

ANALISIS STRATEGI PEMBIAYAAN MUDHARABAH DALAM PEMBERDAYAAN USAHA (STUDI BTM AMANAH BANGUNREJO)

Budi Suharto¹, Agus Hermanto², Anang Wahyu Eko Setianto³

STAI Al Ma'arif Kalirejo, Lampung Tengah, Lampung, Indonesia¹

UIN Raden Intan Lampung, Lampung, Indonesia²

STAINU Pacitan, Jawa Timur, Indonesia³

gusher.sulthani@radenintan.ac.id²

anangwahyuekosetyanto@gmail.com³

ABSTRACT

BMT (Baitul Maal Wat Tamwil) is a microfinance institution that serves as an intermediary between capital owners and recipients of capital. Therefore, the role of BMT needs to be further enhanced according to its function in collecting and distributing public funds, especially by paying more attention to financing to the productive economic sector, one of which is mudharabah financing. In this case, mudharabah financing is one of the financing used by BTM (Baitul Tamwil Muhammadiyah) Amanah Bangunrejo which is given to micro entrepreneurs in increasing their business. The problems discussed in this study are how is the mudharabah financing strategy in BTM Amanah Bangunrejo? And can the mudharabah financing strategy at BTM Amanah Bangunrejo empower businesses?. The purpose of this study is to describe and analyze the mudharabah financing strategy in empowering micro-enterprises. This research is descriptive qualitative, which describes and analyzes the problems raised. The data analysis technique in this study used descriptive qualitative data analysis. While the data collection techniques in this study used observation, interviews, and document retrieval. Based on the research, BTM Amanah Bangunrejo uses a business analysis strategy, a capital agreement and provision strategy, and a mentoring strategy. The mudharabah financing strategy has not been maximized in empowering micro-enterprises. Therefore, the researcher suggests that BTM Amanah Bangunrejo is more optimal in implementing the mudharabah financing strategy.

Keywords: BMT, Mudharabah Financing Strategy, Micro-enterprise

ABSTRAK

BMT (*Baitul Maal Wat Tamwil*) merupakan lembaga keuangan mikro yang bertugas sebagai intermediasi antara pemilik modal dengan penerima modal. Oleh karena itu peranan BMT perlu lebih ditingkatkan sesuai fungsinya dalam menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat, khususnya dengan lebih memperhatikan pembiayaan kepada sektor perekonomian produktif salah satunya dengan pembiayaan *mudharabah*. Dalam hal ini pembiayaan *mudharabah* merupakan salah satu pembiayaan yang digunakan oleh BTM (*Baitul Tamwil Muhammadiyah*) Amanah Bangunrejo yang diberikan kepada pengusaha mikro dalam meningkatkan usahanya. Adapun permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi pembiayaan *mudharabah* yang ada pada BTM Amanah Bangunrejo ? Dan apakah strategi pembiayaan *mudharabah* pada BTM Amanah Bangunrejo dapat memberdayakan usaha ?. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mendeskripsikan dan menganalisis strategi pembiayaan *mudharabah* dalam memberdayakan usaha mikro. Penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, yaitu menggambarkan dan menganalisis permasalahan yang dikemukakan. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis data kualitatif deskriptif. Sedang teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan observasi, wawancara, dan pengambilan dokumen. Berdasarkan penelitian, BTM Amanah Bangunrejo menggunakan strategi analisa usaha, strategi perjanjian dan pemberian modal, dan strategi pendampingan. Strategi pembiayaan *mudharabah* belum maksimal dalam memberdayakan usaha mikro. Oleh karena itu, peneliti menyarankan agar BTM Amanah Bangunrejo lebih maksimal dalam menerapkan strategi pembiayaan *mudharabah*.

Kata Kunci: BMT, Strategi Pembiayaan *Mudharabah*, Usaha mikro.

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Baitul mal wa tamwil adalah lembaga keuangan mikro yang dioperasikan dengan prinsip bagi hasil, menumbuh kembangkan bisnis usaha mikro dan kecil dalam rangka mengangkat martabat dan serta membela kepentingan kaum fakir miskin. Secara konseptual, BMT memiliki dua fungsi *Baitul Tamwil* (*bait* = rumah, *at tamwil* = pengembangan harta). Jadi BMT adalah balai usaha mandiri terpadu yang isinya berintikan *bayt al-mal wa al-tamwil* dengan kegiatan mengembangkan usaha-usaha proktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas

kegiatan ekonomi pengusaha bawah dan kecil dengan antara lain mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan.¹ *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) merupakan salah satu model lembaga keuangan syariah yang paling sederhana yang saat ini banyak muncul di Indonesia bahkan hingga ribuan BMT, yang bergerak di kalangan masyarakat ekonomi bawah dan berupaya mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam rangka meningkatkan ekonomi bagi pengusaha kecil yang berdasarkan prinsip-prinsip syariah yang kemudian disalurkan melalui pembiayaan-pembiayaan.

