

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Manajemen Strategi

##### 1. Manajemen Strategi

Secara sederhana, manajemen dapat diartikan sebagai proses perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan terhadap sumber daya untuk mencapai satu tujuan yang efektif dan efisien. Sedangkan mengenai strategi, adalah suatu pengambilan keputusan yang berkaitan dengan kondisi dan keadaan lingkungan yang diharapkan.<sup>1</sup> Manajemen memang dapat berarti itu, tetapi juga dapat memiliki arti lebih dari itu. Pengertian manajemen begitu luas, sehingga dalam kenyataannya tidak ada definisi yang digunakan secara konsisten oleh semua orang.<sup>2</sup>

Pada hakikatnya, manajemen merupakan sebuah proses penggunaan sumber daya secara efektif untuk mencapai sasaran atau tujuan tertentu.<sup>3</sup> Untuk mempermudah dan mendapatkan kepastian akan tercapainya tujuan organisasi, maka para ilmuwan berusaha mencari metode, sistem, teori untuk menjapai tujuan yang diinginkan, sehingga lahirlah manajemen sebagai ilmu.

Didalam suatu organisasi, manajemen pada dasarnya merupakan suatu proses penentuan dan pencapaian tujuan melalui pelaksanaan empat fungsi dasar; perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengarahan (*actuating*), dan pengendalian (*controlling*) dalam penggunaan sumber-sumber daya organisasi.<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> Agustin Sukarsono, *Manajemen Strategik Pengembangan Pemasaran Koperasi Dalam Era Global*, *Journal Knowledge Industrial Engineering*, vol. 4, 2017.

<sup>2</sup> T. Hani Handoko, *Manajemen*, ke-2 (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2009), 2.

<sup>3</sup> Hefniy and Refi Najma Fairus, "Manajemen Strategi Dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Kepegawaian," *Al-Tanzim : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 3, no. 1 (2019): 169–97.

<sup>4</sup> Usman, *Manajemen Strategis Syariah*, 9.

Secara etimologi, strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu “*strategos*” yang memiliki arti jenderal. Pada awalnya, kata “strategi” digunakan dalam kepentingan militer saja namun kemudian seiring berjalannya waktu kata “strategi” berkembang di berbagai bidang salah satunya ekonomi.<sup>5</sup> Strategi terdiri atas aktivitas-aktivitas penting yang diperlukan untuk mencapai suatu tujuan, dan alat untuk menciptakan keunggulan bersaing. Dengan demikian salah satu fokus strategi adalah memutuskan apakah bisnis tersebut harus ada atau tidak.<sup>6</sup>

Strategi juga dapat didefinisikan sebagai rencana komprehensif untuk mencapai tujuan organisasi. Tidak hanya sekedar mencapai, akan tetapi strategi juga dimaksud untuk mempertahankan keberlangsungan organisasi di lingkungan dimana organisasi tersebut menjalankan aktiivitasnya. Bagi organisasi bisnis, strategi dimaksudkan untuk mempertahankan keberlangsungan bisnis perusahaan, dibandingkan para pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan konsumen.<sup>7</sup>

Menurut uraian diatas, dari sudut etimologi berarti penggunaan kata “strategi” dalam manajemen sebuah organisasi dapat diartikan sebagai cara dan langkah utama yang dirancang secara sistematis dalam melaksanakan fungsi manajemen yang terarah dalam pencapaian tujuan yang diinginkan oleh organisasi atau perusahaan.

Dalam kamus manajemen, istilah strategi merupakan sebuah rencana yang terstruktur mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran yang khusus dan saling berhubungan. Oleh karena itu, didalam sebuah perusahaan strategi merupakan salah satu faktor

---

<sup>5</sup> Thomas Sumarsan, *Sistem Pengendalian Manajemen* (Jakarta: Indeks, 2013), 61.

<sup>6</sup> Rachmat, *Manajemen Strategik*, Cetakan 1 (Bandung: Pustaka Setia, 2014), 2.

<sup>7</sup> Muhammad Husni Mubarak, *Pengantar Bisnis* (Kudus: Nora Media Enterprise, 2010), 111.

terpenting agar perusahaan dapat berjalan dengan baik sebagaimana mestinya.<sup>8</sup>

Pengertian strategi ada beberapa macam sebagaimana telah dikemukakan oleh para ahli. Untuk mengetahui lebih jelas mengenai pengertian strategi yang dikemukakan oleh beberapa ahli diantaranya adalah:

Hamel dan Prahalad (2005) berpendapat bahwa strategi adalah tindakan yang bersifat senantiasa meningkat dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa yang akan datang. Jadi, strategi kali ini dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai apa yang terjadi.<sup>9</sup>

Menurut George Steiner dan Jhon Minner, strategi merupakan penempatan misi yang dimiliki oleh perusahaan, penetapan sasaran organisasi, dengan mengingat kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan strategi tertentu untuk mencapai sasaran dan memastikan implementasinya secara tepat hingga tujuan dan sasaran organisasi dapat tercapai.

Manajemen strategi sendiri merupakan pengelolaan mengenai formulasi, implementasian serta evaluasi kebijakan terkait strategi yang mengarahkan organisasi kepada tujuannya tercapai. Pengertian lain juga menjelaskan bahwa beberapa kebijakan serta kegiatan yang menuju kepada perumusan sebuah strategi bahkan hingga beberapa strategi yang efektif untuk mendorong pencapaian target organisasi. Manajemen strategi menekankan pada pengamatan dan evaluasi peluang serta ancaman lingkungan dengan melihat kekuatan dan kelemahan perusahaan.<sup>10</sup>

---

<sup>8</sup> B. N. Marbun, *Kamus Manajemen* (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2003), 340.

<sup>9</sup> Sumarsan, *Sistem Pengendalian Manajemen*, 62.

<sup>10</sup> Adji Seputro, "Manajemen Strategi Dalam Pemberdayaan Ekonomi Bagi Masyarakat Menengah Kebawah Dalam Rangka Menangkal Paham Radikalisme Dan Terorisme Di Era Revolusi Industri 4.0," *Jurnal Ekbis* 20, no. 2 (2019): 7.

Menurut Wheelen (2000), manajemen strategis adalah serangkaian keputusan-keputusan dan tindakan-tindakan manajerial yang mengarah kepada penyusunan strategi-strategi efektif untuk mencapai tujuan perusahaan dengan analisis SWOT.<sup>11</sup>

Sedangkan menurut Pearce II dan Robinson (2008), manajemen strategis adalah kumpulan dan tindakan yang menghasilkan perumusan (formulasi) dan pelaksanaan (implementasi) rencana-rencana yang dirancang untuk mencapai sasaran-sasaran organisasi.<sup>12</sup>

Proses untuk membantu organisasi dalam mengidentifikasi apa yang ingin mereka capai, dan bagaimana seharusnya mereka mencapai hasil yang bernilai. Besarnya peranan manajemen strategis semakin banyak diakui pada masa-masa ini dibanding sebelumnya. Dalam perekonomian global yang memungkinkan pergerakan barang dan jasa secara bebas diantara berbagai negara, perusahaan-perusahaan terus ditantang untuk semakin kompetitif.

