2021: 59-69	E-ISSN:2747-0830

**PENGARUH ROA, CAR DAN FDR TERHADAP MARKET
SHARE BANK SYARIAH DI INDONESIA
PERIODE JANUARI 2015-MEI 2020**

Eva Yuliana¹⁾, Diena Fadhilah²⁾, Supaino³⁾

^{1,2,3)} Keuangan dan Perbankan Syariah, Akuntansi, Politeknik Negeri Medan
evayuliana@students.polmed.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Return on Assets (ROA), Capital Adequacy Ratio (CAR) and the Effect of Financing to Deposit Ratio (FDR) on the Market share of Islamic Banks in Indonesia for the period January 2015-May 2020. This research is a type of quantitative and technical research. data collection obtained from secondary data. The data analysis technique used in this study is time series data regression analysis using the SPSS 25 computation program. The results of this study indicate that simultaneously the independent variables (ROA, CAR and FDR) have a positive and significant effect on the market share of Islamic banks in Indonesia. Partially, the results show that the variable Return on Assets (ROA) and Financing to Deposit Ratio (FDR) have a negative and significant effect on the market share of Islamic banks in Indonesia. Meanwhile, the Capital Adequacy Ratio (CAR) variable has no significant effect on the market share of Islamic banks in Indonesia.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Return on Assets (ROA)*, *Capital Adequacy Ratio (CAR)* dan Pengaruh *Financing to Deposit Ratio (FDR)* terhadap *Market share* Bank Syariah di Indonesia periode januari 2015-mei 2020. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dan teknik pengumpulan data diperoleh dari data sekunder. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi data *time series* dengan menggunakan program komputasi SPSS 25. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel independen (ROA, CAR dan FDR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *market share* bank syariah di Indonesia. Secara parsial diperoleh hasil bahwa variabel *Return on Assets (ROA)* dan *Financing to Deposit Ratio (FDR)* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *market share* bank syariah di Indonesia. Sedangkan variabel *Capital Adequacy Ratio (CAR)* memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap *market share* bank syariah di Indonesia.

Kata Kunci: ROA; CAR; FDR; *Market share*; *Bank Syariah*

PENDAHULUAN

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia merupakan suatu perwujudan dari permintaan masyarakat yang membutuhkan suatu sistem perbankan alternatif yang selain menyediakan jasa perbankan/keuangan yang sehat, juga memenuhi prinsip-prinsip syariah (Muhamad, 2017). Perkembangan perbankan syariah di Indonesia berdasarkan data statistik OJK yakni industri bank syariah mengalami pertumbuhan yang fluktuatif, dimana perbankan syariah di Indonesia telah memiliki 14 BUS (Bank Umum Syariah), 20 UUS (Unit Usaha Syariah), dan 164 BPRS (Bank Pembiayaan Rakyat Syariah).

Berdasarkan rencana jangka panjang OJK sebesar 20%, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) berharap pertumbuhan *market share* bank syariah dapat terus meningkat. OJK telah melakukan beberapa upaya misalnya melalui dikeluarkannya POJK Nomor 28 tahun 2019 tentang Sinergi Perbankan Dalam Satu Kepemilikan untuk Pengembangan Perbankan Syariah (www.kontan.co.id, diakses pada tanggal 01 Mei 2020).

Market share merupakan presentase pasar yang ditentukan dalam ukuran unit maupun revenue dan dihitung berdasarkan *specific entity*. *Market share* menjadi salah satu indikator meningkatnya kinerja pemasaran suatu perusahaan. *Market share* menjelaskan penjualan perusahaan sebagai presentase volume total penjualan dalam industri, market, ataupun produk, pangsa pasar merupakan bagian pasar yang dapat diraih oleh perusahaan (Maula, 2018)

Apabila *market share* kecil atau rendah maka hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan tersebut tidak mampu bersaing dalam tekanan persaingan karena derajat kekuatan *market share* umumnya akan muncul ketika *market share* mencapai 15 persen. Pada tingkatan yang lebih tinggi yaitu 25 persen hingga 30 persen maka derajat monopoli menjadi signifikan dan pada tingkat 40 persen hingga 50 persen biasanya memberikan *market power* yang besar. *Market share* perbankan syariah merupakan perbandingan antara total asset yang dimiliki perbankan syariah dengan total asset perbankan secara nasional (Rahman, 2016).

Gambaran tentang baik buruknya suatu bank syariah dapat dilihat melalui kinerjanya yang tercatat dalam laporan keuangan (Aziz et al., 2021). Laporan keuangan pada sektor perbankan syariah bertujuan untuk menyediakan informasi yang menyangkut posisi keuangan aktivitas operasi bank yang bermanfaat dalam pengambilan keputusan ekonomi yang rasional (Muhamad, 2017).

Berikut perkembangan *Market share*, ROA, CAR dan FDR berdasarkan data Statistik Perbankan Syariah periode januari 2015 sampai dengan mei 2020. Hal tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.2 berikut:

Tabel 1.2

Perkembangan *Market share*, ROA, CAR dan FDR Bank Syariah Periode Januari 2015- Mei 2020

Tahun	Market Share	ROA	CAR	FDR
	(%)	(%)	(%)	(%)
2015	4,87	0,49	15,02	88,03
2016	5,34	0,63	16,63	85,99
2017	5,78	0,63	17,91	79,61
2018	5,96	1,28	20,39	78,53
2019	6,2	1,73	20,59	77,91
Mei 2020	6,1	1,44	20,62	80,5

Sumber: www.ojk.go.id dan www.kontan.co.id (diakses pada tanggal 01 Mei2020)

Banyak pihak (baik dari pemerintah, praktisi, peneliti, maupun akademisi perbankan syariah) yang mengkhawatirkan ketidakmampuan perbankan syariah Indonesia untuk memenuhi harapan besar masyarakat mengingat besarnya potensi pangsa pasar Indonesia. Hal ini seakan menjadi beban karena keberhasilan industri ini tidak diimbangi dengan perkembangan *market share*-nya (Asmoro, 2018).

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada oktober 2019 ekspansi perbankan syariah mulai membuahkan hasil. Hal ini terbukti dari pangsa bank syariah terhadap industri perbankan yang sudah menembus 6,01% atau mencapai Rp 513 triliun. Pada awal tahun 2019 hingga September 2019 pangsa pasar sebesar 5,94% merupakan pencapaian yang tertinggi sepanjang sejarah. Hal ini tak lain dari meningkatnya pertumbuhan aset perbankan syariah yakni Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS) sebesar 10,15% per Oktober 2019 secara year on year (yoy) menjadi Rp 499,98 triliun (www.kontan.co.id, diakses pada tanggal 01 Mei 2020).

Menurut Deden Firman Hendarsyah Direktur Penelitian dan Pengembangan Pengaturan dan Perizinan Perbankan Syariah OJK, pada tahun 2019 tercatat ada sebanyak 14 BUS di Tanah Air, diikuti 20 UUS dan 165 Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS). Dari jumlah tersebut, sebanyak 65% pangsa pasar bank syariah dikuasai oleh BUS dan 32,36% merupakan UUS dan sisanya adalah BPRS (www.kontan.co.id, diakses pada tanggal 01 Mei 2020).

Berdasarkan fenomena yang terjadi pada tahun 2019 yakni bank syariah yang mampu mencapai target *market share* sebesar 6,01 % dan terdapat hasil penelitian yang berbeda, menurut (Asmoro, 2018) dengan judul Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Market share* Bank Syariah Di Indonesia Secara simultan variabel BOPO, ROA, CAR, FDR berpengaruh signifikan terhadap *Market share*. Secara parsial variabel ROA, CAR, dan FDR berpengaruh signifikan terhadap *Market share* dan variabel BOPO berpengaruh tidak signifikan terhadap *Market share*. Sedangkan menurut (Purboastuti, 2015) dengan judul Pengaruh Indikator Utama Perbankan Terhadap Pangsa Pasar Perbankan Syariah menyatakan bahwa secara parsial, DPK dan ROA berpengaruh positif signifikan terhadap *Market share*. NPF dan Nisbah berpengaruh negatif signifikan terhadap *Market share*. Variabel FDR memiliki pengaruh yang positif namun tidak signifikan terhadap *Market share*. Secara simultan variabel DPK, ROA, NPF, FDR dan Nisbah memiliki pengaruh terhadap *Market share*.

Berdasarkan fenomena dan hasil penelitian yang berbeda, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh ROA, CAR Dan FDR Terhadap *Market share* Bank Syariah Di Indonesia (Periode Januari 2015- Mei 2020)**” dan memilih obyek penelitian pada Bank Umum Syariah karena sebesar 65% pangsa pasar bank syariah dikuasai oleh Bank Umum Syariah sehingga dapat dikatakan bahwa BUS mendominasi *market share* bank syariah.

TINJAUAN PUSTAKA

Market share (Pangsa Pasar)

Salah satu elemen yang terdapat pada struktur pasar yakni pangsa pasar (*market share*). Setiap perusahaan memiliki pangsa pasarnya sendiri, dan besarnya berkisar antara 0 hingga 100 persen dari total penjualan seluruh pasar. Menurut literatur Neo-Klasik, landasan posisi pasar perusahaan adalah pangsa pasar yang diraihnya. Pangsa pasar dalam praktik bisnis merupakan tujuan atau motivasi perusahaan. Perusahaan dengan pangsa pasar yang lebih baik akan menikmati keuntungan dan penjualan produk dan kenaikan sahamnya. Peranan pangsa pasar adalah sebagai sumber keuntungan bagi perusahaan (Asmoro, 2018).

Derajat kekuatan pangsa pasar umumnya akan muncul ketika pangsa pasar mencapai 15 persen. Pada tingkatan yang lebih tinggi yaitu 25 persen hingga 30 persen maka derajat monopoli menjadi signifikan dan pada tingkat 40 persen hingga 50 persen biasanya memberikan market power yang besar. Sebaliknya apabila pangsa pasar kecil akan menunjukkan bahwa perusahaan tersebut tidak mampu bersaing dalam tekanan persaingan (Rahman, 2016).

Market share perbankan syariah merupakan perbandingan antara total aset yang dimiliki perbankan syariah dengan total aset perbankan secara nasional. Adapun rumus pengukuran *market share* yaitu:

$$\text{Market share} = \frac{\text{Total Aset Perbankan Syariah}}{\text{Total Aset Perbankan Nasional}} \times 100\%$$

Kinerja Keuangan Perbankan Syariah

Dalam industri perbankan, tingkat kinerja suatu bank dapat diukur menggunakan analisis rasio keuangan yaitu rasio rentabilitas, solvabilitas dan likuiditas. Rasio keuangan tersebut dapat menggambarkan sehat tidaknya operasional suatu bank, yang dapat ditinjau dari laporan keuangan yaitu neraca dan laporan laba rugi (Suciati, 2014).

Gambaran tentang baik buruknya suatu bank syariah dapat dilihat melalui kinerjanya yang tercatat dalam laporan keuangan. Laporan keuangan pada sektor perbankan syariah bertujuan untuk menyediakan informasi yang menyangkut posisi keuangan aktivitas operasi bank yang bermanfaat dalam pengambilan keputusan ekonomi yang rasional (Muhamad, 2017).

Return on Assets (ROA)

Rasio rentabilitas bertujuan mengukur efektivitas bank dalam mencapai tujuan (Kasmir, 2012). Penelitian ini menggunakan rasio pengukuran *Return on Asset (ROA)*. *Return on Assets (ROA)* merupakan salah satu rasio profitabilitas yang dapat mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktiva yang digunakan. ROA mampu mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan pada masa lampau untuk kemudian diproyeksikan di masa yang akan datang.

Semakin besar nilai ROA, menunjukkan kinerja perusahaan yang semakin baik pula, karena tingkat pengembalian investasi semakin besar. Nilai ini mencerminkan pengembalian perusahaan dari seluruh aktiva (atau pendanaan) yang diberikan pada perusahaan (<https://www.kajianpustaka.com>, 2020).

Adapun yang mempengaruhi *Return on Assets (ROA)* adalah hasil pengembalian atas investasi atau yang disebut sebagai *Return on Assets (ROA)* dipengaruhi oleh margin laba bersih dan perputaran total aktiva karena apabila ROA rendah itu disebabkan oleh rendahnya margin laba yang diakibatkan oleh rendahnya margin laba bersih yang diakibatkan oleh rendahnya perputaran total aktiva (Kasmir, 2012).