Pembiayaan mudharabah merupakan salah satu tonggak ekonomi syariah yang mewakili prinsip Islam untuk mewujudkan keadilan masyarakat melalui sistem bagi hasil. Prinsip utama yang harus dikembangkan oleh bank syariah dalam kaitannya dengan manajemen dana adalah, bahwa bank syariah harus mampu memberikan bagi hasil kepada penyimpan dana minimal sama dengan atau lebih besar dari suku bunga yang berlaku di bank konvensional, dan mampu menarik bagi hasil dari debitur lebih rendah daripada bunga yang diberlakukan di bank konvensional.² *Mudharabah* adalah bentuk kerjasama antara dua atau lebih pihak dimana pemilik modal (*shahibul Maal*) mempercayakan sejumlah modal kepada pengelola (*mudharib*) dengan suatu perjanjian keuntungan. Bentuk ini menegaskan kerjasama dengan kontribusi seratus persen modal dari *shahibul maal* dan keahlian dari *mudharib*.³ Pembiayaan *mudharabah* secara tidak langsung adalah sebuah bentuk penolakan terhadap sistem bunga yang diterapkan oleh bank konvensional dalam mencari keuntungan, karena itu pelarangan bunga ditinjau dari ajaran

¹Abdul Aziz, AZ dan Mariyah Ulfah, *KAPITA SELEKTA EKONOMI ISLAM KONTEMPORER* (Bandung: Alfabeta, 2010), 115.

²Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah dari Teori Ke Praktek* (Jakarta: Gema Insani Pers), 196.

³Adrian Sutedi, *Perbankan Syariah: Tinjauan dan Beberapa Segi Hukum* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009), 70.

Islam merupakan perbuatan riba yang diharamkan dalam Al-Quran, sebab larangan riba tersebut bukanlah meringankan beban orang yang dibantu yang dalam hal ini adalah nasabah, melainkan merupakan tindakan yang dapat memperlambat dan memakan harta orang lain.⁴

Pembiayaan *mudharabah* tidak akan berjalan dengan baik apabila tidak menggunakan strategi-strategi yang yang mampu menjalankannya. Karena pembiayaan *mudharabah* ini risikonya sangat besar, karena jika mengalami kerugian maka akan ditanggung bersama oleh kedua pihak yaitu pihak BTM (*Baitul Tamwil Muhammadiyah*) Bangunrejo dan pihak nasabah. Tujuan lembaga keuangan ini adalah untuk memberdayakan usaha mikro agar berkembang. Oleh karena itu, untuk memberdayakan usaha mikro, diperlukan strategi pembiayaan *mudharabah* yang baik. Karena dengan strategi yang baik, akan menentukan berhasil atau tidaknya BTM Amanah Bangunrejo dalam menyalurkan produk *mudharabah*nya. Oleh karena itu, dalam penelitian ini ingin mengetahui dan menganalisis strategi pembiayaan *mudharabah* pada BTM Amanah Bangunrejo. Dan peneliti ingin menganalisis strategi pembiayaan *mudharabah* yang diterapkan BTM Amanah Bangunrejo dalam memberdayakan usaha mikro yang dijanakan nasabah.

2. Kajian Pustaka

a. Strategi

Strategi merupakan sebuah rencana yang luas dari suatu tindakan organisasi untuk mencapai suatu tujuan. Strategi didefinisikan sebagai rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi, yang menghubungkan keunggulan strategi dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan. Menurut Supriyono dari kedua definisi tersebut diatas dapat ditarik

⁴ Yusuf Qardawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam* (Jakarta: Gema Insani Press, 1997), 184.

kesimpulan sebagai berikut: Pertama, Strategi perusahaan adalah suatu kesatuan rencana perusahaan yang terpadu dan diperlukan untuk mencapai tujuan perusahaan. Kedua, Dalam menyusun strategi perlu dihubungkan dengan lingkungan perusahaan karena faktor lingkungan menentukan kekuatan dan kelemahan perusahaan. Strategi adalah alat yang sangat penting untuk mencapai tujuan.⁵ Sedangkan menurut Freddy Rangkuty⁶ strategi adalah perencanaan induk yang komperhensive yang menjelaskan bagaimana mencapai semua tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Strategi dapat dikaitkan dengan konsep manajemen dengan pendekatan 7 P. Adapun penjelasan tentang strategi 7 P adalah sebagai berikut :⁷

1) *Product*

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diamati, disukai dan dibeli untuk memuaskan sesuatu kebutuhan atau keinginan. Produk yang ditawarkan pada pasar global haruslah terstandarisasi sehingga bisa diterima masyarakat dunia secara umum dan juga terdiferensiasi untuk menyesuaikan diri dengan kondisi pasar lokal.

2) *Price*

Harga pada umumnya ditentukan oleh persaingan, biaya produksi dan tujuan perusahaan. Pada pemasaran internasional selain faktor-faktor

⁵ Destri Sonatasia, Onsardi Onsardi, dan Ety Arini, *Strategi Meningkatkan Loyalitas Konsumen Makanan Khas Kota Curup Kabupaten Rejang Lebong*. Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Juni, 2020), 11–25. DOI: <https://doi.org/10.31219/osf.io/r5268>.