Dari beberapa pengertian yang cukup luas tersebut menunjukkan bahwa manajemen strategis merupakan suatu rangkaian aktivitas terhadap pengambilan keputusan yang bersifat mendasar dan komprehensif, dan disertai dengan penetapan cara aplikasinya yang dibuat oleh pimpinan dan juga dilaksanakan oleh seluruh pihak-pihak yang terlibat di dalam suatu perusahaan dalam mencapai tujuan yang diharapkan. Manajemen strategis juga merupakan suatu sistem yang digunakan sebagai satu kesatuan dalam memiliki beragam komponen saling berkaitan dan memengaruhi satu sama lain serta bergerak secara serentak menuju arah yang sama pula.<sup>13</sup>

Disisi lain, manajemen strategi diartikan sebagai pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan lintas fungsional yang membuat suatu organisasi dapat mencapai tujuannya.

---

<sup>11</sup> Yunus, *Manajemen Strategis*, 5.

<sup>12</sup> Yunus, 5.

<sup>13</sup> Yunus, 6.

Sebagaimana disyaratkan oleh definisi tersebut, manajemen strategis berfokus pada usaha mengoptimalkan manajemen, pemasaran, keuangan, produksi, pengembangan, dan sistem informasi untuk mencapai keberhasilan organisasional yang mana tujuan manajemen strategi adalah untuk mengeksploitasi serta menciptakan berbagai peluang baru dan berbeda untuk hari esok.<sup>14</sup>

Manajemen strategi berkaitan erat dengan proses menghasilkan suatu rencana-rencana dan kebijakan strategik sebagai bentuk perwujudan dari strategi terapan yang berfungsi untuk mencapai tujuan perusahaan dalam jangka pendek maupun panjang.

Dalam perencanaan strategis terdapat tiga tahap penting yang tidak boleh terlewatkan oleh perusahaan ketika hendak merencanakan strategi yaitu perumusan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi.<sup>15</sup> Adapun penjelasan mengenai tahapan penting dalam perencanaan strategi adalah sebagai berikut:

- a. Formulasi strategi, merupakan tahap awal dimana perusahaan menetapkan visi dan misi serta menetapkan tujuan jangka panjang yang digunakan sebagai pedoman atau acuan untuk menciptakan alternatif strategi-strategi bisnis dimana akan dipilih salah satunya untuk ditetapkan sesuai dengan kondisi perusahaan saat itu.
- b. Implementasi strategi, adalah salah satu langkah dimana strategi yang telah disortir terkait faktor internal dan eksternal serta penyesuaian tujuan perusahaan mulai diimplementasikan dalam kebijakan-kebijakan intensif dimana setiap divisi dan fungsionaris perusahaan bekerja sama sesuai dengan tugas dan kebijakannya masing-masing.
- c. Evaluasi strategi, merupakan tahap akhir setelah strategi ditetapkan dalam praktik nyata dinilai efektifitasnya terhadap ekspektasi dan pencapaian

---

<sup>14</sup> Fred R. David, *Manajemen Strategi* (Jakarta: Salemba Empat, 2006),

5.

<sup>15</sup> David, 6.

tujuan perusahaan. Penilaian dilakukan dengan mengukur faktor-faktor yang dicapai dan mengevaluasi keberhasilan kinerja dari strategi guna perumusan dan penerapan lanjutan dimasa mendatang agar lebih baik dan efektif.

Manajemen strategis berdasarkan pada seluruh ruang lingkup pekerjaannya, dengan demikian dapat dimanfaatkan secara baik untuk lingkungan makronya, misalnya didalam manajemen pemerintahan dan juga dapat pula dimanfaatkan untuk lingkungan mikro seperti didalam manajemen perusahaan atau organisasi.

Secara umum, manajemen strategis memiliki tujuan untuk menciptakan langkah-langkah efektif dan efisien dalam mencapai tujuan. Kekayaan yang paling berharga di era globalisasi saat ini adalah faktor profuksi, informasi, ilmu pengetahuan, kemampuan kerja, modal dan jaringan, serta tepat waktu dan loyalitas, dimana semua itu dibangun dengan daya analisis yang tinggi, kerja keras, hubungan baik, kepercayaan, dan ketelitian. Hal-hal tersebut adalah modal yang akan digunakan dalam manajemen strategis, dimana tujuan manajemen strategis adalah memenangkan sebuah kompetisi, dengan menciptakan efisiensi dan efektivitas.<sup>16</sup>

Manajemen strategis dapat didefinisikan sebagai suatu rencana yang disusun dan dikelola dengan memperhitungkan berbagai sisi dengan tujuan agar pengaruh rencana tersebut bisa memberikan dampak positif bagi perusahaan dalam jangka panjang.<sup>17</sup>

Proses operasional yang dijalankan perbankan syariah pada prinsipnya adalah semua mekanisme yang menghindari sistem bunga dan mengedepankan prinsip *Profit and Loss Sharing*. Dalam penerapannya, prinsip tersebut diaplikasikan pada produk mudharabah dan musyarakah.<sup>18</sup>

---

<sup>16</sup> Etika Sabariah, *Manajemen Strategis* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2016), 18.

<sup>17</sup> Irham Fahmi, *Manajemen Strategis: Teori Dan Aplikasi* (Bandung: Alfabeta, 2017), 2.

<sup>18</sup> Sumar'in Asmawi and Juliansyah, "Strategi Manajemen Risiko Pembiayaan Murabahah Studi Kasus Di Btn Syariah Yogyakarta," *Ary*

## 2. Macam-Macam Strategi

Secara umum, strategi terdiri dari tiga macam yaitu sebagai berikut:<sup>19</sup>

### a. Strategi Pengembangan

Strategi pengembangan dilakukan oleh unit usaha yang baru atau sedang merintis, serta usaha yang sedang banyak peluang dalam memajukan bisnisnya, perusahaan yang memiliki ide atau pemikiran cemerlang atas produk baru atau yang sudah lama dikeluarkan. Strategi pengembangan dapat dilakukan pada bisnis yang dikembangkan pada bisnis linier maupun non-linier, dimana pada bisnis linier hanya perlu penambahan kemampuan usaha saja di bidang mekanik, dan interior. Sedangkan pada bisnis non-linier memaksa pemilik perusahaan harus kembali belajar pada bisnis yang berbeda.<sup>20</sup>

### b. Strategi Stabilitas

Strategi stabilitas merupakan strategi yang menormalkan kegiatan rutin usaha perusahaan tanpa pengembangan produk atau jasa, dan jalur distribusi pemasaran, serta fungsi kerja perusahaan. Kinerja strategi ini lebih mengacu pada tindakan mempertahankan kinerja yang sudah ada sebelumnya.<sup>21</sup>

### c. Strategi Penciutan

Strategi ini diberlakukan apabila pemilik sudah menemukan kondisi perusahaan sudah tidak sehat, misalnya:

- a) Macetnya perputaran piutang
- b) Menurunnya aktiva lancar
- c) Menurunnya omzet penjualan
- d) Mengalami kerugian material
- e) Bertambahnya pesaing yang sangat pesat sehingga risiko bisnis semakin tinggi

---

Syar'iyah: *Jurnal Ilmu Syari'Ah Dan Perbankan Islam* 1, no. 1 (2016): 173–195.