Capital Adequacy Ratio (CAR)

Capital Adequacy Ratio (CAR) merupakan Rasio Kewajiban Penyediaan Modal Minimum (KPMM) yang harus dipenuhi bank, yaitu sebesar minimum delapan persen. Rasio KPMM merupakan perbandingan antara modal dengan ATMR Perhitungan ATMR untuk resiko kredit dan risiko pasar didasarkan pada nilai tercatat asset dalam neraca (setelah dikurangi Cadangan Kerugian Penurunan Nilai/CKPN) (Indonesia, 2018).

Penilaian terhadap pemenuhan KPMM ditetapkan yakni pemenuhan KPMM sebesar 8% diberi predikat sehat dengan nilai kredit 81, dan untuk setiap kenaikan 0,1% dari pemenuhan KPMM sebesar 8% nilai kreditnya ditambah 1 hingga maksimal 100 dan pemenuhan KPMM kurang dari 8% sampai dengan 7,9% diberi predikat kurang sehat dengan nilai kredit 65 dan setiap penurunan 0,1% dari pemenuhan KPMM sebesar 7,9% nilai kredit dikurangi 1 dengan minimum 0 (Muhamad, 2017).

Berdasarkan Peraturan Bank Indonesia Nomor 15/12/PBI/2013 tentang Kewajiban Penyediaan Modal Minimum Bank Umum pasal 2 ayat 3 penyediaan modal minimum dibagi menjadi 4 kategori yaitu paling rendah 8% untuk dari ATMR untuk bank dengan profil risiko tingkat satu; paling rendah 9% sampai kurang dari 10% dari ATMR untuk bank dengan profil risiko peringkat dua; paling rendah 10% sampai dengan kurang dari 11% dari ATMR untuk bank dengan profil risiko peringkat 3; atau 11% sampai dengan 14% dari ATMR untuk bank dengan profil risiko peringkat 4 atau peringkat lima. Berdasarkan ketentuan Bank Indonesia yang tercantum dalam Surat Edaran Bank Indonesia Nomor 3/30/DPNP tanggal 14 Desember 2001, CAR adalah rasio antara Modal terhadap Analisis Tertimbang Menurut Risiko (ATMR) dengan rumus matematis sebagai berikut :

$$\text{CAR} : \frac{\text{Modal Sendiri}}{\text{Aktiva Tertimbang Menurut Risiko}} \times 100\%$$

Financing to Deposit Ratio (FDR)

Menurut Ikatan Bankir Indonesia (2016: 46) risiko likuiditas adalah .risiko akibat ketidakmampuan bank untuk memenuhi kewajiban yang jatuh tempo dari sumber pendanaan arus kas dan/atau dari aset likuid berkualitas tinggi yang dapat diagunkan, tanpa mengganggu aktivitas dan kondisi keuangan bank. Rasio likuiditas bertujuan mengukur seberapa likuid suatu bank. Dalam penelitian ini rasio yang digunakan adalah *Financing to Deposit Ratio* (FDR) (Kasmir, 2008:310).

Menurut Muhammad dalam penelitian wardana (2015) , *Financing to Deposit Ratio* (FDR) adalah perbandingan antara pembiayaan yang diberikan oleh bank dengan pihak ketiga yang berhasil diusahakan oleh bank. Rasio FDR analog dengan rasio *Loan to Deposit Ratio* (LDR) yang ada pada bank konvensional, karena pada bank syariah tidak mengenal istilah kredit (loan) namun menggunakan pembiayaan (*financing*). Maka modifikasi rumus untuk bank syariah menjadi:

$$\text{FDR} : \frac{\text{Pembiayaan}}{\text{Dana Pihak Ketiga}} \times 100\%$$

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, penulis memfokuskan penelitian pada menguji 1 variabel dependen yaitu *market share* banksyariah dan 3 variabel independen yaitu *Return on Assets* (ROA), *Capital Adequacy Ratio* (CAR) Dan *Financing to Deposit Ratio* (FDR). Adapun periode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan kurun waktu Januari 2015-Mei 2020 atau selama 65 bulan. Data yang digunakan adalah jenis data berkala (time series) yang berasal dari laporan yang dipublikasikan dan dilaporkan untuk umum oleh Bank Indonesia, Laporan Tahunan Statistik Perbankan Indonesia maupun Statistik Perbankan Syariah periode Januari 2015-Mei 2020 pada Otoritas Jasa Keuangan

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Dalam penelitian ini data sekunder tersebut meliputi laporan keuangan yang terdapat pada Statistik Perbankan Indonesia OJK serta laporan publikasi tahunan Bank Umum Syariah periode Januari 2015-Mei 2020.

Populasi penelitian merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah data bank syariah di Indonesia yang terdaftar di Bank Indonesia (BI) dan atau Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam kurun waktu penelitian yaitu Januari 2015-Mei 2020.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2016: 81). Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *sampling purposive*. *Sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Pertimbangan atau kriteria bank syariah yang ditetapkan dalam pemilihan sampel penelitian ini adalah Bank syariah yang terdaftar di Bank Indonesia (BI) dan atau Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang terdiri dari 14 Bank Umum Syariah dan Bank syariah yang telah menerbitkan laporan keuangan secara berkala yaitu mulai Januari 2015 sampai dengan Mei 2020 yang telah dilaporkan kepada Bank Indonesia (BI) dan atau Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Berdasarkan kriteria tersebut maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 14 Bank Umum Syariah.

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode analisis data untuk menganalisis data time series yakni Uji Asumsi Klasik yang terdiri dari Uji Multikolinieritas, Uji Autokorelasi, Uji Normalitas dan Uji Heteroskedastisitas. Sedangkan untuk pengujian hipotesis dilakukan secara parsial (Uji t) dan pengujian secara simultan (Uji F) dan pengujian regresi menggunakan regresi linier berganda serta uji korelasi sederhana. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program komputasi spss 25.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Tabel 4.2.

Descriptive Statistics												
	N	Range	Min	Max	Mean		Std. Deviation	Variance	Skewness		Kurtosis	
					Statistic	Std. Error			Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
ROA	65	1,72	,16	1,88	1,0489	,05517	,44482	,198	,129	,297	-1,135	,586
CAR	65	20,80	,59	21,39	16,4958	,63816	5,14502	26,471	-2,202	,297	4,808	,586
FDR	65	15,54	77,02	92,56	83,1615	,57789	4,65906	21,707	,442	,297	-1,367	,586
MS	65	1,56	4,63	6,19	5,4255	,06463	,52109	,272	-,236	,297	-1,470	,586
Valid N (listwise)	65											

Berdasarkan tabel 4.2. dapat dijelaskan beberapa hal sebagai berikut:

Berdasarkan nilai N sebesar 65, *Return on Asset* (ROA) terendah (minimum) sebesar 0,16% dan tertinggi (maksimum) sebesar 1,88% sementara standart deviasinya sebesar 4,5% lebih besar dibandingkan dengan rata-rata (mean) sebesar 1,05%. Nilai skewness dan kurtosis ROA sebesar -0,129 dan -1,135 sehingga dapat disimpulkan bahwa ROA terdistribusi secara normal.

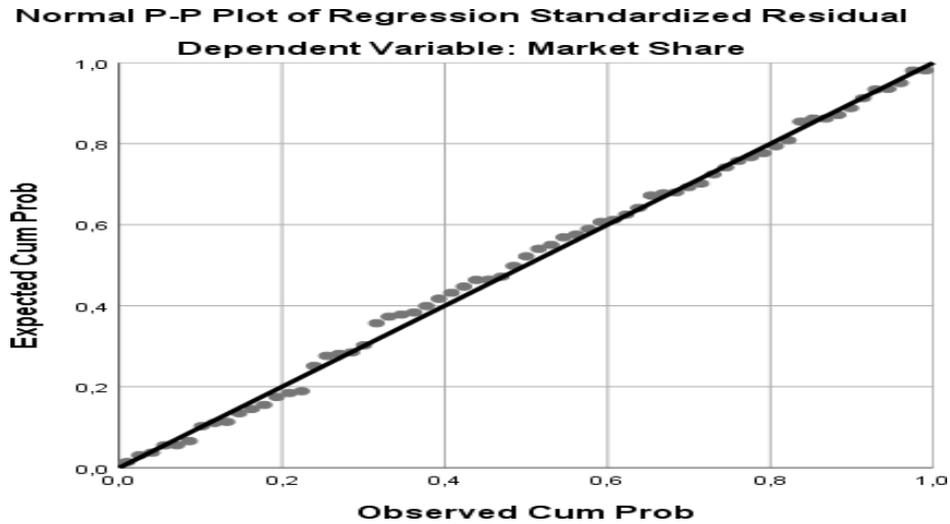
Berdasarkan nilai N sebesar 65, *Capital Adequacy Ratio* (CAR) terendah (minimum) sebesar 0,59% dan tertinggi (maksimum) sebesar 21,39% sementara standart deviasinya sebesar 5,15% lebih kecil dibandingkan dengan rata-rata (mean) sebesar 16,5%. Nilai skewness dan kurtosis CAR sebesar -2,202 dan 4,808 sehingga dapat disimpulkan bahwa CAR terdistribusi secara tidak normal.

Berdasarkan nilai N sebesar 65, *Financing to Deposit Ratio* (FDR) terendah (minimum) sebesar 77,02% dan tertinggi (maksimum) sebesar 92,56% sementara standart deviasinya sebesar 4,66% lebih kecil dibandingkan dengan rata-rata (mean) sebesar 83,16%. Nilai skewness dan kurtosis FDR sebesar -0,442 dan -1,367 sehingga dapat disimpulkan bahwa FDR terdistribusi secara normal.

Berdasarkan nilai N sebesar 65, *Market share* terendah (minimum) sebesar 4,63% dan tertinggi (maksimum) sebesar 6,19% sementara standart deviasinya sebesar 5,2% lebih kecil dibandingkan dengan rata-rata (mean) sebesar 5,43%. Nilai skewness dan kurtosis *market share* sebesar -0,236 dan -1,470 sehingga dapat disimpulkan bahwa *market share* terdistribusi secara normal.

Uji Asumsi Klasik
Uji Normalitas
 Normal PropababilityPlot

Gambar 4.3.



Berdasarkan Gambar 4.3. Normal Propabability Plot dapat disimpulkam bahwa pada grafik normal plot terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka hal tersebut menunjukkan pola distribusi normal dan memenuhi asumsinormalitas.

One-Sample Kolmogorov-SmirnovTest

Tabel 4.3.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		65
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,12268371
Most Extreme Differences	Absolute	,048
	Positive	,048
	Negative	-,047
Test Statistic		,048
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Berdasarkan Tabel 4.3. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test, diketahui bahwa nilai asymp.sig. (2-tailed) adalah sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa tabel kolmogorov-smirnov terdistribusi normal.

Uji Analisis Regresi Linier Berganda
R dan RSquare

Tabel 4.6

Model Summary ^b						
Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,972 ^a	,945	,942		,12566	,867
a. Predictors: (Constant), <i>Financing to Deposit Ratio</i> , <i>Capital Adequacy Ratio</i> , <i>Return on Asset</i>						
b. Dependent Variable: <i>Market share</i>						

Berdasarkan tabel 4.6 R dan R Square Dalam regresi linier berganda, nilai R sebesar 0,972 yang menunjukkan korelasi ganda dari ROA, CAR dan FDR. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,945 menunjukkan besarnya peran atau kontribusi variabel ROA, CAR dan FDR mampu menjelaskan variabel *Market share* sebesar 94,2%.

Anova

Tabel 4.7

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	16,415	3	5,472	346,497	,000 ^b
	Residual	,963	61	,016		
	Total	17,378	64			
a. Dependent Variable: <i>Market share</i>						
b. Predictors: (Constant), <i>Financing to Deposit Rasio</i> , <i>Capital Adequacy Ratio</i> , <i>Return on Asset</i>						

Berdasarkan data tabel 4.7 anova, terdapat nilai signifikansi F sebesar 0,000 ($p < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa variabel ROA, CAR dan FDR berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap marketshare.