⁶ Frredy Rangkuty, *Strategi Promosi yang kreatif dan Analisi kasus* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001), 183.

⁷ Ningsih, K. N. W, Strategi Pemasaran Pembiayaan Mikro Sanitasi Berbasis Akad Murabahah di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Syirkah Fastabiquil Khoirot Cabang. *Muhasabatuna: Jurnal Akuntansi Syariah*, vol. 1, <https://www.iaisyarifuddin.ac.id/ejournal/index.php/muhasabatuna/article/view/704>. (2020). 37–56

penentu harga tersebut, perbedaan pasar nilai tukar, tingkat kesulitan untuk pembayaran lintas negara, efek tarif, pajak pembelian dan aturan pemerintah negara pengimpor juga akan menjadi pertimbangan dalam penentuan harga. Jadi penentuan harga pada bauran pemasaran internasional lebih rumit dibandingkan dengan penentuan harga untuk produk yang difokuskan pada pasar dalam negeri saja.

3) *Promotion*

Promosi merupakan bentuk komunikasi pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, membujuk dan mengingatkan pasar sasaran agar bersedia menerima, dan membeli produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

4) *Place*

Dalam bisnis internasional dimensi place lebih ke arah proses distribusinya dan merupakan tantangan tersendiri bagi pemasar. Masalah yang umum yang terjadi dalam bisnis internasional adalah perusahaan lebih banyak menitikberatkan pada kedekatan saluran distribusi dengan produsen dari pada ke konsumen. Oleh karena itu, pengusaha harus dapat menentukan saluran distribusi yang tepat. Pemilihan itu menurut Wall dan Rees dipengaruhi oleh nilai dan tipe produk, biaya dan kecepatan yang dibutuhkan untuk transportasi, kemudahan manajemen saluran distribusi, dan tindakan pesaing.

5) *People*

Faktor sumber daya manusia sangat menentukan maju atau tidaknya sebuah perusahaan. Tidak dapat dicengkal, bahwa faktor ini sangat berperan penting dalam suatu kemajuan atau kemunduran suatu perusahaan.

6) *Process*

Proses merupakan gabungan semua aktifitas umumnya yang terdiri atas prosedur, jadwal, pekerjaan, mekanisme, aktifitas, dan hal-hal rutin dimana jasa dihasilkan dan disampaikan pada konsumen. Layanan jasa ataupun kualitas produk sangat bergantung pada proses penyampaian jasa kepada konsumen. Mengingat bahwa penggerak perusahaan jasa adalah karyawan itu sendiri, maka untuk menjamin mutu layanan (*quality assurance*), seluruh operasional perusahaan harus dijalankan sesuai dengan sistem dan prosedur yang terstandarisasi oleh karyawan yang terkompetensi, berkomitmen, dan loyal terhadap perusahaan tempatnya bekerja.

7) *Physical Evidence* (bukti fisik perusahaan)

Building merupakan bagian dari bukti fisik, karakteristik yang menjadi persyaratan yang bernilai tambah bagi konsumen dalam perusahaan jasa yang memiliki karakter. Perhatian terhadap interior, perlengkapan bangunan, termasuk *lighting system*, dan tata ruang yang lapang menjadi perhatian penting dan dapat mempengaruhi mood pengunjung.

Adapun strategi dalam ekonomi Islam melihat kepada strategi bisnis yang dijalankan Rasulullah saw. meliputi yaitu :⁸

1) Strategi Operasi

Strategi operasi merupakan strategi untuk mengubah masukan (bahan baku, bahan pendukung, mesin manusia) menjadi keluaran yang bernilai.

2) Strategi Sumber Daya Manusia

Strategi pengembangan sumber daya manusia meliputi: perencanaan dan penarikan sumber daya manusia, pengembangan sumber daya manusia,

⁸ Muhammad Suyanto, *Muhammad Business Strategy and Ethics*, (Yogyakarta: ANDI, 2008), h. 219.

penilaian kinerja sumber daya manusia, pemberian kompensasi dan pemeliharaan SDM.

3) Strategi Keuangan

Strategi ini mencakup penghapusan riba, spekulasi (gharar) maupun perjudian (maisir dalam semua transaksi, peningkatan kekayaan dan pemerataan distribusi pendapatan serta pencapaian masyarakat yang sejahtera dibawah perlindungan Allah.