<sup>19</sup> Sabariah, *Manajemen Strategis*, 108.

<sup>20</sup> Sabariah, 109.

<sup>21</sup> Sabariah, 117.

- f) Kondisi ekonomi, politik, dan sosial serta budaya suatu negara yang mempengaruhi perusahaan mengalami krisis.<sup>22</sup>

### 3. Proses Manajemen Strategis

Manajemen strategis menurut Wheelen dan Hunger (2008) adalah serangkaian langkah, keputusan dan tindakan perusahaan yang menentukan kinerja jangka panjang perusahaan. Manajemen strategis yang baik akan dapat membawa perusahaan tersebut untuk dapat mengimplementasikan strateginya melalui perencanaan program, proses *budgeting*, sistem manajemen kinerja, perubahan pada struktur organisasi, serta manajemen program dan proyek.<sup>23</sup>

Proses manajemen strategi dapat dibagi menjadi dua garis besar, yaitu perencanaan strategis (*strategic planning*) dan implementasi strategi (*strategic implementation*). Manajemen strategi secara metodologis terdiri dari tiga proses utama yang saling berkaitan, yaitu proses perumusan (formulasi), proses implementasi (penerapan), dan proses pengawasan (pengendalian).<sup>24</sup>

Proses manajemen strategi terdiri dari beberapa bagian, yaitu: misi, tujuan organisasi, strategi organisasi, lingkungan, strategi dan kebijakan fungsional, program, anggaran, dan prosedur kerja, evaluasi dan pengendalian.<sup>25</sup>

Hunger, (2009) juga menuliskan bahwa seiring berjalannya waktu, manajemen strategis berevolusi sebagai berikut:<sup>26</sup>

Tahap 1: *Basic financial planning*, yaitu perencanaan perusahaan yang didasarkan pada perencanaan keuangan. Secara umum disebut sebagai sistem manajemen berdasarkan *budget*. Sistem ini

---

<sup>22</sup> Sabariah, 118.

<sup>23</sup> Yunus, *Manajemen Strategis*, 12.

<sup>24</sup> Suwarsono Muhammad, *Manajemen Strategik Konsep Dan Kasus*, 3rd ed. (Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004), 6.

<sup>25</sup> Husein Umar, *Desain Penelitian Manajemen Strategik* (Jakarta: Rajawali Press, 2010), 18–21.

<sup>26</sup> Yunus, *Manajemen Strategis*, 13.



merupakan sistem yang paling tradisional, dan sangat berorientasi pada jangka pendek, yaitu satu tahun.<sup>27</sup>

Tahap 2: *Forecast-based planning*, yaitu pengembangan dari sistem diatas, kaarena digunakan untuk perencanaan jangka panjang, akibat kelemahan sistem *budget* yang terbatas pada jangka pendek. Disini mulai diperhitungkan kondisi eksternal dengan porsi lebih besar. Basisnya adalah proyeksi perusahaan dimasa mendatang.<sup>28</sup>

Tahap 3: *Strategic planning*, yaitu pengembangan dari *forecast-based planning*, dengan mempertimbangkan kondisi pasar dan persaingan. Disini perusahaan sudah mempertimbangkan bagaimana caranya untuk dapat memenangkan pasar. Proses formulasi strategi dilakukan pada jajaran manajemen, sementara implementasi dan pelaksanaannya dilakukan oleh jajaran pelaksana.<sup>29</sup>

Tahap 4: *Strategic management*, yang merupakan pengembanagn dari strategic planning. Disini masukan dari level bawah juga dipertimbangkan. Prosesnya tidak hanya berkonsentrasi pada formulasi strategi, namun juga diperhatikan secara seksama proses implementasinya. Karena berdasarkan pengalaman dengan menggunakan *strategic planning*, perusahaan seringkali tidak mencapai tujuannya karena ternyata strategi yang diformulasikan tersebut tidak diimplementasikan secara efektif.<sup>30</sup>

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa tujuan manajemen atau perencanaan strategis adalah menganalisa dan memanfaatkan setiap sumber daya yang ada untuk menciptakan peluang-peluang baru yang kemudian disebut sebagai strategi efektif bagi perusahaan demi terciptanya keunggulan bersaing, pencapaian perusahaan dan implementasi efektif kebijakan perusahaan.

---

<sup>27</sup> Yunus, 13.

<sup>28</sup> Yunus, 13.

<sup>29</sup> Yunus, 13.

<sup>30</sup> Yunus, 13.

#### 4. Dasar Hukum Manajemen Strategi

كَانَ النَّاسُ أُمَّةً وَاحِدَةً فَبَعَثَ اللَّهُ النَّبِيِّنَ مُبَشِّرِينَ وَمُنذِرِينَ وَأَنْزَلَ مَعَهُمُ الْكِتَابَ بِالْحَقِّ لِيَحْكُمَ بَيْنَ النَّاسِ فِي مَا اخْتَلَفُوا فِيهِ وَمَا اخْتَلَفَ فِيهِ إِلَّا الَّذِينَ أُوتُوهُ مِنْ بَعْدِ مَا جَاءَتْهُمْ الْبَيِّنَاتُ بَعِيًا بَيْنَهُمْ فَهَدَى اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا لِمَا اخْتَلَفُوا فِيهِ مِنَ الْحَقِّ بِإِذْنِهِ وَاللَّهُ يَهْدِي مَنْ يَشَاءُ إِلَى صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ

Artinya: “Manusia itu (dahulunya) satu umat, Lalu Allah mengutus para Nabi untuk menyampaikan kabar gembira dan peringatan. Dan diturunkan-Nya bersama mereka Kitab yang mengandung kebenaran, untuk memberi keputusan diantara manusia tentang perkara yang mereka perselisihkan. Dan yang berselisih hanyalah orang-orang yang diberi kitab, setelah bukti-bukti yang nyata sampai kepada mereka, karena kedengian diantara mereka sendiri. Maka dengan kehendak-Nya, Allah memberi petunjuk kepada mereka yang beriman tentang kebenaran yang mereka perselisihkan. Allah memberi petunjuk kepada siapa yang Dia kehendaki ke jalan yang lurus.”<sup>31</sup>

Ayat tersebut menerangkan bahwa sebuah organisasi atau perusahaan hendaknya bersatu menghindari konflik yang menyebabkan perpecahan antara satu dengan yang lain. Oleh karena itu, didalam organisasi hendaknya selalu menjunjung tinggi persatuan dan kesatuan demi tercapainya suatu tujuan yang diinginkan.

<sup>31</sup> Q.S. Al-Baqarah ayat 213, Al Quran dan Terjemahnya (Jakarta: Departemen Agama RI, Yayasan Penerjemah dan Penerbit Al-Quran, 2001).