Koefisien

Tabel 4.8

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	11,371	,566		20,084	,000		
	ROA	,290	,054	,248	5,368	,000	,426	2,347
	CAR	,011	,004	,108	2,575	,012	,514	1,947
	FDR	-,077	,006	-,691	-13,023	,000	,322	3,102
a. Dependent Variable: <i>Market share</i>								

Berdasarkan tabel 4.8. Koefisien, kolom unstandardize coefficients dengan subkolom B merupakan koefisien yang menunjukkan nilai konstanta sebesar 11,371, maka perhitungan matematisnya yaitu: $Market\ share = 11,371 - 0,077 FDR + 0,290 ROA + 0,011 CAR$. Data tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikan untuk ROA dan FDR adalah sebesar 0,000 ($p < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa variabel ROA dan FDR berpengaruh signifikan terhadap *market share*. Sedangkan nilai signifikan untuk CAR sebesar 0,12 ($p > 0,05$) yang artinya variabel CAR tidak berpengaruh signifikan terhadap *market share*.

Uji Hipotesis
Uji t (Parsial)
Tabel 4.9

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11,371	,566		20,084	,000
	ROA	,290	,054	,248	5,368	,000
	CAR	,011	,004	,108	2,575	,012
	FDR	-,077	,006	-,691	-13,023	,000

a. Dependent Variable: *Market share*

Pengaruh ROA terhadap *Market share* Bank Syariah di Indonesia yaitu variabel ROA memiliki nilai t-hitung sebesar 5,368 lebih besar dari t-tabel 1,999 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 yang artinya variabel ROA berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap *market share*.

Pengaruh CAR terhadap *Market share* Bank Syariah di Indonesia yaitu berdasarkan tabel hasil uji t tersebut yakni dari ketiga variabel independen yaitu ROA, CAR dan FDR menunjukkan bahwa variabel CAR tidak signifikan, hal ini dapat dilihat dari probabilitas signifikansi untuk CAR sebesar 0,012 lebih besar dari 0,05 yang artinya variabel CAR tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap *market share*.

Pengaruh FDR terhadap *Market share* Bank Syariah di Indonesia yaitu berdasarkan tabel hasil uji t bahwa variabel FDR memiliki nilai t-hitung sebesar 5,368 lebih besar dari t-tabel 1,999 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 yang artinya variabel FDR berpengaruh dan signifikan secara parsial terhadap *market share*.

Berdasarkan penjelasan tersebut yakni dari ketiga variabel independen (ROA, CAR dan FDR) menunjukkan bahwa secara parsial variabel CAR tidak signifikan. Sedangkan ROA dan FDR signifikan pada 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *Market share* dipengaruhi oleh ROA dan FDR dengan persamaan matematis:

$$Market\ share = 11,371 - 0,077 FDR + 0,290 ROA + 0,011 CAR$$

Uji F(Simultan)

Tabel 4.10

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	16,415	3	5,472	346,497	,000 ^b
	Residual	,963	61	,016		
	Total	17,378	64			
a. Dependent Variable: <i>Market share</i>						
b. Predictors: (Constant), Financing to Deposit Rasio , <i>Capital Adequacy Ratio</i> , <i>Return on Asset</i>						

Berdasarkan tabel 4.10 Uji Statistik F dapat diketahui bahwa uji F bertujuan untuk mengetahui tiga variabel (ROA, CAR dan FDR) secara simultan terhadap variabel dependen (*Market share*). Diperoleh f-hitung sebesar 346,497 lebih besar dari t-tabel 2,75 diperoleh P-value 0,000. Karena koefisien P-Value lebih kecil 0,05 regresi dinyatakan signifikan sehingga dapat dikatakan bahwa variabel ROA, CAR dan FDR dikatakan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap marketshare.

SIMPULAN DAN SARAN

Variabel *Return on Assets* (ROA) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap *market share* bank syariah di Indonesia, variabel *Capital Adequacy Ratio* (CAR) tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap *market share* bank syariah di Indonesia, variabel *Financing to Deposit Ratio* (FDR) berpengaruh negatif dan signifikan secara parsial terhadap *market share* bank syariah di Indonesia dan variabel ROA, CAR dan FDR secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *market share* bank syariah di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Asmoro, W. P. (2018). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Market Share Bank Syariah Di Indonesia*. . Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Aziz, L. H., Malle, S. S., Fatriansyah, A. I. A., Raya, F., & ... (2021). *AKUNTANSI SYARIAH (SEBUAH TINJAUAN TEORI DAN PRAKTIS)*. repository.penerbitwidina.com.
<https://repository.penerbitwidina.com/publications/340560/akuntansi-syariah-sebuah-tinjauan-teori-dan-praktis>
- Basuki, A., & Prawoto, N. (2017). *Analisis dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis*. . Jakarta: Rajawali Pers.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- <http://www.bi.go.id>. (2020, Mei 02). Retrieved from BI: <http://www.bi.go.id>.
- <http://www.ojk.go.id>. (2020, Mei 02). Retrieved from OJK: <http://www.ojk.go.id>.
- <https://keuangan.kontan.co.id>. . (2020, Mei 02). Retrieved from Keuangan: <https://keuangan.kontan.co.id>.

<https://www.kajianpustaka.com>. . (2020, Mei 02). Retrieved from Kajian Pustaka:
<https://www.kajianpustaka.com>.

Indonesia, I. B. (2018). *Memahami Bisnis Bank Syariah*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Kasmir. (2012). *Manajemen Perbankan*. . jakarta: Rajawali Pers.

Maula, A. K. (2018). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Market Share Melalui Return On Asset Bank Umum Syariah Di Indonesia*. Salatiga: Institut Agama Islam Negeri Salatiga.

Muhamad. (2017). *Manajemen Dana Bank Syariah*. . Depok: Rajawali Pers.

Purboastuti, N. d. (2015). *Pengaruh Indikator Utama Perbankan Terhadap Pangsa Pasar Perbankan Syariah*.

Rahman, A. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Market Share Bank Syariah. *Jurnal Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*.

Ramadhayanti, A. (2019). *Aplikasi SPSS untuk Penelitian dan Riset Pasar*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Setiyobono, R. (2019). Pengukuran Kinerja Perbankan Syariah Berbasis Maqashid Syariah Index Bank Syariah di Indonesia. *Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi*.

Suciati. (2014). Kinerja Keuangan Berdasarkan Rasio Likuiditas, Rentabilitas, Dan Solvabilitas Perbankan Syariah Pada PT Bank Muamalat Indonesia Tbk. *Jurnal Universitas Negeri Surabaya*.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. . Bandung: Alfabeta.

	JURNAL BILAL BISNIS EKONOMI HALAL	
	Vol. 2 No. 1, Juni 2021: 70-78	E-ISSN:2747-0830

Pengaruh Pembiayaan *Mudharabah*, *Murabahah* Dan *Musyarakah* Terhadap Hasil Usaha *Baitul Mal Wat Tamwil* Di Kota Medan Periode 2016 – 2019

Nasirwan¹, Azizul Kholis², Ahmad Sanjani³

^{1,2,3}Universitas Negeri Medan

*nasirwan@unimed.ac.id*¹, *azizulkholis@unimed.ac.id*²

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk pengaruh pembiayaan *Mudharabah*, *Murabahah*, *Musyarakah* terhadap Hasil Usaha *Baitul Mal wat Tamwil* (BMT) di Kota Medan. Penelitian ini menggunakan metode sensus yaitu seluruh BMT yang terdaftar di Induk Koperasi Syariah (IKOPSYAH) BMT yang berjumlah 19 BMT. Hasil penelitian membuktikan bahwa secara parsial Pembiayaan *Mudharabah* dan *Musyarakah* tidak berpengaruh terhadap hasil usaha yang di proksikan melalui laba bersih, dengan nilai signifikansi 0,096 dan 0,173. Sedangkan variabel *Murabahah* berpengaruh signifikan dengan nilai signifikansi 0,003. Kemudian hasil simultan *Mudharabah*, *Murabahah*, dan *Musyarakah* berpengaruh terhadap Laba bersih dengan signifikansi 0,007. Hasil ini menjelaskan bahwa Pembiayaan *Mudharabah*, *Murabahah*, dan *Musyarakah* merupakan faktor-faktor yang harus diperhatikan BMT dalam meningkatkan Laba bersih sebagai proksi hasil usaha.

Kata kunci: *Mudharabah*, *Murabahah*, *Musyarakah*, Hasil usaha

Abstract: This study aims to determine the effect of *Mudharabah*, *Murabahah*, *Musyarakah* financing on the Business Results of *Baitul Mal Wat Tamwil* (BMT) in Medan City. This study used a census method, namely all BMTs registered in the Sharia Cooperative Parent (IKOPSYAH) BMT, totally 19 BMTs. The results of the research prove that partially *Mudharabah* and *Musyarakah* financing have no effect on operating results proxied through net income, with a significance value of 0.096 and 0.173. While the *Murabahah* variable has a significant effect with a significance value of 0.003. Then the simultaneous results of *Mudharabah*, *Murabahah*, and *Musharaka* have an effect on net income with a significance of 0.007. These results explain that *Mudharabah*, *Murabahah*, and *Musyarakah* financing are factors that must be considered by BMT in increasing net income as a proxy for operating results.

Keywords: *Mudharabah*, *Murabahah*, *Musharakah*, Net Profit Financing

Pendahuluan

Perusahaan merupakan suatu organisasi yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan atau Laba bersih. Besaran tingkat biaya yang dikeluarkan akan sebanding dengan besaran pendapatan yang diperoleh (Maulidiyah, 2017). Dalam sebuah laporan keuangan laba merupakan informasi yang dipergunakan sebagai penilaian potensi sumber daya ekonomis perusahaan yang menjadi

pertimbangan pengendalian di masa yang akan datang. Hal ini bertujuan untuk menghasilkan arus kas melalui sumber daya yang ada serta menjadi pertimbangan perumusan rencana yang efektifitas bagi perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya tambahan (IAI, 2007).

Pembiayaan merupakan salah satu kegiatan pada perbankan yang menjadi aktivitas utama. Pembiayaan merupakan sumber pendapatan utama perbankan yang berperan sebagai pendorong kelangsungan bank dan lembaga keuangan. Pengelolaan yang tidak baik akan memunculkan permasalahan dan tidak menutup kemungkinan akan menghentikan aktivitas bank maupun lembaga keuangan (Prastiawati, 2016). Pembiayaan diberikan sesuai dengan prinsip syariah sebagaimana yang telah diatur dalam UU No.10 Tahun 1998 pasal 8, dalam undang undang ini dijelaskan bahwa pembiayaan dilakukan setelah melakukan analisis terhadap nasabah dengan menetapkan prinsip perbankan agar hati-hati dipertimbangkan kondisi nasabah supaya nasabah debitur tidak melakukan pelanggaran kode etik nasabah dan tidak melakukan kesalahan dalam mengembalikan pembiayaan sesuai dengan akad yang telah disepakati, hal ini bertujuan untuk mengurangi resiko kegagalan atau kemacetan dalam pelunasan hutangnya. (Sapuan, 2016).

Lembaga keuangan syariah dan bank syariah bertujuan untuk mengembangkan prinsip syariah dalam kegiatan transaksi perbankan. Lembaga keuangan syariah dibagi menjadi 2 (dua), yaitu lembaga keuangan bank syariah dan lembaga keuangan syariah non bank. Lembaga keuangan bank adalah Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) dan Bank Umum Syariah, sedangkan lembaga keuangan syariah non bank adalah Asuransi Syariah, Pasar Modal Syariah, Pegadaian Syariah dan Baitul Mal Wa Tamwil (BMT). (Nurhayati, 2015).

Baitul Maal wat Tamwil (BMT) adalah salah satu lembaga keuangan Islam non bank yang berfokus terhadap masyarakat Islam lapisan bawah. Kelahiran Baitul Mal Wa Tamwil menjadi solusi bagi kelompok ekonomi kecil untuk mengembangkan usaha karena kekurangan modal. BMT merupakan lembaga yang berorientasi pada permodalan usaha kecil untuk mengembangkan usaha kecil untuk meningkatkan perekonomian usaha kecil sesuai dengan prinsip koperasi dan syariah. (Hamzah, 2013).

Lembaga keuangan syariah telah mengalami perkembangan dari tahun ke tahun. Berdasarkan data PBMT, pada tahun 2015 terdata sebanyak 4.500 Baitul Mal Wa Tamwil yang telah melayani 3,7 juta orang dengan kisaran aset sebanyak Rp 16 triliun. Berdasarkan data Kementerian koperasi dan UKM, tercatat jumlah unit usaha koperasi di Indonesia telah mencapai sebanyak 150,223 unit usaha, 1,5% diantaranya adalah koperasi yang berbadan hukum KSPPS. (Prastiawati, 2016).