4) Strategi Pemasaran

a) Strategi Produk

Produk meliputi kualitas, keistimewaan, desain, gaya, keanekaragaman bentuk, merk, kemasan maupun pelayanan.⁹

b) Strategi harga

Strategi harga yang digunakan Nabi Muhammad berdasarkan prinsip suka sama suka, tidak diperkenankan menyaingi harga orang lain tetapi bersaing dalam hal lain seperti kualitas, pelayanan, maupun nilai tambah.¹⁰

c) Strategi distribusi

Proses distribusi harus sesuai dengan peraturan yang telah disepakati bersama dan tidak ada pihak yang dirugikan baik produsen, distributor, agen, penjual eceran, maupun konsumen.¹¹

d) Strategi promosi

Menurut M.Suyanto berpendapat bahwa promosi yang dilakukan Nabi Muhammad lebih menekankan pada hubungan dengan pelanggan,

⁹ Muhammad Saifullah, *Kajian Sejarah: Etika Bisnis dalam Praktik Mal Bisnis Muhammad*, (Jurnal Penelitian Dan Pemikiran Ekonomi Islam, Nomor II/Edisi IINovember 2010). 42-44.

¹⁰ Thorik Gunara dan Utus Hardiono Sudibyo, *Marketing Muhammad*, (Bandung: MadaniA Prima), 63.

¹¹ *Ibid*, h. 64

meliputi berpenampilan menawan, membangun relasi, mengutamakan keberkahan, memahami pelanggan, mendapatkan kepercayaan, memberikan pelayanan yang hebat, menjalin hubungan yang bersifat pribadi dan tanggap terhadap permasalahan.¹²

b. Pembiayaan *Mudharabah*

Pembiayaan *mudharabah* adalah kerjasama antara seorang partner yang memberikan uang kepada partner lain untuk diinvestasikan ke perusahaan komersial. Pihak bank (*mudharib*) berkewajiban memberikan dana 100% kepada nasabah (*shahibul maal*) dan mudharib hanya mengelola usaha yang sudah ditentukan oleh pihak shahibul maal. Pembagian keuntungan akan dibagi berdasarkan kesepakatan pada awal kontrak, sedangkan jika terjadi kerugian akan ditanggung oleh pemilik modal. Pengelola juga bertanggungjawab apabila kerugian itu disebabkan oleh pihak pengelola. *Mudharabah* merupakan akad bagi hasil ketika pemilik dana, bisa disebut shahibul mal/rabbul 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). Pembiayaan *musyarakah* adalah kerjasama dimana dua atau lebih pengusaha bekerjasama sebagai mitra usaha dalam bisnis. Masing-masing pihak.¹³

¹² Muhammad Saifullah, *Kajian Sejarah : Etika Bisnis dalam Praktik Mal Bisnis Muhammad, Jurnal Penelitian Dan Pemikiran Ekonomi Islam*, (Nomor II/Edisi IINovember 2010), h.273.

¹³Nawawi, A., Nurdiansyah, D. H., & Al Qodliyah, D. S. A, Pengaruh Pembiayaan Mudharabah dan Musyarakah Terhadap Profitabilitas (ROA) Pada BPRS HIK Bekasi Kantor Cabang Karawang. *FALAH: Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 3 No. 2, <https://doi.org/10.22219/jes.v3i2.7679> (2018), 96.

Mudharabah secara garis besar dapat dikelompokkan atas dua bagian besar yaitu:

- a. *Mudharabah muqayyadah*, yaitu akad *mudharabah* dimana *shahibul maal* membatasi jenis usaha, waktu dan tempat usaha yang akan dijalankan oleh pengelola dana.
- b. *Mudharabah muthlaqah*, yaitu bentuk kerjasama antara *shahibul maal* dan *mudharib* yang cakupannya sangat luas dan tidak dibatasi oleh spesifikasi jenis usaha dan waktu daerah berbisnis.¹⁴

Adapun dalil dari Al-Qur'an yang tentang *mudharabah* adalah sebagai berikut :

وَأَخْرُونَ يَضْرِبُونَ فِي الْأَرْضِ يَبْتَغُونَ مِنْ فَضْلِ اللَّهِ....

Artinya: “Dan orang-orang yang berjalan di muka bumi mencari sebagian karunia Allah Swt...” (QS. al-Muzammil/73:20)

Sedangkan landasan *mudharabah* dari hadis yaitu telah diriwayatkan oleh Imam Quthni dan perawi-perawi yang dapat dipercaya :

Diriwayatkan dari Shuhaib r.a bahwa Rasulullah Saw. bersabda: “Tiga perkara yang didalamnya terdapat keberkahan, yaitu jual beli tidak tunai (secara kredit), muqaradah (nama lain dari mudharabah), dan mencampur gandum dengan tepung untuk keperluan rumah dan bukan untuk dijual. (HR. Ibnu Majah).