## B. Pelayanan Pembiayaan

### 1. Pengertian Pelayanan

Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen atau pelanggan yang dilayani, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Pelayanan juga dapat didefinisikan sebagai suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik.<sup>32</sup>

Pelayanan merupakan bentuk produk yang terdiri dari aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual dan pada dasarnya tak berwujud.<sup>33</sup> Pelayanan adalah suatu aktivitas yang tidak kasat mata, tidak dapat diraba, dan melibatkan upaya manusia atau peralatan lain yang disediakan oleh perusahaan penyelenggara pelayanan. Pelayanan merupakan serangkaian aktivitas yang tidak dapat diraba dan terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara pemberi pelayanan dan yang diberi pelayanan.<sup>34</sup>

Definisi lain menyebutkan bahwa pelayanan adalah suatu tindakan nyata dan segera untuk menolong orang lain (pelanggan, mitra kerja, mitra bisnis, dan sebagainya), disertai dengan senyuman yang ramah dan tulus.<sup>35</sup> Kasmir mendefinisikan pelayanan sebagai suatu tindakan yang dilakukan oleh seseorang atau organisasi yang bertujuan memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah atau anggota. Tindakan tersebut dapat dilakukan secara langsung untuk melayani pelanggan.<sup>36</sup> Sedangkan pelayanan menurut Usmara “pelayanan merupakan suatu pernyataan tentang sikap, hubungan

---

<sup>32</sup> Atep Adya Barata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2003), 27.

<sup>33</sup> Philip Kotler and Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2008), 266.

<sup>34</sup> Daryanto and Ismanto Setyobudi, *Konsumen Dan Pelayanan Prima* (Yogyakarta: Gava Media, 2015), 135.

<sup>35</sup> Suharto Abdul Majid, *Customer Service Dalam Jasa Transportasi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2018), 35.

<sup>36</sup> Kasmir, *Etika Customer Service* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), 3.

yang di hasilkan dari perbandingan antara ekspektasi (harapan) dengan kinerja (hasil)".<sup>37</sup>

Dari beberapa pengertian yang telah dikemukakan para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa pelayanan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk memberikan kebutuhan anggota dengan tujuan tercapainya pemenuhan rasa puas anggota terhadap layanan yang ada.

Untuk menghadapi persaingan antara lembaga keuangan syariah yang semakin ketat, lembaga keuangan syariah harus dapat memberikan pelayanan prima. Pelayanan prima ini nantinya dapat membuat nasabah merasa penting dan menempatkan dirinya sebagai mitra. Pelayanan prima juga bisa diartikan pelayanan terpadu yang ramah, tepat, cepat yang mengutamakan kepuasan pelanggan secara optimal.

Jika pelayanan tidak prima maka anggota akan segera berpaling ke lembaga keuangan syariah lain yang dapat memberikan kualitas layanan lebih baik.<sup>38</sup> Kualitas layanan menjadi salah satu indikator bagi anggota untuk menilai perusahaan yang bergerak dibidang jasa dan keuangan. Kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen.<sup>39</sup>

## 2. Ciri-ciri Pelayanan yang Baik

Didalam suatu lembaga untuk memberikan kepuasan terhadap customersnya umumnya memiliki ciri-ciri pelayanan sebagai berikut:

- a. Tersedianya karyawan yang baik.
- b. Tersedianya sarana dan prasarana yang baik.
- c. Bertanggungjawab pada setiap nasabah sejak awal hingga akhir.
- d. Mampu melayani secara cepat dan tepat.

---

<sup>37</sup> A. Usmara, *Implementasi Manajemen Stratejik: Kebijakan Dan Proses* (Yogyakarta: Amara Books, 2007), 231.

<sup>38</sup> Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank* (Yogyakarta: Liberty, 2002), 225.

<sup>39</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian* (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), 14.

- e. Mampu berkomunikasi.
- f. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi.
- g. Memiliki kemampuan dan pengetahuan yang baik.
- h. Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah.<sup>40</sup>

### 3. Dimensi Kualitas

Dimensi kualitas jasa layanan *servqual* merupakan dimensi kualitas jasa dimana setiap jasa yang ditawarkan memiliki beberapa aspek yang dapat di pergunakan untuk mengetahui tingkat kualitasnya. Zeithaml, Parasuraman, dan Berry telah mengidentifikasi lima dimensi pelayanan berkualitas, yaitu:

#### a. Bukti Langsung

Bukti langsung merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensi kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana, fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang di berikan oleh pemberi jasa, yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya). Perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.<sup>41</sup>

#### b. Keandalan (*reliability*)

Keandalan adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan nasabah yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama, untuk semua nasabah tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

#### c. Daya Tanggap (*responsiveness*)

Daya tanggap adalah suatu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada nasabah, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan

---

<sup>40</sup> Kasmir, *Etika Customer Service*, 34.

<sup>41</sup> Rambat Lupiyoadi and Dedi A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2011), 148.

konsumen menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan. Daya tanggap juga bisa diartikan keinginan para staf untuk membantu para nasabah dan memberikan pelayanan dengan tanggap.<sup>42</sup>

d. Jaminan (*assurance*)

Definisi jaminan yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para nasabah kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), Kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*). Dan sopan santun (*courtesy*). Jaminan juga dapat diartikan pengetahuan dan kesopanan dari karyawan, dan kemampuan untuk mendapatkan kepercayaan dan keyakinan.

e. Empati (*empathy*)

Empati adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi, yang diberikan kepada para nasabah dengan, berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang nasabah, memahami kebutuhan nasabah secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi nasabah.<sup>43</sup>

## C. Pemberdayaan

### 1. Pengertian Pemberdayaan

Didalam bahasa Indonesia, pemberdayaan diterjemahkan sebagai upaya pendayagunaan, pemanfaatan sebaik-baiknya dengan hasil yang memuaskan sesuai yang diharapkan. Sementara itu, Prijiono dan Pranarka mengatakan bahwa pemberdayaan memiliki dua makna, yaitu mengembangkan, memandirikan, menswadayakan, dan memperkuat posisi

<sup>42</sup> Tjiptono, *Pemasaran Jasa : Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian*, 70.

<sup>43</sup> Lupiyoadi and Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, 148.

tawar-menawar masyarakat menengah kebawah terhadap kekuatan penekanan di segala bidang dan sektor. Makna lainnya yaitu melindungi, membela dan berpihak ke yang lemah untuk mencegah terjadinya persaingan yang tidak seimbang dan terjadinya eksploitasi kepada yang lemah.

Upaya pemberdayaan sudah ada sejak tahun 1980 bersamaan dengan diseminasi gagasan good governance di seluruh dunia. Untuk kasus Indonesia, gaung pemberdayaan baru mulai pada sekitar akhir tahun 2006. Dalam hal ini ada dua kecenderungan mendasar terhadap munculnya pemberdayaan; Pertama, Kecenderungan primer, yakni munculnya limitas kapasitas yang dimiliki negara dalam fungsi kontrol maupun regulator sehingga diperlukan adanya kekuatan ekstra parlemen independen untuk mengontrol. Kedua, Kecenderungan sekunder adalah perlunya penguatan kapasitas yang diperlukan oleh masyarakat dalam memperkuat kapasitas instusionalisasinya sebagai aktor yang berdaya.<sup>44</sup>

Selain itu, menurut pendapat Pearse dan Stiefel mengatakan bahwa pemberdayaan mengandung dua kecenderungan, yaitu primer dan sekunder. Kecenderungan primer adalah proses pemberdayaan yang menekankan proses pengalihan kekuasaan, kekuatan, atau kemampuan masyarakat agar menjadi lebih berdaya. Sedangkan kecenderungan sekunder melihat pemberdayaan sebagai proses mendorong atau memotivasi masyarakat agar memiliki kemampuan untuk menentukan apa yang menjadi pilihannya.<sup>45</sup>

Peran pemerintah dalam mendorong tumbuhnya perekonomian masyarakat, dapat dilihat dengan lahirnya lembaga-lembaga keuangan di Indonesia. Kebijakan terkait lembaga-lembaga keuangan merupakan salah satu

---

<sup>44</sup>Nihayatus Sholichah and Mesak Paidjala, "Peran Koperasi Dalam Rangka Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Terpapar Pada Kawasan Rawan Bencana Di Wilayah Kabupaten Tuban," *Asketik* 1, no. 1 (2017): 45–55.