Pada umumnya ada tiga jenis pembiayaan yang terdapat di Lembaga Keuangan Syari'ah atau Bank Syariah adalah pembiayaan Mudharabah, Murabahah dan Musyarakah. BMT merupakan lembaga keuangan syariah pertama yang menyalurkan pembiayaan mudharabah, murabahah dan

musyarakah bagi pelaku usaha kecil dan masyarakat yang membutuhkan pembiayaan pada usahanya yang berbentuk lembaga pembiayaan dan koperasi jasa keuangan syariah (KJKS). Baitul Mal Wa Tamwil berfungsi sebagai sebagai lembaga yang bergerak dibidang investasi yang produktif layaknya bank dan media penyalur pendayagunaan harta ibadah. (Masyitoh, 2014)

Akad mudharabah merupakan transaksi kerjasama untuk pengembangan usaha yang disepakati diantara dua belah pihak. Dalam hal ini pihak pertama adalah shahibul maal (pemilik modal) dan pihak kedua merupakan Mudharib (pengelola usaha). keuntungan yang didapat akan dibagi sesuai dengan kesepakatan diantara kedua pihak. Kerugian akan ditanggung oleh pemilik dana (Shahibul maal), akan tetapi apabila kesalahan dilakukan oleh mudharib (pengelola dana) maka kerugian akan ditanggung pihak mudharib tersebut. (Maskur dan Fitria, 2015).

Akad mudharabah merupakan transaksi yang memiliki tingkat resiko yang tinggi. Sejak diperkenalkannya hingga sekarang telah melalui berbagai evolusi untuk memenuhi kebutuhan pasar Islam cepat berkembang. Namun, dalam sistem keuangan Islam saat ini, mudharabah telah menjadi kurang disukai dibandingkan dengan pembiayaan murabahah. (Sapuan, 2016).

Murabahah adalah transaksi jual beli dimana lembaga pembiayaan menyebutkan total keuntungan tertentu. (Rivai dan Veithzal, 2008). Al-murabahah berprinsip pada prinsip jual beli, perusahaan membeli suatu barang yang diperlukan dari nasabah, kemudian perusahaan menjual kembali barang tersebut dengan harga yang telah ditambah dari harga belinya. (Sapuan, 2015). Sedangkan Musyarakah merupakan bentuk kerja sama diantara dua belah pihak atau lebih yang telah bersepakat untuk mengelola suatu usaha dengan memberi kontribusi berupa dana atau mal, sesuai kesepakatan. Pada perinsipnya keuntungan dan resiko yang ada akan ditanggung bersama oleh semua pihak sesuai dengan yang telah disepakatai. (Ridwan, 2007).

Penelitian terdahulu yang menjelaskan mengenai mudharabah, murabahah dan musyarakah yaitu, Wahdany (2015), Novi Fadhila (2015), Ela Chalifah dan Amirus Sodiq (2015), Maskur Rosyid dan Fitria Nurdina (2015), Farida Purwaningsih (2016), Yunita Aqza dan Darwanto (2017) dan Endah Rahayu Ningsih (2018). Wahdany (2015) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa secara parsial pembiayaan murabahah dan bagi hasil berpengaruh terhadap laba bersih perbankan syariah, adapun pembiayaan qardh tidak berpengaruh namun secara simultan bagi hasil, murabahah, dan qardh berpengaruh terhadap perubahan laba bersih pada bank syariah.

Kajian Pustaka

Mudharabah

Mudharabah merupakan akad kerjasama untuk menjalankan usaha diantara dua belah pihak, yang dalam hal ini pihak pertama *shahibul maal* (pemilik dana) yang memberikan dananya untuk

dikelola dalam usaha yang disepakati, sedangkan pihak kedua ialah *mudharib* (pengelola dana) sebagai pengelola usaha dimana laba usaha yang diperoleh akan dibagi antara kedua pihak sesuai dengan apa yang telah disepakati. sedangkan kerugian akan ditanggung oleh pihak pertama (pemilik dana), namun apabila terjadi kesalahan yang diakibatkan atas kelalaian pihak kedua (pengelola dana), maka kerugian akan ditanggung pihak kedua (pengelola dana).

Berdasarkan Fatwa MUI No.07/DSN-MUI/IV/2000 dijelaskan bahwa mudharabah merupakan pembiayaan yang disalurkan oleh Lembaga Keuangan Syariah kepada pihak tertentu untuk menjalankan usaha yang disepakati bersama. Ensiklopedi Hukum Islam juga menjelaskan bahwa mudharabah merupakan salah satu bentuk kerjasama antara pemilik modal dan seorang pengelola dana yang paham dalam menjalankan usaha.

Murabahah

Menurut Al Zuhaili dalam Afrida (2016) murabahah adalah adalah jual beli dengan harga pokok dengan tambahan keuntungan. Murabahah merupakan akad jual beli barang dimana perusahaan membeli barang dari seorang nasabah dan dijual kembali kepada nasabah dengan keuntungan yang telah disepakati. Sesuai dengan kesepakatan ini, bank syariah akan memperoleh pendapatan dari pembiayaan murabahah bersifat baik jumlah dan waktunya. Transaksi pembiayaan murabahah ini lazim dilakukan oleh Rasulullah

SAW dan para sahabatnya. Peningkatan dan penurunan keuntungan yang dihasilkan akan mempengaruhi pendapatan laba bersih pada bank syariah. Perubahan laba yang terjadi akan memberikan dampak pada kelangsungan hidup bank syariah Wahdany (2015).

Menurut Standar Akuntansi Keuangan (SAK) nomor 102 Akuntansi Murabahah pada paragraph 5 (lima), menjelaskan bahwa murabahah merupakan akad jual beli barang yang dijual kembali dengan harga sebesar harga beli dan ditambah dengan nilai laba yang telah disepakati. UU No. 21 Tahun 2008 Pasal 19 tentang Perbankan Syariah menyatakan bahwa murabahah merupakan akad pembiayaan suatu barang dengan menjelaskan harga beli barang tersebut kepada pembeli yang akan membayarnya dengan harga yang lebih sesuai dengan kesepakatan.

Musarakah

musarakah merupakan pembiayaan yang dilaksanakan oleh perbankan syariah yang mana dalam hal ini bank berperan sebagai pemilik modal yang berpartisipasi sebagai mitra atas suatu usaha yang dikelola oleh pihak lain. Besaran pendapatan yang diperoleh sesuai dengan persentasi besaran modal yang dimiliki sesuai dengan kesepakatan perjanjian. Kerugian atau resiko yang terjadi akan ditanggung bersama sesuai dengan proporsi modal yang disertakan (Rivai, 2010). Sedangkan menurut Harahap (2008), musarakah adalah akad kerjasama yang berprinsip pada bagi hasil.

Pendapatan yang diperoleh dari hasil kerjasama sesuai kesepakatan akan menambah/meningkatkan pendapatan lab bersih bank syariah.

Fidin (2014) menyatakan bahwa selain murabahah pembiayaan musyarakah merupakan pembiayaan yang sering diberikan oleh bank syariah pada nasabah atau mitranya. Dengan demikian pembiayaan musyarakah berpengaruh pada besaran keuntungan yang diperoleh perbankan syariah. Oleh karena itu musharakah memberikan kemudahan bagi nasabah bank syariah maupun mitra dalam praktiknya. Sebagian besar mitra usaha yang mengajukan pembiayaan adalah para pengusaha yang memiliki skala usaha besar dan membutuhkan dana untuk mengembangkan usahanya.

Laba Bersih

Pada umumnya tujuan utama didirikannya suatu perusahaan adalah memperoleh laba semaksimal mungkin, selain itu tujuan lain adalah untuk memberikan kesejahteraan bagi karyawan. Laba merupakan keuntungan perusahaan pada satu periode tertentu. Laba dihasilkan melalui penjualan barang dan jasa yang jumlahnya dapat diukur menghitung nilai barang atau jasa tersebut (Baridwan 2000).

Menurut Munawir S. (2002), laba merupakan selisih pendapatan yang telah dikurangi dengan biaya yang ada untuk mendapatkan pendapatan tersebut. Adapun Nitisemito (1999) menjelaskan bahwa laba merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dibandingkan dengan modal yang digunakan dan dinyatakan dengan persen. Sedangkan menurut Harahap (2008), laba merupakan kelebihan penghasilan di atas biaya selama satu periode akuntansi. Soemarso (2005) menjelaskan bahwa laba bersih ialah selisih lebih semua pendapatan dan keuntungan setelah dikurangi dengan semua biaya-biaya. Sedangkan Wild & Halsey (2005) Laba bersih merupakan keuntungan dari bisnis perusahaan yang sedang berjalan setelah bunga dan pajak.

Metode

Penelitian ini dilakukan pada Baitul Mal wa Tamwil (BMT) di Sumatera Utara yang terdaftar pada INKOPSYAH BMT diakses melalui situs web <http://indukbmt.co.id>. Data yang digunakan pada penelitian ini ialah data sekunder yang menggunakan laporan keuangan tahunan (Annual Riport) Baitul Mal wa Tamwil (BMT) di Sumatera Utara tahun 2014-2017. Penelitian ini masih dilakukan bulan Mei 2019 sampai dengan Juni 2019.

Populasi pada penelitian ini ialah data pembiayaan Baitul Mal wa Tamwil (BMT) di Sumatera Utara tahun 2014-2017. Adapun jumlah Baitul Mal wa Tamwil yang terdaftar di INKOPSYAH BMT tahun 2019 adalah 19 BMT. Metode teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode dokumentasi. Data dikumpulkan dari berbagai sumber, sumber data

yang dapat digunakannya yaitu laporan laba rugi bersumber dari Baitul Maal wat Tamwil (BMT) di Sumatera Utara. Dalam penelitian ini data-data yang diperoleh akan diolah menggunakan program software SPSS (Statistical Product and Service Solution) dengan menggunakan analisis statistik deskriptif dan analisis regresi linear berganda.

Hasil dan Pembahasan

A. Hasil Pengujian Hipotesis

1. Ujisimultan (uji statistik F)

Berikut ini hasil output pengolahan data SPSS (uji F) :

Tabel 1. Hasil Uji Simultan (Statistik F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	24,845	3	8,282	5,021	,007 ^b
	Residual	46,185	28	1,649		
	Total	71,030	31			

a. Dependent Variable: LN_Laba bersih

b. Predictors: (Constant), LN_Mudharabah, LN_Murabahah, LN_Musyarakah

Sumber : Hasil Pengujian Data, 2019

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai Fhitung adalah 5,021 dan Signifikansi 0,007. Karena nilai Fhitung $5,021 > F_{tabel} 2,93$, Signifikansi $0,007 < 0,05$ dapat disimpulkan bahwa Pembiayaan Mudharabah, Murabahah, dan Musyarakah berpengaruh secara simultan (bersama – sama) terhadap Laba bersih.

2. Hasil Uji Parsial (Uji Statistik T)

Berikut ini hasil output pengolahan data SPSS (uji T) :

Tabel 2. Hasil Uji Parsial Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	,980	3,107		,315	,755
	LN_Mudharabah	-,468	,272	-,470	-1,720	,096

LN_Murabahah	1,498	,452	1,071	3,312	,003
LN_Musyarakah	-,379	,271	-,285	-1,399	,173

a. Dependent Variable: LN_Laba bersih

Nilai ttabel pada $\alpha = 0,05$; dengan df : $n-(k+1)$; $32-(3+1) = 28$ uji dua arah sebesar 2,048.

Berdasarkan hasil output SPSS pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa :

1. Hasil uji hipotesis 1 pengaruh Pembiayaan Mudharabah (X1) terhadap Laba bersih (Y)

Berdasarkan tabel uji hipotesis diatas diperoleh nilai thitung sebesar $-1,720 < 2,048$ dari pada t_{tabel} , dengan nilai signifikansi sebesar $0,096 > 0,05$ maka hal ini dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak, hal ini menjelaskan bahwa Pembiayaan Mudharabah tidak berpengaruh terhadap laba bersih. Hal ini disebabkan karena rendahnya minat masyarakat terhadap pembiayaan mudharabah sehingga penyaluran pembiayaan kepada masyarakat relatif rendah.

2. Hasil uji hipotesis 2 pengaruh Pembiayaan Murabahah (X2) terhadap Laba bersih (Y)

Berdasarkan tabel hasil uji hipotesis diatas diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $3,312 > 2,048$ dari t_{tabel} , dan nilai signifikansi sebesar $0,003 < 0,05$ hal ini menunjukkan bahwa H_a diterima, artinya Pembiayaan Murabahah berpengaruh secara signifikan terhadap laba bersih. Hal ini sesuai dengan penelitian Muhamad (2019), Fadhilah (2015) dan Ariyani (2014) yang menyatakan bahwa pembiayaan murabahah berpengaruh secara signifikan terhadap laba bersih.