Sedangkan fatwa DSN MUI No.07/DSN-MUI/IV/2000 tentang Pembiayaan *Mudharabah (Qiradh)*. Dalam ketentuan pembiayaan ayat satu dan dua disebutkan “pembiayaan *mudharabah* adalah pembiayaan yang

¹⁴Prasetya, R. A., & Herianingrum, S, Peranan Baitul Maal Wa Tamwil Meningkatkan Usaha Mikro Melalui Pembiayaan Mudharabah. *Jurnal Syarikah : Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 2 No.2, <https://doi.org/10.30997/jsei.v2i2.286> (2016). 252–267.

disalurkan oleh Lembaga Keuangan Syariah (LKS) kepada pihak lain untuk suatu usaha yang produktif. Dalam pembiayaan ini LKS sebagai *shahibul maal* (pemilik dana) membiayai 100% kebutuhan suatu proyek (usaha), sedangkan pengusaha (nasabah) bertindak sebagai *mudharib* atau pengelola usaha".(Ahmad Kamil dan M. Fauzan, 2000, p. 340)

c. Pemberdayaan Usaha

Pemberdayaan menurut Mahidin, mengemukakan bahwa pemberdayaan dapat diartikan sebagai upaya untuk meningkatkan kemampuan seseorang atau kelompok sehingga mampu melaksanakan tugas dan kewenangannya sebagaimana tuntutan kinerja tugas tersebut. Pemberdayaan merupakan proses yang dapat dilakukan melalui berbagai upaya, seperti pemberian wewenang, meningkatkan partisipasi, memberikan kepercayaan sehingga setiap orang atau kelompok dapat memahami apa yang akan dikerjakannya, yang pada akhirnya akan berimplikasi pada peningkatan pencapaian tujuan secara efektif dan efisien. Menurut Rukminto, pemberdayaan yang dilakukan bertujuan pada pemberdayaan bidang ekonomi dan bidang sosial, dengan maksud kelompok sasaran dapat mengelola usahanya, kemudian memasarkan dan membentuk siklus pemasaran yang relatif stabil dan agar kelompok sasaran dapat menjalankan fungsi sosialnya kembali sesuai dengan peran dan tugas sosialnya. Keberdayaan masyarakat merupakan unsur dasar yang memungkinkan suatu masyarakat bertahan dan dalam pengertian yang dinamis mengembangkan diri dan mencapai kemajuan. Pemberdayaan masyarakat itu sendiri menjadi sumber dari apa yang di dalam wawasan politik disebut sebagai ketahanan nasional. Artinya apabila masyarakat memiliki kemampuan ekonomi yang tinggi,

maka hal tersebut merupakan bagian dari ketahanan ekonomi nasional.¹⁵

Pemerintah dan Pemerintah Daerah menyediakan pembiayaan bagi Usaha Mikro dan Kecil, dengan cara memberikan hibah, mengusahakan bantuan luar negeri, mengusahakan sumber pembiayaan lain yang sah serta tidak mengikat untuk Usaha Mikro dan Kecil, memberikan insentif dalam bentuk kemudahan persyaratan perizinan, keringanan tarif sarana prasarana, dan bentuk insentif lainnya sebagaimana diatur dalam Pasal 21 UU UMKM. selain itu, Pasal 22 UU UMKM mengatur tentang upaya Pemerintah dalam rangka meningkatkan sumber pembiayaan UMKM antara lain sebagai berikut:

- 1) Pengembangan sumber pembiayaan dari kredit perbankan dan lembaga keuangan bukan bank;
- 2) Pengembangan lembaga modal ventura;
- 3) Pelembagaan terhadap transaksi anjak piutang;
- 4) Peningkatan kerjasama antara Usaha Mikro dan Usaha Kecil melalui koperasi simpan pinjam dan koperasi jasa keuangan konvensional dan syariah; dan
- 5) Pengembangan sumber pembiayaan lain sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Kredit perbankan merupakan salah satu sumber pembiayaan yang banyak digunakan oleh pelaku usaha, namun, persyaratan yang ditetapkan oleh pihak bank dalam menyalurkan kredit sangat ketat sehingga pihak-pihak yang membutuhkan bantuan permodalan seringkali mengalami kesulitan, misalnya dalam hal menyerahkan jaminan.¹⁶

¹⁵Andiny, P., & Nurjannah, Analisis Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai upaya Penanggulangan Kemiskinan di Kota Langsa. *Langsa: Jurnal Serambi Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. 5. No. 1 (2018). 32.

¹⁶ Alivia Indriasari, Nyulistiowati Suryanti, Anita Afriana, PEMBIAYAAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH MELALUI SITUS CROWDFUNDING "PATUNGAN.NET" DIKAITKAN DENGAN UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2008 TENTANG USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH, *Jurnal Acta Diurnal: jurnal Ilmu Hukum Kenotariatan Vol 1 No 1 (Desember 2017)*, 89.

Berbeda dengan kredit perbankan, pembiayaan melalui lembaga modal ventura tidak memerlukan adanya jaminan dari pihak yang membutuhkan penyertaan modal. Bantuan dana dari perusahaan modal ventura yang paling sesuai untuk mendukung permodalan UMKM adalah pinjaman dengan tingkat bunga yang paling rendah. Walaupun demikian, bantuan pembiayaan melalui modal ventura hanya dapat diberikan kepada perusahaan tertentu secara selektif, yang dipandang memiliki prospek sangat baik³. Perusahaan modal ventura tidak akan memberikan bantuan kepada calon perusahaan pasangan usaha yang prospeknya untuk berkembang sangat diragukan.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor sebagaimana dikutip oleh Wiratna menjelaskan bahwa penelitian kualitatif adalah salah satu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku orang-orang yang diamati.¹⁷ Dalam penelitian ini peneliti mengamati strategi dalam pembiayaan *mudharabah* yang diimplementasikan BTM Amanah Bangunrejo kemudian mengukur dampak terhadap pemberdayaan usaha nasabah.