<sup>45</sup>Mia Sapitri, Deden Sumpena, and Dedi Herdiana, "Peranan Baitul Maal Wa Tamwil Dalam Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah," *Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam* 2, no. November (2017): 22–40.

faktor bertumbuh kembangnya lembaga keuangan di Indonesia. Sebagai upaya meningkatkan pemberdayaan terhadap masyarakat” berpenghasilan menengah kebawah dan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) sangat dibutuhkan adanya support dari lembaga-lembaga keuangan.

Namun pada kenyataannya masyarakat kurang mampu dan UMKM mendapatkan kendala terhadap akses pendanaan ke lembaga” perbankan (Baskara, 2013). Dewasa ini, dalam menangani kendala akses pendanaan tersebut, di dalam lingkungan masyarakat telah lahir dan berkembang banyak lembaga keuangan non-bank. Lembaga keuangan non-bank tersebut melakukan kegiatan usahanya berkaitan dengan pemberdayaan masyarakat serta jasa pengembangan UMKM. Dewasa ini, lembaga-lembaga keuangan non bank tersebut dikenal sebagai Lembaga Keuangan Mikro.<sup>46</sup>

Dalam rangka pemberdayaan UMKM di Indonesia, Bank Indonesia telah mengembangkan filosofi lima jari atau *five finger philosophy*. Maksudnya bahwa setiap jari mempunyai peran masing-masing dan tidak dapat berdiri sendiri serta akan lebih kuat jika digunakan secara bersamaan. Adapun makna dari filosofi lima jari tersebut adalah:<sup>47</sup>

1. Jari jempol, mewakili peran lembaga keuangan yang berperan dalam intermediasi keuangan, terutama untuk memberikan pinjaman kepada nasabah mikro, kecil dan menengah serta sebagai *agents of development* (agen pembangunan).
2. Jari telunjuk, mewakili regulator yakni Pemerintah dan Bank Indonesia yang berperan dalam Regulator sektor riil dan fiskal, Menerbitkan izin-izin usaha, Mensertifikasi tanah sehingga dapat digunakan oleh

---

<sup>46</sup> Hari Sutra Disemadi and Kholis Roisah, “Bank Wakaf Mikro Dan Pengaruhnya Terhadap Inklusi Keuangan Pelaku Usaha Kecil Dan Mikro (UKM) | Proceedings of Annual Conference for Muslim Scholars,” *Law Reform* 15, no. 2 (2019): 177–94.

<sup>47</sup> [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)



- UMKM sebagai agunan, menciptakan iklim yang kondusif dan sebagai sumber pembiayaan.
3. Jari tengah, mewakili katalisator yang berperan dalam mendukung perbankan dan UMKM, termasuk *Promoting Enterprise Access to Credit (PEAC) Units*, perusahaan penjamin kredit.
  4. Jari manis, mewakili fasilitator yang berperan dalam mendampingi UMKM, khususnya usaha mikro, membantu UMKM untuk memperoleh pembiayaan bank, membantu bank dalam hal monitoring kredit dan konsultasi pengembangan UMKM.
  5. Jari kelingking, mewakili UMKM yang berperan dalam pelaku usaha, pembayar pajak dan pembukaan tenaga kerja.

Kebersamaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dengan lembaga keuangan merupakan salah satu dari sekian banyak bentuk simbiosis mutualisme dalam ekonomi. Kebersamaan tersebut bukan saja bermanfaat bagi keduanya, tetapi juga bagi masyarakat dan pemerintah. Masyarakat menikmati ketersediaan lapangan kerja dan pemerintah menikmati kinerja ekonomi berupa naiknya Pendapatan Domestik Bruto (PDB), yang menyumbang lebih dari separuh PDB Indonesia. Namun demikian, kerja sama tersebut tetap perlu memegang prinsip kehati-hatian untuk memastikan terwujudnya manfaat bagi kedua pihak.<sup>48</sup>

Lembaga Keuangan Syariah dapat menjadi ruang yang berfungsi untuk melakukan pemberdayaan. Pemberdayaan sendiri memiliki arti khusus dalam dunia lembaga swadaya masyarakat yang mana secara sederhana diartikan sebagai penguatan potensi manusia, baik individu maupun kelompok agar memperoleh

---

<sup>48</sup> Delima Sari Lubis, "Pemberdayaan UMKM Melalui Lembaga Keuangan Syariah Sebagai Upaya Pengentasan Kemiskinan Kota Padangsidempuan," *Pemberdayaan UMKM Melalui Lembaga Keuangan Syariah Sebagai Upaya Pengentasan Kemiskinan Kota Padangsidempuan 2* (2016): 131–145.

inisiatif dan kendali lebih besar terhadap kehidupan mereka.<sup>49</sup>

Ada cara yang dapat dilakukan agar pemberdayaan ekonomi masyarakat bisa berjalan sebagaimana mestinya, yaitu dengan mempersiapkan masyarakat menjadi seorang wirausaha. Karena, didalam agama kita dianjurkan bekerja untuk mencukupi kebutuhan dan mengatasi kemiskinan. Dengan memberikan pengetahuan melalui bentuk pelatihan kerja, maka masyarakat akan lebih siap untuk memasuki dunia kerja. Program pelatihan dapat dilakukan dengan beberapa tahap, yaitu dengan memberi penjelasan terkait fungsi, hak, serta kewajiban manusia dalam hidup untuk beriman, beribadah, bekerja, berikhtiar, dan bertawakal.

## 2. Pemberdayaan Ekonomi

Istilah pemberdayaan semakin populer dalam konteks pembangunan dan pengentasan kemiskinan. Pemberdayaan ini berkembang dari realitas individu atau masyarakat yang tidak berdaya atau pihak yang lemah (*powerless*). Ketidakberdayaan atau memiliki kelemahan dalam aspek: pengetahuan, pengalaman, sikap, keterampilan, modal usaha, networking, semangat, kerja keras, ketekunan, dan aspek lainnya. Kelemahan dalam berbagai aspek tadi mengakibatkan ketergantungan, ketidakberdayaan, dan kemiskinan.<sup>50</sup>

Pemberdayaan menunjuk pada kemampuan orang, khususnya kelompok rentan dan lemah sehingga mereka memiliki kekuatan atau kemampuan dalam memenuhi kebutuhan dasarnya, dan menjangkau sumber-sumber produktif yang memungkinkan mereka dapat meningkatkan pendapatannya dan memperoleh barang-barang dan jasa-jasa yang mereka perlukan.<sup>51</sup>

---

<sup>49</sup> Singgih Muheramtohadhi, "Peran Lembaga Keuangan Syariah Dalam Pemberdayaan UMKM Di Indonesia," *MUQTASID Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 8, no. 1 (2017): 95.