3. Hasil uji hipotesis 3 pengaruh Pembiayaan Musyarakah (X3) terhadap Laba bersih (Y)

Berdasarkan tabel hasil uji hipotesis diatas diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $-1,399 < 2,037$ dari t_{tabel} , dan nilai signifikansi sebesar $0,173 > 0,05$ dapat diartikan bahwa H_a ditolak, hal ini menjelaskan Pembiayaan Musyarakah tidak berpengaruh terhadap Laba bersih. Hal ini disebabkan karena minat dan pengetahuan masyarakat masih relatif minim bahkan masih banyak masyarakat yang tidak mengenali pembiayaan musyarakah dan ketentuannya.

Simpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang sudah dilakukan pada pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Mudharabah secara parsial tidak berpengaruh terhadap Laba bersih. Hal ini disebabkan oleh penyaluran pembiayaan Mudharabah yang disalurkan Baitul mal wat Tamwil (BMT) relatif lebih rendah, karena pembiayaan Mudharabah masih kurang diminati dibanding dengan pembiayaan jual beli.
2. Murabahah berpengaruh terhadap Laba bersih secara signifikan. Hal ini menjelaskan bahwa besarnya pembiayaan yang dimiliki BMT akan terjadi peningkatan pembiayaan pada masyarakat.

3. Musharakah secara parsial tidak berpengaruh terhadap Laba bersih, dikarenakan penyaluran pembiayaan Musyarakah yang jarang diketahui oleh masyarakat kecil di BMT, masyarakat kecil lebih memfokuskan pada Piutang Murabahah.
4. Hasil penelitian secara simultan menyatakan bahwa Pembiayaan Mudharabah, Murabahah, dan Musharakah berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap Laba bersih. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa Pembiayaan Mudharabah, Murabahah, dan Musharakah merupakan faktor-faktor yang harus diperhatikan BMT dalam meningkatkan Laba bersih.

REFERENCE

- Afrida, Y. 2016. Analisis Pembiayaan Murabahah Di Perbankan Syariah. *JEBI (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)*-Volume 1, Nomor 2.
- Al-Qur'an dan Terjemahan (2018).
- Antonio, M. S. (2002). *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Ariyani, Dina. 2014. Analisis Pengaruh Pertumbuhan Pembiayaan Murabahah, Bagi Hasil dan Pinjaman Qardh Terhadap Pertumbuhan Laba Bersih Pada Bank Syariah Periode Triwulan I 2011 Sampai Triwulan IV 2013. *EJournal*.
- Bank Indonesia, PBI No.10/11/PBI/2008.
- Baridwan, Z. (2000). *Sistem Akuntansi Penyusutan Prosedur dan Metode*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UGM.
- Belkaoui. (1993). *Accounting Theory*, Edisi Ke-2. Harcourt Brace Jovanovich, Inc., Terjemahan: Jakarta : Erlangga.
- DSN MUI No.07/DSN-MUI/IV/2000 tentang Pembiayaan Mudharabah (Qirath), Murabahah) dan Pembiayaan Musyarakah.
- Fadhila, N. (2015). Analisis Pembiayaan Mudharabah dan Murabahah terhadap Laba Bersih Bank Syariah Mandiri. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, Vol. 15 No. 1, 13.
- Fatwa DSN MUI No.07/DSN-MUI/IV/2000. (2000).
- Hamzah., Zulkifli Rusby., & Zulfadli Hamzah. (2013). Analisis Problem of Baitul Maal wat Tamwil (BMT) Operation in Pekanbaru Indonesia Using Analytical Network Process (ANP) Approach. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*. ISSN: 2222-6990. Vol.3, No.8.
- Harahap, S. S. (2008). *Analisis Kritis atas Laporan Keuangan*. Jakarta: Grafindo Persada.
- Keputusan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia No. 91/Kep/M.KUKM/IX/2004. (2004).
- Muhamad, K. 2019. Analisis Pengaruh Pembiayaan Murabahah, Mudharabah, Dan Musyarakah Terhadap Profitabilitas Bank Umum Syariah Di Indonesia Periode 2012-2017. *Journal Ilmiah Rinjani_ Universitas Gunung Rinjani* Vol. 7 No.1
- Ningsih, E. R. (2018). *Pengaruh Pembiayaan Murabahah Dan Mudharabah*. Skripsi, 15.
- Nitisemito, A. S. (1999). *Manajemen Sumber Daya Manusia dan Pengantar*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nurhayati, S., & Wasilah. (2015). *Akuntansi Syariah Di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Pasal 19 huruf d Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008. (2008).
- PINBUK (Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil), Peraturan Dasar dan Contoh AD-ART BMT, (Jakarta: PINBUK, tt) hlm. 1.
- Prastiawati, F., & Darma, E. S. (2016). Peran Pembiayaan Baitul Maal Wat Tamwil Terhadap Perkembangan Usaha Dan Peningkatan Kesejahteraan Anggotanya Dari Sektor Mikro Pedagang Pasar Tradisional. *Jurnal Akuntansi Dan Investasi*, Vol. 17 No. 2 , 197-208.
- Munawir, S. (2002). *Analisis Informasi Keuangan* (Edisi Pertama ed.). Yogyakarta: Liberty Yogya.
- Sapuan, Noraina Mazuin. 2016. An Evolution of Mudharabah Contract: A Viewpoint from Clasical and Contemporary Islamic Scholars. 7th International Economics & Business Management Conference. *Procedia Economic ang Finance*.
- Soemarso. (2005). *Akuntansi Suatu Pengantar* (Edisi Revisi ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

- Wahdany, M. F. (2015). Analisis Pengaruh Pembiayaan Murabahah, Pembiayaan Bagi Hasil dan Pembiayaan Dardh terhadap Perubahan Laba Bersih pada Bank Syariah. Skripsi, 57.
- Wild, S., & Halsey. (2005). Analisis Laporan Keuangan. (Y. S. Bachtiar, & S. N. Harahap, Penerj.) Jakarta: Salemba Empat.

	JURNAL BILAL BISNIS EKONOMI HALAL	
	Vol. 2 No. 1, Juni 2021: 79-91	E-ISSN:2747-0830

Kontribusi Pengelolaan Zakat Ummat terhadap Perkembangan Usaha Mikro Di Kabupaten Aceh Barat

Alisman¹, Dedi Sufriadi²

Universitas Teuku Umar Meulaboh¹, Universitas Serambi Mekkah Banda Aceh²
alisman@utu.ac.id¹, sangpresiden01@gmail.com²

Abstract: *The problem raised in this study is the contribution of the Ummah Zakat management to the development of micro-enterprises in the Meulaboh City District, West Aceh Regency. Sources of data are secondary data obtained from the Baitul Mal office of West Aceh Regency and the Central Bureau of Statistics of Aceh Barat. This study uses a contribution analysis model to determine the contribution of Baitul Mal to the development of micro-enterprises in the sub-district of Meulaboh City, West Aceh Regency from 2008 to 2019. The results show that the contribution of Baitul Mal to the development of micro-enterprises in Meulaboh City District in 2008 to 2019 experienced a significant increase. between 8.00 percent and 12.04 percent, the largest contribution occurred in 2017 at 12.04 percent. while the lowest contribution occurred in 2008 at 8.00 percent. The contribution given by Baitul Mal in West Aceh Regency for the period 2008 to 2019 was only around 9.82 percent, thus showing Baitul Mal's contribution to the level of development of micro-enterprises in the Meulaboh City District.*

Key Words: *Zakah, Micro Entreprises, Baitul Maal*

Abstrak: *Masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah kontribusi pengelola Zakat Ummat pada pengembangan usaha mikro di Kecamatan Kota Meulaboh, Kabupaten Aceh Barat. Sumber data adalah data sekunder yang diperoleh dari kantor Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat dan Badan Pusat Statistik Aceh Barat. Penelitian ini menggunakan model analisis kontribusi untuk mengetahui kontribusi Baitul Mal terhadap pengembangan usaha mikro di kecamatan Kota Meulaboh Kabupaten Aceh Barat dari 2008 hingga 2019. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kontribusi Baitul Mal pada pengembangan usaha mikro di Kecamatan Kota Meulaboh di 2008 hingga 2019 mengalami peningkatan yang signifikan antara 8,00 persen dan 12,04 persen, kontribusi terbesar terjadi di tahun 2017 sebesar 12.04 persen. sedangkan kontribusi terendah terjadi di tahun 2008 sebesar 8.00 persen. Kontribusi yang diberikan oleh Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat periode 2008 sampai 2019 hanya sekitar 9,82 persen sehingga memperlihatkan adanya kontribusi Baitul Mal terhadap tingkat perkembangan usaha mikro di Kecamatan Kota Meulaboh.*

Kata kunci: *Zakat, Baitul Mal, Usaha Kecil*

Pendahuluan

Penerapan syariat Islam di Propinsi Aceh, telah membawa dampak yang positif bagi perkembangan sektor permodalan dalam upaya mempercepat berbagai kegiatan usaha ekonomi masyarakat, dalam hal ini terhadap perkembangan usaha mikro, kecil menengah (UMKM), selama ini kegiatan usaha masyarakat dihadapkan kepada permasalahan permodalan sehingga terjadinya perlambatan perkembangan yang mendukung tumbuhnya sektor usaha ekonomi secara berkelanjutan. Salah satu implementasi penerapan syariah islam adalah terbentuknya badan amal zakat, infaq dan sadakah yang dibentuk di masing-masing daerah Kabupaten/kota dalam Propinsi Aceh, yang diberi nama lembaga pengelola zakai (Baitul Mall), lembaga ini sebagai pengumpul, pengelola dan penyalur zakat, termasuk

didalamnya disalurkan untuk kegiatan zakat produktif kepada kelompok usaha UMKM yang bertujuan untuk mendorong pertumbuhan dan perkembangan usaha, sehingga tercapainya kesejahteraan masyarakat.

Kebanyakan usaha mikro saat ini kesulitan sekali dalam memperoleh akses permodalan untuk mengembangkan usahanya, karena akses permodalan merupakan persyaratan utama bagi berbagai pihak untuk menjalankan usaha, dengan kata lain tanpa modal seseorang tidak mungkin dapat menjalankan bahkan membuka suatu usaha. Hal inilah yang menyebabkan modal merupakan salah satu faktor penting dan besar peranannya, oleh karenanya aksesibilitas terhadap sumber dana (modal) yang adil dan baik dengan suku bunga yang terjangkau penting untuk dikondisikan untuk menjamin ketersediaan modal bagi para pengusaha (Tambunan dan Bakce, 2011:110)

Kabupaten Aceh Barat merupakan salah satu Kabupaten yang berada di Provinsi Aceh yang memiliki 12 Kecamatan, salah satunya Kecamatan Johan Pahlawan yang merupakan kecamatan dalam pusat ibukota Meulaboh Aceh Barat saat ini, Kecamatan kota Johan Pahlawan menjadi tempat yang strategis bagi perkembangan usaha masyarakat yang bermukim di daerah tersebut, karena daerah tersebut menjadi pusatnya keramaian serta pusatnya perdagangan, sehingga membuat masyarakat tertarik mengembangkan usahanya, usaha yang banyak dirintis oleh masyarakat adalah usaha mikro, sebab usaha tersebut tidak perlu membutuhkan modal yang besar dalam pendiriannya.

Beraneka ragam usaha mikro yang dirintis oleh masyarakat di Kecamatan kota Meulaboh mulai dari usaha dagang sayur, pedagang kaki lima, usaha menjahit, usaha berkios kecil, usaha jualan ikan, usaha jualan kue, usaha bengkel, usaha kelontong, serta usaha keliling, hampir setiap penduduk di Kecamatan Kota Meulaboh ini berkecimpung dalam dunia usaha terutama usaha kecil maupun usaha mikro yang memang usaha tersebut mempunyai peran yang sangat penting dalam membuka lapangan kerja baru serta mendatangkan pendapatan bagi masyarakat di Kecamatan Kota Meulaboh saat ini.

Berikut pada Tabel 1 menjelaskan perkembangan usaha mikro yang ada di Kecamatan Kota Meulaboh Kabupaten Aceh Barat dari tahun 2008 sampai tahun 2019 sebagai berikut:

Tabel 1
Jumlah Perkembangan Usaha Mikro di Kecamatan Kota Meulaboh
Kabupaten Aceh Barat pada Tahun 2008 – 2019

No	Tahun	Jumlah (unit)
1	2008	153
2	2009	165
3	2010	169
4	2011	174
5	2012	179
6	2013	188
7	2014	191
8	2015	198
9	2016	212
10	2017	220
11	2018	224
12	2019	232

Sumber: BPS Aceh Barat Tahun 2020

Berdasarkan Tabel 1 dapat dijelaskan bahwa perkembangan usaha mikro di Kecamatan Kota Meulaboh Kabupaten Aceh Barat dari tahun 2008 sampai tahun 2020 mengalami peningkatan yang lumayan besar, hal tersebut dapat dilihat dari perkembangannya dari tahun ke tahun, misalnya pada tahun 2008 jumlah usaha mikro sebanyak 153 unit, kemudian di tahun 2009 jumlah usaha mikro meningkat sebanyak 165 unit, selanjutnya tahun 2010 jumlah usaha mikro meningkat sebanyak 169 unit, tahun berikutnya yaitu tahun 2011 jumlah usaha mikro meningkat sebanyak 174 unit. Pada tahun 2012 jumlah usaha mikro meningkat sebanyak 179 unit, selanjutnya pada tahun 2013 jumlah usaha mikro meningkat sebanyak 188 unit, pada tahun 2014 jumlah usaha mikro meningkat sebanyak 191 unit, tahun berikutnya yaitu tahun 2015 jumlah usaha mikro meningkat sebanyak 198 unit, kemudian di tahun 2016 jumlah usaha mikro terus mengalami peningkatan sebanyak 212 unit, dan di tahun 2019 jumlah usaha mikro meningkat sebanyak 232 unit.

Perkembangan usaha mikro di Kecamatan kota Meulaboh terlihat bahwa masih sangat bermasalah sekali dengan permodalan dan perlu adanya pengembangan dan pemberdayaan lebih terutama pemberian akses permodalan, melihat fenomena tersebut pemerintah Kabupaten Aceh Barat memberikan alternatif pembiayaan bagi masyarakat Kabupaten Aceh Barat melalui lembaga keuangan syariah yang disebut Baitul Mal, Baitul Mal merupakan sebuah lembaga daerah nonstruktural yang diberi kewenangan untuk mengelola dan mengembangkan zakat, wakaf, harta agama dengan tujuan untuk kemaslahatan umat serta menjad wali/wali pengawas terhadap anak yatim piatu dan/atau hartanya serta pengelolaan terhadap harta warisan yang tidak ada wali berdasarkan syariat islam (Qanun Aceh No 10 Tahun 2007).

Baitul Mal saat ini bukan hanya menyalurkan zakat tersebut dalam bentuk zakat konsumtif saja atau dengan kata lain habis untuk memenuhi kebutuhan hidup, sekarang Baitul Mal telah mengelola zakat tersebut untuk dapat digunakan kedalam bentuk modal usaha atau disebut zakat produktif, istilah zakat produktif terdapat dalam Undang-Undang No 38 Tahun 1999 tentang pengelolaan zakat, istilah tersebut dimaksudkan agar sebagian dana zakat yang dihimpun oleh Baitul Mal dapat disalurkan dalam bentuk pola zakat produktif selain dalam bentuk konsumtif saja sesuai ketentuan syariat.

Dalam Qanun No 10 Tahun 2007 juga telah diatur tentang keberadaan Baitul Mal Provinsi Aceh sebagai sebuah lembaga yang mengelola zakat secara produktif, berdasarkan Qanun tersebut Baitul Mal Provinsi Aceh memiliki misi untuk mendistribusikan zakat dan sekaligus berkontribusi meningkatkan pendapatan mustahik (penerima zakat) melalui zakat yang didistribusikan, baik berupa bantuan modal kerja atau lebih dikenal dengan zakat produktif sehingga dengan demikian zakat yang diberikan Baitul Mal menjadi sumber permodalan bagi masyarakat tersebut, dalam teori produksi zakat produktif merupakan salah satu faktor produksi yaitu modal, modal adalah sebuah alat yang mampu meningkatkan produksi barang dan jasa yang mereka butuhkan sehingga dengan adanya modal mampu meningkatkan usaha mereka karena modal tersebut memiliki peranan penting dalam mendorong kapasitas produksi dan peningkatan penjualan.

Usaha pemerintah dalam mengatasi masalah permodalan melalui Baitul Mal ini merupakan usaha yang sangat penting karena Baitul Mal mampu berkontribusi cukup baik dalam mengembangkan usaha mikro saat ini, berdasarkan hasil pengamatan awal pada Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat menunjukkan kontribusi yang cukup baik dalam mengembangkan usaha mikro di Kecamatan Johan Pahlawan melalui programnya zakat produktif dengan kontribusi mencapai 11.83 persen pertahunnya dengan jumlah realisasi dana hampir mencapai 2 milyar pertahunnya, walau hanya 11.83 persen kontribusi yang diberikan Baitul Mal namun hal tersebut sudah sangat membantu masyarakat yang ada di Kecamatan Johan Pahlawan

dalam mengembangkan usaha usahanya, untuk lebih jelasnya kontribusi yang diberikan Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat dalam rangka meningkatkan usaha mikro dapat dijelaskan pada Tabel 2 berikut ini:

Tabel 2
Penyaluran Zakat Produktif Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat Terhadap Usaha Mikro di Kecamatan Kota Meulaboh Tahun 2008 – 2017

No	Tahun	Jumlah Penerima (Kelompok)	Jumlah Realisasi Dana (Rp)
1	2008	35	98.000.000
2	2009	38	121.600.000
3	2010	40	154.000.000
4	2011	45	202.500.000
5	2012	48	237.600.000
6	2013	55	324.500.000
7	2014	57	379.050.000
8	2015	60	429.000.000
9	2016	63	475.650.000
10	2017	66	524.700.000
11	2018	70	525.350.000
12	2019	72	532.350.000

Sumber: Baitul Mal Aceh Barat, 2020

Berdasarkan Tabel 2 terlihat bahwa kontribusi penyaluran zakat produktif yang dilakukan Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat terhadap perkembangan usaha mikro masyarakat Kecamatan Johan Pahlawan mengalami peningkatan yang lumayan besar setiap tahunnya, pada tahun 2008 berjumlah sebanyak 35 orang dengan jumlah realisasi dana sebesar Rp. 98.000.000, kemudian pada tahun 2010 berjumlah sebanyak 38 orang dengan jumlah realisasi dana sebesar Rp. 121.600.000, tahun 2010 jumlah penerima sebanyak 40 orang dengan jumlah realisasi dana sebesar Rp. 154.000.000. Tahun selanjutnya tahun 2011 jumlah penerima sebanyak 45 orang dengan jumlah realisasi dana sebesar Rp. 202.500.000, tahun 2012 sebanyak 48 orang dengan jumlah realisasi dana sebesar Rp. 237.600.000, berikutnya pada tahun 2013 jumlah penerima sebanyak 55 orang dengan jumlah realisasi dana Rp. 324.500.000 kemudian pada tahun 2014 sebanyak 57 orang dengan jumlah realisasi dana Rp. 379.050.000, tahun 2015 jumlah penerima bantuan sebanyak 60 orang dengan jumlah realisasi dana Rp. 429.000.000, berikutnya tahun 2016 sebanyak 63 orang dengan realisasi dana Rp. 475.650.000, dan tahun 2019 jumlah penerima sebanyak 72 orang dengan realisasi dana sebesar Rp. 532.350.000

Sehingga keberadaan Baitul Mal sangat diperlukan untuk pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) saat ini, karena kita tahu bahwa UMKM menjadi salah satu pendorong pertumbuhan perekonomian serta merupakan lapangan usaha yang

mampu menyerap tenaga kerja. Oleh karena terminimalisir nantinya, namun adakala sering kali UMKM tersebut masih mengalami kendala dalam perkembangannya terutama mengenai permodalan, untuk itu dengan terbatasnya permodalan tersebut Pemerintah Aceh melalui Baitul Mal mencoba memberikan alternatif pembiayaan untuk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dengan syarat yang lebih syariah dibanding Bank Konvensional yang lebih mengikat, karena selama ini masyarakat masih memakai pihak Bank dan Koperasi sebagai pembiayaan modal usaha mereka yang padahal justru menyulitkan mereka.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis melakukan suatu penelitian dengan judul **‘Kontribusi Pengelola Zakat Ummat Terhadap Perkembangan Usaha UMKM Di Kabupaten Aceh Barat. (Studi Kasus Kecamatan Kota Meulaboh).**

Tinjauan Pustaka

Pengertian Kontribusi

Kontribusi adalah suatu keterlibatan yang dilakukan oleh seseorang yang kemudian memposisikan dirinya terhadap peran dalam keluarga sehingga memberikan dampak yang kemudian dinilai dari aspek sosial dan aspek ekonomi.. Kontribusi adalah keikutsertaan, keterlibatan, melibatkan diri maupun sumbangan. Berarti dalam hal ini kontribusi dapat berupa materi atau tindakan. Hal yang bersifat materi misalnya seorang individu memberikan pinjaman atau sumbangan baik berupa dana maupun peralatan-peralatan yang memang mampu membantu orang tersebut dan orang lain yang membutuhkan demi kebaikan bersama. Kontribusi dalam pengertian sebagai tindakan yaitu berupa perilaku dan pertolongan individu maupun kelompok yang kemudian memberikan dampak positif terhadap pihak lainnya. Sebagai contoh seseorang melakukan kerja bakti di daerah rumahnya demi menciptakan suasana nyaman di daerah tempat dia tinggal sehingga memberikan dampak positif bagi penduduk maupun pendatang. Dengan kontribusi berarti individu tersebut juga berusaha meningkatkan efisiensi dan efektifitas hidupnya.

Peran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)

Keberadaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam perekonomian Indonesia memiliki sumbangan yang sangat baik dalam menciptakan lapangan kerja, menyediakan barang dan jasa, serta pemerataan usaha untuk mendistribusikan pendapatan nasional. Posisi UMKM dalam pembangunan ekonomi nasional menjadi sangat penting, karena selama krisis yang melanda Indonesia terbukti hanya UMKM yang dapat bertahan dalam krisis tersebut. Dalam perekonomian Indonesia UMKM merupakan kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar dan terbukti tahan terhadap berbagai macam goncangan krisis ekonomi.

Menurut Tambunan (2013, h. 66) mengatakan ada beberapa kriteria yang digunakan untuk mendefinisikan pengertian dan kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Pengertian UMKM tersebut adalah:

- a. Usaha mikro adalah usaha produktif milik perorangan yang biasanya belum punya badan hukum, serta skala usahanya masih kecil, yang bergerak di bidang industri, dagang ataupun jasa. Kriteria usaha mikro yaitu usaha yang memiliki aset maksimal Rp 50 Juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, memiliki omset penjualan tahunan maksimal sebanyak Rp. 300 Juta.
- b. Usaha kecil adalah usaha produktif yang berdiri sendiri, baik sudah memiliki badan hukum maupun belum, yang dilakukan oleh orang atau perseorangan yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang usahanya memiliki aset lebih dari Rp 50 Juta sampai dengan Rp 500 Juta tidak termasuk

bangunan dan tempat usaha dan memiliki omset penjualan lebih dari Rp 300 Juta sampai dengan Rp 2,5 Milyar pertahunnya.

- c. Usaha menengah adalah usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perseorangan 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 yang memiliki aset lebih dari Rp 500 Juta sampai dengan Rp 10 Milyar tidak termasuk bangunan dan tempat usaha dan memiliki omset penjualan lebih dari Rp 2,5 Milyar sampai Rp 50 Milyar pertahunnya.

Pengertian Baitul Mal

Baitul Mal berasal dari bahasa arab *bait* yang artinya rumah, dan *al-mal* yang berarti harta. Jadi secara etimologis (*ma'na lughawi*) Baitul Mal berarti rumah untuk mengumpulkan dan menyimpan harta. Secara terminologis (istilah), Baitul Mal adalah sebuah departemen tempat penampungan keuangan negara dan dari sanalah semua kebutuhan keuangan negara akan dibelanjakan, baik untuk keperluan pemerintah seperti pembangunan sarana infrastruktur maupun keperluan rakyat seperti bantuan modal dan sosial. Jadi, secara umum Baitul Mal mempunyai pengertian sebagai sebuah lembaga atau pihak yang diberi kewenangan untuk mengelola dan mengembangkan zakat, wakaf, harta agama dengan tujuan untuk kemaslahatan umat serta menjadi wali/wali pengawas terhadap anak yatim piatu dan/atau hartanya serta mengelola terhadap harta warisan yang tidak ada wali berdasarkan syari'at Islam. (Qanun Aceh Nomor 10 Tahun 2008)

Setiap harta baik tanah, bangunan, barang tambang, uang, komoditas perdagangan maupun harta benda lainnya dimana kaum muslimin berhak memilikinya sesuai hukum syara' dan tidak ditentukan individu pemiliknya, walaupun telah ada pihak yang berhak menerimanya, maka secara hukum harta-harta itu adalah hak milik Baitul Mal, yakni sudah dianggap sebagai pemasukan bagi Baitul Mal. Secara hukum, harta-harta itu adalah milik Baitul Mal, baik yang benar-benar masuk ke dalam tempat penyimpanan Baitul Mal maupun yang belum. Demikian pula setiap harta yang wajib dikeluarkan untuk orang-orang yang berhak menerimanya atau untuk merealisasikan kemaslahatan kaum muslimin, atau untuk biaya penyebarluasan dakwah adalah harta yang dicatat sebagai pengeluaran Baitul Mal, baik telah dikeluarkan secara nyata maupun yang masih berada dalam tempat penyimpanan Baitul Mal itu sendiri. (Soemitra, 2014:30)

Soemitra (2014:36) mengatakan sebagai sebuah lembaga penghimpun serta penyaluran Zakat Infaq dan Shadaqah (ZIS) Baitul Mal mempunyai fungsi dan kewenangan sebagai berikut:

- 1) Mengurus dan mengelola zakat, wakaf, dan harta agama. Baitul Mal berwenang mengurus dan mengelola zakat dari masyarakat yang dikelola oleh Badan Amil Zakat (BAZ) selaku pengelola zakat selanjutnya apabila zakat yang telah terkumpul mencapai target akan disalurkan kepada para golongan golongan yang berhak menerima zakat seperti: fakir, miskin, ibnu sabil, hamba sahaya, amil, mu'alaf, fishabilillah, gharim, dan yang lainnya yang dianggap berhak menjadi penerima zakat, pengelolaan harta waqaf yaitu mengelola dan mengurus harta milik orang yang mewaqafkan (*waqif*) hartanya di jalan Allah untuk digunakan kemaslahatan umat begitupun dengan harta agama yang menjadi hartanya umat dan dikelola untuk kemaslahatan umat islam.
- 2) Melakukan pengumpulan, penyaluran dan pendayagunaan zakat. Baitul Mal akan menghimpun dana-dana dari masyarakat (*muzakki*) dalam bentuk zakat mal dan zakat fitrah yang dikelola oleh Badan Amil Zakat (BAZ) selanjutnya BAZ menyalurkan zakat tersebut baik kedalam konsumtif dan produktif sesuai syarat yang telah ditentukan, dalam pendayagunaan zakat adalah menyalurkan bantuan modal usaha, beasiswa pendidikan

- bahkan perbaikan sarana-sarana tempat ibadah.
- 3) Melakukan sosialisasi zakat, wakaf dan harta agama lainnya. Untuk menarik para pembayar zakat (*muzakki*) Baitul Mal melakukan sosialisasi tentang pentingnya berzakat baik kepada anak-anak, orang dewasa maupun orang tua, hal ini bertujuan menarik simpati masyarakat tentang pentingnya masyarakat berzakat sebagai upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat tersebut.
 - 4) Menjadi wali terhadap anak yang tidak mempunyai lagi wali nasab, wali pengawas terhadap wali nashab, dan wali pengampu terhadap orang dewasa yang tidak cakap melakukan perbuatan hukum. Selain menghimpun dan menyalurkan zakat, kewenangan Baitul Mal lainnya adalah sebagai wadah perwalian bagi anak-anak yang tidak memiliki keluarga akibat musibah atau lainnya yang tujuannya adalah sebagai upaya meningkatkan kesejahteraan kehidupan anak tersebut.
 - 5) Menjadi pengelola terhadap harta yang tidak diketahui pemilik atau ahli warisnya berdasarkan putusan Mahkamah Syari'ah. Harta yang tidak diketahui pemiliknya adalah harta yang sudah lama tidak terpakai lagi dan tidak ada pemiliknya, selama setahun dan dikelola oleh Baitul Mal sesuai keputusan Mahkamah Syari'ah untuk dimanfaatkan kemaslahatan umat.
 - 6) Membuat perjanjian kerjasama dengan pihak ketiga untuk meningkatkan pemberdayaan ekonomi umat berdasarkan prinsip saling menguntungkan. Dalam hal ini Baitul Mal juga memiliki program untuk memberdayakan masyarakat baik pemberian modal usaha serta adanya kerjasama dengan pihak ketiga yang tujuannya sebagai upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat yang lebih baik.

Zakat Produktif

Zakat produktif terdiri dari dua kata yakni zakat dan produktif, definisi zakat produktif menurut Hafidhuddin (2012: 7) adalah :

- Bersifat atau mampu menghasilkan (dalam jumlah besar)
- Mendatangkan (memberi hasil, manfaat dan sebagainya) yang menguntungkan dan dipakai secara teratur untuk membentuk unsur-unsur baru
- Mampu menghasilkan terus-menerus

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa zakat produktif adalah jumlah harta tertentu yang wajib dikeluarkan oleh orang yang beragama islam dan diberikan kepada golongan yang berhak menerimanya dengan tujuan agar zakat tersebut mampu menghasilkan terus menerus dan dipakai secara teratur untuk membentuk unsur-unsur baru.

Ditinjau dari segi bahasa, kata zakat mempunyai beberapa arti, yaitu *Albarakatu* (keberkahan), *Al Namaa* (pertumbuhan dan perkembangan), *Ash Shalahu* (keberesan), dan *Ath Thaharatu* (kesucian), sedangkan secara istilah, meskipun para ulama mengemukakannya dengan redaksi yang agak berbeda antara satu dengan yang lainnya, akan tetapi pada prinsipnya sama, yaitu bahwa zakat itu adalah bagian dari harta dengan persyaratan tertentu, yang Allah SWT mewajibkan kepada pemiliknya, untuk diserahkan kepada yang berhak menerimanya, dengan persyaratan tertentu pula, sedangkan produktif menurut istilah adalah menghasilkan, mengembangkan dan menciptakan. Maka dapat kita jelaskan bahwa yang dimaksud zakat produktif adalah zakat yang penyalurannya didayagunakan sebagai tambahan modal usaha bagi mustahik (penerima zakat) dalam meningkatkan hasil usahanya agar meningkatkan kesejahteraannya. (Qanun Aceh Nomor 10 Tahun 2008)

Istilah Zakat Produktif terdapat dalam Undang-Undang No.38 Tahun 1999 tentang pengelolaan zakat. Istilah tersebut dimaksudkan agar sebagian dana zakat dapat disalurkan dengan pola produktif, selain disalurkan dalam bentuk konsumtif, kepada delapan asnaf

(penerima) zakat. Dalam Qanun No.10 Tahun 2008 juga telah diatur tentang keberadaan Baitul Mal sebagai lembaga yang mengelola zakat secara produktif. Berdasarkan Qanun tersebut, Baitul Mal memiliki misi untuk mendistribusikan zakat dan sekaligus meningkatkan pendapatan mustahik (penerima zakat) melalui zakat yang didistribusikannya, dengan demikian zakat yang diberikan oleh Baitul Mal merupakan modal bagi mustahik untuk meningkatkan pendapatannya.

Kontribusi Baitul Mal Aceh dalam Mengimplementasikan Zakat Produktif Terhadap Perkembangan UMKM

Baitul Mal Provinsi Aceh adalah sebuah lembaga zakat yang sampai saat ini telah menjadi lembaga permanen yang berfungsi sebagai pemungut, penyalur dan pengawal harta zakat. Adapun struktur organisasi dan mekanisme kerja mengikuti pola sebagaimana ditetapkan dalam Qanun No.7/2004, No.10/2007 dan keputusan Gubernur No.18/2003. Pada dasarnya eksistensi Baitul Mal adalah sebagai mitra kerja kepala daerah atau kepala pemerintahan tingkat Gubernur untuk pendayagunaan harta zakat. Dalam masalah ini pengurus Baitul Mal bertanggung jawab kepada Gubernur. Dengan demikian pemerintah senantiasa menerima laporan langsung dari pengurus Baitul Mal. (Nurlaila, 2013:178) Implementasi pendayagunaan zakat produktif di Baitul Mal Provinsi Aceh dibentuk dalam satu badan khusus, yaitu Unit Pengelolaan Zakat Produktif (UPZP), yang merupakan unit tersendiri di bawah bidang pemberdayaan harta agama yang tugas pokoknya untuk pemberdayaan ekonomi kaum dhuafa. Kepengurusannya ditetapkan dalam surat keputusan kepala Baitul Mal Aceh No:12/SK/BMP-NAD/X/2006. Adapun bentuk-bentuk zakat produktif yang disalurkan oleh Baitul Mal Provinsi Aceh adalah sebagai berikut; *a*) bantuan modal uang tunai (*cash money*). Bantuan ini disalurkan dalam bentuk uang tunai dari dana zakat yang disalurkan melalui bantuan modal usaha kepada keluarga miskin. Aqad yang digunakan dalam penyaluran bantuan ini adalah qardhul hasan, yaitu bantuan pinjaman kebajikan tanpa faedah dan mustahik (peminjam) hanya mengembalikan modalnya saja; dan *b*) bantuan dalam bentuk barang. Bantuan ini diberikan oleh pihak Baitul Mal dalam bentuk barang yang diperlukan oleh mustahik, sesuai dengan keahlian mereka masing-masing. Adapun aqad yang digunakan dalam penyaluran ini adalah qardhul hasan, di mana modal pembelian diangsur sampai lunas dalam tempo waktu dua atau tiga tahun, dan setelah lunas becak tersebut menjadi milik mustahik. Dengan pemberian becak tersebut, para mustahik diharapkan akan mampu memenuhi kebutuhan hidupnya, sehingga mereka dapat berhasil dan bisa mandiri nantinya. (Nurlaila, 2013: 171)

Metode Penelitian

Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup dalam penelitian ini adalah kontribusi Baitul Mal terhadap perkembangan lapangan usaha mikro di Kecamatan Kota Meulaboh Kabupaten Aceh Barat pada Tahun 2008-2017.

Model Analisis Data

Untuk menganalisis data yang diperoleh, penulis menggunakan model analisis kontribusi yaitu suatu alat analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi yang dapat disumbangkan oleh Baitul Mal terhadap perkembangan lapangan usaha mikro di Kecamatan Kota Meulaboh Kabupaten Aceh Barat. Rumus yang digunakan untuk menghitung kontribusi Ardhiyan Syah (2005:52) sebagai berikut :

$$P_n = \frac{QX_n}{QY_n} \times 100\%$$

Di mana :

P_n : Kontribusi Baitul Mal

QX_n : Realisasi dana Baitul Mal

QY_n : Jumlah penerima bantuan modal usaha Baitul Mal

n : Tahun (Periode Tertentu)

Dengan analisis ini akan mendapatkan seberapa besar kontribusi Baitul Mal terhadap perkembangan lapangan usaha mikro di Kabupaten Aceh Barat dengan membandingkan analisis tersebut dari tahun ke tahun selama 10 tahun sehingga akan mendapatkan hasil analisis yang berfluktuasi dari kontribusi tersebut dan akan diketahui kontribusi terbesar dan yang terkecil dari tahun ke tahun. Sehingga dapat diketahui seberapa besar peran Baitul Mal dalam menyumbang kontribusi terhadap perkembangan lapangan usaha mikro di Kecamatan Kota Meulaboh Kabupaten Aceh Barat.

Menurut Ardhiyansyah (2005:52) standar efektivitas kontribusi Baitul Mal terhadap perkembangan lapangan usaha mikro di Kecamatan Kota Meulaboh Kabupaten Aceh Barat dapat diketahui dengan memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. Hasil pencapaian tingkat di atas 16 % tinggi
2. Hasil pencapaian tingkat antara 10 % - 15 % sedang
3. Hasil pencapaian tingkat antara 4% - 9% cukup
4. Hasil pencapaian tingkat di bawah 3 % rendah

Hasil dan Pembahasan

Pengumpulan Dana Zakat, Infaq dan Shadaqah (ZIS)

Tabel 3
Pengumpulan Dana Zakat, Infaq dan Shadaqah (ZIS) di Kabupaten Aceh Barat pada Tahun 2008 – 2019

Sumber Dana (Rp)			
Tahun	Zakat	Infaq	Harta Keagamaan
2008	9.850.000.000	850.500.000	55.000.000
2009	10.200.000.000	870.400.000	58.500.000
2010	10.250.000.000	888.500.000	60.000.000
2011	10.265.000.000	900.000.000	62.500.000
2012	10.270.000.000	930.000.000	63.000.000
2013	10.350.000.000	1.250.000.000	75.500.000
2014	10.420.000.000	1.276.000.000	76.800.000
2015	10.750.000.000	1.300.000.000	79.500.000
2016	11.500.000.000	1.342.000.000	80.300.000
2017	11.800.500.000	1.450.500.000	81.580.000
2018	12.116.000.000	1.592.000.000	83.360.000
2019	12.886.000.000	2.342.000.000	84.820.000

Sumber : Baitul Mal Aceh Barat, 2020

Berdasarkan Tabel 3 dapat dijelaskan bahwa pengumpulan dana Zakat, Infaq dan Shadaqah (ZIS) tahun 2008 jumlah dana yang terkumpul sebesar Rp. 10.755.500.000, berikutnya di tahun 2009 jumlah dana ZIS yang terkumpul sebesar Rp. 11.128.900.000,

tahun 2010 jumlah dana ZIS yang terkumpul sebesar Rp. 11.198.500.000, selanjutnya tahun 2011 jumlah dana ZIS sebesar Rp. 11.227.500.000, tahun 2012 jumlah dana ZIS yang terkumpul sebesar Rp. 11.263.000.000, pada tahun 2013 jumlah dana ZIS sebesar Rp. 11.675.500.000, kemudian tahun 2014 jumlah dan ZIS yang terkumpul sebesar Rp. 11.772.800.000, tahun berikutnya yaitu tahun 2015 jumlah dana ZIS sebesar Rp. 12.129.500.000, tahun 2016 jumlah dana ZIS sebesar Rp. 12.922.300.000, berikutnya pada tahun 2017 jumlah dana ZIS yang terkumpul sebesar Rp. 13.332.580.000. Untuk tahun 2018 dan tahun 2019 jumlah zakat, infaq dan harta keagamaan yang terkumpul masing-masing adalah sebesar Rp. 12.116.000.000, Rp. 1.592.000, Rp. 83. 360.000 dan Rp. 12.886.000.000, Rp. 2.342.000.000 dan Rp. 84.820.000.

Kontribusi Baitul Mal Aceh Barat Terhadap Perkembangan Lapangan Usaha Mikro di Kecamatan Kota Meulaboh Tahun 2008–2017

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan di lapangan adapun tingkat kontribusi Baitul Mal terhadap perkembangan lapangan usaha mikro di Kecamatan Kota Meulaboh Kabupaten Aceh Barat sangat bervariasi antara 8 sampai 12 persen dari setiap tahunnya, kontribusi yang diberikan Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat berupa bantuan tunai yang disalurkan kepada penerima bantuan, untuk lebih jelasnya mengenai kontribusi Baitul Mal terhadap perkembangan usaha mikro di Kecamatan Johan Pahlawan pada tahun 2008–2019 seperti yang tertera pada Tabel 4 di bawah ini:

Tabel 4

Kontribusi Baitul Mal Terhadap Perkembangan Lapangan Usaha Mikro di Kecamatan Kota Meulaboh Kabupaten Aceh Barat Tahun 2008 – 2019

Tahun	Realisasi Dana Per/Kelompok (Rp)	Jumlah Penerima (Kelompok)	Kontribusi (%)
2008	2.800.000	35	8.00
2009	3.200.000	38	8.42
2010	3.850.000	40	9.62
2011	4.500.000	45	10.00
2012	4.950.000	48	10.31
2013	5.950.000	55	10.81
2014	6.650.000	57	11.66
2015	7.150.000	60	11.91
2016	7.550.000	63	11.98
2017	7.950.000	66	12.04
2018	7.505.000	70	10.72
2019	7.393.750	72	10.27
Rata -Rata	5.787.396	54	9.82

Sumber: Baitul Mal, Tahun 2018

Berdasarkan perhitungan Tabel 4 dapat dilihat bahwa kontribusi Baitul Mal terhadap perkembangan usaha mikro di Kecamatan kota Meulaboh Kabupaten Aceh Barat tahun 2008 sampai 2017 mengalami kenaikan yang signifikan antara 8.00 persen sampai dengan 12.04 persen. Kontribusi terbesar terjadi pada tahun 2017 yaitu sebesar 12.04 persen dan kontribusi terendah terjadi pada tahun 2008 yaitu sebesar 8.00 persen.

Pada tahun 2008 kontribusi Baitul Mal terhadap perkembangan usaha mikro mencapai 8.00 persen dengan penilaian standar efektivitas kontribusi yaitu berkategori cukup, kemudian pada tahun 2009 kontribusi Baitul Mal mencapai sebesar 8.42 persen dengan penilaian standar efektivitas kontribusi yaitu berkategori cukup, tahun selanjutnya yaitu pada tahun 2010 kontribusi Baitul Mal terhadap perkembangan usaha mikro mencapai sebesar 9.62 persen dengan penilaian standar efektivitas kontribusi yaitu berkategori cukup, pada tahun 2011 kontribusi Baitul Mal mencapai sebesar 10.00 persen dengan penilaian standar efektivitas kontribusi yaitu berkategori sedang, selanjutnya pada tahun 2012 kontribusi Baitul Mal mencapai sebesar 10.31 persen dengan penilaian standar efektivitas kontribusi yaitu berkategori sedang, berikutnya pada tahun 2013 kontribusi Baitul Mal terhadap perkembangan usaha mikro mencapai sebesar 10.81 persen dengan penilaian standar efektivitas kontribusi yaitu berkategori sedang.

Pada tahun 2014 kontribusi Baitul Mal mencapai sebesar 11.66 persen dengan penilaian standar efektivitas kontribusi yaitu berkategori sedang, berikutnya tahun 2015 kontribusi yang dilakukan Baitul Mal mencapai sebesar 11.91 dengan penilaian standar efektivitas kontribusi yaitu berkategori sedang, pada tahun 2016 kontribusi Baitul Mal mencapai sebesar 11.98 persen dengan penilaian standar efektivitas kontribusi yaitu berkategori sedang, dan pada tahun 2017 kontribusi Baitul Mal terhadap perkembangan usaha mikro mencapai sebesar 12.04 persen dengan penilaian standar efektivitas kontribusi yaitu berkategori sedang.

Untuk tahun 2018 dan 2019 kontribusi Baitul Mal terhadap perkembangan usaha mikro di Kecamatan kota Meulaboh hanya sebesar 10,72 persen dan 10,27 persen, sehingga bila dihitung standar efektivitasnya berada pada kategori sedang.

Kontribusi yang diberikan oleh Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat periode 2008 sampai 2019 hanya sekitar 9,82 persen sehingga memperlihatkan peningkatan yang berarti setiap tahunnya hal ini membuktikan bahwa dengan adanya kontribusi Baitul Mal maka tingkat perkembangan usaha mikro di Kecamatan Kota Meulaboh terus mengalami kenaikan dari tahun ke tahun walaupun hanya 9,82 persen dari jumlah usaha mikro di Kecamatan Johan Pahlawan.

Berdasarkan kontribusi yang signifikan diberikan oleh Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat terhadap usaha mikro di Kecamatan kota Meulaboh adalah program usaha dagang/kios kecil, usaha jualan kue dan usaha rumah tangga yang setiap tahunnya terjadi peningkatan, kontribusi yang sangat paling besar yang diberikan Baitul Mal berada pada usaha jualan kue yang mengalami kenaikan yang lumayan besar tiap tahunnya, kemudian disusul usaha kios kecil dan usaha rumah tangga, hal ini membuktikan bahwa program unggulan tersebut mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan pertumbuhan lapangan kerja bagi masyarakat kecil sehingga secara tidak langsung akan mengurangi tingkat pengangguran di Kabupaten Aceh Barat.

Simpulan

Dari hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, maka yang menjadi simpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Baitul Mal Aceh Barat memberikan kontribusi secara signifikan terhadap perkembangan usaha mikro di Kecamatan kota Meulaboh, hal ini dilihat dari kontribusinya yang setiap tahunnya terjadi peningkatan yang lumayan besar antara 8,00 persen sampai dengan 12,04 persen, Kontribusi terbesar terjadi di tahun 2017 sebesar 12,04 persen, sedangkan kontribusi terendah terjadi di tahun 2008 sebesar 8,00 persen, rendahnya kontribusi zakat produktif di tahun 2008 tersebut disebabkan kurangnya jumlah pengumpulan Zakat, Infaq dan Shadaqah (ZIS) serta kurangnya sumbangan pihak swasta maupun perusahaan yang ada di Kabupaten Aceh Barat. Dan Kontribusi yang

diberikan oleh Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat periode 2008 sampai 2019 hanya sekitar 9,82 persen, hal ini membuktikan bahwa adanya kontribusi Baitul Mal terhadap tingkat perkembangan usaha mikro di Kecamatan kota Meulaboh.

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini, maka saran-saran yang dapat diajukan disini antara lain: Bagi Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat disarankan untuk terus meningkatkan kontribusinya bagi perkembangan lapangan usaha masyarakat miskin yang ada di Kabupaten Aceh Barat sehingga tingkat kemiskinan dapat diatasi dan dihilangkan. Dan Bagi pemerintah Kabupaten Aceh Barat disarankan bahwa tidak hanya lembaga Bank dan koperasi saja yang menjadi sumber permodalan bagi usaha masyarakat Kabupaten Aceh Barat, namun melalui Baitul Mal ini di harapkan mampu menjadi *leading sector* yang berperan aktif dalam meningkatkan usaha masyarakat terutama pemberian akses permodalan yang sangat meringankan masyarakat miskin dan tidak mampu. Serta Bagi penulis selanjutnya telah disebutkan bahwa masih terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, saran yang dapat dipertimbangkan untuk penelitian yang akan datang agar menggunakan observasi yang lebih banyak serta menggunakan metode baru dalam menganalisisnya.

Daftar Pustaka

- Ahira. (2012). *Teori Pengantar Makro Ekonomi*. Jakarta: Raja Grofindo Persada.
- Budiyuwono, Nugroho. (2005). *Pengantar Statistik Ekonomi dan Perusahaan*, Yogyakarta: UPP-AMP YKPN.
- Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat. (2018). *Tentang Penyaluran Zakat Produktif*.
- Kuncoro, Mudrajad. (2012) *Ekonomika Industri Indonesia*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Khairani, Miftahul. (2014). “Zakat Produktif dan Perannya Terhadap Perkembangan UMKM (Studi pada LAZ El-Zawa UIN Maulana Malik Ibrahim, Malang)”, *Jurnal Ilmiah*. Vol. 3 No. 3.
- Laila, Nur. (2016). “Tingkat Keberhasilan Program Pendayagunaan Zakat Produktif pada Baitul Mal Provinsi Aceh”. *Jurnal Ilmiah*. Vol 11 No.1.
- Ramly, Royyan. (2011). “Peran Baitul Mal Provinsi Aceh dalam Pendayagunaan Zakat Produktif Terhadap Mustahik Zakat”, Banda Aceh, *Jurnal Ilmiah*. Vol. 11 No. 11.
- Satria, Eka. (2011). “Kontribusi Pembiayaan Murabahah Jenis Bakulan dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Studi Kasus pada BMT El-Syifa Jakarta Selatan)”, Jakarta, *Jurnal Ilmiah*. Vol.4 No. 4
- Suyahya, Indra. (2015). “Baitul Mal Wal Tamwil Sebagai Alternatif Bantuan Permodalan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Studi Kasus pada BMT El- Syifa Jakarta Selatan)”, Jakarta, *Jurnal Ilmiah*. Vol. 4 No. 4.
- Soemitra, Andri. (2014). *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana.

Tambunan, Mangara & Djaimi Bakce. (2011). *Rekontruksi Strategi Industrilisasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Tambunan, Mangara. (2013). *UMKM Indonesia*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Undang–Undang Nomor 23 Tahun 2011. *Tentang Pendayagunaan Zakat Produktif*

Qanun Aceh Nomor 10 Tahun 200 *Tentang Pembentukan Baitul Mal*