Teknik Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara dan pengumpulan dokumen. Artinya peneliti langsung terjun ke lapangan untuk mengumpulkan data-data terkait penelitian baik dari wawancara kepada pihak BTM Amanah Bangunrejo maupun pihak nasabah pembiayaan *mudharabah* serta menumpulkan data-data yang terkait. Data juga dapat berupa data perkembangan pembiayaan *mudharabah* BTM Amanah Bangunrejo Lampung Tengah tahun 2016-2017.

Sedangkan teknik analisa data yang digunakan adalah analisa data kualitatif. Teknis analisa data kualitatif yaitu proses

¹⁷ V Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian* (PT Pustaka Baru, 2019), 6.

memilih, memilah, dan mengorganisasikan data yang terkumpul dari catatan lapangan, hasil observasi, wawancara mendalam, bermakna, unik, dan temuan baru yang bersifat deskriptif, kategorisasi dan atau pola-pola hubungan antar kategori dari obyek yang diteliti.¹⁸ Penelitian ini menganalisis strategi yang diterapkan BTM Amanah Bangunrejo dalam memberdayakan usaha mikro kemudian mendekripsikannya secara sistematis. Peneliti memilih dan memilah data-data yang sesuai dengan penelitian. Peneliti mencari data strategi yang digunakan BTM kemudian disinkronkan dengan data-data serta dianalisis secara mendalam untuk mengambil kesimpulan.

C. PEMBAHASAN

Adapun data yang akan dianalisis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel
Deskripsi Strategi Pembiayaan *Mudharabah*
BTM Amanah Bangunrejo Tahun 2016-2017

NO	NAMA	URAIAN	STRATEGI	KEUNTUNGAN DAN NISBAH
1	Badenan	Modal = Rp 20.000.000 Waktu = 4 Bulan Usaha = Jual beli motor	1. Strategi analisa usaha 2. Strategi Perjanjian dan pemberian modal	Keuntungan = Rp 8.000.000 Nisbah BTM 3 % = Rp 2.400.000 Nisbah Nasabah = Rp 5.600.000
2	Basir	Modal = Rp 5.000.000 Waktu = 4 Bulan Usaha = Pertanian padi	1. Strategi analisa usaha 2. Strategi perjanjian dan pemberian modal	Keuntungan = Rp 2.500.000 Nisbah BTM 2,6 % = Rp 600.000 Nisbah Nasabah = Rp 1.900.000

¹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif (untuk penelitian yang bersifat eksploratif, enterpretiti, interaktif, dan konstruktif)* Edisi ke-3 (CV Alfabeta, 2020), 165.

3	Ngadenan	Modal = Rp 13.000.000 Waktu = 1 Tahun Usaha = Peternakan Sapi	1. Strategi analisa usaha 2. Strategi Perjanjian dan pemberian modal	Keuntungan = Rp 8.000.000 Nisbah BTM 2,6 % = Rp 4.200.000 Nisbah Nasabah = Rp 3.800.000
4	Bambang Indra Wahyudi	Modal = Rp 13.000.000 Waktu = 4 Bulan Usaha = Pertanian semangka	1. Strategi analisa usaha 2. Strategi perjanjian dan pemberian modal	Keuntungan = Rp 12.000.000 Nisbah BTM 3% = Rp 1.560.000 Nisbah Nasabah = Rp 10.440.000
5	Sulastri	Modal = Rp 1.500.000 Waktu = 6 Bulan Usaha = Pertanian Padi	1. Strategi analisa usaha 2. Strategi perjanjian dan pemberian modal	Keuntungan = Rp 750.000 Nisbah BTM 3 % = Rp 270.000 Nisbah Nasabah = Rp 480.000
6	Ifrosim Habibi	Modal = Rp 165.000.000 Waktu = 1 Tahun Usaha = Jual beli sepeda motor bekas	1. Strategi analisa usaha 2. Strategi perjanjian dan pemberian modal 3. Strategi pendampingan	Keuntungan = Rp 127.275.063 Nisbah BTM 30 % = Rp 38.182.518 Nisbah Nasabah = Rp 76.365.037
7	Wasino	Modal = Rp 25.900.000 Waktu = 1 Tahun Usaha = peternakan sapi	1. Strategi analisa usaha 2. Strategi perjanjian dan pemberian modal 3. Strategi pendampingan	Keuntungan = Belum Terjual 50 % = 50 %
8	Taufik qurrohman	Modal = Rp 10.700.000 Waktu = 1 Tahun Usaha = Pertanian Semangka	1. Strategi analisa usaha 2. Strategi perjanjian dan pemberian modal 3. Strategi pendampingan	= Mengalami kerugian (modal habis). 40 % = 60 %

Sumber : Wawancara kepada pihak BTM Amanah Bangunrejo dan Pengusaha Mikro pembiayaan mudharabah yang sudah diolah.