<sup>50</sup> Oos M. Anwas, *Pemberdayaan Masyarakat Di Era Global* (Bandung: Alfabeta, 2014), 48.

<sup>51</sup> Edi Suharto, *Membangun Masyarakat Memperdayakan Rakyat: Kajian Pembangunan Kesejahteraan Sosial Dan Pekerja Sosial* (Bandung: PT Refrika Aditama, 2005), 58.

Pemberdayaan berperan mewujudkan konsep masyarakat belajar atau *concept of societal learning* dengan cara mempertemukan antara pendekatan *top down approach* dengan pendekatan *bottom-up approach* yang pada dasarnya kontradiktif. Pemberdayaan masyarakat merupakan proses perubahan struktur yang harus muncul dari masyarakat, dilakukan oleh masyarakat, dan hasilnya ditujukan untuk kesejahteraan masyarakat. Proses perubahan tersebut berlangsung secara alamiah dengan asumsi setiap anggota masyarakat sebagai pelaku-pelaku sosial ikut dalam proses perubahan tersebut.

Berawal dari hal sederhana, maka semangat masyarakat dalam membangun, walaupun dengan cara dan pemahaman mereka sendiri sendiri, akan terus berlanjut dan keberdayaan masyarakat dalam artian mandiri tanpa menggantungkan terhadap pemerintah akan tercapai. Kondisi seperti di atas, akan membuat masyarakat merasa nyaman, tenteram dan dihargai, sehingga iklim berusaha akan terjaga dan semangat membangun terus terpelihara di dalam masyarakat. Hal ini tidak terlepas dari peran serta kelompok masyarakat yang harus dan terus didampingi oleh pihak pemberdayaan. Pemberdayaan yang akan dilakukan memerlukan langkah-langkah riil dalam penanganannya, langkah untuk mewujudkan tujuan pemberdayaan dapat dilakukan melalui hal-hal sebagai berikut:

- a. Membentuk iklim yang memungkinkan masyarakat berkembang.
- b. Menyadarkan masyarakat untuk berkembang. Proses ini dilakukan dengan mengajak masyarakat mengenal wilayahnya melalui survey dan analisis.
- c. Memotivasi masyarakat dilakukan dengan mengajak masyarakat menggambarkan dan merencanakan wilayah
- d. Memperkuat potensi yang ada, dilakukan dengan mengorganisasi masyarakat dalam kelompok atau komunitas yang dikembangkan dengan memberikan masukan serta membuka berbagai

peluang berkembang sehingga masyarakat semakin berdaya.

Dalam kitab suci Al-Qur'an telah begitu jelas bahwa langit dan apa yang terdapat di bumi (baik di daratan maupun di laut) adalah (mutlak) milik Allah yang diperuntukkan untuk dimanfaatkan, dilestarikan dan diberdayakan demi kepentingan manusia. Selain diperuntukkan untuk kepentingan manusia, langit dan bumi juga bisa "ditundukkan" berdasarkan kemampuan yang telah diperoleh manusia. Jadi Allah telah memberikan "fadhilah-Nya", juga menunjukkan bagaimana cara memanfaatkan dan melastariakannya yaitu dengan kemampuan manusia melalui ilmu pengetahuan dan teknologi.<sup>52</sup>

### 3. Langkah Pemberdayaan

Dalam proses pemberdayaan masyarakat diarahkan pada pengembangan sumber daya manusia, penciptaan peluang berusaha yang sesuai dengan keinginan masyarakat. Masyarakat menentukan jenis usaha, kondisi wilayah yang pada gilirannya dapat menciptakan lembaga dan system pelayanan untuk masyarakat setempat. Upaya pemberdayaan masyarakat ini kemudian pada pemberdayaan ekonomi rakyat.<sup>53</sup>

Pemberdayaan (*empowerment*) diartikan sebagai kegiatan memberikan power kepada masyarakat agar menjadi entitas yang memiliki kekuatan dalam eksistensi posisi di lingkungannya. Ada 3 (tiga) kunci pemberdayaan yang dapat dilakukan, yakni:

1. Berbagi informasi akurat dengan setiap orang adalah kunci awal untuk memberdayakan kelompok sasaran.
2. Menciptakan otonomi melalui batas wewenang kerja.
3. Mengganti pemikiran hirarkis dengan tim mandiri, dengan mengajarkan kepada orang lain segala

---

<sup>52</sup> Abdul Aziz, *Ekonomi Islam Analisis Mikro Dan Makro* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), 17.

<sup>53</sup> Totok Mardikanto, *Pemberdayaan Masyarakat Dalam Persepektif Kebijakan Publik* (Bandung: Alfabeta, 2015), 52.

sesuatu yang dapat mereka lakukan agar tidak tergantung.

#### D. Koperasi Syariah

##### 1. Karakteristik Koperasi Syariah

Koperasi merupakan sebuah perkumpulan dari orang-orang yang mempunyai tujuan bersama untuk bekerja sama dalam memperbaiki dan meningkatkan taraf kemampuan mereka di bidang ekonomi dan perekonomian. Unsur-unsur penting dari kalimat tersebut adalah adanya orang-orang, yang berkumpul dalam sebuah perkumpulan, mempunyai tujuan yang sama dengan bekerja sama, di dalam bidang kesejahteraan ekonomi. Jadi sejak awal sebuah koperasi termasuk koperasi syariah menjalankan usahanya, para pengurus dan anggota koperasi secara sadar dan wajib memanfaatkan jasa atau produk yang dihasilkan oleh koperasi mereka sendiri, sebagai cara utama untuk ikut memajukan koperasi dalam memupuk modal. Sedikit berbeda dengan koperasi pada umumnya, koperasi syariah dalam menjalankan produk simpan pinjam (pembiayaan) menggunakan prinsip-prinsip syariah.<sup>54</sup>

Koperasi adalah suatu Lembaga sosial ekonomi yang dibentuk dalam rangka menolong diri sendiri atau bersama-sama. Upaya ini dapat tumbuh dari dalam sekelompok masyarakat sendiri berkat munculnya kesadaran Bersama untuk pemberdayaan diri, atau dapat pula ditumbuhkan dari luar kelompok masyarakat itu sebagai pemberdayaan oleh agents of development, baik pemerintah, maupun masyarakat, atau organisasi kemasyarakatan.<sup>55</sup>

Dalam ekonomi syariah, bunga (riba) jelas diharamkan. Oleh karenanya, setiap transaksi-transaksi yang berprinsip syariah, termasuk transaksi-transaksi koperasi syariah, tidak akan ditetapkan melalui sistem

---

<sup>54</sup> Rusi Rusmiati et al. Aliyyah, "Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani," *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani* 2, no. 2 (2018): 355–71.

<sup>55</sup> Kusuma Chandra Kirana, "Penggunaan Pinjaman Modal Kerja Pada Koperasi Untuk Pemberdayaan Ekonomi Usaha Batik Tulis Di Yogyakarta," *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 19, no. 3 (2018): 70.

bunga (riba), namun berdasarkan prinsip bagi hasil sebagaimana diatur dan diakui dalam ekonomi syariah.