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa BTM Amanah Bangunrejo menggunakan strategi-strategi dalam pembiayaan mudharabah yaitu diantaranya sebagai berikut :

Pertama, strategi analisa usaha. Strategi ini diterapkan kepada semua usaha mikro seperti peternakan sapi, jual beli sepeda motor, sembako, pertanian dan lain sebagainya yang tidak bertentangan dengan prinsip ekonomi Islam. Strategi analisa usaha ini bertujuan untuk menganalisis semua usaha pembiayaan mudharabah dalam rangka pemberdayaannya. Strategi ini termasuk ke dalam strategi produk, tempat, promosi, proses, sumber daya manusia, dan bukti fisik. Dalam strategi produk, pihak BTM menganalisa jenis usaha yang dijalankan nasabah dalam hal jenis dan keberlangsungannya. Strategi tempat menganalisa tentang dimana letak usahan yang akan dijalankan. Strategi promosi menganalisa tentang hasil usaha akan dijual dimana. Strategi proses digunakan untuk menganalisa proses usaha dari pembelian sampai proses penjualan. Strategi sumber daya manusia digunakan untuk melihat apakah nasabah diperkirakan mampu menjalankan usahanya. Dan strategi bukti fisik menganalisa bukti barang dari modal yang diberikan pihak BTM Amanah Bangunrejo.

Kedua, Strategi perjanjian dan pemberian modal. Strategi ini diberikan kepada semua nasabah sesuai dengan besarnya modal dan jenis usahanya. Strategi perjanjian merupakan strategi tawar menawar nisbah antara pihak BTM dengan nasabah yang kemudian dituangkan ke dalam tanda tangan bahwa kedua belah pihak harus saling sepakat dan bertanggungjawab atas kesepakatan tersebut. Selanjutnya dilakukan pemberian modal kepada nasabah yang digunakan untuk menjalankan usahanya. Strategi ini termasuk ke dalam strategi penetapan harga.

Ketiga Strategi pendampingan. Strategi pendampingan digunakan bagi BTM untuk mendampingi usaha nasabah yang dijalankan. Strategi hanya diperuntukan kepada Bapak Ifrosim Habibi, Wasino dan Bapak Taufiqurrohman. Dari ketiga nasabah

tersebut, yang mengalami keuntungan hanya usaha yang dijalankan oleh Bapak Ifrosim Habibi. Modal yang diberikan BTM sebesar Rp 165.000.000 digunakan untuk usaha jual beli motor bekas dengan jangka waktu selama 1 tahun. Dalam jangka waktu tersebut usaha yang dijalankan memperoleh keuntungan sebesar Rp 127.275.063 dengan perjanjian bagi hasil (nisbah) 30 % untuk BTM dan 70 % untuk nasabah. Adapun Nisbah BTM 30 % dari keuntungan Rp 38.182.518 dan nisbah nasabah 70 % dari keuntungan sebesar Rp 76.365.037 (Rp 6.363.753/bulan). Strategi ini termasuk ke dalam strategi proses artinya BTM mendampingi nasabah dari awal sampai akhir dalam menjalankan usahanya. Dalam pembiayaan *mudharabah* ini pemberdayaan dapat terealisasi dengan baik.

Adapun salah satu pengusaha mikro yang mengalami kerugian adalah Bapak Taufiqurrohman merupakan pengusaha mikro dalam bidang pertanian. Mengalami kerugian disebabkan faktor alam yaitu kemarau. Perjanjian bagi hasil dalam bidang pertanian adalah 40 % dari keuntungan untuk BTM dan 60 % dari keuntungan untuk pengusaha mikro. Jika terjadi kerugian, yang menanggung kerugian adalah dibagi kedua belah pihak BTM 40 % dan pengusaha mikro 60 %. Selain itu, usaha yang dijalankan Bapak Wasino juga mengalami kerugian disebabkan peternakan sapi yang dijalkannya belum siap untuk dijual. Perjanjian bagi hasil dalam bidang peternakan adalah 50 % dari keuntungan untuk BTM dan 50 % dari keuntungan untuk nasabah. Jika terjadi kerugian, yang menanggung kerugian adalah dibagi kedua belah pihak BTM 50 % dan nasabah 50 %. Strategi ini, BTM belum menerapkan dengan baik strategi proses artinya BTM belum mendampingi nasabah dari awal sampai akhir dalam menjalankan usahanya. Oleh karena itu, dalam pembiayaan ini pemberdayaan *mudharabah* belum terealisasi dengan baik terhadap usaha yang dijalankan oleh kedua nasabah.

D. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian di atas, peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pembiayaan *mudharabah* yang diimplementasikan BTM Amanah Bangunrejo yaitu strategi analisa usaha, strategi perjanjian dan pemberian modal, dan strategi pendampingan. Strategi tersebut termasuk ke dalam strategi 7 P yaitu strategi produk, penetapan harga, tempat, promosi, proses, sumber daya manusia, dan bukti fisik.
2. Strategi yang diterapkan BTM Amanah Bangunrejo melalui pembiayaan *mudharabah* belum maksimal dalam memberdayakan usaha yang dijalankan oleh nasabah. Hal ini dapat dilihat adanya keuntungan dari salah satu usaha mikro tidak maksimal serta adanya usaha yang mengalami kerugian.

Adapun saran-saran dari penulis sebagai berikut :

1. BTM Amanah Bangunrejo sebagai lembaga intermediasi, diharapkan dalam pembiayaan *mudharabah* dapat memaksimalkan strategi sehingga lebih memberdayakan usaha mikro dengan maksimal.
2. Penelitian strategi ini sifatnya terbatas karena hanya meneliti tentang pemberdayaan usaha. Oleh sebab itu peneliti berharap adanya kritikan dan saran yang membangun dari para peneliti sehingga dapat mengembangkan penelitian selanjutnya yang lebih luas.
3. Diharapkan penelitian ini berkontribusi besar terhadap perkembangan jurnal di Indonesia, dan sebagai salah satu rujukan bagi akademisi dan para peneliti untuk melanjutkan karya ilmiah yang saling berhubungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Aziz dan Mariyah Ulfah. *Kapita Selekta Ekonomi Islam Kontemporer*. Alfabeta. 2010.
- Adrian Sutedi. *Perbankan syariah : Tinjauan dan Beberapa Segi Hukum* (R. Sikumbang (ed.); Cet.1). Ghalia Indonesia. 2009.
- Ahmad Kamil dan M. Fauzan. *Kitab Undang-Undang Hukum Perbankan dan Ekonomi Syariah* (Ed.1,cet.1). Kencana. 2000.
- Andiny, P., & Nurjannah, "Analisis Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai upaya Penanggulangan Kemiskinan di Kota Langsa". *Langsa: Jurnal Serambi Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. 5. No. 1 (2018)
- Antonio, M. S, *Bank Syariah : Dari Teori Ke Praktik*. (2001).
- Destri Sonatasia, Onsardi Onsardi, dan Ety Arini, Strategi Meningkatkan Loyalitas Konsumen Makanan Khas Kota Curup Kabupaten Rejang Lebong. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis* (Juni, 2020), DOI: <https://doi.org/10.31219/osf.io/r5268>.
- Gunara, Thorik dan Utus Hardiono Sudiby, *Marketing Muhammad*, Bandung: MadaniA Prima, 2012.
- Ilimi, M, *Teori dan Praktek Lembaga Mikro Keuangan Syariah :Beberapa Permasalahan Dan Alternatif Solusi* (Cet. 1). UII Press. (2002).
- Indriasari, Alivia, Nyulistiowati Suryanti, Anita Afriana, PEMBIAYAAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH MELALUI SITUS CROWDFUNDING "PATUNGAN.NET" DIKAITKAN DENGAN UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2008 TENTANG USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH, *Jurnal Acta Diurnal: jurnal Ilmu Hukum Kenotariatan* Vol 1 No 1 Desember 2017.
- Nawawi, A., Nurdiansyah, D. H., & Al Qodliyah, D. S. A, *Pengaruh Pembiayaan Mudharabah dan Musyarakah Terhadap Profitabilitas (ROA) Pada BPRS HIK Bekasi Kantor Cabang Karawang*. *FALAH: Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(2), 96. <https://doi.org/10.22219/jes.v3i2.7679>. (2018).

- Ningsih, K. N. W, *Strategi Pemasaran Pembiayaan Mikro Sanitasi Berbasis Akad Murabahah di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Syirkah Fastabiqul Khoirot Cabang. Muhasabatuna: Jurnal Akuntansi Syariah*, 1, 37–56. <https://www.iaisyarifuddin.ac.id/ejournal/index.php/muhasabatuna/article/view/704>. (2020).
- Prasetya, R. A., & Herianingrum, S, *Peranan Baitul Maal Wa Tamwil Meningkatkan Usaha Mikro Melalui Pembiayaan Mudharabah. Jurnal Syarikah: Jurnal Ekonomi Islam*, 2(2), 252–267. <https://doi.org/10.30997/jsei.v2i2.286>. (2016).
- Qardhawi, Yusuf, *Norma dan Etika Ekonomi Islam* (Cetakan Pe). Gema Insani Press. (1997)
- Saifullah, Muhammad. *Kajian Sejarah: Etika Bisnis dalam Praktik Mal Bisnis Muhammad*, Jurnal Penelitian Dan Pemikiran Ekonomi Islam, Nomor II/Edisi II November 2010.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif (untuk penelitian yang bersifat eksploratif, enterpretiti, interaktif, dan konstruktif)* (Edisi Ke-3). CV. Alfabeta. (2020).
- Suyanto, Muhammad. *Muhammad Business Strategy and Ethics*, Yogyakarta: ANDI, 2008.
- Wiratna Sujarweni, V, *Metode Penelitian*. PT PUSTAKA BARU. (2019).