Koperasi syariah juga dituntut tak sekedar halal demi kelangsungan hidupnya. Dalam teori strategi pembangunan ekonomi, kemajuan koperasi dan usaha kerakyatan harus berbasiskan kepada dua pilar: tegaknya sistem dan mekanisme pasar yang sehat dan berfungsinya aransmen kelembagaan atau regulasi pemerataan ekonomi yang efektif.

Oleh karenanya, di dalam koperasi syariah, setiap anggota dibebaskan berusaha sesuai dengan keterampilan masing-masing, sehingga memperoleh pendapatan dan kekayaan para anggota tentunya juga akan mengalami perbedaan sesuai dengan usaha yang dijalankan setiap anggota. Muhammad Hatta, salah seorang Proklamator Republik Indonesia yang dikenal sebagai Bapak Koperasi, mengatakan bahwa Koperasi adalah Badan Usaha Bersama yang bergerak dalam bidang perekonomian, beranggotakan mereka yang umumnya berekonomi lemah yang bergabung secara sukarela dan atas dasar persamaan hak dan kewajiban melakukan suatu usaha yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan para anggotanya.

## 2. Tujuan Koperasi Syariah

Surat Keputusan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah yang mengatur tentang Petunjuk Pelaksanaan Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah menjelaskan mengenai tujuan dan layanan pengembangan Koperasi Jasa Keuangan Syariah tepatnya pada pasal II diantaranya adalah:<sup>56</sup>

- a. Meningkatkan program pemberdayaan ekonomi, khususnya di kalangan usaha mikro, kecil, menengah dan Koperasi melalui sistem syariah.

---

<sup>56</sup> Ardian Dwi Bagus, "Pemberdayaan Ekonomi Anggota Koperasi Jasa Keuangan Syariah Melalui Produk Pembiayaan Di Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya," *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, no. 9 (2013): 1689–99.

- b. Mendorong kehidupan ekonomi syariah dalam kegiatan usaha mikro, kecil dan menengah khususnya dan ekonomi Indonesia pada umumnya.
- c. Meningkatkan semangat dan peran serta anggota masyarakat dalam kegiatan Koperasi Jasa Keuangan Syariah.

Koperasi Syariah juga merupakan salah satu bentuk dari lembaga keuangan syariah sehingga prinsip-prinsip syariah melekat didalamnya. Adapun prinsip-prinsip koperasi syariah yaitu:

- a. Prinsip Koperasi Syariah atau Unit Jasa Keuangan Syariah dalam prinsip ekonomi Islam.
  - 1) Kekayaan adalah amanah Allah SWT. yang tidak dapat dimiliki oleh siapapun secara mutlak.
  - 2) Manusia diberi kebebasan dalam muamalah selama tidak melanggar ketentuan syariah.
  - 3) Manusia merupakan wakil Allah dan pemakmur di bumi.
  - 4) Menjunjung tinggi keadilan serta menolak setiap bentuk ribawi dan pemusatan sumber dana ekonomi pada segelintir orang atau sekelompok orang saja.
- b. Prinsip Koperasi Syariah atau Unit Jasa Keuangan Syariah dalam prinsip syariah Islam.
  - 1) Keanggotaan bersifat sukarela dan terbuka.
  - 2) Keputusan ditetapkan secara musyawarah dan dilaksanakan secara konsisten dan konsekuen.
  - 3) Pengelolaan dilakukan secara transparan dan profesional.
  - 4) Pembagian sisa hasil usaha dilakukan secara adil, sesuai dengan besarnya jasa usaha masing-masing anggota.
  - 5) Pemberian balas jasa modal dilakukan secara terbatas dan profesional menurut sistem bagi hasil.
  - 6) Jujur, amanah, dan mandiri.

Koperasi syariah menerapkan beberapa aspek dalam menjalankan kegiatannya guna melayani para anggotanya, termasuk juga aspek azas keseimbangan,

azas keadilan, azas kerjasama. Keputusan Menteri mengenai petunjuk pelaksanaan kegiatan usaha koperasi yang disahkan pada September 2004 menyebutkan bahwa setiap koperasi yang akan memulai unit jasa keuangan syariah, diharuskan meyetor modal awal minimal Rp 15 juta untuk primer dan Rp 50 juta untuk koperasi sekunder.

Semua bank, koperasi jasa keuangan syariah dan unit jasa keuangan syariah diperkenankan menghimpun dana dari para anggota maupun masyarakat baik berupa tabungan, simpanan berjangka dalam pembiayaan mudharabah, musyarakah, murabahah, salam, istisna, ijarah dan alqadr. Selain kegiatan tersebut koperasi jasa keuangan juga diperkenankan menjalankan kegiatan pengumpulan dan penyaluran dana zakat, infak, dan sedekah kepada masyarakat yang membutuhkan dan layak menerima. Termasuk juga waqaf yang di kelola secara terpisah.

Koperasi syariah mempunyai kesamaan pengertian dalam kegiatan usahanya bergerak di bidang pembiayaan, investasi, dan simpanan sesuai pola bagi hasil (syariah), atau lebih dikenal dengan koperasi jasa keuangan syariah. Sebagai contoh produk jual beli dalam koperasi umum diganti namanya dengan istilah murabahah, produk simpan pinjam dalam koperasi umum diganti namanya dengan mudharabah. Tidak hanya perubahan nama, sistem operasional yang digunakan juga berubah, dari sistem konvensional (biasa) ke sistem syariah yang sesuai dengan aturan Islam.<sup>57</sup>

## E. Penelitian Terdahulu

### 1. Penelitian Terdahulu Pertama

Penelitian yang dilakukan oleh Evi Nur Fitria dan A. Syifaul Qulub dengan judul “Peran BMT dalam Pemberdayaan Ekonomi”. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana peran BMT Padi Bersinar Utama

---

<sup>57</sup> Jenita, Sultan Syarif, and Kasim Riau, “Peran Lembaga Keuangan Mikro Syariah Dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Kecil Menengah,” *Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan* 2, no. 2 (2017): 177–91.



terhadap pemberdayaan ekonomi para pedagang kecil di pasar Pucang Surabaya. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa masyarakat yang sudah memasuki usia produktif kerja tanpa pendidikan tinggi dan modal usaha memiliki peluang untuk membuka lapangan kerja pada sektor usaha mikro. Peran para pengusaha kecil terkendala oleh beberapa hal, salah satunya yaitu permodalan. Peningkatan usaha terlihat dari anggota yang mengalami peningkatan pendapatan dan kelancaran usaha dari waktu ke waktu.<sup>58</sup>

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Evi Nur Fitria dan A. Syifaul Qulub dengan penelitian ini adalah mengulas tentang peran BMT dalam Pemberdayaan Ekonomi. Sedangkan perbedaannya terletak pada tempat, objek, dan fokus penelitian. Dimana tempat penelitian oleh peneliti terletak di Kudus dengan objek KSPPS BMT Mitra Muamalat dan fokus penelitian mengenai manajemen strategis penyaluran pembiayaan, faktor penghambat, serta dampak ekonomi pembiayaan dalam pemberdayaan ekonomi.

## 2. Penelitian Terdahulu Kedua

Penelitian yang dilakukan oleh Diyah Febrikawati Ratna Dhahita dan Ida Nurlaeli dengan judul “Peranan KJKS BMT Mitra Mentari Mersi Dalam Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Melalui Pembiayaan Musyarakah”. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana peran KJKS BMT Mitra Mentari Mersi dalam pemberdayaan UMKM melalui pembiayaan musyarakah. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa dalam praktiknya pembiayaan musyarakah lebih sedikit dibanding jumlah pembiayaan murabahah, hal tersebut dikarenakan kurangnya minat masyarakat terhadap pembiayaan musyarakah. Akan tetapi, jika dilihat dari segi perkembangan usaha, usaha nasabah yang melakukan pembiayaan musyarakah sebagian besar maju. Adanya kendala yang dihadapi oleh KJKS BMT Mitra Mentari Mersi yaitu kurangnya

---

<sup>58</sup> Fitria and Qulub, “Peran Bmt Dalam Pemberdayaan Ekonomi (Studi Kasus Pada Bmt Padi Bersinar Utama Surabaya).”

promosi terhadap pembiayaan musyarakah menyebabkan sedikitnya minat nasabah untuk melakukan pembiayaan tersebut. Disamping itu, pihak KJKS juga kurang berani untuk memberikan pembiayaan kepada usaha yang baru berdiri.<sup>59</sup>

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Diyah Febrikawati Ratna Dhahita dan Ida Nurlaeli dengan penelitian ini adalah mengulas tentang peran BMT. Sedangkan perbedaannya terletak pada tempat, objek, fokus penelitian, dan jenis pembiayaan. Dimana tempat penelitian oleh peneliti terletak di Kudus dengan objek KSPPS BMT Mitra Muamalat dan fokus penelitian mengenai manajemen strategis penyaluran pembiayaan, faktor penghambat, dampak ekonomi pembiayaan dalam pemberdayaan ekonomi, serta pembiayaan secara keseluruhan.

### 3. Penelitian Terdahulu Ketiga

Penelitian yang dilakukan oleh Rizki Tri Anugrah Bhakti dengan judul “Pemberdayaan UMKM Melalui Pembiayaan Dengan Prinsip Bagi Hasil Oleh Lembaga Keuangan Syariah”. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana peran UMKM yang berjalan melalui pembiayaan dengan prinsip bagi hasil. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pelaksanaan pembiayaan pada lembaga keuangan syariah di Kota Malang dengan menggunakan prinsip bagi hasil dirasa sangat ideal bagi UMKM. Akan tetapi masih terdapat kendala terkait permasalahan modal. Oleh karena itu lembaga keuangan syariah dengan pembiayaan berprinsip bagi hasil diharapkan dapat menjadi solusi.<sup>60</sup>

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Rizki Tri Anugrah Bhakti dengan penelitian ini adalah mengulas tentang peran lembaga keuangan terhadap pemberdayaan. Sedangkan perbedaannya terletak pada tempat, objek, dan fokus penelitian. Dimana tempat penelitian oleh

---

<sup>59</sup> Dhahita and Nurlaeli, “Peranan KJKS BMT Mitra Mentari Mersi Dalam Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Melalui Pembiayaan Musyarakah.”

<sup>60</sup> Bhakti, “Pemberdayaan Umkm Melalui Pembiayaan Dengan Prinsip Bagi Hasil Oleh Lembaga Keuangan Syariah.”

peneliti terletak di Kudus dengan objek KSPPS BMT Mitra Muamalat dan fokus penelitian mengenai manajemen strategi penyaluran pembiayaan, faktor penghambat, serta dampak ekonomi pembiayaan dalam pemberdayaan ekonomi.

#### 4. Penelitian Terdahulu Keempat

Penelitian yang dilakukan oleh Ilham dan Yanti dengan judul “Peranan Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Dalam Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Palopo”. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana peran BPRS dalam pemberdayaan UMKM di Kota Palopo. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa BPRS cabang Palopo telah banyak berkontribusi dalam memberi kemudahan kepada nasabah untuk mendapatkan bantuan dana dengan menerapkan sistem bagi hasil.<sup>61</sup>

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Ilham dan Yanti dengan penelitian ini adalah menganalisis peran lembaga keuangan syariah terhadap pemberdayaan. Sedangkan perbedaannya terletak pada tempat, objek, dan fokus penelitian. Dimana tempat penelitian oleh peneliti terletak di Kudus dengan objek KSPPS BMT Mitra Muamalat dan fokus penelitian mengenai manajemen strategi penyaluran pembiayaan, faktor penghambat, serta dampak ekonomi pembiayaan dalam pemberdayaan ekonomi.

#### 5. Penelitian Terdahulu Kelima

Penelitian yang dilakukan oleh Isara Abda Noka dengan judul “Efektivitas Pembiayaan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Gayo Terhadap Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Aceh Tengah”. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa efektif pembiayaan untuk UMKM dari BPRS Gayo terhadap ekonomi masyarakat di Aceh Tengah. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa BPRS memiliki kontribusi yang cukup besar dalam mendukung pengembangan

---

<sup>61</sup> Ilham and Yanti, “Peranan Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Dalam Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kota Palopo.”

UMKM, akan tetapi masih banyak masyarakat yang belum mengalami perkembangan usaha yang signifikan. Berdasarkan kendala tersebut BPRS hanya mengeluarkan pembiayaan murabahah karena dirasa cukup aman dan risiko kerugiannya kecil.<sup>62</sup>

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Ilham dan Yanti dengan penelitian ini adalah menganalisis peran lembaga keuangan syariah terhadap pemberdayaan. Sedangkan perbedaannya terletak pada tempat, objek, dan fokus penelitian. Dimana tempat penelitian oleh peneliti terletak di Kudus dengan objek KSPPS BMT Mitra Muamalat dan fokus penelitian mengenai manajemen strategi penyaluran pembiayaan, faktor penghambat, serta dampak ekonomi pembiayaan dalam pemberdayaan ekonomi.

#### **F. Kerangka Berfikir**

Kerangka berfikir merupakan sebuah aktivitas untuk mendapatkan jawaban dari masalah penelitian yang telah dirumuskan secara teoritis dan masih membutuhkan uji kebenarannya di lapangan.<sup>63</sup>

Alur pemikiran dari penelitian ini adalah diawali dari peran KSPPS BMT Mitra Muamalat dalam mengatur manajemen strategi pelayanan penyaluran pembiayaan pada pemberdayaan ekonomi anggota. Dengan adanya pembiayaan yang diadakan oleh KSPPS BMT Mitra Muamalat diharapkan membawa dampak positif bagi anggotanya.

Pembiayaan yang disalurkan KSPPS BMT Mitra Muamalat dapat digunakan untuk keperluan usaha dan konsumtif dalam pemenuhan kebutuhan. Margin keuntungannya dapat dinegosiasikan sesuai dengan pendapatan yang diterima oleh anggota. Hingga akhirnya berdampak pada perekonomian anggota

Adapun kerangka berpikir dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

---

<sup>62</sup> Noka, "Efektivitas Pembiayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Gayo Terhadap Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Aceh Tengah."

<sup>63</sup> Anak Agung Putu Agung, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Malang: UB Press, 2012), 24.

**Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir**