

# JAM-EKIS

ISSN : 2655-6359 E-ISSN : 2656-436X

JURNAL ILMIAH AKUNTANSI, MANAJEMEN & EKONOMI ISLAM

**VOLUME 6**

**NOMOR 2**

**JULI 2023**

# J A M – E K I S

## JURNAL ILMIAH AKUNTANSI, MANAJEMEN, & EKONOMI ISLAM

**Pelindung** : Rektor Universitas Muhammadiyah Bengkulu (UMB)

**Penanggung Jawab** : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMB

**Ketua Dewan Redaksi** : Dr. Meilaty Finthariasari, M.M

**Sekretaris Dewan Redaksi** : Marini, S.E., M. EK

**Dewan Redaksi** :

1. Prof. Lizar Alfansi, Ph.D
2. Dr. Arfan Ikhsan
3. Karona Cahya Susena, S.E., M.M
4. Dr. Afi Parnawi
5. Dr. Willy Abdilla
6. Dr. Rumanintya Lisaria Putri, S.E., M.M
7. Dr. Mochammad Arif Budiman, S. Ag., M.E.I.,  
CIRR., CIIQA
8. Dr. Sugiyanto. S.Sos. MM
9. Dr. Arfan Ikhsan, M.Si
10. Dr. Asep Risman
11. Dr. Nurlaila, S.E., MA., CMA
12. Dr. Fachruzzaman
13. Dr. Onsardi, M.M
14. Dr. Nizwan Zukri

**Executive Editors** : 1. Dr. Muhammad Kristiawan  
2. Berto Usman, Ph.D

**Dewan Editor** : 1. Marliza Ade Fitri, S.E., M.M  
2. Yulius Wahyu Setyadi, M.M  
3. Diah Khoiriah, M.Acc  
4. Tezar Arianto, M.M

**Secretariat and Administration** : 1. Ade Tiara, M.M  
2. Merta Kusuma, M.M

SEMUA TULISAN YANG ADA DALAM JURNAL PENELITIAN INI BUKAN  
MERUPAKAN CERMINAN SIKAP ATAU PENDAPAT DEWAN REDAKSI  
TANGGUNGJAWAB TERHADAP ISI ATAU AKIBAT DARI TULISAN TETAP  
TERLETAK PADA PENULIS

### ALAMAT REDAKSI

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu  
Kampus IV Jl. Adam Malik KM. 9, Sidomulyo, Gading Cempaka Bengkulu

**DAFTAR ISI**

TINJAUAN EKONOMI ISLAM TERHADAP KELAYAKAN BISNIS PERKREDITAN PADA UD. MENTARI KREDIT KOTA BENGKULU Maharani Desi Isnaini Badaruddin Nurhab	204-215
PENGARUH MOTIVASI DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT. CURUP MANDIRI JAYA TV KABEL Khairul Bahrun Fauzi Afriansyah	216-228
ANALYSIS OF THE APPLICATION OF BALANCED SCORECARD TO THE PERFORMANCE OF MICRO SMALL MEDIUM ENTERPRISES ENGGAL FURNITURE INDUSTRY Ikbal Mahadi Aziz Ummul Khair	228-241
PENGARUH SERVICE RECOVERY DAN PRODUCT QUALITY TERHADAP CUSTUMER RETENTION (STUDI KASUS PT. BINTANG MOTOR KOTA BENGKULU) Reni Indriani Alvin Nia	242-258
PENGARUH GAYA HIDUP DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN Ema Yara Meiffa Herfianti	259-268
PENGARUH MOTIVASI DAN PENGALAMAN KERJA TERHADAP PENGEMBANGAN KARIR KARYAWAN DI PT SANDABI INDAH LESTARI SELUMA Marliza Ade Fitri Richy Pranaditya Faiztawali	269-278
STRATEGI MARKETING SYARIAH DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN DI TOKO ADZKIA KELURAHAN KEBUN GERAN KOTA BENGKULU Sovita Alfioni Idwal Faisal Muttaqin	279-286
ANALISIS PENILAIAN KINERJA KEUANGAN BANK MENGGUNAKAN TEKNIK DU PONT SYSTEM (STUDI PT. BANK TABUNGAN DAN PENSIUNAN NEGARA (BTPN) SYARIAH PERIODE 2017-2020) Febri Syafly Fadhilah Nurul Hak Kustin Hartini	287-296
STRATEGI DIGITAL BAURAN PEMASARAN 4P TERHADAP KINERJA UMKM KOTA SAMARINDA M. Risal Damayanti	297-309

**JURNAL ILMIAH AKUNTANSI, MANAJEMEN, & EKONOMI ISLAM**

---

- EFEKTIVITAS PENYALURAN DANA PROGRAM KELUARGA HARAPAN (PKH)  
DALAM UPAYA PENGENTASAN KEMISKINAN 310-327  
Yuli Handika  
Desi Isnaini  
Yunida Een Fryanti
- STRATEGI PEMASARAN SYARIAH PADA AILA FASHION SERBA TIGA PULUH LIMA  
RIBU KECAMATAN SINGARAN PATI KOTA BENGKULU 328-339  
Wahyu Anugraha Jaya  
Supardi Mursalin  
Makmur
- PENERAPAN MAQASHID SYARIAH DALAM EKONOMI ISLAM 340-354  
Intan Permata Sari  
Eka Sri Wahyuni  
Kustin hartini
- DETERMINAN DIVIDEND PAYOUT RATIO PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR  
YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA 355-365  
Martihen Supriyadi  
Fenty Fauziah  
Fitri Darmayani Manoy
- ANALISIS PEMBIAYAAN MURABAHAH PADA KOPERASI JASA BERKAH BERSAMA  
SYARIAH KOTA BENGKULU 366-382  
Amir Mukadar  
Dharma Setiawan  
Nazar  
Muhammad Said Romadhon
- MANAJEMEN PENGELOLAAN KOS-KOSAN DI LINGKUNGAN UINFAS BENGKULU  
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM 383-394  
Yeni Nurhayati  
Supardi Mursalin  
Evan Stiawan

## TINJAUAN EKONOMI ISLAM TERHADAP KELAYAKAN BISNIS PERKREDITAN PADA UD. MENTARI KREDIT KOTA BENGKULU

### *REVIEW OF ISLAMIC ECONOMICS ON THE FEASIBILITY OF CREDIT BUSINESS AT UD. MENTARI QREDIT BENGKULU CITY*

Maharani<sup>1</sup>, Desi Isnaini<sup>2</sup>, Badaruddin Nurhab<sup>3</sup>

Universitas Islam Negeri (UIN) Fatmawati Sukarno Bengkulu<sup>1-3</sup>  
[maharaniainbkl@gmail.com](mailto:maharaniainbkl@gmail.com)<sup>1</sup>, [desisnaini@gmail.com](mailto:desisnaini@gmail.com)<sup>2</sup>, [b\\_85nurhab@gmail.com](mailto:b_85nurhab@gmail.com)<sup>3</sup>

Pagar Dewa Kota Bengkulu

Corresponding email: [maharaniainbkl@gmail.com](mailto:maharaniainbkl@gmail.com)

---

#### INFORMASI ARTIKEL

**Riwayat Artikel:**

Diterima : 1 Desember 2022

Direvisi : 25 Juni 2023

Disetujui : 30 Juni 2023

**Keywords:**

*Business Feasibility, Credit,  
Islamic Economics.*

**Kata kunci:**

Kelayakan Bisnis,  
Perkreditan, Ekonomi Islam.

---

#### ABSTRACT

*This study aims to determine the feasibility of credit business at UD. Mentari Qredit Bengkulu City in terms of Islamic Economics. This type of research, namely field research which is descriptive-analytic in nature, uses a qualitative approach, and the sampling technique is carried out purposively. As for the business feasibility aspects analyzed, such as legal aspects, technical/operational aspects, market and marketing aspects, financial aspects, as well as economic, social and environmental aspects. The results of the study show that when viewed from an Islamic economic perspective, UD. Mentari Qredit Bengkulu City is in accordance with the principles of Islamic economics, because it has implemented honesty in every business activity, clear trade goods specifications, transparency of agreements, agreements apply voluntarily (no coercion), set prices transparently and clearly, avoid usury, as well as adhering to the principle of ta'awun (mutual help) in buying and selling activities.*

#### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kelayakan bisnis perkreditan pada UD. Mentari Qredit Kota Bengkulu ditinjau dari Ekonomi Islam. Jenis penelitian ini, yaitu *field research* yang bersifat deskriptif-analitik, menggunakan pendekatan kualitatif, dan teknik penentuan sampel dilakukan

secara sengaja (*purposive*). Adapun aspek-aspek kelayakan bisnis yang dianalisis, seperti aspek hukum, aspek teknis/operasi, aspek pasar dan pemasaran, aspek keuangan, serta aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jika dilihat dari tinjauan ekonomi Islam, maka UD. Mentari Qredit Kota Bengkulu telah sesuai dengan prinsip ekonomi Islam, karena sudah menerapkan kejujuran dalam setiap kegiatan usaha, spesifikasi barang dagang jelas, transparansi perjanjian, kesepakatan berlaku atas suka sama suka (tidak ada paksaan), menetapkan harga dengan transparan dan jelas, menghindari riba, serta berpegang teguh pada prinsip *ta'awun* (tolong-menolong) dalam kegiatan jual beli.

---

## PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang di dunia, tengah dihadapkan pada masalah pengangguran dan kemiskinan yang jumlahnya semakin bertambah. Dampak dari masalah tersebut tidak hanya menjadi sumber kriminalitas, tetapi berakibat juga pada produktivitas dan daya saing bangsa yang rendah (Fitri et al., 2022; Mukadar et al., 2021). Untuk mengatasi masalah tersebut, pilihan tepat yang dapat diambil adalah menciptakan lapangan kerja dengan memaksimalkan potensi dan keterampilan angkatan kerja (Sulastrri, 2016). Diera modernisasi saat ini, sudah sepatutnya bagi bangsa Indonesia untuk mulai menumbuhkan jiwa kewirausahaan agar dapat meminimalkan ketergantungan pada pencarian kerja yang semakin ketat persaingannya. Oleh karena itu, pemerintah menekankan pentingnya penciptaan lapangan kerja baru oleh para pelaku usaha/wirausahawan di Indonesia (Tito et al., 2018).

Mencari penghidupan yang layak agar perekonomian membaik dapat dilakukan oleh setiap insan, salah satunya dengan cara berbisnis. Menurut Hughes dan Kapoor, bisnis merupakan suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan serta menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat dan industri (Hughes & Kapoor, 1987). Didukung oleh kondisi Indonesia yang merupakan salah satu negara dengan penduduk yang cukup banyak di dunia ini menjadikannya sebagai kawasan pasar yang sangat potensial dalam usaha. Salah satu jenis usaha/bisnis yang cukup populer, adalah bisnis dibidang perkreditan. Bisnis perkreditan dapat berkembang pesat di Indonesia karena ditunjang dengan keadaan masyarakatnya yang berpenghasilan rendah. Ditambah juga tingkat kebutuhan yang semakin meningkat, serta budaya konsumtif yang semakin meluas ditengah-tengah masyarakat. Tidak jarang untuk memenuhi kebutuhan hidup sering dilakukan pembelian dengan cara kredit (Lubis & Wajdi, 2012).

Secara umum, bisnis perkreditan merupakan suatu usaha yang dilakukan dengan penjualan suatu barang yang pembayaran dilakukan tidak secara tunai (diangsur; dicicil; pembayaran ditangguhkan). Dalam Islam juga diajarkan bagaimana tata cara

bermuamalah dengan sesama termasuk jual beli kredit. Jual beli kredit diperbolehkan, asalkan tempo atau waktu ditentukan dan jumlah pembayaran telah ditentukan sesuai kesepakatan (Tarmizi, 2017). UD. Mentari Qredit merupakan salah satu contoh bentuk usaha mikro yang bergerak dibidang perdagangan atau penjualan kredit alat-alat kebutuhan rumah tangga/barang elektronik (televisi, mesin cuci, kulkas, *handphone*, laptop, dan lain-lain), yang dilakukan dengan cara mengirimkan barang yang sesuai dengan orderan yang diterima dari pembeli dengan pembayaran dalam jangka waktu tertentu, sehingga munculnya tagihan tiap bulan kepada pembeli tersebut sesuai kesepakatan.

Dalam perkembangannya, bisnis tersebut juga tidak luput dari yang namanya pasang surut perekonomian. Mulai dari adanya masalah internal, eksternal, untung-rugi, kebangkrutan, dan masalah-masalah lain yang tak terduga, seperti halnya Pandemi *Covid-19*. Oleh karena itu, pentingnya setiap pengusaha untuk memperkirakan secara saksama prospek bisnis ke depannya. Dengan demikian, diperlukannya suatu pemahaman dan pengkajian terhadap studi kelayakan bisnis. Studi kelayakan bisnis merupakan langkah awal yang menjadi titik acuan dalam memutuskan pembangunan sebuah usaha, dengan mempelajari secara mendalam usaha yang akan dijalankan untuk menentukan layak atau tidaknya suatu bisnis dijalankan. Tidak seolah hanya melihat dari teori ekonomi saja, melainkan harus menilai dari sudut pandang Islam, bagaimana bisnis tersebut dikatakan halal atau tidak. Studi kelayakan bisnis mempunyai manfaat yang besar dalam memprediksi usaha akan berhasil atau tidak. Jika berhasil dapat diprediksi sampai titik mana keberhasilan itu dicapai dan jika gagal dapat diprediksi dengan berbagai kegagalannya, sehingga dapat dihindari dan dilakukan studi kelayakan bisnis yang lain (Busro, 2017). Oleh karena itu, penulis dalam hal ini tertarik dan ingin mengangkat sebuah penelitian yang berjudul “*Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Kelayakan Bisnis Perkreditan Pada UD. Mentari Qredit Kota Bengkulu*”, dengan tujuan untuk menganalisis layak atau tidaknya bisnis yang dijalankan oleh UD. Mentari Qredit Kota Bengkulu ditinjau dari segi Ekonomi Islam.

## TINJAUAN PUSTAKA

### PERKREDITAN

#### Teori Kredit Konvensional

Kredit berasal dari kata *credere* yang berarti percaya atau *to believe/to trust*, maksudnya yaitu pihak kreditur mempunyai suatu kepercayaan kepada pihak debitur, bahwa dalam waktu dan syarat-syarat yang telah disetujui bersama, pihak debitur dapat mengembalikan atau membayar kembali kredit yang bersangkutan (Usman, 2001). Kredit sebagai suatu reputasi seseorang, dimana memungkinkan ia bisa memperoleh uang atau barang, dengan jalan menukarkannya dengan suatu janji untuk membayar disuatu masa yang akan datang (Tarmizi, 2017a). Menurut ilmu ekonomi, kredit diartikan sebagai penundaan pembayaran karena pengembalian atas penerimaan uang, dana atau suatu barang tidak dilakukan bersamaan pada saatnya menerima, melainkan pengembaliannya dilakukan pada masa tertentu yang akan datang (Ibrahim, 2004). Dalam UU Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Atas UU Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan Pasal 1 angka 11 menjelaskan bahwa kredit adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat

dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam-meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi utangnya dengan pemberian bunga (Bank Indonesia, 1998).

### **Teori Kredit dalam Islam**

Dalam fiqh muamalah, kredit berasal dari istilah fiqh *al-qardh*, yang berarti meminjamkan uang ataupun barang atas dasar kepercayaan (Karim, 2001). Bila ditinjau dari sudut istilah, *al-qardh* seperti memberikan harta kepada seseorang yang membutuhkan dan bisa diminta kembali dengan jumlah yang sama, atau meminjamkan uang tanpa mengharapkan imbalan apapun (Antonio, 2001). Dengan demikian, *al-qardh* pada intinya ialah pemberian pinjaman dari seseorang pada pihak lain dengan tujuan untuk menolongnya, sehingga *al-qardh* bukan akad komersial, melainkan akad sosial. Pada zaman Rasulullah Saw. jual beli dengan cara mengangsur pembayaran dalam kurun waktu tertentu belum ada. Tetapi, pada abad VII M, masyarakat Arab mulai mengenal jual beli tangguh bayar (*al-Bai'ila Ajalin*), tetapi belum sampai pada cara mengangsur (Khaer & Nurhayati, 2019).

Dalam bahasa Arab, penjualan dengan harga tangguh atau penjualan dengan bayaran angsur juga disebut *al-Bai Bitsaman Ajil* (Direktorat Perbankan Syariah, 2006). *al-Bai Bithaman Ajil*, yaitu menjual sesuatu dengan disegerakan penyerahan barang yang dijual kepada pembeli dan ditangguhkan pembayarannya hingga ke satu waktu yang ditetapkan atau dengan bayaran berangsur. Tujuan dari penjualan ini ialah untuk memberi kemudahan kepada pembeli yang tidak mampu membayar tunai (Rivai & Dkk., 2011). Jadi, dapat dipahami bahwa *al-Bai Bithaman Ajil* merupakan transaksi yang berlangsung dimana tidak serentak akad dengan pemberian harga atau penyerahan barang, dan tentunya atas kesepakatan bersama (Rusyid, n.d.).

Dalam literatur fiqh kontemporer, bisnis perkreditan dikenal dengan istilah *Ba'i al-Taqsith*. Secara bahasa, *al-Taqsith* artinya membagi-bagi sesuatu dan memisahkannya menjadi beberapa bagian yang terpisah. Menurut istilah, *Bai' al-Taqsith* adalah menjual sesuatu dengan pembayaran yang diangsur dengan cicilan tertentu, pada waktu tertentu dan lebih mahal daripada pembayaran kontan, atau praktik jual beli dengan harga bertempo yang dibayarkan kepada penjual dalam bentuk cicilan yang disepakati (Muhammad, 1998). Penjual menyerahkan barang dagangan yang dijualnya kepada pembeli saat itu juga pada waktu terjadinya akad dan pembeli wajib membayarkan harga untuk barang yang dibeli dalam bentuk cicilan berjangka. Disebut dengan istilah *bai' taqsith*, karena memuat sebuah bentuk transaksi jual beli dengan ciri harga yang disepakati, secara umum harga yang berlaku lebih tinggi dibanding harga jual pasar.

### **Hukum Kredit**

Jual beli kredit telah lama dikenal oleh masyarakat. Secara umum, jual beli kredit sendiri diperbolehkan oleh syariat tergantung bagaimana sistemnya. Apabila terdapat unsur *ribawi*, *gharar*, dan *maysir*, maka haram hukumnya. Sedangkan, jika murni akad kredit yang syar'i, maka hukumnya halal. Jumhur ulama membolehkan jual beli dengan menaikkan harga karena temponya, karena pada asalnya boleh dan tidak ada nash yang mengharamkannya (Abdullah, 2019).

Sebagai bagian dari bentuk jual beli, dasar hukum kredit terdapat dalam Al-Qur'an,



yaitu Q. S. Al-Baqarah (2): 282.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدِينٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا يَأْب كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ  
كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ فَلْيَكْتُبْ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Apabila kamu melakukan utang-piutang untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. Janganlah penulis menolak untuk menuliskannya sebagaimana Allah telah mengajarkan kepadanya, maka hendaklah dia menuliskan.”

Ayat di atas dimaksudkan pada orang-orang beriman yang melakukan transaksi tidak tunai yang mensyaratkan beberapa hal, diantaranya harus ditulis/dicatat, dan disertai saksi yang adil. Apabila transaksi bisnis itu terjadi di perjalanan dan tidak ada juru tulis, sebagaimana ayat selanjutnya (283), diperbolehkan menggunakan jaminan sebagai kepercayaan dari pihak orang yang berutang (Nahidloh, 2014). Rasulullah Saw. juga pernah melakukan transaksi kredit dengan memberikan jaminan berupa baju besinya, sebagaimana dalam sebuah hadis yang diriwayatkan ‘Aisyah ra., dikatakan:

أَخْبَرَنَا أَحْمَدُ بْنُ حَرْبٍ قَالَ حَدَّثَنَا أَبُو مُعَاوِيَةَ عَنْ الْأَعْمَشِ عَنْ إِبْرَاهِيمَ عَنِ الْأَسْوَدِ عَنْ عَائِشَةَ قَالَتْ اشْتَرَى  
رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مِنْ يَهُودِيٍّ طَعَامًا بِنَسِيئَةٍ وَأَعْطَاهُ دِرْعًا لَهُ رَهْنًا

Artinya: Telah mengabarkan kepada kami (Ahmad bin Harb), ia berkata: Telah menceritakan kepada kami (Abu Mu'awiyah) dari (Al-A'masy) dari (Ibrahim) dari (Al-Aswad) dari (Aisyah), ia berkata: “Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam membeli makanan dengan kredit dari seorang Yahudi, dan beliau memberikan kepadanya baju zirah beliau sebagai gadaian.”(Nasa’i, n.d.).

Imam Nawawi menyatakan di dalam kitab *Raudlatu al-Thalibin*, bahwasannya bisnis perkreditan hukumnya adalah boleh.

أما لو قال بعتك بألف نقداً وبألفين نسيئة... فيصح العقد

Artinya: “Andai ada seorang penjual berkata kepada seorang pembeli: Aku jual ke kamu (suatu barang), bila kontan dengan 1.000 dirham, dan bila kredit sebesar 2.000 dirham, maka aqad jual beli seperti ini adalah sah.”(Al-Nawawi, n.d.)

Kesimpulannya bahwa jual beli kredit adalah diperbolehkan. Orang yang menyamakan jual beli kredit dengan riba, kelak mendapat ancaman dari Allah Swt., sebagaimana tertuang di dalam Q. S. Al-Baqarah/2: 275, yaitu kelak akan bangkit dari kubur dalam keadaan seperti orang yang gila, dan tempat kembali orang-orang yang sedemikian itu adalah neraka, dan ia adalah seburuk-buruk tempat kembali (Syamsudin, n.d.).

## Studi Kelayakan Bisnis

## Teori Kelayakan Bisnis

Pengertian studi kelayakan bisnis sendiri ada dua, yaitu dari segi konvensional atau secara umum dan dari segi syariah. Secara umum, studi kelayakan (*feasibility study*) adalah sebuah studi untuk mengkaji secara komprehensif dan mendalam terhadap kelayakan sebuah usaha (Munir et al., 2019). Arti dari studi kelayakan bisnis, yaitu penelitian tentang layak tidaknya suatu proyek yang dilaksanakan. Kriteria berhasil ada dua, yaitu berhasil dalam arti luas dan dalam arti yang terbatas (Gunawan, 2018). Sedangkan, studi kelayakan bisnis syariah adalah peninjauan secara mendalam terhadap berbagai aspek yang menyokong keberadaan suatu usaha sehingga menghasilkan suatu kesimpulan mengenai usaha tersebut layak untuk tetap dilaksanakan atau harus dilakukannya evaluasi kembali agar usaha tersebut bisa berkembang sebagaimana yang diharapkan, bisa meminimalkan risiko, dan sesuai dengan prinsip Islam. Sedangkan, tujuan dari studi kelayakan bisnis syariah adalah sebagai bentuk *cross check* atau bentuk ikhtiar terhadap kelayakan suatu bisnis yang dijalankan. Sedangkan, manfaat adanya studi kelayakan bisnis adalah memudahkan pengidentifikasian terhadap sisi positif dan negatif yang mungkin timbul dari bisnis yang dijalankan tersebut sehingga pengambilan keputusan akan lebih berkualitas.

Secara umum, prioritas aspek-aspek penilaian dalam studi kelayakan ada 6, yaitu (1) Aspek hukum, yaitu menganalisis kelayakan legalitas usaha yang dijalankan, kelengkapan, dan keabsahan dokumen perusahaan. Dokumen yang diperlukan meliputi bentuk badan usaha serta keabsahannya, Tanda Daftar Perusahaan (TDP) atau Nomor Induk Berusaha (NIB), Izin domisili, dan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) (Kasmir, 2019); (2) Aspek pasar dan pemasaran, yaitu menganalisis potensi pasar (ada tidaknya konsumen dan selera konsumen), intensitas persaingan (bagaimana peta kondisi pesaing terutama untuk produk sejenis sekarang), *market share* yang dapat dicapai, serta menganalisis strategi pemasaran (strategi produk, harga, promosi, dan distribusi) yang dapat digunakan untuk mencapai *market share* yang diharapkan; (3) Aspek keuangan, yaitu menganalisis sumber data pemasukan dan pengeluaran dalam bisnis, besar pendapatan yang diterima, dan penilaian investasi dengan menggunakan beberapa analisis, seperti *Cash Flow* dan *Analisis rasio keuangan (Solvabilitas, likuiditas, aktivitas, dan profitabilitas)* (Aliefah & Nandasari, 2022); (4) Aspek teknis/operasi, yaitu menganalisis kesiapan teknis dan pelaksanaan bisnis, dalam hal ini seperti, analisis surat perjanjian, jaminan, dan penggunaan sarana dan prasarana yang menunjang untuk menjalankan bisnis; (5) Aspek manajemen/organisasi, yaitu menganalisis kesiapan tenaga kerja, berpedoman pada *the right man in right job*, artinya suatu jabatan diisi oleh orang yang cocok, sesuai dengan keahlian dan kemampuannya, dengan melakukan analisis terkait jabatan dan penentuan jumlah dan tingkat gaji SDI; Dan (6) Aspek ekonomi sosial lingkungan, yaitu melihat seberapa besar pengaruh yang ditimbulkan jika proyek ini dijalankan, terutama terhadap ekonomi secara luas serta dampak sosialnya terhadap masyarakat dan lingkungan.

## Bisnis Dalam Ekonomi Islam

Kata bisnis dalam Al-Quran biasanya yang digunakan *al-tijarah*, *al-bai'*, *tadayantum*, dan *isy tara*. Tetapi yang seringkali digunakan yaitu *al-tijarah*, dan dalam bahasa arab *tijaraha*, berawal dari kata dasar t-j-r, *tajara*, *tajran wa tijarata*, yang

bermakna berdagang atau berniaga. *At-tijaratun walmutjar*, yaitu perdagangan, perniagaan. Menurut ar-Raghib al-Asfahani, dalam *al-mufradat fi gharib al-Qur'an, at-Tijarah* bermakna pengelolaan harta benda untuk mencari keuntungan (Harahap, 2018). Bisnis syariah adalah bisnis yang berdasarkan pada Al-Quran dan Hadis dimana terdapat kesesuaian kegiatan bisnis dengan syariah Islam sebagai ibadah kepada Allah Swt., untuk mendapat ridha-Nya. Dari pengertian tersebut, bisnis berbasis syariah merupakan bisnis yang berlandaskan syariah Islam, dimana semua kegiatan bisnis yang dilakukan harus sesuai dengan aturan agama Islam (halal dan haram). Dalam bisnis Islam, semua hasil usaha yang telah dilakukan selalu mengingat dan menyerahkan kepada Allah Swt (Agustin, 2017). Adapun ciri dan karakter dari bisnis syariah, antara lain: (1) Memiliki pemahaman terhadap bisnis yang halal dan haram; (2) Selalu berpijak pada nilai-nilai *ruhiyah*; (3) Praktik bisnis sesuai syariah yang benar; (4) Berorientasi pada ibadah kepada Allah Swt.

### METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian *field research*, ialah penelitian secara langsung di lapangan untuk mengumpulkan data yang diperlukan, melalui kegiatan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sifat penelitian ini adalah deskriptif-analitik, yaitu penelitian ini mendeskripsikan mengenai operasional usaha dan aspek-aspek kelayakan bisnis, kemudian penulis menganalisa tinjauan Ekonomi Islam terhadap kelayakan bisnis perkreditan pada UD. Mentari Qredit Kota Bengkulu. Dalam penelitian ini, penulis juga menggunakan pendekatan secara kualitatif dari perspektif partisipan (informan penelitian). Teknik analisis data dengan *Model Miles dan Huberman*, yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan simpulan dan verifikasi.

Adapun informan yang memberikan respon, baik dalam kegiatan observasi maupun wawancara pada penelitian ini berjumlah 5 orang informan. Penetapan jumlah informan bersifat fleksibel berdasarkan syarat kecukupan dan kesesuaian, atau dilakukan secara sengaja (*purposive*), terdiri atas 1 orang pemilik usaha, 2 orang karyawan, dan 2 orang konsumen dari UD. Mentari Qredit Kota Bengkulu. Data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu data primer, yang berasal dari kegiatan wawancara yang dilakukan penulis kepada para informan yang kegiatannya terkait pada UD. Mentari Qredit Kota Bengkulu, serta data sekunder, dengan menggunakan beberapa dokumen resmi-tertulis yang berasal dari UD. Mentari Qredit Kota Bengkulu, serta beberapa sumber referensi yang menunjang penelitian, berasal dari buku ilmiah, jurnal, dan skripsi terdahulu.

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### Pendirian UD. Mentari Qredit Kota Bengkulu

UD. Mentari Qredit adalah suatu jenis usaha perdagangan eceran di bidang perkreditan barang furnitur, peralatan listrik rumah tangga, serta peralatan penerangan dan perlengkapannya. UD adalah singkatan dari Usaha Dagang, artinya UD. Mentari Qredit merupakan usaha keluarga, dan tergolong ke dalam Usaha Mikro Kecil. Meskipun belum berbentuk badan hukum, UD. Mentari Qredit sudah memperoleh izin resmi usaha dari pemerintah daerah setempat melalui Lembaga OSS, berdasarkan ketentuan Pasal 24

ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik, yaitu menerbitkan Nomor Induk Berusaha (NIB) 0200000912817 per tanggal 21 September 2020. Usaha dagang yang bertempat di tengah-tengah area permukiman padat penduduk ini menggunakan sarana rumah pribadi sebagai tempat usaha (status tempat usaha bukan sewa). Penggunaan rumah pribadi sebagai tempat usaha dipilih karena dalam hal pengoperasiannya, tempat usaha hanya diperuntukan sebagai sarana bagi konsumen (debitur) untuk melakukan teken kontrak perjanjian terhadap kreditur, dan selain itu, lokasi yang berada di area padat penduduk (Perumnas), membuat pengelola tidak kesulitan mencari konsumen dan bisa lebih dekat, dalam hal mengamati para calon konsumen. UD. Mentari Qredit dijalankan oleh 1 pemilik usaha dan beberapa orang karyawan yang bekerja sebagai penagih. Adapun jam kerjanya yaitu fleksibel, menyesuaikan dengan jadwal dan jumlah tagihan. Dikarenakan usaha ini masih tergolong usaha mikro kecil, jadi struktur organisasinya masih bersifat non-formal. Meskipun tanpa struktur organisasi lengkap, UD. Mentari Qredit memiliki pembagian tugas yang jelas.

#### **Analisis Aspek Kelayakan Bisnis UD. Mentari Qredit Kota Bengkulu**

Dari aspek hukum, diketahui bahwa UD. Mentari Qredit Kota Bengkulu telah memiliki kelengkapan legalitas yang memadai, seperti memiliki NIB (Nomor Induk Berusaha) 0200000912817 sebagai izin usaha atau Tanda Daftar Perusahaan yang dikeluarkan oleh pejabat pemerintahan setempat.

Dari aspek teknis/operasi, diketahui bahwa UD. Mentari Qredit Kota Bengkulu melakukan kegiatan operasional di lokasi usaha yang sekaligus rumah pribadi pemilik. Selain itu, di lokasi usaha juga belum terdapat papan nama usaha. Dari segi alat penunjang bisnis, pemilik melakukan kegiatan audit internal (sendiri) dengan memerhatikan standar ekonomi, keuangan, dan aturan yang berlaku, seperti pembukuan/akuntansi, perjanjian jual beli maupun kerjasama, persyaratan pemberian kredit, serta pelayanan yang memprioritaskan konsumen sehingga memiliki kualitas operasional yang baik.

Dari aspek pasar dan pemasaran, diketahui bahwa UD. Mentari Qredit Kota Bengkulu menawarkan perkreditan (*product*) berupa barang-barang konsumsi pribadi, seperti alat furnitur, peralatan listrik dan rumah tangga, peralatan penerangan dan perlengkapannya, sebagaimana yang tercantum pada ketentuan Nomor Induk Berusaha (NIB). Mengenai penetapan harga (*Price*), UD. Mentari Qredit menetapkan besar keuntungan dari jual beli kredit ini sebesar 4% per bulan dari harga barang yang dibeli dari toko. Adapun lama jangka waktu pembayaran kredit ini, yaitu selama 10-12 bulan, atau dikenal dengan metode *cost-plus pricing*. Mengenai distribusi (*Place*), UD. Mentari Qredit melakukan pengawasan penuh mulai dari mencari barang yang dibutuhkan, memeriksa keadaan barang sampai barang tersebut sampai ke tangan konsumen, dan biasanya barang yang dibeli langsung diantarkan ke tempat konsumen. Mengenai sarana promosi (*Promotion*), UD. Mentari Qredit belum memiliki alat atau media khusus untuk memasarkan barang dagang atau untuk memasarkan sistem jual beli kredit. Kegiatan promosi dilakukan secara mulut ke mulut, sehingga masih bisa dikembangkan dengan memanfaatkan beberapa teknologi yang ada, seperti promosi *online* melalui *gadget*, termasuk juga pemasangan papan nama.

Dari aspek keuangan, diketahui bahwa usaha perkreditan pada UD. Mentari Qredit Kota Bengkulu ini menguntungkan. Hal ini dapat dilihat dari nilai *Cash Ratio*  $10.4 > 1$  tahun 2020 dan  $80.1 > 1$  tahun 2021, menandakan harta yang dimiliki dapat menjamin utang yang ada dengan baik; nilai *Debt to Asset Ratio* 37.9% tahun 2020, 35.1% tahun 2021, dan 30.4% tahun 2022, menandakan keuangan pemilik yang didanai utang dari tahun ke tahun semakin kecil; Dan nilai keuntungan usaha sebesar Rp79,657,278 tahun 2021 dan Rp55,357,671 tahun 2022.

Dari aspek manajemen/organisasi, diketahui bahwa UD. Mentari Qredit Kota Bengkulu dapat dikatakan belum layak atau masih memerlukan pengembangan selanjutnya. Pada aspek ini, pemilik usaha menjalankan dengan jumlah karyawan 2 orang. Hal ini mengindikasikan bahwa usaha dengan spesifikasi pekerjaan yang mengharuskan karyawan untuk melakukan penagihan kepada konsumen masih kurang efisien. Meskipun tanpa struktur organisasi lengkap, UD. Mentari Qredit memiliki pembagian tugas yang jelas. Pemilik perusahaan bertindak sebagai pengawas jalannya kegiatan usaha dan merangkap dalam hal administrasi pembukuan. Sementara itu, karyawannya bertugas mencari konsumen dan penagih. Sedangkan, dari segi pemberian gaji, UD. Mentari Qredit Kota Bengkulu telah sesuai dengan pekerjaan yang dilakukan oleh karyawan dan dilakukan berdasarkan kesepakatan.

Dari aspek ekonomi sosial lingkungan, diketahui bahwa UD. Mentari Qredit Kota Bengkulu tidak menimbulkan dampak negatif bagi masyarakat maupun lingkungan, melainkan usaha ini dijalankan dengan memerhatikan konsep *ta'awun* (tolong-menolong) dan juga jika dikembangkan bisa menambah kesempatan kerja bagi masyarakat sekitar.

## PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian di atas, diketahui bahwa UD. Mentari Qredit berbentuk usaha dagang yang mengelola urusan jual beli barang peralatan rumah tangga secara kredit. Secara rinci, tujuan ekonomi Islam adalah pertama, mencari kesenangan akhirat yang diridhoi Allah Swt., dengan segala *capital* yang diberikan-Nya kepada manusia. Kedua, memperjuangkan kebutuhan hidup manusia atau dengan kata lain mencari rezeki. Dan yang ketiga, berbuat baik kepada masyarakat. Adapun analisis tinjauan ekonomi Islam terhadap aspek-aspek kelayakan bisnis pada UD. Mentari Qredit Kota Bengkulu, sebagai berikut.

UD. Mentari Qredit Kota Bengkulu dalam mendirikan usahanya sudah memiliki kelengkapan legalitas yang memadai, hal ini untuk meminimalisir risiko yang berkaitan dengan hukum, serta mengindikasikan juga bahwa bidang usaha yang dijalankan jelas dan tidak melanggar hukum perundang-undangan yang berlaku. Sebagaimana sesuai dengan Q. S. An-Nisa/4: 59.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُولَى الْأَمْرِ مِنْكُمْ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Taatilah Allah dan taatilah Rasul (Muhammad), dan ulil amri (pemegang kekuasaan) diantara kamu...”

Selain itu, UD. Mentari Qredit Kota Bengkulu dapat dikatakan layak dan sesuai

syariat pada kegiatan operasional, baik dari transparansi perjanjian dimana kesepakatan berlaku atas dasar suka sama suka, akad jelas, dan tidak melegalkan riba. Islam melarang transaksi perdagangan dengan paksaan, mengambil harta orang lain dengan jalan yang *batil* (tidak benar), kecuali dengan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka. Kaidah fiqh yang diungkapkan oleh Ibnu Taimiyah bahwa “*Dasar dari akad adalah keridhoan kedua belah pihak*”. Hal ini sesuai pada Q. S. An-Nisa/4: 29.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “*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. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.*”

Barang (*product*) diperjualbelikan secara kredit pada UD. Mentari Qredit Kota Bengkulu bukan berupa emas, perak atau mata uang. Barang (*product*) juga terlebih dahulu dimiliki UD. Mentari Qredit Kota Bengkulu sebelum perjanjian jual beli kredit dilangsungkan, barang juga diterima pembeli tunai pada saat akad berlangsung, harga jelas, serta besarnya angsuran dan jangka waktunya juga jelas sesuai perjanjian. Hal ini sesuai dengan Q. S. Asy- Syu'ara/26: 181-183.

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ. وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ. وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْنُوا فِي الْأَرْضِ مُسْتَدِينِينَ

Artinya: “*Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan. Dan timbanglah dengan timbangan yang lurus. Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan*”.

Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan, UD. Mentari Qredit telah melakukan transaksi dengan akad yang telah sesuai dengan pandangan ekonomi Islam dan menjual barang dengan harga sesuai dengan kualitas barangnya. Sebagaimana kaidah fiqh menjelaskan bahwa “*Hukum asal dalam bentuk muamalah adalah boleh dilakukan, kecuali ada dalil yang mengharamkannya*”. Maksudnya, kaidah ini dalam setiap muamalah dan transaksi, pada dasarnya boleh, kecuali yang tegas diharamkan, seperti mengakibatkan kemudharatan, tipuan, dan lain-lain. Harus disadari bahwa meskipun memperoleh keuntungan yang melimpah, hasilnya tidak berkah, karena ada pihak yang dirugikan. Oleh sebab itu, UD. Mentari Qredit Kota Bengkulu selalu membangun hubungan baik di antara berbagai pihak yang terkait. Islam tidak menghendaki dominasi pelaku yang satu di atas yang lain, baik dalam bentuk monopoli maupun bentuk-bentuk lain yang tidak mencerminkan rasa keadilan dan pemerataan pendapatan. Ajaran Islam menganjurkan bahwa pelaku bisnis dalam berbisnis, mestinya tidak sekedar hanya mengejar keuntungan sebanyak-banyaknya, tetapi juga mesti berorientasi kepada sikap *ta'awun*, yaitu menolong orang lain, hal ini sebagai implikasi

sosial kegiatan bisnis. Berdasarkan informasi di atas, penulis menyimpulkan hasil analisa dari kelayakan bisnis UD. Mentari Qredit Kota Bengkulu sudah sesuai dengan ajaran agama Islam.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kelayakan bisnis perkreditan yang dijalankan oleh UD. Mentari Qredit Kota Bengkulu, jika dilihat dari tinjauan ekonomi Islam, maka UD. Mentari Qredit Kota Bengkulu telah sesuai dengan prinsip ekonomi Islam, karena sudah menerapkan kejujuran dalam setiap kegiatan usaha, spesifikasi barang dagang jelas, transparansi perjanjian, kesepakatan berlaku atas suka sama suka (tidak ada paksaan), menetapkan harga dengan transparan dan jelas, menghindari riba, serta berpegang teguh pada prinsip *ta'awun* (tolong-menolong) dalam kegiatan jual beli.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka tanpa mengurangi rasa hormat, penulis memberikan saran, yaitu kepada setiap pelaku usaha/bisnis dalam menjalankan kegiatan, terutama kegiatan jual beli, tetaplah berorientasi pada ketaatan kepada Allah Swt., serta berpegang teguh pada prinsip ekonomi Islam, karena ekonomi Islam membantu setiap pelaku usaha untuk mencapai kesejahteraan secara finansial dengan tetap berpegang pada syariat Islam, sehingga mencapai kebahagiaan dunia-akhirat melalui tata kehidupan yang baik dan terhormat.

## DAFTAR RUJUKAN

- Abdullah, A. (2019). Pinjaman Kredit dalam Perspektif Pendidikan Islam. *J-HES: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 3(1).
- Agustin, H. (2017). *Studi Kelayakan Bisnis Syariah*. PT Rajagrafindo Persada.
- Aliefah, A. N., & Nandasari, E. A. (2022). Analisis Kelayakan Bisnis Ditinjau Dari Aspek Pemasaran dan Keuangan Pada Kedai Olan' Z Food. *LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, 5(2), 112–128. <https://doi.org/https://doi.org/10.33507/lab.v4i01>
- Al-Nawawi, A. Y. bin S. (n.d.). *Raudlatu al-Thâlibîn Juz. 3*. Maktabah.
- Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik*. Gema Insani.
- Bank Indonesia. (1998). *Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992*.
- Busro, M. (2017). *Studi Kelayakan Bisnis Cet. Pertama (Pertama)*. Expert.
- Direktorat Perbankan Syariah. (2006). *Kamus Istilah Keuangan dan Perbankan Syariah*. Bank Indonesia.
- Fitri, M. A., Ilhami, M. D., & Herwan, M. (2022). Pengaruh Stres Kerja Dan Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan Pt. Indomaret Kota Manna Kabupaten Bengkulu Selatan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi Islam (JAM-EKIS)*,

5(1), 96–103.

- Gunawan, K. (2018). Peran Studi Kelayakan Bisnis Dalam Peningkatan UMKM (Studi Kasus UMKM di Kabupaten Kudus). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 6(2), 101–115.
- Harahap, S. (2018). *Studi Kelayakan Bisnis: Pendekatan Integratif*. FEBI UIN-SU Press.
- Hughes, & Kapoor. (1987). *The Additives Guide*. Jhon Wiley and Sons, Chichester.
- Ibrahim, J. (2004). *Cross Default & Cross Collateral dalam Upaya Penyelesaian Kredit Bermasalah*. PT Refika Aditama.
- Karim, A. A. (2001). *Ekonomi Islam: Suatu Kajian Kontemporer*. Gemala Insan Press.
- Kasmir. (2019). *Kewirausahaan (Revisi)*. Rajawali Pers.
- Khaer, M., & Nurhayati, R. (2019). Jual Beli Taqsith (Kredit) dalam Perspektif Hukum Ekonomi Islam. *Al Maqashidi: Jurnal Hukum Islam Nusantara*, 2(1), 99–110.
- Lubis, S. K., & Wajdi, F. (2012). *Hukum Ekonomi Islam*. Sinar Grafika.
- Muhammad, A.-A. A. al-H. (1998). *Hukum Baiy' bit-Taqsith terj. Ma'ruf Abdul Jalil, Jual Beli Kredit Bagaimana Hukumnya Cet. I*. Gema Insani Press.
- Mukadar, A., Setiorini, H., & Setiawan, D. (2021). Analisis Pembiayaan Murabahah Pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) (Studi Kasus Pada LKMS MM Sejahtera Kota Bengkulu). *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi Islam (JAM-EKIS)*, 4(1). <https://doi.org/10.36085/jam-ekis.v4i1.1274>
- Munir, M., Saraswati, H, S. F., & Rifa', Y. (2019). Studi Kelayakan Bisnis dalam Aspek Lingkungan Hidup. *LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, 3(1), 46–60.
- Nahidloh, S. (2014). Sistem Kredit dalam Ekonomi Islam Tinjauan Tafsir Ahkam. *Jurnal Et-Tijarie*, 1(1), 1–17.
- Nasa'i. (n.d.). *Kitab Nasa'i Hadist No. 4571*. Lidwah Pustaka, Kitab Sembilan Imam.
- Rivai, V., & Dkk. (2011). *Islamic Transaction Law in Business: Teori dan Praktik*. PT Bumi Aksara.
- Rusyd, I. (n.d.). *Bidayah al-Mujtahid wa Nihayah al-Muqtashid Juz II*. Dar al-Ihya al-Kutub al-Arabiah.
- Sulastri, L. (2016). *Studi Kelayakan Bisnis Untuk Wirausaha*. LGM-LaGood's Publishing.
- Syamsudin, M. (n.d.). *Jual Beli Kredit: Apakah Sama dengan Riba?* <https://islam.nu.or.id/ekonomi-syariah/jual-beli-kredit-apaakah-sama-dengan-riba-flluv>
- Tarmizi. (2017). Analisis Kredit Usaha Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Islam dan Konvensional. *Jurnal E-KOMBIS*, III(1), 32–41.
- Tarmizi, E. (2017). *Harta Haram Muamalat Kontemporer*. PT Berkat Mulia Insani.
- Tito, B. A., Astuti, B., & Fratnesi Fratnesi. (2018). Analisis Penerapan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik Pada Laporan Keuangan Koperasi Simpan Pinjam Timur Indah Kencana Kota Bengkulu. *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi Islam (JAM-EKIS)*, 1(1).
- Usman, R. (2001). *Aspek-Aspek Hukum Perbankan di Indonesia*. PT Gramedia Pustaka Utama.



**PENGARUH MOTIVASI DAN LINGKUNGAN KERJA  
TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT. CURUP MANDIRI  
JAYA TV KABEL**

***THE INFLUENCE OF MOTIVATION AND WORK ENVIRONMENT  
ON EMPLOYEE PERFORMANCE AT CURUP MANDIRI JAYA  
CABLE TV***

**Khairul Bahrul<sup>1</sup>, Fauzi Afriansyah<sup>2</sup>**

<sup>1-2</sup>Universitas Muhammadiyah Bengkulu

[bahrul@umb.ac.id](mailto:bahrul@umb.ac.id)<sup>1</sup>, [fauziahriansyah1709@gmail.com](mailto:fauziahriansyah1709@gmail.com)<sup>2</sup>

Jl. Adam Malik Km. 9 Kota Bengkulu

Corresponding email: [bahrul@umb.ac.id](mailto:bahrul@umb.ac.id)

---

**INFORMASI ARTIKEL**

**Riwayat Artikel:**

Diterima : 16 Februari 2023

Direvisi : 23 Juni 2023

Disetujui : 21 Juli 2023

**Keywords:**

*Motivation, Work Environment  
and Employee Performance*

**Kata kunci:**

Motivasi, Lingkungan Kerja dan  
Kinerja Karyawan

---

**ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of motivation and work environment on employee performance at Curup Mandiri Jaya Cable TV, either partially or simultaneously. The sample is 50 people. The data were processed using the SPSS test tool version 26. From the results of the multiple linear regression test, the regression equation was as follows:  $Y = 1.063 + 0.460 (X_1) + 0.301 (X_2)$ . The results of the t test on the variable Motivation ( $X_1$ ) show  $t_{count} > t_{table}$  ( $11.020 > 2.01174$ ) and ( $sig < = 0.000 < 0.050$ ), Work Environment ( $X_2$ ) shows  $t_{count} > t_{table}$  ( $3.160 > 2.01174$ ) and ( $sig < = 0.003 < 0.050$ ). While the F test obtained  $>$  that is ( $108.122 > 3.199$ ) and ( $sig < = 0.000 < 0.050$ ). From the results of the tests that have been carried out, it can be concluded that the variables Motivation ( $X_1$ ) and Work Environment ( $X_2$ ) have a partial or simultaneous effect on Employee Performance at Curup Mandiri Jaya Cable TV.*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh motivasi dan lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan pada Curup Mandiri Jaya TV Kabel, baik secara parsial maupun simultan. Sampel berjumlah

50 orang. Data diolah menggunakan alat uji SPSS versi 26. Dari hasil uji regresi linier berganda didapat persamaan regresinya adalah sebagai berikut :  $Y = 1.063 + 0.460 (X_1) + 0.301 (X_2)$ . Hasil uji t pada variabel Motivasi ( $X_1$ ) menunjukkan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $11.020 > 2.01174$ ) dan ( $sig < \alpha = 0,000 < 0,050$ ), Lingkungan Kerja ( $X_2$ ) menunjukkan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3.160 > 2.01174$ ) dan ( $sig < \alpha = 0,003 < 0,050$ ). Sedangkan uji F diperoleh  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu ( $108.122 > 3.199$ ) dan ( $sig < \alpha = 0.000 < 0,050$ ). Dari hasil pengujian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa variabel Motivasi ( $X_1$ ), dan Lingkungan Kerja ( $X_2$ ) berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap Kinerja Karyawan pada Curup Mandiri Jaya TV Kabel.

## PENDAHULUAN

Perusahaan sebagai organisasi merupakan kumpulan dari berbagai faktor sumber daya, baik itu sumber daya manusia, moral, teknologi maupun keterampilan. Dari faktor-faktor tersebut yang memegang peran paling penting adalah faktor sumber daya manusia. Keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya sangat tergantung pada bagaimana perusahaan tersebut mengelola dan mempersiapkan sumber daya manusia yang dimilikinya.

Sumber daya manusia merupakan faktor penting penentu kesuksesan perusahaan dalam mencapai tujuannya, karena berhasil atau tidaknya perusahaan dalam mencapai tujuan sangat tergantung pada kemampuan SDM atau karyawan dalam menjalankan tugas tugas yang diberikan. kemampuan karyawan dalam menjalankan tugas-tugasnya dapat dilihat melalui kinerjanya, sehingga kinerja karyawan menjadi hal yang sangat penting bagi keberhasilan perusahaan.

Kinerja karyawan adalah keluaran yang dihasilkan oleh fungsi-fungsi atau dimensi pekerjaan atau profesi yang dilaksanakan oleh sumber daya manusia atau pegawai dalam waktu tertentu (Wirawan, 2013). Baik atau buruknya kinerja karyawan ini bisa disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya ialah motivasi, dan lingkungan kerja yang rendah atau masih dalam taraf normal.

Dalam organisasi, motivasi sangat diperlukan sebagai salah satu cara untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan perusahaan. Motivasi merupakan salah satu aspek yang sangat penting dalam menentukan perilaku seseorang, termasuk perilaku kerja. Untuk dapat memotivasi seseorang diperlukan adanya pemahaman mengenai bagaimana proses terbentuknya motivasi pada pegawai. (Winardi, 2016) Mengemukakan bahwa motivasi merupakan suatu kekuatan potensial yang ada di dalam diri seorang manusia, yang dapat mempengaruhi hasil kinerjanya secara positif atau negatif.

Selain motivasi, faktor lain yang juga bisa sangat berdampak bagi kinerja karyawan dalam perusahaan adalah lingkungan kerja. Lingkungan merupakan segala sesuatu yang ada disekitar tempat kerja baik yang fisik maupun non fisik yang dapat

mempengaruhi kinerja para karyawan dalam bekerja menjalankan tugasnya (Nitisemito, 2000). Lingkungan kerja yang aman dan nyaman akan membuat para karyawan merasa lebih betah dan nyaman saat menyelesaikan pekerjaannya.

Dari hasil observasi awal yang peneliti lakukan di PT. Curup Mandiri Jaya pada hari Selasa tanggal 7 September 2021 yang lalu, mendapati sedikit permasalahan mengenai kinerja karyawan. Hal dapat dilihat dari pekerjaan yang tidak maksimal, lalu juga produktifitasnya yang menurun. Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Aguan, Selaku Kepala Cabang. Beliau mengatakan bahwa ada beberapa faktor yang mengakibatkan menurunnya kinerja karyawan pada PT. Curup Mandiri Jaya, diantaranya ialah menurunnya motivasi kerja dari para karyawan, seperti terlambat datang ke kantor dan kurang bersemangat saat bekerja. Lalu menurut Andi Selaku salah satu karyawan, menyatakan bahwa lingkungan kerja yang mulai kurang nyaman, dimana hubungan antar karyawan mengalami sedikit kerenggangan sehingga koordinasi menjadi sulit untuk dilakukan. Tingkat absensi karyawan yang rendah bisa menjadi salah satu penyebab mengapa kinerja seorang karyawan itu tidak maksimal, hal ini dikhawatirkan akan menimbulkan komplain para konsumen tv kabel atas ketidakdisiplinan karyawan dari PT. Curup Mandiri Jaya. Berikut ini akan ditampilkan data absensi karyawan periode bulan Juni sampai Agustus 2021. Tabel berikut memperlihatkan bahwa tingkat absensi yang tinggi menyebabkan masalah pada kinerja karyawan dan menurunnya motivasi kerja itu sendiri.

**Tabel 1**  
**Tingkat Absensi Karyawan di PT. Curup Mandiri Jaya TV Kabel pada**

Bulan	Jumlah Karyawan	Tidak Masuk							
		Izin* (Orang)	%	Sakit (Orang)	%	Terlambat (Orang)	%	Bolos (Orang)	%
Juni	50	6	12%	3	6%	8	16%	7	14%
Juli	50	10	20%	3	6%	5	10%	6	12%
Agustus	50	9	18%	5	10%	7	14%	9	18%

Sumber : PT. Curup Mandiri Jaya TV Kabel (2021)

## TINJAUAN PUSTAKA

### Motivasi

Menurut (Hasibuan, 2016) Motivasi mempersoalkan bagaimana cara mengarahkan daya dan potensi agar bekerja mencapai tujuan yang ditentukan. Menurut (Winardi, 2016) Mengemukakan bahwa motivasi merupakan suatu kekuatan potensial yang ada di dalam diri seorang manusia, yang dapat dikembangkannya sendiri atau dikembangkan oleh sejumlah kekuatan luar yang pada intinya berkisar sekitar imbalan moneter dan imbalan non moneter, yang dapat mempengaruhi hasil kerjanya secara

positif atau negatif. Motivasi merupakan sebuah upaya yang dilakukan guna memberikan dorongan kepada seseorang agar bisa melakukan sesuatu hal dengan lebih baik lagi. Menurut (Robbins, 2008) indikator Motivasi, yaitu:

1. Prestasi kerja
2. Pengakuan;
3. Pekerjaan itu sendiri;
4. Tanggung jawab;
5. Kemajuan;
6. Pengembangan potensi individu

### **Lingkungan Kerja**

Lingkungan kerja merupakan segala sesuatu yang mempengaruhi karyawan dalam menjalankan tugas dan pekerjaannya yang dibebankan perusahaan (Nitisemito, 2000:25). Lingkungan kerja yang nyaman akan membuat karyawan merasa nyaman dalam menyelesaikan tugasnya. (Sunyoto, 2012) mendefinisikan Lingkungan kerja adalah bagian komponen yang sangat penting di dalam karyawan melakukan aktivitas-aktivitas bekerja. Lingkungan kerja merupakan keadaan sekitar tempat kerja baik secara fisik maupun non fisik yang dapat memberikan kesan menyenangkan, mengamankan, menentramkan dan kesan betah bekerja dan lain sebagainya (Sari et al., 2020). Lingkungan kerja merupakan aspek yang penting pada perusahaan, karena lingkungan juga berdampak bagi kinerja yang dilaksanakan oleh karyawan. Lingkungan kerja terdiri dari lingkungan fisik dan nonfisik yang melekat dengan karyawan sehingga tidak dapat dipisahkan dari usaha peningkatan kinerja karyawan.

Menurut (Siagian, 2014) ada beberapa indikator Lingkungan Kerja, yaitu:

1. Hubungan Rekan Kerja
2. Hubungan atasan dengan karyawan
3. Kerja sama antar karyawan

Faktor –Faktor yang mempengaruhi Lingkungan Kerja:

Menurut Sihombing (2010) bahwa lingkungan kerja dipengaruhi oleh faktor-faktor yaitu sebagai berikut:

1. Fasilitas kerja  
Lingkungan kerja yang kurang mendukung pelaksanaan pekerjaan ikut dapat menyebabkan kinerja yang kurang baik, seperti kurangnya alat kerja, ruang kerja pengap, ventilasi yang kurang, serta prosedur yang tidak jelas.
2. Gaji dan tunjangan  
Gaji yang kurang sesuai dengan harapan pekerja akan membuat pekerja setiap saat melirik pada lingkungan kerja yang lebih menjamin pencapaian harapan kerja karyawan.
3. Hubungan kerja  
Kelompok kerja dengan kekompakan dan loyalitas yang tinggi akan meningkatkan kinerja itu sendiri.

### **Kinerja Karyawan**

Kinerja adalah suatu hasil pencapaian seseorang dalam melakukan tugas-tugas yang didasarkan atas kecakapan dan pengalaman, serta waktu. Kinerja adalah prestasi kerja yang merupakan hasil dari implementasi rencana kerja yang dibuat oleh suatu

institusi yang dilaksanakan oleh pimpinan dan karyawan (SDM) yang bekerja di institusi itu baik pemerintah maupun perusahaan (bisnis) untuk mencapai tujuan organisasi. (Apriyanti et al., 2020). Menurut (Sedarmayanti, 2011), kinerja merupakan terjemahan dari *performance* yang berarti hasil kerja seseorang pekerja, sebuah proses manajemen atau suatu organisasi secara keseluruhan, dimana hasil kerja tersebut harus dapat ditunjukkan buktinya secara kongkrit dan dapat diukur dengan standar yang telah ditentukan. Sedangkan Kinerja menurut (Mangkunegara, 2009)) adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Kinerja karyawan merupakan hasil kerja yang telah dicapai seorang karyawan atas tanggung jawab yang telah diberikan baik secara kualitas maupun kuantitas guna mencapai tujuan strategis organisasi.

Ada beberapa indikator kinerja karyawan menurut (Mangkunegara, 2009), yaitu:

1. Kualitas
2. Kuantitas
3. Pelaksana Tugas
4. Tanggung jawab

Menurut (Mathis & Jackson, 2016) faktor yang memengaruhi kinerja karyawan, yaitu :

1. Motivasi  
Faktor pendorong penting yang menyebabkan manusia bekerja adalah adanya kebutuhan yang harus dipenuhi. Kebutuhan-kebutuhan ini berhubungan dengan sifat hakiki manusia untuk mendapatkan hasil terbaik dalam kerjanya.
2. Kepuasan kerja  
Kepuasan kerja mencerminkan perasaan seseorang terhadap pekerjaannya. Hal ini terlihat dari sikap positif karyawan terhadap pekerjaan dan segala sesuatu yang dihadapi di lingkungan kerjanya.
3. Tingkat Stres  
Stres merupakan suatu kondisi ketegangan yang mempengaruhi emosi, proses berpikir dan kondisi sekarang. Tingkat stres yang terlalu besar dapat mengancam kemampuan seseorang untuk menghadapi lingkungan sehingga dapat mengganggu pelaksanaan pekerjaan mereka.
4. Kondisi pekerjaan  
Kondisi pekerjaan yang dimaksud dapat mempengaruhi kinerja disini adalah tempat kerja, ventilasi, serta penyaluran dalam ruang kerja.
5. Sistem kompensasi  
Kompensasi merupakan tingkat balas jasa yang diterima oleh karyawan atas apa yang telah dilakukannya untuk perusahaan. Jadi, pemberian kompensasi harus benar agar karyawan lebih semangat untuk bekerja.
6. Desain pekerjaan  
Desain pekerjaan merupakan fungsi penetapan kegiatan-kegiatan kerja seorang individu atau kelompok karyawan secara organisasional. Desain pekerjaan harus jelas supaya karyawan dapat bekerja dengan baik sesuai dengan pekerjaan yang telah diberikan kepadanya.

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, Menurut (Sugiyono, 2013) Metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada *filosofat positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif / statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan pada PT. Curup Mandiri Jaya yang berjumlah 50 orang. Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Arikunto, 2010) Dikarenakan populasi kurang dari 100 maka peneliti menggunakan teknik *total sampling* dalam penelitian ini, yaitu dengan mengambil seluruh populasi yang ada untuk diteliti, jadi sampel dalam penelitian ini adalah 50 karyawan pada PT. Curup Mandiri Jaya.

Dalam teknik pengumpulan data, ada beberapa yang peneliti gunakan yaitu: (1) Observasi, (2) Interview, (3) Kuesioner. Tanggapan responden dinilai untuk mengukur tanggapan mereka dengan skala likert 5 point ( 1= sangat tidak setuju sampai 5 = sangat setuju).

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

**Tabel 1**  
**Karakteristik Responden (n= 50)**

Karakteristik		Jumlah	Persentase
Umur	20 – 30 Tahun	24	48 %
	31 – 40 Tahun	19	38 %
	41 - 50 Tahun	7	14 %
	> 50 Tahun	-	-
Jenis Kelamin	Laki-laki	48	96 %
	Perempuan	2	4 %
Pendidikan Terakhir	SMP	1	2 %
	SMA	44	88 %
	Perguruan Tinggi	5	10 %
Masa Kerja	1 - 3 Tahun	22	44 %
	>3 Tahun	28	56 %

Sumber : Data yang diolah 2022

Analisis data diatas bahwa karakteristik responden dalam penelitian ini terdiri dari karakteristik berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh karyawan laki-laki sebanyak 48 orang (96 %) dengan karakteristik usia didominasi oleh karyawan yang berusia 20-30 tahun sebanyak 24 orang (48%), karakteristik pendidikan terakhir yang mendominasi SMA sebanyak 44 orang (88%) dan karakteristik masa kerja yang mendominasi dengan >3 tahun bekerja sebanyak 28 orang (56%).

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item	r tabel	r hitung	Keterangan
Motivasi (X1)	Pernyataan 1	0.444	0.467	Valid
	Pernyataan 2	0.444	0.730	Valid
	Pernyataan 3	0.444	0.730	Valid
	Pernyataan 4	0.444	0.484	Valid
	Pernyataan 5	0.444	0.743	Valid
	Pernyataan 6	0.444	0.803	Valid
Lingkungan Kerja (X2)	Pernyataan 1	0.444	0.785	Valid
	Pernyataan 2	0.444	0.725	Valid
	Pernyataan 3	0.444	0.606	Valid
Variabel	Item	r tabel	r hitung	Keterangan
Kinerja Karyawan (Y)	Pernyataan 1	0.444	0.778	Valid
	Pernyataan 2	0.444	0.716	Valid
	Pernyataan 3	0.444	0.755	Valid
	Pernyataan 4	0.444	0.810	Valid

Sumber : Olah Data SPSS

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan dinyatakan valid atau layak karena hasil R hitung > R tabel.

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	r tabel	Keterangan
Motivasi (X <sub>1</sub> )	0.747	0.60	Reliabel
Lingkungan Kerja (X <sub>2</sub> )	0.790	0.60	Reliabel
Kinerja Karyawan (Y)	0.762	0.60	Reliabel

Sumber : Olah Data SPSS

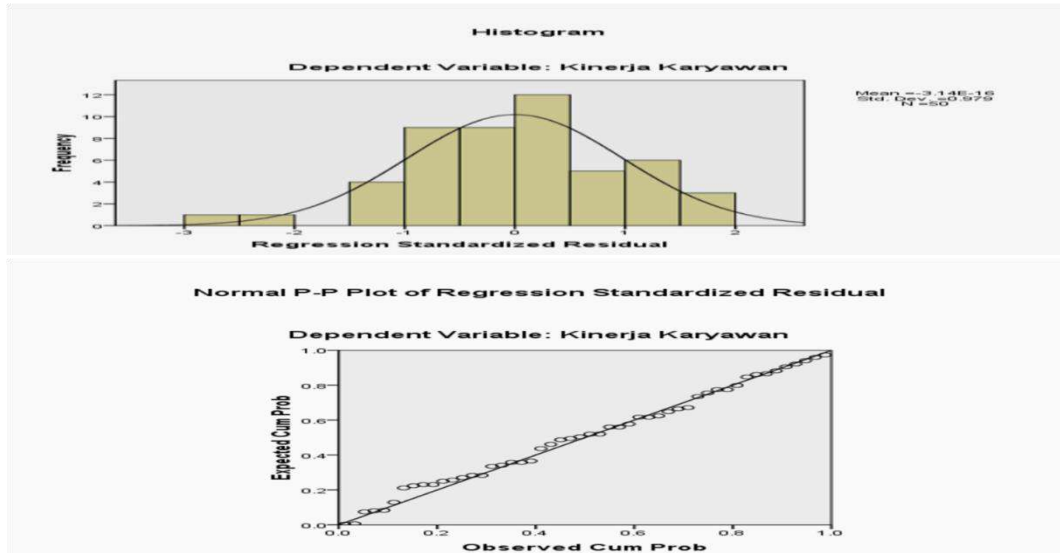
Hasil di atas dapat disimpulkan bahwa semua variable dinyatakan reliable karena memiliki nilai Cronbach alpha > 0.60.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Gambar di atas mempertegas bahwa model regresi yang diperoleh berdistribusi normal, dimana data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

**Gambar 1**  
**Hasil Uji Normalitas**



Sumber: Olah Data SPSS Versi 16, 2021

### Uji Multikolinearitas

**Tabel 4**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Motivasi ( $X_1$ )	0.764	1.309	Bebas Multikolinearitas
Lingkungan Kerja ( $X_2$ )	0.764	1.309	Bebas Multikolinearitas

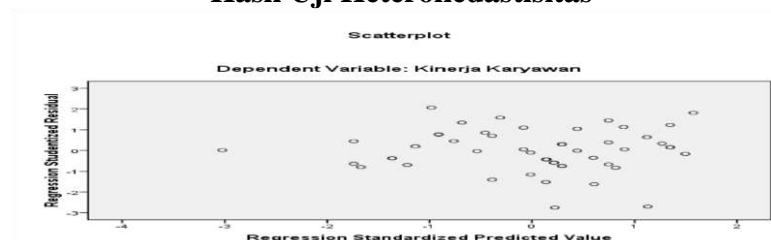
Sumber : olah data SPSS 2021

Dilihat dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa semua variabel X (Motivasi dan Lingkungan Kerja) memiliki nilai tolerance  $> 0,1$  dan VIF  $< 10$ , maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat gangguan multikolinearitas pada penelitian tersebut.

### Uji Heteroskedastisitas

Dari gambar di atas diketahui bahwa scatterplot membentuk titik – titik yang menyebar secara acak dengan tidak membentuk pola yang jelas. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada masalah heterokedastisitas.

**Gambar 2**  
**Hasil Uji Heterokedastisitas**



Sumber : Olah Data SPSS 2021



### Analisis Regresi Linear Berganda

Dari perhitungan regresi didapatkan persamaan sebagai berikut:

$$Y = 1.063 + 0.460 (X_1) + 0.301 (X_2)$$

Berdasarkan persamaan regresi di atas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai Konstanta 1.063 mempunyai arti bahwa apabila variabel motivasi ( $X_1$ ), lingkungan kerja ( $X_2$ ) terhadap kinerja karyawan ( $Y$ ) sama dengan nol, maka variabel kinerja karyawan akan tetap yaitu 1.063.
2. Koefisien regresi  $X_1$ , sebesar 0.460 mempunyai makna jika nilai variabel motivasi ( $X_1$ ) naik satu satuan maka nilai kinerja karyawan ( $Y$ ) akan naik sebesar 0.460 dengan asumsi variabel lingkungan kerja ( $X_2$ ) dianggap tetap.
3. Koefisien regresi  $X_2$ , sebesar 0.301 mempunyai makna jika nilai variabel lingkungan kerja ( $X_2$ ) naik satu satuan maka nilai kinerja karyawan ( $Y$ ) akan naik sebesar 0.301 dengan asumsi variabel motivasi ( $X_1$ ) dianggap tetap.

**Tabel 5**  
**Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.063	1.058		1.004	.320
Motivasi	.460	.042	.777	11.020	.000
Lingkungan Kerja	.301	.095	.223	3.160	.003

a. Dependent Variable: kinerja karyawan

Sumber : olah data SPSS 2021

### Koefisien Determinan ( $R^2$ )

**Tabel 4.12**  
**Nilai Koefisien Determinasi Hasil Penelitian**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.906 <sup>a</sup>	.821	.814	.96528	2.058

a. Predictors: (Constant), Lingkungan Kerja, Motivasi

b. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

Sumber : olah data SPSS 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai koefisien determinasi  $R^2$  diperoleh nilai sebesar 0.821. Nilai ini mempunyai arti bahwa variabel motivasi ( $X_1$ ),

lingkungan kerja ( $X_2$ ) terhadap kinerja karyawan ( $Y$ ). Menunjukkan nilai sebesar 82,1% terhadap kinerja karyawan ( $Y$ ) karyawan pada PT. Curup Mandiri Jaya, sedangkan sisahnya sebesar 0.179 atau 17,9 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

## Uji T

**Tabel 4.13**  
**Hasil Pengujian Hipotesis dengan Uji t**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Thitung	Ttabel	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	1.063	1.058		1.004		.320
Motivasi						
Lingkungan Kerja	.460	.042	.777	11.020	2.01174	.000
	.301	.095	.223	3.160	2.01174	.003

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

Sumber : olah data SPSS 2021

Melalui perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS, maka perbandingan antara  $t_{hit}$  dengan  $t_{\alpha/2} (n-k-1) = 50 - 2 - 1 = 47$  (2.01174) setiap variabel sebagai berikut :

1. Motivasi, diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $11.020 > 2.01174$ ) dan ( $sig < \alpha = 0,000 < 0,050$ ), hal tersebut menyatakan adanya pengaruh motivasi ( $X_1$ ) secara positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan ( $Y$ ) pada PT. Curup Mandiri Jaya.
2. Lingkungan kerja, diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3.160 > 2.01174$ ) dan ( $sig < \alpha = 0,003 < 0,050$ ), hal tersebut menyatakan adanya pengaruh lingkungan kerja ( $X_2$ ) secara positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan ( $Y$ ) pada PT. Curup Mandiri Jaya.

## Uji F

**Tabel 4.14**  
**Hasil Pengujian Hipotesis dengan Uji F**  
**ANOVA<sup>b</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	201.487	2	100.744	108.122	.000 <sup>a</sup>
Residual	43.793	47	.932		
Total	245.280	49			

a. Predictors: (Constant), Lingkungan Kerja, Motivasi

b. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

Sumber : olah data SPSS 2021

Berdasarkan tabel uji hipotesis dengan uji F di atas diperoleh  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $(108.122 > 3.199)$  dan  $(sig < \alpha = 0.000 < 0,050)$ , maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara simultan atau bersama-sama terdapat pengaruh antara variabel motivasi ( $X_1$ ) dan lingkungan kerja ( $X_2$ ) terhadap kinerja karyawan ( $Y$ ) pada PT. Curup Mandiri Jaya.

## **Pembahasan**

### **Pengaruh Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan ( $Y$ ) pada PT. Curup Mandiri Jaya. Dengan adanya motivasi yang baik tujuan organisasi dapat tercapai serta tercapai pula tujuan pribadi. Perwujudan kinerja yang maksimal, dibutuhkan suatu dorongan untuk memunculkan kemauan dan semangat kerja, yaitu dengan motivasi (Yuniarti, *et al.*, (2021). Motivasi mempersoalkan bagaimana cara mengarahkan daya dan potensi agar bekerja mencapai tujuan yang ditentukan Pada dasarnya seorang bekerja karena keinginan memenuhi kebutuhan hidupnya. Dorongan keinginan pada diri seseorang dengan orang yang lain berbeda sehingga perilaku manusia cenderung beragam di dalam bekerja. Dalam penelitian Onsardi, *et al.*, (2021) dan Finthariasari & Saputri (2020) menyebutkan bahwa kinerja salah satunya dipengaruhi oleh motivasi kerja dan lingkungan kerja.

### **Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Lingkungan Kerja memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Curup Mandiri Jaya. Artinya bahwa dengan adanya lingkungan kerja yang baik serta positif akan sangat baik dampaknya bagi kinerja para karyawan. Lingkungan kerja yang segar, nyaman, dan memenuhi standart kebutuhan layak akan memberikan kenyamanan bagi karyawan dalam melakukan tugas dan pekerjaannya. Hal ini sesuai dengan teori dari (Nitisemito, 2000). Lingkungan kerja merupakan segala sesuatu yang mempengaruhi karyawan dalam menjalankan tugas dan pekerjaannya yang dibebankan perusahaan. Lingkungan kerja yang nyaman akan membuat karyawan merasa nyaman dalam menyelesaikan tugasnya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Irwanto, *et al.*, (2020) dan Fitri, *et al.*, (2022). Syaiful Bahri (2019) dalam penelitian yang berjudul Pengaruh penempatan, motivasi dan lingkungan kerja terhadap kinerja pegawai. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penempatan yang tepat dan sesuai dengan kemampuan yang dimiliki akan menimbulkan motivasi yang lebih guna menunjukkan kinerja yang maksimal. Selain itu, lingkungan kerja yang baik dan kondusif juga tidak kalah pentingnya untuk dapat menunjang kinerja yang baik.

### **Pengaruh Motivasi dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan**

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi yang baik dari para karyawan serta didukung dengan lingkungan kerja yang kondusif serta nyaman akan sangat berdampak baik terhadap peningkatan kinerja para karyawan. Oleh karenanya, pihak perusahaan harus dapat menjaga dan meningkatkan motivasi kerja yang dimiliki oleh setiap karyawannya supaya dapat bekerja secara maksimal sesuai dengan apa yang

telah ditargetkan perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Ragil Permanasari (2013) dalam penelitian yang berjudul Pengaruh motivasi dan lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan di PT. Anugrah Raharjo Semarang. Penelitian Aurelia putu (2013) dalam penelitian yang berjudul Kepemimpinan, motivasi dan lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan pada kanwil ditjen kekayaan Negara suluttenggo dan Maluku utara di manado.

Dari hasil uji koefisien determinasi  $R^2$  dapat dilihat bahwa semua variabel bebas (x) memiliki pengaruh yang kuat dan dominan terhadap variabel terikat (y) yaitu sebesar 82,1 %. Hal ini berarti bahwa penurunan kinerja karyawan pada PT. Curup Mandiri Jaya dikarenakan oleh Motivasi dan Lingkungan Kerja yang belum begitu baik dan masih harus terus diperbaiki kedepannya agar kinerja karyawan dapat meningkat.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang “Pengaruh Motivasi dan Lingkungan Kerja terhadap kinerja karyawan pada PT. Curup Mandiri Jaya. Maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Motivasi berpengaruh positif dan signifikan Terhadap kinerja karyawan pada PT. Curup Mandiri Jaya. Artinya bahwa dengan adanya motivasi yang baik tujuan organisasi dapat tercapai serta tercapai pula tujuan pribadi.
2. Lingkungan Kerja berpengaruh signifikan Terhadap kinerja karyawan pada PT. Curup Mandiri Jaya. Artinya bahwa dengan adanya lingkungan kerja yang baik serta positif akan sangat baik dampaknya bagi kinerja para karyawan.
3. Motivasi dan Lingkungan Kerja berpengaruh signifikan Terhadap kinerja karyawan pada PT. Curup Mandiri Jaya. Artinya bahwa motivasi yang baik dari para karyawan serta didukung dengan lingkungan kerja yang kondusif serta nyaman akan sangat berdampak baik terhadap peningkatan kinerja para karyawan.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang “Pengaruh Motivasi dan Lingkungan Kerja terhadap kinerja karyawan pada PT. Curup Mandiri Jaya. Maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

1. Pada Variabel Motivasi, Terdapat nilai tertinggi pada pernyataan (Saya sangat termotivasi dengan tanggung jawab yang diberikan kepada saya) diangka 3,62. Disarankan pada pihak perusahaan untuk terus menumbuhkan motivasi pada diri setiap karyawannya supaya bisa lebih baik lagi kedepannya. Motivasi ini bisa timbul baik dari dalam diri seseorang itu sendiri maupun dari para rekan kerja ataupun pimpinan perusahaan.
2. Pada Variabel Lingkungan Kerja, terdapat nilai tertinggi pada pernyataan (Hubungan yang terjalin antara sesama rekan kerja berjalan baik dan harmonis) diangka 3,72. Disarankan pada pihak perusahaan untuk dapat memperbaiki hubungan yang kurang harmonis ini menjadi kembali baik dan bisa berdampak positif pada kinerja karyawan maupun perusahaan pada umumnya.
3. Pada Variabel Kinerja Karyawan, terdapat nilai tertinggi pada pernyataan (Kuantitas kerja yang saya hasilkan sudah sesuai dengan yang ditargetkan) diangka 3,42. Meskipun secara umum kinerja para karyawan ini terbilang cukup baik,

namun hal ini masih belum bisa memenuhi target yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Hal ini harus menjadi perhatian serius bagi perusahaan guna meningkatkan kinerjanya kedepan. Disarankan pada pihak perusahaan untuk dapat lebih memperketat kembali penerapan SOP dari para karyawan, agar hasilnya nanti bisa sesuai dengan apa yang diharapkan.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Apriyanti, R., Bahrin, K., & Fintariasari, M. (2020). Pengaruh Kepemimpinan , Reward Dan Punishment Terhadap Kinerja Karyawan ( Studi Kasus Pada PT . K3 / SIL Ketahun Begkulu Utara ). *Entrepreneur Dan Manajemen Sains*, 1(2), 189–194.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Fintariasari, M., & Saputri, D. (2020). Analisis Minat, Motivasi, Pekerjaan Yang Diharapkan, & Lingkungan Belajar Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Program S1 Fakultas Ekonomi (Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Di Perguruan Tinggi Kota Bengkulu). *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*, 1(2), 183–191. <http://jurnal.imsi.or.id/index.php/jmmib/article/view/21>
- Hasibuan, M. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara.
- Mangkunegara, A. A. A. P. (2009). *Manajemen sumber daya manusia*. Remaja Rosdakarya.
- Mathis, R. L., & Jackson, J. H. (2016). *Human Resource Management* (10th ed.). Salemba Empat.
- Nitisemito, A. S. (2000). *Manajemen Personalial: Manajemen Sumber Daya Manusia, Ed. 3*. Graha Indonesia.
- Robbins, S. P. (2008). *Perilaku Organisasi (alih bahasa Drs. Benjamin Molan), Edisi Bahasa Indonesia*. PT Intan Sejati.
- Sari, L. P., Islamuddin, & Fintariasari, M. (2020). Pengaruh Etos Kerja dan Lingkungan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada Industri Kerupuk As-Syifa Kota Bengkulu. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*, 1(2), 216–221.
- Sedarmayanti. (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia. Reformasi Birokrasi dan Manajemen Pegawai Negeri Sipil*. PT Refika Aditama.
- Siagian. (2014). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Sunyoto. (2012). *Psikologi Industri dan Organisasi*. Universitas Indonesia.
- Winardi. (2016). Pengaruh motivasi dan disiplin kerja Terhadap kinerja karyawan. *INSAN*, 8(3).
- Wirawan. (2013). *Pengaruh motivasi terhadap kinerja pegawai studi kasus pada pegawai puskesmas turen*.

## ANALYSIS OF THE APPLICATION OF BALANCED SCORECARD TO THE PERFORMANCE OF MICRO SMALL MEDIUM ENTERPRISES ENGGAL FURNITURE INDUSTRY

Ikbal Mahadi Aziz<sup>1</sup>, Ummul Khair<sup>2</sup>

Universitas Muhammadiyah Bengkulu<sup>1-2</sup>

[ikbalmahadiazizaziz@gmail.com](mailto:ikbalmahadiazizaziz@gmail.com)<sup>1</sup>, [ummulkhair@umb.ac.id](mailto:ummulkhair@umb.ac.id)<sup>2</sup>

Jl. Adam Malik Km. 9 Kota Bengkulu

Corresponding email: [ikbalmahadiazizaziz@gmail.com](mailto:ikbalmahadiazizaziz@gmail.com)

---

### INFORMASI ARTIKEL

**Riwayat Artikel:**

Diterima : 08 Juni 2023

Direvisi : 14 Juli 2023

Disetujui : 24 Juli 2023

**Keywords:**

*MSME Performance & Balanced Scorecard*

---

### ABSTRACT

The performance of medium-sized MSMEs is a description of the performance conditions of an MSME which is analyzed by four perspectives of finance, customers, internal business, learning and growth. This study aims to determine the performance of Enggal Furniture using the balance scorecard method. The type of data used in this study is qualitative data while the data sources are primary, secondary. Data collection methods are carried out using documentation, interviews. Data analysis techniques using balance scorecard analysis with four perspectives, namely: financial perspective, customer perspective, internal business process perspective, and growth and learning. The results of the financial perspective research net profit margin performance level is quite good gross profit margin performance level is very good and good. Customer perspective, customer retention performance level is quite good and good while customer acquisition performance level is quite good. Internal business process perspective, Innovation performance level is not good, AETR is at a bad performance level. While the growth and learning perspective for employee performance levels is included in the performance level is not good.

---

### INTRODUCTION

The globalization era, significant business in terms of product competition, marketing, resource management (HR), and interpersonal relationships have emerged as a result of the development of an increasingly competitive business environment. This business continues to grow rapidly between commercial entities

and customers.

Globally, the growth of MSMEs in Indonesia must be able to bring about change and the emergence of a sector. Economic growth and the creation of new jobs are greatly helped by micro, small, and medium enterprises (MSMEs). Small and micro enterprises account for more than 80% of business units in Indonesia. As the number of MSMEs in Indonesia increases significantly to more than 64 million by 2022, they are the backbone of the country's economy. The term "micro, small, and medium enterprises", more commonly abbreviated as "MSMEs", refers to a significant sector of the economy. Micro, Small, and Medium Enterprises are small and medium enterprises of the people that must be protected against unfair competition. MSMEs in Indonesia basically contributed to the emergency period of 1998 to the 2000s. With the establishment of the Ministry of Cooperatives and MSMEs Portfolio, MSMEs in Indonesia received attention and direction from the government (Sains et al., 2022).

The existence of MSMEs in society cannot be avoided or eliminated, as they have the potential to improve how people's income is distributed. On the other hand, it can also preserve local culture while encouraging creativity in the same direction. The justification for why MSMEs can generate and will more often than not increase. The majority of MSMEs do not receive capital from other parties but rather use their own capital (Saputra, 2022).

Tambunan Claim (2013) MSMEs are productive independent business units engaged in all economic sectors and run by individuals or business entities. as required by law. The numbers relating to micro, small, and medium enterprises are as follows:

- a) Miniature business is a useful business owned by an individual or prospective individual business material that meets the miniature business standards as stipulated in the law.
- b) Small businesses are profitable independent businesses run by individuals or business entities that are not subsidiaries or branches of companies owned, controlled, or part of medium or large businesses that meet business criteria. Small as located in the law.
- c) Medium Business is a productive business that stands alone and is run by a person or business that is not a subsidiary or branch of a business that is owned, controlled, or is part of either directly or indirectly with a small business or a large business that has a lot of wealth. net or annual sales figures as required by law (Dzulhadi et al., 2022).

The rapid growth of micro, small, and medium enterprises (MSMEs) has resulted in strategic competition among MSMEs, as well as changes in the relationship between MSMEs and their customers, sales strategies, and English. Furniture Industry Business. In order for businesses to progress in the future, competent MSME leaders are required. Given that the main goal of Enggal Furniture Industry Company is to offer the best service to its clients (Pratiwi, 2021). The development pattern is changed from traditional to professional (using technology) and from relying on conventional performance assessment to data technology-based performance assessment in order to become superior MSMEs.

The community's need for the Enggal Furniture Industry can help and increase public confidence in the business world. To generate synergy and excellence.

So that small businesses in the food industry must use business performance analysis to determine the right strategic steps. SMEs in the industrial sector analyze the balanced scorecard for SMEs. In the industrial sector (Rengganis & Yogaswara, 2017) MSME must choose a management strategy. The head of the business field has agreed on a set of work objectives, so the formulation of the strategy will be a significant reference and foundation for work. As a result, performance measurement tools are needed to determine the extent to which the strategies and objectives they have set can be met. Since it is possible to determine the efficacy of strategy determination by evaluating performance, evaluation plays an important role in the business world. In the business world, performance evaluation can identify weaknesses and shortcomings in a company and show how it can be improved in the future by implementing strategies within a certain period of time (Dewantoro, 2021).

The proposed work steps to assess strategy implementation for MSMEs will be the subject of research with reference to the Balanced Scorecard method. Measuring the performance of MSMEs is a very important thing to do by a strategic business sector chosen by MSMEs in business competition. is something that will be looked at and changed in the research to find the best way to measure the performance of MSME organizations.

Performance measurement allows businesses, particularly MSMEs (Enggal Furniture Industry), to see how well they are performing. Provides data that can be used to assess and improve performance. As is known, until now the presentation estimation used is an execution estimation that focuses on the monetary aspect and pays less attention to the non-monetary aspects of the execution itself. Meanwhile, financial aspects in performance measurement have not been expert in displaying the overall performance of the company (Alimudin et al., 2019).

As an exhibition assessment framework for the Enggal Furniture Industry, it has been done very well even though it has only been done by the leader group. The benefits and weaknesses of execution in each viewpoint influence both directly and indirectly the execution in various viewpoints up to the monetary viewpoint. The concept of Balanced Scorecard was developed by Kaplan and Norton in 1992. Balanced Scorecard is a performance assessment method that measures both financial and non-financial aspects of a company with adjustments to the strategies and goals of each company. The performance of the non-financial perspective can be considered quite good, but improvements and improvements are still needed in several aspects. On the other hand, the performance of the financial perspective has decreased although not significantly. From the initial use of the Fair Scorecard in 1992, organizations that took part in the review showed an increase in the organization's financial exhibition. According to (Yeremina, 2022) the term "balanced" indicates that there should be continuity between financial and non-financial measurement aspects in this performance measurement.

Financial, customer, business process/internal, and growth learning are the four perspectives covered by the Balanced Scorecard performance indicator set. The



monetary point of view will show whether the preparation and execution of the organization's strategy gives a central increase to the organization's profits, the client point of view to know the number of clients there are and how much consumer loyalty there is with the organization's administration, the internal business point of view enables the board to know how well their business is doing and whether what they give meets the needs of the clients. Conversely, organizational procedures, computer systems, and human resources all contribute to the learning and growth perspective.

Businesses use the Balanced Scorecard to achieve a balance between financial and non-financial performance, as well as short-term and long-term performance. The Balanced Scorecard is a fairly comprehensive method of looking at performance from four angles different perspectives so that the financial success it generates can be long-lasting (Saputra, 2022).

Research conducted by Arya Adam Dzulhadim on the application of BSC to improve the performance of MSMEs from four different perspectives can make a significant contribution to the performance of a company. This shows that MSMEs always focus on ensuring that customers are satisfied with their products and services by gaining their trust through product quality. With productive and dedicated support, employees will be able to deliver goods and services effectively, consistently, and on time.

Research conducted (Dzulhadi et al., 2022) In contrast, the performance of MSME drinking water depots in Gorontalo City, which reached 81.319% in the "achieving minimal targets" category, shows that the drinking water depots' performance has not yet had a significant impact but is still below expectations from financial and non-financial aspects. This minimal financial performance is a response to the number of drinking water depots in Gorontalo City that were closed due to financial and operational problems and had their licenses revoked for not paying attention to hygiene.

The research contrast (Mawuntu & Aotama, 2022) on UMKM Millennium Snack Bintang which experienced an increase in sales in 2020 when compared to the previous year, both customer perspectives at UMKM Bintang Snack experienced an increase in customers and had a significant impact on sales during the same time period.

## LITERATURE OVERVIEW

### Balanced Scorecard

The Balanced Scorecard, as defined by Kaplan and Norton (2000) in Sumarlan & Setiadi (2022), is a new framework for integrating the various measures outlined in corporate strategy. The Balance Scorecard not only shows performance based on financial indicators but also includes: customer viewpoints, internal business procedures, and learning and development research.

The Balance Scorecard, on the other hand Finthariasari et al., (2020), is a systems approach to coordinating performance measures into an integrated and easy-to-understand framework viewed from four perspectives that define the

company's goals (Mawuntu & Aotama, 2022). When designing a company's competitive strategy, there are many things to think about, including internal and external factors, such as the company's vision and mission, human resources, and respective consumer actors. In order for a business to process each of its strategies as efficiently as possible, it needs a system that is able to integrate all these aspects. Balance Scorecard is one of the answers. Balanced Scorecard is a measurement and management system that views a business unit from four perspectives: finance, customers, internal business processes, and growth, as explained by (Chairunnisa et al., 2022)

**Tabel 2.1 Standar hasil pengukuran kinerja.**

Rasio	Nilai	Bobot %	Skor
>70	100	7	7
50 – 70	75	7	5,25
25 – 50	50	7	3,5
< 25	25	7	1,75

*Source: Regulation of the Minister of State for Cooperatives and Small and Medium Enterprises of the Republic of Indonesia No. 20/Per/M.KUKM/XI/2008*

**Tabel 2.2 keterangan Standar (Nilai)**

Rate (Nilai)	Tingkat Kinerja
A	Sangat Baik
B	Baik
C	Cukup Baik
D	Tidak Baik

### **Balanced Scorecard**

According to Kaplan & Norton (2000) the Balance Scorecard is a new framework for interacting various measures outlined from the company's strategy. Apart from being seen from financial measures, the Balance Scorecard also introduces performance including: customer perspectives, internal business processes, and learning and growth in research.

Meanwhile, according to (Mawuntu & Aotama, 2022) Scorecard is a system approach to coordinate performance measures into an integrated and easy-to-understand framework seen from 4 perspectives that set the goals of the company. There are so many aspects to consider in designing - designing a company's competitive strategy. From internal\_aspects (such as the company's vision and mission and human resources) to external aspects (such as consumer actors and market trends). A system is needed so that the company is able to process its competitive strategy.

### **Financial Perspective**

The financial perspective is an important financial measure, but it is not enough to direct performance in creating value for the organization. in its system implementation, the balanced scorecard seeks a balance of performance measures,

both financial and non-financial to direct organizational performance towards success Herlin & Yanti (2021). The goals of the financial perspective are differentiated at each stage in the business cycle, which is divided into three stages, namely the stages of development, survival and harvest. the financial perspective is an important financial measure, but it is not enough to direct performance in creating value for the organization. in the implementation of the system, the balanced scorecard seeks to find a balance of performance measures, both financial and non-financial, to direct organizational performance towards success. Financial perspective goals are differentiated at each stage in the business cycle which is divided into three stages, namely the stages of development, survival and harvest, Financial Perspective Measurement sets short-term and long-term financial performance goals that refer to the global financial consequences of the other three perspectives. Financial performance measurement will show whether the planning and implementation of a company's strategy provides fundamental improvements to the company's profits. Financial performance measurement considers the life cycle of a business, including: MSME growth can be measured through profitability ratios (Chairunnisa et al., 2022).

### **Customer Perspective**

Sustain, and harvest. Each stage has different goals, so the emphasis on measurement is different too. Financial performance measurement for In the customer perspective, managers identify the customers and market segments in which the business unit will compete and the various measures of business unit performance within the target segment. This perspective usually consists of several key or generic measures of the company's success from a well-formulated and executed strategy. The philosophy of company leaders has shown an increase in the importance of customer focus and customer satisfaction. This perspective is a key indicator. If customers are not satisfied they will certainly look for a place that suits their desires. Poor performance from this perspective will certainly reduce the number of customers in the future even though financial performance may look better (Riyana, 2021).

### **Internal Business Process Perspective**

The company provides a value proposition that will attract and retain customers in the target market segment and meet the expectations of high financial returns for shareholders. done using value-chain analysis where management identifies critical internal business processes that the company should excel at. The scorecard method in this perspective allows management to find out how well their business is running and whether the services they provide match the specifications that customers want (Kurniasari et al., 2017).

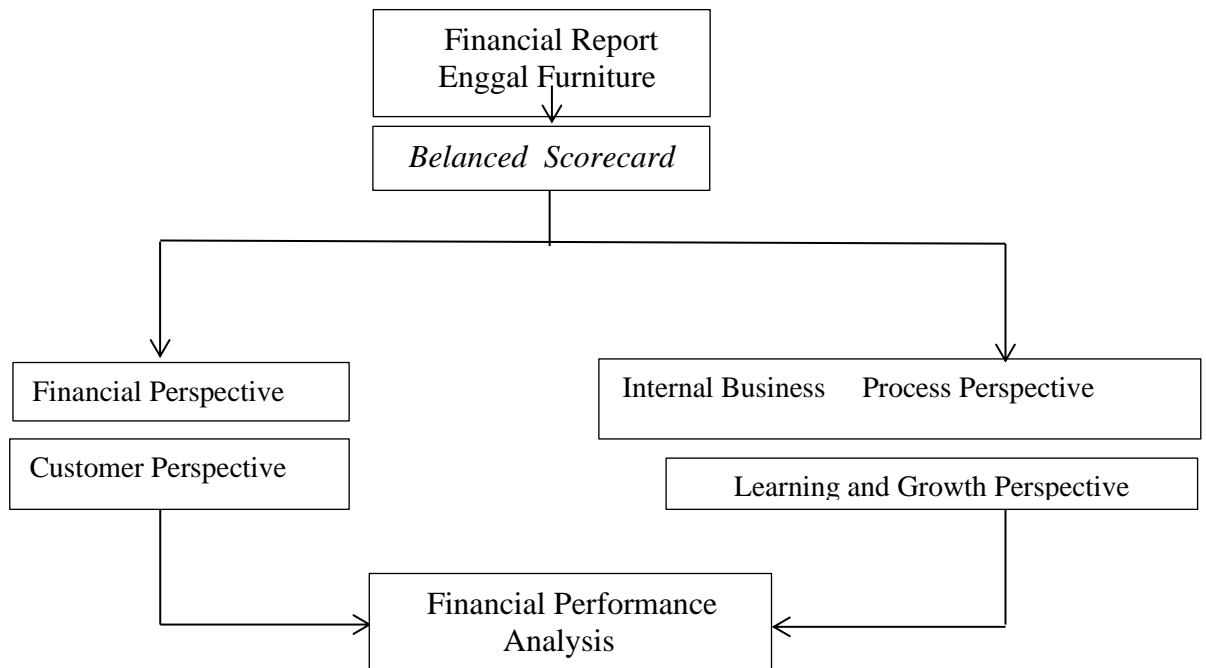
### **Learning and Growth Perspective**

Identifies the infrastructure that the company must build in order to create long-term growth and performance improvement. The learning and growth process comes from HR factors, computer systems, and organizational procedures.

Employee training is included in this perspective as well as corporate culture related to individual and corporate improvement. The organization also creates conditions for easy communication among workers so that they can get help if they encounter a problem. In this perspective there are three categories that companies can use as benchmarks. These include: (Funam Islamidina & Epi Fitriah, 2022)

**Figure 2.1**

**Theoretical Framework**



**RESEARCH METHODS**

The subject of the research is Mr. Aziz Mustafi who is the Manager of the Enggal Furniture shop. The object of research is the subject matter to be examined to obtain data in a more directed manner. The objects of research include: Profit and loss statements for 3 years, knowing how many customers, knowing how much inventory of goods per year. Data Analysis Technique is make an Interview and documentation.

**Data Analysis Technique**

**Financial perspective**

**Net profit margin**

Net profit margin is a ratio that serves to compare revenue with the total money generated by the company. By knowing the company's NPM, we can measure the value of the company's effectiveness during operation. The formula is as follows

$$Net\ Profit\ Margi = (Net\ Profit) / Revenue \times 100\%$$

### **Gross Profit Margin**

Gross Profit Margin is gross profit margin, used to analyze financial performance by calculating the amount of money available from sales/revenue. GPM is important because it is the beginning before the achievement of net profit, when the company has a high gross profit margin, the company is in a better position to have a large operating profit and a large profit. The formula is as follows:

$$\text{Gross Profit margin} = (\text{Gross Profit})/\text{Sales} \times 100\%$$

### **Customer Perspective**

#### **Customer Retention**

This measurement is used to see whether Meubel Enggal is able to retain its old customers. The formula for this measurement is as follows

$$\text{Customer Retention} = (\text{Old Customers}) / (\text{Total Customers}) \times 100\%$$

#### **Customer Acquisition**

Means additional new customers. This means that Enggal Furniture wins or seizes new customers from competitors Customer acquisition can be calculated in a way (Ikhram. 2019)

$$\text{Customer Acquisition} = (\text{New Customers})/(\text{Total Customers}) \times 100\%$$

### **Internal Business Process Perspective**

#### **Innovation Process**

Measurement of innovation in Maubel Enggal can be analyzed descriptively through secondary data. The innovation process aims to understand the development of product or service services offered. The more innovation increases, the better. The formula used

$$\text{innovation} = (\text{New Product sales})/(\text{Old Product sales}) \times 100\%$$

#### **Operation Process**

The operations process is the process of creating and delivering services. Performance measurements related to the operations process are grouped into time, quality and cost. This measurement can be done by comparing the administrative costs of Meubel Enggal with total revenue.

$$\text{AETR} = (\text{Administrative Costs})/(\text{Total Revenue}) \times 100\%$$

#### **Growth and Learning Perspective**

Measuring Net income /Employee. The productivity of a company's employee performance can be measured from the net profit generated divided by the number of workers with an increase in this ratio, the performance of employees contributes to increasing revenue for the company. By calculating the net profit after tax or net income divided by the number of employees in the company.

$$(\text{Net Income})/(\text{Total Employees}) \times 100\%$$

## RESEARCH RESULTS AND DISCUSSION

**Tabel 4.3**  
**Net Profit Margin**

Years	Net Profit	Income	Presentation
2019- 2020	258 .700.000	550 .000.000	47 %
2020- 2021	108. 300.000	400 .000.000	27 %
2021- 2022	146. 3 00.000	450. 000.000	32 %

Source: processing data, 2023

Judging from the standard of financial performance shows numbers above 25-50 Enggal furniture financial performance is quite good.

**Tabel 4.4**  
**Gross Profit Margin**

Years	Gross Profit	Sales	Presentation
2019- 2020	425. 900.000	550.000.000	77%
2020- 2021	291. 500.000	400.000.000	72%
2021- 2022	317. 500.000	450.000.000	70%

Source: processing data, 2023

Judging from the standard of financial performance shows numbers above > 70 Enggal furniture financial performance is very good and good..

**Tabel 4.5**  
**Customer Retention Calculation**

Years	Old Customer	Tot. Customer	Presentation
2019- 2020	79	295	26%
2020- 2021	99	295	33%
2021- 2022	117	295	39%

Source: processing data, 2023

Judging from the standard of financial performance, it shows a number above 25-50 The performance level of Enggal furniture customers is quite good.

**Tabel 4.6**  
**Customer Acquisition Calculation**

Years	New Customer	Tot. Customer	Presentation
2019- 2020	67	235	28%
2020- 2021	78	235	33%
2021- 2022	90	235	38%

Source: processing data, 2023

Judging from the standard of financial performance, it shows a number above 25-50 The performance level of Enggal furniture customers is quite good.

**Tabel 4.7**  
**Innovation Calculation**

Years	New Products	Old Products	Presentation
2019-2020	100	5	20%
2020-2021	100	6	16%
2021-2022	100	4	25%

*Source: processing data, 2023*

Judging from the standard of financial performance shows the number brought < 25 The level of internal business performance of Enggal furniture is not good enough.

**Tabel 4.8**  
**Calculations AETR**

Years	Admit Fees	Tot. Income	Presentation
2019- 2020	42 .000.000	550. 000.000	7%
2020- 2021	36 .000.000	400 .000.000	9%
2021- 2022	36 .000.000	450 .000.000	8%

*Source: processing data, 2023*

Judging from the financial performance standards show the number brought <25 The level of internal business performance of Enggal furniture is not good.

From the Table 4.9, Judging from the standard of financial performance shows the number brought < 25 The growth performance level of Enggal furniture is not good.

**Tabel 4.9**  
**Net Income Calculation**

Years	Net Income	Tot. Employee	Presentation
2019- 2020	258 .700.000	12	21%
2020- 2021	108. 300.000	12	9%
2021- 2022	146. 300.000	12	12%

*Source: processing data, 2023*

## DISCUSSION

### **Financial Perspective**

Net Profit Margin (NPM) is a measure of how well the company's assets work together to generate profits and illustrates how Enggal Furniture's performance is improving. Net Profit Margin (NPM) is used to measure financial performance based on the findings of the research analysis. The percentage of 49% is in the fair performance category for 2019 and 2020. Enggal Furniture still scored in the fair performance category in 2020 and 2021 despite a decrease in the percentage gain rate to 29% and continued inclusion in the fair performance financial performance category. The 35% acquisition in 2021 and 2022 showed a moderately good financial performance, up from 25% the previous year. It can be presumed that Enggal Furniture's ability to use resources to generate profit after duty can be said to be very large.

By comparing gross revenue and net revenue, Enggal Furniture's ability to sell goods or services is used to calculate Gross Profit Margin (GPM). In the year 2019 - 2020 of 77% is remembered with an excellent lath performance, then in the year 2020 - 2021 it decreased by 72% and the presentation level is remembered with an admirable classification. Then in 2021 and 2022 the resulting percentage will again decrease from the previous year by 70%. However, even though the Enggal Furniture business has decreased, it is still classified as good because the percentage is still above the performance standard, and the performance results show excellent results. This shows the capacity of Enggal Furniture to grow and generate revenue. In addition, Enggal Furniture is able to manage its operational costs effectively and efficiently, resulting in an annual profit that is even higher than the standard financial performance value. The results from this financial perspective are still stable as the proportion is above the standard.

### **Customer Perspective**

Client maintenance shows the rate from 2019-2020 of 26% commemorated for the presentation band is quite good, then in 2020-2021 of 33% this is also still commemorated for the exhibition band which is quite good, and in 2021-2022 it rose to 39%, considering that the secure execution is very good. As a result, it is evident that the percentage increased by 7% in 2019-2020. There will be an increase of 6% between 2021 and 2022. This indicates that the number of return customers of Enggal Furniture is still very high and quite satisfactory. This happens because of Enggal Furniture's ability to provide excellent service to customers.

Securing Enggal Furniture customers in 2019-2020 got a level of 28% with a fairly good presentation group, in 2020-2021 an increase of 33% was considered very good after that there was another increase in 2021-2022 of 38% which is remembered for a fairly good band performance so that there was a consistent increase. Enggal Furniture because compared to the previous year, Enggal Furniture still provides excellent service to customers.

### **Internal Business Perspective**

Based on the table above, the following conclusions can be drawn: in 2019-2020 it was 20% which was considered poor; in 2020-2021 it was 16% which was



also classified as poor; and in 2021-2022 it was 25% which was considered to be in a pretty good performance band. So it is suspected that the slat work is not good because so far the rate is still below 25%, so Enggal Furniture must increase product development in its sales.

Based on the results of the AETR calculation, the Enggal Furniture industry is rated poorly according to the performance benchmark standard in 2019 and 2020 of 7% which is included in the poor performance band. In 2020 and 2021 it was 9%, which is also included in the poor performance band. In 2021 and 2022 at 8%, it has decreased to 1% caused by Covid-19.

### **Learning and Growth Perspective**

Considering the rate setting results for 2019-2020 of 22% considering the lackluster display classification, the presentation level of Enggal Furniture depends on the results from the perspective of learning and development which is not good. while in 2020-2021 it has decreased by 9%, and from the rate gain for the level of implementation is delegated poorly. The performance level in 2021-2022 has increased, and employees must continue to maintain and contribute to increasing Enggal Furniture's revenue. Then for 2021-2022 it increased compared to the previous year and reached a percentage of 13%.

## **CONCLUSIONS AND SUGGESTIONS**

### **Conclusions**

The conclusions in this study:

The financial performance perspective of Net Profit Margin shows quite good results then the results of Gross Profit Margin measurement show that there are very good results and there are good results. This means that in financial terms Enggal Furniture is very good at its financial turnover.

1. Customer perspective, in the calculation of customer Retensi for the performance batten is quite good, then the calculation of customer acquisition shows quite good results from the measurement results of the performance batten. This means that Enggal Furniture is able to provide the services desired by customers and is able to retain customers who are already owned.
2. The internal business process perspective shows good results on innovation included in the performance batten is not good and some are good because there is a decrease, while the AETR must be further improved because the resulting percentage is still below the average performance batten standard is not good.
3. The learning and growth perspective shows the results of the performance batten is not good. And there continues to be a decline every year. Therefore, employees must contribute to increasing revenue at Enggal Furniture.

### **Suggestions**

Suggestions in research, discussion and formulating related to this research can then be used as input and consideration in the future.

1. For further researchers who will research using the balanced scorecard concept, it

is suggested that they add more indicators used, such as financial indicators plus profitability ratios and liquidity ratios.

2. For the perspective of business growth and learning, it needs to be re-improved because the results of the performance batten get unfavorable results.
3. For future researchers who discuss the balanced scorecard to examine other business sectors and not focus on just one place of business so that the research is broader.
4. For internal business perspectives and learning and growth perspectives based on the results of the research conducted are included in the performance batten is not good, so that internal business perspectives and learning and growth perspectives need to be improved again.

## REFERENCES

- Alimudin, A., Falani, A. Z., Mudjanarko, S. W., & Limantara, A. D. (2019). Analisis Pengaruh Penerapan Perspektif Balanced Scorecard Terhadap Peningkatan Kinerja UMKM. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v4i1.337>
- Chairunnisa, S. M., Salsabila, A., Aziza, A. R., & Rahmah, S. (2022). Implementasi Manajemen Strategi Melalui Balanced Scorecard Pada UMKM Amelia Snack Dan Cookies. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 18(1), 26–41. <https://doi.org/10.23960/jbm.v18i0.307>
- Dewantoro, A. D. (2021). Pengaruh Penggunaan Balance Scorecard Terhadap Kinerja Usaha Mikro Di Surabaya. *Jurnal Kewirausahaan Dan Bisnis*, 26(1), 55. <https://doi.org/10.20961/jkb.v26i1.47530>
- Dzulhadi, A. A., Wulandari, P., Aziz, N. A., Windani, A., & Pratiwi, R. (2022). *Seminar Nasional Akuntansi dan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AMA Salatiga*. 127–136.
- Finthariasari, M., Febriansyah, E., & Pramadeka, K. (2020). Corporate Social Responsibility Disclosure: A Determinant Analysis (Case Study Manufacturing Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange). *International Journal of Trends in Accounting Research*, 1(1), 22–36.
- Funam Islamidina, & Epi Fitriah. (2022). Analisis Penerapan Balanced Scorecard dalam Meningkatkan Kinerja Manajerial. *Jurnal Riset Akuntansi*, 25–32. <https://doi.org/10.29313/jra.v2i1.685>
- Herlin, & Yanti, R. T. (2021). Analisis Kinerja dan Rasio Keuangan pada PT. Pegadaian (Persero) Tahun 2018-2019. *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi Islam (JAM-EKIS)*, 4(1), 229–240.
- Kurniasari, V., Bisnis, P. M., Manajemen, P. S., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2017). *Verni Kurniasari dan Gesti Memarista*. 5(1).
- Mawuntu, P. S. T., & Aotama, R. C. (2022). Pengukuran Kinerja UMKM Berdasarkan Key Performance Indicators (KPI) Metode Balanced Scorecard. *WACANA EKONOMI (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi)*, 21(1), 72–83. <https://doi.org/10.22225/we.21.1.2022.72-83>

- Pratiwi, M. A. (2021). No Title. *Jurnal Manajerial Dan Bisnis Tanjungpinang*, 4(2), 149–158.
- Rengganis, A. P., & Yogaswara, B. (2017). Perancangan Pengukuran Kinerja Pada Dinas Koperasi Dan Ukm Di Kabupaten Majalengka Menggunakan Pendekatan Balanced Scorecard Design of Performance Measurement System At Cooperation and Sme Building in Majalengka District Using Balanced. *E-Proceeding of Engineering*, 4(3), 4226–4234.
- Sains, J., Humaniora, S., Andini, R., Praptono, S., Sulistyawati, D. R., Semarang, U. P., & Jepera, U. (2022). *Pengaruh Penerapan Balance Scorecard Pada Kinerja UMKM Di Kota Semarang*. 6, 481–486.
- Saputra, M. U. H. A. (2022). *(UMKM) Dengan Menggunakan Metode Balance Scorecard (Studi pada Iloki Salon Kabupaten Gowa)*. SKRIPSI.
- Sumarlan, A., & Setiadi, Y. (2022). Pengukuran Kinerja Perusahaan Berdasarkan Balance Scorecard Pada Pt Asuransi Multi Artha Guna Tbk Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi Islam (JAM-EKIS)*, 5(1), 104–122.
- Yeremina, B. (2022). Teori Penilaian Pengukuran Kinerja Karyawan. *Jurnal PUSDANSI*, 2 (4)(4), 1–9.

**PENGARUH SERVICE RECOVERY DAN PRODUCT QUALITY  
TERHADAP CUSTUMER RETENTION  
(STUDI KASUS PT. BINTANG MOTOR KOTA BENGKULU)**

**THE INFLUENCE OF SERVICE RECOVERY AND PRODUCT  
QUALITY ON CUSTOMER RETENTION (CASE STUDY OF PT.  
BINTANG MOTOR, BENGKULU CITY)**

**Reni Indriani<sup>1</sup>, Alvin Nia<sup>2</sup>**

Universitas Muhammadiyah Bengkulu<sup>1-2</sup>

[reniindriani@umb.ac.id](mailto:reniindriani@umb.ac.id)<sup>1</sup>, [alvinnia250@gmail.com](mailto:alvinnia250@gmail.com)<sup>2</sup>

Jl. Adam Malik Km. 9 Kota Bengkulu

Corresponding email: [reniindriani@umb.ac.id](mailto:reniindriani@umb.ac.id)

---

**INFORMASI ARTIKEL**

**Riwayat Artikel:**

Diterima : 15 Juni 2023

Direvisi : 07 Juli 2023

Disetujui : 26 Juli 2023

**Keywords:**

Service Recovery, Product  
Quality, Customer Retention

**Kata kunci:**

Pemulihan Layanan, Kualitas  
Produk, Retensi Pelanggan

---

**ABSTRACT:**

*The purpose of this research is to find out whether lifestyle and the Halal label affect purchasing decisions. The sample of this research was Management Study Program students at the University of Muhammadiyah Bengkulu, totaling 90 respondents. Observation data collection techniques, documentation and questionnaires. The data that has been processed is analyzed using the SPSS 24 Lifestyle formula ( $X_1$ ) and the Halal Label ( $X_2$ ) which together significantly influence Purchase Decisions ( $Y$ ) for Class 2019 Students of the Management Study Program, Faculty of Economics and Business. Based on the correlation coefficient test, it is obtained that the value of  $R = 0.526$  and the coefficient of determination  $R^2 = 0.277$  value means that Lifestyle ( $X_1$ ) and Halal Label ( $X_2$ ) contribute an influence of 0.277 or 27.7% to Purchase Decisions ( $Y$ ) in Students Class of 2019 Management Study Program Students, Faculty of Economics and Business. while the remaining 0.723 or 72.3% is influenced by other variables not included in this study.*

**ABSTRAK:**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Service Recovery dan Product Quality terhadap Customer Retention (Studi Kasus PT. Bintang Motor Kota Bengkulu). Jenis penelitian yang digunakan

adalah kuantitatif, dengan menggunakan metode *non probability sampling* atau *Accidental sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 120 orang. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel Service Recovery berpengaruh signifikan terhadap variabel Customer Retention dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $10,782 > 1,980$ ) dan Sig. ( $0,000 < 0,05$ ),  $H_1$  diterima, Product Quality berpengaruh signifikan terhadap variabel Customer Retention dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,715 > 1,980$ ) dan Sig. ( $0,008 < 0,05$ ),  $H_2$  diterima, sedangkan uji f Service Recovery dan Product Quality secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Customer Retention dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $171,268 > 3,07$ ) dan Sig. ( $0,000 < 0,05$ ) sehingga  $H_3$  diterima. Tingkat signifikan secara keseluruhan sebesar (Sig.  $\alpha = 0,000 < 0,05$ ). Serta memiliki persamaan regresi  $Y = 1.151 + 0,683X_1 + 0,110X_2$  dan koefisien determinasi  $R^2$  nilai Adjust R Square adalah 0,652. Dan faktor yang paling dominan dengan nilai koefisien regresi paling besar yaitu variabel Service Recovery ( $X_1$ ) dengan nilai 0,683.

---

## PENDAHULUAN

Industri otomotif khususnya sepeda motor sedang mengalami peningkatan yang sangat pesat, ini ditandai dengan terus bertambahnya kuantitas kendaraan yang dimiliki masyarakat dan terlihat pada mobilitas kendaraan yang berada di jalan-jalan kota besar. Serta diikuti dengan lahir dan tumbuhnya perusahaan-perusahaan baru yang senantiasa berupaya semaksimal mungkin untuk mendapatkan dan mempertahankan pangsa pasar yang ada. (Kotler et al., 2017) menjelaskan bahwa dalam meningkatkan daya saing, suatu perusahaan dapat memenangkan persaingan dengan cara menampilkan produk terbaik yang dapat memenuhi selera konsumen. Pada dasarnya semakin tinggi tingkat persaingan yang terjadi, maka semakin akan banyak pula pilihan bagi konsumen untuk dapat memilih produk yang sesuai dengan harapannya, dan sebagai konsekuensi dari perubahan tersebut pelanggan menjadi lebih cermat dan pintar menghadapi setiap produk yang ditawarkan.

PT. Bintang Motor Kota Bengkulu merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa penjualan sepeda motor honda sejak tahun 2001, selain penjualan kami juga melayani pemeliharaan serta penjualan spare part resmi. Bintang Motor memiliki jaringan penjualan dan pemeliharaan yang tersebar 8 provinsi di Indonesia yaitu Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi, Cikarang, Jatiasih, Bandung, Cirebon, Pontianak, Makassar, Balopa, Bandar Lampung, Lampung Timur, Gisting, Bengkulu, Palembang, Lahat, dan Sekayu. PT. Bintang Motore Kota Bengkulu ini beralamat di Jl.

Pangeran Natadirja No.103, Jl. Gedang, Gading Cemp., Kota Bengkulu, Bengkulu 38226.

*Customer retention* adalah lamanya hubungan dengan konsumen. Tingkat *customer retention* adalah presentase konsumen yang telah memenuhi sejumlah pembelian ulang selama periode waktu yang terbatas. Dinamika retensi memperlihatkan langkah-langkah utama dalam proses menarik dan mempertahankan konsumen, hal ini akan berimplikasi pada membangun hubungan konsumen terhadap perusahaan. Perusahaan membuat berbagai cara untuk mempertahankan konsumennya, salah satu cara tersebut adalah membuat event untuk membangun hubungan dengan konsumen, dalam event tersebut perusahaan mengundang konsumen yang memang bisa dipertahankan seperti pelanggan prioritas, acara tersebut berisi promosi mengenai produk yang akan ditawarkan kepada pelanggannya.

Persaingan seperti sekarang ini, perusahaan dituntut untuk menawarkan produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih, sehingga tampak berbeda dengan produk pesaing. Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum membeli suatu produk. Kualitas ditentukan oleh sekumpulan kegunaan dan fungsinya, termasuk di dalamnya daya tahan, ketidaktergantungan pada produk lain atau komponen lain, eksklusifitas, kenyamanan, wujud luar (warna, bentuk, pembungkusan, dan sebagainya) (Kurnianingsih & Sugiyanto, 2020). Dengan kualitas produk yang bagus dan terpercaya, maka produk akan senantiasa tertanam dibenak konsumen, karena konsumen bersedia membayar sejumlah uang untuk membeli produk yang berkualitas.

Mempertahankan konsumen untuk dijadikan pelanggan lebih susah dari pada mencari konsumen baru, karena perusahaan tidak memerlukan adaptasi kembali, lebih menghemat biaya dan waktu dibandingkan mencari pelanggan baru yang harus membangun hubungan baru, kepercayaan baru dan juga memerlukan banyak biaya pengeluaran seperti untuk promosi. Mengembangkan hubungan jangka panjang, kini memiliki nilai yang lebih baik serta dianggap sebagai metode yang lebih efektif untuk pertumbuhan perusahaan. *Customer retention* sangat penting dalam mempengaruhi profitabilitas perusahaan (Danesh, S et al., 2012). Menurut (Schiffman & Wisenblit, 2019) *customer retention* didefinisikan sebagai kecenderungan pelanggan di masa depan untuk tetap bertahan terhadap penyedia layanan. (Kotler & Keller, 2018) mendefinisikan *customer retention* sebagai tingkat kelayakan pelanggan pada produk sebagai hasil dari kepuasan pelanggan.

*Service recovery* atau perbaikan layanan ini merupakan langkah yang tepat untuk melakukan perbaikan pada layanan yang gagal dan untuk menunjukkan rasa kepedulian perusahaan terhadap konsumen. Dengan menangani setiap keluhan konsumen perusahaan telah bertanggung jawab terhadap konsumen. Dan dengan cara ini pula perusahaan bisa untuk memberikan rasa puas kepada para konsumennya yang sebelumnya merasa kurang puas terhadap layanan yang diberikan. Karena setiap konsumen berharap jika pelayanan yang diberikan oleh perusahaan sesuai dengan harapan mereka. Dengan kesesuaian antara harapan dan kenyataan ini lah yang membuat konsumen puas. Perbaikan layanan atau yang lebih dikenal dengan sebutan *service recovery* menurut (A., Zeithaml & Berry, 2018) perbaikan layanan atau *service recovery*

ini adalah tindakan yang diambil oleh perusahaan ketika mengalami kegagalan jasa atau service failure. *Recovery* adalah berbagai hal yang akan dilakukan oleh perusahaan setelah terjadinya suatu kegagalan pada jasa pelayanan (service failure). Kegagalan layanan atau service failure terjadi ketika jasa yang diterima dipersepsikan tidak sesuai dengan harapan pelanggan. *Service recovery* mulai berlaku saat ada masalah dalam proses pengiriman layanan.

Semakin meningkatnya persaingan, memberikan perhatian lebih pada kualitas produk bukan lagi menjadi pilihan, melainkan sudah menjadi keharusan bagi setiap perusahaan. Hal ini dikarenakan konsumen yang semakin teliti dan kritis terhadap produk yang mereka terima atau gunakan. Menurut (Kotler & Amstrong, 2018) kualitas produk adalah “*the ability of a product to perform its functions, it includes the product’s overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes*” yang artinya, kemampuan sebuah produk untuk menjalankan fungsi yang dimiliki berkaitan dengan daya tarik, kehandalan, dan juga atribut lainnya yang bernilai. Menurut (Kotler et al., 2017) kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam melaksanakan fungsi dan kinerjanya yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Kualitas produk menjadi hal penting yang harus dimiliki oleh sebuah produk, sehingga produsen dituntut untuk menghasilkan produk yang berkualitas agar dapat menarik perhatian konsumen dan memenangkan pasar. Menurut (Kotler & Amstrong, 2018) kualitas produk ialah kemampuan suatu produk dalam melaksanakan fungsinya yang meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Kualitas produk adalah kondisi dari segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar agar mendapat perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi dengan tujuan untuk dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan pelanggan

Berdasarkan hasil observasi melalui survey dan wawancara yang peneliti lakukan dengan Bapak Sulistio Budiman selaku kepala cabang PT. Bintang Motor Kota Bengkulu masih terdapat beberapa permasalahan menurut salah satu konsumen menjelaskan bahwa masih kurangnya hubungan antara konsumen dengan perusahaan dalam jangka Panjang, hal tersebut dijelaskan dengan masih adanya konsumen yang belum percaya akan kualitas dan pelayanan yang diberikan sehingga tidak terjadi hubungan yang baik. Ada juga menurut Bapak Rudi Setiawan salah satu konsumen PT. Bintang Motor Kota Bengkulu yang mengatakan bahwa service recovery (pemulihan layanan) yang masih kurang di kembangkan sehingga masih terdapat konsumen yang komplain terhadap pelayanan yang telah kami berikan. Adapula menurut Ibu Erna yang menjelaskan tentang *product quality* (kualitas produk) yang di tawarkan kepada konsumen masih terbilang masih rendah, hal tersebut dibuktikan dengan tidak semua produk dikembangkan ataupun dibeahi untuk memberikan kualitas yang baik terhadap produk yang diberikan.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Pemasaran

Menurut Laksana (2019) pemasaran adalah bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan kegiatan transaksi produk barang atau jasa. Sehingga pengertian pasar

bukan lagi merujuk kepada suatu tempat tapi lebih kepada aktifitas atau kegiatan pertemuan penjual dan pembeli dalam menawarkan suatu produk kepada konsumen. Menurut Phillip Kotler & Keller (2016) *marketing is about identifying and meeting human and social needs. One of the shortest good definitions of marketing is meeting needs profitably.*

Menurut Amstrong & Philip (2012) *marketing as the process by which companies create value for customers and build strong customer relationships in order to capture value from customers in return*", artinya menyatakan bahwa pemasaran sebagai proses di mana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan pelanggan yang kuat menangkan nilai dari pelanggan sebagai imbalan.

### **Customer Retention**

Menurut Sari & Giantari (2020) retensi pelanggan didefinisikan sebagai kecenderungan pelanggan di masa depan untuk tetap bertahan terhadap penyedia layanan. Kotler & Keller (2018) mendefinisikan customer retention sebagai tingkat loyalitas pelanggan pada produk sebagai hasil dari kepuasan pelanggan.. Tingkat customer retention adalah persentase pelanggan yang telah memenuhi sejumlah pembelian ulang selama periode waktu terbatas. customer retention adalah kecenderungan Pelanggan untuk tetap bertahan dalam menggunakan suatu produk atau jasa setelah pelanggan merasakan adanya kepuasan yang diperoleh dalam menggunakan produk tersebut.

Menurut As et al., (2017) retensi pelanggan merupakan interaksi antara produsen dan pelanggan yang dapat membawa manfaat sosial dan ekonomi. Indikator yang mempengaruhi retensi pelanggan meliputi adaptasi, manajemen hubungan, dan rekomendasi. Menurut Coussement (2014) customer retention dianggap sebagai kemampuan perusahaan dalam mempertahankan pelanggannya untuk terus mempercayai produk yang mereka hasilkan. Nillie et al. (2013) menegaskan bahwa retensi pelanggan adalah hubungan jangka panjang antara pelanggan dan organisasi yang dapat menghasilkan hubungan yang menguntungkan.

Dari beberapa pengertian dari para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa customer retention merupakan hubungan seberapa dekat konsumen dengan perusahaan yang dapat menimbulkan hubungan baik dalam jangka panjang. Menurut P Kotler (2019) ada tiga indikator untuk membangun customer retention (retensi pelanggan):

1. Lamanya hubungan dengan perusahaan
2. Selalu menggunakan layanan
3. Seringnya transaksi

### **Service Recovery**

*Service recovery* atau perbaikan layanan ini merupakan langkah yang tepat untuk melakukan perbaikan pada layanan yang gagal dan untuk menunjukkan rasa kepedulian perusahaan terhadap konsumen. Dengan menangani setiap keluhan konsumen perusahaan telah bertanggung jawab terhadap konsumen. Dan dengan cara ini pula perusahaan bisa untuk memberikan rasa puas kepada para konsumennya yang sebelumnya merasa kurang puas terhadap layanan yang diberikan. Karena setiap



konsumen berharap jika pelayanan yang diberikan oleh perusahaan sesuai dengan harapan mereka. Menurut Sajadi & Bohrer (2017) menjelaskan bahwa *service recovery* adalah keputusan yang diambil perusahaan sebagai reaksi terhadap terjadinya kegagalan layanan dengan tujuan untuk mengubah ketidakpuasan menjadi kepuasan dan akhirnya perusahaan mampu mempertahankan pelanggan tersebut.

Dari beberapa pengertian dari para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa *service recovery* merupakan salah satu pelayanan yang harus diutamakan agar konsumen dapat merasakan kenyamanan terhadap perusahaan sehingga perusahaan dapat terus berkembang. Indikator yang digunakan untuk mengukur *service recovery* menurut Chueh et al., (2014) adalah sebagai berikut:

1. Distributive justice
2. Procedural justice
3. Interactional justice

### **Product Quality**

Menurut Philip Kotler & Armstrong (2008), kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

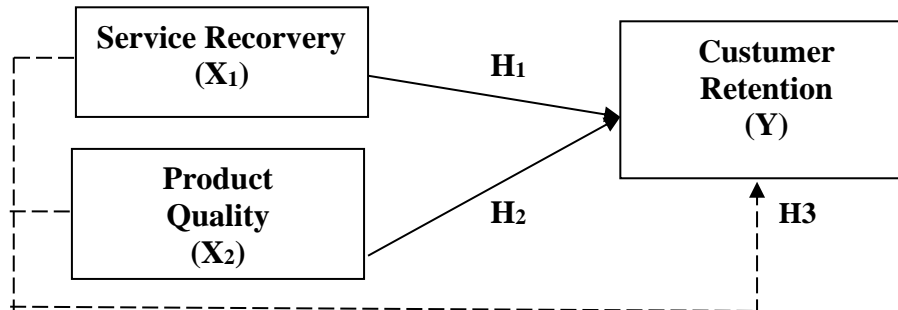
Menurut Setiawati (2016), kualitas produk dinyatakan sebagai berikut, kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik dari produk atau jasa yang menanggung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Sebagai ukuran kualitas produk adalah variabel yang terbesar dan kemudian diikuti oleh variabel lain, masing-masing indikator, yaitu: memiliki, kesesuaian, kinerja, gambar (Juhana, 2018). Product quality yaitu kemampuan barang untuk memberikan kinerja atau hasil yang sejalan bahkan lebih dari yang diharapkan konsumen (Phillip Kotler & Keller, 2016).

Menurut Chang (2019), Ekowati & Finthariasari (2020), Finthariasari, Ekowati, & Krisna (2020), Finthariasari, Ekowati, Ranidiah, et al., (2020) arti dari kualitas produk adalah *the ability of a product to perform its functions, it includes the product's overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes* yang artinya kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

Dari beberapa pengertian dari para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa produk quality merupakan seberapa baiknya kualitas produk yang ditawarkan agar mampu menarik konsumen untuk melakukan pembelian secara berkala. Menurut (Tjiptono, 2018) indikator dari variabel Kualitas Produk dibagi menjadi 6 yaitu:

1. Kinerja (performance)
2. Daya Tahan (Durability)
3. Kesesuaian Dengan Spesifikasi (Conformance to Specification)
4. Keistimewaan tambahan (feature).
5. Reliabilitas (Reliability)
6. Estetika (Aesthetic)

### Kerangka Teoritik



Keterangan:

X<sub>1</sub> = Variabel Service Recovery

X<sub>2</sub> = Variabel Product Quality

Y = Variabel Customer Retention

—→ = Pengaruh Variabel X terhadap Variabel Y (Parsial)

- - - → = Pengaruh Variabel X<sub>1</sub>, dan X<sub>2</sub> terhadap Variabel Y (Simultan)

### METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Populasi pada penelitian ini bersifat infinite (tidak diketahui). Populasi dari penelitian ini adalah seluruh konsumen PT. Bintang Motor Kota Bengkulu. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode non probability sampling yaitu *accidental sampling*. Jumlah populasinya tidak diketahui secara pasti maka untuk menentukan besarnya sampel digunakan rumus dari (Sugiyono, 2018) yang menyatakan bahwa jumlah ideal dalam penarikan sampel yaitu 5-10 untuk setiap indikator yang digunakan dalam seluruh variabel. Jumlah indikator dalam penelitian adalah 12 indikator. Maka, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah:

Sampel = jumlah indikator x 10 → 12 x 10 = 120 responden.

Ada tiga data yang digunakan dalam penelitian yakni: (1) Observasi; (2) Dokumentasi; (3) Kuesioner. Tanggapan responden dinilai untuk mengukur tanggapan mereka dengan skala likert 5 point (1= sangat tidak setuju sampai 5 = sangat setuju). Tahap pengelolaan dengan menguji tingkat validitas untuk menilai sah atau tidaknya setiap item dalam instrumen, dan hal itu diketahui dengan bekerja sama antara skor item dan skor keseluruhan. Kemudian tahap menganalisis reliabilitas untuk menilai ketergantungan kuesioner yang berfungsi sebagai indikasi variabel. Tahap berikutnya adalah analisis regresi linear berganda adalah regresi yang menggambarkan apakah variabel terikat berhubungan dengan variabel bebas, serta uji hipotesis dengan menganalisis nilai t hitung dan dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan terhadap variabel bebas secara sendiri-sendiri. Selanjutnya menganalisis nilai f hitung dan dilakukan untuk menyatakan signifikansi pengaruh variabel bebas secara bersamasama terhadap variabel terikat.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Hasil

#### Karakteristik Responden

Analisis data diatas bahwa karakteristik responden dalam penelitian ini terdiri dari karakteristik berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh karyawan laki-laki sebanyak 75 orang (62,5%), dengan karakteristik usia didominasi oleh karyawan yang berusia 31-50 tahun sebanyak 78 orang (65%), karakteristik pendidikan terakhir yang mendominasi SMA sebanyak 57 orang (47,5%) dan karakteristik berdasarkan pekerjaan yang mendominasi pada pekerjaan wiraswasta sebanyak 62 oranf (51,7 %).

**Tabel 1.**  
**Karakteristik Responden (n= 120)**

Karakteristik		Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	75	62,5 %
	Perempuan	45	37,5 %
Usia	20 – 30 Tahun	42	35 %
	31 – 50 Tahun	78	65%
Pendidikan Terakhir	SMA	57	47,5%
	S1	42	35%
	S2	21	17,5%
Pekerjaan	PNS	31	25,8 %
	Swasta	27	22,5 %
	Wiraswasta	62	51,7 %

Sumber: Data yang diolah 2022

#### Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Indikator	Item Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Ket
Customer Retention (Y)	Lamanya Hubungan dengan Perusahaan	1	0,719	0,444	Valid
	Selalu Menggunakan Layanan	2	0,757	0,444	Valid
	Seringnya Transaksi	3	0,441	0,444	Valid
Service Recovery (X <sub>1</sub> )	Distributive Justice	1	0,833	0,444	Valid
	Procedural Justice	2	0,485	0,444	Valid
	Interactional Justice	3	0,761	0,444	Valid
Product	Kinerja	1	0,584	0,444	Valid

Quality (X <sub>2</sub> )	( <i>Peformance</i> )				
	Daya Tahan ( <i>Durability</i> )	2	0,586	0,444	Valid
	Kesesuaian dengan Spesifikasi ( <i>Conformence of Spesifikasi</i> )	3	0,697	0,444	Valid
	Keistimewaan Tambahhan ( <i>Feature</i> )	4	0,702	0,444	Valid
	Reliabilitas ( <i>Reliability</i> )	5	0,625	0,444	Valid
	Estetika ( <i>Aesthetic</i> )	6	0,585	0,444	Valid

Sumber: Data yang diolah 2023

Dari tabel 2 di atas dapat disimpulkan bahwa butir instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel dalam penelitian ini mempunyai koefisien lebih besar dari r tabel yaitu 0.444 sehingga semua butir instrumen tersebut dinyatakan valid.

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Reabilitas**

No.	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1.	Customer Retention (Y)	0,789	Reliabel
2.	Service Recovery (X <sub>1</sub> )	0.825	Reliabel
3.	Product Quality (X <sub>2</sub> )	0,847	Reliabel

Sumber: Data yang diolah 2023

Dari tabel 3 di atas, terlihat bahwa semua variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0.60. Maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini adalah reliabel.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Uji normalitas ini dilakukan dengan menggunakan uji one sample *Kolmogorov-Smirnov* dengan bantuan *SPSS for Windows versi 24*. Data dikatakan terdistribusi normal jika nilai  $p > 0,05$ .

Berdasarkan tabel output SPSS tersebut, diketahui bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0.200 lebih besar dari 0.05. Maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* diatas dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

**Tabel 4**  
**Hasil Uji Normalitas**

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		
		Unstandardized Residual
N		120
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	2,64002435
Most Extreme Differences	Absolute	0,114
	Positive	0,103
	Negative	-0,114
Test Statistic		0,114
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Data yang diolah 2023

### Uji Multikolinearitas

Pengujian adanya multikolinearitas ini dapat dilakukan dengan melihat nilai toleransi diatas 0,1 dan VIF nya lebih kecil dari 10. Maka tidak ada kecenderungan terjadi gejala multikolinearitas.

**Tabel 5**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

No	Variabel	Tolerance	VIF	Keretengan
1.	Service Recovery ( $X_1$ )	0,484	2,067	Non Multikolinearitas
2.	Product Quality ( $X_2$ )	0,484	2,067	Non Multikolinearitas

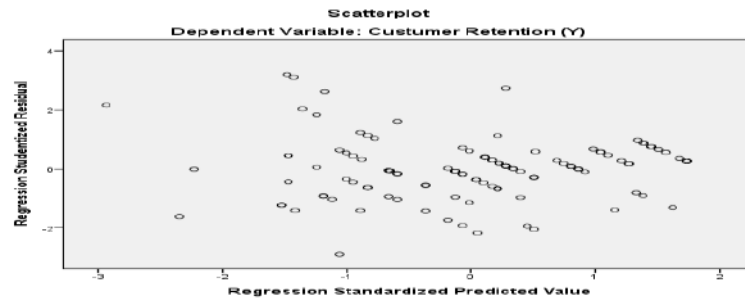
Sumber: Data yang diolah 2023

Berdasarkan Tabel 5 diatas terlihat bahwa semua variabel mempunyai nilai toleransi diatas 0.1 dan nilai VIF dibawah 10, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel pada penelitian ini bebas multikolinieritas.

### Uji Heterokedastistas

Adapun hasil uji statistic heterokedastistas yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Gambar 1**  
**Hasil Uji Heterokedastisitas**



Data Analisis Uji Heterokedastisitas dengan grafik plot adalah jika titik dalam grafik tersebar (tidak membentuk pola) maka tidak terjadi Heterokodesitas. Berdasarkan gambar tersebut dapat dilihat bahwa titik-titik yang ada tidak membentuk pola teratur. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada data dalam penelitian ini tidak terjadi Heterokodesitas. Artinya dalam fungsi regresi dipenelitian ini tidak muncul gangguan karena varian yang tidak sama.

### Regresi Linier Berganda

Ringkasan hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 6**  
**Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,151	0,659		1,747	0,083
	Service Recovery (X <sub>1</sub> )	0,683	0,063	0,723	10,782	0,000
	Product Quality (X <sub>2</sub> )	0,110	0,041	0,182	2,715	0,008

a. Dependent Variable: Customer Retention (Y)

Sumber: Data yang diolah 2023

Dari perhitungan menggunakan SPSS versi 24 for Windows didapat persamaan regresinya adalah:

$$Y = 1,151 + 0,683(X_1) + 0.110(X_2)$$

Angka tersebut masing-masing secara ekonomis dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta 1,151 mempunyai arti bahwa apabila variabel Service Recovery (X<sub>1</sub>), dan Product Quality (X<sub>2</sub>) terhadap Customer Retention (Y), sama dengan nol maka variabel Kinerja Karyawan akan tetap yaitu 1,151. Apabila variabel Recovery (X<sub>1</sub>), dan Product Quality (X<sub>2</sub>) sama dengan nol.
2. Koefisien regresi variabel Service Recovery (X<sub>1</sub>) sebesar 0,683 mempunyai makna bahwa apabila Recovery (X<sub>1</sub>) ditingkatkan satu satuan, maka akan meningkatkan Customer Retention (Y) pada PT. Bintang Motor Kota Bengkulu sebesar 0,683 dengan asumsi variabel Product Quality (X<sub>2</sub>) dianggap tetap.
3. Koefisien regresi variabel Product Quality (X<sub>2</sub>) sebesar 0.110 mempunyai makna bahwa apabila Product Quality (X<sub>2</sub>) ditingkatkan satu satuan, maka akan meningkatkan Customer Retention (Y) pada PT. Bintang Motor Kota Bengkulu sebesar 0,110 dengan asumsi variabel Service Recovery (X<sub>1</sub>) dianggap tetap.

### Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Berdasarkan tabel 7 berikut, dapat diketahui bahwa nilai *Adjusted R square* yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen 0,741. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 74,1% Customer Retention (Y) pada PT. Bintang Motor Kota Bengkulu dipengaruhi oleh variasi kedua variabel independen, yaitu Service Recovery ( $X_1$ ), dan Product Quality ( $X_2$ ), sedangkan sisanya ( $100\% - 74,1\% = 25,9\%$ ) dijelaskan oleh variabel – variabel diluar variabel penelitian ini.

**Tabel 7**  
**Nilai Koefisien Determinasi Hasil Penelitian**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,863 <sup>a</sup>	0,745	0,741	1,144
a. Predictors: (Constant), Product Quality (X2), Service Recovery (X1)				
b. Dependent Variable: Customer Retention (Y)				

Sumber: Output SPSS 24 yang diolah, 2023

### Uji T (Parsial)

Untuk menguji pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat digunakan uji t sebagai berikut:

**Tabel 8**  
**Uji T (Uji Secara Parsial)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,151	0,659		1,747	0,083
	Service Recovery (X1)	0,683	0,063	0,723	10,782	0,000
	Product Quality (X2)	0,110	0,041	0,182	2,715	0,008
a. Dependent Variable: Customer Retention (Y)						

Sumber: Data yang diolah 2022

Berdasarkan hasil uji statistik t pada tabel 4.14 di atas dapat diartikan bahwa:

1. Pengaruh Service Recovery ( $X_1$ ) terhadap Customer Retention (Y)  
Tabel di atas menunjukkan hasil uji  $t_{hitung} > t_{tabel}$  variable Service Recovery ( $X_1$ ) terhadap Customer Retention (Y) yaitu sebesar  $10,782 > 1,980$ . Hal ini berarti bahwa hipotesis pertama dalam penelitian ini diterima.
2. Pengaruh Product Quality ( $X_2$ ) terhadap Customer Retention (Y)  
Tabel di atas menunjukkan hasil uji  $t_{hitung} > t_{tabel}$  variable Product Quality ( $X_2$ )

terhadap Customer Retention (Y) yaitu sebesar  $2,715 > 1,980$ . Hal ini berarti bahwa hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima.

### Uji F (Simultan)

Dalam penelitian ini pengujian hipotesis dimaksudkan untuk mengukur besarnya pengaruh Service Recovery ( $X_1$ ), dan Product Quality ( $X_2$ ) terhadap Customer Retention (Y), maka digunakan uji f. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis Uji anova atau Uji f terlihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 9**  
**Uji F (Uji Secara Similtan)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	447,977	2	223,988	171,268	,000 <sup>b</sup>
	Residual	153,015	117	1,308		
	Total	600,992	119			
a. Dependent Variable: Customer Retention (Y)						
b. Predictors: (Constant), Product Quality (X2), Service Recovery (X1)						

Sumber: Output SPSS 24 yang diolah, 2023

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi F yaitu  $0,000 < 0,050$  dan  $F_{hitung} > F_{tabel}$ ,  $171,268 > 3,07$ , dari hasil pengelolaan data maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen yaitu variabel (Service Recovery dan Product Quality) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu Customer Retention (Y). Hal ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga dalam penelitian ini diterima.

### Pembahasan

#### Pengaruh Service Recovery Terhadap Customer Retention

Hasil penelitian menyatakan bahwa adanya pengaruh variabel Service Recovery ( $X_1$ ) terhadap Customer Retention (Y) pada PT. Bintang Motor Kota Bengkulu. Hal ini berarti bahwa hipotesis pertama dalam penelitian ini diterima. dengan nilai probability Sig.  $0,000 < 0,05$ . Hal ini berarti bahwa hipotesis pertama dalam penelitian ini diterima. Dengan adanya perbaikan pelayanan yang dilakukan perusahaan secara berkala akan mampu menumbuhkan customer retention yang semakin kuat terhadap perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori menurut (A., Zeithaml & Berry, 2018) perbaikan layanan atau service recovery ini adalah tindakan yang diambil oleh perusahaan ketika mengalami kegagalan jasa atau service failure. Recovery adalah berbagai hal yang akan dilakukan oleh perusahaan setelah terjadinya suatu kegagalan pada jasa pelayanan (service failure). Kegagalan layanan atau service failure terjadi ketika jasa yang diterima dipersepsikan tidak sesuai dengan harapan pelanggan (Bateson & Hoffman, 2017), terdapat lima kategori strategi pemulihan layanan. Kategori pertama



adalah strategi kompensasi, strategi kompensasi yang dilakukan dengan memberikan kompensasi kepada pelanggan untuk mengkompensasi kerugian pelanggan, biaya emosional, biaya moneter, dan biaya kehilangan waktu yang disebabkan oleh kegagalan layanan. Kategori kedua adalah strategi restorasi, yaitu strategi pemulihan yang ditawarkan kepada pelanggan untuk mengkompensasi kondisi saat ini dengan beberapa cara, yaitu memberikan layanan baru sebagai pengganti layanan yang gagal, memperbaiki layanan yang terputus, dan kemudian menyerahkannya kembali ke pelanggan dan menyediakan substitusi untuk layanan saat ini. Hasil penelitian ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan (Rahwati & Fadila, 2022) hasil penelitian menunjukkan bahwa service recovery berpengaruh positif dan signifikan terhadap customer retention penggunaan Lazada.

### **Pengaruh Product Quality Terhadap Customer Retention**

Hasil penelitian menyatakan bahwa adanya pengaruh variabel Product Quality ( $X_2$ ) terhadap Customer Retention (Y) pada PT. Bintang Motor Kota Bengkulu. Hal ini berarti bahwa hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima. dengan nilai probability Sig.  $0,008 < 0,05$ . Hal ini berarti bahwa hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima. Dengan adanya kualitas produk yang baik akan mampu menarik minat konsumen terhadap setiap produk yang ditawarkan sehingga customer retention dapat meningkat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori menurut (Philip Kotler & Armstrong, 2008), kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Menurut (Setiawati, 2016), kualitas produk dinyatakan sebagai berikut, kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik dari produk atau jasa yang menanggung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Hasil penelitian ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan (Rahwati & Fadila, 2022) hasil penelitian menunjukkan bahwa product quality berpengaruh positif dan signifikan terhadap customer retention penggunaan Lazada. Menurut Hening P, et.al, (2022) menunjukkan hasil penelitian bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh positif terhadap customer retention

### **Pengaruh Service Recovery dan Product Quality Terhadap Customer Retention**

Hasil penelitian menyatakan bahwa adanya pengaruh variabel Service Recovery ( $X_1$ ) dan Product Quality ( $X_2$ ) Customer Retention (Y) pada PT. Bintang Motor Kota Bengkulu. Hal ini berarti bahwa hipotesis ketiga dalam penelitian ini diterima. Service Recovery dan Product Quality sangat lah penting bagi perusahaan untuk selalu memperhatikan kedua faktor tersebut, sehingga dapat menumbuh kembangkan customer retentio konsumen terhadap kemajuan perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori menurut (A., Zeithaml & Berry, 2018) perbaikan layanan atau service recovery ini adalah tindakan yang diambil oleh perusahaan ketika mengalami kegagalan jasa atau service failure. Recovery adalah berbagai hal yang akan dilakukan oleh perusahaan setelah terjadinya suatu kegagalan pada jasa pelayanan (service failure). Kegagalan layanan atau service failure terjadi

ketika jasa yang diterima dipersepsikan tidak sesuai dengan harapan pelanggan.

Menurut (Philip Kotler & Armstrong, 2008), kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

Hasil penelitian ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan (Rahwati & Fadila, 2022) hasil penelitian menunjukkan bahwa service recovery dan product quality berpengaruh positif dan signifikan terhadap customer retention penggunaan Lazada.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang Pengaruh Service Recovery ( $X_1$ ) dan Product Quality ( $X_2$ ) terhadap Customer Retention (Y) pada PT. Bintang Motor Kota Bengkulu, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Service Recovery berpengaruh positif terhadap Customer Retention pada PT. Bintang Motor Kota Bengkulu.
2. Insentif berpengaruh positif terhadap Customer Retention pada PT. Bintang Motor Kota Bengkulu.
3. Hasil penelitian membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Service Recovery ( $X_1$ ) dan Product Quality ( $X_2$ ) terhadap Customer Retention pada PT. Bintang Motor Kota Bengkulu.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh antara variabel Service Recovery ( $X_1$ ) terhadap Customer Retention (Y) pada PT Sinar Mitra Sepadan Finance Kota Bengkulu. Variabel Service Recovery yang ada pada PT Bintang Motor Kota Bengkulu sudah pada Kategori baik. Agar lebih baik lagi disarankan kepada PT Bintang Motor Kota Bengkulu agar lebih memperhatikan ketika sedang menghadapi komplain dari konsumen sehingga tidak ada lagi karyawan yang bertindak tidak sopan kepada konsumen.
2. Hasil penelitian terlihat bahwa pada Product Quality ( $X_2$ ) yang diberikan oleh PT Bintang Motor Kota Bengkulu sudah cukup baik. Untuk lebih baiknya lagi disarankan kepada PT Bintang Motor Kota Bengkulu agar selalu memberikan deskripsi perihal kualitas produk yang sedang ditawarkan sehingga konsumen mudah mengerti dan percaya akan kualitas produk yang ada di PT. Bintang Motor Kota Bengkulu.
3. Hasil penelitian terlihat bahwa variabel Customer Retention (Y) pada PT. Bintang Motor Kota Bengkulu sudah dalam kategori Baik. Akan tetapi agar lebih baik lagi dalam menumbuh kembangkan usahanya, PT PT. Bintang Motor Kota Bengkulu

harus memperbaiki lagi retensi kepada semua konsumen agar mampu menarik konsumen menjadi pelanggan tetap dan selalu melakukan transaksi pembelian roda dua di PT. Bintang Motor Kota Bengkulu.

4. Disarankan bagi peneliti selanjutnya khususnya penelitian yang sama perlu dipertimbangkan untuk faktor-faktor lain diluar variabel Service Recovery, dan Product Quality terhadap Customer Retention sehingga akan menghasilkan penelitian yang lebih baik.

#### DAFTAR RUJUKAN

- A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2018). Servqual: A Multiple Item Scale For Measuring Consumer Perceptions Of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12.
- Amstrong, G., & Philip, K. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan*. Prenhalindo.
- As, P., Cabanela, P., Rüdiger, K., & Lampón, J. F. (2017). Value Cocreation, Dynamic Capabilities and Customer Retention in Industrial Markets. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 32(3).
- Bateson, & Hoffman, K. D. (2017). *Services Marketing: Concepts, Strategies & Cases Fifth Edition*. USA Cengage Learnin.
- Chang, J. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Sinar Global Sukses. *Manajemen, Jurnal Ekonomi*, 5(November), 94–101.
- Chueh, T. Y., Wang., J. H., & Liao, H. H. (2014). Effects of Service Recovery on Customer Satisfaction and Relationship Retention in Catering Industry. *The Anthropologist*, 17(3), 857–863.
- Coussement, K. (2014). Improving Customer Retention Management through Cost-Sensitive Learning. *European Journal of Marketing*, 48(3/4), 477–478. <https://doi.org/10.1108/EJM03-2012-0180>
- Danesh, S, N., Nasab, S, A., & Choon, K. L. (2012). The Study of Customer Satisfaction, Customer Trust and Switching Barriers on Customer Retention in Malaysia Hypermarkets. *International Journal of Business & Management*, 7, 141–150.
- Ekowati, S., & Finthariasari, M. (2020). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Eleven Cafe Bengkulu. *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen, Dan Ekonomi Islam*, 1(1). <http://jurnal.umb.ac.id/index.php/jamekis>
- Finthariasari, M., Ekowati, S., & Krisna, R. (2020). Pengaruh Kualias Produk, Display Layout, Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2), 149–159. <https://journal.stekom.ac.id/index.php/E-Bisnis/article/view/78>
- Finthariasari, M., Ekowati, S., Ranidiah, F., Yuniarti, R., & Muchlis. (2020). Pengaruh Work-Family Conflict Terhadap Turnover Intention Melalui Komitmen Organisasi. *Ekuitas: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 4(3), 421–438.

<https://doi.org/10.24034/j25485024.y2020.v4.i3.4584>

- Juhana, D. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 12(1), 77–88.
- Kotler, & Amstrong. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing* (7th ed.). Salemba Empat.
- Kotler, P. (2019). *Manajemen Pemasaran* (Milenium). Prenhalindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. PT Indeks.
- Kotler, Philip, & Amstrong. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Indeks.
- Kurnianingsih, W., & Sugiyanto. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Nestle Indonesia. *Respositari*, 1(1), 510–524.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. CV.Al Fath Zumar.
- Rahwati, S., & Fadila, A. (2022). Pengaruh Service Recovery dan Online Customer Review Terhadap Kepuasan Pengguna Lazada Mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang Dosen Universitas Singaperbangsa Karawang Teknologi dalam aktivitas pada masa ini pertumbuhan pengguna internet yang terus. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(12), 613–618. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.7518834>
- Sajadi, R. E., & Bohrer, L. (2017). *The impact of service recovery output/process on costumer satisfaction and loyalty: The case of the airline indstry*. Tourism and Hospitality Research.
- Sari, D. A. T., & Giantari, I. G. A. K. (2020). Role of Consumer Satisfaction in Mediating Effect of Product Quality on Repurchase Intention. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 7(1), 217–226.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior Global Edition* (Global, Ed.; 20th ed.). Pearson.
- Setiawati, B. (2016a). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kerupuk Rambak “Dwijoyo” Di Desa Penanggulan Kec.Pegandon Kab. Kendal. *Fakultas Ekonomi Manajemen, S1*.
- Setiawati, B. (2016b). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kerupuk Rambak “Dwijoyo” Di Desa Penanggulan Kec.Pegandon Kab. Kendal. *Fakultas Ekonomi Manajemen, S1*.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2018). *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi.

## PENGARUH GAYA HIDUP DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

### *THE INFLUENCE OF LIFESTYLE AND HALAL LABEL ON THE PURCHASE DECISION*

Emaya<sup>1</sup>, Meiffa Herfianti<sup>2</sup>

Universitas Muhammadiyah Bengkulu<sup>1-2</sup>

[emayara970@gmail.com](mailto:emayara970@gmail.com)<sup>1</sup>, [meiffaherfianti@gmail.com](mailto:meiffaherfianti@gmail.com)<sup>2</sup>

Perumahan Raflessia Asri, Betungan Kec. Selebar, Kota Bengkulu

Corresponding email: [emayara970@gmail.com](mailto:emayara970@gmail.com)

#### INFORMASI ARTIKEL

##### Riwayat Artikel:

Diterima : 13 Juni 2023

Direvisi : 26 Juli 2023

Disetujui : 28 Juli 2023

##### Keywords:

*Lifestyle, Halal Label,  
purchasing decision*

##### Kata kunci:

*Gaya hidup, Label Halal,  
keputusan pembelian*

#### ABSTRACT

*The purpose of this research is to find out whether lifestyle and the Halal label affect purchasing decisions. The sample of this research was Management Study Program students at the University of Muhammadiyah Bengkulu, totaling 90 respondents. Observation data collection techniques, documentation and questionnaires. The data that has been processed is analyzed using the SPSS 24 Lifestyle formula ( $X_1$ ) and the Halal Label ( $X_2$ ) which together significantly influence Purchase Decisions ( $Y$ ) for Class 2019 Students of the Management Study Program, Faculty of Economics and Business. Based on the correlation coefficient test, it is obtained that the value of  $R = 0.526$  and the coefficient of determination  $R^2 = 0.277$  value means that Lifestyle ( $X_1$ ) and Halal Label ( $X_2$ ) contribute an influence of 0.277 or 27.7% to Purchase Decisions ( $Y$ ) in Students Class of 2019 Management Study Program Students, Faculty of Economics and Business. while the remaining 0.723 or 72.3% is influenced by other variables not included in this study.*

#### ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah gaya hidup dan label Halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sampel penelitian ini adalah mahasiswa prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Bengkulu berjumlah 90 orang responden. Teknik pengumpulan data observasi, dokumentasi dan kuesioner. Data yang telah diolah

dianalisis menggunakan rumus SPSS 24 Gaya Hidup ( $X_1$ ) dan *Label Halal* ( $X_2$ ) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Mahasiswa Angkatan 2019 Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Berdasarkan uji koefisien korelasi didapat nilai  $R = 0,526$  dan koefisien determinasi  $R^2 = 0,277$  nilai mempunyai makna bahwa Gaya Hidup ( $X_1$ ) dan *Label Halal* ( $X_2$ ) memberikan kontribusi pengaruh sebesar 0,277 atau 27,7% terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Mahasiswa Angkatan 2019 Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis. sedangkan sisanya sebesar 0.723 atau 72.3% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

---

## PENDAHULUAN

Di era teknologi dan informasi yang berkembang pesat saat ini, dimana segala sesuatu mulai di tuntutan untuk berkreasi dan berinovasi dalam berbagai aspek guna semata-mata untuk memajukan peradaban umat manusia. Hal ini tentunya di latar belakang dengan berkembangnya ilmu pengetahuan yang implementasi nyatanya menjadi sebuah faktor penting dalam penciptaan teknologi dan informasi itu sendiri. Konsumsi masyarakat terhadap berbagai produk yang dimaksud cenderung terus meningkat, seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat termasuk pola konsumsinya. Sementara itu pengetahuan masyarakat masih belum memadai untuk dapat memilih dan menggunakan produk secara tepat, benar dan aman. Di lain pihak iklan dan promosi secara gencar mendorong konsumen untuk mengkonsumsi secara berlebihan dan seringkali tidak rasional.

Keputusan pembelian merupakan suatu konsep dalam perilaku pembelian dimana konsumen memutuskan untuk bertindak atau melakukan sesuatu dan dalam hal ini melakukan pembelian ataupun memanfaatkan produk atau jasa tertentu (Balawera, 2013). Pengambilan keputusan konsumen pada dasarnya merupakan proses pemecahan masalah. Peneliti menggunakan variabel keputusan pembelian ini karena studi tentang keputusan pembelian masih layak untuk diteliti mengingat semakin banyaknya produk yang beredar mengakibatkan perlunya berbagai pertimbangan bagi masyarakat dalam melakukan keputusan pembelian. Kebanyakan konsumen, baik konsumen individu maupun pembeli organisasi melalui proses mental yang hampir sama dalam memutuskan produk dan merek apa yang akan dibeli (Yulindo, 2013). Keputusan pembelian konsumen dapat dilakukan apabila produk tersebut sesuai dengan apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen.

Gaya hidup merupakan bagian dari ciri konsumen yang dapat menentukan perilaku konsumen. Menurut Rizky Hartono (2015), gaya hidup berkaitan dengan bagaimana orang membelanjakan uangnya, dan bagaimana mengalokasikan waktu atas produk yang dikonsumsinya. Menurut Kotler dan Keller, gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktifitas, minat dan opininya. Gaya hidup

menunjukkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di dunia (Kotler et al., 2008). Sedangkan menurut Setiadi gaya hidup adalah secara luas diidentifikasi sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktifitas) apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga sekitarnya (Setiadi, 2010).

Selain gaya hidup, tren masa kini yang ada pada kalangan penduduk Indonesia dalam melakukan keputusan pembelian adalah Label halal. Menurut sertifikat label halal adalah fatwa tertulis Majelis Ulama Indonesia yang diberikan kepada perusahaan yang mengajukan uji kehalalan produk. Pencantuman label halal bertujuan agar konsumen mendapatkan perlindungan kehalalan dan kenyamanan atas pemakaian produk tersebut (Eka Dewi Setia Tarigan, 2016). Dengan demikian Label Halal dapat diartikan sebagai sebuah gambar atau tampilan yang dicantumkan dalam produk dengan tujuan memberikan informasi yang dibutuhkan oleh konsumen (Yuswohady, 2015). Salah satu produk yang berkualitas, familiar di telinga, dan juga sudah tersebar di segala penjuru di Indonesia yaitu Wardah. merupakan salah satu brand kosmetik dan skincare di Indonesia yang terkenal dengan produknya yang terjamin halal. Produk Wardah sendiri cukup bervariasi dan dapat dipilih berdasarkan kebutuhan. Mulai dari makeup, skincare, parfum, perawatan rambut hingga perawatan tubuh. Harga produk Wardah yang cukup terjangkau juga jadi salah satu alasan lainnya banyak orang menyukainya. Mau beli produk Wardah? Temukan informasi mengenai produk Wardah yang terbaru dan terlengkap beserta daftar harga Wardah yang paling update hanya di *iPrice Indonesia*.

Dari observasi awal yang dilakukan dengan konsumen wardah yang dilakukan pada tanggal 5 November 2022, didapatkan informasi bahwa keputusan pembelian konsumen terhadap produk wardah menurun. Dari informasi yang didapat dari konsumen masih kurang logo halal sehingga menyebabkan pelanggan akan ragu untuk menggunakan. Menggunakan produk yang berkualitas bagus dan harga yang sesuai serta dengan melihat teman –teman yang menggunakan sering kali menjadikannya sebagai tren. Gaya hidup mahasiswi Prodi Manajemen Angkatan 2019 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu dalam berpenampilan cantik menurut mereka merupakan modal awal dan salah satu faktor yang mendukung kepercayaan diri yang mereka miliki sehingga harus tetap dijaga dan dirawat. Melihat penampilan mahasiswi Manajemen Angkatan 2019 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu melihat penampilan yang mewah, cantik modern dan modis dibandingkan dengan mahasiswi Prodi yang lain. Terlihat dari tampilan mereka yang pergi ke kampus selalu memakai riasan wajah seperti bedak, mascara, pelembab bibir dll.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian yaitu sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya yang terdiri dari pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian dan tingkah

laku setelah pembelian (Swastha Basu, 2008). Keputusan pembelian konsumen membentuk preferensi antar merek dalam kumpulan pilihan, konsumen mungkin juga membentuk maksud untuk membeli merek yang paling disukai (Kotler & Keller, 2009).

Menurut Ekowati & Finthariasari (2020), Rahmawati & Finthariasari (2021), Sumarwan Ujang (2011), mendefinisikan pengertian suatu keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua arah atau lebih alternatif. Menurut (Nurul Yusna Yunus, 2021), penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian kosmetik may belline pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Insitut Agama Islam Negeri Manado. Metode yang digunakan metode kuantitatif deskriptif. Sumber data penelitian ini adalah mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Insitut Agama Islam Negeri Manado dengan menggunakan teknik pengumpulan melalui Observasi dan Kuesioner. Teknik analisis data yang digunakana dalam regresi linear sederhana dan data penelitian ini di olah menggunakan SPSS versi 25.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan melalui hasil analisis menggunakan teknik koefisien determinasi (R) 0,128 atau 12,8% hal ini berarti bahwa pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian sebesar 12,8% sedangkan sisanya 87,2% pengaruh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Selain itu, berdasarkan nilai signifikan dari tabel Coefficients diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Berdasarkan hasil penelitian ini disimpulkan bahwa Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

### **Gaya Hidup**

Gaya hidup merupakan bagian dari ciri konsumen yang dapat menentukan perilaku konsumen. Menurut (Mowen J & Minor M, 2002), gaya hidup berkaitan dengan bagaimana orang membelanjakan uangnya, dan bagaimana mengalokasikan waktu atas produk yang dikonsumsi. Menurut Mowen (2002), psikografik berarti menggambarkan (graph) psikologi konsumen (psyco). Psikografik sering diartikan sebagai pengukuran *AIO* (*activity, interest, opinion*) yang menjadi bagian daripada psikologi konsumen. Sedangkan menurut (Sumarwan, 2004; Finthariasari, 2022) gaya hidup merupakan pola hidup seseorang yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapatnya dalam membelanjakan uangnya dan mengalokasikan Bagian ini menyertakan rujukan baik teori maupun penelitian sebelumnya yang diambil dari jurnal-jurnal mutakhir. Minimal 10-15 penelitian yang kredibel harus dicantumkan di sini. Peranan dalam penelitian yang dilakukan terhadap gaya hidup adalah terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini dari hasil penelitian yang dilakukan bahwa gaya hidup sangat mendukung dalam peningkatan keputusan pembelian bagi konsumen terutama dalam hal peningkatan kualitas produk, sistem pelayanan yang diberikan, ketersediaan produk serta kenyamanan dalam penggunaan produk dan didukung gaya hidup yang sesuai oleh meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

### **Label Halal**

Labelisasi halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal (Rungkuti Freddy, 2012). Label halal sebuah produk dapat dicantumkan pada



sebuah kemasan apabila produk tersebut telah mendapatkan sertifikat halal oleh BPPOM MUI. Sertifikasi dan labelisasi halal bertujuan untuk memberikan kepastian hukum dan perlindungan terhadap konsumen, serta meningkatkan daya saing produk dalam negeri dalam rangka meningkatkan pendapatan nasional. Sertifikat produk halal adalah surat keputusan fatwa halal yang dikeluarkan Dewan Pimpinan MUI dalam bentuk sertifikat (Fandy Tjiptono, 2002) Peningkatan peranan gaya hidup diiringi dengan peningkatan peranan non fisik hal ini terbukti dari hasil penelitian bahwa pengaruh label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian hal ini berhubungan dengan keputusan pembelian yang secara tidak langsung oleh pemberian label halal dalam dorongan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian, arahan yang baik dari perusahaan dalam peningkatan seperti penjualan, seperti layanan, informasi yang tepat bagi konsumen, pada mahasiswa angkatan 2019 Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Dalam ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Jihan Nabila Zahra, 2019, Nur Hayati, Linda Nurdayani, 2020 bahwa produk berlabel halal akan memberikan loyalitas dalam keputusan pembelian pelanggan.

### METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Metode penelitian kuantitatif, sebagaimana dikemukakan oleh (Sugiyono, 2009) yaitu: “Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

Responden yang menjadi subjek pada penelitian ini Pada Mahasiswa Angkatan 2019 Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Dari hasil pengumpulan data melalui koesioner terhadap 90 orang yang dijadikan responden penelitian, maka dapat diketahui karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

**Tabel 1**  
**Uji multikolinieritas antara Gaya Hidup (X<sub>1</sub>) dan Label Halal (X<sub>2</sub>) dengan variabel Keputusan Pembelian (Y)**

No	Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
1	Gaya Hidup	<b>,536</b>	<b>1,864</b>	Non Multikolinieritas
2	<i>Label Halal</i>	<b>,536</b>	<b>1,864</b>	Non Multikolinieritas

Sumber Penelitian 2023

Berdasarkan Tabel diatas terlihat bahwa semua variabel mempunyai nilai toleransi diatas 0,1 dan nilai VIF dibawah 10, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel pada penelitian ini bebas multikolinieritas.

## Analisis Regresi Linear Berganda

**Tabel 2**  
**Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,652	1,991		1,834	,070
	Gaya Hidup	,647	,202	,359	3,204	,002
	Label Halal	,530	,173	,343	3,056	,003

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Output SPSS 24,0

Dari perhitungan hasil diatas didapatkan persamaan regresinya adalah sebagai berikut :

$$Y = 3.652 + 0.647 (X_1) + 0.530 (X_2)$$

Berdasarkan persamaan regresi diatas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai Konstanta 3.652 mempunyai arti bahwa apabila variabel Gaya Hidup ( $X_1$ ), *Label Halal* ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y) sama dengan nol, maka variabel Keputusan Pembelian pada Mahasiswa Angkatan 2019 Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, akan tetap yaitu 3.652.
2. Koefisien Regresi  $X_1$ , sebesar 0.647 mempunyai makna jika nilai variabel Gaya Hidup ( $X_1$ ) naik satu satuan maka nilai Keputusan Pembelian (Y) akan naik sebesar 0.647 dengan asumsi variabel *Label Halal* ( $X_2$ ) dianggap tetap.
3. Koefisien Regresi  $X_2$ , sebesar 0.530 mempunyai makna jika nilai variabel *Label Halal* ( $X_2$ ) naik satu satuan maka nilai variabel Keputusan Pembelian (Y) pada Mahasiswa Angkatan 2019 Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis akan naik sebesar 0.530 dengan asumsi variabel Gaya Hidup ( $X_1$ ) dianggap tetap.
4. Hasil penelitian yang paling dominan mempengaruhi variable Keputusan Pembelian (Y) adalah ( $X_1$ ), Variabel Gaya Hidup ( $X_1$ ) adalah sebesar 0.647 dan Variabel *Label Halal* ( $X_2$ ) adalah sebesar 0.530.

### Pengujian Hipotesis Dengan Uji t

Melalui perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS, maka perbandingan antara  $t_{hit}$  dengan  $t_{\alpha/2}$  ( $n-k-1$ ) =  $90-2-1 = 87$  (1.987) setiap variabel sebagai berikut :

1. Gaya Hidup yaitu  $t_{hit} > t_{\alpha/2}$  ( $3.204 > 1.987$ ) dan ( $\text{sig } \alpha = 0,002 < 0,050$ ), hal tersebut menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan Gaya Hidup ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswa Angkatan 2019 Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
2. Berdasarkan uji  $t_{hit}$  untuk variabel *Label Halal* ( $X_2$ ) yaitu  $t_{hit} > t_{\alpha/2}$  ( $3.056 > 1.987$ ) dan ( $\text{sig } \alpha = 0,003 < 0,050$ ), hal tersebut menyatakan bahwa adanya pengaruh yang

signifikan *Label Halal* terhadap Keputusan Pembelian pada Bisnis Ritel Minis o di Kota Bengkulu.

3. Dari hasil penelitian variable yang dominan adalah Variabel Gaya Hidup ( $X_1$ ) sebesar 3.204 dan variable *Label Halal* ( $X_2$ ) sebesar 3.056.

**Tabel 3**

**Uji t**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,652	1,991		1,834	,070
	Gaya Hidup	,647	,202	,359	3,204	,002
	<i>Label Halal</i>	,530	,173	,343	3,056	,003

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Output SPSS 24.0 (lampiran 5)

**Uji F**

**Tabel 4**

**Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	76,628	2	38,314	20,505	,000 <sup>b</sup>
	Residual	199,927	107	1,868		
	Total	276,555	109			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), *Label Halal*, Gaya Hidup

Sumber: Output SPSS 24,0

Berdasarkan tabel uji hipotesis dengan uji F diatas diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar 20.505 dengan nilai  $F_{tabel}$  sebesar 3,930 yaitu ( $20.505 > 3,930$ ) dan ( $sig \alpha = 0.000 < 0,050$ ), maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_3$  diterima artinya secara simultan variabel Gaya Hidup dan Label Halal berpengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Pada Mahasiswa Angkatan 2019 Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

**Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai koefisien determinasi Adjusted ( $R^2$ ) diperoleh nilai sebesar 0.277 (Agus Tri Basuki dan Nano Prawoto, 2016:51). Nilai ini mempunyai arti bahwa variabel Gaya Hidup dan Label Halal terhadap variabel Keputusan Pembelian memberikan sumbangan sebesar 0.277 atau 27,7% terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswa Angkatan 2019 Mahasiswa Prodi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Sedangkan sisanya sebesar 0.723 atau 72,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model penelitian ini.

**Tabel 5**  
**Nilai Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	<b>,526<sup>a</sup></b>	<b>,277</b>	<b>,264</b>	<b>1,36692</b>
a. Predictors: (Constant), <i>Label Halal</i> , Gaya Hidup				
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian				

Sumber: Output SPSS 24,0 (lampiran 5)

## PENUTUP

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang pengaruh Gaya Hidup dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswa Angkatan 2019 Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis., dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswa Angkatan 2019 Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
2. Label Halal berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswa Angkatan 2019 Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis., Gaya Hidup ( $X_1$ ) dan Label Halal ( $X_2$ ) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Mahasiswa Angkatan 2019 Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Berdasarkan uji koefisien determinasi didapat nilai  $R = 0,526$  dan koefisien determinasi  $R^2 = 0,277$  nilai mempunyai makna bahwa Gaya Hidup ( $X_1$ ) dan *Label Halal* ( $X_2$ ) memberikan kontribusi pengaruh sebesar 0,277 atau 27,7% terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Mahasiswa Angkatan 2019 Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis. sedangkan sisanya sebesar 0.723 atau 72.3% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara variabel Gaya Hidup ( $X_1$ ) dan Label Halal ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Pada Mahasiswa Angkatan 2019 Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

2. ada pada barkot produk sehingga yang ditawarkan kepada konsumen sehingga dapat memahami arti dari halal pada Mahasiswa Angkatan 2019 Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Hasil penelitian terlihat bahwa pada variabel Gaya Hidup mahasiswa pada saat ini memiliki suatu pemahaman yang harus diberikan informasi akan kegunaan serta manfaat produk itu sebenarnya sehingga tidak tertipu akan produk palsu terutama pada Mahasiswa Angkatan 2019 Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis. untuk itu perlu ditingkatkan lagi peran Gaya Hidup serta pola pemberian potongan Gaya Hidup yang tepat.
4. Disarankan bagi peneliti selanjutnya khususnya penelitian yang sama perlu dipertimbangkan untuk faktor-faktor lain diluar variabel penelitian Gaya Hidup dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian serta dapat meningkatkan penjualan pada perusahaan pada Mahasiswa Angkatan 2019 Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis. sehingga akan menghasilkan penjualan lebih meningkat serta menjadi suatu referensi bagi penelitian selanjutnya yang lebih baik.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Balawera. (2013). *Green Marketing dan Corporate Responsibility Pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen melalui minat membeli produk organik di freshmart kota manado*. 1(4), 2129.
- Eka Dewi Setia Tarigan. (2016). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah pada Mahasiswi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan. *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 49.
- Ekowati, S., & Finthariasari, M. (2020). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Eleven Cafe Bengkulu. *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen, Dan Ekonomi Islam*, 1(1). <http://jurnal.umb.ac.id/index.php/jamekis>
- Fandy Tjiptono. (2002). *Strategi Pemasaran* (Cetakan Ke). Andi Offset.
- Finthariasari, Meilaty., Ratnawili., Halim, Nurman. (2022). Purchasing Decisions: The Analysis Effect Of The Variables Life Style, Celebrity Endorser, And Brand Image. *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2).
- Kotler, & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. Erlangga.
- Kotler, Philip, Armstrong, & Garry. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran (Jilid 1)*. Erlangga.
- Mowen J, & Minor M. (2002). *Consumer Behaviour 5th, Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.inc*.
- Nurul Yusna Yunus. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maybelline pada mahasiswi fakultas ekonomi dan bisnis. *Jurlan IAIN Manado*.
- Rahmawati, M., & Finthariasari, M. (2021). The Effect of Brand Equity toward Purchasing Decision of HP Laptop in Bengkulu City Pengaruh Brand Equity (Ekuitas Merek) terhadap Keputusan Pembelian Laptop Hp di Kota Bengkulu. *Journal Of Indonesian Management (JIM)*, 1(3), 341–346.
- Rizky Hartono. (2015). *Pengaruh Faktor-Faktor Gaya Hidup Konsumen Terhadap*

- Keputusan Pembelian Laptop Apple Digest Marketing. 1(1), 67.*
- Rungkuti Freddy. (2012). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Setiadi. (2010). *Perilaku Konsumen*. Kencana.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Alfabeta.
- Sumarwan. (2004). *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran Edisi 1*. Ghalia Indonesia.
- Sumarwan Ujang. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia.
- Swastha Basu. (2008). *Manajemen Pemasaran (Edisi Kedu)*. Liberty.
- Yulindo. (2013). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada 3 AM Cofee Manado. 1(1)*.
- Yuswohady. (2015). *Marketing to the Middle Class Muslim - Kenali Perubahannya, Pahammi Perilakunya, Petakan Strateginya*. Gramedia Pustaka Umum.

**PENGARUH MOTIVASI DAN PENGALAMAN KERJA  
TERHADAP PENGEMBANGAN KARIR KARYAWAN DI PT  
SANDABI INDAH LESTARI SELUMA**

***THE EFFECT OF MOTIVATION AND WORK EXPERIENCE ON  
THE CAREER DEVELOPMENT OF EMPLOYEES OF PT. SANDABI  
INDAH LESTARI SELUMA***

**Marliza Ade Fitri<sup>1</sup>, Richy Pranaditya Faiztawali<sup>2</sup>**

Universitas Muhammadiyah Bengkulu<sup>1-2</sup>

[marlizafitri@umb.ac.id](mailto:marlizafitri@umb.ac.id)<sup>1</sup>, [aditbkl13@gmail.com](mailto:aditbkl13@gmail.com)<sup>2</sup>

Jl. Adam Malik, Km. 6,5 Kota Bengkulu

Corresponding email: [marlizafitri@umb.ac.id](mailto:marlizafitri@umb.ac.id)

---

**INFORMASI ARTIKEL**

**Riwayat Artikel:**

Diterima : 15 Juni 2023

Direvisi : 14 Juli 2023

Disetujui : 24 Juli 2023

**Keywords:**

*Motivation, Work Experience,  
Employee Career Development*

**Kata Kunci:**

Motivasi, Pengalaman Kerja,  
Pengembangan Karir Karyawan

---

**ABSTRACT**

*This research is initiated by the importance of employee career development in order to produce quality employees. The respondents of this research are all employees of PT. Sandabi Indah Lestari Seluma with the total number 100 people, with the sampling method is simple random sampling. The results of this study indicate that the variables of motivation and work experience simultaneously or together have a significant effect on the career development of PT. Sandabi Indah Lestari Seluma with a probability value (sig)  $0.000 < 0.05$ . As well as motivation and work experience partially or individually affect the career development of employees of PT. Sandabi Indah Lestari Seluma with a probability value (sig) of each motivational variable with a probability value (sig)  $0.004 < 0.05$  has a significant effect on employee career development and work experience with a probability value (sig)  $0.000 < 0.05$  has a significant effect on employee development employee career.*

**ABSTRAK**

Penelitian ini didasari pentingnya pengembangan karir karyawan guna untuk menghasilkan karyawan yang berkualitas. Responden penelitian ini adalah seluruh karyawan PT. Sandabi Indah Lestari Seluma yang berjumlah 100 orang, dengan metode pengambilan sampel yaitu simple random sampling.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel motivasi dan pengalaman kerja secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pengembangan karir karyawan PT. Sandabi Indah Lestari Seluma dengan nilai probabilitas (sig)  $0.000 < 0.05$ . Serta motivasi dan pengalaman kerja secara parsial atau sendiri-sendiri berpengaruh terhadap pengembangan karir karyawan PT. Sandabi Indah Lestari Seluma dengan nilai probabilitas (sig) masing-masing variabel motivasi dengan nilai probabilitas (sig)  $0.004 < 0.05$  berpengaruh signifikan terhadap pengembangan karir karyawan dan pengalaman kerja dengan nilai probabilitas (sig)  $0.000 < 0.05$  berpengaruh signifikan terhadap pengembangan karir karyawan.

---

## PENDAHULUAN

Sumber daya manusia merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam suatu perusahaan disamping faktor yang lain seperti modal, sumber daya manusia harus dikelola dengan baik untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi organisasi (Fitri et al., 2022; Orbandi et al., 2021). Tanpa sumber daya manusia yang memiliki kompetensi tinggi dalam bidang pekerjaan dan tanggung jawabnya, organisasi akan gagal untuk mewujudkan eksistensinya. Menurut Bernadin (2013) pengembangan karier merupakan suatu rangkaian atas sikap dan perilaku yang berkaitan dengan aktifitas pekerjaan dan pengalaman sepanjang kehidupan seseorang. Menurut Wahyudi (2011) Dalam pengembangan karier perlu dipahami dua proses, yaitu bagaimana seseorang merencanakan dan mengimplementasikan tujuan kariernya sendiri (*career planning*) dan bagaimana institusi merancang dan mengimplementasikan program pengembangan kariernya (*career management*).

Menurut Candra & Ardana (2016), Finthariasari & Saputri (2020), Onsardi et al., (2021) pembelajaran dan penambahan perkembangan potensi bertingkah laku baik dari pendidikan formal maupun non formal atau bisa diartikan sebagai suatu proses yang membawa seseorang kepada suatu pola tingkah laku yang lebih baik. Menurut Samsudin (2010) motivasi adalah proses memengaruhi atau mendorong dari luar terhadap seseorang atau kelompok kerja agar mereka mau melaksanakan sesuatu yang telah ditetapkan.

Dari hasil observasi yang dilakukan oleh penulis, Penulis menemukan fenomena Kurangnya motivasi yang diberikan oleh atasan terhadap bawahan maupun antara sesama karyawan hal ini dapat dilihat pada saat karyawan mendapatkan masalah dalam bekerja tidak ada rekan ataupun atasan yang membantu karyawan tersebut menyelesaikan masalahnya, Hal tersebut tentu saja mengakibatkan ketidakpuasan bagi karyawan dalam menjalankan tugas, selain itu karyawan mengalami ketidakpuasan dalam bekerja disebabkan oleh ketidakpastian perusahaan dalam menjaring. Pengembangan karir karyawan atas dedikasi waktu yang telah



diberikan karyawan selama karyawan bekerja untuk perusahaan, hal tersebut tentu saja menimbulkan ketidakpuasan karyawan dalam bekerja.

## TINJAUAN PUSTAKA

### **Pengembangan Karir**

Menurut Mangkunegara (2011) mengemukakan pengembangan karir adalah aktivitas kepegawaian yang membantu pegawai merencanakan karir masa depan mereka di perusahaan agar perusahaan dan pegawai yang bersangkutan dapat mengembangkan diri secara maksimum. Indikator pengembangan karir menurut Rivai (2011) yaitu terdiri atas beberapa hal : Prestasi kerja, Eksposur, Jaringan kerja (Net Working), Pengunduran diri, Pembimbing dan sponsor dan Pengalaman internasional.

### **Motivasi**

Motivasi berasal dari bahasa latin, *movere* yang berarti dorongan atau daya penggerak. Motivasi ini hanya dibreikan kepada manusia, khususnya kepada para bawahan atau pengikut (Farhah et al., 2020; Kusuma et al., 2021). Motivasi mempersoalkan bagaimana caranya mendorong gairah kerja bawahan, agar mereka mau bekerja keras dengan memberikan semua kemampuan dan keterampilan untuk mewujudkan tujuan perusahaan. Menurut Samsudin (2010) motivasi adalah proses memengaruhi atau mendorong dari luar terhadap seseorang atau kelompok kerja agar mereka mau melaksanakan sesuatu yang telah ditetapkan. Sedangkan menurut Liang Gie dalam Samsudin, motivasi adalah pekerjaan yang dilakukan oleh manajer dalam memberikan inspirasi, semangat dan dorongan kepada orang lain, dalam hal ini karyawannya, untuk mengambil tindakan-tindakan tertentu. Menurut Maslow dalam buku Mangkunegara (2013), mengemukakan bahwa hirarki kebutuhan karyawan sebagai berikut: kebutuhan fisiologis, kebutuhan rasa aman, kebutuhan sosial, rasa memiliki dan kebutuhan harga diri.

### **Pengalaman Kerja**

Menurut Candra & Ardana (2016) menjelaskan pengalaman kerja adalah pengalaman kerja merupakan suatu proses pembelajaran dan penambahan perkembangan potensi bertingkah laku baik dari pendidikan formal maupun non formal atau bisa diartikan sebagai suatu proses yang membawa seseorang kepada suatu pola tingkah laku yang lebih baik. Sedangkan menurut Candra & Ardana (2016) mengemukakan tentang pengalaman kerja adalah pengetahuan atau keterampilan yang telah di ketahui dan dikuasai seseorang yang akibat dari perbuatan atau pekerjaan yang telah di lakukan selama beberapa waktu tertentu. Menurut Foster (2016) ada beberapa indikator pengalaman kerja adalah sebagai berikut: lama waktu atau masa kerja, tingkat pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki dan penguasaan terhadap pekerjaan dan peralatan.

## METODE PENELITIAN

Pada penelitian dilakukan dengan penelitian yang bersifat kuantitatif yang artinya jenis penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti

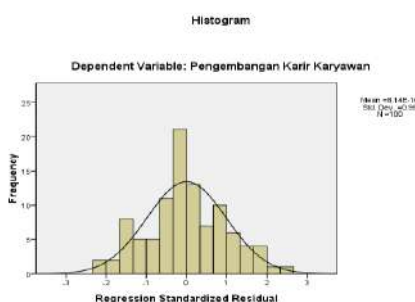
pada populasi atau sampel tertentu. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan kuisioner. Teknik analisis data menggunakan Uji Asumsi Klasik, analisis linear berganda, Diterminasi ( $R^2$ ), Uji T dan Uji F.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Uji Asumsi Klasik Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Tujuan uji normalitas adalah untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen atau ketiganya mempunyai distribusi normal atau mendekati normal.

**Gambar. Hasil Uji Normalitas**



Berdasarkan gambar diatas output SPSS tersebut, dapat dilihat bahwa pada gambar grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal.

### Uji Asumsi Klasik Multikolinearitas

Uji multikolinearitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah tiap-tiap variabel bebas yaitu pengaruh antara pengalaman kerja dan motivasi berhubungan secara linier. Pengujian adanya multikolinearitas ini dapat dilakukan dengan melihat nilai toleransi diatas 0,1 dan VIF nya lebih kecil dari 10. Maka tidak ada kecenderungan terjadi gejala multikolinearitas.

**Tabel. Hasil Uji Multikolinearitas**

No.	Variabel	Tolerance	Tolerance	Keretengan
	Motivasi Kerja ( $X_1$ )	0.802	1.246	Non Multikolinearitas
	Pengalaman Kerja ( $X_2$ )	0.802	1.246	Non Multikolinearitas

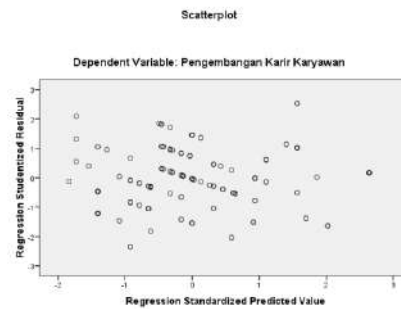
Sumber: Output SPSS yang diolah, 2023

Sesuai dengan ketentuan uji multikolinearitas pada Tabel 4.8 uji multikolinearitas pada pengalaman kerja dan motivasi terdapat nilai Tolerance  $0.802 > 0.1$  dimana nilai tolerance lebih besar dari 0.1 dan nilai VIF  $1.246 < 10$  dimana nilai VIF nya lebih kecil dari 10. sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas dalam data penelitian ini. Artinya antara variabel motivasi ( $X_1$ ) dan pengalaman kerja ( $X_2$ ) tidak saling mengganggu atau mempengaruhi.

### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi tidak terjadi ketidak varians.

### Gambar Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Output SPSS yang diolah, 2023

Data Analisis Uji Heteroskedastisitas dengan grafik plot adalah jika titik dalam grafik tersebar (tidak membentuk pola) maka tidak terjadi Heteroskedastisitas. Berdasarkan gambar tersebut dapat dilihat bahwa bahwa titik-titik yang ada tidak membentuk pola teratur. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada data dalam penelitian ini tidak terjadi Heteroskedastisitas. Artinya dalam fungsi regresi dipenelitian ini tidak muncul gangguan karena varian yang tidak sama.

### Analisis Persamaan Regreesi Linier Berganda

Analisis persamaan regresi linier berganda digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Perhitungan statistik dalam analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan bantuan SPSS for Windows. Ringkasan hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.693	1.130		5.924	.000
	Motivasi	.167	.057	.261	2.913	.004
	Pengalaman Keja	.472	.094	.450	5.025	.000

a. Dependent Variable: Pengembangan Karir Karyawan

Sumber: Output SPSS yang diolah, 2023

Dari perhitungan menggunakan SPSS for Windows didapat persamaan regresinya adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 6.693 + 0.167X_1 + 0.472X_2$$

### Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui presentase sumbangan pengaruh variabel bebas Motivasi ( $X_1$ ) dan Pengalaman Kerja ( $X_2$ ) terhadap Pengembangan Karir ( $Y$ ) maka dari perhitungan computer menggunakan SPSS for Windows. Adapun rekapitulasi hasil pengujian koefisien determinasi ( $R^2$ ) dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel. Hasil Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.613 <sup>a</sup>	.375	.362	1.342
a. Predictors: (Constant), Pengalaman Kerja, Motivasi Kerja				
b. Dependent Variable: Pengembangan Karir Karyawan				

Sumber: Output SPSS yang diolah, 2023

Berdasarkan table diatas dapat diketahui bahwa nilai koefisienn detterminasi berganda atau *Adjusted R square* ( $R^2$ ) = 0.375, yang berarti bahwa secara bersama-sama variabel motivasi kerja ( $X_1$ ) dan pengalaman kerja ( $X_2$ ) memberikan sumbangan pengaruh sebesar 37.5% terhadap variabel pengembangan karir karyawan ( $Y$ ) pada karyawan PT Sandabi Indah Lestari Seluma, sedangkan sisanya sebesar 62.5% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

### Uji T

Uji t dilakukan untuk mneguji hipotesis variabel bebas dan variabel terikat secara persial (sendiri-sendiri) pengaruh variabel motivasi ( $X_1$ ), dan pengalaman Kerja ( $X_2$ ), terhadap pengembangan karir ( $Y$ ). Kriteria pengujiannya adalah: Jika probabilitas (Sig) < *alpha* 0.05 maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  di tolak,

**Tabel. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji T)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.693	1.130		5.924	.000
	Motivasi Kerja	.167	.057	.261	2.913	.004
	Pengalaman Kerja	.472	.094	.450	5.025	.000
a. Dependent Variable: Pengembangan Karir Karyawan						

Sumber: Output SPSS yang diolah, 2023

Dari hasil pada tabel diatas maka dapat dijelaskan bahwa motivasi ( $X_1$ ) menunjukkan nilai probabilitas sebesar  $0.004 < 0.05$ , karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05 (probabilitas), maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Artinya motivasi ( $X_1$ ) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengembangan karir (Y).

Dan hasil pengujian untuk variabel pengalaman kerja ( $X_2$ ) menunjukkan nilai probabilitas sebesar  $0.000 < 0.05$ , karena nilai signifikansi lebih kecil dari probabilitas(0.05), maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Artinya pengalaman kerja ( $X_2$ ) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengembangan karir (Y).

## Uji F

Penelitian ini pengujian hipotesis dimaksudkan untuk mengukur besarnya pengaruh secara simultan (bersama-sama) variabel motivasi ( $X_1$ ) dan pengalaman kerja ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap pengembangan karir (Y). Kriteria pengujiannya adalah :Jika probabilitas (Sig)  $< \alpha$  0.05 maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  di tolak.

**Tabel. Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji f)**

ANOVA <sup>b</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	104.940	2	52.470	29.133	.000 <sup>a</sup>
	Residual	174.700	97	1.801		
	Total	279.640	99			
a. Predictors: (Constant), Pengalaman Kerja, Motivasi Kerja						
b. Dependent Variable: Pengembangan Karir Karyawan						

*Sumber: Output SPSS yang diolah, 2023*

Hasil perhitungan statistik menunjukkan nilai probabilitas sebesar  $0.000 < 0.05$ . Karena nilai signifikansi lebih kecil dari probabilitas (0.05). Maka menunjukkan bahwa secara bersama-sama (simultan) variabel motivasi ( $X_1$ ) dan pengalaman kerja ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengembangan karir (Y). Maka berdasarkan hasil uji simultan maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak, antara variabel-variabel bebas yaitu motivasi ( $X_1$ ) dan pengalaman kerja ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap pengembangan karir (Y).

## PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian dari pengaruh motivasi kerja dan pengalaman kerja terhadap pengembangan karir karyawan PT. Sandabi Indah Lestari (SIL) Seluma, diketahui bahwa pengembangan karir karyawan dipengaruhi oleh motivasi kerja dan pengalaman kerja itu sendiri.

### Pengaruh Motivasi Kerja ( $X_1$ ) Terhadap Pengembangan Karir Karyawan (Y)

Motivasi kerja di ukur melalui 5 (lima) item pernyataan atau indikator penelitian, hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi kerja ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap pengembangan karir karyawan (Y) PT. Sandabi Indah Lestari (SIL) Seluma. Miftahun & Sugiyanto (2016) menyatakan bahwa motivasi kerja adalah suatu usaha yang dapat

menimbulkan suatu perilaku, mengarahkan perilaku, dan memelihara atau mempertahankan perilaku yang sesuai dengan lingkungan kerja dalam organisasi. Oleh sebab itu, motivasi kerja dalam psikologi kerja biasa disebut pendorong semangat kerja. Kuat dan lemahnya motivasi kerja seorang tenaga kerja ikut menentukan besar kecilnya prestasinya.

Adapun hasil penelitian dari Yikwa et al., (2017) Hasil uji hipotesa menyebutkan bahwa Pemberian motivasi menyatakan bahwa hubungan antara variabel Pemberian motivasi dengan Pengembangan karir di kategorikan Kuat dan cukup tinggi. Jelas bahwa nilai koefisien ini bertanda positif, sehingga hal itu memberikan petunjuk adanya hubungan erat antara Pemberian motivasi terhadap Pengembangan karir.

### **Pengaruh Pengalaman Kerja ( $X_2$ ) Terhadap Pengembangan Karir Karyawan (Y)**

Pengalaman kerja di ukur melalui 3 (tiga) item pernyataan atau indikator penelitian, hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman kerja ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap pengembangan karir karyawan (Y) PT. Sandabi Indah Lestari (SIL) Seluma. Pengalaman merupakan suatu proses pembelajaran dan penambahan perkembangan potensi bertingkah laku baik dari pendidikan formal maupun non formal atau bisa diartikan sebagai suatu proses yang membawa seseorang kepada suatu pola tingkah laku yang lebih baik (Zainullah, 2017). Bulechek & Butcher (2013) menyatakan bahwa pengalaman merupakan aset untuk mencapai suatu karir yang lebih baik. Berdasarkan hasil penelitian dari Cahya Dewi & Dewi (2019), penelitian ini menemukan bahwa pengalaman kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan karier. Karyawan yang ingin mengembangkan kariernya perlu memperhatikan pengalaman kerja mereka

### **Pengaruh Motivasi Kerja ( $X_1$ ) dan Pengalaman Kerja ( $X_2$ ) Terhadap Pengembangan Karir Karyawan (Y)**

Pengembangan Karir diukur menggunakan 4 (empat) item pernyataan atau indikator, hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi kerja ( $X_1$ ) dan pengalaman kerja ( $X_2$ ) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pengembangan karir karyawan (Y) PT. Sandabi Indah Lestari (SIL) Seluma. Menurut Prawironegoro & Utari (2016) pengembangan karir adalah peningkatan-peningkatan yang dilakukan seseorang untuk mencapai suatu rencana karir. Dalam pengembangan karir terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi yaitu motivasi dan pengalaman kerja. Berdasarkan hasil penelitian dari Nandy & Donald Walangitan (2015) yang menunjukkan bahwa motivasi kerja dan pengalaman kerja secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang positif terhadap pengembangan karir karyawan

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang pengaruh motivasi kerja dan pengalaman kerja terhadap pengembangan karir karyawan PT. Sandabi Indah Lestari (SIL) Seluma, maka dapat diambil kesimpulan yakni sebagai berikut:

1. Motivasi berpengaruh signifikan terhadap pengembangan karir karyawan PT. Sandabi Indah Lestari Seluma.

2. Pengalaman Kerja berpengaruh signifikan terhadap perkembangan karir karyawan PT. Sandabi Indah Letari Seluma.
3. Motivasi dan pengalaman kerja secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pengembangan karir karyawan PT. Sandabi Indah Lestari Seluma.

### Saran

1. Pimpinan PT. Sandabi Indah Lestari (SIL) Seluma lebih memperhatikan dan memberi motivasi berupa apresiasi terhadap kinerja karyawan terbaik baik berupa finansial atau materil maupun promosi jabatan.
2. pimpinan atau manager PT. Sandabi Indah Lestari (SIL) Seluma hendaknya memberikan pelatihan dan pengembangan diri yang cukup rutin terhadap karyawannya.
3. Maka hendaknya pimpinan atau manager PT. Sandabi Indah Lestari (SIL) Seluma berperan aktif dalam meningkatkan motivasi, melakukan pengembangan karyawan melalui pelatihan dan pendidikan karyawan. Serta lebih proaktif dalam pengembangan karir karyawan

### DAFTAR PUSTAKA

- Bernadin, H. J. (2013). *Human Resouerces Management: An Experiential Approach, 3th Edition*. Mc Grawa Hill Internasional.
- Bulechek, G. M., & Butcher, H. k. (2013). *Nursing Interventions Classification (NIC)* (keenam). Elsevier.
- Cahya Dewi, N. P. I., & Dewi, A. A. S. K. (2019). Pengaruh Motivasi, Komunikasi, Dan Lingkungan Kerja Fisik Terhadap Semangat Kerja Karyawan Pt. Ayu Sari Pertiwi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(12), 7093. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i12.p10>
- Candra, N., & Ardana, I. (2016). Pengaruh Pengalaman Kerja, Pendidikan Dan Pelatihan Terhadap Pengembangan Karir Di Pt. Pln (Persero) Distribusi Bali. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(9).
- Farhah, A., Ahiri, J., & Ilham, M. (2020). Pengaruh Motivasi Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Online Program Studi Pendidikan Ekonomi*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.36709/JOPSPE.V5I1.13326>
- Finthariasari, M., & Saputri, D. (2020). Analisis Minat, Motivasi, Pekerjaan Yang Diharapkan, & Lingkungan Belajar Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Program S1 Fakultas Ekonomi (Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Di Perguruan Tinggi Kota Bengkulu). *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*, 1(2), 183–191. <http://jurnal.imsi.or.id/index.php/jmmib/article/view/21>
- Fitri, M. A., Ilhami, M. D., & Herwan, M. (2022). Pengaruh Stres Kerja Dan Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan Pt. Indomaret Kota Manna Kabupaten Bengkulu Selatan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi Islam (JAM-EKIS)*, 5(1), 96–103.
- Foster, B. (2016). The Impact of Brand Image on Purchasing Decision on Mineral Water Product Amidis. *Journal of Humanities and Social Sciences*, 2(11).

- Kusuma, M., Arianto, T., & Finthariasari, M. (2021). Analisis Pengaruh Minat dan Motivasi Terhadap Keputusan Memilih Program Studi Dimediasi Variabel Pekerjaan Yang Diharapkan. *Jurnal Manajerial*, 8(3).
- Mangkunegara. (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Mangkunegara, AA. A. P. (2013). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Remaja Rosdakarya.
- Miftahun, & Sugiyanto. (2016). Pengaruh Dukungan Social Dan Kepemimpinan Transformasional Terhadap Komitmen Organisasi Dengan Mediator Motivasi Kerja. *Jurnal Psikologi*, 37(1), 94–109.
- Nandy, I. I., & Donald Walangitan, M. (2015). Pengaruh Penilaian Prestasi Kerja dan Lama Bekerja Karyawan Terhadap Pengembangan Karir pada PT. Pegadaian Kanwil V Manado. *Jurnal EMBA*, 3(1), 984–993.
- Onsardi, O., Finthariasari, M., & Hermawan, D. J. (2021). The Influence of Human Resource Management Practices on Employee Outcomes in Private and Public Banking in Indonesia. *RIGEO (Review Of International Geographical Education)*, 11(9), 1–8. <https://doi.org/10.48047/rigeo.11.09.1>
- Orbandi, H., Indriasari, N., & Anggriani, I. (2021). Hubungan Disiplin Kerja Dan Kepuasan Kerja Dengan Kinerja Pegawai Pada Dinas Pendidikan Dan Kebudayaan Provinsi Bengkulu. *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi Islam (JAM-EKIS)*, 4(2).
- Prawironegoro, D., & Utari, D. (2016). *Manajemen SDM Abad 21 (Sumber Daya Manusia)*. Mitra Wacana Media.
- Rivai, V. (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan Dari Teori ke Praktik*. Rajawali Pers.
- Samsudin, S. (2010). *Manajemen Sumber Daya Manusia.cetakan ke1*. Pustaka Setia.
- Wahyudi, B. (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Sulita.
- Yikwa, L., Pio, R. J., & Tumbel, T. M. (2017). Pengaruh motivasi terhadap pengembangan karir karyawan (Studi pada PT Bank Papua Cabang Manado Provinsi Sulawesi Utara). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 5(5), 1–23.
- Zainullah, A. (2017). Pengaruh Upah, Kemampuan dan Pengalaman Kerja Terhadap Kinerja Pekerja Pelaksanaan Bekisting pada Pekerjaan Beton. *Jurnal Rekayasa Sipil*, 6(2), 125–133.



## STRATEGI MARKETING SYARIAH DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN DI TOKO ADZKIA KELURAHAN KEBUN GERAN KOTA BENGKULU

### *SHARIA MARKETING STRATEGY IN AN EFFORT TO INCREASE SALES AT THE ADZKIA SHOP, KEBUN KEBUN GERAN, BENGKULU CITY*

Sovita Alfioni<sup>1</sup>, Idwal<sup>2</sup>, Faisal Muttaqin<sup>3</sup>

Universitas Islam Negeri (UIN) Fatmawati Sukarno Bengkulu<sup>1-3</sup>

[sovitaalfioni270702@gmail.com](mailto:sovitaalfioni270702@gmail.com)<sup>1</sup>, [idwalkincai@gmail.com](mailto:idwalkincai@gmail.com)<sup>2</sup>,

[Faisalmuttaqin@gmail.com](mailto:Faisalmuttaqin@gmail.com)<sup>3</sup>

Jl. Raden Fatah, Kel. Pagar Dewa, Kota Bengkulu (38211)

Corresponding email: [sovitaalfioni270702@gmail.com](mailto:sovitaalfioni270702@gmail.com)

---

#### INFORMASI ARTIKEL

##### Riwayat Artikel:

Diterima : 21 Maret 2023

Direvisi : 16 Juni 2023

Disetujui : 28 Juli 2023

##### Keywords:

Sharia Marketing Strategy,  
Efforts to Increase sales

##### Kata kunci:

Strategi Marketing Syariah,  
Upaya Meningkatkan penjualan

---

#### ABSTRACT

*Traders or entrepreneurs are required to have a good and reliable marketing strategy so that it does not only sell well in the market but is also able to compete. The purpose of this study is to find out what sharia marketing strategies are and what are the obstacles to sharia marketing and their solutions. This research method uses qualitative research with a descriptive approach. The marketing concept at adzkie stores is in accordance with the four characteristics of marketing in Islam, namely: Theistic (rabhaniyyah), Ethical (akhlaqiyyah), realistic (al-waqiyyah), humanistic (insaniyyah). Obstacles and solutions, serving consumers the solution by providing enthusiasm and motivation, closing the shop at prayer times the solution is sticking paper in front of the store as a form of notification, price competition solutions explaining to consumers that price is in accordance with quality, there is still a lack of interest in Muslim fashion the solution is selling contemporary products.*

#### ABSTRAK

Para pedagang atau pengusaha dituntut untuk memiliki strategi pemasaran yang baik dan handal sehingga tidak hanya laku dipasaran tetapi juga mampu untuk bersaing, tujuan penelitian ini adalah mengetahui

bagaimana strategi marketing syariah dan hal-hal apa saja yang menjadi hambatan marketing syariah dan solusinya. Metode penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Konsep pemasaran pada toko adzkiia sesuai dengan empat karakteristik pemasaran dalam islam, yaitu: Teistis (rabbaniyyah), Etis (akhlaqiyyah), realistik (al-waqiyyah), humanistik (insaniyyah). Hambatan dan solusinya, melayani konsumen solusinya dengan cara memberikan semangat dan motivasi, menutup toko waktu sholat solusinya menempelkan kertas didepan toko sebagai bentuk pemberitahuan, persaingan harga solusi menjelaskan kepada konsumen bahwa harga sesuai dengan kualitas, masih kurangnya minat busana muslim solusinya menjual produk kekinian.

---

## PENDAHULUAN

Sejalan dengan kemajuan zaman yang pesat membuat banyak berdampak kepada kehidupan masyarakat, pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi melahirkan berbagai dampak positif dan dampak negatif. Sehingga perkembangan seperti sekarang ini membuat persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat sehingga para pebisnis itu tidak hanya bersantai saja dalam menikmati penjualan dan keuntungannya itu, karena adanya persaingan yang mengikuti hal tersebut, oleh sebab itu masalah persaingan mendapatkan perhatian khusus dalam pemasaran pada akhirnya menuntut untuk para pebisnis mulai bersaing dengan menerapkan strateginya masing-masing, tanpa mementingkan aspek-aspek norma dan moral yang ada pada para pebisnis tersebut mulai berlomba-lomba dalam memasarkan produk yang akan dijual guna mencapai sasaran dan keuntungan pada produknya agar laku di pasaran.

Para pedagang atau pengusaha dituntut untuk memiliki strategi pemasaran yang baik dan handal, sehingga produk-produknya tidak hanya laku dijual dipasaran, akan tetapi juga mampu bersaing dan bertahan dalam persaingan yang ada. Salah satunya pada mode busana khususnya mode busana muslim, untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari manusia memerlukan kebutuhan sandang, pangan, papan. Dalam penuhi kebutuhan tersebut manusia membutuhkan kebutuhan sandang, seperti yang kita ketahui bahwa kebutuhan sandang juga berarti pakaian, yang mana pakaian ini adalah salah satu kebutuhan yang sangat dibutuhkan oleh manusia. Kemungkinan para pedagang toko tersebut akan bersaing ketat dengan pedagang lainnya, saat ini ada banyak sekali toko pakain yang membuka serta menyediakan bermacam-macam model dengan harga yang terus menjadi persaingan untuk penjual, oleh karena itu sudah menjadi keharusan bagi suatu pengusaha atau pedagang untuk melaksanakan promosi dengan strategi yang tepat agar dapat memenuhi sasaran yang efektif.

Salah satu fenomena yang cukup menarik perhatian banyak orang, yaitu tren berpakaian pada saat ini. Dengan adanya beragam kreatif membuat pakaian untuk kaum

muslim semakin cantik dan semakin banyak diminati oleh konsumen khususnya kaum hawa, namun terlepas dari alasan dibalik fenomenanya, semakin banyak muslimah yang semakin anggun dan cantik memakai baju muslimah modern. Hal ini juga bisa kita lihat dari semakin maraknya usaha toko-toko pakaian muslim modern baik itu perusahaan maupun pedagang-pedagang, dengan keadaan seperti ini tentu saja tidak menutupi kemungkinan para pedagang toko tersebut akan bersaing ketat dengan pedagang lainnya. Tingkat persaingan dalam dunia bisnis seperti sekarang ini menuntut setiap pemasar untuk mampu melaksanakan kegiatan pemasarannya dengan lebih efektif dan efisien.

Pengusaha atau pedagang sudah seharusnya melakukan sesuatu untuk melaksanakan promosi dengan strategi yang tepat agar dapat memenuhi sasaran yang efektif. Kegiatan promosi suatu perusahaan dilakukan sebaik mungkin yaitu dengan direncanakan, diarahkan, dikendalikan dan dianggarkan sesuai dengan kondisi keuangan di suatu perusahaan tersebut. Dengan adanya upaya kegiatan promosi itu berarti ada upaya peningkatan penjualan pada suatu perusahaan. Meningkatnya penjualan itu juga bisa disebut meningkatnya kegiatan Jual-Beli. Kegiatan jual beli ini konsumen ataupun pelanggan dapat saling melengkapi satu sama lain dengan cara tukar menukar barang atau jasa sesuai kesepakatan.

Secara umum, pemasaran adalah suatu proses sosial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan mempertukarkan produk dan nilai dengan individu dan kelompok. Dalam hal ini, pemasaran syariah memiliki posisi yang sangat strategis, karena pemasaran syariah merupakan salah satu strategi pemasaran yang didasarkan pada Al-Qur'an dan Sunah Rasulullah SAW. Pemasaran syariah merupakan sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad serta prinsip-prinsip Islam dan muamalah dalam Islam.

## TINJAUAN PUSTAKA

### **Pengertian Strategi**

Pada dasarnya strategi adalah cara yang dilakukan untuk membantu dan mempermudah dalam memecahkan masalah, selain itu strategi merupakan langkah-langkah konkrit yang dapat menyelesaikan masalah. Sutojo (2009) Strategi merupakan suatu kesatuan rencana yang menyeluruh, komprehensif, dan terpadu yang diarahkan untuk mencapai tujuan perusahaan. Abdurahman (2018) Strategi juga sering disebut sebagai penetapan misi perusahaan, penetapan sasaran organisasi dengan meningkatkan kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan implementasi secara tepat sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi tercapai. Humairaa (2021) Strategi rencana yang disatukan dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi (Yatminiwati, 2019).

### **Pengertian Marketing**

*Marketing* merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya dan juga untuk mengembangkan perusahaan serta untuk mendapatkan keuntungan atau laba yang sebesar-besarnya (Zainurossalamia., 2020). *Marketing* merupakan keseluruhan sistem yang berhubungan dengan tujuan untuk merencanakan dan menentukan harga sampai dengan mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa (Mubarak, 2017). Menurut Herfianti, *et al* (2020), Zainal (2018) Marketing/pemasaran adalah suatu hubungan sistematis antara sebuah bisnis dan pasarnya, dimensi pelaku pasar memasang beberapa ide yang luas, desain, pesan, media, potongan, bentuk, dan warna.

### **Pengertian Strategi Marketing**

Strategi marketing/pemasaran adalah unit bisnis yang diharapkan untuk mencapai upaya memasarkan suatu produk, baik itu barang ataupun jasa dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi (Fauzi, 2021). Strategi marketing/pemasaran merupakan proses sosial, individu dan kelompok untuk mendapatkan yang mereka butuhkan dengan menciptakan penawaran secara bebas bertukar produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain dapat diharapkan oleh perusahaan untuk mencapai sasaran-sasaran pemasarannya (Rauf, 2021; Nurzam, *et al*, 2020). Strategi marketing / pemasaran merupakan pedoman dasar dan rencana tujuan, pengalokasian sumber daya, serta interaksi organisasi dengan pasar, pesaing dan lingkungan lain (Noor, 2021).

### **Pengertian Strategi Marketing Syariah**

Pemasaran syariah atau marketing syariah merupakan disiplin bisnis strategis yang mengarahkan suatu proses penciptaan, penawaran dan perubahan values, seluruh prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip muamalah dalam Islam. Maka dapat disimpulkan pula bahwa strategi marketing syariah adalah sebagai disiplin bisnis strategis dalam upaya memasarkan produk tertentu dalam mencapai sebuah tujuan dan sasaran yang sudah ditargetkan dengan cara-cara yang dibenarkan menurut syariat Islam (Kertajaya, 2006). Strategi pemasaran adalah rencana-rencana yang disusun secara sistematis dan menyeluruh yang digunakan sebagai panduan untuk melakukan kegiatan pemasaran agar dapat mencapai tujuan perusahaan yaitu menghasilkan keuntungan. Dalam melakukan berbisnis harus berusaha sebisa mungkin untuk menciptakan kesejahteraan bersama (Putri, 2021). Seperti disebutkan dalam surat An-nisa ayat 29 :

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ  
بِالْبَطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا  
أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.

### **Karakteristik, Dan Praktik Marketing Rasulullah Saw**

Kegiatan marketing atau pemasaran seharusnya dikembalikan pada karakteristik yang sesungguhnya, sebagaimana yang dilakukan oleh Rasulullah. Oleh karena itu marketing syariah menjadi penting bagi para tenaga pemasaran untuk melakukan penetrasi pasar. Dalam Islam terdapat sembilan macam etika (akhlaq) yang harus dimiliki oleh seorang tenaga pemasaran, yaitu: *Taqwa, shiddiq, al'adl, khitmah, tahfif, al amanah, su'udzon, ghibah, riswah.*

### **Etika Bisnis Syariah**

Etik ekonomi-bisnis syariah mengacu pada dua domain, yaitu domain hukum (syariah) yang terkait dengan benar-salah, dan domain etik (akhlaq/adab) yang terkait dengan baik-buruk, salahnya suatu pemikiran/gagasan dan tindakan ekonomi-bisnis. Berikut beberapa ajaran terkait ekonomi-bisnis: Etika bersifat memberdayakan. Salah satu ajaran agama terkait ekonomi adalah membantu pihak yang lemah. Al-Qur'an surat An-Baqarah ayat 280. Etika pembayaran upah Dalam hal akad ijarah, terdapat dua ajaran yang terkait dengan akhlak, yaitu ajaran tentang *ta'jil* (bersegera) dalam pembayaran upah (*ujrah*), *mu'jir* (pengusaha/pengupah) dianjurkan untuk segera membayar upah kepada *musta'jir/ajir* (kuli/buruh), ajaran tersebut bersumber dari hadits riwayat imam Ibn Majah dan imam al-Baihaqi (Sule, 2016).

### **Penjualan**

Penjualan adalah suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba. Jenis-Jenis pada penjualan yaitu penjualan langsung dan penjualan secara tidak langsung.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, dengan melakukan wawancara, dokumentasi dan observasi. Peneliti juga memakai kualitatif deskriptif dari Nana Syaodih Sukmadinata yang mana penelitian deskriptif kualitatif ditujukan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena-fenomena yang ada. Di dalam penelitian ini terdapat 3 informan yaitu: 1 kepada pemilik toko dan 2 dilakukan oleh karyawan, penelitian melakukan penelitian dengan menggambarkan data yang diperoleh dengan kata-kata atau kalimat yang dipisahkan dalam kategori-kategori untuk memperoleh kesimpulan.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

*Strategi marketing* adalah suatu pencapaian sebuah tujuan untuk meningkatkan penjualan. Maka dari itu strategi marketing sangat penting untuk diterapkan. Adapaun strategi pemasaran yang dilakukan oleh toko adzkia kelurahan kebun geran kota bengkulu adalah sebagai berikut: 1. Melayani konsumen dengan baik ketika konsumen datang membeli produk pelayanan yang diberikan seperti bersikap ramah dan sopan, 2. Mempromosikan tentang produk busana muslim dengan cara seluruh karyawan diberikan baju busana muslim dari toko untuk dipakai saat bekerja bertujuan meningkatkan minat pembeli, 3. Memberikan potongan harga produk seperti pada saat hari besar islam, 4. Menjamin kualitas produk juga harga yang ditetapkan sesuai dengan standar kualitas produk tersebut, 5. Menjamin kepuasan konsumen dengan cara meletakkan kotak saran di toko supaya para konsumen dapat memberikan kritikan kepada toko adzkia.

*Marketing syariah* adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan values keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad serta prinsip-prinsip al-Qur'an dan hadis. Adapaun hambatan dan solusinya yang dilakukan oleh toko adzkia kelurahan kebun geran kota bengkulu adalah sebagai berikut: a. Melayani konsumen solusinya adalah dengan cara memberikan semangat dan motivasi kepada karyawan untuk menjaga suasana hati para karyawan di toko agar tetap baik, b. Menutup toko ketika waktu sholat solusi yang diberikan yaitu dengan cara menempelkan kertas didepan toko sebagai bentuk pemberitahuan bahwa ketika waktu sholat toko adzkia tutup jadi konsumen tersebut dapat menunggu sebentar sampai toko buka kembali, c. Persaingan harga solusi yang diberikan yaitu menjelaskan kepada konsumen bahwa harga produk yang dijual di toko adzkia sesuai dengan kualitas, d. Masih kurangnya peminat busana muslim syar'i solusinya dengan cara menjual bentuk produk busana syar'i yang kekinian.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Konsep pemasaran yang ada pada toko adzkia kelurahan kebun geran kota bengkulu sesuai dengan empat karakteristik pemasaran dalam islam, yaitu: 1. *Teistis (rabhaniyyah)* produk pakaian yang dimiliki toko adzkia memiliki bentuk pakaian yang sesuai dengan anjuran agama islam, sudah menutup aurat, sehingga apa yang diinginkan Allah SWT itu lebih diutamakan oleh toko adzkia 2. *Etis (akhlaqiyyah)* strategi pemasaran dalam pelayanan terhadap konsumen yang dimiliki para karyawan toko adzkia telah sesuai dengan konsep etis, karena para karyawan dalam melakukan pemasaran produk pakaian busana muslimnya mengutamakan sopan dan santun serta ahlak yang baik. 3. *Realistis (al-waqiyyah)* dengan berpakaian bersih, rapi dan menutup aurat toko adzkia telah sesuai dengan konsep pemasaran islam realistis. Karena apapun model pakaian yang dikenakan karyawannya, tetap mementingkan nilai-nilai religius. 4. *Humanistis (insaniyyah)* prinsip yang dimiliki oleh toko busana muslim al-haramain dengan tidak membedakan konsumen lama dan baru serta konsumen yang membeli sedikit atau banyak telah sesuai dengan konsep humanistis yang dalam

pemasarannya tidak membeda-bedakan.

Hal-Hal Apa Saja Yang Menjadi Hambatan Marketing Syariah Dan Bagaimana Solusinya. Hambatan dan solusinya yang terjadi ketika melayani konsumen yaitu menjaga suasana hati tetap baik dalam bersikap ramah dan sopan kepada konsumen solusinya memberikan semangat dan motivasi kepada karyawan untuk menjaga suasana hati para karyawan di toko agar tetap baik, toko adzkiia tutup pada saat waktu sholat, dengan menutup toko terkadang ada saja pelanggan yang merasa keberatan menempelkan kertas didepan toko sebagai bentuk pemberitahuan bahwa ketika waktu sholat toko adzkiia tutup jadi konsumen tersebut dapat menunggu sebentar sampai toko buka kembali jadi, banyaknya toko-toko pesaing yang sering melakukan penurunan harga lebih banyak dari toko adzkiia untuk menarik perhatian pelanggan solusinya menjelaskan kepada konsumen bahwa harga produk yang dijual di toko adzkiia sesuai dengan kualitas produk, minat remaja terhadap pakaian busana muslim syar'i itu masih kurang solusinya menjual bentuk produk busana syar'i yang kekinian.

### Saran

Menurut penulis saran untuk toko tersebut yaitu untuk meningkatkan strategi marketing seperti mempromosikan produk melalui media sosial karena zaman semakin berkembang dan teknologi semakin maju maka dibutuhkannya promosi melalui media sosial dan juga toko bisa terus menerapkan strategi marketing tersebut walaupun banyak hambatan yang dihadapi oleh toko adzkiia.

### DAFTAR RUJUKAN

- Abdurahman, N. H. (2018). *Manajemen Strategi Pemasaran*. CV. Pustaka Setia.
- Fauzi, M. G. H. (2021). *Strategi Pemasaran Konsep Teori dan Implementasi*. Pascal Books.
- Herfianti, Meiffa., Yulihartika, Rika Dwi. (2020). Analisis Pengaruh Experiential Marketing Dan Harga Terhadap Customer Loyalty Smartphone Bersistem Operasi Android Di Kota Bengkulu. *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen dan Ekonomi Islam (JAM-EKIS)*, 3(2).
- Humairaa, U. A. (2021). *Apa Sih Strategi Pemasaran Itu*. Pustaka Taman Ilmu.
- Kertajaya, H. (2006). *Syariah Marketing*. Mizan Pustaka.
- Mubarok, N. (2017). Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista. *I-Economics*, 3(1), 73–93.
- Noor, Z. Z. (2021). *Strategi Pemasaran 5.0*. Deepublish.
- Nurzam., Wijaya, Efran Ahmat. (2020). Strategi Pemasaran Cpo (Crude Palm Oil) Pada Pt. Bio Nusantara Teknologi Bengkulu Tengah. *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen dan Ekonomi Islam (JAM-EKIS)*, 3(1).
- Putri, M. A. (2021). Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Kerupuk Desa Tlasi Tulangan Sidoarjo. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 4(2).
- Rauf, A. (2021). *Digital Marketing: Konsep dan Strategi*. Insania.
- Sule, E. T. (2016). *Manajemen Bisnis Syariah*. Refika Aditama.
- Sutojo, S. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Damar Mulia Pustaka.

- Yatminiwati, M. (2019). *Manajemen Strategi Buku Ajar Perkuliahan Bagi Mahasiswa*. Widya Gama Press.
- Zainal, V. R. (2018). *Islamic Marketing Management*. Bumi Aksara.
- Zainurossalamia., S. (2020). *Manajemen Pemasaran Teori dan Strategi*. Forum Pemuda Aswaja.



**ANALISIS PENILAIAN KINERJA KEUANGAN BANK  
MENGUNAKAN TEKNIK *DU PONT SYSTEM* (STUDI PT.  
BANKTABUNGAN DAN PENSUNAN NEGARA (BTPN)  
SYARIAH PERIODE 2017-2020)**

***FINANCIAL PERFORMANCE ASSESSMENT ANALYSIS OF  
BANK USING THE DU PONT SYSTEM TECHNIQUE (STUDY  
OF PT. BANK SAVINGS AND STATE PENSIONS (BTPN)  
SHARIA 2017- 2020 PERIOD)***

**Febri Syafly Fadhilah<sup>1</sup>, Nurul Hak<sup>2</sup>, Kustin Hartini<sup>3</sup>**  
Universitas Islam Negeri (UIN) Fatmawati Sukarno Bengkulu<sup>1-3</sup>  
[febri.safli43@gmail.com](mailto:febri.safli43@gmail.com)<sup>1</sup>, [nurul\\_hak@iainbengkulu.ac.id](mailto:nurul_hak@iainbengkulu.ac.id)<sup>2</sup>,  
[kustinhartini@gmail.com](mailto:kustinhartini@gmail.com)<sup>3</sup>

Jl. Raden Fatah Kecamatan Selebar Kota Bengkulu  
Corresponding email: [febri.safli43@gmail.com](mailto:febri.safli43@gmail.com)

---

**INFORMASI ARTIKEL**

**Riwayat Artikel:**

Diterima : 22 November 2022  
Direvisi : 22 Juni 2023  
Disetujui : 14 Juli 2023

**Keywords:**

*NPM, TATO, ROI, BTPN Syariah*

**Kata kunci:**

NPM, TATO, ROI, BTPN  
Syariah

---

**ABSTRACT**

*This review means to quantify the monetary exhibition of the Sharia Reserve funds and Annuities Bank (BTPN) for the period 2017 to 2020 utilizing the DuPont Framework strategy through NPM, TATO and return on initial capital investment tests. Quantitative descriptive research is used in this study. According to the study's findings, Bank BTPN Syariah's performance fluctuates annually. The lowest NPM for four years was in 2019, when it was 35.63 percent, and the highest NPM was in 2018. In 2019, the largest TATO was 0.256 times, while the smallest was 0.068 times in 2020. Additionally, the lowest ROI was 5.13 percent in 2020, while the highest ROI was 9.12 percent in 2019. Bank BTPN Syariah's ROI is said to be healthy with an average of 7.47%, so even though the DuPont System level has fluctuated, it is still regarded as positive due to the determination of the criteria for the DuPont System level.*

**ABSTRAK**

Melalui penggunaan sistem DuPont dan uji NPM, TATO,

dan ROI, tujuan penelitian ini adalah untuk mengevaluasi kinerja keuangan Bank Tabungan dan Pensiunan Negara (BTPN) Syariah untuk tahun 2017 hingga 2020. Penelitian kuantitatif deskriptif digunakan dalam penelitian ini. Menurut temuan tersebut, kinerja Bank BTPN Syariah bervariasi setiap tahunnya. NPM terendah selama empat tahun adalah pada tahun 2019, ketika itu 35,63 persen, dan NPM tertinggi pada tahun 2018. In 2019, tato terbesar adalah 0,256 kali, sedangkan yang terkecil adalah 0,068 kali pada tahun 2020. Selain itu, ROI terendah adalah 5,13 persen pada tahun 2020, sedangkan ROI tertinggi adalah 9,12 persen pada tahun 2019. ROI Bank BTPN Syariah dikatakan Sehat dengan rata-rata 7,47%, sehingga meskipun level DuPont System di Bank BTPN Syariah mengalami fluktuasi, namun tetap dikatakan positif karena kriteria level DuPont System ditentukan.

---

## PENDAHULUAN

Perekonomian Indonesia terus berkembang pesat berkat munculnya berbagai bisnis baru di berbagai industri, termasuk bank syariah di sektor keuangan. Sesuai dengan prinsip ekonomi syariah, munculnya bank syariah sebagai pilihan baru untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan jasa keuangan niscaya dapat menimbulkan persaingan bisnis dengan berbagai pesaing yang berorientasi baik secara lokal maupun internationally. So bahwa untuk meningkatkan kapasitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan, maka diperlukan suatu perusahaan untuk beroperasi dengan efektivitas dan efisiensi yang lebih besar. Manajemen keuangan memiliki dampak langsung pada operasi dan eksistensi perusahaan untuk mencapai hal tersebut. Manajer keuangan harus mampu memahami kinerja keuangan perusahaan serta melakukan riset dan analisis yang dapat digunakan untuk mengembangkan rencana, strategi, atau kebijakan kebijakan baru yang berguna untuk menciptakan dan mempertahankan operasional bank syariah yang optimal. Akibatnya, seorang manajer keuangan harus dapat menyajikan analisis keuangan untuk menentukan keadaan bisnis dan perkembangan keuangannya di masa depan (Iska, 2012).

Salah satu bisnis yang berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi adalah bank. Tanggung jawab utama bank termasuk menerima simpanan, meminjamkan uang, dan menawarkan layanan pengiriman uang di seluruh operasi bisnisnya. Dengan kata lain, bank syariah adalah lembaga keuangan yang fungsi utamanya adalah menyalurkan dana atau menyediakan pembiayaan dan layanan

lainnya sesuai dengan syariah. Operasi dan produk bank syariah dikembangkan menggunakan metode fiqh dan didasarkan pada hukum Islam (Al-Quran dan Hadits. Undang-Undang Perbankan Syariah No. Menurut Pasal 21 UU Perbankan Tahun 2008, Usaha yang memberikan kredit atau bentuk bantuan keuangan lainnya kepada masyarakat dikenal dengan sebutan bank. Terlepas dari kenyataan bahwa industri perbankan syariah Indonesia telah berkembang agak di belakang negara-negara Muslim lainnya, itu akan terus berkembang. (A. Karim, 2016)

Statistik dari Statistik Perbankan Syariah (SPS) menunjukkan bahwa pada tahun 2014, 4.268 juta orang menggunakan rekening bank, yang merupakan peningkatan signifikan dari tahun-tahun sebelumnya. Selain itu, laba bank untuk tahun 2015 adalah 3.402 juta dolar, sedangkan laba bank untuk tahun 2016 adalah 3.442 juta dolar lebih tinggi dari tahun sebelumnya. Situasi PT saat ini dapat berasal dari data historis. Selain itu, Total aset PT Bank Panin Dubai Syariah Bank meningkat pada tahun 2015, 2016, dan 2018, tetapi menurun pada tahun 2017, seperti halnya dana dan pendapatan pihak ketiga, yang meningkat pada tahun 2015, 2016, dan 2018, tetapi menurun pada tahun 2016 dan 2018. Laba bersih setelah pajak juga menurun pada 2015, 2016, dan 2018, tetapi meningkat signifikan pada 2017. Keuntungan yang stabil dapat merusak kinerja perbankan syariah. Oleh karena itu, bank memerlukan analisis untuk menentukan bagaimana suku bunga akan berubah mengikuti kegiatan operasional selama periode waktu yang telah ditentukan. Bank syariah dan bank secara keseluruhan harus disajikan dengan cara yang sama dalam ringkasan keuangan. (Andrianto, 2019)

**Tabel 1**  
**Data Rasio Keuangan Bank Tabungan Dan Pensiunan Negara (BTPN)**  
**Syariah Periode 2017 – 2020**

Tahun	Total Asset	Pendapatan	Laba bersih Setelah pajak
2017	Rp9.156.522	Rp908.216	Rp670.182
2018	Rp12.039.275	Rp1.302.549	Rp1.003.747
2019	Rp15.383.038	Rp3.951.507	Rp1.408.218
2020	Rp16.435.005	Rp1.119.640	Rp845.398

Sumber: Website BTPN Syariah (diolah)

Laporan keuangan yang merinci kinerja bank selama Manajemen bertanggung jawab atas periode waktu yang telah ditentukan. Mereka adalah media informasi yang memberikan gambaran tentang kegiatan perusahaan. (Warsono, 2017) Jika informasi disajikan dengan benar, siapa pun dapat menggunakannya untuk membuat keputusan yang baik tentang perusahaan yang dilaporkan. (P Sirait, 2014) Keadaan aktual keuangan perusahaan akan terlihat setelah laporan keuangan disusun menggunakan

metode akuntansi dan penilaian yang sesuai dan berdasarkan data yang relevan.

Menganalisis kinerja keuangan perusahaan bertujuan untuk mengetahui seberapa baik perusahaan telah mematuhi kaidah pelaksanaan keuangan, seperti menghasilkan laporan keuangan sesuai dengan GAAP (General Accepted Accounting Principle) atau SAK (Standar Akuntansi Keuangan). Analisis model sistem Du Pont ini mempertimbangkan rasio rasio aktivitas (total assets turnover) dan profit margin, selain untuk menentukan digunakan atau tidaknya rasio rasio untuk menentukan profitabilitas dan pengembalian investasi. Analisis model Du Pont juga dapat digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor lain yang mempengaruhi profitabilitas perusahaan. Analisis ini dapat digunakan untuk menentukan efisiensi keseluruhan perusahaan dalam proses peralihan, menghasilkan pengembalian ekuitas yang jauh lebih tinggi daripada nilai rata-rata aset perusahaan pada saat akuisi.

Perusahaan akan dapat memperoleh pinjaman atau pembiayaan dengan menggunakan metode ini. Hal ini karena hubungan antara Amerika Serikat dan pelanggannya begitu kuat sehingga jika Amerika Serikat tidak berhasil mengimplementasikan produk atau layanan yang dimaksud, Amerika Serikat akan menderita dalam hal kualitas layanan pelanggannya serta dalam hal kepuasan pelanggan. Tidaklah mungkin untuk mencapai atau mempertahankan efektivitas operasional suatu perusahaan melalui modus dan kegiatan, tetapi dimungkinkan untuk menggunakan suatu metode dengan tingkat ketelitian yang tinggi untuk memenuhi persyaratan suatu strategi tertentu atau untuk mencapai suatu kebijakan tertentu yang ditentukan. rasional. (Dadang Muljawan, 2020). Karena aspek penjualan, aset yang digunakan, dan laba pendapatan berperan dalam analisis, sistem Du Pont adalah metode untuk menilai efisiensi perusahaan. Net (NPM), Sumber Daya Lengkap (TATO), dan Laba dari Usaha (pengembalian modal yang diinvestasikan) adalah tiga penanda dalam Kerangka Kerja Du Pont. Untuk meningkatkan masa depan perencanaan keuangan, indikator-indikator ini memungkinkan untuk mengidentifikasi Berbagai faktor yang mempengaruhi seberapa baik manajemen sumber daya perusahaan bekerja. Alimuddin Ruslam M, Ideologi Akuntansi Islam, Edisi 1 (Depok: Rajawali Pers, 2019).

Menurut penelitian Kartika Dewi tahun 2017 yang mengevaluasi kinerja keuangan PT sebagai subjek penelitian menggunakan Du Pont System Analysis. Tbk. Raya Indo Tambang. (Dewi Kartika, 2017) Rasio ROE, ROA, dan utang dari penelitian ini menunjukkan bahwa situasinya tidak menguntungkan. Penggunaan analisis *Du Pont System* adalah fitur umum antara penelitian ini dan penulisnya. Sebaliknya, penelitian penulis menggunakan rasio ROI untuk mengevaluasi kinerja keuangan bank, sedangkan Dengan menggabungkan rasio utang dengan ROE, ROA, dan Du Pont System, penelitian ini dilakukan. (A, 2016)

Menurut penelitian IIS dari tahun 2010, judul proyek penelitian adalah "Analisis kinerja Bank Syariah Mandiri menggunakan Metode Du Pont." Pameran moneter bank syariah gratis, yang berlangsung dari 2006 hingga 2009, menjadi fokus penyelidikan ini. (Istikomah, 2020) Menurut temuan penelitian, margin laba bersih telah meningkat di setiap tahun yang telah diamati, mencapai tingkat tertinggi dalam leverage 2009, ketika BSM melihat peningkatan 0,01 persen, yang diimbangi oleh peningkatan aset. Analisis Du Pont menunjukkan bahwa bank Mandiri Syariah mampu menghasilkan

laba bersih selama periode 2006 hingga 2009. In penelitian ini dan lain-lain sejenisnya, data dianalisis menggunakan metode sistem du Pont. Sebaliknya, penelitian ini menggunakan bank BTPN Syariah dari tahun 2017 hingga 2020, sedangkan penelitian sebelumnya menggunakan sampel bank Mandiri Syariah dari tahun 2006 hingga 2009. (Ikatan Bankir Indonesia (IBI), 2018).

## TINJAUAN PUSTAKA

### Kinerja Keuangan

Salah satu aspek kinerja bank secara keseluruhan adalah kinerjanya. Kinerja bank secara keseluruhan menunjukkan keberhasilan operasinya, termasuk keuangan, pemasaran, penggalangan dana dan distribusi, teknologi, dan sumber daya manusia. Deskripsi kondisi keuangan bank dari waktu ke waktu dalam hal penggalangan dana dan distribusi disediakan oleh kinerja keuangan bank. Profitabilitas bank, likuiditas, dan kecukupan modal biasanya digunakan sebagai ukuran ini. (Jumingan, 2017) Di sisi lain, Fahmi mengatakan bahwa analisis kinerja keuangan perusahaan dilakukan untuk melihat seberapa baik aturan pelaksanaan keuangan yang telah diterapkan. (Fahmi, 2014)

Kinerja manajemen bank dari waktu ke waktu dapat diperoleh dari laporan laba rugi dan neraca keuangan. Organisasi dengan banyak eksekusi adalah organisasi yang hasil kerjanya lebih baik daripada pesaing atau lebih baik dari rata-rata organisasi serupa. Analisis arus kas, analisis likuiditas, analisis rata-rata, analisis profitabilitas, analisis aktivitas, analisis penilaian, analisis pertumbuhan, analisis kesehatan, dan analisis teknis Sistem Du Pont semuanya dapat digunakan untuk menyajikan analisis kinerja keuangan. (Prawironegoro, 2017)

### *Du Pont System*

Metode Analisis Du Pont dari analisis kinerja perusahaan dikembangkan oleh Du Pont Corporation sekitar tahun 1919. Pendekatan ini menunjukkan bagaimana rasio aktivitas margin keuntungan terhadap penjualan berinteraksi satu sama lain untuk menentukan profitabilitas. (Najamuddin, 2011) " Analisis Sistem Du Pont memeriksa seluruh rasio aktivitas terhadap margin keuntungan pada penjualan untuk menunjukkan bagaimana profitabilitas dipengaruhi oleh rasio ini.," kata J.Ferd Weston dan Fligene Bringham. Sudana menegaskan bahwa ketika menghitung ROI, analisis DuPont menunjukkan hubungan antara utang, total perputaran aset, dan margin keuntungan. Selain itu, laporan keuangan perusahaan dianalisis menggunakan Sistem DuPont untuk menentukan kesehatannya. (Munawir, 2014)

### Rasio Keuangan *DuPont System*

Rasio Keuangan yang terdapat pada *DuPont System* :

#### *Total Asset Turnover*

Rasio penjualan perusahaan terhadap total asetnya disebut total perputaran aset.

$$\text{TATO} = \frac{\text{Pendapatan}}{\text{Total Aktiva}} \times 1 \text{ Kali}$$

### **Net Profit Margin (Laba Bersih)**

Setelah semua biaya dan biaya dipotong, seperti pajak dan bunga, ini adalah persentase dari hasil penjualan yang remains. Net pendapatan adalah tingkat manfaat bersih organisasi dari perjanjian yang dapat dicapai dalam jangka waktu yang telah ditentukan. Dengan membandingkan penjualan dengan laba bersih setelah pajak, rasio ini digunakan untuk menentukan profitabilitas perusahaan. Gunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{NPM} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Pendapatan}} \times 100\%$$

### **Return On Investment/ROI (Pengembalian Investasi)**

Efisiensi penggunaan aset dalam kaitannya dengan laba bersih dikendalikan oleh determinan ROI. Ini menunjukkan berapa banyak properti yang digunakan atau digunakan untuk menghasilkan uang. Tingkat pengembalian investasi ditunjukkan oleh rasio ini. Investor lain harus mendapatkan pengembalian investasi yang lebih baik daripada yang mereka lakukan sendiri. Gunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{ROI} = \text{Net Profit Margin} \times \text{Total Asset Turnover}$$

### **Bank BTPN Syariah**

BTPN Syariah muncul sebagai hasil merger PT Bank Sahabat Purbadanarta dan Unit Usaha Syariah (UUS) BTPN. Bank umum non-devisa Bank Sahabat Purbadanarta didirikan di Semarang pada bulan Maret 1991. PT Bank Tabungan Pensiunan Nasional, Tbk (BTPN) membeli 70% saham bank pada 20 Januari 2014. In sesuai dengan Surat Keputusan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang diterbitkan pada 22 Mei 2014, saham ini kemudian dikonversi menjadi BTPN Syariah. Unit Usaha Syariah BTPN telah membantu keluarga kurang beruntung di seluruh Indonesia dan memberdayakannya sejak Maret 2008. In Juli 2014, Bank syariah ke-12 di Indonesia ini terbentuk ketika perseroan melakukan merger dengan BTPN Syariah. BTPN Syariah merupakan anak usaha yang dimiliki oleh BTPN hingga 70%. (Prawira, 2021)

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian kuantitatif deskriptif mencakup penelitian khusus ini. Tujuan penelitian kuantitatif deskriptif adalah untuk mendeskripsikan atau mendefinisikan komponen, metode, dan hasil suatu kegiatan. (Hardani, 2020) Menjelaskan penelitian tidak diharapkan untuk menguji spekulasi namun hanya menggambarkan apa variabel, efek samping dan kondisinya. penelitian yang dapat diukur yang berfokus pada analisis data numerik yang kemudian diproses dengan bantuan teknik statistik tertentu. (Sugiyono, 2019)

Laporan keuangan Bank BTPN Syariah periode 2017-2020 menjadi fokus penelitian ini. Sumber data primer Penelitian ini menggunakan data sekunder dari laporan keuangan Bank Tabungan dan Pensiunan Negara (BTPN) periode 2017-2020. Penelitian ini menyelidiki informasi dengan menggunakan strategi Du Pont Framework. Laporan keuangan BTPN Syariah 2017-2020 akan digunakan dalam penelitian ini menggunakan

analisis metode DuPont System untuk mengetahui kinerja keuangan bank. (Hadari Nawawi, 2017)

Salah satu metode untuk menilai kinerja perusahaan, yang sebelumnya dikenal sebagai Du Pont Analysis, dikembangkan oleh Du Pont Corporation sebagai metode awal. Strategi ini menunjukkan interaksi antara rasio dalam menentukan profitabilitas dengan menghubungkan rasio aktivitas margin keuntungan dengan penjualan.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Analisis Penilaian Kinerja Keuangan Bank BTPN Syariah dengan Metode *DuPont System*

#### 1). *Net Profit Margin (NPM)*

Rasio margin laba bersih, atau laba bersih per pendapatan setelah memperhitungkan semua pengeluaran dan pajak, disebut sebagai laba bersih.

**Tabel 2**

**Hasil Analisis NPM Bank BTPN Syariah 2017-2020**

Tahun	Net Profit Margin (NPM)
2017	73,78 %
2018	77,06 %
2019	35,63 %
2020	75,50 %
<b>Rata-rata</b>	<b>65,49 %</b>

Sumber : Diolah peneliti 2022

Menurut hasil penilaian kinerja keuangan Metode Sistem DuPont, kinerja keuangan Bank BTPN Syariah berfluktuasi setiap tahunnya dari tahun 2017 hingga 2020 berdasarkan perhitungan Net Profit Margin. Namun, laba bersih Bank BTPN Syariah diperkirakan akan rendah pada 2019 namun tinggi pada 2017, 2018, dan 2020 karena tingginya bagi hasil dana yang digunakan oleh pihak ketiga dan beban untuk Syirkah sementara. Di sisi lain, Marjin Laba Bersih tertinggi di industri adalah 77,06% pada tahun 2018, diikuti oleh 75,50% pada tahun 2020 dan 73,78% pada tahun 2017.

#### 2). *Total Asset Turnover (TATO)*

Tingkat perputaran aset, atau potensi pendapatan aset, dapat dijelaskan dengan menggunakan Total Assets Turnover Ratio untuk melihat seberapa efektif investasi (input) digunakan untuk menghasilkan pendapatan (output).

**Tabel 3**

**Hasil Analisis TATO Bank BTPN Syariah 2017-2020**

Tahun	Total Asset Turnover
2017	0,099 kali
2018	0,108 kali
2019	0,256 kali
2020	0,068 kali
<b>Rata-rata</b>	<b>0,132 kali</b>

Sesuai perhitungan All out Resource Turnover, berfluktuasi setiap tahun, mencapai 0,256 kali pada 2019, 0,108 kali dalam waktu normal 2018. In, perputaran aset langsung pada periode 2017 adalah 0,099 kali, dan periode 2020 adalah 0,068 kali. Hal ini mengindikasikan bahwa pada tahun 2019, 2018, dan 2020, Bank BTPN Syariah diperkirakan memiliki kapasitas yang tinggi untuk menghasilkan pendapatan dari total asetnya, sedangkan kapasitas ini diperkirakan akan rendah pada tahun 2017 dan 2020.

### 3). Return On Investment (ROI)

Rasio Return on Investment menjelaskan kapasitas bank untuk mengelola dana yang diinvestasikan dalam aset yang menghasilkan keuntungan secara keseluruhan. Margin laba bersih dikalikan dengan jumlah total aset yang dijual untuk sampai pada tingkat pengembalian investasi ini.

**Tabel 4**  
**Hasil Analisis ROI Bank BTPN Syariah 2017-2020**

Tahun	Return On Investment
2017	7,30 %
2018	8,32 %
2019	9,12 %
2020	5,13 %
<b>Rata-rata</b>	<b>7,47 %</b>

Sumber : Diolah peneliti 2022

Dari perhitungan Laba dari Bunga pada periode 2017, 2018 dan 2019 sebesar 7,30%, 8,32% dan 9,12% masih di atas normal Laba dari Ventura. Sementara itu, Bank BTPN Syariah mampu menghasilkan banyak uang pada tahun 2019, 2018, dan 2017 berkat Return On Investment sebesar 5,134% pada tahun 2020 yang lebih rendah dari rata-rata Return On Investment. It diperkirakan akan rendah pada tahun 2020. Hal ini menunjukkan buruknya kinerja Bank BTPN Syariah dalam menghasilkan return aset dari pendapatan dan total perputaran aset. Namun, ROI keseluruhan meningkat antara 2017 dan 2020.

Berikut hasil analisis berbasis Sistem Du Pont Bank BTPN Syariah berdasarkan perhitungan sebelumnya:

**Tabel 5**  
**Hasil Analisis Bank BTPN Syariah Menggunakan Teknik Du Pont System Periode 2017-2020**

Tahun	Total Asset	Pendapatan	Laba Bersih Setelah Pajak	NPM	TATO	ROI
2017	Rp9.156.522	Rp908.261	Rp670.182	73,78%	0,099 kali	7,30%
2018	Rp12.039.275	Rp1.302.549	Rp1.003.747	77,06%	0,108 kali	8,32%
2019	Rp15.383.038	Rp3.951.507	Rp1.408.218	35,63%	0,256 Kali	9,12%
2020	Rp16.435.005	Rp1.119.640	Rp845.398	75,50%	0,068 Kali	5,13%



Kinerja keuangan PT dapat dilihat pada tabel di atas. Rasio ROI yang dihitung menggunakan Sistem Du Pont dalam time series tahun 2019 menggambarkan kinerja keuangan Bank BTPN Syariah, dengan laba sebesar 9,12persen, untuk tahun 2017 hingga 2020. Mengalihkan marjin laba bersih dengan total pemotongan aset menghasilkan perbandingan ROI untuk tahun 2017 dan 2018. Kedua proporsi ini sama-sama telah berkembang.

Korelasi pengembalian investasi modal awal pada 2018 dengan 2019 kembali meningkat dari tahun sebelumnya. Rasio margin laba bersih dikalikan dengan total perputaran aset pada tahun berjalan digunakan untuk menghitung laba atas investasi (ROI).

ROI turun 5,134% pada 2020 dibandingkan tahun sebelumnya. Sementara perputaran aset telah menurun, rasio margin laba bersih telah meningkat. Oleh karena itu, penurunan perputaran aset menjadi alasan penurunan ROI pada tahun 2020. Laba bersih bank setelah pajak menurun sementara aset dan pendapatan meningkat dari tahun sebelumnya, sehingga terjadi penurunan perputaran aset (TATO). ROI menurun sebagai akibat dari rugi bersih bisnis sebesar Rp 845,398 miliar pada tahun 2020. Hal ini mengindikasikan bahwa kinerja bisnis terus menurun, bahkan mengalami kerugian yang signifikan dan tidak menghasilkan laba pada tahun 2020.

Kesimpulannya, kinerja keuangan PT dapat dilihat pada analisis di atas. Deretan waktu rasio Return On Investment (ROI) Bank BTPN Syariah menggunakan pendekatan Sistem Du Pont mengungkapkan bahwa ROI dikatakan stabil selama empat periode, dari 2017 hingga 2020. ROI 7,30 persen pada 2017, kemudian naik menjadi 8,32 persen pada 2018 dan 9,12 persen pada 2019. In penambahan, bisnis ini mampu membukukan laba sebesar 0,23 persen pada 2020, naik dari rugi bersih Rp 845.398 miliar pada tahun sebelumnya.

Rasio net profit margin (NPM) dan total asset turnover ratio/total asset turnover (TATO) yang keduanya fluktuatif berdampak pada angka rasio ROI. Karena mereka berada pada ketentuan 0,50% (standar BI), secara keseluruhan, 2017 dan 2020 menunjukkan kinerja yang cukup baik. Pengembalian uang yang diinvestasikan pada tahun 2020 menunjukkan hal yang mengerikan dengan alasan bahwa pengembalian modal yang diinvestasikan selanjutnya berkurang, ini karena tidak adanya kapasitas bank para eksekutif untuk menggunakan sumber dayanya secara efektif atau dalam mengawasi dan menggunakan dukungan menempatkan sumber daya ke dalam semua sumber daya untuk menciptakan keuntungan.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Dari eksplorasi tersebut, konsekuensi dari estimasi pameran moneter Bank Tabungan dan Pensiunan Negara (BTPN) Syariah periode 2017 hingga 2020 dengan menggunakan strategi DuPont Framework melalui NPM, TATO dan return on initial capital investment test. NPM terendah selama empat tahun adalah pada tahun 2019, ketika itu 35,63 persen, dan NPM tertinggi pada tahun 2018. In 2019, tato terbesar adalah 0,256kali, sedangkan yang terkecil adalah 0,068 kali pada tahun 2020. Selain itu, ROI terendah adalah 5,13 persen pada tahun 2020, sedangkan ROI tertinggi adalah 9,12 persen pada tahun 2019.

ROI Bank BTPN Syariah dikatakan Sehat dengan rata-rata 7,47%, sehingga

meskipun level DuPont System di Bank BTPN Syariah mengalami fluktuasi, namun tetap dikatakan positif karena kriteria level Du Point System ditentukan.

## DAFTAR RUJUKAN

- A, Karim. (2016). *Analisis Fiqih Dan Keuangan*. PT. Raja Grafindo
- Andrianto. (2019). *Manajemen Bank Syariah* (C. P. Q. Media (Ed.)).
- Muljawan, Dadang P. S. (2020). *Ekonomi Syariah*. Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah.
- Dewi Kartika. (2017). *Analisis Du Pont System Untuk Menilai Kinerja Keuangan Pada PT. Indo Tambang Raya Megah TBK* (p. 14). Tambang Raya Megah TBK.
- Fahmi, I. (2014). *Analisis Kinerja Keuangan*. CV Alfabeta.
- Finthariasari, Meilaty., Febriansyah, Erwin., Pramadeka, Katra. (2020). Corporate Social Responsibility Disclosure: A Determinant Analysis (Case Study Manufacturing Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange). *International Journal of Trends in Accounting Research*, 1(1).
- Furqonti, Ranidiah., Arianto, Tezar. (2020). Analisis Kinerja Keuangan Perbankan Syariah (Studi Empiris Bank Syariah "Badan Usaha Milik Negara" Di Indonesia Periode 2015-2018). *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen dan Ekonomi Islam (JAM-EKIS)*, 1(1).
- Herlin., Yanti, Rina Trisna. (2021). Analisis Kinerja dan Rasio Keuangan pada PT. Pegadaian (Persero) Tahun 2018-2019. *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen dan Ekonomi Islam (JAM-EKIS)*, 4(1).
- Hadari Nawawi. (2017). *Metode Penelitian Sosial*. Gaja Mada University.
- Hardani, H. A. (2020). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif* (E. 1 (Ed.)). CV. Pustaka Ilmu Group.
- Ikatan Bankir Indonesia (IBI). (2018). *Bisnis Kredit Perbankan* (edisi 2). PT Gramedia Pustaka Utama.
- Iska, S. (2012). *Sistem Perbankan Syariah Di Indonesia*. Fajar Media Press. Istikomah, I. (2020). *Iis Istikomah, 'Analisis Kinerja Bank Syariah Mandiri Dengan Metode Du Pont System*. Manajemen Ekonomi Dan Bisni.
- Jumingan. (2017). *Analisis Laporan Keuangan*. PT Bumi Aksara. Munawir. (2014). *Analisa Laporan Keuangan* (Edisi 4). Liberty.
- Najamuddin. (2011). *Najmudin, Manajemen Keuangan Dan Akuntansi Syar'iyah Modern*. Andi Offset.
- P Sirait. (2014). *Pelaporan Dan Laporan Keuangan* (G. Ilmu (Ed.)).
- Persad.A, A. (2016). *Akuntansi Keuangan Syariah : Teori ke Praktik*. Deepublish.
- Prawira, B. (2021). *PANDUAN TRANSFORMASI DIGITAL BANK DI INDONESIA* (E. 1 (Ed.); Ricky Satr). Media Nusa Creative.
- Prawironegoro, D. (2017). *Manajemen Keuangan*. Diadit Media. Ruslam M, A. (2019). *Ideologi Akuntansi Islam* (Edisi 1). Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Warsono. (2017). *Manajemen Keuangan Perusahaan* (edisi 3). Bayu Media.

## STRATEGI DIGITAL BAURAN PEMASARAN 4P TERHADAP KINERJA UMKM KOTA SAMARINDA

### MARKETING MIX DIGITAL STRATEGY AGAINST PERFORMANCE OF MEMEs IN SAMARINDA CITY

M. Risal<sup>1</sup>, Damayanti<sup>2</sup>

Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur, Samarinda, Indonesia<sup>1</sup>

Universitas Muhammadiyah Kota Palopo, Palopo, Indonesia<sup>2</sup>

[m.risal@umkt.ac.id](mailto:m.risal@umkt.ac.id)<sup>1</sup>, [damayanti@student.umpalopo.ac.id](mailto:damayanti@student.umpalopo.ac.id)<sup>2</sup>

Jl. Juanda, Kota Samarinda Kalimantan Timur

Corresponding email: [m.risal@umkt.ac.id](mailto:m.risal@umkt.ac.id)

---

#### INFORMASI ARTIKEL

##### Riwayat Artikel:

Diterima : 15 Juni 2023

Direvisi : 28 Juli 2023

Disetujui : 08 Agustus 2023

##### Keywords:

Product; Price; Promotion;  
Place, MEMEs Performa

##### Kata kunci:

Produk; Harga; Promosi;  
Tempat. Kinerja UMKM

---

#### ABSTRACT

*This study aims to determine the digital strategy of the 4p marketing mix on the performance of MSMEs in Palopo City. This method uses a quantitative method using primary data, the data collection method uses a questionnaire survey to 80 respondents of MSMEs in Palopo City. The analysis in this study uses multiple linear regression analysis, after the data is collected the analysis data uses the SPSS version 23 program. The results of this study are multiple linear regression analysis using the coefficient of determination ( $R^2$ ) and hypothesis testing (T). The results of this study indicate that product (X1), price (X2), promotion (X3), place (X4), have a positive or significant effect on the performance of SMEs.*

#### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi digital Bauran pemasaran 4p terhadap kinerja umkm Kota Samarinda. Metode ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan data primer, metode pengambilan data menggunakan survei kuesioner kepada 80 responden UMKM Kota Samarinda. Analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda, setelah data dikumpulkan data analisis menggunakan program SPSS versi 23. Hasil penelitian ini dengan analisis regresi linear berganda menggunakan pengujian koefisien determinasi ( $R^2$ )

dan uji hiotesis uji (T). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa product (X1), price (X2), promotion (X3), place (X4), berpengaruh positif atau signifikan terhadap kinerja UMKM.

---

## PENDAHULUAN

Dunia mengalami sebuah peristiwa besar tepatnya pengujung tahun desember 2019, telah dilanda musibah virus corona (covid-19) dimana banyak masyarakat resah, sakit, dan meninggal dunia. Peristiwa tersebut berawal di Wuhan, Tiongkok (Putri, 2020).

Perkembangan informasi dan teknologi saat ini sangat membantu pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) dalam menjalankan kegiatan bisnisnya. Banyaknya pesaing menjadi faktor bagi pengusaha untuk memasuki persaingan yang ketat. Perusahaan yang memiliki kemampuan dalam menghadapi persaingan harus menggunakan strategi pemasaran dan media yang tepat untuk mencapai target pasar, sehingga penjualan akan selalu meningkat dan pendapatan perusahaan juga meningkat. Digital marketing saat ini menjadi salah satu media pemasaran yang sangat populer untuk menunjang berbagai aktivitas. Banyak pelaku usaha secara berlahan-lahan mulai meninggalkan model pemasaran konvensional/tradisional dan beralih ke pemasaran moderen yaitu digital marketing (Hendrawan, Sucahyowati, Cahyandi, Indriyani, & Rayendra, 2019).

Nilai pelanggan yang memenuhi kebutuhan pelanggan perlu menjadi kombinasi dari strategi pemasaran yang ada. Di era industri 4.0 atau yang lebih dikenal dengan era digital, mudah untuk mengetahui bagaimana perusahaan sekarang menggunakan layanan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Melalui layanan digital yang disediakan oleh semua sistem, situasi ini tidak diragukan lagi menjadi bagian dari strategi. Sistem pelayanan juga membantu memperpendek rantai penjualan dan membuat harga lebih terjangkau (Mashuri, 2019).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) terhadap kegiatan ekonomi memberi kontribusi yang sangat penting. Kegiatan perekonomian pada saat itu dilanda kondisi yang sangat parah (krisis) sehingga mempengaruhi sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) meningkat dengan sangat tajam, hal tersebut menyebabkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mengalami peningkatan sangat tajam, dari sekitar 7.000 pada tahun 1980 menjadi sekitar 40 juta pada tahun 2001 dan naik sekitar 49,840 juta pada tahun 2007. Oleh sebab itu, di Sulawesi Selatan, Usaha Kecil dan Menengah sejak tahun 2017 semakin naik menjadi 916 ribu (Risal & Salju, 2017).

Pelaku UMKM telah mendapatkan dukungan dari pemerintah daerah dengan slogan memajukan perekonomian masyarakat. Dukungan keuangan untuk usaha menengah kecil dan mikro juga sama kuatnya, baik melalui dana APBD atau dana perimbangan atau hibah dari pusat, CSR dari perusahaan dan lembaga lainnya. Dengan dukungan kuat tersebut, diharapkan industri mikro, kecil dan menengah dapat menemukan momentum pembangunan yang baik sejalan dengan visi dan misi

pembangunan nasional.

Kota Samarinda perlu memperkuat perekonomiannya sehingga dapat meningkatkan taraf hidup dan daya saing masyarakat. Diharapkan UMKM mampu memberikan stabilitas dalam meningkatkan prospek usaha yang dijalankannya agar dapat memberikan hasil yang maksimal bagi pelaku UMKM nantinya dan memberikan dampak yang baik bagi koperasi dan perdagangan, pemerintah dan masyarakat itu sendiri. Perkembangan UMKM Kota Samarinda sebagai bisnis yang bertahan ditengan Covid-19, masyarakat diminta *stay at home*. Dimana UMKM bisa mengubah perilaku ekonomi yang tadinya belanja *offline* ke *online*. Efeknya bukan hanya menyerang kesehatan personal, tapi sudah menggerogoti semua hal termasuk sektor industri dan UMKM. Usaha mereka terancam tutup karena pembatasan aktivitas yang menyebabkan kelesuan perekonomian masyarakat. Walaupun kini kita menatap era new normal, namun ancaman virus belum sepenuhnya berakhir. Ada beberapa sektor yang menyebabkan laju pertumbuhan ekonomi di Kota Samarinda ini dapat menjanjikan prospek yang cerah, yakni, sektor pendidikan, kesehatan, dan usaha mikro, kecil dan menengah (UKM), seperti kuliner dan lain-lain.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Strategi Bauran Pemasaran

Strategi bauran pemasaran (*marketing mix strategy*) memiliki kontribusi dalam memengaruhi konsumen untuk memperoleh produk atau jasa yang ditawarkan pasar, oleh karena itu bauran pemasaran (*marketing mix*) disebutkan suatu perangkat alat yang akan menunjukkan tingkat keberhasilan pemasaran pada bisnis yang dilakukan (Kotler & Keller, 2016). Strategi bauran pemasaran (*marketing mix strategy*) seperangkat strategi yang dikombinasikan kedalam aktivitas-aktivitas pemasaran, sehingga menghasilkan pelanggan yang dapat menguntungkan perusahaan (Alma, 2016).

Strategi bauran pemasaran dibagi menjadi empat bagian yang berorientasi ganda, rasional, emosional dan keterlibatan rendah dengan jenis produk yang berbeda dengan pemasaran yang berbeda strategi, sehingga strategi bauran pemasaran dapat ditambahkan menjadi lima bagian yang merupakan pilihan target pasar, strategi layanan, strategi harga, strategi saluran, dan strategi pemasaran (Adewale et al., 2013; Finthariasari & Zetira, 2022; Ekowati & Finthariasari, 2020).

### Strategi Produk (*Product strategy*)

Produk adalah segala sesuatu yang memiliki bentuk, kemasan, dan informasi pelabelan, yang dapat mempengaruhi konsumen untuk melihat produk di dalam toko, memeriksanya, dan membelinya (Amzad, Sarker, Aimin, & Begum, 2012). peneliti sebelumnya dengan jelas menyarankan bahwa pengaruh produk memiliki dampak yang signifikan terhadap kinerja bisnis (Kazem, 2006; Kempainen, Vepsalainen, & Tinnila, 2008; Fitriah et al., 2019; Owomoyela et al., 2013; Oktarini et al., 2022)

### Strategi Promosi (*Promotion Strategy*)

Promosi merupakan unsur penting dalam bauran pemasaran. Komunikasi pemasaran yang terdiri dari periklanan, penjualan pribadi, promosi penjualan, hubungan masyarakat, yang digunakan perusahaan untuk mendapatkan tujuan periklanan dan pemasarannya (Kotler & Keller, 2016). Promosi yang efektif dilakukan secara teratur dan terukur yang bersumber dari imajinasi yang baik. Promosi harus mendukung produk, baik produk pribadi atau perusahaan harus memiliki merek yang menarik perhatian konsumen (Langat, 2016).

### **Strategi Tempat (*Place Strategy*)**

Tempat atau distribusi didefinisikan sebagai sarana organisasi yang saling berkontribusi yang terlibat dalam proses pembuatan suatu produk yang tersedia dan dapat digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen (Kotler & Armstrong, 2018). Tempat adalah lokasi yang dipilih organisasi untuk menemukan produk atau layanannya sehingga konsumen sarasannya dapat dengan mudah mendapatkan akses ke sana (Cathy H. C. Hsu, 2019).

## **METODE PENELITIAN**

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif meneliti suatu sampel dengan pengumpulan menggunakan kuesioner, data yang sudah terkumpul diolah dengan menggunakan statistik lalu kemudian dipakai untuk menguji hipotesis (Sugiyono, 2019). Sampel dalam penelitian ini adalah UMKM di Kota Samarinda sebanyak 80. Teknik pengolahan dapat menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan software statistik komputer SPSS ver. 22.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Uji statistik Deskriptif**

Tujuan dari uji statistik deskriptif adalah untuk menguji dan mendeskripsikan karakteristik sampel yang diobservasi. Pada penelitian ini uji deskriptif masing-masing variabel diuraikan sebagai berikut:

#### **a. Produk ( $X_1$ )**

Deskripsi jawaban responden dapat dilihat pada tabel 1. Berdasarkan tabel 1, menunjukkan hasil bahwa dari 80 responden yang diteliti telah memberi jawaban yang beragam atas variabel produk. Sebaran jawaban responden lebih dominan memilih setuju terhadap produk yang harus memiliki kualitas atas kinerja UMKM di Kota Samarinda.

**Tabel 1**  
**Deskripsi pernyataan variabel produk ( $X_1$ )**

Item Pernyataan	Frekuensi dan Persentase					Mean
	STS	TS	N	S	SS	
X1.1	-	-	-	112	-	4,00
	-	-	-	100,0%	-	
X1.2	-	2	37	66	7	3,70
	-	1,8%	33,0%	58,9%	6,3%	
X1.3	-	5	45	52	10	3,60
	-	4,5%	40,2%	46,4%	8,9%	
X1.4	-	2	33	69	8	3,74
	-	1,8%	29,5%	61,6%	7,1%	

Sumber: Output SPSS ver. 22. 2023

b. Harga ( $X_2$ )

Deskripsi jawaban responden dapat dilihat pada tabel 2 sebagai berikut:

**Tabel 2**  
**Deskripsi pernyataan variabel harga ( $X_2$ )**

Item Pernyataan	Frekuensi dan Persentase					Mean
	STS	TS	N	S	SS	
X2.1	1	4	13	44	18	3,82
	9%	3,6%	23,2%	57,1%	15,2	
X2.2	1	5	28	46	-	3,68
	9%	4,5%	29,5%	56,3%	-	

Sumber: Output SPSS ver. 22. 2023

Berdasarkan tabel 2, menunjukkan hasil bahwa dari 80 responden yang diteliti telah memberi jawaban yang beragam atas variabel harga. Sebaran jawaban responden yang memilih jawaban netral pada item pernyataan X<sub>2.1</sub> dan X<sub>2.2</sub> masih cukup tinggi sekitar 52,7% terhadap harga yang melekat pada produk UMKM di Kota Samarinda.

c. Promosi ( $X_3$ )

Deskripsi jawaban responden dapat dilihat pada tabel 3 sebagai berikut:

**Tabel 3**  
**Deskripsi pernyataan variabel promosi ( $X_3$ )**

Item Pernyataan	Frekuensi dan Persentase					Mean
	STS	TS	N	S	SS	
X3.1	2	9	23	35	11	3,61
	1,8%	8,0%	29,5%	49,1%	11,6%	
X3.2	2	1	32	35	10	3,59
	3,6%	9%	37,5%	49,1%	8,9%	
X3.3	2	6	27	37	8	3,60
	1,8%	5,4%	33,0%	50,9%	8,9%	

Berdasarkan tabel 3, menunjukkan hasil bahwa dari 80 responden yang diteliti telah memberi jawaban yang beragam atas variabel promosi. Sebaran jawaban responden

yang memilih jawaban netral pada item pernyataan X<sub>3.1</sub>, X<sub>3.2</sub> dan X<sub>3.3</sub> masih cukup tinggi sekitar 29,5%, 37,5% dan 33,0% terhadap promosi yang melekat pada produk UMKM di Kota Samarinda.

d. Tempat (X<sub>4</sub>)

Deskripsi jawaban responden dapat dilihat pada tabel 4 sebagai berikut:

**Tabel 4**  
**Deskripsi pernyataan variabel tempat (X<sub>4</sub>)**

Item Pernyataan	Frekuensi dan Persentase					Mean
	STS	TS	N	S	SS	
X4.1	3	4	18	36	19	3,79
	2,7%	3,6%	25,0%	50,0	18,8%	
X4.2	1	8	24	34	13	3,66
	9%	7,1%	30,4%	48,2%	13,4%	
X4.3	1	2	25	43	9	3,72
	9%	1,8%	31,3%	56,3%	9,8%	

Sumber: Output SPSS ver. 22. 2023

Berdasarkan tabel 4, menunjukkan hasil bahwa dari 80 responden yang diteliti telah memberi jawaban yang beragam atas variabel tempat. Sebaran jawaban responden yang memilih jawaban netral pada item pernyataan X<sub>4.1</sub>, X<sub>4.2</sub> dan X<sub>4.3</sub> masih cukup tinggi sekitar 25,0%, 30,4% dan 31,3% terhadap tempat yang melekat pada produk UMKM di Kota Samarinda.

**Uji Validitas**

Uji validitas dilakukan untuk mengukur tingkat kesahihan suatu pertanyaan pada kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pernyataan mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur. Kuesioner penelitian dikatakan valid jika nilai signifikansinya > 0,05.

**Tabel 5**  
**Uji Validitas**

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Produk (X <sub>1</sub> )	X1.1	0.771	0.1875	Valid
	X1.2	0.708	0.1875	Valid
	X1.3	0.774	0.1875	Valid
	X1.4	0.633	0.1875	Valid
Harga (X <sub>2</sub> )	X2.1	0.793	0.1875	Valid
	X2.2	0.777	0.1875	Valid
Promotion (X <sub>3</sub> )	X3.1	0.632	0.1875	Valid
	X3.2	0.680	0.1875	Valid
	X3.3	0.673	0.1875	Valid
Tempat (X <sub>4</sub> )	X4.1	0.772	0.1875	Valid
	X4.2	0.861	0.1875	Valid
	X4.3	0.771	0.1875	Valid
enerja UMKM (Y)	Y1	0.733	0.1875	Valid



	Y2	0.774	0.1875	Valid
	Y3	0.787	0.1875	Valid

Sumber: Output SPSS ver. 22. 2023

Berdasarkan uji validitas pada tabel 5 di atas, dapat dilihat bahwa semua variabel dapat dikatakan valid karena semua pernyataan lebih besar dari 0,1875 atau  $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ .

### Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan suatu pengertian bahwa sesuatu instrument cukup dapat dipercaya untuk diinginkan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban dari responden terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam menguji reliabilitas data pada penelitian ini akan menggunakan formula *Cronbach's Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0,60$ .

**Tabel 6**  
**Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Reabilitas/Kriteria	Keterangan
Produk ( $X_1$ )	0.729	0,60	Reliabel
Harga ( $X_2$ )	0.821	0,60	Reliabel
Promosi ( $X_3$ )	0.623	0,60	Reliabel
Tempat ( $X_4$ )	0.826	0,60	Reliabel
Kinerja UMKM (Y)	0.809	0,60	Reliabel

Sumber: Output SPSS ver. 22. 2023

Dapat dilihat pada tabel 6 bahwa hasil *Cronbach's Alpha* untuk semua variabel  $> 0,60$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa kuesioner dapat digunakan sebagai alat ukur yang dapat menjelaskan variabel independen yaitu produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), promosi ( $X_3$ ), Tempat ( $X_4$ ), dan juga variabel dependen yaitu kinerja UMKM (Y) dinyatakan reliabel.

### Regresi Linear Berganda

Metode regresi linear berganda dimaksudkan untuk mengetahui besarnya tingkat pengaruh antara variabel produk, harga, promosi dan tempat terhadap kinerja UMKM di Kota Samarinda. Pengujian regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel 1 sebagai berikut:

**Tabel 7**  
**Analisis Regresi Linear Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,076	1,414		,761	,448
TOTAL X1	,042	,109	,031	,386	,701
TOTAL X2	-,948	,236	-,607	-4,011	,000
TOTAL X3	,456	,084	,924	5,441	,000
TOTAL X4	,034	,084	,036	,402	,689

a. Dependent Variable: TOTAL Y (kinerja UMKM)

Sumber: Output SPSS ver. 22. 2023

Dari tabel 7 di atas diperoleh nilai konstanta sebesar 1,076 dan nilai koefisien untuk variabel *produc* (X1) 0,042 , *Price* (X2) -0,948 *Promotion* (X3) 0,456, *Place* (X4) 0,034, 0,010 maka persamaan regresi diperoleh sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

$$Y = 1,076 + 0,042X_1 + (-0,948X_2) + 0,456X_3 + 0,034X_4 + e$$

Dari persamaan regresi yang tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

- Nilai konstan sebesar 1,076 yang artinya variabel X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub>, X<sub>4</sub>, bernilai 0 maka variabel Y terjadi peningkatan penjualan naik sebesar 1,076.
- Koefisien regresi variabel produk (X<sub>1</sub>) sebesar 0,042 yang artinya jika variabel lain tidak berubah dan meningkat sebesar 1% maka variabel kinerja UMKM (Y) akan meningkat sebesar 0,042. Koefisien positif menunjukkan bahwa variabel produk berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM, semakin tinggi variabel produk maka kinerja UMKM semakin meningkat.
- Koefisien regresi variabel harga (X<sub>2</sub>) sebesar -0,948 yang artinya jika variabel lain tidak berubah dan meningkat sebesar 1% maka variabel peningkatan kinerja UMKM(Y) akan menurun sebesar 0,948. Koefisien negatif menunjukkan bahwa variabel harga tidak berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM, semakin rendah variabel harga maka kinerja UMKM menurun.
- Koefisien regresi variabel promosi (X<sub>3</sub>) sebesar 0,456 yang artinya jika variabel lain tidak berubah dan meningkat sebesar 1% maka variabel kinerja UMKM (Y) akan meningkat sebesar 0,456. Koefisien positif menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM, semakin tinggi variabel promosi maka kinerja UMKM meningkat.
- Koefisien regresi variabel tempat (X<sub>4</sub>) sebesar 0,034 yang artinya jika variabel lain tidak berubah dan meningkat sebesar 1% maka variabel kinerja UMKM (Y) akan meningkat sebesar 0,034. Koefisien positif menunjukkan bahwa variabel tempat berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM, semakin tinggi variabel tempat maka kinerja UMKM meningkat.

### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi mengukur kemampuan model dalam menjelaskan perubahan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi merupakan nilai kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) dapat dilihat pada tabel 2 sebagai berikut:

**Tabel 8**  
**Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,743 <sup>a</sup>	,552	,522	1,272
a. Predictors: (Constant), TOTAL X4, TOTAL X3, TOTAL X2, TOTAL X1				
b. Dependent Variable: TOTAL (Y) KINERJA UMKM				

Sumber: Output SPSS ver. 22. 2023

Berdasarkan tabel 8 diketahui nilai R Square sebesar 0,552 yang artinya bahwa variabel *Produc* ( $X_1$ ), *Price* ( $X_2$ ), *Promotion* ( $X_3$ ), *Place* ( $X_4$ ), memiliki pengaruh sebesar 55,2% terhadap peningkatan penjualan sedangkan 44,8% di pengaruh oleh variabel lain yang tidak diteliti.

### Uji Signifikan Variabel (Uji T)

Uji t merupakan pengujian bertujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen signifikan terhadap variabel dependen yang dipormulasikan dalam model. Hasil uji statistik dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 9**  
**Uji Statistik t**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,076	1,414		,761	,448
	TOTAL X1	,042	,109	,031	,386	,701
	TOTAL X2	-,948	,236	-,607	-4,011	,000
	TOTAL X3	,456	,084	,924	5,441	,000
	TOTAL X4	,034	,084	,036	,402	,689
a. Dependent Variable: TOTAL Y						

Sumber: Output SPSS ver. 22. 2023

- Hipotesis yang pertama diketahui untuk variabel produk ( $X_1$ ) t hitung = 0,386 < t tabel = 1,658 dengan signifikan 0,701 < 0,05 artinya terdapat pengaruh signifikan

- terhadap kinerja UMKM.
2. Hipotesis yang kedua diketahui untuk variabel harga ( $X_2$ )  $t$  hitung =  $-4,011 > t$  tabel =  $1,658$  dengan signifikan  $0,000 < 0,05$  artinya tidak terdapat pengaruh positif tetapi signifikan terhadap kinerja UMKM.
  3. Hipotesis yang ketiga di ketahui untuk variabel promosi ( $X_3$ )  $t$  hitung =  $5,441 > t$  tabel =  $1,658$  dengan signifikan  $0,000 < 0,05$  artinya terdapat pengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM.
  4. Hipotesis yang keempat di ketahui untuk variabel tempat ( $X_4$ )  $t$  hitung =  $0,402 < t$  tabel =  $1,658$  dengan signifikan  $0,689 > 0,05$  artinya tidak berpengaruh signifikan terhadap peningkatan kinerja UMKM.

## PEMBAHASAN

- a. Pengaruh produk ( $X_1$ ) terhadap kinerja UMKM di Kota Samarinda  
Hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini adalah pengaruh produk terhadap kinerja UMKM di Kota Samarinda, dimana hasil hipotesis menunjukkan bahwa produk ( $X_1$ )  $t$  hitung =  $0,386 < t$  tabel =  $1,658$  dengan signifikan  $0,701 < 0,05$  artinya terdapat pengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM di Kota Samarinda.  
Menurut (Ricky Martjiono, Santoso, Aprilia, & Remiasa, 2014), Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) pada rumah makan Kakkk Ayam Geprek.
- b. Pengaruh harga ( $X_2$ ) terhadap kinerja UMKM di Kota Samarinda  
Hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini adalah pengaruh harga terhadap kinerja UMKM di Kota Samarinda, dimana hasil hipotesis menunjukkan bahwa harga ( $X_2$ )  $t$  hitung =  $-4,011 > t$  tabel =  $1,658$  dengan signifikan  $0,000 < 0,05$  artinya terdapat pengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM di Kota Samarinda.  
Menurut (Amanah, 2015), Hasil penenlitiannya bahwa harga berpengaruh terhadap kinerja usaha mikro kecil dan menengah.
- c. Pengaruh promosi ( $X_3$ ) terhadap kinerja UMKM di Kota Samarinda  
Hipotesis ketiga yang diajukan dalam penelitian ini adalah pengaruh promosi terhadap kinerja UMKM di Kota Samarinda, dimana hasil hipotesis menunjukkan bahwa promosi ( $X_3$ )  $t$  hitung =  $5,441 > t$  tabel =  $1,658$  dengan signifikan  $0,000 < 0,05$  artinya terdapat pengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM di Kota Samarinda.  
Menurut (Harini & Yulianeu, 2019), Hasil penelitiannya menjelaskan bahwa promosi berpengaruh terhadap kinerja pemasaran UMKM di Kota Semarang.
- d. Pengaruh tempat ( $X_4$ ) terhadap kinerja UMKM di Kota Samarinda  
Hipotesis ketiga yang diajukan dalam penelitian ini adalah pengaruh tempat terhadap kinerja UMKM di Kota Samarinda, dimana hasil hipotesis menunjukkan bahwa tempat ( $X_4$ )  $t$  hitung =  $0,402 > t$  tabel =  $1,658$  dengan signifikan  $0,689 < 0,05$  artinya

tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM di Kota Samarinda. Menurut (Tiris Sudrartono, 2020), Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa perhitungan nilai regresi Linear sederhana yang meramalkan hubungan naik turunnya kedua variabel yang terlihat jika variabel strategi bauran pemasaran yang diterapkan dilaksanakan dengan baik maka variabel perkembangan UKM maka mengalami peningkatan sebesar 0,448 satu satuan. Dan sebaliknya jika variabel dan sebaliknya jika variabel perkembangan UKM tidak dilaksanakan dengan baik maka variabel strategi bauran pemasaran sebesar 0,448 satu satuan dengan asumsi ceteris paribus.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya mengenai dampak pemasaran digital bauran pemasaran 4p terhadap kinerja umkm Kota Samarinda dapat di simpulkan sebagai berikut:

- a. Variabel produk ternyata berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM.
- b. Variabel harga ternyata tidak berpengaruh positif tetapi signifikan terhadap kinerja UMKM.
- c. Variabel promosi ternyata berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM.
- d. Variabel kualitas tempat ternyata berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kinerja UMKM.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan, maka saran yang diajukan sebagai berikut:

- a. Variabel produk berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM di Kota Samarinda disebabkan bahwa produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik karena didukung dengan keterampilan pelaku UMKM yang sudah memiliki keterampilan.
- b. Variabel harga tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM di Kota Samarinda disebabkan harga yang cukup mahal karena disebabkan bahan baku yang juga mahal, sedangkan daya beli masyarakat terhadap produk UMKM masih sangat rendah.
- c. Variabel promosi berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM di Kota Samarinda disebabkan bahwa promosi salah satu alat untuk menjangkau konsumen dengan menggunakan iklan baik melalui media online maupun offline, serta pameran UMKM yang setiap tahun dilakukan.
- d. Variabel tempat berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap kinerja UMKM di Kota Samarinda, hal tersebut disebabkan bahwa Sebagian besar tempat usaha pelaku UMKM tidak strategis sehingga susah terjangkau oleh konsumen.

## DAFTAR RUJUKAN

- Adewale, G., Adesola, M. A., & Oyewale, I. O. (2013). Impact of Marketing Strategy on Business Performance A Study of Selected Small and Medium Enterprises ( Smes ) In. *Journal of Business and Management*, 11(4), 59–66.
- Alma, B. (2016). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. *Alfabeta*. Bandung, 2015, 73–75.
- Amanah, D. (2015). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kinerja Usaha Kecil Dan Menengah. *JURNAL Pengabdian Kepada Masyarakat*, 21(81), 15–19.
- Amzad, M., Sarker, H., Aimin, W., & Begum, S. (2012). Investigating the Impact of Marketing Mix Elements on Tourists 'Satisfaction: An Empirical Study on East Lake. *European Journal of Business and Management*, 4(7), 2222–2839.
- Cathy H. C. Hsu, T. P. (2019). Marketing hospitality. In *English Today*. <https://doi.org/10.1017/S0266078419000518>
- Ekowati, S., & Finthariasari, M. (2020). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Eleven Cafe Bengkulu. *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen, Dan Ekonomi Islam*, 1(1). <http://jurnal.umb.ac.id/index.php/jamekis>
- Finthariasari, M., & Zetira, A. M. (2022). Purchase Intention: Pengaruh Price Discount, Bonus Pack Dan Celebrity Endorser. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 18(1), 16–25. <http://jurnal.feb.unila.ac.id/index.php/jbm/article/view/233>
- Fitriah, A. W., Rosdi, S. N., Rosli, M. M., Mustapha, N., Aziz, Z. A., Ibrahim, W. M. Y. W., Mohd Shahril Nizam Md. Radzi1, N. Z. A., & Yaacob, A. A. (2019). The Effects of Marketing Mix on Small Fish Farming Business Performance. *Revista Publicando*, 6(19), 16.
- Harini, C., & Yulianeu. (2019). Meningkatkan Kinerja Pemasaran UMKM Kota Semarang melalui Strategi Penetrasi Pasar Universitas Pandanaran. *Ikraith-Ekonomika*, 2(1), 59–66.
- Hendrawan, A., Sucahyowati, H., Cahyandi, K., Indriyani, & Rayendra, A. (2019). Pengaruh Marketing Digital Terhadap Kinerja Penjualan Produk UMKM Asti Gauri di Kecamatan Bantasari Cilacap. *Jurnal Administrasi Dan Kesekretarisan*, 4(1), 53–60.
- Kazem, A. (2006). *Exporting Firms' Strategic Choices: The Case of Egyptian SMEs in teh Food Industry*.
- Kemppainen, K., Vepsalainen, A. P. J., & Tinnila, M. (2008). Mapping the structural properties of production process and product mix. *International Journal of Production Economics*, 111(2), 713–728. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2007.03.020>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing 17th Global Edition. In *Pearson Education Limited*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Magement. In *Pearson*.
- Langat, N. (2016). Influence of Product , Price , Promotion and Place on Enterprise Project Performance : a Case of Safaricom Enterprise Project , Uasin Gishu County , Kenya. *Theses*.
- Mashuri, M. (2019). Analisis Strategi Pemasaran UMKM Di Era 4.0. *IQTISHADUNA*:

- Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 8(2), 215–224.  
<https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v8i2.175>
- Oktarini, D., Finthariasari, M., Nuari, T. N. V., Marta, F. R., & Yami, F. M. (2022). Strategi Desain Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Mebel Sederhana. *Proceeding Seminar Nasional Business Corporate*, 1(1), 135–146.
- Owomoyela, S., Ola, O., & Oyeniyi, K. (2013). Investigating The Impact of Marketing Mix Elements on Consumer Loyalty: An empirical study on Nigerian Breweries PLC. *Interdisciplinary Business Research*, 4(11), 485–496.
- Putri, R. N. (2020). Indonesia dalam Menghadapi Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 20(2), 705.  
<https://doi.org/10.33087/jiubj.v20i2.1010>
- Ricky Martjiono, Santoso, S. P., Aprilia, A., & Remiasa, M. (2014). Analisa Pengaruh Bauran Pemasaran ( 7P ) Terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Kakkk , Ayam Geprek !!! *Journal of Marketing, Surabaya*, 484–494.
- Risal, M., & Salju, S. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran (4Ps) Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran (Studi Kasus Pada: Industri Kecil Pengolahan Rumput Laut Di Provinsi Sulawesi Selatan). *Balance : Business, Management and Accounting Journal*, 14(1), 1–18.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D. *Buku, Alfabeta: Bandung*.
- Tiris Sudrartono, D. S. (2020). Pengaruh Strategis Bauran Pemasaran Terhadap Perkembangan UKM Di Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Bandung. *Проблемы Современной Экономики*, 2(1), 59–74.

## EFEKTIVITAS PENYALURAN DANA PROGRAM KELUARGA HARAPAN (PKH) DALAM UPAYA PENGENTASAN KEMISKINAN

### *THE EFFECTIVENESS OF DISTRIBUTION OF FAMILY HOPE PROGRAM (PKH) FUNDS IN EFFORTS TO ALLEDUATE POVERTY*

Yuli Handika<sup>1</sup>, Desi Isnaini<sup>2</sup>, Yunida Een Fryanti<sup>3</sup>

Universitas Islam Negeri (UIN) Fatmawati Sukarno Bengkulu<sup>1-3</sup>  
[yulih248@gmail.com](mailto:yulih248@gmail.com)<sup>1</sup>, [desi\\_isnaini@mail.uinfasbengkulu.ac.id](mailto:desi_isnaini@mail.uinfasbengkulu.ac.id)<sup>2</sup>,  
[yunidaf.een@gmail.com](mailto:yunidaf.een@gmail.com)<sup>3</sup>

Jl. Raden fatah pagar dewa, Kota Bengkulu, 38211

Corresponding email: [yulih248@gmail.com](mailto:yulih248@gmail.com)

---

#### INFORMASI ARTIKEL

##### Riwayat Artikel:

Diterima : 26 Juli 2023

Direvisi : 04 Agustus 2023

Disetujui : 06 Agustus 2023

##### Keywords:

*Effectiveness of Fund Distribution, Family Hope Program Fund (PKH), Poverty Alleviation Efforts*

##### Kata kunci:

Efektivitas Penyaluran Dana, Dana Program Keluarga Harapan (PKH), Upaya Pengentasan Kemiskinan

---

#### ABSTRACT:

*The purpose of this study was to find out how effective the distribution of the Family Hope Program (PKH) funds was and the obstacles in the process of channeling PKH funds in Muara Tiku Village, Karang Jaya District, North Musi Rawas Regency. In this study the authors used qualitative descriptive research methods through interviews, observation, and documentation with research locations in Muara Tiku Village, Karang Jaya District, North Musi Rawas Regency, totaling 60 informants. The results showed that the Family Hope Program (PKH) in Muara Tiku Village, Karang Jaya District, was not maximally effective. Where only 2 indicators are said to be effective, namely indicators of goal achievement and real change. Meanwhile, the other 3 indicators were not yet effective, namely indicators of program understanding, target accuracy, and timeliness. Then, the obstacles that usually occur in the process of distributing the Family Hope Program (PKH) funds are the lack of meetings between KPM and PKH facilitators, the distance of the post office from the village, and the process of updating data that takes a long time.*

#### ABSTRAK:

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa efektif penyaluran dana Program Keluarga Harapan (PKH) dan kendala dalam proses penyaluran dana PKH di Desa Muara Tiku Kecamatan Karang Jaya Kabupaten Musi Rawas Utara. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif



melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan lokasi penelitian di Desa Muara Tiku Kecamatan Karang Jaya Kabupaten Musi Rawas Utara berjumlah 60 informan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Program Keluarga Harapan (PKH) Di Desa Muara tiku kecamatan karang jaya belum efektif secara maksimal. Dimana hanya 2 indikator yang dikatakan efektif yaitu indikator tercapainya tujuan dan adanya perubahan nyata. Sedangkan 3 indikator lainnya belum efektif yaitu indikator pemahaman program, ketepatan sasaran, dan ketepatan waktu. Kemudian, kendala yang biasa terjadi dalam proses penyaluran dana Program Keluarga Harapan (PKH) yaitu kurangnya pertemuan antara KPM dan pendamping PKH, jauhnya jarak kantor pos dari desa, dan proses pemutakhiran data yang berlangsung lama.

## PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang memiliki penduduk yang padat dengan jumlah penduduk yang berkisaran 275,8 juta jiwa di pertengahan tahun 2022 yang terbagi dalam 38 provinsi ((Badan Pusat Statistik (Bps) Nasional 2022, n.d.)). Dengan populasi penduduk terbesar ini Indonesia dihadapkan berbagai permasalahan seperti kemiskinan, pengangguran dan lain sebagainya. Dari banyaknya permasalahan yang dihadapi oleh pemerintah, kemiskinan adalah masalah utama yang ada didalam kehidupan masyarakat. karena pola pikir masyarakat yang tidak ingin maju dan berkembang. Masalah kemiskinan sudah menjadi hal yang biasa terjadi di setiap Negara, baik negara maju maupun negara berkembang, seperti indonesia.

Menurut Kenneth & Jane (2003) penyebab kemiskinan adalah *pertama*, teori yang menekankan pada nilai- nilai. Mereka miskin karena mereka bodoh, malas, tidak ulet, tidak memiliki prestasi, dan fatalistik. *Kedua*, teori yang menekankan pada organisasi ekonomi masyarakat. orang itu miskin karena kurangnya peluang dan kesempatan untuk memperbaiki hidup. *ketiga*, teori yang menekankan pada pembagian kekuasaan dalam struktur sosial dan tatanan masyarakat.

Garis kemiskinan pada maret 2022 adalah sebesar Rp505.469,00 per kapita perbulan, dengan komposisi garis kemiskinan makanan sebesar Rp374.455,00 (74,04 persen) dan garis kemiskinan bukan makanan sebesar Rp131.014, 00 (25,92 persen) dibandingkan september 2021, garis kemiskinan naik sebesar 3,97 persen. Sementara jika dibandingkan maret 2021, terjadi kenaikan sebesar 6,97 persen. (Badan Pusat Statistik (Bps) Nasional 2022).

Berbagai upaya telah dilakukan pemerintah indonesia dalam menanggulangi kemiskinan. Upaya tersebut dilakukan untuk memberikan peluang bagi masyarakat miskin untuk meningkatkan kesejahteraan hidupnya. Dan salah satu upaya yang dilakukan pemerintah dalam mengurangi angka kemiskinan adalah dengan membuat kebijakan terkait pemberdayaan keluarga miskin melalui program keluarga harapan (PKH) yang mulai dicanangkan pemerintah sejak tahun 2007. Berdasarkan keputusan Menteri Koordinator Bidang Kesejahteraan Rakyat Selaku Ketua Tim Koordinasi

Penanggulangan Kemiskinan No. 31 /KEP /MENKO /KESRA /IX/2007), yang memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Meningkatkan taraf hidup keluarga penerima manfaat melalui akses layanan pendidikan, kesehatan, dan kesejahteraan sosial.
2. Mengurangi beban pengeluaran dan meningkatkan pendapatan keluarga miskin dan rentan.
3. Menciptakan perubahan perilaku dan kemandirian keluarga penerima manfaat dalam akses layanan kesehatan dan pendidikan serta kesejahteraan sosial.
4. Mengurangi kemiskinan dan kesenjangan.
5. Mengenalkan manfaat produk dan jasa keuangan formal kepada keluarga penerima manfaat.
6. Sasaran penerima Program Keluarga Harapan (PKH) ialah keluarga miskin dan rentan yang telah terdaftar dalam daftar data terpadu program penanganan fakir miskin yang memiliki komponen kesehatan, pendidikan dan kesejahteraan sosial (RI, 2022).

Bantuan yang diberikan kepada keluarga penerima manfaat diberikan secara 4 (empat) tahap dalam satu tahun, selain diberikan bantuan langsung bersyarat Keluarga Penerima Manfaat (KPM) juga diberikan pendamping dalam pelaksanaan program PKH ini. Pendamping bertugas memberikan pendampingan kepada masyarakat agar terciptanya ekonomi kreatif sehingga terlepas dari kemiskinan, sehingga program ini memberikan bantuan sekaligus mendidik masyarakat agar tidak selalu ketergantungan dan mengharapkan uluran tangan dari pemerintah.

Dalam hal ini, Program Keluarga Harapan (PKH) diharapkan mampu mengatasi kemiskinan yang terjadi di Indonesia. Terutama pada masa tanggap darurat *corona virus disease 2019* (covid- 19) kemarin, ada banyak bantuan sosial (bansos) yang diberikan oleh pemerintah sebagai jaring pengaman sosial bagi keluarga pra-sejahtera yang terdampak pandemi covid -19. Bansos tersebut terdiri dari Bansos Reguler, Bansos Khusus Dan Bantuan Tanggap Darurat. Tiga komponen PKH terbagi dalam lima kategori, oleh sebab itu nilai bantuan untuk setiap kategori dalam komponen PKH juga memiliki perbedaan (Nova, 2022).

Bantuan yang digulirkan oleh pemerintah termasuk PKH yang di tujuhan untuk masyarakat miskin juga dirasakan oleh seluruh masyarakat Desa Muara Tiku Kecamatan Karang Jaya Kabupaten Musi Rawas Utara yang merupakan salah satu desa dengan aliran sungai yang terletak di Kecamatan Karang Jaya Kabupaten Musi Rawas Utara dengan jarak ke kabupaten sekitar  $\pm$  45 km.

Desa Muara Tiku ini termasuk wilayah kategori miskin, yang hanya sedikit keluarga yang mendapatkan manfaat dari Program Keluarga Harapan (PKH), yaitu sebanyak 60 keluarga yang masih aktif menerima bantuan dari program PKH ini. Hal ini dikarenakan adanya program pemerintah berupa Bantuan Pangan Non- Tunai (BPNT), sehingga yang mendapatkan BPNT tidak akan mendapatkan bantuan PKH supaya masyarakat Desa Muara Tiku bisa mendapatkan manfaat dari masing- masing program. Dari survei yang dilakukan peneliti terhadap penyaluran dana Program Keluarga Harapan (PKH) ditemukan adanya keterlambatan pencairan bantuan, bagi masyarakat pendapatan rendah dikhawatirkan hal ini semakin berdampak buruk bagi perekonomiannya, kemudian ditemukan beberapa KPM yang bisa dikatakan mampu namun, mendapatkan bantuan PKH, ataupun sebaliknya yang layak mendapatkan

bantuan tidak mendapatkan bantuan PKH, sehingga menyebabkan adanya kecemburuan sosial antara keluarga masyarakat.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Efektivitas

Menurut Nuraida (2019) mengatakan bahwa efektivitas adalah jangkauan usaha suatu program sebagai suatu sistem dengan sumber daya dan sarana tertentu untuk memenuhi tujuan dan sasaran tanpa melumpuhkan cara dan sumber daya itu sendiri serta tanpa member tekanan yang tidak wajar terhadap pelaksanaannya. Sedangkan, menurut Gibson efektivitas adalah pencapaian tujuan dan sasaran yang telah ditentukan untuk mencapai tujuan usaha bersama. Tingkat tujuan dan sasaran itu menunjukkan tingkat efektivitas. Efektivitas yaitu hasil perbandingan antara target dengan hasil yang di capai sesungguhnya, Efektivitas digunakan untuk mengukur pendapatan suatu entitas dengan target yang telah ditetapkan (Perwitasari, 2022).

Menurut Nuraida (2019) efektivitas dapat diukur dengan menggunakan beberapa indikator, yaitu sebagai berikut:

1. Pemahaman Program, yaitu untuk mengetahui sejauh mana masyarakat dapat memahami program. Melalui program maka segala bentuk rencana akan lebih terorganisir dan lebih mudah untuk dioperasionalkan. Dengan memperhatikan kelompok sasaran maka suatu program dapat dikatakan efektif atau tidak.
2. Tepat Sasaran, yaitu bagaimana program yang dirancang oleh pengelola kepada kelompok sasaran atau sejauhmana suatu lembaga berhasil merealisasikan sasaran yang hendak dicapai.
3. Tepat Waktu, yaitu untuk penggunaan waktu dalam pelaksanaan program, harus sesuai dengan jadwal yang sudah ditentukan sebelumnya. Dengan waktu yang tepat maka program akan berjalan efektif.
4. Tercapainya Tujuan, yaitu untuk mengetahui apakah tujuan dari dibentuknya program sudah tercapai atau belum.
5. Perubahan Nyata, yaitu untuk mengetahui bagaimana bentuk perubahan nyata sebelum dan sesudah adanya program tersebut. Sehingga dapat diukur melalui sejauh mana program tersebut memberikan suatu efek atau dampak serta perubahan nyata bagi masyarakat.

### Program Keluarga Harapan (PKH)

Program Keluarga Harapan atau sering disebut PKH, adalah program pemberian bantuan sosial bersyarat kepada Keluarga Miskin (KM) dan rentan yang terdaftar dalam data terpadu kesejahteraan sosial (DTKS) dan ditetapkan sebagai Keluarga Penerima Manfaat (KPM) PKH. Program Keluarga Harapan (PKH) dibentuk sebagai salah satu upaya pemerintah dalam percepatan penanggulangan kemiskinan. Program perlindungan social ini dikenal di dunia Internasional dengan istilah *Conditional Cash Transfers (CCT)* (RI, 2021).

Sebagai sebuah program bantuan sosial bersyarat dalam upaya pengentasan kemiskinan, PKH bertujuan membuka akses KPM bagi ibu hamil dan balita dalam memanfaatkan fasilitas/layanan kesehatan (faskes) dan anak sekolah dalam memanfaatkan fasilitas/layanan pendidikan (fasdik) yang tersedia di dekat tempat tinggal mereka. Manfaat PKH saat ini juga diarahkan untuk mencakup penyandang

disabilitas dan lanjut usia dengan tujuan untuk mempertahankan kesejahteraan sosial. PKH dinilai memiliki peran terhadap peningkatan konsumsi dalam keluarga. Hal tersebut dibuktikan pada penelitian *microsave* tahun 2019 yang menunjukkan bahwa PKH memberikan dampak terhadap perubahan konsumsi rumah tangga meningkat lebih tinggi 3,8 % dibandingkan konsumsi rumah tangga Non-KPM PKH.

### **Tujuan Program Keluarga Harapan( PKH )**

Adapun tujuan dari Program Keluarga Harapan (PKH) ini adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan taraf hidup Keluarga Penerima Manfaat (KPM) melalui akses layanan pendidikan, kesehatan, dan kesejahteraan sosial.
2. Mengurangi beban pengeluaran dan meningkatkan pendapatan keluarga miskin dan rentan.
3. Menciptakan perubahan perilaku dan kemandirian KPM dalam mengakses layanan kesehatan dan pendidikan serta kesejahteraan sosial.
4. Mengurangi kemiskinan dan kesenjangan.
5. Mengkenalkan manfaat produk dan jasa keuangan formal kepada KPM.

### **Hak dan kewajiban keluarga penerima manfaat PKH**

#### 1) Hak KPM PKH

Adapun hak yang didapatkan Keluarga Penerima Manfaat PKH yaitu, mendapatkan bantuan sosial PKH, pendampingan sosial PKH, pelayanan di fasilitas kesehatan, pendidikan, dan kesejahteraan sosial, dan mendapatkan program bantuan komplementer di bidang kesehatan, pendidikan, subsidi energi, ekonomi, perumahan, dan pemenuhan kebutuhan dasar lainnya.

#### 2) Kewajiban KPM PKH

Adapun kewajiban KPM PKH ini terbagi kedalam dua kondisi, sebagai berikut:

### **Kewajiban KPM PKH pada kondisi normal terdiri dari:**

- a) Komponen kesehatan terdiri dari ibu hamil/nifas/menyusui, anak usia dini (0-6 tahun) yang belum bersekolah wajib memeriksakan kesehatan pada fasilitas atau layanan kesehatan sesuai protokol kesehatan.
- b) Komponen pendidikan terdiri dari anak usia sekolah wajib belajar 12 tahun, wajib mengikuti kegiatan belajar dengan tingkat kehadiran paling sedikit 85% dari hari belajar efektif.
- c) Komponen kesejahteraan sosial terdiri dari lanjut usia dan penyandang disabilitas berat, wajib mengikuti kegiatan dibidang kesejahteraan sosial sesuai kebutuhan yang dilakukan minimal setahun sekali.
- d) KPM hadir dalam pertemuan kelompok atau pertemuan peningkatan kemampuan keluarga (P2K2) setiap bulan.
- e) Seluruh anggota KPM harus memenuhi kewajibannya kecuali jika terjadi keadaan kahar (*force majeure*).
- f) KPM yang tidak memenuhi kewajibannya akan dikenakan sanksi. Mekanisme sanksi ditetapkan lebih lanjut dalam petunjuk pelaksanaan verifikasi komitmen.

**Kewajiban KPM PKH pada kondisi pandemi covid-19 terdiri dari:**

- a) Komponen kesehatan terdiri dari ibu hamil/nifas/menyusui, anak usia dini (0-6 tahun) yang belum bersekolah wajib memeriksakan kesehatan pada fasilitas atau layanan kesehatan sesuai protokol kesehatan.
  - b) Komponen pendidikan terdiri dari anak usia sekolah wajib belajar 12 tahun, wajib mengikuti kegiatan belajar dengan penerapan protokol kesehatan sesuai peraturan yang ditetapkan oleh pemerintah daerah dan gugus tugas covid-19.
  - c) Komponen kesejahteraan social terdiri dari lanjut usia dan penyandang disabilitas berat, wajib mengikuti kegiatan di bidang kesejahteraan sosial sesuai kebutuhan yang dilakukan minimal setahun sekali dengan menerapkan protokol kesehatan.
- 3) Besaran Bantuan
- Penyaluran bantuan Program Keluarga Harapan (PKH) kepada Keluarga Penerima Manfaat (KPM) diberikan empat tahap dalam setahun. Adapun bantuan yang diterima setiap peserta PKH adalah sebagai berikut:

**Tabel. 1**  
**Besaran bantuan KPM PKH**

No	Kategori	Indeks Bantuan(Rp)
1	Kategori ibu hamil/nifas	Rp. 3.000.000,-
2	Kategori anak usia dini 0 s.d 6 tahun	Rp. 3.000.000,-
3	Kategori Pendidikan anak SD/Sederajat	Rp. 900.000,-
4	Kategori Pendidikan SMP/Sederajat	Rp. 1.500.000,-
5	Kategori Pendidikan SMA/Sederajat	Rp. 2.000.000,-
6	Kategori penyandang disabilitas berat	Rp. 2.400.000,-
7	Kategori lanjut usia	Rp. 2.400.000,-

**Sasaran Penerima PKH**

**1) Komponen Kesehatan**

Komponen kesehatan ini terbagi dalam dua kategori yaitu kategori ibu hamil dan anak usia dini. Kategori ibu hamil; maksimal 2 kali kehamilan dan kategori anak usia dini; yaitu anak usia 0 s/d 6 tahun maksimal 2 anak.

**2) Komponen Pendidikan**

Komponen Pendidikan ini terbagi dalam 3 kategori yaitu kategori anak SD/MI Sederajat, SMP/MTs Sederajat dan SMA/Sederajat yang merupakan anak usia 6 s/d 21 tahun yang belum menyelesaikan wajib belajar 12 tahun.

**3) Komponen Kesejahteraan Masyarakat**

Komponen Kesejahteraan ini terbagi dalam 2 kategori, yaitu kategori Lanjut Usia yang maksimal 1 orang dan berada dalam keluarga, dan kategori Penyandang Disabilitas berat yaitu penyandang disabilitas fisik dan disabilitas mental yang maksimal 1 orang dan berada dalam keluarga .

## Konsep Kemiskinan

Menurut Huda (2015) mendefinisikan kemiskinan sebagai ketidakmampuan seseorang dalam memenuhi kebutuhan sendiri. Namun, ketidakmampuan untuk memenuhi apa yang tidak dibutuhkan bukanlah kemiskinan. Jika barang yang dibutuhkan tersedia dan terjangkau oleh seseorang, maka dia tidak akan diperlakukan sebagai orang miskin.

Menurut Kadji (2018) mengatakan bahwa kemiskinan adalah suatu *integrated concept* yang memiliki lima dimensi, yaitu 1). Kemiskinan (*proper*), 2). Ketidakberdayaan (*powerless*) 3). Kerentanan mengatasi situasi darurat (*state of emergency*), 4). Ketergantungan (*dependance*), 5). Keterasingan (*isolation*) baik secara geografis maupun sosiologis.

Binadhi (2017) Mengemukakan bahwa konsep kemiskinan bersifat banyak sisi dan kompleks, oleh karena itu para ahli mengklasifikasikannya dalam tiga jenis kemiskinan:

- 1) Kemiskinan alamiah, merupakan kemiskinan yang disebabkan oleh kualitas sumber daya alam dan sumber daya manusia yang rendah.
- 2) Kemiskinan kultural, merupakan kemiskinan yang terkait erat dengan sikap seseorang atau kelompok dalam masyarakat yang tidak mau berusaha memperbaiki tingkat hidupnya.
- 3) Kemiskinan struktural, merupakan kemiskinan yang secara langsung maupun tidak disebabkan oleh tatanan kelembagaan atau struktur sosial dalam masyarakat.

## Program Pengentasan Kemiskinan

Pengentasan adalah mengikat keatas, jadi pengentasan dapat diartikan sebagai sesuatu yang membawa kearah yang lebih baik atau membawa perubahan positif. Kemiskinan merupakan ketidakanggupan seseorang untuk memenuhi kebutuhan dasar hidupnya untuk mencapai hidup yang lebih layak sesuai standar minimal. Pengentasan kemiskinan merupakan suatu upaya membantu seseorang atau masyarakat yang kurang mampu dalam memenuhi kebutuhan dasar (Kadji, 2016).

Untuk meningkatkan koordinasi penanggulangan kemiskinan, pemerintah menerbitkan peaturan presiden nomor 15 tahun 2010, tentang percepatan penanggulangan kemiskinan. Yang mengamanatkan untuk membentuk tim nasional percepatan penanggulangan kemiskinan (TKPK) provinsi dan kabupaten/kota. Dan telah mengklasifikasikan kebijakan dalam tiga kelompok (klaster) sebagai berikut:

### a) Klaster I

Klaster I adalah kelompok kebijakan penanggulangan kemiskinan berbasis bantuan dan perlindungan sosial. Fokus utama kebijakan ini adalah untuk pemenuhan hak dasar yang ditujukan untuk memperbaiki kualitas kehidupan masyarakat miskin untuk kehidupan yang lebih baik. Mekanisme pelaksanaan program bersifat langsung dan klasifikasi program ini meliputi program Jaminan Kesehatan Masyarakat (JAMKESMAS), Beras untuk Keluarga Miskin (RASKIN), Bantuan Siswa Miskin (BSM) dan Program Keluarga Harapan (PKH).

### b) Klaster II

Klaster II adalah kelompok kebijakan berbasis pemberdayaan masyarakat. Fokus utama program ini adalah untuk memperbaiki kualitas kehidupan

masyarakat miskin melalui pendekatan pemberdayaan yang dimaksudkan agar masyarakat keluar dari kemiskinan dengan menggunakan potensi dan sumberdaya yang dimiliki. Jenis program klaster II ini adalah PNPM Mandiri.

**c) Klaster III**

Klaster III adalah kebijakan berbasis pemberdayaan usaha mikro yang memberikan akses seluas-luasnya kepada masyarakat miskin untuk dapat berusaha dan meningkatkan kualitas hidupnya dengan memberikan modal atau pembiayaan dalam skala mikro. Program pada klaster III ini adalah Kredit Usaha Rakyat (KUR). Dari penjelasan diatas dapat diketahui bahwa adanya keseriusan pemerintah dalam menganggulangi kemiskinan. Hal ini terbukti dengan adanya program-program penanggulangan kemiskinan yang diberikan pemerintah salah satunya adalah PKH yang berupa bantuan tunai bersyarat yang diberikan pemerintah kepada masyarakat miskin.

**METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini adalah studi kasus, yaitu penelitian tentang suatu kesatuan sistem yang dapat berupa program, kegiatan, peristiwa, atau sekelompok individu yang berkaitan dengan tempat, waktu atau ikatan tertentu. Karena Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan termasuk studi kasus maka hasil penelitian ini bersifat deskriptif. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data berupa, data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yaitu, wawancara, observasi dan dokumentasi. Dalam penelitian ini, penyajian data diawali dengan memberikan deskripsi hasil penelitian, yaitu data yang didapatkan peneliti melalui proses reduksi data, sehingga peneliti dapat melihat apa yang terjadi dan menarik kesimpulan serta pengambilan tindakan.

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Penyaluran dana Program Keluarga Harapan (PKH) di Desa Muara Tiku Kecamatan Karang Jaya sudah berjalan sejak tahun 2011 hingga sekarang dan ditandai dengan adanya masyarakat yang mendapatkan bantuan PKH.

**Tabel. 1**  
**Jumlah KPM PKH**

No	Jumlah keluarga penerima manfaat PKH	Desa	Kecamatan	Kabupaten
1	60	Muara Tiku	Karang Jaya	Musi Rawas Utara

*Sumber : data diolah ( data primer )*

Menurut, wawancara mengenai jumlah KPM PKH terhadap Bapak Nata selaku sekretaris desa, beliau mengatakan bahwa:

*“untuk yang mendapatkan bantuan PKH di 5 tahun terakhir ini memang sedikit,tidak sampai 200 orang. Hal ini dikarekan masyarakat desa banyak yang mendapatkan bantuan lain contohnya BPNT,BLT. kemudian sebab lain yaitu perubahan status ekonomi masyarakat juga menentukan layak atau tidak menerima bantuan PKH ini”.*

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat diketahui bahwa masyarakat yang sudah mendapatkan bantuan lain seperti Bantuan Pangan Non Tunai (BPNT) tidak akan mendapatkan bantuan PKH berupa uang tunai supaya setiap masyarakat menerima bantuan sosial yang diberikan oleh pemerintah.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, efektifitas penyaluran dana Program Keluarga Harapan (PKH) di Desa Muara Tiku sudah berjalan yang ditandai dengan adanya keluarga penerima manfaat (KPM) PKH, sehingga peningkatan taraf hidup masyarakat melalui akses kesehatan, pendidikan, dan kesejahteraan sosial dalam membantu mengentaskan kemiskinan sudah bisa dirasakan oleh peserta PKH Desa Muara Tiku.

### **Efektifitas Program Keluarga Harapan ( PKH ) di Desa Muara Tiku Kecamatan Karang Jaya**

Efektifitas diartikan sebagai pengukuran keberhasilan dalam pencapaian tujuan-tujuan. Efektifitas berarti tujuan yang telah direncanakan sebelumnya dapat tercapai karena adanya proses kegiatan. Efektifitas program keluarga harapan (PKH) didefinisikan sebagai mengukur terhadap sejauh mana pelaksanaan Program Keluarga Harapan (PKH) dalam memberikan kontribusi untuk membantu Rumah Tangga Miskin dan rentan (RTM).

Dalam mengukur tingkat efektivitas program dapat dilihat menggunakan 5 (lima) indikator:

#### **Pemahaman Program**

Pemahaman program terhadap masyarakat dapat dilakukan melalui kegiatan sosialisasi, diskusi atau sharing dan mengadakan pertemuan rutin. Berdasarkan wawancara terhadap 60 peserta PKH 39 responden menjawab belum paham. Hal ini dikarenakan kurangnya sosialisasi ataupun informasi yang diberikan antara pendamping. Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Nirdawana selaku peserta PKH komponen pendidikan, ia mengatakan bahwa:

*“Sebelum adanya pandemi itu diadakan pertemuan kelompok ataupun pertemuan rutin sebulan sekali, tapi setelah adanya pandemi sudah jarang dilakukan hingga sekarang. Biasanya kalau uangnya dicairkan baru kami kumpul”*

Hal serupa juga diungkapkan oleh ibu petil selaku peserta PKH Desa Muara Tiku. Ia mengatakan bahwa:

*“Jarang diadakan pertemuan rutin, jadi kami bingung kapan dana tersebut dicairkan ataupun diberikan”.*

Selain itu, peneliti juga menanyakan tentang pemahaman mengenai hak dan kewajiban sebagai KPM PKH, yaitu kepada Ibu Lusi yang merupakan peserta PKH komponen pendidikan, ia mengatakan bahwa :

*“saya belum paham dek, hak dan kewajiban saya sebagai peserta PKH, tiba-tiba saja saya di panggil katanya dapat bantuan PKH, saya belum sempat nanya – nanya juga”.*

Sedangkan menurut Ibu Salmia selaku ketua PKH, ia mengatakan bahwa:



*“alasan saya jarang mengadakan pertemuan rutin yaitu kurangnya partisipasi peserta dalam menghadiri pertemuan, alasannya itu karena pulang dari kebun sudah sore, dan kalau malam harinya itu sudah capek. Jadi, saya adakan pertemuan pada saat pencairan dana saja”.*

Namun, pemahaman program ini tidak hanya dilihat dari komunikasi atau diskusi saja melainkan juga melalui monitoring dan evaluasi yang dilakukan oleh pendamping PKH. Berikut hasil wawancara dengan ibu tatik selaku peserta PKH :

*“kalau untuk pemantauan ataupun kunjungan berkala ke rumah- rumah itu belum pernah, kalau ada apa – apa atau ingin disampaikan biasanya kami hanya disuruh kumpul di rumah pendamping ataupun kantor desa”.*

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti terhadap peserta PKH pada indikator pemahaman program itu belum efektif. hal ini dikarenakan kurangnya sosialisasi yang dilakukan oleh pendamping PKH dan kurangnya partisipasi peserta PKH dalam menghadiri pertemuan rutin.

### **Tepat Sasaran**

Sasaran penerima bantuan PKH ini adalah masyarakat miskin dan rentan yang diperoleh dari hasil basisi data terpadu (BDT) yang mempunyai kompenen pendidikan dengan kriteria; anak SD/MI atau sederajat; anak SMP/MTS atau sederajat,dan SMA/MA atau sederajat;kesehatan dengan kriteria ibu menyusui/hamil; anak usia 0-6 tahun dan kesejahteraan sosial dengan kriteria; lansia dan penyandang disabilitas.

Berdasarkan wawancara terhadap 60 peserta PKH sebanyak 52 responden menjawab penyaluran dana PKH ini belum tepat sasaran. Hal ini dikarenakan masih ada masyarakat yang dikategorikan mampu namun mendapatkan manfaat dari PKH ini. Berikut hasil wawancara dengan Ibu Nurmi selaku peserta PKH Desa Muara Tiku, ia mengatakan bahwa:

*“belum semua, masih ada masyarakat yang dikatakan mampu atau memiliki usaha sendiri dan sawah, namun mendapatkan manfaat dari bantuan ini”.*

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan Program Keluarga Harapan (PKH) di Desa Muara Tiku Kecamatan Karang Jaya belum tepat sasaran berdasarkan karakteristik Badan Pusat Statistik, karena ada yang sebagian keluarga penerima manfaat PKH sudah tergolong mampu secara ekonomi contohnya Ibu Sis Palul, Ibu, Diana Bakri, Ibu Wiwin,dan Ibu Nurhayati.

Berdasarkan tabel 2, dapat diketahui bahwa ketiga peserta PKH tersebut sudah masuk dalam kategori keluarga sejahtera karena pada dasarnya sudah mampu secara ekonomi dalam memenuhi kebutuhan dasar, pendidikan dan kesehatan, Keluarga tersebut seharusnya tidak lagi mendapatkan bantuan PKH.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti terhadap peserta PKH pada indikator ketepatan sasaran ini belum efektif. Hal ini dikarenakan perubahan kondisi perekonomian masyarakat.

**Tabel 2.**  
**Peserta PKH yang tidak termasuk Rumah Tangga Miskin**

No	Nama peserta	Kriteria yang terpenuhi
1	Sis Palul	Luas bangunan lebih 8 M <sup>2</sup> , lantai rumah semen kualitas sedang, memiliki sumber air bersih, memiliki fasilitas MCK, memiliki aset tetap yaitu mobil, kebun sawit 2 ha, pekerjaan sebagai anggota BPD desa muara tiku.penghasilan lebih dari Rp.2.000.000.
2	Diana Bakri	Luas bangunan lebih 8 M <sup>2</sup> , lantai rumah keramik. Memiliki sumber air bersih, memiliki fasilitas MCK, memiliki aset tetap yaitu kebun, pekerjaan sebagai buruh dan penghasilan lebih dari Rp. 2.000.000
3	Wiwin	Luas bangunan lebih 8 M <sup>2</sup> , lantai rumah semen kualitas sedang, memiliki sumber air bersih, memiliki fasilitas MCK, memiliki aset tetap yaitu mobil, kebun karet 2 ha, pekerjaan sebagai wiraswasta, penghasilan lebih dari Rp.2.000.000.
4	Nurhayati	Luas bangunan lebih 8 M <sup>2</sup> , lantai rumah semen kualitas sedang, memiliki sumber air bersih, memiliki fasilitas MCK, memiliki aset tetap yaitu mobil, kebun sawit 2 ha, pekerjaan sebagai buruh, penghasilan lebih dari Rp.2.000.000.

*Sumber: hasil observasi dan wawancara responden*

### Tepat Waktu

Berdasarkan hasil penelitian dan pengamatan yang di lakukan peneliti sebanyak 42 responden menjawab penyaluran dana PKH ini belum tepat waktu. Berikut hasil wawancara dengan Ibu Meti selaku peserta PKH Desa Muara Tiku, ia mengatakan bahwa:

*“penyaluran dana PKH ini belum tepat waktu, karena masih sering terlambat dari jadwal yang ditentukan, biasanya terlambat hingga 1 – 2 bulan”.*

Hal serupa juga diungkapkan oleh Ibu Rusni selaku peserta PKH komponen kesejahteraan sosial, ia mengatakan bahwa:

*“Belum tepat waktu, kadang pas di cek saldonya kosong”.*

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti terhadap peserta PKH

Desa Muara Tiku pada indikator ketepatan waktu belum efektif. hal ini dikarenakan penyaluran dana yang terlambat dari yang telah dijadwalkan.

### **Tercapainya Tujuan**

1. Meningkatkan taraf hidup keluarga penerima manfaat melalui akses layanan pendidikan, kesehatan dan kesejahteraan sosial.

Berdasarkan wawancara terhadap 60 peserta PKH Desa Muara Tiku Kecamatan Karang Jaya sebanyak 31 responden menjawab bahwa PKH INI sudah mampu meningkatkan taraf hidup KPM melalui akses pendidikan, kesehatan dan kesejahteraan sosial yang ditandai dengan anak – anak bisa melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi dan tidak ada anak yang putus sekolah karena kekurangan biaya. Berikut wawancara dengan Ibu Cik Yub selaku peserta PKH komponen pendidikan, ia mengatakan bahwa :

*“alhamdulillah, anak – anak bisa melanjutkan sekolah ke jenjang smp. Uangnya untuk beli baju sekolah anak”.*

Berdasarkan wawancara diatas, dapat diketahui bahwa PKH sudah bisa membantu KPM dalam meningkatkan taraf hidup keluarga penerima manfaat melalui pendidikan.

2. Mengurangi beban pengeluaran dan meningkatkan pendapatan keluarga miskin dan rentan

Berdasarkan wawancara terhadap 60 peserta PKH sebanyak 42 responden menyatakan bahwa program ini sudah cukup membantu dalam mengurangi beban pengeluaran masyarakat dan meningkatkan pendapatan masyarakat dalam jangka pendek. Sedangkan Seperti yang di ungkapkan oleh Ibu Wiwin selaku peserta PKH Desa Muara Tiku komponen pendidikan, ia mengatakan bahwa:

*“dana yang saya terima itu saya gunakan untuk membeli buku anak, sepatu, dan kalau ada lebihnya saya tabung. Alhamduillah dengan adanya program ini pengeluaran untuk keperluan anak itu berkurang. Apalagi pada saat kenaikan kelas itukan banyak yang harus dibeli”.*

Hal serupa juga dikatakan oleh Ibu Heni Pirnita, beliau mengatakan bahwa:

*“program PKH ini sangat membantu perekonomian jangka pendek keluarga saya, degan adanya program ini saya bisa berobat di puskesmas secara gratis”.*

Berdasarkan wawancara diatas, dapat diketahui bahwa Program Keluarga Harapan (PKH) ini sudah mampu mengurangi beban pengeluaran keluarga penerima manfaat.

3. Menciptakan perubahan perilaku dan kemandirian keluarga penerima manfaat dalam akses layanan kesehatan dan pendidikan serta kesejahteraan sosial.

Berdasarkan hasil penelitian, peserta PKH sudah mengalami perubahan perilaku walaupun belum sepenuhnya, hal ini ditandai dengan mereka yang mempunyai balita, ibu hamil sudah rutin memeriksakan kesehatannya di posyandu. Walaupun sudah mampu meningkatkan taraf hidup dan mengurangi pengeluaran, akan tetapi program ini

belum bisa menciptakan perubahan perilaku dan kemandirian KPM sepenuhnya. Bahkan program ini membuat KPM PKH ini menunggu uluran tangan dari pemerintah. Seperti yang di ungkapkan oleh Ibu Sadar selaku KPM PKH, ia mengatakan bahwa :

*“jumlah dana yang saya terima itu sangat sedikit sedangkan anak saya empat dan semuanya masih sekolah, harapan saya semoga untuk kedepannya dana yang diberikan bisa mencukupi kebutuhan saya”.*

Berdasarkan hasil penelitian dan wawancara terhadap peserta PKH di Desa Muara Tiku, indikator tercapainya tujuan ini sudah cukup efektif terutama dalam mengurangi beban pengeluaran dan meningkatkan taraf hidup KPM PKH, walaupun belum sepenuhnya bisa merubah perilaku /pola pikir penerima PKH.

### **Perubahan Nyata**

Berdasarkan wawancara yang dilakukan terhadap 60 peserta PKH sebanyak 50 responden menyatakan adanya perubahan nyata yang dirasakan setelah mendapatkan bantuan PKH ini.terutama dari segi pendidikan dan kesehatan Berikut hasil wawancara dengan Ibu Mila selaku peserta PKH. Ia mengatakan bahwa:

*“Alhamdulillah, manfaat nyata yang saya rasakan setelah menjadi KPM PKH yaitu pengeluaran untuk pemenuhan kebutuhan anak itu berkurang. apalagi dimasa sulit pandemi kemarin, pkh ini mampu meningkatkan perekonomian keluarga saya. Semoga program”.*

Hal serupa juga diungkapkan oleh ibu salmia, selaku ketua koordinator PKH:

*“alhamdulillah dengan adanya program ini ada banyak anak yang bisa melanjutkan sekolahnya ke jenjang yang lebih tinggi, kemudian bisa membantu untuk membeli keperluan dan berobat secara gratis di puskesmas”.*

Sedangkan 10 responden menyatakan tidak ada perubahan yang dirasakan. Hal ini dikarenakan jumlah dana yang diterima belum mampu dalam meningkatkan taraf hidup dan mengurangi beban pengeluaran mereka. Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Sadar selaku peserta PKH komponen pendidikan, ia mengatakan bahwa:

*“belum ada perubahan yang saya rasakan, karena jumlah dana yang saya terima itu sangat sedikit sedangkan anak saya 4 dan semuanya masih sekolah, harapan saya semoga untuk kedepannya dana yang diberikan itu bisa mencukupi kebutuhan saya”.*

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti terhadap peserta PKH Desa Muara Tiku indikator perubahan nyata ini sudah cukup efektif. dengan adanya program ini penerima manfaat bisa meringankan beban pengeluaran terutama untuk biaya pendidikan, kesehatan, meskipun perubahan yang terjadi hanya untuk jangka pendek karena keterbatasan besaran bantuan yang diberikan.

Berdasarkan 5 indikator diatas dapat dikatakan bahwa pelaksanaan dan penyaluran dana PKH dalam upaya mengentaskan kemiskinan belum berjalan dengan baik. Sebagaimana yang telah diuraikan diatas bahwa dari ke lima indikator hanya 2 yang bersifat efektif, yaitu indikator ketepatan tujuan, dan adanya perubahan nyata.

Sedangkan indikator pemahaman program, ketepatan sasaran, dan ketepatan waktu belum berjalan secara efektif. Sesuai hasil penelitian dan pembahasan di atas dapat diketahui bahwa penyaluran dana Program Keluarga Harapan (PKH) di Desa Muara Tiku Kecamatan Karang Jaya belum efektif secara maksimal.

### **Kendala- kendala dalam penyaluran dana Program Keluarga Harapan (PKH) di Desa Muara Tiku**

Untuk itu KPM diharapkan mengambil dana tersebut dikantor pos terdekat. Akan tetapi, kondisi ini malah justru menjadi kendala bagi masyarakat Desa Muara Tiku karena jarak antara kantor pos dan desa itu cukup jauh atau  $\pm$  1 jam dari desa. Seperti yang diungkapkan oleh ibu Evi selaku selaku peserta PKH komponen pendidikan, beliau mengatakan bahwa :

*“kendala nya itu ketika proses pendistribusian/ penyaluran dilakukan di kantor pos. Karena jarak antara kantor pos dan desa itu kn lumayan jauh dan harus mengeluarkan uang tambahan untuk ongkos. Belum lagi antrian yang panjang, tapi kalau dana nya itu didistribusikan melalui atm kami bisa ngambilnya di agen brilink terdekat dan biaya nya lumayan sedikit”.*

Selain kendala tersebut, peneliti juga menemukan kendala- kendala lain yang seharusnya diperhatikan oleh pendamping PKH. Seperti kurangnya pertemuan antara KPM dan pendamping PKH atau bisa juga dikatakan kurangnya partisipasi KPM untuk mengikuti pertemuan kelompok. Berikut wawancara yang dilakukan terhadap ibu Sumarni dan 37 responden lainnya selaku peserta PKH desa muara tiku komponen kesehatan, ia mengatakan bahwa :

*“saya jarang mengikuti pertemuan kelompok karena sehari- hari harus bekerja dikebun, pulang nya sudah sore”.*

Kemudian, peneliti juga mewawancarai ibu Reni selaku peserta PKH desa muara tiku, ia mengatakan bahwa :

*“pendamping jarang mengadakan pertemuan kelompok, jadi kami bingung kapan dana tersebut di cairkan / didistribusikan”*

Hal ini dibenarkan oleh ibu Salmia selaku ketua pelaksana PKH desa muara tiku, ia mengatakan bahwa :

*“iya, mangkanya saya jarang mengadakan pertemuan rutin karena hanya sedikit yang hadir, alasannya sehari- hari bekerja dan tidak sempat ikut kegiatan kelompok”*

Selain itu, menurut bu Salmia selaku ketua pelaksana PKH kendala yang biasanya terjadi adalah proses pemutakhiran data yang berlangsung lama karena ketidaksinkronan data NIK dari KPM.

Dari hasil wawancara terhadap beberapa responden, dapat diketahui kendala-kendala yang biasanya terjadi dalam penyaluran dana PKH adalah kendala pada saat penyaluran dana dilakukan melalui kantor pos karena KPM harus mengeluarkan uang tambahan yang lumayan besar untuk bisa mengambil uangnya. Kemudian, kurangnya pertemuan / komunikasi antara pendamping dan KPM PKH, dan proses pemutakhiran

data yang berlangsung lama karena ketidaksinkronan data NIK.

## **Pembahasan**

Program Keluarga Harapan (PKH) yang diselenggarakan pemerintah sejak tahun 2007 dan baru terlaksana di Desa Muara Tiku Kecamatan Karang Jaya pada tahun 2011 hingga sekarang, dengan tujuan utamanya ialah mengatasi masalah kemiskinan melalui peningkatan kualitas pendidikan, kesehatan dan kesejahteraan sosial, yang diperuntukkan kepada rumah tangga miskin yang memiliki komponen pendidikan, kesehatan, dan kesejahteraan sosial. Hasil penelitian yang dilakukan terhadap 60 informan yaitu Keluarga Penerima Manfaat PKH dengan karakteristik informan yang telah ditentukan yang dilaksanakan di desa muara tikus Kecamatan karang jaya menunjukkan bahwa Rumah tangga miskin yang menerima bantuan ini menyatakan bahwa Program Keluarga Harapan (PKH) sangat membantu dan mengurangi beban dalam memenuhi kebutuhan kehidupan sehari-hari dan kebutuhan pendidikan, kesehatan serta pemenuhan kebutuhan lansia dan disabilitas.

Pada dasarnya, efektivitas Program Keluarga Harapan (PKH) dapat diukur menggunakan variabel-variabel pengukuran efektivitas seperti pemahaman program, ketepatan sasaran program, tujuan program, ketepatan waktu dan adanya perubahan nyata. Selain menggunakan variabel-variabel tersebut tingkat efektivitas dapat diukur melalui indikator keberhasilan pelaksanaan program bantuan dalam upaya pengentasan kemiskinan.

Dalam penelitian yang dilakukan terhadap 60 informan dapat diketahui efektivitas Program Keluarga Harapan (PKH) terhadap pengentasan kemiskinan di desa muara tiku kecamatan karang jaya dapat diukur dengan 5 (lima) indikator yaitu pemahaman program, ketepatan sasaran, ketepatan waktu, ketepatan tujuan, dan adanya perubahan nyata.

## **Pemahaman Program**

Berdasarkan hasil penelitian dan pengamatan yang dilakukan terhadap peserta PKH di Desa Muara Tiku indikator pemahaman program belum efektif, yang terjadi dilapangan pendamping tidak melakukan tugasnya dengan baik dan bertanggung jawab. pendamping PKH hanya memberikan pemahaman mengenai kewajiban, tujuan dan hak mereka sebagai KPM pada saat sosialisasi pertama dan jarang melakukan pertemuan rutin, serta tidak melakukan monitoring dan evaluasi seperti yang dijelaskan dalam buku pedoman PKH.

## **Ketepatan Sasaran**

Berdasarkan hasil penelitian dan pengamatan yang dilakukan peneliti terhadap Program Keluarga Harapan di Desa Muara Tiku Kecamatan Karang Jaya terkait dengan penetapan keluarga miskin belum efektif, hal ini dilihat dari kondisi perumahan rumah tangga miskin, sarana yang dimiliki, dan kondisi ekonomi, jika dikaitkan dengan kriteria kemiskinan yang ditetapkan oleh Badan Pusat Statistik maka belum sesuai dengan kenyataan dilapangan.

Dalam hal ini sasaran yang terjadi dilapangan belum sesuai secara maksimal dengan teori BPS yang mengatakan bahwa keluarga atau Rumah tangga dapat dikategorikan miskin jika memiliki luas tempat tinggal kurang dari 8M<sup>2</sup>, lantai dan

dinding tempat tinggal terbuat dari kayu yang berkualitas rendah, tidak memiliki fasilitas buang air besar, dan berpendapatan rendah. Adapun yang menjadi sasaran penerima Program Keluarga Harapan (PKH) ini sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan ialah keluarga miskin dan rentan yang sudah terdaftar dalam data terpadu program penanganan fakir miskin yang memiliki komponen Pendidikan, Komponen Kesehatan dan Komponen Kesejahteraan Sosial.

### **Ketepatan Waktu**

Berdasarkan hasil penelitian dan pengamatan yang dilakukan peneliti terhadap program keluarga harapan (PKH) di Desa Muara Tiku Kecamatan Karang Jaya dengan indikator ketepatan waktu belum efektif. Yang terjadi dilapangan penyaluran sering terlambat bisa 1 sampai 2 bulan dari jadwal. Hal ini dikarenakan adanya kendala antara bank dan penyaluran pemerintah. Dan kendala lainnya yaitu sering terdapat saldo kosong pada waktu pencairan dana. Hal ini disebabkan karena permasalahan pada administrasi peserta PKH mengenai NIK KTP yang sering tidak valid sehingga bantuan yang diterima terlambat dan dana di terima pada 3 bulan berikutnya.

### **Tercapainya Tujuan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pengamatan yang dilakukan terhadap peserta PKH Desa Muara Tiku Kecamatan Karang Jaya sudah efektif, yang terjadi dilapangan penyaluran dana yang diberikan oleh pemerintah dalam bentuk uang tunai ini sudah mampu mengurangi beban pengeluaran dan meningkatkan pendapatan masyarakat miskin dan rentan. Walaupun dana tersebut juga digunakan untuk kebutuhan sehari-hari. Akan tetapi, mereka tidak melupakan hak dan kewajiban mereka sebagai peserta PKH dengan menggunakan dana tersebut untuk kebutuhan pendidikan, kesehatan dan kesejahteraan sosial bagi lansia dan penyandang disabilitas.

### **Perubahan Nyata**

Untuk bisa mengetahui dan mengukur indikator ini, peneliti memfokuskan pada berbagai persepsi dan pandangan masyarakat penerima bantuan PKH, pendamping PKH dan peserta PKH yang mengetahui tentang sejauh mana bantuan tersebut dapat membantu kebutuhan peserta PKH sehingga program PKH dapat berdampak dalam meningkatkan perekonomian masyarakat. Selain itu, untuk mengukur indikator ini juga bisa dilihat dari tingkat kemiskinan di desa muara tiku kecamatan karang jaya.

Berdasarkan hasil penelitian dan pengamatan Program Keluarga Harapan (PKH) di Desa Muara Tiku Kecamatan Karang Jaya memberikan perubahan yang nyata terhadap perekonomian peserta PKH walapun dalam jangka waktu pendek terutama dalam mengurangi beban pengeluaran, dan meningkatkan taraf pendidikan, kesehatan, serta kesejahteraan sosial peserta PKH. Untuk itu, peserta PKH Desa Muara Tiku berharap program yang diberikan oleh pemerintah ini dapat terus dilanjutkan.

### **Kendala Dalam Penyaluran Dana Program Keluarga Harapan (PKH) Di Desa Muara Tiku**

Berdasarkan hasil penelitian, maka peneliti menemukan adanya kendala dalam penyaluran dana Program Keluarga Harapan (PKH) di Desa Muara Tiku :

- a. Kurangnya pertemuan antara KPM dan pendamping PKH

Antara pendamping dan keluarga penerima manfaat (KPM) pertemuannya belum berjalan dengan baik. Karena KPM sehari – hari bekerja di kebun dan pendamping tidak pernah mengadakan pertemuan kelompok secara rutin. Hal ini menyebabkan KPM bingung kapan dana Program Keluarga Harapan (PKH) di cairkan.

b. Jaunya jarak kantor pos dari desa

Untuk peserta yang belum memiliki kartu ATM ketika proses penyaluran dana, peserta PKH harus mengambil uangnya di kantor pos. Sedangkan, jarak antara kantor pos  $\pm 2$  jam dari desa membuat peserta PKH harus mengeluarkan uang tambahan untuk ongkos. Selain itu, kerap terjadi antrian yang padat saat pembagian dana dilakukan menyebabkan KPM PKH harus menunggu lama.

c. Proses pemutakhiran data yang berlangsung lama

Berdasarkan hasil observasi lapangan dilakukan, yang menjadi penyebab pemutakhiran data ini berlangsung lama adalah karena ketidaksinkronan data nik dari KPM yang bersangkutan dengan data yang ada di data terpadu kesejahteraan sosial (DTKS) biasanya karena terlalu sering diganti, sehingga tidak terbaca dan menyebabkan bantuan yang diterima menjadi tidak bisa dicairkan (*pending*), perlu dilakukan pembenahan terlebih dahulu dengan DISDUKCAPIL terlebih dahulu.

## PENUTUP

### Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas, dapat disimpulkan bahwa efektifitas penyaluran dana Program Keluarga Harapan (PKH) di Desa Muara Tiku Kecamatan Karang Jaya yang diukur menggunakan 5 (lima) indikator yaitu, pemahaman program, ketepatan sasaran, ketepatan waktu, ketepatan tujuan, dan adanya perubahan nyata belum berjalan efektif secara maksimal. Dimana hanya 2 (dua) indikator yang bersifat efektif, yaitu indikator tercapainya tujuan dan adanya perubahan nyata. Sedangkan indikator pemahaman program, ketepatan sasaran, dan ketepatan waktu belum berjalan efektif.
2. Dalam prosesnya terdapat kendala- kendala dalam penyaluran dana Program Keluarga Harapan (PKH) di Desa Muara Tiku Kecamatan Karang Jaya, antara lain kurangnya pertemuan antara KPM dan pendamping PKH, kendala dalam penyaluran dana dilakukan di kantor pos dan proses pemutakhiran data yang berlangsung lama.

### Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dan hasil kesimpulan yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai efektifitas penyaluran dana Program Keluarga Harapan (PKH) dalam upaya pengentasan kemiskinan di Desa Muara Tiku Kecamatan Karang Jaya, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi keluarga penerima manfaat, terjadi keterlambatan pencairan dana bantuan yang diterima oleh Keluarga Penerima Manfaat (KPM), diharapkan KPM melakukan koordinasi dengan pendamping agar pendamping bisa



- mengkoordinasi dan menyampaikan ke pusat, agar permasalahan waktu pencairan dana tidak terjadi lagi.
2. Bagi instansi pemerintah agar memperbaiki data penerima bantuan program keluarga harapan (PKH) dengan data yang terbaru, sehingga yang berhak mendapatkan bantuan ini adalah orang yang benar-benar membutuhkan manfaat dari PKH ini.
  3. Bagi pendamping PKH yang mendapatkan amanah dari pemerintah agar lebih memaksimalkan baik dari segi pertemuan kelompok, monitoring, dan evaluasi rutin yang diadakan setiap bulan harus dilaksanakan dengan baik dan transparansi.

### DAFTAR RUJUKAN

- Badan Pusat Statistik (Bps) Nasional 2022. (n.d.-a).  
Badan Pusat Statistik (Bps) Nasional 2022. (n.d.-b).  
Binadhi, A. (2017). *Kemiskinan Dan Pemberdayaan Masyarakat*. Pustaka.  
Huda, N. (2015). *Ekonomi Pembangunan Islam*. Prenada Media Group.  
Kadji, Y. (2016). *Kemiskinan Dan Konsep Teoritisnya*. PT Dinamika Cahaya Pustaka.  
Kadji, Y. (2018). *Kemiskinan Dan Konsep Teoritisnya*. CV Budi Utama.  
Kenneth, & Jane. (2003). *Essentials of Management Information System* (5th ed.). Prentice-Hall.  
Nova, A. (2022). Efektivitas Program Keluarga Harapan (Pkh) Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Pada Masa Pandemi Covid-19. *Ekonomi Dan Bisnis*.  
Nuraida. (2019). Efektivitas Pelaksanaan Program Keluarga Harapan (Pkh) Di Kecamatan Cisolak Kabupaten Subang. *Jurnal Unsub*, 1(2), 152.  
Perwitasari, D. A. (2022). Analisis Efektivitas Dan Efisiensi Penyerapan Anggaran Keuangan Pada Dinas Pertanian, Ketahanan Pangan Dan Perikanan. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 15(2).  
RI, K. (2021). *Pedoman Pelaksanaan Program Keluarga Harapan*.  
RI, K. (2022). *Pedoman Pelaksanaan Program Keluarga Harapan (PKH)*.  
<https://pkh.kemensos.go.id>

**STRATEGI PEMASARAN SYARIAH PADA AILA FASHION  
SERBA TIGA PULUH LIMA RIBU KECAMATAN SINGARAN  
PATI KOTA BENGKULU**

***SHARIA MARKETING STRATEGY IN THIRTY-FIVE THOUSAND  
AILA FASHION IN SINGARAN PATI SUB-DISTRICT, BENGKULU  
CITY***

**Wahyu Anugraha Jaya<sup>1</sup>, Supardi Mursalin<sup>2</sup>, Makmur<sup>3</sup>**

Universitas Islam Negeri (UIN) Fatmawati Sukarno Bengkulu<sup>1-3</sup>

[wahyuanugraha@mail.uinfabengkulu.ac.id](mailto:wahyuanugraha@mail.uinfabengkulu.ac.id)<sup>1</sup>, [supardi@mail.uinfabengkulu.ac.id](mailto:supardi@mail.uinfabengkulu.ac.id)<sup>2</sup>,  
[makmurreza11@gmail.com](mailto:makmurreza11@gmail.com)<sup>3</sup>

Jl. Raden Fatah, Kel. Pagar Dewa, Kota Bengkulu (38211)

Corresponding email: [wahyuanugraha@mail.uinfabengkulu.ac.id](mailto:wahyuanugraha@mail.uinfabengkulu.ac.id)

---

**INFORMASI ARTIKEL**

**Riwayat Artikel:**

Diterima : 20 Mei 2023

Direvisi : 01 Agustus 2023

Disetujui : 08 Agustus 2023

**Keywords:**

*Strategy, Sharia Marketing*

**Kata kunci:**

Strategi, Pemasaran Syariah

---

**ABSTRACT**

*The purpose of this study was to determine the implementation of sharia marketing strategies at Aila Fashion Thirty-Five Thousand All-round Fashion in Bengkulu City. To test this, researchers used quantitative methods with primary data collection techniques in the form of interviews with 6 informants. The results showed that the implementation of the sharia marketing strategy at the Aila Fashion All-round Rp35.000 Store in Bengkulu City was by creating attractive and reliable offers, providing excellent service, providing memorable value, offering an up to date business model, and building synergy with stakeholders. However, the implementation has not been fully implemented properly, because the Aila Fashion All-round Rp35.000 Shop in Bengkulu City has not been able to provide maximum excellent service and the products offered seem old-fashioned and not the latest or up to date, while creating attractive offers provides impressive value. , and building synergy with stakeholders The Aila Fashion All-round Rp35.000 Shop, Bengkulu City, has done well.*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan strategi pemasaran syariah pada Aila Fashion Serba Tiga Puluh Lima Ribu Kota Bengkulu.

Untuk menguji hal ini, peneliti menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data primer berupa wawancara dengan 6 orang informan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pelaksanaan Strategi Pemasaran Syariah Pada Toko Aila Fashion Serba Rp35.000 Kota Bengkulu yaitu dengan menciptakan penawaran menarik dan terpercaya, memberikan pelayanan yang prima, memberikan nilai yang berkesan, menawarkan model yang up to date, dan membangun sinergitas dengan stakeholders. Namun Pelaksanaannya belum sepenuhnya dilaksanakan dengan baik, pasalnya Toko Aila Fashion Serba Rp35.000 Kota Bengkulu belum bisa memberikan pelayanan yang prima dengan maksimal, belum bisa memberikan nilai yang berkesan pada konsumen dan produk yang ditawarkan terkesan model lama dan bukan yang terbaru atau up to date, sedangkan dalam menciptakan penawaran menarik dan terpercaya, dan membangun sinergitas dengan stakeholders Toko Aila Fashion Serba Rp35.000 Kota Bengkulu sudah melakukannya dengan baik.

---

## PENDAHULUAN

Islam adalah agama yang sempurna (*komprensif*) yang mengatur aspek kehidupan manusia, baik akidah, ibadah, akhlak, maupun muamalah. Ibadah diperlukan untuk menjaga ketaatan dan keharmonisan hubungan manusia dengan Khalik-Nya. Ibadah juga merupakan sarana untuk mengingatkan secara kontinu tugas manusia sebagai khalifah-Nya di muka bumi ini. Adapun muamalah diturunkan untuk sebagai *rules of the game* atau aturan main manusia dalam kehidupan sosial. Islam memandang bumi dengan segala isinya merupakan amanah Allah kepada sang khalifah agar dipergunakan dengan sebaik-baiknya bagi kesejahteraan bersama. Untuk mencapai tujuan suci ini, Allah memberikan petunjuk melalui para Rasul-Nya. Petunjuk tersebut meliputi segala sesuatu yang dibutuhkan manusia baik akidah, akhlak, maupun syari'ah. Jual beli merupakan salah satu bukti bahwa manusia sebagai makhluk sosial karena di dalam akad jual beli menunjukkan bahwa manusia dalam memenuhi kebutuhannya tidak dapat terlepas dari manusia yang lain (Herawan, 2021).

Berkembangnya kegiatan ekonomi syariah akan berpengaruh terhadap sektor layanan jasa (Akbar, *et al.*, 2022; Herlin, 2020). yang menerapkan prinsip syariah dalam menjalankan usahanya seperti travel Islami, kuliner dengan konsep Islami, serta terdapat usaha di bidang pariwisata dengan konsep syariah. Pariwisata syariah memfokuskan kepada produk halal, yang mengandung prinsip prinsip syariah sebagaimana yang telah diatur oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) (Sofyan, 2018). Dalam hal ini, pemasaran Islami memiliki posisi yang sangat strategis, karena pemasaran Islami merupakan salah satu strategi pemasaran yang didasarkan pada

AlQur'an dan Sunah Rasulullah SAW. Pemasaran Islami merupakan sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan nilai dari satu pemrakarsa kepada stakeholders-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad serta prinsip-prinsip Islam dan muamalah dalam Islam (Nurcholifah, 2014).

Dengan demikian, penerapan sistem pemasaran syariah dengan perpegang teguh pada nilai-nilai Al-Quran dan As-Sunnah, Nabi Muhammad SAW sebagai teladan telah melakukan bisnis secara professional. Landasan dan nilai-nilai tersebut yang menjadi suatu syariah dan hukum dalam melakukan bisnis yang adil, benar dan berkembang di kalangan masyarakat. Pelaksanaan transaksi mumalah sesuai prinsip syariah harus berdasarkan pada prinsip-prinsip keadilan, kejujuran, transparansi, etika, dan moralitas, sebagaimana dalam firman Allah surat An-Nahl ayat 90.

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ  
يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَتَّقُونَ ﴾

Artinya : “*Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran*” (Q.S An-Nahl: 90).

Dalam melakukan kegiatan pemasaran suatu perusahaan mempunyai strategi pemasaran sendiri yang dapat menarik perhatian konsumen atau calon pelanggan misalnya toko Aila Fashion Serba Tiga Puluh Lima Ribu yang terletak di Jl.Damai 1, Timur Indah Kota Bengkulu. Strategi pemasaran yang digunakan dalam meningkatkan penjualan yaitu dengan mempromosikan barang dengan promo harga serba Rp35.000, dan terbukti toko Aila Fashion mengalami perkembangan yang pesat hingga saat ini dengan bukti sudah membuka cabang di luar kota Bengkulu dan selalu dikunjungi calon konsumen yang cukup ramai.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Pasar

Pasar dalam bahasa Arab disebut *souq* (bentuk jamak: *aswaq* atau *aswak*) yang berarti tempat menjual sesuatu dan proses jual beli berlangsung. *Souq* sebagai sebuah konsep telah ditetapkan selama masa Rasulullah SAW. sebagai tempat penjualan terjadi, namun terkait dengan transaksi sendiri tidak pada tempat tersebut. Dengan demikian, pasar Islam dijalankan di mana pun dan kapan pun ketika terjadi suatu transaksi antara penjual dan pembeli di bawah kesepakatan bersama dengan syarat dan ketentuan yang berlaku (Handayani & Fathoni, 2019).

﴿ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۗ ﴾

Artinya: “Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba” (QS. Al-Baqarah 275).

Pasar menurut Zainal (2018) merupakan ruang terbuka bagi setiap orang untuk melakukan perdagangan dan aktivitas jual beli. Dalam pasar terbuka tidak ada yang mendapat perlakuan istimewa dari yang lain. Makna pasar dalam Islam adalah berakhirnya sistem monopoli, kehadiran pasar yang islami membuat monopoli menjadi tidak dikenal.

### **Pemasaran**

Pemasaran memiliki peranan yang penting dalam masyarakat sebab pemasaran menyangkut berbagai aspek kehidupan, termasuk bidang ekonomi dan sosial. Pemasaran berarti mengalirkan produk asal produsen ke konsumen, maka pemasaran akan membentuk lapangan kerja yang penting bagi warga (Handayani & Fathoni, 2019). Pemasaran adalah suatu proses dan manajerial yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain atau segala kegiatan yang menyangkut penyampaian produk atau jasa mulai dari produsen sampai konsumen (Mardia et al., 2021).

Menurut Tjiptono (2008) pemasaran merupakan fungsi yang memiliki kontak paling besar dengan lingkungan eksternal, padahal perusahaan hanya memiliki kendali yang terbatas terhadap lingkungan eksternal. Pemasaran bertujuan untuk menarik perhatian pembeli dalam mengkonsumsi produk yang ditawarkan. Jadi pemasaran adalah bagaimana memuaskan kebutuhan pelanggan (Nurzam, et al., 2020). Jika pemasar memahami kebutuhan pelanggan dengan baik, mengembangkan produk yang mempunyai nilai superior dan menetapkan harga, mendistribusikan dan mempromosikan produknya secara efektif, maka produk-produk tersebut akan terjual dengan mudah.

### **Strategi**

Menurut Ismail Solihin, kata strategi berasal dari bahasa Yunani "*strategos*" yang berasal dari "*stratus*" yang berarti militer dan "*ag*" yang berarti memimpin. Strategi dalam konteks awalnya diartikan sebagai generalship atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal dalam membuat rencana untuk menaklukkan dan memenangkan perang. Sementara Nanang Fatah berpendapat bahwa strategi adalah langkah-langkah yang sistematis dan sistemis dalam melakukan rencana secara menyeluruh (makro) dan berjangka panjang dalam pencapaian tujuan.

Ada dua pendekatan untuk mendefinisikan strategi, yang dikenal sebagai pendekatan tradisional dan pendekatan baru. Dalam pendekatan tradisional strategi difahami sebagai suatu rencana kedepan, bersifat antisipatif (*forward looking*). Sedangkan dalam pendekatan yang baru, strategi lebih difahami sebagai suatu pola dan bersifat reflektif (*backward-looking*).

Strategi dapat diartikan sebagai *a plan, method, or series of activities designet to achives a particular educational goal*, dengan kata lain strategi pembelajaran dapat diartikan sebagai perencanaan yang berisi tentang rangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan pendidikan tertentu. Strategi dapat diartikan pula sebagai suatu garis-garis besar haluan untuk bertindak dalam rangka mencapai sasaran yang telah ditentukan (Ahmad, 2020)

## Pemasaran Syariah

Pemasaran syariah merupakan suatu proses bisnis yang keseluruhan prosesnya menerapkan nilai-nilai Islam. Suatu cara bagaimana memasarkan suatu proses bisnis yang mengedepankan nilai-nilai syariah. Pemasaran syariah adalah suatu disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan *value* dari suatu insiator kepada. *stakeholder*-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam (Kalimah & Fadilah, 2017).

Menurut Kartajaya & Sula (2006) mendefinisikan Pemasaran syariah adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan values dari suatu inisiator kepada stakeholders-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip muamalah dalam Islam. Karena itu Allah mengingatkan kepada para pebisnis, para marketer dan para pengusaha muslim:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتْلَى عَلَيْكُمْ غَيْرَ مُجَلَّى الصَّيْدِ  
وَأَنْتُمْ حُرْمٌ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, penuhilah agad-agad itu. dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya (QS. Al-Maidah: 1).*

## Strategi Pemasaran Syariah

Strategi pemasaran syariah merupakan elemen terpenting dalam menentukan pangsa pasar. Perusahaan dapat menentukan strategi pemasaran yang paling tepat untuk memperoleh keuntungan terbaik dalam jangka pendek dan panjang. Strategi pemasaran yang baik akan mendorong banyak konsumen untuk membeli barang atau jasa tersebut (Mardia et al., 2021).

Ada beberapa strategi pemasaran syariah, sebagai berikut:

1. Menciptakan Penawaran Menarik dan Terpercaya
2. Memberikan Pelayanan Prima
3. Memberikan Nilai-Nilai yang Berkesan
4. Menawarkan Model Bisnis yang *Up to Date*
5. Membangun Sinergitas dengan *Stakeholders*

## Tujuan Pemasaran Syariah

Tujuan pemasaran syariah adalah bagaimana pelanggan, produsen, dan perusahaan mendapatkan pertumbuhan, kesejahteraan, keadilan serta keberkahan dunia dan akhirat (falah). Selain itu ada beberapa tujuan pemasaran syariah antara lain sebagai berikut:

1. Memberi Informasi (Promosi) yang Benar
2. Memahami Keadaan Pasar dan Konsumen
3. Menggapai Citra Yang Ingin Dibentuk
4. Kepuasan Konsumen
5. Peningkatan Nilai Spiritual

## Prinsip Pemasaran Syariah

Prinsip dasar perdagangan menurut Islam adalah seperti yang dijelaskan pada QS. an-Nisaa': 29 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا  
أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ۲۹

Artinya: "Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu."

Prinsip dasar perdagangan menurut Islam adalah adanya unsur kebebasan dalam melakukan transaksi tukar-menukar, tetapi kegiatan tersebut tetap disertai dengan harapan diperolehnya keridhaan Allah SWT dan melarang terjadinya pemaksaan. Dengan berpegang teguh pada nilai-nilai yang terdapat pada al-Quran dan Al-Hadist, Nabi Muhammad melakukan bisnis secara profesional. Nilai-nilai tersebut menjadi suatu landasan yang dapat mengarahkan untuk tetap dalam koridor yang adil dan benar. Landasan atau aturan-aturan inilah yang menjadi suatu syariah atau hukum dalam melakukan suatu bisnis (Kartajaya & Sula, 2006).

Berikut ini adalah uraian pada masing-masing prinsip tersebut:

1. Prinsip Kesatuan (Tauhid)
2. Prinsip Kebolehan (Ibahak)
3. Prinsip Keadilan (*al-'Adf*)
4. Prinsip Kehendak Bebas (*al-Hurriyah*)
5. Prinsip Pertanggungjawaban
6. Prinsip Kebajikan dan Kejujuran
7. Prinsip Kerelaan (*ar-Ridha*),
8. Prinsip Kemanfaatan

## Karakteristik Marketing Syariah

Karakteristik adalah mengacu kepada karakter dan gaya hidup seseorang serta nilai-nilai yang berkembang secara teratur sehingga tingkah laku menjadi lebih konsisten dan mudah di perhatikan. Sedangkan marketing syariah adalah pemasaran sebagai sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarah pada proses penciptaan, penawaran, dan perubahan nilai dari satu indikator kepada para pemegang sahamnya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalat (bisnis) dalam Islam. Artinya dalam marketing syariah, seluruh proses penciptaan, proses penawaran, maupun proses perubahan nilai tidak boleh ada yang bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah (Kartajaya & Sula, 2006).

Ada beberapa sifat yang harus dimiliki oleh seorang pemasar (marketer) yang dicontohkan oleh Rasulullah Saw dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan antara lain berikut ini:

1. Shiddiq. Yaitu sifat kejujuran, dan selalu melandasi ucapan, keyakinan dan perbuatan berdasarkan ajaran Islam.

2. Istiqamah. Yaitu konsisten dalam iman dan nilai-nilai yang baik meskipun menghadapi berbagai godaan dan tantangan.
3. Fathanah. Yaitu mengerti, memahami, dan menaati secara mendalam segala hal yang menjadi tugas dan kewajibannya.
4. Tabligh. Yaitu mampu berkomunikasi dengan baik, mengajak sekaligus memberikan contoh kepada pihak lain untuk melaksanakan ketentuan ketentuan ajaran islam.
5. Benar. Berdusta dalam bedagang sangat dikecam dalam islam, terlebih lagi jika disertai dengan sumpah palsu atas nama Allah.
6. Amanah. Yaitu memiliki rasa tanggung jawab dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban.

### METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang terjadi secara alamiah tetapi didahului oleh semacam intervensi (campur tangan) peneliti (Azwar, 1998). Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif berbeda dari penelitian kuantitatif karena memiliki sejumlah ciri khas dan karakteristik. Pada penelitian ini penulis menggunakan dua jenis sumber yaitu Data primer dan Data sekunder atau data tangan kedua.

Dalam penelitian ini menggunakan tiga teknik yang sudah sering digunakan dalam penelitian deskriptif kualitatif, yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis Miles dan Huberman dapat dilakukan melalui langkah-langkah sebagai berikut, Reduksi data, Penyajian data, dan Penarikan kesimpulan.

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### Strategi Pemasaran Syariah Toko Aila Fashion Serba Rp35.000 Kota Bengkulu

##### 1. Menciptakan Penawaran Menarik dan Terpercaya

Dalam hal ini Toko Aila Fashion Serba Rp35.000 sudah menciptakan penawaran yang menarik dan terpercaya dengan memberikan label harga yang murah serba Rp35.000 dan dapat dipercaya tidak ada harga diatas dari Rp35.000, memberikan jaminan kepada pelanggan seperti penukaran produk jika memiliki kesalahan. Diharapkan dengan penawaran yang menarik dan terpercaya ini secara tidak langsung dapat menjadi strategi promosi bagi Toko Aila Fashion Serba Rp35.000 yaitu informasi dari mulut ke mulut (*word of mounth*). Informasi dari mulut ke mulut ini terjadi karena konsumen berbicara kepada konsumen lain yang berpotensi tentang pengalamannya dalam menerima barang/jasa tertentu. Dari Asep Romel selaku kepala toko Aila Fashion Serba Rp35.000 mengatakan:

Secara spesifik tidak begitu ada stretegi, karena dengan harganya terbilang murah konsumen akan datang dengan sendirinya. Tetapi walaupun harganya murah, rata-rata kualitas barang tetap bagus karena sebagian juga adalah barang import (china). Jadi intinya menyediakan barang dengan kualitas yang bagus. Kalau strategi iklan, sesekali juga kita masuk di sosial media, seperti menggunakan akun-akun hits di



instagram (berbayar), salah satunya iklan di instagram bengkuluinfo. (Romel, 2023) Informan lainnya memberikan keterangan sebagai berikut:

Iya karena harganya yang terjangkau sesuai dengan mereknya semua harganya Rp35.000 tidak ada yang lebih dari itu tetapi ada beberapa produk yang harga dibawah Rp35.000 membuat saya tertarik untuk berbelanja di toko Aila Fashion Kota Bengkulu (Sari, 2023).

Didukung juga oleh informan lainnya sebagai berikut: “Karena harganya murah semua serba Rp35.000 membuat ketertarikan saya untuk berbelanja, tetapi walaupun harga murah kualitas tetap terjaga” (Merita, 2023).

Dari Sinta seorang mahasiswa juga mengatakan : “Iya selain harganya yang murah dan banyak variasi tapi produk yang dijual semuanya juga dapat bersaing kualitasnya, makanya saya tertarik dan suka belanja disini” (Febriani, 2023). Informan lainnya juga sependapat, Rosalinda memberikan keterangan sebagai berikut:

Tentu saja saya tertarik karena yang pertama soal harga terjangkau di kantong dan kedua bukan hanya produk pakaian yang dijual, ada juga perlengkapan lainnya seperti tas, sepatu, sandal, jam tangan dan lainnya, ya.. walaupun kita tahu kualitasnya tapi menurut saya sangat menarik (Rosalinda, 2023).

Ditambah juga keterangan dari Rangga yang mengatakan: “Ya.. Jelas tertariklah, karena toko aila fashion ini menawarkan barang dengan harga yang sangat bersahabat dengan kantong kami apa lagi buat orang-orang yang ekonomi rendah pasti sangat membantu juga.” (Anugrah, 2023).

## 2. Memberikan Pelayanan Prima

Selanjutnya mengenai bagaimana cara toko Aila Fashion Serba Rp35.000 memberikan pelayanan prima. Dalam strategi ini bahwa pelayanan prima yang dilakukan Toko Aila Fashion Serba Rp35.000 belum sepenuhnya sesuai yang diharapkan pelanggan walaupun pihak toko mengaku telah mengedepankan kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan, karena pelayanan yang dirasakan konsumen malah terkesan kurang ramah dan suka mengeluh dihadapan pelanggan yang bisa membuat kehilangan konsumen. Jadi walapupun dengan harga yang murah harus lebih diperhatikan lagi pelayanan prima supaya membuat semakin banyak pelanggan di Toko Aila Fashion. Dari Asep Romel selaku kepala toko Aila Fashion Serba Rp35.000 mengatakan:

Toko kami menerapkan sikap dan penampilan dengan memberikan kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan, dengan perilaku orang-orang yang berinteraksi langsung kepada layanan eksternal. Tanggung jawab, dengan penerimaan pesanan dan penanganan keluhan pelanggan dari pelanggan eksternal (masyarakat). Kemudahan mendapatkan layanan dengan banyaknya petugas yang melayani dan fasilitas pendukung (Romel, 2023).

Ibu Yeti juga memberikan keterangan sebagai berikut: “Harga murah, tapi sayang pelayanannya tidak ramah. Diminta tolong suka ngeluh depan pelanggan, jadinya niat mau belanja, malah tidak jadi karena kelakuan pegawainya” (Merita, 2023). Informan lainnya juga sependapat memberikan tanggapan sebagai berikut: “Pelayanan sama sekali tidak ramah! harga produk ramah di kantong, tapi kalo pelayanan tidak ramah ya sama saja. Mood belanja jadi hilang, itukan sama saja merugikan konsumen dan pihak

toko” (Sari, 2023).

Sedangkan Sinta berbeda pendapat dari informan sebelumnya, Sinta mengatakan: “Alhamdulillah pelayanannya sudah memberikan perilaku yang ramah, jadi tidak hanya dengan harga yang terjangkau tetapi pelayanan juga bagus” (Febriani, 2023). Rosalinda juga mengatakan hal yang sama: “Untuk pelayanannya cukup ramah, ya..seperti pelayanan toko pakaian biasanya cukup baik, sopan dan ramah” (Rosalinda, 2023). Sedangkan Rangga mengatakan sebaliknya: “Untuk pelayanannya menurut saya masih kurang tanggap, suka lama kalo diminta tolong lebih terlihat bertele-tele menurut saya” (Anugrah, 2023).

### 3. Memberikan Nilai-Nilai yang Berkesan.

Selanjutnya mengenai apakah toko Aila Fashion sudah memberikan nilai-nilai yang berkesan. Dalam hal ini Toko Aila Fashion Serba Rp35.000 beberapa sudah ada memberikan nilai yang berkesan seperti selalu menawarkan promo tertentu, menyediakan berbagai produk bervariasi dan tentunya dengan harga yang terjangkau dan ada yang belum memberikan nilai yang berkesan seperti, belum bisa menyikapi keluhan pelanggan dengan baik, belum bisa memberikan dan menciptakan suasana yang nyaman saat berbelanja karena kinerja pelayanannya yang masih kurang baik. Dalam memasarkan produk senantiasa mengutamakan kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*), menjaga jejaring/ukhuwah (*networking*), memiliki kecakapan dalam berkomunikasi dan bernegosiasi (*tabligh*) serta tidak melakukan penimbunan (*ihtikar*) serta tidak mengambil untung yang berlebihan (*ghaban*). Dari Asep Romel selaku kepala toko Aila Fashion Serba Rp35.000 mengatakan:

Iya kami sudah memberikan nilai berkesan dengan meminta umpan balik secara berkala, tetapkan kompetitif, menawarkan promosi lainnya dan selalu sikapi keluhan pelanggan dengan ramah. Selain kualitas yang bagus, menyediakan pilihan produk/barang yang banyak juga memberikan kepuasan kepada pelanggan ketika belanja. Dan juga seperti pelayanan yang baik dan menciptakan suasana yang nyaman saat belanja (seperti pemutaran musik/lagu dan penerangan/lampu yang maksimal/terang) juga menjadi hal yang diprioritaskan (Romel, 2023).

Ibu Yeti memberikan keterangan sebagai berikut: “Seperti yang saya jelaskan tadi untuk sekarang kinerja dari toko tersebut belum menciptakan nilai yang berkesan karena pelayanan yang diberikan kurang ramah, malahan kesan yang dibuat malah jadi kesan kurang baik.” (Merita, 2023). Didukung juga oleh Indah yang mengatakan: “Untuk saat ini toko tersebut belum menciptakan nilai yang berkesan karena walaupun produk yang bagus tapi pelayanan tidak ramah sama sekali.” (Sari, 2023).

Sedangkan Sinta berbeda pendapat yang mengatakan: “Menurut saya kinerjanya sudah menciptakan nilai yang berkesan selain produk yang bagus pelayanannya juga ramah-ramah saja.” (Febriani, 2023) Didukung informan lainnya yang mengatakan: “Menurut saya cukup berkesan dari kelengkapan produk yang menyediakan banyak variasi sampai harga yang murah meriah tapi kualitas dapat bersaing.” (Rosalinda, 2023) Sedangkan informan lainnya mengatakan: “Menurut saya belum sepenuhnya menciptakan nilai yang berkesan sih, emang kalo soal harga bisa diadu tapi kalo pelayanannya kurang judes gitu pasti yang ingat itu kesan kurang baik.” (Anugrah, 2023)

#### 4. Menawarkan Model yang *Up to Date*

Selanjutnya mengenai apakah model yang disediakan selalu *up to date*. Dalam hal ini toko serba Rp35.000 ini tidak sepenuhnya produk yang dipasarkan itu selalu *up to date* karena masih ada beberapa produk lama atau model lama yang dipasarkan. Tetapi pihak toko berusaha untuk selalu memberikan *update* model terbaru setiap minggunya, dengan begitu dapat menjadi keuntungan tersendiri bagi pihak Toko Serba 35.000, karena akan banyak masyarakat yang tertarik untuk membeli setiap produk terbarunya. Berikut penuturan dari Asep selaku kepala toko Aila Fashion:

Iya toko kami selalu mengupdate produk-produk sesuai perkembangan zaman. Karena dengan mengikuti tren dan minat pelanggan. Salah satu cara menentukan produk yang akan dijual adalah dengan riset. Selalu memastikan ketersediaan produk. Selalu menjaga kualitas produk yang dijual (Romel, 2023).

Informan lainnya memberikan keterangan sebagai berikut: “Belum sepenuhnya mengikuti tren, walaupun produk lengkap tetapi masih ada sebagian produk-produk yang model pakaian yang belum kekinian” (Merita, 2023). Didukung juga dengan informan lainnya yang mengatakan sebagai berikut: “Menurut saya mungkin belum ya, karena saya lihat masih cukup banyak pakaian model-model lama seperti pakaian batik yang cocok dipakai orang tua” (Sari, 2023).

Sinta juga sependapat dengan informan sebelumnya, yang mengatakan: “Menurut saya masih ada beberapa produk yang belum mengikuti tren, walaupun produk lengkap tetapi masih ada sebagian produk-produk yang model pakaian yang belum mengikuti zaman kini” (Febriani, 2023). Rosalinda juga sependapat yang mengatakan: “Masih banyak produk-produk yang terpajang pakaian yang model-model lama. Jadi sebaiknya pihak toko selalu memperhatikan produk yang tersedia dan diminati konsumen” (Rosalinda, 2023). Sedangkan Rangga kurang setuju, dia mengatakan: “Menurut saya mengikuti zaman kok, dan model yang ditawarkan selalu terbaru setiap saya kesini, mungkin orang banyak yang tidak tahu model zaman kini” (Anugrah, 2023).

#### 5. Membangun Sinergitas dengan *Stakeholders*.

Selanjutnya mengenai bagaimana toko Aila fashion membangun sinergitas dengan *stakeholders*. Dalam hal ini toko Aila Fashion serba Rp35.000 sudah cukup baik dalam memenuhi semua kinerjanya dan sudah berkerja sama dan saling tolong menolong satu sama lain. Cara manajer toko dalam meningkatkan sinergitas dengan *stakeholders* dan membangun semangat kerja staf penjualan dengan memberikan *reward* bagi karyawan yang bekerja dengan tekun dan semangat. Sedangkan kepada konsumen pihak toko selalu memberikan promo dan diskon produk pada setiap waktu tertentu. Diharapkan kerja sama tersebut akan memberikan kemanfaatan dan keuntungan yang lebih dibandingkan dengan dilakukan secara sendirian. *Networking* dan marketing akan bisa ditumbuhkan secara lebih luas, lebih menyeluruh, dan lebih efisien. Dari Asep selaku kepala toko Aila Fashion serba Rp35.000 mengatakan:

Selalu memberikan semangat kerja satu sama lain, saling tolong menolong dalam melakukan pekerjaan dapat memberikan sinergitas. Dengan memberikan reward bagi karyawan yang bekerja dengan tekun dan semangat dan selalu mengadakan promo atau diskon kepada konsumen Aila Fashion setiap waktu tertentu (Romel, 2023).

Informan lainnya juga mengatakan: “Kalo untuk promo sih Alhamdulillah selalu ada kalo saya belanja disini seperti potongan harga dan lainnya.” (Merita, 2023) Didukung juga oleh informan lainnya sebagai berikut: “Promo kalo setiap saya kesini pasti ada sih kayak didepan itukan banyak banting harga menjadi 15rb-20rb walaupun produk diskon yang ditawarkan kualitas menengah.” (Sari, 2023) Rangga juga mengatakan hal yang sama: “Kalo promo selalu ada, mungkin itu strategi dari pihak toko untuk menarik pelanggan dengan mengadakan diskon dan promo, apa lagi baju, sandal, dan produk diskon lainnya diletakan di etalase depan”. (Anugrah, 2023)

## PENUTUP

### Kesimpulan

Pelaksanaan Strategi Pemasaran Syariah Pada Toko Aila Fashion Serba Rp35.000 Kota Bengkulu yaitu dengan menciptakan penawaran menarik dan terpercaya, memberikan pelayanan yang prima, memberikan nilai yang berkesan, menawarkan model yang *up to date*, dan membangun sinergitas dengan *stakeholders*. Namun Pelaksanaannya belum sepenuhnya dilaksanakan dengan baik, pasalnya Toko Aila Fashion Serba Rp35.000 Kota Bengkulu belum bisa memberikan pelayanan yang prima dengan maksimal, belum bisa memberikan nilai yang berkesan pada konsumen dan produk yang ditawarkan terkesan model lama dan bukan yang terbaru atau *up to date*, sedangkan dalam menciptakan penawaran menarik dan terpercaya, dan membangun sinergitas dengan *stakeholders* Toko Aila Fashion Serba Rp35.000 Kota Bengkulu sudah melakukannya dengan baik.

### Saran

Adapun saran yang dapat diberikan peneliti berdasarkan informasi dan hasil penelitian yang didapatkan sebagai berikut:

1. Bagi kepala toko atau pemilik toko agar dapat terus meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan, selalu mengikuti tren, juga senantiasa menjaga profesionalitas dalam melayani dan memenuhi kebutuhan konsumen.
2. Bagi konsumen toko aila fashion agar dapat dengan bijak memberikan kritik dan saran kepada pengelola toko aila fashion serba Rp35.000 agar dapat menjadi perhatian untuk dapat meningkatkan pelayanannya kepada konsumen.
3. Peneliti mengharapkan agar penelitian ini dapat dijadikan rujukan bagi penelitian selanjutnya dalam meneliti hal terkait atau memperdalam substansi penelitian dengan melihat dari sudut pandang yang berbeda.

## DAFTAR RUJUKAN

- Ahmad. (2020). *Manajemen Strategis*. Cv Nas Media Pustaka.
- Akbar, Tgk Faathir Muhammad., Wahyuni, Sri., Wardani, Erna., Munawara. (2022). Memperkokoh Kesiapan Indonesia Dalam Menghadapi Era Disrupsi Sektor Energi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen dan Ekonomi Islam (JAM-EKIS)*, 5(1).

- Azwar, S. (1998). *Metode Penelitian*. Pustaka Belajar.
- Handayani, T., & Fathoni, M. A. (2019). *Manajemen Pemasaran Islam*. Deepublish.
- Herawan, Y. (2021). *Strategi Pemasaran Syariah Serba Tiga Puluh Lima Ribu Di Toko Zahra Collection*. Iain Bengkulu.
- Herlin., Anggraini, Yesi Noti., Yanti, Rina Trisna. (2020). Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Kosmetik Wardah Di Kota Bengkulu. *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen dan Ekonomi Islam (JAM-EKIS)*, 3(2).
- Kalimah, S., & Fadilah, N. (2017). *Marketing Syariah Hubungan Antara Agama Dan Ekonomi*. LPPM IAIN.
- Kartajaya, H., & Sula, M. S. (2006). *Syariah Marketing*. PT Mizan Pustaka.
- Mardia, Hutabarat, M. L. P., Simanjuntak, M., Sipayung, R., Saragih, L., & Simarmata, H. M. P. (2021). *Strategi Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis.
- Nurcholifah, I. (2014). Strategi Marketing Mix Dalam Perspektif Syari'ah. *Jurnal Khatulistiwa, 1*.
- Nurzam., & Wijaya, Ahmat. (2020). Strategi Pemasaran Cpo (Crude Palm Oil) Pada Pt. Bio Nusantara Teknologi Bengkulu Tengah. *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen dan Ekonomi Islam (JAM-EKIS)*, 3(1).
- Sofyan, J. H. (2018). *Implementasi Strategi Pemasaran Pada Simply Homy Guest House Yogyakarta*. Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran, Edisi III*. CV. Andi Offset.
- Zainal, V. R. (2018). *Islamic Marketing Management*. Bumi Aksara.

## PENERAPAN MAQASHID SYARIAH DALAM EKONOMI ISLAM

### IMPLEMENTATION OF MAQASHID SHARIA IN ISLAMIC ECONOMY

Intan Permata Sari<sup>1</sup>, Eka Sri Wahyuni<sup>2</sup>, Kustin hartini<sup>3</sup>  
Universitas Islam Negeri (UIN) Fatmawati Sukarno Bengkulu<sup>1-3</sup>  
[intanpermatasari@gmail.com](mailto:intanpermatasari@gmail.com)<sup>1</sup>, [ekasricurup@gmail.com](mailto:ekasricurup@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[kustinhartini@gmail.com](mailto:kustinhartini@gmail.com)<sup>3</sup>

Jl. Raden Fatah, Kel. Pagar Dewa, Kota Bengkulu (38211)  
Corresponding email: [intanpermatasari@gmail.com](mailto:intanpermatasari@gmail.com)

---

#### INFORMASI ARTIKEL

##### Riwayat Artikel:

Diterima : 21 Maret 2023

Direvisi : 15 Juli 2023

Disetujui : 14 Agustus 2023

##### Keywords:

Maqashid Sharia, Islamic Economics, Business.

##### Kata kunci:

Maqashid Syariah, Ekonomi Islam, bisnis.

---

#### ABSTRACT

*This study aims to determine the urgency of maqashid sharia in Islamic economics and to determine the application of maqashid sharia based on its business aspects. This type of research, namely library research relating to library data collection methods, uses a qualitative approach. The results of the study show that maqashid sharia has a dual role, namely: as a control tool as well as a social engineering tool to realize human benefit. It provides a rational philosophical foundation of economic activity. Without maqashid sharia, the understanding and practice of Islamic economics will become narrow, rigid, static and slow. Islamic economics will lose the spirit and substance of its shari'ah. In the application of maqashid business in the Islamic economy, it can be seen that every agreement must be clear, the obligation to work and produce, Al-Kharraj bi adh-Dhaman (Balance between Profits and Risks), maqashid prohibits gharar and maqashid prohibits wasting wealth.*

#### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui urgensi maqashid syariah dalam ekonomi islam dan untuk mengetahui penerapan maqashid syariah berdasarkan aspek bisnisnya. Jenis penelitian ini, yaitu library research yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa maqashid syariah memiliki peran ganda,

yaitu: sebagai alat kontrol sekaligus alat perekayasa sosial untuk mewujudkan kemaslahatan manusia. Ia memberikan landasan filosofis yang rasional dari aktivitas ekonomi. Tanpa *maqashid syariah*, pemahaman dan praktik ekonomi Islam akan menjadi sempit, kaku, statis, dan lambat. Ekonomi Islam akan kehilangan spirit dan substansi syari'ahnya. Dalam penerapan *maqashid* bisnisnya di ekonomi syariah tampak pada setiap kesepakatan harus jelas, kewajiban bekerja dan memproduksi, *Al-Kharraj bi adh-Dhamaan* (Keseimbangan antara Keuntungan dan Risiko), *maqashid* larangan gharar dan *maqashid* larangan menghambur-hamburkan harta.

---

## PENDAHULUAN

Ekonomi Islam merupakan bagian dari syariat Islam. Di mana aturannya fleksibel sehingga dapat menyahuti setiap perubahan, perkembangan ekonomi, dan bisnis manusia. Sejatinnya sistem ekonomi ini telah lahir seiring dengan kelahiran syariat Islam yang dibawa Nabi Muhammad Saw. ke jagad raya ini. Kemudian ia dipraktikkan dan dicontohkan secara langsung dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara. Setelah mencapai masa keemasan seiring dengan puncak kejayaan daulah-daulah islamiyah, sistem ekonomi ini akhirnya terkubur di saat melemahnya kekuasaan daulah islam dengan konsep deislamisasi yang dilakukan negara-negara barat (Rozalinda, 2014).

Bidang ekonomi islam pada dasarnya merupakan bagian cabang dari salah satu aspek inti ajaran islam yang terdiri dari aqidah, syariah, dan akhlak. Dalam hal ini, ekonomi islam merupakan turunan dari aspek syariah. Sedang dalam bahasan syariah (hukum Islam), tidak bisa dilepaskan dari tujuan hukum islam (*maqashid syariah*). Teori *maqashid syariah* ini telah berkembang sejak awal turunnya wahyu, dalam arti tujuan dan maksud dari adanya syariah (agama islam) telah menyatu dengan berbagai aturan yang ada di dalam wahyu tersebut, baik wahyu tersebut dalam bentuk Al-quran maupun Hadis Nabi Muhammad saw. *Maqashid syariah* berarti tujuan Allah dan Rasul-Nya dalam menetapkan hukum-hukum Islam (Sahroni & Karim, 2015)

Perkembangan ekonomi islam begitu pesatnya menjadi tantangan tersendiri bagi umat islam yaitu bagaimana membangun ekonominya yang berbasis pada ideologinya. Mengingat kaum muslim menjadi agama dan ajarannya sebagai variabel utama dalam berperilaku. Islam sebagai agama pengatur kehidupan yang berperan dalam membimbing dan mengarahkan manusia dalam mengelola sumber daya ekonomi untuk mencapai kemaslahatan umatnya didunia dan akhirat (Mubayyinah, 2019). Secara mendalam yang ingin dituju dalam sistem ekonomi islam adalah islam yang kaffah dalam aspek ekonomi, yaitu tercapainya *mashlahah* atau *falah* (kesejahteraan) bagi umat manusia. Untuk mencapai itu perlu menggunakan konsep *maqashid syariah* yang merupakan tujuan dari syariat islam untuk melindungi umat manusia (Adzkiya', 2020)

Konsep *Maqashid syariah* jika ditelusuri dari perkembangannya, sudah ada sejak

masa Rasulullah Saw. Meskipun pada waktu itu belum menyebutkan secara jelas tema *maqashid syariah*, tetapi setidaknya *maqashid syariah* telah memberikan warna dan kontribusi dalam legislasi hukum islam sesuai dengan tujuan ditetapkan hukum islam, yaitu mewujudkan *kemaslahatan* dan menolak kemudharatan (*dar'u al-mafasid wa jalbu al-manafi'*) (Mu'alim, 2022).

Ilmu *maqashid al-syariah* pada dasarnya merupakan sebuah ilmu yang sudah memenuhi kriteria keilmuan dilihat dari tinjauan filsafat, yaitu sudah mempunyai ontologi yang jelas, epistemologi yang dapat dipertanggungjawabkan, serta aksiologi yang terukur. Walaupun demikian pada umumnya ulama tidak sepekat untuk menjadikannya sebagai sebuah ilmu yang berdiri sendiri. Artinya, walaupun eksistensinya sangat penting dalam mengistibatkan hukum islam, tetapi teori *maqashid al-syariah* masih diposisikan untuk membantu ilmu ushul fiqh (Helim, 2019).

Semakin meluasnya permasalahan ekonomi dan bisnis syariah pada saat ini, maka semakin perlu untuk dilakukan ijtihad sehingga setiap perkembangan dan inovasi transaksi tetap sejalan dengan prinsip-prinsip syariah. Karena itu, keterlibatan ulama ekonomi syariah menjadi penting, seperti berijtihad memberikan solusi bagi permasalahan ekonomi keuangan yang muncul, baik skala mikro maupun makro, mendisain akad-akad syariah untuk kebutuhan produk-produk bisnis di berbagai lembaga keuangan syariah, mengawal dan menjamin seluruh produk perbankan dan keuangan syariah dijalankan sesuai syariah. Oleh sebab itu, menurut hemat penulis bahwa konsep *maqashid al-syariah* yang dikembangkan oleh al-Syatibi, penting sekali untuk digunakan sebagai teori kajian dalam merespon perkembangan ekonomi dan bisnis syariah masakini dan mendatang, sehingga roda perekonomian di tengah-tengah masyarakat benar-benar berputar sesuai dengan kehendak Allah dan Rasul-Nya serta mampu memenuhirasa keadilan umat manusia.

## TINJAUAN PUSTAKA

### *Maqashid Syariah*

Menurut terminologi, *maqashid syariah* berarti sebuah tujuan yang memiliki nilai dan makna yang ingin di wujudkan oleh pembuat syariah (Allah SWT) di sebagai nilai dan makna yang dijadikan tujuan dan hendak direalisasikan oleh pembuat syariah (Allah SWT) yang tujuan ini di gunakan oleh para ulama mujtahid sebagai landasan dalam pembuatan syariah dan juga hukum (Toriquddin, 2014).

ثُمَّ جَعَلْنَاكَ عَلَىٰ شَرِيعةٍ مِّنَ الْأَمْرِ فَاتَّبِعْهَا وَلَا تَتَّبِعْ أَهْوَاءَ الَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ ١٨

“Kemudian Kami jadikan engkau (Muhammad) mengikuti syariat (peraturan) dari agama itu, maka ikutilah (syariat itu) dan janganlah engkau ikuti keinginan orang-orang yang tidak mengetahui.” (QS. Al-Jatsiyah : 18)

Konsep *maqashid syariah* sebenarnya sudah ada sejak zaman Imam Haramain (guru al-Ghazali dan direktur Ma'had Nizamiyah wafat 478 H.) dan diteruskan oleh al-Ghazali (w.505H), konsep tersebut kemudian dikembangkan oleh seorang ulama bermazhab maliki di Cordova Andalusia yang bernama *as-Syatibi* (w. 790 H.) yang terkenal dengan kitabnya *AlMuwafaqat Fi ushul Syariah*. Perkembangan paling besar



tentang *maqashid syariah* di kembangkan oleh Abu ishaq al-Syathibi. Asl-Syathibi berpendapat bahwa seluruh syariat yang ditetapkan Allah pasti mempunyai masalah untuk hamba-Nya dan tidak ada satu pun hukum Allah yang tidak mempunyai tujuan baik itu di dunia (masa sekarang) ataupun di akhirat kelak (masa akan datang) (Munandar, 2021).

Jadi tujuan yang terkandung didalam *maqashid syariah* adalah untuk memelihara kemaslahatan manusia, baik didunia maupun di akhirat sekaligus untuk menghindari mafsadat, baik di dunia maupun di akhirat. Kemaslahatan yang terkandung itu bukan hanya dilihat dalam arti teknik, namun dalam upaya dinamika pengembangan hukum dilihat sebagai sesuatu yang mengandung nilai filosofis dari hukum-hukum yang disyariatkan Tuhan terhadap manusia.

Dalam rangka mewujudkan kemaslahatan dan menjauhi kerusakan di dunia dan akhirat, para ahli usul fikih meneliti dan menetapkan ada lima unsur pokok yang harus diperhatikan. Kelima pokok tersebut bersumber dari Al-Qur'an dan merupakan tujuan syariah (*maqashid al-syariah*). Untuk mengetahui lebih jelas lagi tentang kelima hal tersebut, lebih jelas lagi al-Syathibi membagi *maqashid al-syariah* menjadi *dharuriyah*, *hajiyyah*, dan *tahsiniyah* (Fauzia & Riyadi, 2018).

#### 1. *Dharuriyah* (ضرورية)

*Dharuriyah* adalah penegakan kemaslahatan agama dan dunia. Artinya, ketika *dharuriyah* itu hilang maka kemaslahatan dunia dan bahkan-akhirat juga akan hilang. Dan, yang akan muncul adalah justru kerusakan dan bahkan musnahnya kehidupan. *Dharuriyah* juga merupakan keadaan di mana suatu kebutuhan wajib untuk dipenuhi dengan segera, jika diabaikan maka akan menimbulkan suatu bahaya yang berisiko pada rusaknya kehidupan manusia.

Selanjutnya, *dharuriyah* terbagi menjadi lima poin yang biasa dikenal dengan sebutan *al-kulliyat al-khamsah* (الكلية الخمسة), yaitu: memelihara agama (*Hifz al-Din*); jiwa (*Hifz al-Nafs*); akal (*Hifz al-'Aql*); keturunan (*Hifz al-Nash*); dan harta benda (*Hifz al-Mal*)

Apabila kelima hal di atas dapat terwujud, maka akan tercapai suatu kehidupan yang mulia dan sejahtera di dunia dan akhirat, atau dalam ekonomi Islam biasa dikenal dengan falih tercukupinya kebutuhan masyarakat akan memberikan dampak yang disebut dengan masalah, karena kelima hal tersebut merupakan kebutuhan dasar yang harus dipenuhi oleh masing-masing individu dalam masyarakat. Apabila salah satu dari kelima hal tersebut tidak terpenuhi dengan baik, maka kehidupan di dunia juga tidak akan bisa berjalan dengan sempurna dan terlebih lagi akan berdampak negatif bagi kelangsungan hidup seseorang.

#### 2. *Hajiyyat* (حجيت)

Jenis *maqashid* ini dimaksudkan untuk memudahkan kehidupan, menghilangkan kesulitan atau menjadikan pemeliharaan yang lebih baik terhadap lima unsur pokok kehidupan manusia. *Hajiyyah* juga dimaknai dengan keadaan di mana jika suatu kebutuhan dapat terpenuhi, maka akan bisa menambah *value* kehidupan manusia. Hal tersebut bisa menambah efisiensi, efektivitas dan *value added* (nilai tambah) bagi aktivitas manusia. *Hajiyyat* juga dimaknai dengan pemenuhan kebutuhan sekunder ataupun sebagai pelengkap dan penunjang kehidupan manusia.

#### 3. *Tahsiniyat* (تحسينية)

Tahapan terakhir *maqashid al-syariah* adalah *tahsiniyah*, yang artinya melakukan kebiasaan-kebiasaan yang baik dan menghindari yang buruk sesuai dengan apa telah diketahui oleh akal sehat. Meskipun kemungkinan besar tidak menambah efisiensi, efektivitas, dan nilai tambah bagi aktivitas manusia. *Tahsiniyah* juga biasa dikenali dengan kebutuhan tersier, atau identik dengan kebutuhan yang bersifat mendekati kemewahan.

## Ekonomi Islam

Kata ekonomi berasal dari kata Yunani, yaitu *oikos* dan *nomos*. Kata *oikos* berarti rumah tangga (*house-hold*), sedangkan kata *nomos* memiliki arti mengatur. Maka secara garis besar ekonomi diartikan sebagai aturan rumah tangga, atau manajemen rumah tangga. Kenyataannya, ekonomi bukan hanya berarti rumah tangga suatu keluarga, melainkan bisa berarti ekonomi suatu desa, kota, dan bahkan suatu negara (Fauzia & Riyadi, 2018).

Ekonomi Islam dalam bahasa Arab diistilahkan dengan *al-iqtishad al-Islami*. *Al-iqtishad* secara bahasa berarti *al-qashdu* yaitu pertengahan dan berkeadilan. Pengertian pertengahan dan berkeadilan ini banyak ditemukan dalam Al-Qur'an di antaranya "*Dan sederhanalah kamu dalam berjalan.*" (Luqman: 19) dan "*Di antara mereka ada golongan yang pertengahan.*" (al-Maidah: 66). Maksudnya, orang yang berlaku jujur, lurus, dan tidak menyimpang dari kebenaran (Rozalinda, 2014).

Ekonomi Islam dibangun atas dasar agama Islam, karenanya ia merupakan bagian tak terpisahkan (*integral*) dari agama Islam. Sebagai derivasi dari agama Islam, ekonomi Islam akan mengikuti agama Islam dalam berbagai aspeknya. Islam adalah sistem kehidupan (*way of life*), di mana Islam telah menyediakan berbagai perangkat aturan yang lengkap bagi kehidupan manusia, termasuk dalam bidang ekonomi. Beberapa aturan ini bersifat pasti dan berlaku permanen, sementara beberapa yang bersifat kontekstual sesuai dengan situasi dan kondisi. Penggunaan agama sebagai dasar ilmu pengetahuan telah menimbulkan diskusi panjang di kalangan ilmuwan, meskipun sejarah telah membuktikan bahwa hal ini adalah sebuah keniscayaan (Amirus, 2015). Jadi ekonomi syariah adalah bagian dari aktivitas manusia dalam rangka memenuhi kebutuhannya dengan memanfaatkan berbagai sumber daya yang ada dengan berpedoman pada syariat yang bersumber dari Al-Qur'an dan Sunnah.

Di dalam ajaran Islam, bekerja mencari nafkah atau melakukan kegiatan ekonomi merupakan kewajiban yang diperintahkan oleh Allah Swt, karena tidak ada sesuatu yang bisa didapat langsung tanpa harus melakukan kegiatan, hal ini senada dengan firman Allah dalam surat at-Taubah ayat 105:

وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ اِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ۝ ۱۰۵

Artinya: *Dan katakanlah, "Bekerjalah kamu, maka Allah akan melihat pekerjaanmu, begitu juga Rasul-Nya dan orang-orang mukmin, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui yang gaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan."*

Tujuan ekonomi Islam adalah *mashlahah* (kemaslahatan) bagi umat manusia. Yaitu dengan mengusahakan segala akti- vitas demi tercapainya hal-hal yang berakibat

pada adanya kemaslahatan bagi manusia, atau dengan mengusahakan aktivitas yang secara langsung dapat merealisasikan kemaslahatan itu sendiri. Aktivitas lainnya demi menggapai kemaslahatan adalah dengan menghindari diri dari segala hal yang membawa *mafsadah* (kerusakan) bagi manusia (Fauzia & Riyadi, 2018).

Ekonomi Islam memiliki prinsip-prinsip dasar, sebagai berikut:

1. Prinsip Tauhid

Sumber utama etik Islam adalah kepercayaan penuh dan murni terhadap keesaan Tuhan dan ini secara khusus menunjukkan dimensi vertikal Islam, hubungan ini dipengaruhi penyerahan manusia tanpa syarat di hadapan-Nya. Ketundukan manusia pada Tuhan membantu manusia merealisasikan potensi teomorfiknya.

2. Prinsip Keadilan

Keadilan merupakan nilai paling asasi dalam ajaran Islam, yaitu menegakkan keadilan dan memberantas kezaliman adalah tujuan utama dari risalah para rasul-Nya. Keadilan sering kali diletakkan sederajat dengan kebajikan dan ketakwaan.

3. Konsep Islam Mengenai Kebajikan

Kebajikan adalah tingkah laku yang baik, jujur, simpatik, bekerja sama, pendekatan dan ber perikemanusiaan dan ikhlas, mementingkan orang lain dan menjaga hak orang lain.

4. Prinsip Kemanusiaan

Prinsip kemanusiaan, yang tidak lain merujuk pada urgensi eksistensi manusia dalam Islam adalah sebagai hamba Allah dan khalifah di muka bumi ini. Identitas manusia menjadi penting karena kehidupan di dunia diperuntukkan bagi manusia sebagai ajang untuk menguji tingkat keimanan dan ketakwaannya kepada sang pencipta.

5. Prinsip Kehendak Bebas

Dalam pandangan Islam, manusia terlahir memiliki kehendak bebas, yakni dengan potensi menentukan pilihan di antara pilihan-pilihan yang beragam. Karena kebebasan manusia tidak dibatasi dan bersifat *voluntaris*, maka ia juga memiliki kebebasan untuk memilih yang salah.

6. Prinsip Tanggung Jawab

Aksioma ini sangat erat kaitannya dengan prinsip kehendak bebas, keduanya merupakan pasangan yang alamiah, tapi bukan berarti baik secara logis maupun praktis keduanya saling terkait. Islam menaruh penekanan pada konsep tanggung jawab, Islam menetapkan keseimbangan yang tepat di antara keduanya, dengan ini peradaban modern akan ditentukan berdasarkan langkah pembatasan kebebasan individu secara tepat, sehingga konflik inheren antara maksimalisasi kepentingan sendiri akan seimbang dengan kebutuhan maksimalisasi kesejahteraan sosial.

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kepustakaan (*Library Research*). Penelitian kepustakaan merupakan serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat serta mengolah bahan penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan

maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada.

Dalam mengumpulkan dan memperoleh data menggunakan teknik *book survey*, yaitu buku-buku, dokumen, artikel *website* atau *literature* lain yang memiliki kaitannya dengan rencana dari penelitian ini. Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis isi (*content analysis*) yaitu suatu teknik penelitian yang dimanfaatkan untuk menarik kesimpulan yang replikatif dan shahih dari data atas dasar konteksnya. Menurut Smith dalam buku karangan Nanang Murtono berpendapat bahwa : “Analisis isi merupakan sebuah teknik yang digunakan untuk mendapat informasi yang dibutuhkan dari materi secara sistematis dan obyektif dengan mengidentifikasi karakter tertentu dari suatu materi. Adapun langkah-langkah analisis data yaitu sebagai berikut :

- a. Memilih dan menetapkan pokok bahasan yang akan di kaji.
- b. Mengumpulkan data-data yang sesuai dengan pokok bahasan melalui pokok bahasan melalui buku-buku maupun sumber lainnya.
- c. Menganalisis dan mengklarifikasi.
- d. Mengkomunikasikannya dengan kerangka teori yang di gunakan.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Konsep *Maqashid Syariah* Menurut Al-Syatibi

Sebelum Syathibi, *maqashid syariah* banyak dipahami dengan istilah *'illah* dan *mashlahah* (Fauzia & Riyadi, 2018). Dalam karyanya *al-Muwafaqat*, al-Syatibi mempergunakan kata yang berbeda-beda berkaitan dengan *maqashid al-syariah*. Kata-kata itu ialah *maqashid al-syariah*, *al-maqashid al-syar'iyah fi al-syariah*, dan *maqashid min syar'i al-hukum*. Walau dengan kata-kata yang berbeda, mengandung pengertian yang sama yakni tujuan hukum yang diturunkan oleh Allah SWT. Menurut al-Syatibi memahami *maqashid al-syariah* adalah suatu keharusan di dalam berijtihad, pemahaman akan *maqashid al-syariah* tidak akan tercapai sebelum seseorang memahami bahasa Arab, Al- Qur'an dan Hadis (Bakri, 1996). Menurut Syathibi sesungguhnya syariah bertujuan untuk mewujudkan kemaslahatan manusia sebagai hamba Allah di dunia dan akhirat. Maka dari itu, ketika hamba-Nya dibebani kewajiban (*al-taklif*), tak lain untuk merealisasikan kemaslahatan. Sehingga dalam pandangannya, tidak ada satu hukum pun yang tidak mempunyai suatu tujuan.

Menurut al-Syatibi sebagai yang dikutip dari ungkapannya sendiri: (Bakri, 1996):

هذه الشريعة ... وضعت لتحقيق مقاصد الشارع في قيام مصالحهم في الدين والدنيا معا

"*Sesungguhnya syariat itu bertujuan mewujudkan kemaslahatan manusia di dunia dan di akhirat*".

Dalam ungkapan yang lain dikatakan oleh al-Syatibi

الأحكام مشروعة المصالح العباد

"*Hukum-hukum disyariatkan untuk kemaslahatan hamba*".

Dalam memaparkan hakikat *maqashid syariah* dari segi substansi, *maqashid al-syariah* adalah kemaslahatan. Kemaslahatan dalam taklif Tuhan dapat berwujud dalam

dua bentuk: pertama dalam bentuk hakiki, yakni manfaat langsung dalam arti kausalitas. Kedua, dalam bentuk *majazi* yakni bentuk yang merupakan sebab yang membawa kepada kemaslahatan. Kemaslahatan itu, oleh al-Syatibi dilihat pula dari 2 (dua) sudut pandang itu adalah:

a. *Maqashid al-Syari'* (Tujuan Tuhan)

*Maqashid al-Syari'*, mengandung empat aspek. Keempat aspek itu adalah:

- 1) Tujuan awal dari syariat yakni kemaslahatan manusia di dunia dan di akhirat.
- 2) Syariat sebagai sesuatu yang harus dipahami.
- 3) Syariat sebagai suatu hukum *taklif* yang harus dilakukan, dan
- 4) Tujuan syariat adalah membawa manusia ke bawah naungan hukum.

b. *Maqashid al-Mukallaf* (Tujuan Mukallaf).

*Maqashid al-Mukallaf* adalah maksud-maksud yang diinginkan oleh pelaku hukum (manusia; *mukallaf*) dalam setiap hal di kehidupannya baik terkait dengan itikad, perkataan atau perbuatan. Dari semua itu dapat dibedakan antara perbuatan yang baik dan buruk, antara kehidupan ibadah dengan sosialnya, baik dalam kehidupan beragama atau pun dalam bernegara yang semuanya dilihat apakah bersesuaian atau bertentangan dengan *maqashid syariah* (Helim, 2019).

### **Konsep Maqashid Syariah Menurut Izzuddin Bin Abdussalaam**

*Maqashid syariah* menurut Syekh Izzuddin merupakan makna dan hikmah yang diulas syariat dalam setiap bentuk penetapan hukum atau sebagian besarnya sehingga tidak terbatas ulasannya pada satu bentuk hukum saja. Sehingga masuk juga perihal sifat-sifat syariat, tujuannya yang umum serta makna yang tidak mungkin lepas dari suatu syariat. Dan masuk juga hal terkait dengan hikmah yang mungkin tidak semua diulas dalam setiap hukum syariat, namun dalam sebagian besarnya.

Sebagaimana diketahui dalam *maqashid syariat* dibatasi agar menjaga lima hal (*dharuriyyah al-khamsah*) yaitu agama, jiwa, akal, keturunan dan harta. Untuk menopang kelima hal tersebut, Beliau membagi tingkat kebutuhan manusia ke dalam tiga tingkatan yaitu *dharuriyyah*, *haajiyah* dan *tahsiiniyah*.

1. *Dharuriyyah*

*Dharuriyyah* menurutnya adalah tingkatan kebutuhan yang harus ada dalam sebuah syariat yaitu menjaga agama (*hifzh ad-diin*), menjaga jiwa (*hifzh an-nafs*), menjaga akal (*hifzh al-aql*), menjaga keturunan (*hifzh an-nasl*) dan menjaga harta (*hifzh al-maal*). Sebagai contoh rukun Islam disyariatkan untuk menjaga agama, penetapan diyat merupakan upaya untuk menjaga jiwa, penetapan keharaman khamr dan sejenisnya merupakan upaya menjaga akal, penetapan hukum keluarga merupakan upaya menjaga keturunan dan penetapan hukuman (*jinayah*) bagi semisal pencurian merupakan upaya untuk menjaga harta.

2. *Haajiyah*

*Haajiyah* merupakan kebutuhan (*hajah*) yang harus ada dalam memenuhi suatu kebutuhan yang menopang *dharuriyyah*. Sebagai contoh penetapan syariat nikah bertujuan untuk menjaga keturunan (*hifzh an-nasl*) dan syariat jual beli maupun sewa-upah bertujuan untuk menjaga harta (*hifzh al-maal*).

3. *Tahsiiniyah*

*Tahsiiniyah* merupakan kebutuhan (*hajah*) yang dikembalikan kepada kebiasaan

yang baik, akhlaq yang baik, perasaan yang sehat, sehingga umat islam menjadi umat yang disenangi dan lingkungannya enak untuk ditunggu. Maka termasuk ke dalamnya adalah menjauhi sifat berlebihan (*al-Israf*), sifat pelit (*al-Bukhl*), menetapkan sekufu dalam pernikahan, adab makan dan lainnya yang merupakan akhlaq yang terpuji.

### **Urgensi *Maqashid Syariah* Dalam Ekonomi Islam**

Berbicara tentang ekonomi islam sangat erat kaitannya dengan *maqashid* yaitu menjaga harta. Dengan demikian transaksi muamalat memiliki landasan epistemologinya yang bersumber pada penalaran *maqashid asy-syariah*. Tujuan syariah dalam transaksi muamalah adalah menciptakan kesejahteraan umat manusia dengan menyeimbangkan harta benda antara kaum kaya dan kaum miskin secara berkeadilan dan seimbang (Mubayyinah, 2019).

Terkait dengan urgensi *maqashid* tidak dapat dipisahkan dari ushul fiqh, mayoritas ulama sepakat bahwa ushul fiqh menduduki posisi yang sangat penting dalam ilmu-ilmu syariah, tema terpenting dalam ushul fiqh adalah *maqashid asy-syariah*. *Maqashid asy-syariah* adalah jantung dalam kajian ushul fiqh, karena itu *maqashid asy-syariah* menduduki posisi yang sangat penting dalam merumuskan ekonomi islam, menciptakan produk-produk perbankan dan keuangan syariah. Para ulama telah sepakat bahwa pengetahuan *maqashid asy-syariah* menjadi syarat utama dalam berijtihad untuk menjawab berbagai problematika kehidupan ekonomi dan keuangan yang terus berkembang. *Maqashid asy-syariah* tidak hanya diperlukan untuk merumuskan kebijakan-kebijakan ekonomi makro (*moneter, fiscal, public finance*), tetapi juga untuk menciptakan produk-produk perbankan dan keuangan syariah serta teori-teori ekonomi mikro lainnya (Mufid, 2016).

*Maqashid syariah* tidak saja menjadi faktor yang paling menentukan dalam melahirkan produk-produk ekonomi syariah yang dapat berperan ganda (alat sosial kontrol dan rekayasa *socioeconomy*) untuk mewujudkan kemaslahatan manusia, tetapi lebih dari itu, *maqashid syariah* dapat memberikan dimensi filosofis dan rasional terhadap produk-produk hukum ekonomi Islam yang dilahirkan dalam aktivitas ijtihad tentang ekonomi syariah kontemporer. *Maqashid syariah* akan memberikan pola pemikiran yang rasional dan substansial dalam memandang akad-akad dan produk-produk perbankan syariah. Pemikiran fikih semata akan menimbulkan pola pemikiran yang formalistik dan tekstualis. Hanya dengan pendekatan *maqashid syariah*, produk perbankan dan keuangan syariah dapat berkembang dengan baik dan dapat merespons kemajuan bisnis yang terus berubah dengan cepat (Andiko et al., 2018).

### **Penerapan *Maqashid Syariah* Berdasarkan Aspek Bisnis**

Penerapan *maqashid syariah* ini merupakan penjabaran dari *maqashid* (tujuan) besarnya yaitu *hifdzul mal* (menjaga dan memenuhi hajat dan maslahat akan harta). Menjaga dan memenuhi hajat akan harta tersebut adakalanya dari sisi bagaimana mendapatkannya (*min janibi al-wujud*) atau dari sisi memelihara harta yang sudah dimiliki (*mi janibi al-'adam*). *Hifdzul mal* tersebut juga menjadi rumpun kaidah dalam bidang muamalah, kaidah ini dijabarkan dengan *maqashid 'ammah* (tujuan-tujuan umum) dan *maqashid khassah* (tujuan khusus) yang sangat banyak dan tidak terhitung

jumlahnya (Sahroni & Karim, 2015).

### 1. Setiap Kesepakatan Harus Jelas

Setiap kesepakatan bisnis harus jelas diketahui oleh para pihak akad agar tidak menimbulkan perselisihan di antara mereka. Untuk mencapai target ini, syariat Islam memberlakukan ketentuan *tautsiq* (pengikatan) dalam akad *muamalah maliah*, seperti ketentuan bahwa setiap transaksi harus tercatat (*kitabah*), disaksikan (*isyhad*) dan boleh bergaransi.

Ibnu Asyur menguatkan makna ini, ia menjelaskan: menjaga kepercayaan *muktasib* (orang yang bekerja) itu dengan cara melindungi hartanya sebagaimana firman Allah Swt.:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ٢٩

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.” (QS An-Nisa: 29)

Ayat ini menjadi dalil legalitas tujuan *hifdzil-mal* yang harus diterapkan dalam setiap praktik bisnis. *Hifdzul mal* yang dimaksud diimplementasikan dengan ketentuan *tautsiq* (pengikatan) dalam akad *muamalah maliah*, seperti ketentuan bahwa setiap transaksi harus tercatat (*kitabah*), disaksikan (*isyhad*) dan boleh bergaransi agar setiap pihak akad rela sama rela.

*Maqashid* tersebut sesuai juga dengan prinsip dalam perdagangan harus dilakukan atas dasar suka sama suka (kerelaan). Prinsip ini memiliki implikasi yang luas karena perdagangan melibatkan lebih dari satu pihak, sehingga kegiatan jual beli harus dilakukan secara sukarela, tanpa paksaan. Perdagangan tidak boleh dilakukan dengan memanfaatkan ketergantungan karena tidak ada pilihan. Praktik monopoli berisiko melanggar prinsip ini, kecuali pada situasi tertentu.

Keterbatasan pengetahuan mengenai dimensi teknis barang dapat dibantu dengan meyakini ketentuan standar tertentu yang ditetapkan oleh suatu otoritas. Standar suatu barang menjadi sarana untuk membangun kesetaraan antara penjual dan pembeli

### 2. Kewajiban Bekerja dan Memproduksi

Di antara *maqashid syariah* adalah kewajiban bekerja dan memproduksi. Kewajiban ini berdasarkan *istiqra'* terhadap dalil-dalil yang memberikan *dilalah qath'iah* (makna yang pasti) bahwa bekerja dan produksi itu hukumnya wajib sesuai dengan firman Allah Swt.:

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذَلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ ١٥

Artinya: “Dialah yang menjadikan bumi untuk kamu yang mudah dijelajahi, maka jelajilah di segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nyalah kamu (kembali setelah) dibangkitkan.” (QS Al-Mulk: 15)

Dalam ayat ini Allah Swt. memerintahkan untuk berjalan di muka bumi ini untuk mencari rezeki Allah Swt. Dalam konteks *maqashid*, mencari rezeki menjadi wajib untuk menyediakan kebutuhan harta dari aspek wujud karena tanpa bekerja, tidak

mungkin ada uang dan harta.

Merealisasikan *hifdzul mal* dari sisi bagaimana mendapatkannya (*min janibi al wujud*) sama halnya dengan merealisasikan harta yang sudah dimiliki (*mi janibi al-adam*). Di antara ketentuan dalam syariat ini yang merealisasikan *maqashid* kewajiban bekerja ini di antaranya adalah bahwa syariat ini memberikan hak kepada pengelola usaha dalam bagi hasil untuk mendapatkan keuntungan atas usahanya. Dan sebaliknya, ketentuan yang melarang pengelola usaha untuk mendapatkan haknya tersebut itu bertentangan tujuan (*maqashid*) ini. Di antaranya juga, syariat ini melindungi kepemilikan seseorang selama harta tersebut dihasilkan dengan cara-cara yang halal. Syariat ini telah memberikan kewenangan dan hak kepada setiap pemilik barang/jasa untuk memanfaatkannya dan menggunakannya dengan cara-cara yang dibolehkan syariat ini. Dan sebaliknya, syariat ini melarang setiap perilaku yang merampas hak kepemilikan ini seperti pencurian, perampasan dan pengrusakan terhadap hak orang lain. Oleh karena itu, dilarang menghalangi dan mempersulit pemilik barang untuk mengelolanya dan memanfaatkannya karena bertentangan *maqashid syariah* dalam melindungi hak kepemilikan setiap orang karena itu hasil kerjanya yang legal (*masyru*).

### 3. *Al-Kharraj bi adh-Dhaman* (Keseimbangan antara Keuntungan dan Risiko)

Kaidah *al-kharraj bi adh-dhaman* ini adalah prinsip dalam muamalat Islam yang bersumber kepada dalil *istiqra'* terhadap nash-nash syariat dan menghasilkan *maqashid* yang berstatus *gath'i*. Berdasarkan kaidah ini, para ulama melakukan istinbat hukum, fatwa dan ijtihad atas banyak sekali hukum fikih. Rasulullah Saw. melarang untuk menjual barang yang belum menjadi milik atau tanggung jawabnya. Ia juga melarang menjual makanan yang belum diserahterimakan (*taqabudh*).

Rasulullah Saw, berkata kepada orang yang bertanya kepadanya tentang hukum menjual barang yang belum dibelinya (belum dimilikinya). Rasulullah menjawab:

لا تبغ ماليس عندك

"*Jangan menjual barang yang belum ada di sisimu*".

Sesuai dengan prinsip ini, maka keuntungan (*ghurm/ribh*) atas modal itu sah didapatkan jika pemilik modal telah menghadapi risiko (*ghurm/mukhatarah*) atas modalnya juga. Karena modal telah dijamin oleh pihak yang menerimanya seperti dalam akad *qardh*, maka yang bersangkutan wajib mengembalikan pinjaman tersebut dalam kondisi apa pun: ia harus menggantinya jika rugi, rusak atau berkurang, walaupun karena sebab-sebab yang di luar keinginannya.

Penerapan prinsip *al-kharraj bi adh-dhaman* dalam kasus-kasus di atas itu sangat logis dan jelas. *Kharraj* itu maknanya adalah keuntungan, sedangkan *dhaman* adalah tanggung jawab atas kerugian/kerusakan. Syariat Islam telah menjadikan kedua hal tersebut menjadi dua hal yang selalu beriringan. Bahwa *kharraj* tidak bisa didapatkan kecuali dengan *dhaman*. Yang dimaksud dengan *dhaman* di sini adalah kemungkinan *dhaman* karena *dhaman* belum terjadi. Realitanya, harta itu tidak rusak atau usahanya tidak rugi, tetapi karakter usaha itu menghadapi risiko kerugian yang mungkin terjadi, maka atas dasar tersebut, jika ia menjual barang tersebut, ia berhak atas marginnya. Dalam transaksi ribawi, pihak yang meminjam itu harus bertanggung jawab. Ia harus



mengembalikan pinjaman beserta bunganya kepada pihak yang meminjam, baik usaha yang dijalankan dengan modal pinjaman tersebut menghasilkan ataupun tidak. Praktik ini bertentangan dengan Islam karena pihak yang memberikan pinjaman tidak boleh memberikan syarat bunga atas pinjamannya, juga karena dhaman dan ghuwm tidak terjadi sekaligus dalam akad tabarru (sosial) tersebut (Sahroni & Karim, 2015). Maka dalam akad qardh di atas itu hanya ada dua pilihan:

- a. Memilih dhaman dengan cara memberikan pinjaman *qardh al-hasan* tanpa bunga
- b. Memilih kharraj dengan cara menyerahkan dana tersebut sebagai modal usaha, maka ia berhak atas keuntungan dan menanggung risiko kerugian jika terjadi.

#### 4. *Maqashid Larangan Gharar*

Menurut ahli fikih, gharar adalah sifat dalam muamalah yang menyebabkan sebagian rukunnya tidak pasti (*mastur al-'agibah*). Secara operasional, gharar bisa diartikan; kedua belah pihak dalam transaksi tidak memiliki kepastian terhadap barang yang menjadi objek transaksi baik terkait kualitas, kuantitas, harga dan waktu penyerahan barang, sehingga pihak kedua dirugikan

Gharar ini terjadi bila mengubah sesuatu yang pasti menjadi tidak pasti. Di antara contoh praktik gharar adalah sebagai berikut: (Karim, 2008)

- a. Gharar dalam kualitas, seperti penjual yang menjual anak sapi yang masih dalam kandungan.
- b. Gharar dalam kuantitas, seperti dalam kasus ijon.
- c. Gharar dalam harga (*gabn*), seperti murabahah rumah 1 tahun dengan margin 20% atau murabahah rumah 2 tahun dengan margin 40%.
- d. Gharar dalam waktu penyerahan, seperti menjual barang yang hilang.

Gharar hukumnya dilarang dalam syariat Islam, oleh karena itu melakukan transaksi atau memberikan syarat dalam akad yang ada unsur ghararnya itu hukumnya tidak boleh sebagaimana hadis Rasulullah Saw.:

تهي رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْغَزِيرِ

"Rasulullah Saw melarang jual beli yang mengandung gharar"

Larangan gharar memiliki tujuan (*maqshad*) sebagaimana dijelaskan dalam substansi gharar di atas, bahwa keempat transaksi dalam contoh di atas itu termasuk gharar, karena objek akadnya tidak pasti ada dan tidak pasti diterima pembeli atau harga dan uang tidak pasti diterima penjual sehingga tujuan pelaku akad melakukan transaksi menjadi tidak tercapai.

Keempat bentuk gharar di atas, keadaan sama-sama rela yang dicapai bersifat Sesungguhnya, setiap transaksi dalam Islam harus didasarkan pada prinsip kerelaan antara kedua belah pihak (sama-sama ridha). Mereka harus mempunyai informasi yang sama (*complete information*) sehingga tidak ada pihak yang merasa dicurangi (ditipu) karena ada suatu yang *unknown to one party*.

Dalam sementara, yaitu sementara keadaannya masih tidak jelas bagi kedua belah pihak. Di kemudian hari, yaitu ketika keadaannya telah jelas, salah satu pihak (penjual/pembeli) akan merasa terzalimi, walaupun pada awalnya tidak demikian.

Inilah *maqshad* (tujuan) dilarangnya gharar, agar tidak ada pihak-pihak akad dirugikan karena tidak mendapatkan haknya dan agar tidak terjadi perselisihan dan permusuhan di antara mereka. *Maqashid* di atas sesuai dengan teori ekonomi. Misalkan, dalam sebuah transaksi perdagangan memang tercipta sebuah kesepakatan namun kesepakatan tersebut tidak menjamin terpenuhinya rasa keadilan bagi para pihak yang bertransaksi Matthew Rabin dalam risetnya berjudul "*Incorporating Fairness into Game Theory and Economics*" menyebutkan bahwa dalam setiap transaksi ada dua kesepakatan yang harus terpenuhi, yaitu kesepakatan pasar (*market equilibria*) dan kesepakatan rasa keadilan (*fairness equilibria*).

Dalam perspektif ekonomi, pilihan terbaik bagi penjual adalah jujur. Sedangkan apabila pembeli menaruh curiga kepada penjual, maka pembeli tersebut akan memperoleh *utility* negatif Sebaliknya apabila pembeli tidak menaruh curiga terhadap penjual maka pembeli akan memperoleh *utility* positif. Pilihan terbaik bagi pembeli adalah tidak curiga. Dari kedua kesimpulan ini dapat diketahui hasil akhir adalah penjual jujur dan pembeli tidak curiga (kanan atas).

Perlakuan penjual untuk tidak jujur itu di samping merugikan pihak penjual juga merugikan pihak pembeli. Apa pun tindakan pembeli, penjual yang tidak jujur akan mengalami penurunan *utility*, begitu pula dengan pembeli yang mengalami penurunan *utility*.

## 5. *Maqashid* Larangan Menghambur-hamburkan Harta

Allah Swt. berfirman:

وَأْتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا ۚ ۲۶ إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۗ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ۗ ۲۷

Artinya: "Dan berikanlah haknya kepada kerabat dekat, juga kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan; dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya." (QS Al-Isra' [17]: 26-27)

Ayat larangan *tabdzir* ini berkaitan dengan ayat sebelumnya yaitu perintah untuk bersedekah untuk kerabat, orang miskin dan ibnu sabil. Maka, maksud larangan *tabdzir* dalam ayat ini adalah dengan tidak menghambur-hamburkan harta, maka keberadaan harta terlindungi dan bisa disalurkan sesuai anjuran di atas. Inilah maksud Allah Swt. melarang *tabdzir*.

*Maqashid* tersebut sesuai juga dengan prinsip dalam ekonomi Islam yaitu membelanjakan pendapatan secara wajar. Hal ini menjadi panduan pertama untuk mendorong terbentuknya konsumen cerdas. Konsumen perlu cerdas dalam konsumsinya, yaitu tetap melakukan konsumsi tetapi cermat dalam memilih apa yang dikonsumsi, berapa banyak, dan pada harga berapa. Konsumsi dilakukan untuk memenuhi kebutuhan bukan keinginan. Konsumsi juga tidak dimaksud untuk menimbun-nimbun barang, atau dilakukan secara tergesa-gesa (*panic-buying*) karena isu tertentu atau membeli yang tidak perlu karena terpengaruh iklan dan tawaran. Prinsip di atas juga menekankan bahwa pembelanjaan sebagai dari harta juga perlu dilakukan dalam bentuk infak di jalan Allah (Karim, 2021).

## PENUTUP

### Kesimpulan

Dalam konteks ekonomi, *maqashid syariah* memiliki peran ganda, yaitu: sebagai alat kontrol sekaligus alat perekayasa sosial untuk mewujudkan kemaslahatan manusia. Ia memberikan landasan filosofis yang rasional dari aktivitas ekonomi. Tanpa *maqashid syariah*, pemahaman dan praktik ekonomi Islam akan menjadi sempit, kaku, statis, dan lambat. Ekonomi Islam akan kehilangan spirit dan substansi syariahnya. Tetapi sebaliknya, dengan *maqashid syariah* ekonomi Islam berkembang elastis, dinamis, sesuai dengan karakter syariah Islam yang bersifat *universal* dan relevan untuk segala ruang dan waktu.

Dalam penerapan *maqashid* bisnisnya di ekonomi syariah tampak pada setiap kesepakatan harus jelas : memberlakukan *tausiq* (pengikatan), seperti ketentuan bahwa setiap transaksi harus tercatat (*kitabah*), disaksikan dan boleh bergaransi. Pada kewajiban bekerja dan memproduksi : Melindungi kepemilikan seseorang selama harta tersebut dihasilkan dengan cara-cara yang halal. Memberikan kewenangan dan hak kepada setiap pemilik barang/jasa untuk memanfaatkannya dan menggunakannya dengan cara-cara yang dibolehkan syariat ini, melarang setiap perilaku yang merampas hak kepemilikan ini seperti pencurian, perampasan, pengrusakan dan lain-lain. Pada *Al-Kharraj bi adh-Dhaman* (Keseimbangan antara Keuntungan dan Risiko) : Keuntungan (*ghuam/ribh*) atas modal itu sah didapatkan jika pemilik modal telah menghadapi risiko (*ghurm/mukhatarah*) modalnya. Karena modal telah dijamin oleh pihak yang menerimanya. Pada larangan gharar : *maqshad* (tujuan) dilarangnya gharar, agar tidak ada pihak-pihak akad dirugikan karena tidak mendapatkan haknya dan agar tidak terjadi perselisihan dan permusuhan di antara mereka. *Maqashid* larangan menghambur-hamburkan harta : larangan *tabdzir* dengan tidak menghambur-hamburkan harta, maka keberadaan harta terlindungi dan bisa disalurkan sesuai anjuran di atas. *Maqashid* tersebut sesuai juga dengan prinsip dalam ekonomi Islam yaitu membelanjakan pendapatan secara wajar.

### Saran

Tanpa mengorbankan rasa hormat, penulis memberikan saran berdasarkan temuan penelitian dan pembahasan di atas kepada kalangan akademisi ekonomi Islam, kiranya tidak berhenti pada kajian *maqashid syariah al-`amah*, tapi juga mencakup *maqashid syariah al-khasshah* yang bisa terus diperbarui sesuai dengan dinamika transaksi bisnis dan macam-macamnya di era modern. Sekaligus kajian penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi untuk penyelesaian problematika praktik ekonomi Islam di masyarakat dan pengembangannya lebih lanjut. Sehingga diharapkan ekonomi Islam bisa diterima dalam tataran teoritisnya dan dapat diimplementasikan dalam tataran praktisnya.

## DAFTAR RUJUKAN

- Adzkiya', U. (2020). Analisis Maqashid Al-Syariah dalam Sistem Ekonomi Islam dan Pancasila. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 10(1).
- Akbar, Tgk Faathir Muhammad., Wahyuni, Sri., Wardani, Erna., Munawara. (2022). Memperkokoh Kesiapan Indonesia Dalam Menghadapi Era Disrupsi Sektor

- Energi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen dan Ekonomi Islam (JAM-EKIS)*, 5(1).
- Amirus, S. (2015). Konsep Kesejahteraan Dalam Islam. *Equilibrium*, 3(2).
- Andiko, T., Khatib, S., & Setiawan, R. A. (2018). *Maqashid Syariah dalam Ekonomi Islam*. Samudera Biru.
- Bakri, A. J. (1996). *Konsep Mawasid Syari'ah Menurut Al-Syatibi*. Grafindo Persada.
- Fauzia, I. Y., & Riyadi, A. K. (2018). *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Syariah*. Prenadamedia Grup.
- Helim, A. (2019). *Maqashid Al-Shariah versus Usul Al-Fiqh (Konsep dan Posisinya dalam Metodologi Hukum Islam)*. Pustaka Belajar.
- Herlin., Anggraini, Yesi Noti., Yanti, Rina Trisna. (2020). Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Kosmetik Wardah Di Kota Bengkulu. *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen dan Ekonomi Islam (JAM-EKIS)*, 3(2).
- Karim. (2021). *Kajian Pengembangan Ekonomi dan Keuangan Syariah*. KARIM Consulting Indonesia.
- Karim, A. (2008). *Bank Syariah: Analisis fikih dan Keuangan*. Rajawali.
- Mu'alim, A. N. (2022). Potret Maqasid Syariah Persepektif Abu Hamid Muhammad Bin Muhammad Al-Ghazali At-Thusi As-Syafi'i. *Jurnal Syariah Dan Hukum*, 4(2).
- Mubayyinah, F. (2019). Ekonomi Islam Dalam Perspektif Maqashid Syariah. *Journal of Sharia Economics*, 1(1).
- Mufid, M. (2016). *Ushul Fiqh Ekonomi dan Keuangan Kontemporer dari Teori ke Aplikasi* (1st ed.). Prenadamedia Grup.
- Munandar, A. (2021). *Perkembangan Penelitian Maqashid Syariah Pada Bidang Perbankan Syariah Di Indonesia*. UIN Ar-Rainy Banda Aceh.
- Nurzam., & Wijaya, Ahmat. (2020). Strategi Pemasaran Cpo (Crude Palm Oil) Pada Pt. Bio Nusantara Teknologi Bengkulu Tengah. *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen dan Ekonomi Islam (JAM-EKIS)*, 3(1).
- Rozalinda. (2014). *Ekonomi Islam: Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi* (1st ed.). Raja Grafindo Persada.
- Sahroni, O., & Karim, A. (2015). *Maqashid Bisnis dan Keuangan Islam Sintesis fikih dan Ekonomi*. Raja Grafindo Persada.
- Toriquddin, M. (2014). Teori Maqashid Syariah Perspektif Al-Syatibi. *Jurnal Syariah Dan Hukum*, 6(1).

## DETERMINAN *DIVIDEND PAYOUT RATIO* PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

### *DIVIDEND PAYOUT RATIO DETERMINANTS IN MANUFACTURING COMPANIES LISTED ON THE INDONESIA STOCK*

Martihen Supriyadi<sup>1</sup>, Fenty Fauziah<sup>2</sup>, Fitri Darmayani Manoy<sup>3</sup>

Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur<sup>1-3</sup>

[1811102431139@umkt.ac.id](mailto:1811102431139@umkt.ac.id)<sup>1</sup>, [ff230@umkt.ac.id](mailto:ff230@umkt.ac.id)<sup>2</sup>, [1911102431534@umkt.ac.id](mailto:1911102431534@umkt.ac.id)<sup>3</sup>

Jl. Ir. H. Juanda No.15, Sidodadi, Kec. Samarinda Ulu, Kota Samarinda, Kalimantan Timur

Corresponding email: [ff230@umkt.ac.id](mailto:ff230@umkt.ac.id)

#### INFORMASI ARTIKEL

##### Riwayat Artikel:

Diterima : 24 Juli 2023

Direvisi : 02 Agustus 2023

Disetujui : 05 Agustus 2023

##### Keywords:

*Dividend Payout Ratio; Net Profit Margin; Tax Rate*

##### Kata kunci:

Dividend Payout Ratio; Net Profit Margin; Tax Rate

#### ABSTRACT

*The aim of this study is to determine and analyze the effect of Net Profit Margin and Tax Rate partially and simultaneously on the Dividend Payout Ratio in manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange. This research uses secondary data that can be accessed through the official website of the Indonesia Stock Exchange and the official website of the company selected as the research sample. With the sample selection technique using purposive sampling, analysis of research data using panel data processed using Eviews computational software. Partially, Net Profit Margin has a significant negative effect on the Dividend Payout Ratio and the Tax Rate has a significant negative effect on the Dividend Payout Ratio. Simultaneously Net Profit Margin and Tax Rate have a significant influence on the Dividend Payout Ratio. Research conducted can be useful for researchers and readers to add insight and knowledge. Likewise, investors who wish to invest in the manufacturing sector can consider the Net Profit Margin and Tax Rate factors because they have a significant influence on the Dividend Payout ratio.*

#### ABSTRAK

Penelitian bertujuan mengetahui dan menganalisa

pengaruh *Net Profit Margin* dan *Tax Rate* secara parsial dan secara simultan terhadap *Dividend Payout Ratio* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian menggunakan data sekunder yang dapat diakses melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia dan situs resmi perusahaan yang dipilih sebagai sampel penelitian. Dengan teknik pemilihan sampel menggunakan *purposive sampling*, Analisis data penelitian menggunakan data panel yang diolah menggunakan software komputasi *Eviews*. Secara parsial *Net Profit Margin* mempunyai pengaruh negatif signifikan terhadap *Dividend Payout Ratio* dan *Tax Rate* mempunyai pengaruh negatif signifikan terhadap *Dividend Payout Ratio*. Secara simultan *Net Profit Margin* dan *Tax Rate* mempunyai pengaruh signifikan terhadap *Dividend Payout Ratio*. Penelitian yang dilakukan bisa bermanfaat bagi para peneliti dan pembaca untuk menambah wawasan dan pengetahuan. Begitupun dengan para investor yang ingin berinvestasi pada sektor manufaktur dapat mempertimbangkan faktor *Net Profit Margin* dan *Tax Rate* karena memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Dividend Payout ratio*.

---

## PENDAHULUAN

Pandemi *Covid 19* yang berlangsung beberapa waktu ini menjadi salah satu permasalahan yang harus dihadapi oleh para pelaku bisnis di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Sejumlah sektor usaha terkena dampak berat akibat pandemi *Covid 19* yang terjadi, dan sektor manufaktur menjadi salah satu sektor usaha yang terkena dampak parah. Hal ini berdampak pada tujuan penting yang ingin dicapai oleh bisnis, yaitu memaksimalkan laba sehingga dapat terus beroperasi secara berkelanjutan dan membagikan dividen kepada pemegang saham atau investor. Investor harus mempertimbangkan keadaan ini ketika membeli saham di perusahaan.

Kebijakan dividen setiap perusahaan memiliki tingkat distribusi yang bervariasi, dan dianggap sebagai salah satu pilihan keuangan yang paling penting karena dapat mempengaruhi harga saham, profitabilitas, atau kemampuan untuk membiayai proyek-proyek investasi yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Jumlah persentase dividen yang dibayarkan kepada pemegang saham menjadi keputusan dari korporasi. Kenaikan pembayaran dividen kepada pemegang saham mengirimkan pesan ke pasar dan investor tentang keadaan atau potensi kinerja bisnis. Dalam iklim ekonomi saat ini, dan lebih khusus lagi ketika menilai kinerja perusahaan, pertanyaan tentang rasio pembayaran dividen menjadi sangat penting (Enekwe et al., 2015).

Baik investor maupun perusahaan yang akan membayar dividen sangat

dipengaruhi oleh kebijakan dividen dan praktik pembayaran dividen perusahaan. Tujuan utama investor seringkali adalah untuk meningkatkan kesejahteraannya, yaitu melaluiantisipasi pengembalian berupa dividen dan *capital gain* (Hardiatmo & Daljono, 2013). Di sisi lain untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, perusahaan juga mengantisipasi ekspansi yang konstan, dan pada saat yang sama juga harus meningkatkan kekayaan pemegang saham. Hal ini tentu unik karena di satu sisi, kebijakan dividen sangat penting untuk memenuhi harapan pemegang saham atas pembayaran dividen dan di sisi lain, bagaimana kebijakan dividen ini dapat dilakukan tanpa perlu menghambat ekspansi perusahaan.

Para investor dalam melakukan kegiatan investasinya selalu berusaha untuk menghindari risiko (*risk aversion*) yang terlalu tinggi meskipun terdapat gagasan bahwa jumlah risiko perusahaan menentukan berapa banyak keuntungan yang dapat diharapkan sebagai akibat dari atau sebagai kompensasi atas risiko itu. Dividen yang diberikan kepada pemegang saham sangat tergantung pada kebijakan masing-masing perusahaan, sehingga manajemen harus mempertimbangkan masalah ini lebih serius. Tujuan utama dari kebijakan atau keputusan dividen adalah untuk memilih laba mana yang akan dibagikan kepada pemegang saham dan mana yang akan disimpan sebagai bagian dari laba ditahan (Lucyanda & Lilyana, 2012).

## TINJAUAN PUSTAKA

### 1. Dampak *Net Profit Margin* terhadap *Dividend Payout Ratio*

Semakin tinggi *net profit margin* maka semakin tinggi pula laba bersih yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini disebabkan karena tingginya laba sebelum pajak penghasilan. Sebaliknya, semakin rendah dari rasio ini maka semakin rendah pula laba bersih yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini disebabkan karena rendahnya laba sebelum pajak penghasilan.

Hasil penelitian yang dilakukan Labhane & Das (2015) menyatakan *net profit margin* memiliki pengaruh terhadap *dividend payout ratio*. Tetapi hasil penelitian Novyarni & Permana (2020) dan Adeiza., et al (2020). menunjukkan variabel *net profit margin* tidak berpengaruh pada *dividend payout ratio*. Ini juga didukung oleh Mamaro & Tjano (2019) yang juga melakukan penelitian terhadap perusahaan manufaktur menyatakan bahwa *net profit margin* tidak berpengaruh secara parsial terhadap *dividend payout ratio*.

H1: *Net profit margin* berpengaruh signifikan terhadap *dividend payout ratio* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

### 2. Dampak *Tax Rate* terhadap *Dividend Payout Ratio*

Semakin tinggi pajak yang ditetapkan oleh pemerintah maka akan mengurangi minat dari emiten untuk membagikan keuntungan dari perusahaan dalam bentuk dividen. Dengan pajak yang ditetapkan oleh Pemerintah, emiten harus menanggung beban pajak atas dividen yang telah dibagikan kepada para pemegang saham. Sebaliknya jika pajak yang ditetapkan pemerintah tidak terlalu tinggi maka akan membuat emiten lebih ringan membayar pajak atas dividennya sehingga jumlah dividen

yang dibayarkan emiten kepada para pemegang saham akan semakin besar (Hadiwidjaja, 2007).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Gill *et al.* (2010) dan Labhane & Das (2015) menyatakan *tax rate* memiliki pengaruh terhadap *dividend payout ratio*. Tetapi hasil penelitian Mamaro & Tjano (2019). menunjukkan variabel *tax rate* tidak berpengaruh terhadap *dividend payout ratio*. Ini juga didukung oleh Fauziah (2010) yang juga melakukan penelitian terhadap perusahaan manufaktur menyatakan bahwa *tax rate* tidak berpengaruh secara parsial terhadap *dividend payout ratio*.

H2: *Tax rate* berpengaruh signifikan terhadap *dividend payout ratio* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

### 3. Dampak *Net Profit Margin* dan *Tax Rate* terhadap *Dividend Payout Ratio*

Semakin tingginya *net profit margin* dan tingginya *tax rate* yang dikenakan ke perusahaan maka akan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap dividen yang dibagikan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mawardani & Djawato (2018). Fauziah (2010) dan Winarko (2017) yang menyatakan bahwa *cash ratio*, *debt to equity ratio*, *net profit margin*, *return on investment*, dan *tax rate* secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *dividend payout ratio* perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia.

H3: *Net profit margin* dan *tax rate* berpengaruh secara simultan terhadap *dividend payout ratio* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif untuk menguji dampak *net profit margin* dan *tax rate* terhadap *dividend payout ratio* perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Populasi dari penelitian ini adalah semua perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan menerbitkan laporan keuangan tahunan yang dipublikasikan di Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk periode tahun 2016 hingga 2020. Jumlah populasi pada penelitian ini adalah 192 perusahaan. Jenis data dalam penelitian ini adalah data sekunder yaitu data yang bersumber dari website resmi Bursa Efek Indonesia yang diakses melalui [www.idx.com](http://www.idx.com). Data diambil dari *annual report* atau laporan tahunan keuangan perusahaan manufaktur periode 2016 – 2020.

Dalam menganalisis permasalahan data penulis menggunakan metode regresi data panel dengan menggunakan program pengolahan data statistik *Eviews 11*. Data panel adalah bentuk penggabungan antara data silang (*cross section*) dengan data runtun waktu (*time series*). Oleh karenanya, data panel mempunyai penggabungan dari karakter data dengan berbagai objek dan periode atau waktu (Winarno, 2011). Biasanya dugaan parameter pada analisis regresi dengan data *cross section* dibuat dengan memakai penduga kuadrat terkecil (*Ordinary Least Square*).

Uji regresi data panel dipakai guna mengetahui bagaimana korelasi antar variabel



*Net Profit Margin* dan *Tax Rate* terhadap *Dividend Payout Ratio* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

#### 1. Analisis Deskriptif

**Tabel 1**  
**Analisis Deskriptif**

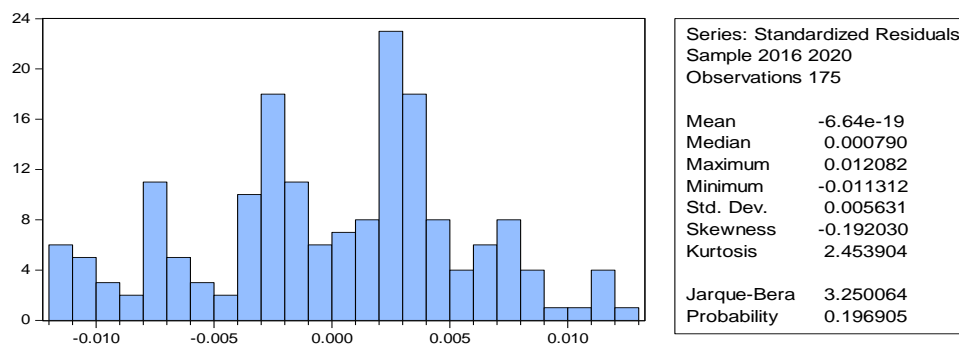
	Y	X1	X2
Mean	0.685838	0.085514	0.237986
Median	0.399232	0.078343	0.250000
Maximum	33.27419	0.280030	0.251379
Minimum	-1.683502	-0.044366	0.190000
Std. Dev.	2.541891	0.057395	0.019165
Skewness	12.17557	0.697907	-1.240434
Kurtosis	156.2192	3.792675	3.017793
Jarque-Bera	175503.9	18.78794	44.88041
Probability	0.000000	0.000083	0.000000
Sum	120.0216	14.96490	41.64753
Sum Sq. Dev.	1124.250	0.573198	0.063913
Observations	175	175	175

Sumber: Pengolahan Data

Berdasarkan hasil pengujian statistik deskriptif pada tabel 1 di atas menunjukkan jumlah data observasi yang digunakan pada penelitian sebanyak 175 yang merupakan jumlah sampel perusahaan manufaktur selama periode 2016 – 2020.

#### 2. Uji Asumsi Klasik

**Gambar 1**  
**Histogram Uji Normalitas**



Sumber: Pengolahan Data

Langkah awal yang dilakukan adalah uji normalitas dengan menggunakan data hasil olahan pada histogram pada Gambar 1. Pada Gambar 1 *jarque-bera* memiliki nilai probabilitas 0,196905 atau  $> 0,05$  maka dapat diambil kesimpulan bahwa data sudah terdistribusi normal. Berdasarkan

**Tabel 2**  
**Uji Multikolinearitas**

X1	X2
1	0.03710
0.03710	1

Sumber: Pengolahan Data

Tabel 2 didapatkan hasil dari uji multikolinieritas menunjukkan dari dua variabel independen memiliki nilai koefisien korelasi  $< 0,9$ , yang artinya tidak mengalami masalah multikolinearitas.

**Tabel 3**  
**Uji Heteroskedastisitas**

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.007336	0.011914	-0.615771	0.5391
X1	0.048021	0.037029	1.296845	0.1968
X2	-0.012005	0.019610	-0.612195	0.5414

Sumber: Pengolahan Data

Berdasarkan Tabel 3 hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan nilai *probability* untuk X1 yaitu 0,1968 atau  $> 0,05$  yang berarti tidak terdapat masalah heteroskedastisitas dan untuk X2 yaitu 0,5414 atau  $> 0,05$  yang artinya juga tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

**Tabel 4**  
**Uji Autokorelasi**

Weighted Statistics			
R-squared	0.986851	Mean dependent var	11.61402
Adjusted R-squared	0.983421	S.D. dependent var	12.46395
S.E. of regression	0.006323	Sum squared resid	0.005518
F-statistic	287.6984	Durbin-Watson stat	2.055849
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber: Pengolahan Data

Mengenai area tersebut ditentukan dengan bantuan tabel DW. Dengan  $k=2$  dan sampel data  $n=175$  maka  $dL=1,7296$  dan  $dU =1,7758$ . Berdasarkan Tabel 4 sesuai dengan estimasi model yang dipilih yaitu *fixed effect model* yang menunjukkan nilai

*durbin watson* 2,055849 > *dL* yakni, 1,7296 < (4-d) 4-2,0558 = 1,9442 > *dU* yang berarti  $dL < (4-d) > dU$  (1,7296 < 1,9442 > 1,7758) maka dapat disimpulkan tidak terjadi autokorelasi.

### 3. Uji Hipotesis

Langkah selanjutnya yaitu melakukan pengujian hipotesis secara parsial dan secara simultan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Langkah pengujian yang dilakukan yaitu uji t dan uji F. Adapun persamaan regresi menggunakan hasil dari *fixed effect model* untuk dilakukan pengujian hipotesis yang hasilnya adalah sebagai berikut:

**Tabel 5**  
***Fixed Effect Model***

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1.526803	0.000864	1767.243	0.0000
X1	-0.005277	0.001812	-2.912404	0.0042
X2	-0.003490	0.001262	-2.765891	0.0065
Effects Specification				
Cross-section fixed (dummy variables)				
Weighted Statistics				
R-squared	0.986851	Mean dependent var	11.61402	
Adjusted R-squared	0.983421	S.D. dependent var	12.46395	
S.E. of regression	0.006323	Sum squared resid	0.005518	
F-statistic	287.6984	Durbin-Watson stat	2.055849	
Prob(F-statistic)	0.000000			

Sumber: Pengolahan Data

Berdasarkan Tabel 5 maka diperoleh persamaan regresinya adalah:

$$Y = 1.526803 - 0.005277 \text{ net profit margin} - 0.003490 \text{ tax rate} + e$$

Dari persamaan regresi yang telah dibuat di atas maka dapat disimpulkan:

Konstanta ( $\alpha$ ) senilai 1.526803 berarti jika X1 (*net profit margin*) dan X2 (*tax rate*) sebesar 0 maka Y (*dividend payout ratio*) senilai 1.526803. Koefisien regresi variabel independen *net profit margin* sebesar -0.005277 yang memiliki pengaruh negatif terhadap *dividend payout ratio* yang berarti tidak searah, artinya dari setiap peningkatan sebesar 1% pada X1 (*net profit margin*) maka akan berdampak menurunnya Y (*dividend payout ratio*) senilai -0.005277. Koefisien regresi *tax rate* senilai -0.003490 yang mempunyai pengaruh negatif terhadap *dividend payout ratio* yang berarti tidak searah, jadi dengan setiap peningkatan 1% pada X2 (*tax rate*) maka akan berdampak menurunnya Y (*dividend payout ratio*) senilai -0.003490.

Dengan menggunakan tingkat signifikansi 0.05 atau ( $\alpha$ ) 5%, maka apabila nilai signifikansi < 0.05 artinya terdapat pengaruh signifikan secara parsial begitupun

sebaliknya. Berdasarkan hasil dari uji t (parsial) didapatkan bahwa pengaruh *net profit margin* terhadap *dividend payout ratio* menunjukkan nilai probabilitasnya yaitu senilai  $0.0042 < 0,05$  yang berarti bahwa *net profit margin* memiliki pengaruh signifikan terhadap *dividend payout ratio*. Pengaruh *tax rate* terhadap *dividend payout ratio* dilihat dari probabilitasnya yaitu senilai  $0.0065 < 0,05$  yang berarti bahwa *tax rate* memiliki pengaruh signifikan terhadap *dividend payout ratio*. Dari hasil uji F (simultan) nilai probabilitas dari estimasi *fixed effect model* adalah senilai  $0,0000 < 0,05$  yang berarti hasil tersebut memperlihatkan bahwasanya *net profit margin* dan *tax rate* secara simultan atau bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap *dividend payout ratio*. Pengujian koefisien determinasi memperlihatkan dari nilai dari *Adjusted R-Square* adalah senilai 0.983421, artinya 98,34% variasi dari *dividend payout ratio* dijelaskan oleh *net profit margin* dan *tax rate*. Adapun sisanya 1,66% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian, seperti *current ratio*, DER, ROA, *sales growth*, ROI, *cash ratio*, ROE, *size* dan kondisi makro lainnya seperti terjadinya Pandemi Covid-19 yang menyebabkan kondisi usaha dari perusahaan manufaktur banyak yang terganggu.

## Pembahasan

Penelitian yang dilakukan menunjukkan hasil bahwa *net profit margin* memiliki pengaruh signifikan terhadap *dividend payout ratio*. Hasil ini menjelaskan bahwa *net profit margin* merupakan variabel yang memiliki pengaruh terhadap *dividend payout ratio*. Hubungan antara laba bersih dan penjualan, yang dikenal sebagai *net profit margin*, menunjukkan kapasitas manajemen untuk mengarahkan bisnis hingga mencapai sukses besar dalam menerapkan atau mengatur biaya produk atau layanan, biaya operasional, biaya penyusutan, bunga kredit, dan pajak (Kasmir, 2012). Hanafi & Halim (2018) menyatakan bahwa salah satu ukuran profitabilitas yang digunakan untuk menentukan kapasitas perusahaan dalam menghasilkan laba bersih pada tingkat penjualan tertentu adalah *net profit margin*. Rasio ini memberikan nilai keuntungan bagi pemegang saham sebagai persentase dari penjualan.

Berdasarkan laporan keuangan yang telah dipublikasikan oleh IDX, kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba bersih meningkat seiring dengan nilai *net profit margin*. Rasio pembayaran dividen dipengaruhi secara negatif oleh *net profit margin*. Akibatnya, rasio pembayaran dividen akan menurun seiring dengan kenaikan *net profit margin*. Bahkan jika *net profit margin* perusahaan stabil, perusahaan tidak dapat membagikan dividen kepada pemegang saham. Hal ini karena margin keuntungan perusahaan terlalu kecil untuk digunakan membayar dividen karena margin laba bersih yang rendah. Hal ini juga diperkuat dengan *Dividend Irrelevance Theory* dalam bukunya Sudana (2011) yang dikemukakan oleh Merton Miller dan Franco Modigliani menyatakan bahwa nilai perusahaan tidak akan terpengaruh oleh cara perusahaan membagikan dividen dan menentukan laba ditahan. Pendapatan yang diperoleh akan dibelanjakan jika perusahaan memiliki investasi yang dapat membantu perusahaan itu sendiri. Dividen tunai kemudian akan dibagikan kepada pemegang saham jika ada sisa keuntungan setelah semua proyek investasi selesai. Hasil penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh Ganar (2018) yang membuktikan bahwasanya *net profit margin*

memiliki pengaruh signifikan negatif terhadap *dividend payout ratio*.

Hasil dari penelitian yang dilakukan menunjukkan *tax rate* memiliki pengaruh signifikan terhadap *tax rate*. Hal tersebut menunjukkan jika terjadi perubahan dari *tax rate* maka akan mempengaruhi *dividend payout ratio*. Hal ini berarti semakin besar nilai *tax rate* akan signifikan juga menurunkan nilai *dividend payout ratio* atau semakin kecil nilai *tax rate* maka akan signifikan meningkatkan nilai *dividend payout ratio*. Menerima dividen atau *capital gain* dianggap sebagai pendapatan bagi pemegang saham. Pajak akan dipotong dari semua pendapatan yang diterima, meskipun dividen dan *capital gain* dikenakan pajak pada berbagai tingkat. Pemegang saham lebih memilih menerima dividen jika pajak dividen lebih rendah daripada pajak *capital gain*. Namun sebaliknya, pemegang saham lebih memilih mendapatkan keuntungan dari *capital gain* jika tarif pajaknya lebih rendah dari dividen (Hardiatmo & Daljono, 2013).

Besaran *tax rate* ini juga dipengaruhi oleh Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang (PERPU) No.1/2020 tanggal 31 Maret 2020 tentang “Kebijakan Keuangan Negara dan Stabilitas Sistem Keuangan untuk Penanganan Pandemi *Corona Virus Disease* (Covid-19) dan/atau Dalam Rangka Menghadapi Ancaman yang Membahayakan Perekonomian Nasional dan/atau Stabilitas Sistem Keuangan” yang ditandatangani oleh Presiden Republik Indonesia yang mengatur penyesuaian tarif PPh Badan sebagai berikut:

- a. Sebesar 22% yang berlaku pada Tahun Pajak 2020 dan 2021.
- b. Sebesar 20% yang mulai berlaku pada Tahun Pajak 2022.
- c. Perusahaan Terbuka dalam negeri dengan jumlah keseluruhan saham yang disetor diperdagangkan pada bursa efek di Indonesia paling sedikit 40% dan memenuhi persyaratan tertentu sesuai dengan peraturan pemerintah, dapat memperoleh tarif sebesar 3% lebih rendah dari tarif pada butir a dan b di atas.

Maka dapat diambil kesimpulan pembagian dividen dipengaruhi oleh jumlah pajak penghasilan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hadiwidjaja (2007) yang menyatakan bahwa *tax rate* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap *dividend payout ratio*.

Hasil dari penelitian yang dilakukan menunjukkan variabel *net profit margin* dan *tax rate* secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap *dividend payout ratio*. Hal ini menjelaskan jika perubahan secara bersamaan dari variabel tersebut maka *dividend payout ratio* juga akan mengalami perubahan signifikan berdasarkan perubahan dari nilai kedua variabel bebas tersebut yakni *net profit margin* dan *tax rate*. Adapun investor dalam menentukan keputusan investasi menjadi keharusan untuk melihat pengaruh dari beberapa variabel sekaligus dalam memutuskan keputusan untuk melakukan investasi.

## PENUTUP

Variabel *net profit margin* mempunyai pengaruh signifikan negatif terhadap *dividend payout ratio*. Pengaruh *net profit margin* pada *dividend payout ratio*

menunjukkan jika *net profit margin* mengalami peningkatan maka *dividend payout ratio* akan mengalami penurunan. Begitu pula jika *net profit margin* menurun maka *dividend payout ratio* mengalami peningkatan. Untuk variabel *tax rate* juga berpengaruh signifikan negatif terhadap variabel *dividend payout ratio*. Hal ini bisa terjadi karena kecilnya margin laba bersih sehingga *profit margin* yang dimiliki perusahaan manufaktur belum bisa untuk digunakan untuk membayar dividen perusahaan. Meskipun margin laba bersih perusahaan semakin stabil namun perusahaan tidak bisa membayarkan dividen kepada pemegang saham. Ini juga dapat terjadi jika perusahaan melakukan investasi yang akan membantunya tumbuh; dalam hal ini, laba yang telah dihasilkan akan dibelanjakan untuk keperluan investasi. Kemudian, jika ada sisa keuntungan setelah membayar semua inisiatif investasi, maka dividen tunai akan dibagikan kepada pemegang saham.. Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa *net profit margin* dan *tax rate* mempunyai pengaruh signifikan terhadap *dividend payout ratio*.

Unsur *net profit margin* dan *tax rate* harus diperhitungkan oleh investor yang ingin melakukan investasi di sektor manufaktur karena memiliki dampak yang cukup besar terhadap keputusan mengenai rasio pembayaran dividen pada bisnis manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Selain itu, peneliti selanjutnya sebaiknya menambah periode penelitian, mengambil sampel perusahaan yang lebih banyak, dan meneliti lebih banyak perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Karena kualitas penelitian dan hasilnya akan meningkat dengan menggunakan lebih banyak sampel dan populasi dalam penelitian.

## DAFTAR RUJUKAN

- Adeiza, M. O., Sabo, A., & Abiola, M. A. (2020). Dividend Payout Effects on Firm Performance in Nigerian Oil and Gas Sector. *Open Journal of Social Sciences*, 08(07), 370–385. <https://doi.org/10.4236/jss.2020.87030>
- Eneke, C. I., Nweze, A. U., & Agu, C. I. (2015). The Effect of Dividend Payout on Performance Evaluation: Evidence of Quoted Cement Companies in Nigeria. *European Journal of Accounting, Auditing and Finance Research*, 3(11), 2053–4094.
- Fauziah, F. (2010). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Dividend Payout Ratio pada Perusahaan Manufaktur yang Go Public di Bursa Efek Indonesia. *Tesis*. Universitas Sumatera Utara.
- Ganar, Y. B. (2018). Pengaruh Current Ratio, Net Profit Margin, Return On Equity dan Earning Per Share Terhadap Dividend Payout Ratio Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2016. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 1(1), 17–35.
- Gill, A., Biger, N., & Tibrewala, R. (2010). Determinants of Dividend Payout Ratios: Evidence from United States. *The Open Business Journal*, 3(1), 8–14. <https://doi.org/10.2174/1874915101003010008>
- Hadiwidjaja, R. D. (2007). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Dividend Payout Ratio pada Perusahaan Manufaktur di Indonesia. *Tesis*. Universitas

Sumatera Utara.

- Hardiatmo, B., & Daljono. (2013). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kebijakan Dividen (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur yang listing di Bursa Efek Indonesia Periode 2008-2010). *Diponegoro Journal of Accounting*, 2(1), 1–13.
- Kasmir. (2012). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Labhane, N. B., & Das, R. C. (2015). Determinants of Dividend Payout Ratio: Evidence from Indian Companies. *Business and Economic Research*, 8(2), 217–241. <https://doi.org/10.5296/ber.v5i2.8154>
- Lucyanda, J., & Lilyana. (2012). Pengaruh Free Cash Flow, Profitabilitas, Likuiditas, dan Leverage Terhadap Kebijakan Dividen. *Jurnal Dinamika Akuntansi*, 4(2), 129–138.
- Mamaro, L. P., & Tjano, R. N. T. (2019). The Relationship between Dividend Payout and Financial Performance: Evidence from Top40 JSE Firms. *Journal of Accounting and Management*, 9(2), 5–19.
- Mawardani, N. P., & Djawato. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Cash Flow Terhadap Kebijakan Dividen pada Perusahaan Food and Beverages. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7(2), 1–16.
- Murhadi, W. R. (2013). *Analisis Laporan Keuangan : Proyeksi dan Valuasi Saham*. Jakarta: Salemba Empat.
- Novyarni, N., & Permana, R. Y. (2020). Effect of Current Ratio, Return on Asset, Net Profit Margin and Debt to Equity Ratio on Dividend Pay Out Ratio (For company listed in the LQ45 on Indonesian Stock Exchange). *Advances in Economics, Business and Management Research*, 127 (Aicar 2019), 41–45. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200309.010>
- Sudana, I. M. (2011). *Manajemen Keuangan Perusahaan : Teori & Praktik* (N. I. Sallama, Ed.). Jakarta: Erlangga.

## ANALISIS PEMBIAYAAN MURABAHAH PADA KOPERASI JASA BERKAH BERSAMA SYARIAH KOTA BENGKULU

### ANALYSIS OF MURABAHAH FINANCING IN BERKAH JOINT SHARIA SERVICES COOPERATIVES IN BENGKULU CITY

Amir Mukadar<sup>1</sup>, Dharma Setiawan<sup>2</sup>, Nazar<sup>3</sup>, Muhammad Said Romadhon<sup>4</sup>

Universitas Muhammadiyah Bengkulu<sup>1-4</sup>

[amirmukadar@umb.ac.id](mailto:amirmukadar@umb.ac.id)<sup>1</sup>, [dharmasetiawan09@gmail.com](mailto:dharmasetiawan09@gmail.com)<sup>2</sup>, [nzraran123@gmail.com](mailto:nzraran123@gmail.com)<sup>3</sup>, [msaidromadhon56@gmail.com](mailto:msaidromadhon56@gmail.com)<sup>4</sup>

Jl. Adam Malik Km. 9 Kota Bengkulu

Corresponding email: [amirmukadar@umb.ac.id](mailto:amirmukadar@umb.ac.id)

---

#### INFORMASI ARTIKEL

##### Riwayat Artikel:

Diterima : 24 Juli 2023

Direvisi : 01 Agustus 2023

Disetujui : 05 Agustus 2023

##### Keywords:

*Murabahah Financing, Berkah Services Cooperation, Bengkulu City*

##### Kata kunci:

Pembiayaan Murabahah, Koperasi Jasa Berkah, Bengkulu

---

#### ABSTRACT

*This research is a field research that uses a qualitative descriptive method. Where the data sources are primary and secondary obtained by interviews, observation and documentation. Data processing begins with correcting data, followed by rearranging data and analyzing existing data in order to find results as answers to the problem formulation. regulate the terms of murabahah financing, such as making riba-free contracts, buying goods on behalf of the cooperative, and conveying information related to purchases to members.*

#### ABSTRAK

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang menggunakan metode deskriptif kualitatif. Dimana sumber data adalah primer dan sekunder yang diperoleh dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Pengolahan data dimulai dengan mengoreksi data, dilanjutkan dengan penyusunan kembali data dan menganalisis data yang ada guna menemukan hasil sebagai jawaban dari rumusan masalah. Berdasarkan hasil penelitian, koperasi Jasa Berkah Bersama Syariah Kota Bengkulu melakukan pembiayaan akad murabahah kepada anggotanya sesuai dengan Fatwa DSN-MUI yang mengatur syarat-syarat pembiayaan murabahah, seperti melakukan akad yang bebas riba, membeli barang atas nama koperasi, dan menyampaikan informasi terkait pembelian kepada anggota.



## PENDAHULUAN

Umat Islam memang memiliki tantangan yang cukup berat dalam menjalani kehidupan modern yang semakin kompleks. Di satu sisi harus terus mengikuti lingkungan global yang terus berkembang pesat terkhusus di sektor ekonomi dan teknologi, namun di sisi lain juga harus tetap menjaga semua perkembangan itu dalam koridor nilai-nilai syariah. Perkembangan global di bidang ekonomi salah satunya dengan adanya koperasi syariah, dengan adanya koperasi syariah umat Islam memiliki pilihan untuk tetap berpegang pada nilai-nilai syariah dan menghindari hal-hal yang dianggap haram dalam agama Islam, seperti riba (Defitri et al., 2022).

Namun, meskipun koperasi syariah telah memberikan solusi dalam hal simpan pinjam dan keuangan, umat Islam masih dihadapkan pada tantangan yang lebih besar dalam menghadapi modernisasi dan globalisasi. Salah satunya adalah “bagaimana mengintegrasikan nilai-nilai syariah dalam dunia bisnis dan teknologi yang semakin maju” (Nugraha et al., 2022). Untuk mengatasi tantangan tersebut, “umat Islam harus terus mempelajari dan memahami nilai-nilai syariah yang sejalan dengan perkembangan zaman” (Bauty et al., 2020).

Selain itu, mereka juga “harus mampu beradaptasi dengan perubahan yang terjadi dan memanfaatkan teknologi dengan bijak sesuai dengan nilai-nilai Islam” (Anwar & Edward, 2016). Dalam hal ini, pendidikan agama dan keuangan menjadi sangat penting untuk memperkuat pemahaman umat Islam tentang nilai-nilai syariah dan menghindari hal-hal yang dianggap haram dalam agama Islam. Dengan demikian, umat Islam dapat tetap berpegang pada nilai-nilai syariah dan tetap bertahan di era modern yang semakin kompleks.

Islam dalam tegas melarang praktik riba, sehingga mau tidak mau maka orang-orang islam harus mencari jalan lain untuk menghindarinya salahsatunya dengan cara menggunakan mekanisme bebas bunga yang ada di koperasi syariah. Sesuai pada kitab suci Al-Qur’andalam surat Al-Baqarah ayat 275 yang berbunyi:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقْوَمُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذُكِّ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلَ الرِّبَا وَأَوَّحَى اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya: “orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat) sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barang siapa mendapat peringatan dari tuhan nya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barang siapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal didalamnya” (Q.S. Al- Baqarah: 275).

Penggunaan koperasi syariah sebagai alternatif bagi umat Islam dalam menghindari praktik riba memang menjadi solusi yang tepat dan sejalan dengan ajaran Islam. Praktik riba yang dilarang dalam agama Islam tidak hanya berlaku pada dunia koperasi, tetapi juga dalam segala aspek kehidupan, termasuk dalam transaksi jual beli.

Namun, penghindaran praktik riba bukan berarti menghambat kemajuan ekonomi dan teknologi umat Islam. Sebaliknya, koperasi syariah dan mekanisme keuangan bebas riba dapat membuka peluang baru bagi umat Islam dalam berpartisipasi dalam ekonomi global. Selain itu, koperasi syariah juga menawarkan nilai tambah yang berbeda dari koperasi konvensional, yaitu dalam bentuk pemberian keuntungan yang bersifat halal dan adil bagi semua pihak yang terlibat dalam transaksi.

Dalam ajaran Islam, penghindaran praktik riba bukan hanya sekedar melaksanakan kewajiban agama, tetapi juga sebagai bentuk kepedulian terhadap sesama dan keadilan social (Triharyati & Nursita, 2020). Dalam hal ini, koperasi syariah dan mekanisme keuangan bebas riba menjadi alat yang efektif dalam mewujudkan nilai-nilai tersebut. Namun, penting bagi umat Islam untuk terus memperkuat pemahaman dan kesadaran akan nilai-nilai syariah dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam hal penggunaan koperasi syariah. Dengan begitu, umat Islam dapat terus berkembang dan berkontribusi dalam pembangunan ekonomi dengan tetap berpegang pada nilai-nilai agama yang telah diwariskan.

Koperasi syariah sendiri telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir, bahkan telah menjadi alternatif yang populer bagi masyarakat muslim di kota Bengkulu yang ingin melakukan kegiatan simpan pinjam tanpa harus menggunakan sistem bunga yang dianggap haram. Hal ini dapat dilihat dari jumlah total keseluruhan koperasi yang ada di kota Bengkulu yang berjumlah 768 koperasi yang mana di antaranya terindikasi dari nama merupakan koperasi syariah yang berjumlah 19 koperasi (Koperasi & UKM, 2023). Koperasi syariah bukan hanya memberikan solusi bagi umat Islam dalam hal keuangan, tetapi juga memberikan kontribusi besar dalam pembangunan ekonomi daerah khususnya kota Bengkulu. Perkembangan koperasi syariah di kota Bengkulu masih perlu terus ditingkatkan agar dapat bersaing dengan koperasi konvensional. Salah satu hal yang perlu diperhatikan adalah bagaimana prosedur pembiayaan pada koperasi syariah. Selain itu, juga perlu dilakukan pengecekan terhadap sistem yang berlaku di koperasi syariah apakah sudah sesuai dengan Fatwa DSN - MUI tentang akad Murabahah No. 04/DSN-MUI/IV/2000 yang berlaku (DEWAN SYARIAH NASIONAL 2000). Dengan upaya-upaya tersebut, diharapkan koperasi syariah dapat terus berkembang dan memberikan kontribusi yang lebih besar dalam pengembangan ekonomi terkhususnya masyarakat kota Bengkulu.

Disisi lain, koperasi syariah juga memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan produksi dan penghasilan masyarakat serta memberikan kontribusi nilai tambah dalam ekonomi dan pembangunan wilayah khususnya kota Bengkulu. Melalui koperasi, masyarakat dapat memperoleh akses keuangan yang lebih mudah dan terjangkau, serta mendapatkan bantuan dalam menjalankan usaha.

Dalam rangka meningkatkan pemberdayaan ekonomi rakyat, pemerintah baik pusat maupun daerah terus mendorong adanya koperasi syariah. Koperasi syariah menjadi gerakan ekonomi rakyat yang dapat memenuhi harapan tersebut. Oleh karena itu, pembiayaan murabahah yang ditawarkan oleh koperasi syariah merupakan salah satu solusi bagi masyarakat yang ingin memperoleh akses keuangan yang mudah dan terjangkau dalam menjalankan usaha. Namun pada pelaksanaannya akad Murabahah ini belum sepenuhnya diaplikasikan dengan mengacu kepada Fatwa DSN - MUI tentang akad Murabahah No. 04/DSN-MUI/IV/2000. Hal ini merujuk sumber data

dari penelitian sebelumnya yang membahas pada topik yang hampir sama dalam lembaga keuangan syariah yang ada. Dimana “dalam paraktek pembiayaan dan teori Fatwa DSN - MUI tentang akad Murabahah No. 04/DSN-MUI/IV/2000 masih terdapat perbedaan yang terjadi” (Mukadar et al., 2021).

## TINJAUAN PUSTAKA

### Produk-produk Koperasi Syari'ah

Produk-produk Koperasi syariah merupakan Koperasi dengan prinsip dasar bagi hasil yang merupakan landasan utama dalam segala operasinya, baik dalam pengerahan dananya maupun dalam penyaluran dananya. secara garis besar jenis kegiatan usaha Koperasi syariah dapat dibagi kedalam tiga kategori utama yaitu penghimpunan dan (funding), penyaluran dana (lending), dan pelayanan jasa (Mukadar et al., 2021b; Ranidiah & Arianto, 2020) .

#### 1. Produk penghimpunan dana (funding)

Penghimpunan dana di Koperasi syariah dapat berbentuk simpanan dengan yaitu simpanan Pokok, simpanan wajib dan simpanan sukarela yang bisa dikemas dalam bentuk tabungan, dan deposito. prinsip operasional syariah yang diterapkan dalam penghimpunan dana masyarakat adalah prinsip wadi'ah dan mudharabah.

- a. **Prinsip wadi'ah** secara bahasa adalah berasal dari akar kata wada'a berarti meninggalkan atau titipan. wadi'ah adalah akad penitipan barang/uang antara pihak yang mempunyai barang uang dengan pihak yang di beri kepercayaan dengan tujuan untuk menjaga keselamatan, keamanan, serta keutuhan barang/uang. dalam perkembangannya, wadi'ah terbagi atas dua macam, yaitu wadi'ah yad amanah dan wadi'ah yad dhamanah. Wadi'ah yad amanah adalah akad penitipan barang/uang dimana pihak penerima tidak diperkenankan menggunakan barang/uang yang dititipkan dan tidak bertanggung jawab atas kerusakan dan kehilangan barang titipan yang bukan diakibatkan perbuatan atau kelaliaman penerima titipan, sedangkan wadi'ah yad dhamanah adalah titipan barang atau uang dimana pihak penerima titipan dengan atau tanpa izin pemilik barang/uang dapat bertanggung jawab terhadap kehilangan atau kerusakan barang/uang titipan
- b. **Prinsip Mudharabah**, berasal dari bahasa arab dharb yang berarti perjalanan di atas atau bepergian di muka bumi. sekedar menurut istilah mudharabah adalah suatu kontak kemitraan (partnership) yang berlandaskan pada prinsip pembagian hasil dengan cara seseorang memberikan modalnya kepada orang lain untuk melakukan bisnis dan kedua belah pihak membagi keuntungan atau memikul beban kerugian berdasarkan isi perjanjian bersama. Secara teknis, mudharabah adalah akad kerjasama antara dua pihak yaitu pemilik modal (shahibul maal) dengan pengelola (mudharib), dimana pemilik modal menyediakan seluruh modal sedangkan pihak lain menjadi pengelola dengan tujuan memperoleh pendapatan atau keuntungan. pendapatan atau keuntungan tersebut dibagi berdasarkan nisbah yang telah disepakati di awal akad. Aplikasinya dalam perKoperasi an syariah yaitu pada deposito dan tabungan

Dalam perKoperasi an syariah, mudharabah dibagi menjadi dua yaitu mudharabah mutlaqah dan mudharabah muqayyadah. mudharabah mutlakah adalah bentuk kerjasama antara pemilik dana (shahibul maal) dengan pengelola (mudharib) yang cakupannya sangat luas dan tidak dibatasi oleh spesifikasi jenis usaha, waktu dan daerah bisnis. penyedia dana melimpahkan kekuasaan yang sebesar-besarnya kepada mudharib untuk mengelola dananya. sedangkan mudharabah muqayyada adalah bentuk kerjasama antara pemilik dana (shahibul maal) dengan pengelola (mudharib) yang dibatasi oleh spesifikasi jenis usaha, waktu, dan daerah bisnis.

2. Produk Penyaluran Dana (Lending) Dalam menyalurkan dana, Koperasi syariah dapat memberikan berbagai bentuk pembiayaan yang diberikan oleh Koperasi syariah yaitu mudharabah dan musyarakah (dengan pola sewa operasional maupun financial).

- a. Prinsip jual beli (Ba'i)

#### **Murabahah**

Murabahah berasal dari kata ribhu (keuntungan), adalah akad jual beli barang antara dua belah pihak, dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (margin) yang disepakati oleh penjual dan pembeli. dimana Koperasi bertindak sebagai penjual, sebagai Anggotasebagai pembeli. kedua pihak harus menyepakati harga jual dan jangka waktu pembayaran. harga jual dicantumkan dalam akad jual beli dan jika telah disepakati tidak dapat berubah selama berlakunya akad.

#### **Salam**

Salam adalah transaksi jual beli dimana barang diperjual belikan belum ada. oleh karna itu, barang di serahkan secara tangguh sementara pembayaran dilakukan tunai. Koperasi bertindak sebagai pembeli, sebagai Anggotasebagai penjual. dalam transaksi ini kualitas, kuantitas, harga, dan waktu penyerahan barang harus ditentukan secara pasti. Istisna'

Istisna' adalah pembelian barang melalui pesanan dan diperlukan proses pembuatannya sesuai dengan pesanan pembeli dan pembayaran dilakukan di muka sekaligus atau secara bertahap atau cicilan.

- b. Prinsip bagihasil (syirkah).

#### **Al-musyarakah**

Al-musyarakah adalah kerjasama antara kedua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan keuntungan dan resiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.

#### **Al-mudharabah**

Al-mudharabah adalah akad kerjasama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama (shahibul maal) menyediakan seluruh modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola. keuntungan usaha dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontak, sedangkan apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian itu bukan akibat kelalaian sipengelola

- c. Prinsip sewa-penyewa

#### **Ijarah**

Ijarah adalah pembiayaan berupa talangan dana yang dibutuhkan Anggota untuk memiliki suatu barang/jasa dengan kewajiban menyewa barang tersebut sampai jangka waktu tertentu sesuai dengan kesepakatan.

Ijarah muntahiyah bittamlik (IMBT)

Ijarah mutahiyah bitamlik (IMBT) adalah akad sewa menyewa barang antara (muajir) dengan penyewa (mustajir) yang diikuti janji, bahwa saat yang ditentukan kepemilikan barang sewaan akan berpindah kepada mustajir. adapun fatwa yang mengatur tentang ijarah muntahiyah bittamlik yaitu fatwa DSN No. 27/DSN MUI/III/2002.

### 3. Produk Jasa

Selain menjalankan transaksi untuk mencari keuntungan, Koperasi syariah juga melakukan transaksi yang tidak untuk mencari keuntungan. transaksi ini tercakup dalam jasa pelayanan (fee based income). adapun yang termasuk dalam produk jasa yaitu:

#### a. Kafalah (garansi Koperasi )

Kafalah adalah transaksi dimana pihak pertama bersedia menjadi penanggung atas kegiatan yang dilakukan oleh pihak kedua, sepanjang sesuai yang di perjanjikan dimana pihak pertama menerima imbalan berupa fee atau komisi (garansi). kafalah dapat diberikan dengan tujuan untuk menjamin pembayaran suatu kewajiban pembayaran. Koperasi dapat mensyaratkan Anggota untuk menepatkan sejumlah dana untuk fasilitas ini sebagai rahn. Koperasi dapat pula menerima dana tersebut dengan prinsip wadi'ah.

#### b. Hiwalah (Alih utang piutang)

Hiwalah adalah transaksi pengalihan utang-piutang atau pengalihan piutang Anggota kepada Koperasi syariah. adapun tujuan fasilitas hiwalah adalah untuk membantu supplier mendapatkan modal tunai agar dapat melanjutkan produksinya. Koperasi mendapat ganti biaya atas jasa pemindahan piutang. untuk mengantisipasi resiko kerugian yang akan timbul, Koperasi perlu melakukan penelitian atas kemampuan pihak yang berutang dan kebenaran transaksi antara yang memindahkan piutang dengan yang berutang.

#### c. Wakalah (perwakilan)

Wakalah adalah transaksi dimana pihak pertama memberikan kuasa kepada pihak kedua (sebagai wakil) untuk urusan tertentu dimana pihak kedua mendapat imbalan berupa fee atau komisi. wakalah dalam aplikasi perKoperasi an terjadi apabila Anggota memberikan kuasa kepada Koperasi untuk mewakili dirinya melakukan pekerjaan jasa tertentu, seperti pembukaan L/C, inkaso dan transfer uang. Koperasi dan Anggota yang dicantumkan dalam akad pemberian kuasa harus cukup hukum. kelalaian dalam menjalankan kuasa menjadi tanggung jawab Koperasi, kecuali kegagalan karna force majeure menjadi tanggung jawab nasabah. apabila Koperasi yang ditunjuk lebih dari satu, maka masing-masing Koperasi tidak boleh bertindak sendiri-sendiri tanpa musyawarah dengan Koperasi yang lain, kecuali dengan seising nasabah. tugas, wewenang dan

tanggung jawab Koperasi harus jelas sesuai kehendak Anggota Koperasi. setiap tugas yang dilakukan harus mengatasnamakan Anggotad an harus dilaksanakan oleh Koperasi.

d. Rahn (Gadai)

Rahn dalam bahasa umum lebih dikenal dengan gadai. Rahn (gadai) adalah transaksi gadai dimana seseorang yang membutuhkan dana dapat menggadaikan barang yang dimilikinya kepada Koperasi syariah dan atas izin Koperasi syariah, orang tersebut dapat menggunakan barang yang digadaikan tersebut, dengan syarat harus dipelihara dengan baik. adapun tujuan dari akad rahn adalah untuk memberikan jaminan pembayaran kembali kepada Koperasi dalam memberikan pembiayaan.

Barang yang digadaikan wajib memenuhi criteria:

- 1) Milik Anggotasendiri
- 2) Jelas ukuran, dan nilainya ditentukan berdasarkan nilai riil pasar
- 3) Tidak di kuasai namun tidak boleh dimanfaatkan oleh Koperasi Atas izin Koperasi, Anggotadapat menggunakan barang tertentu yang digadaikan dengan tidak mengurangi nilai dan merusak barang yang digadaikan. apabila barang yang digadaikan rusak atau cacat, Anggotaharus bertanggung jawab, apabila Anggotawanprestasi, Koperasi dapat melakukan penjualan barang yang digadaikan atas perintah hakim. Anggotamempunyai hak untuk menjual barang tersebut dengan seizin Koperasi. apabila hasil penjualan melebihi kewajibanya, kelebihan tersebut menjadi milik nasabah. dalam hal hasil penjualan tersebut lebih kecil dari kewajibanya, maka Anggotaharus menutupi kekurangannya.

## METODE PENELITIAN

Dalam penulisan ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif. Lokasi penelitian yang dilakukan bertempat di Kantor Koperasi Jasa Berkah Bersama Syariah Kota Bengkulu yang beralamat di Jl. Dempo Raya, Sawah Lebar, Kec. Ratu Agung, Kota Bengkulu, Bengkulu. Metode penelitian kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk mengumpulkan data yang deskriptif dan memahami secara mendalam tentang fenomena yang diamati. Metode pengambilan data yang digunakan antara lain observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai kegiatan operasional di koperasi, seperti proses peminjaman dana, proses pengembalian dana, dan proses keuangan lainnya. Wawancara dilakukan dengan pengurus koperasi dan anggota koperasi untuk memperoleh informasi yang lebih rinci mengenai motivasi dan tujuan mereka bergabung di koperasi. Sedangkan dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan dokumen-dokumen yang terkait dengan kegiatan operasional koperasi, seperti laporan keuangan, rencana kerja, dan regulasi internal.

Dalam penggunaan metode penelitian kualitatif, analisis data dilakukan secara induktif dan interpretatif. Data yang terkumpul dianalisis secara mendalam untuk

memahami fenomena yang diamati. Hasil analisis kemudian disusun dalam bentuk narasi atau laporan untuk menjelaskan temuan yang ditemukan. Dengan memilih metode penelitian kualitatif ini, penulis berusaha untuk menggambarkan secara jelas segala hal yang terjadi dilapangan dan kemudian dianalisa untuk mendapatkan hasil berdasarkan tujuan penelitian. Pendekatan kualitatif ini menitik beratkan pada data-data penelitian yang dihasilkan berupa kata- kata melalui wawancara dan pengamatan.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### **Produk-Produk Koperasi Jasa Berkah Bersama Syariah**

Koperasi Jasa Berkah Bersama Syariah Kota Bengkulu memiliki beberapa produk yang di gunakan dalam pembiayaan yaitu Murabahah adalah pembiayaan akad jual beli yang diajukan oleh anggota untuk membeli barang pesanan dengan mengajukannya ke koperasi, kemudian koperasi membelikan barang tersebut dan menjualnya kepada anggota dengan menegaskan harga belinya kepada anggota dan anggota membayarnya dengan harga yang lebih sebagai keuntungan yang telah disepakati antara koperasi dan anggota (Tito et al., 2018).

Ijarah adalah pemindahan hak guna dan jasa. Anggota dan koperasi jasa berkah bersam syariah kota bengkulu melakukan kontrak ijarah dalam bentuk sewa jasa seperti, jasa pendidikan, kesehatan, dan lain-lain. Koperasi mendapat upah dari anggota yang mengacu pada kesepakatan kontrak ijarah yang dilakukan. Akad Qardul Hasan adalah konsep dalam hukum keuangan Islam yang merujuk pada perjanjian pinjaman yang diberikan oleh seorang pemberi pinjaman kepada peminjam tanpa adanya bunga atau imbalan tambahan yang harus dibayarkan oleh peminjam. Dalam akad Qardul Hasan, pemberi pinjaman memberikan pinjaman dengan tujuan kemurahan hati atau kebaikan (Hasan) kepada peminjam yang membutuhkan dana.

Dalam konteks ini, peminjam berkewajiban untuk mengembalikan jumlah pinjaman yang diterima dalam jumlah yang sama persis (tanpa ada tambahan atau imbalan tambahan), sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati. Tidak ada keuntungan yang diperoleh oleh pemberi pinjaman dalam bentuk bunga atau tambahan apapun.

Akad Qardul Hasan didasarkan pada prinsip-prinsip ekonomi Islam yang melarang riba (bunga) dan mendorong keadilan dan kemanusiaan dalam transaksi keuangan. Akad ini dapat digunakan dalam konteks pinjaman antarindividu, pinjaman antara koperasi dan anggotanya, atau dalam konteks lainnya. Penting untuk dicatat bahwa dalam akad Qardul Hasan, peminjam masih berkewajiban untuk mengembalikan pinjaman sesuai dengan kesepakatan, namun tanpa imbalan tambahan dalam bentuk bunga. Hal ini membedakan akad Qardul Hasan dengan konsep riba yang dilarang dalam hukum keuangan Islam. Akad mudharabah dapat digunakan sebagai dasar perjanjian antara anggota koperasi sebagai pemilik modal (shahibul maal) dan pengelola koperasi sebagai pengelola modal (mudharib). Dalam akad mudharabah, anggota koperasi yang menyediakan modal akan menjadi pemilik modal dan bertanggung jawab atas kerugian yang mungkin timbul, sedangkan pengelola koperasi akan menjadi pengelola modal dan bertanggung jawab atas pengelolaan bisnis atau

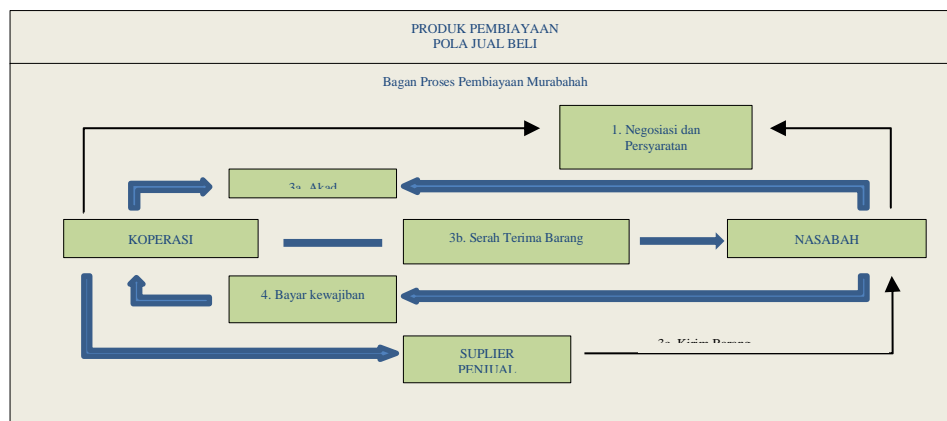
usaha koperasi. Keuntungan dari bisnis atau usaha koperasi akan dibagi berdasarkan kesepakatan antara anggota koperasi sebagai pemilik modal dan pengelola koperasi sebagai pengelola modal, dengan pembagian yang dapat ditentukan sebelumnya dalam akad mudharabah.

### Mekanisme Penerapan Akad Murabahah di Koperasi Jasa Berkah Bersama Syariah Kota Bengkulu

Koperasi Jasa Berkah Bersama Syariah merupakan sebuah koperasi yang berbasis syariah di Kota Bengkulu. Salah satu produk yang mereka tawarkan kepada anggotanya adalah pembiayaan murabahah. Dalam akad murabahah, koperasi membeli barang atau aset yang diinginkan oleh anggota koperasi, kemudian menjual kembali barang atau aset tersebut kepada anggota dengan harga jual yang telah ditetapkan sebelumnya. Harga jual yang ditetapkan tersebut termasuk keuntungan atau margin yang telah disepakati sebelumnya antara koperasi dan anggota koperasi. Anggota koperasi biasanya membayar harga jual tersebut dalam bentuk angsuran atau cicilan sesuai dengan kesepakatan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Dalam wawancara yang dilakukan oleh penulis kepada bapak trismawanto selaku penanggung jawab dalam hal unit usaha pembiayaan simpan pinjam di Koperasi Jasa Berkah Bersama Syariah Kota Bengkulu, beberapa informasi penting mengenai mekanisme pembiayaan murabahah di koperasi tersebut terungkap.

Gambar 1.  
Skema Proses Akad



Anggota Koperasi Berkah Bersama Syariah dapat mengajukan pembiayaan murabahah dengan mengikuti beberapa prosedur yang telah ditetapkan. Pertama, mereka mengajukan permohonan pembiayaan ke koperasi dan menunggu pada daftar antrian yang ada. Koperasi akan melakukan pemilahan terhadap permohonan tersebut berdasarkan prioritas dan kepentingan anggota.

Setelah permohonan diterima, anggota akan diarahkan untuk mengisi akad pembiayaan tentunya dalam hal ini akad murabahah. Koperasi memberikan penjelasan mengenai barang yang akan dibeli atas nama koperasi, discount barang yang didapatkan



jika ada, termasuk margin yang dikenakan dan harga beli yang telah ditentukan. Maksimal pengembalian pembiayaan adalah 2 tahun jika jumlah pembiayaan di atas 5 juta, sedangkan untuk pembiayaan di bawah 5 juta, pelunasan dilakukan dalam waktu 1 tahun dengan margin 20% atau 1,8% per bulan.

Gambar 2.  
Alur dan Syarat Pembiayaan Murabahah.



Dokumen-dokumen yang diperlukan untuk mengajukan pembiayaan murabahah antara lain mengisi akad, fotokopi KTP suami-istri, fotokopi KK, fotokopi SK yayasan, serta slip gaji. Selain itu, ada juga biaya administrasi sebesar 50 ribu yang harus dibayarkan. Pembiayaan murabahah juga dapat didukung dengan jaminan seperti BPKB motor/mobil atau sertifikat tanah.

### **Pertimbangan Pemberian Akad Murabahah di Koperasi Jasa Berkah Bersama Syariah**

Ketika memberikan pembiayaan murabahah, Koperasi Berkah Bersama Syariah berupaya menilai risiko dengan memperhatikan potongan Slip gaji dari anggota Koperasi Jasa Berkah Bersama Syariah. Sebagaimana yang telah di jabarkan pada bagian hasil sebelumnya berdasarkan hasil wawancara dengan bapak rahmad widodo selaku ketua koperasi didapatkan informasi bahwasanya seluruh anggota dari Kopersai Jasa Berkah Bersama Syariah merupakan Guru dan karyawan dilingkungan Yayasan Al-Fida Kota Bengkulu. Maka dari itu koperasi mampu mendapatkan data dari potongan slip gaji dari karyawan dan guru sebagai bahan pertimbangan untuk memberikan pembiayaan dengan akad murabahah di Koperasi Jasa Berkah Bersama Syariah Oleh karena itu jika terdapat potongan di tempat lain yang tidak melebihi 50% dari slip gaji, maka pembiayaan dapat dipertimbangkan, karena itu pula risiko pembiayaan murabahah tergolong minim berada pada angka hampir mendekati 0% atau

jika di hitung dalam kasus hanya terjadi 1 kasus semenjak Koperasi Jasa Berkah Bersama Syariah Kota Bengkulu berdiri, hal ini terjadi karena pembayaran angsuran dilakukan melalui potongan gaji anggota yang bekerja di yayasan Al-Fida.

Berdasarkan wawancara dengan pengurus Koperasi Jasa Berkah Bersama Syariah Kota Bengkulu, dapat diidentifikasi beberapa pertimbangan yang dipertimbangkan oleh Koperasi Jasa Berkah Bersama Syariah Kota Bengkulu dalam memberikan pembiayaan murabahah. Beberapa pertimbangan tersebut antara lain: Status Kepegawaian: Koperasi mempertimbangkan status kepegawaian calon peminjam, yaitu Calon Guru Tetap Yayasan (CGTY) atau Calon Pegawai Tetap Yayasan (CPTY). Status ini menunjukkan kestabilan dan kepercayaan dalam memberikan pembiayaan. Waiting List: Terdapat waiting list yang digunakan untuk memprioritaskan pembiayaan kepada anggota. Hal ini menunjukkan bahwa pembiayaan diberikan berdasarkan urutan kebutuhan dan ketersediaan dana. Jenis Pembiayaan: Koperasi memiliki sasaran khusus dalam memberikan pembiayaan murabahah, seperti pembiayaan Qordul Hasan untuk keperluan urgensi keluarga yang sakit. Selain itu, juga terdapat pembiayaan untuk barang elektronik, furnitur, kendaraan, dan material bangunan. Risiko Pembiayaan: Koperasi melakukan evaluasi risiko dalam memberikan pembiayaan murabahah dengan mempertimbangkan potongan gaji langsung dari yayasan sebagai pembayaran. Hal ini mengurangi risiko pembayaran yang macet. Selain itu, pihak koperasi juga memeriksa potongan gaji apakah melebihi batas maksimal dari slip gaji yang diajukan. Dengan mempertimbangkan faktor-faktor di atas, Koperasi Jasa Berkah Bersama Syariah Kota Bengkulu dapat menentukan pemberian pembiayaan murabahah secara bijak dan meminimalkan risiko dalam operasional dan keuangan jangka panjang.

### **Kesesuaian Penerapan Akad Murabahah di Koperasi Jasa Berkah Bersama Syariah Kota Bengkulu dengan Fatwa DSN-MUI**

Masyarakat banyak membutuhkan mekanisme pembiayaan yang berprinsip syariah Dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat, Koperasi Syariah perlu menyediakan fasilitas pembiayaan murabahah bagi anggotanya. Koperasi Jasa Berkah Bersama Syariah di Kota Bengkulu menjalankan aktivitasnya dengan mengikuti pedoman yang tercantum dalam Fatwa DSN-MUI NO.04/DSN-MUI/IV/2000 Fatwa tersebut mengatur syarat-syarat yang harus dipenuhi agar pembiayaan murabahah dapat dilakukan dengan sah, antara lain:

#### **Ketentuan Umum Murabahah dalam koperasi Syariah :**

Koperasi dan anggota harus melakukan akad murabahah yang bebas riba. Barang yang diperjual belikan tidak diharamkan oleh syariah Islam. Koperasi membiayai sebagian atau seluruh harga pembelian barang yang telah disepakati kualifikasinya. Koperasi membeli barang yang diperlukan anggota atas nama koperasi sendiri, dan pembelian ini harus sah dan bebas riba. Koperasi harus menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian, misalnya jika pembelian dilakukan secara utang. Koperasi kemudian menjual barang tersebut kepada anggota (pemesan) dengan harga jual senilai harga beli plus keuntungannya. Dalam kaitan ini koperasi harus memberitahu secara jujur harga pokok barang kepada anggota berikut biaya yang diperlukan. Anggotamembayar harga barang yang telah disepakati tersebut pada jangka

waktu tertentu yang telah disepakati. Untuk mencegah terjadinya penyalahgunaan atau kerusakan akad tersebut, pihak koperasi dapat mengadakan perjanjian khusus dengan anggota. Jika koperasi hendak mewakili kepada anggota untuk membeli barang dari pihak ketiga, akad jual beli murabahah harus dilakukan setelah barang, secara prinsip, menjadi milik koperasi.

#### **Ketentuan Murabahah kepada Anggota:**

Anggota mengajukan permohonan dan janji pembelian suatu barang atau aset kepada koperasi. Jika koperasi menerima permohonan tersebut, ia harus membeli terlebih dahulu aset yang dipesannya secara sah dengan pedagang. Koperasi kemudian menawarkan aset tersebut kepada anggota dan anggota harus menerima (membeli)-nya sesuai dengan janji yang telah disepakatinya, karena secara hukum janji tersebut mengikat; kemudian kedua belah pihak harus membuat kontrak jual beli. Dalam jual beli ini koperasi dibolehkan meminta anggota untuk membayar uang muka saat menandatangani kesepakatan awal pemesanan. Jika anggota kemudian menolak membeli barang tersebut, biaya riil koperasi harus dibayar dari uang muka tersebut. Jika nilai uang muka kurang dari kerugian yang harus ditanggung oleh koperasi, koperasi dapat meminta kembali sisa kerugiannya kepada anggota. Jika uang muka memaknai kontrak 'urbun sebagai alternatif dari uang muka, maka apabila anggota memutuskan untuk membeli barang tersebut, ia tinggal membayar sisa harga. Jika anggota batal membeli, uang muka menjadi milik koperasi maksimal sebesar kerugian yang ditanggung oleh koperasi akibat pembatalan tersebut; dan jika uang muka tidak mencukupi, anggota wajib melunasi kekurangannya.

#### **Jaminan dalam Murabahah:**

Jaminan dalam murabahah dibolehkan, agar anggota serius dengan pesannya. Koperasi dapat meminta anggota untuk menyediakan jaminan yang dapat dipegang.

#### **Utang dalam Murabahah:**

Secara prinsip, penyelesaian utang anggota dalam transaksi murabahah tidak ada kaitannya dengan transaksi lain yang dilakukan anggota dengan pihak ketiga atas barang tersebut. Jika anggota menjual kembali barang tersebut dengan keuntungan atau kerugian, ia tetap berkewajiban untuk menyelesaikan utangnya kepada koperasi. Jika anggota menjual barang tersebut sebelum masa angsuran berakhir, ia tidak wajib segera melunasi seluruh angsurannya. Jika penjualan barang tersebut menyebabkan kerugian, anggota tetap harus menyelesaikan utangnya sesuai kesepakatan awal. Ia tidak boleh memperlambat pembayaran angsuran atau meminta kerugian itu diperhitungkan.

#### **Penundaan Pembayaran dalam Murabahah:**

Anggotayang memiliki kemampuan tidak dibenarkan menunda penyelesaian utangnya. Jika anggota menunda-nunda pembayaran dengan sengaja, atau jika salah satu pihak tidak menunaikan kewajibannya, maka penyelesaiannya dilakukan melalui Badan Arbitrasi Syari'ah setelah tidak tercapai kesepakatan melalui musyawarah.

#### **Bangkrut dalam Murabahah:**

Jika anggota telah dinyatakan tidak mampu membayar dan gagal menyelesaikan utangnya, koperasi harus menunda tagihan utang sampai ia menjadi sanggup kembali, atau berdasarkan kesepakatan. Analisa untuk mengetahui apakah pembiayaan murabahah di Koperasi Jasa Berkah Bersama Syariah sudah sesuai atau tidak dengan FATWA DSN-MUI NO.04/DSN-MUI/IV/2000 tentang murabahah dapat dilakukan dengan mengacu pada syarat-syarat yang tercantum dalam fatwa tersebut. Berikut adalah analisa perbandingan antara implementasi pembiayaan murabahah di koperasi dengan syarat-syarat dalam FATWA DSN-MUI NO.04/DSN-MUI/IV/2000:

Ketentuan Umum Murabahah dalam Koperasi Syariah. Koperasi Jasa Berkah Bersama Syariah menjalankan akad murabahah yang bebas dari riba. Barang yang diperjual belikan tidak diharamkan oleh syariah Islam. Koperasi membiayai sebagian atau seluruh harga pembelian barang yang telah disepakati kualifikasinya. Koperasi membeli barang atas nama koperasi sendiri dan melakukan pembelian secara sah dan bebas dari riba. Koperasi memberikan informasi yang jujur mengenai harga pokok barang kepada anggota. Ketentuan Murabahah kepada Anggota: Anggota mengajukan permohonan dan janji pembelian barang atau aset kepada koperasi. Koperasi membeli barang yang dipesan secara sah dari pedagang. Koperasi menawarkan barang tersebut kepada anggota, dan anggota harus menerima (membeli) sesuai dengan janji yang telah disepakati.

Jaminan dalam murabahah koperasi dapat meminta anggota untuk menyediakan jaminan yang dapat dipegang. Tidak disebutkan secara jelas mengenai penyelesaian utang dalam transaksi murabahah yang tidak terkait dengan transaksi lain anggota dengan pihak ketiga. Sedangkan syarat FATWA DSN-MUI NO.04/DSN-MUI/IV/2000 Penyelesaian utang anggota dalam transaksi murabahah tidak ada kaitannya dengan transaksi lain yang dilakukan anggota dengan pihak ketiga atas barang tersebut. Penundaan Pembayaran dalam Murabahah tidak disebutkan mengenai penundaan pembayaran utang oleh anggota. Adapun syarat FATWA DSN-MUI NO.04/DSN-MUI/IV/2000 anggota yang memiliki kemampuan tidak dibenarkan menunda penyelesaian utangnya. Tidak disebutkan mengenai penanganan pembiayaan murabahah jika anggota dinyatakan tidak mampu membayar. Adapun syarat FATWA DSN-MUI NO.04/DSN-MUI/IV/2000 Koperasi harus menunda tagihan utang sampai anggota menjadi sanggup kembali atau berdasarkan kesepakatan.

TABEL 1.

Table Kesesuaian Antara FATWA DSN-MUI NO.04/DSN-MUI/IV/2000 Dengan Praktek Di Koperasi Jasa Berkah Bersama Syariah Kota Bengkulu

Syarat dalam FATWA DSN-MUI NO.04/DSN-MUI/IV/2000	Koperasi Jasa Berkah Bersama Syariah
Koperasi dan anggota melakukan akad murabahah yang bebas riba	Sesuai
Barang yang diperjual belikan tidak diharamkan oleh syariah Islam	Sesuai

Koperasi membiayai sebagian atau seluruh harga pembelian barang yang telah disepakati kualifikasinya	Sesuai
Koperasi membeli barang atas nama koperasi sendiri, dan pembelian ini harus sah dan bebas riba	Sesuai
Koperasi kemudian menjual barang tersebut kepada anggota (pemesan) dengan harga jual senilai harga beli plus keuntungannya. Dalam kaitan ini, koperasi harus memberitahu secara jujur harga pokok barang kepada anggota berikut biaya yang diperlukan	Sesuai
penyelesaian utang anggota dalam transaksi murabahah tidak ada kaitannya dengan transaksi lain yang dilakukan anggota dengan pihak ketiga atas barang tersebut.	Tidak disebutkan
anggota yang memiliki kemampuan tidak boleh menunda penyelesaian utang. Oleh karena itu, koperasi perlu mengatur kebijakan yang jelas terkait dengan penundaan pembayaran utang.	Tidak disebutkan
Koperasi harus menunda tagihan utang sampai anggota menjadi sanggup kembali atau berdasarkan kesepakatan. Oleh karena itu, koperasi perlu memiliki kebijakan yang mengatur penanganan pembiayaan murabahah dalam situasi anggota yang dinyatakan tidak mampu membayar.	Tidak disebutkan
Anggota mengajukan permohonan dan janji pembelian suatu barang atau aset kepada koperasi	Sesuai
Jika koperasi menerima permohonan tersebut, ia harus membeli terlebih dahulu aset yang dipesannya secara sah dengan pedagang	Sesuai
Koperasi kemudian menawarkan aset tersebut kepada anggota dan anggota harus menerima (membeli)-nya sesuai dengan janji yang telah disepakatinya, karena secara hukum janji tersebut mengikat; kemudian kedua belah pihak harus membuat kontrak jual beli	Sesuai
Dalam jual beli ini koperasi dibolehkan meminta anggota untuk membayar uang muka saat menandatangani kesepakatan awal pemesanan	Sesuai
Jika anggota kemudian menolak membeli barang tersebut, biaya riil koperasi harus dibayar dari uang muka tersebut	Sesuai

<p>Jika nilai uang muka kurang dari kerugian yang harus ditanggung oleh koperasi, koperasi dapat meminta kembali sisa kerugiannya kepada anggota</p>	<p>Sesuai</p>
--	---------------

Secara umum, Koperasi Jasa Berkah Bersama Syariah Kota Bengkulu telah mengikuti ketentuan-ketentuan umum dalam pembiayaan murabahah yang ditetapkan dalam FATWA DSN-MUI NO.04/DSN-MUI/IV/2000. Mereka menjalankan akad murabahah yang bebas dari riba, membeli barang atas nama koperasi sendiri, dan memberikan informasi yang jujur mengenai harga pokok barang kepada anggota. Akan tetapi terdapat beberapa kekurangan yang perlu diperhatikan oleh Koperasi Jasa Berkah Bersama Syariah dan diperbaiki agar sesuai dengan FATWA DSN-MUI NO.04/DSN-MUI/IV/2000.

Salah satu kekurangan yang perlu diperhatikan adalah kurangnya penjelasan mengenai penyelesaian utang dalam transaksi murabahah yang tidak terkait dengan transaksi lain. Sesuai dengan FATWA DSN-MUI NO.04/DSN-MUI/IV/2000, penyelesaian utang anggota dalam transaksi murabahah tidak ada kaitannya dengan transaksi lain yang dilakukan anggota dengan pihak ketiga atas barang tersebut. Oleh karena itu, koperasi perlu memperjelas prosedur penyelesaian utang agar sesuai dengan ketentuan ini. Selain itu, tidak ada ketentuan yang mengatur penundaan pembayaran utang oleh anggota dalam konteks murabahah. FATWA DSN-MUI NO.04/DSN-MUI/IV/2000 menegaskan bahwa anggota yang memiliki kemampuan tidak boleh menunda penyelesaian utang. Oleh karena itu, koperasi perlu mengatur kebijakan yang jelas terkait dengan penundaan pembayaran utang agar sesuai dengan ketentuan fatwa tersebut.

Tidak disebutkan juga mengenai penanganan pembiayaan murabahah jika anggota dinyatakan tidak mampu membayar. FATWA DSN-MUI NO.04/DSN-MUI/IV/2000, Koperasi harus menunda tagihan utang sampai anggota menjadi sanggup kembali atau berdasarkan kesepakatan. Oleh karena itu, koperasi perlu memiliki kebijakan yang mengatur penanganan pembiayaan murabahah dalam situasi anggota yang dinyatakan tidak mampu membayar.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan, maka akhirnya penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa, Secara umum Koperasi Jasa Berkah Bersama Syariah Kota Bengkulu telah mengikuti ketentuan-ketentuan umum dalam pembiayaan murabahah yang ditetapkan dalam FATWA DSN-MUI NO.04/DSN-MUI/IV/2000. Mereka menjalankan akad murabahah yang bebas dari riba, membeli barang atas nama koperasi sendiri, dan memberikan informasi yang jujur mengenai harga pokok barang kepada anggota.

Namun, terdapat beberapa kekurangan yang perlu diperhatikan dan diperbaiki oleh koperasi yakni sebagai berikut. Terdapat ketidakjelasan mengenai penyelesaian utang dalam transaksi murabahah yang tidak terkait dengan transaksi lain anggota

dengan pihak ketiga. Hal ini bertentangan dengan FATWA DSN-MUI NO.04/DSN-MUI/IV/2000 yang menyatakan bahwa penyelesaian utang anggota dalam transaksi murabahah tidak ada kaitannya dengan transaksi lain yang dilakukan anggota dengan pihak ketiga atas barang tersebut. Tidak ada ketentuan yang mengatur penundaan pembayaran utang oleh anggota dalam konteks murabahah. Sesuai dengan FATWA DSN-MUI NO.04/DSN-MUI/IV/2000, anggota yang memiliki kemampuan tidak boleh menunda penyelesaian utang. Oleh karena itu, koperasi perlu mengatur kebijakan yang jelas terkait dengan penundaan pembayaran utang agar sesuai dengan ketentuan fatwa tersebut. Tidak disebutkan mengenai penanganan pembiayaan murabahah jika anggota dinyatakan tidak mampu membayar. Menurut Fatwa DSN-MUI, koperasi harus menunda tagihan utang sampai anggota menjadi sanggup kembali atau berdasarkan kesepakatan. Oleh karena itu, koperasi perlu memiliki kebijakan yang mengatur penanganan pembiayaan murabahah dalam situasi anggota yang dinyatakan tidak mampu membayar.

### Saran

Dalam rangka menjalankan prinsip-prinsip syariah dengan baik, koperasi Jasa Berkah Bersama Syariah Kota Bengkulu perlu memperbaiki kekurangan-kekurangan tersebut dan memastikan kepatuhan terhadap FATWA DSN-MUI NO.04/DSN-MUI/IV/2000 dan ketentuan yang berlaku.

Dengan melakukan perbaikan dan memperkuat kelebihan yang dimiliki, kedepannya koperasi Jasa Berkah Bersama Syariah Kota Bengkulu dapat memberikan layanan yang lebih baik kepada anggota dan menjalankan operasional mereka dengan lebih efektif sesuai dengan prinsip-prinsip syariah

### DAFTAR RUJUKAN

- Anwar, A. Z., & Edward, M. Y. (2016). Analisis Syariah Compliance Pembiayaan Murabahah Pada Gabungan Koperasi BMT Mitra Se-Kabupaten Jepara. *The 3rd University Research Colloquium (URECOL)*.
- Bauty, L. A., Eprianti, N., & Maryandi, Y. (2020). Analisis 5C Pada Pembiayaan Murabahah Di Koperasi Syariah BMT Itqan Di Sektor Riil Umkm Kota Bandung. *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, 6(2).
- Defitri, S. Y., Sukraini, J., & Irawani, Y. (2022). Pengaruh Independensi, Integritas Dan Profesionalisme Terhadap Kualitas Audit. *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi Islam (JAM-EKIS)*, 5(1), 15–25.
- Koperasi, K., & UKM. (2023). *Jumlah Koperasi Aktif Menurut Kota (Unit)*.
- Mukadar, A., Setiorini, H., & Setiawan, D. (2021a). *Analisis Pembiayaan Murabahah Pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah ( Lkms) ( Studi Kasus Pada Lkms Mm Sejahtera Kota Bengkulu)*. 4(1).
- Mukadar, A., Setiorini, H., & Setiawan, D. (2021b). Analisis Pembiayaan Murabahah Pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah ( LKMS) ( Studi Kasus Pada LKMS MM Sejahtera Kota Bengkulu). *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi Islam (JAM-EKIS)*, 4(1). <https://doi.org/10.36085/jam-ekis.v4i1.1274>
- Nugraha, Z., Putra1, T., & Thamrin, H. (2022). Problematika Dan Dinamika Perkoperasi An Syariah Di Era Globalisasi. *Jurnal Tabarru : Islamic Koperasi Ing*

*and Finance*, 5(1).

- Ranidiah, F., & Arianto, T. (2020). Analisis Kinerja Keuangan Perbankan Syariah (Studi Empiris Bank Syariah ” Badan Usaha Milik Negara ” Di Indonesia Periode 2015-2018)”. *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi Islam (JAM-EKIS)*, 3(1). <https://doi.org/10.36085/jam-ekis.v3i1.541>
- Tito, B. A., Astuti, B., & Fratnesi Fratnesi. (2018). Analisis Penerapan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik Pada Laporan Keuangan Koperasi Simpan Pinjam Timur Indah Kencana Kota Bengkulu. *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi Islam (JAM-EKIS)*, 1(1).
- Triharyati, E., & Nursita, E. (2020). Kajian Penerapan Akuntansi Sumber Daya Manusia Terhadap Laporan Laba Rugi Dan Neraca Di Pt. Bpr Sindang Binaharta Kota Lubuklinggau. *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi Islam (JAM-EKIS)*, 3(1).



## MANAJEMEN PENGELOLAAN KOS-KOSAN DI LINGKUNGAN UINFAS BENGKULU DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

### MANAGEMENT OF BOARDING HOUSES IN THE UINFAS BENGKULU ENVIRONMENT IN AN ISLAMIC ECONOMIC PERSPECTIVE

Yeni Nurhayati<sup>1</sup>, Supardi Mursalin<sup>2</sup>, Evan Stiawan<sup>3</sup>

Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu<sup>1-3</sup>

[yeninurhayatiyn234@gmail.com](mailto:yeninurhayatiyn234@gmail.com)<sup>1</sup>, [supardi@mail.uinfasbengkulu.ac.id](mailto:supardi@mail.uinfasbengkulu.ac.id)<sup>2</sup>,  
[evan@iainbengkulu.ac.id](mailto:evan@iainbengkulu.ac.id)<sup>3</sup>

Jl. Raden Fatah Kel. Pagar Dewa Kec. Selebar Kota Bengkulu

Corresponding email: [yeninurhayatiyn234@gmail.com](mailto:yeninurhayatiyn234@gmail.com)

---

#### INFORMASI ARTIKEL

##### Riwayat Artikel:

Diterima : 07 Juli 2023

Direvisi : 05 Agustus 2023

Disetujui : 10 Agustus 2023

##### Keywords:

Management Management,  
Economic Perspective

##### Kata kunci:

Manajemen Pengelolaan,  
Perspektif Ekonomi

---

#### ABSTRACT

*The purpose of this research is to understand how to manage boarding houses near UINFAS Bengkulu and to be able to understand how to manage boarding houses from an Islamic economic perspective. This research method uses applied methods in order to obtain accurate information needed by researchers. The results obtained in this study are that most of the boarding houses near UINFAS Bengkulu have carried out management functions, namely organizing and controlling the boarding environment.*

#### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini yaitu agar dapat memahami cara mengelola kos-kosan yang berada di dekat UINFAS Bengkulu dan agar bisa memahami cara manajemen kos-kosan menurut pandangan ekonomi islam. Metode penelitian ini menggunakan metode terapan agar bisa memperoleh informasi secara akurat yang dibutuhkan oleh peneliti. Hasil yang didapatkan pada penelitian ini yaitu sebagian besar kos-kosan yang berada di dekat UINFAS Bengkulu sudah melaksanakan fungsi dalam manajemen yaitu melakukan pengorganisasian dan mengontrol lingkungan kos.

---

#### PENDAHULUAN

Bisnis kontrakan adalah salah satu bisnis yang banyak ditemui di kota yang cukup padat penduduk hingga kota padat penduduk. Bisnis ini dapat dijadikan investasi dimasa yang akan datang karena saat ini banyaknya remaja yang berada di pedesaan

datang ke kota bertujuan untuk mencari ilmu atau bekerja karena kurangnya akses pendidikan dan lowongan pekerjaan di desa. Oleh karena itu, saat ini bisnis hunian sangat bagus didirikan untuk investasi dimasa yang akan datang. Untuk mendirikan bisnis ini bisa mengubah rumah yang tidak dipakai lagi atau rumah kosong direnovasi menjadi kamar-kamar kecil untuk disewakan. Bukan hanya itu, bisnis didirikan dengan membuat bangunan khusus disewakan dengan memanfaatkan lahan kosong. Keuntungan mendirikan bisnis ini yaitu pemilik mendapatkan penghasilan bulanan dalam jangka waktu yang panjang dan sebagai simpanan dimasa yang akan datang. Mengelola bisnis kos-kosan ini juga tidak begitu rumit dan sulit. Untuk membangun bisnis ini dikalangan masyarakat yang pendapatannya sederhana bisa dijadikan cara menambah penghasilan bagi yang memiliki dana yaitu mempunyai tanah kosong dapat digunakan sebagai lahan pembuatan kos-kosan.

Sebelum mendirikan bisnis ini perlu adanya analisa lapangan untuk melihat peluang tempat berdirinya bisnis ini. Lokasi menjadi hal utama keberlangsungan bisnis dimasa yang akan datang. Lokasi yang strategis berada di dekat kota, perkantoran atau kampus yang sering dijangkau oleh masyarakat. Biasanya kebanyakan anak remaja menyewa berasal dari pedesaan yang ingin mencari ilmu atau bekerja di kota (Rivaldi, 2021). Agar bisnis dapat berlangsung lama dan terus berkembang perlu adanya pengelolaan yang baik dari segi eksternal maupun internal. Seorang manajer sangat diperlukan dalam mengelola bisnis baik bisnis kecil maupun besar. Manajer harus pandai cara mempertahankan bisnis dan melakukan perencanaan jika terjadi yang tidak diinginkan dimasa yang akan datang akan berdampak pada keberlangsungan bisnis tersebut. Oleh karena itu, pengelolalan yang baik dan benar menjadi penentu berhasilnya suatu bisnis.

Terdapat beberapa fungsi dalam manajemen yaitu perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengaturan operasi. Fungsi tersebut bertujuan untuk membuat rencana agar tujuan dapat tercapai secara optimal melalui pertolongan orang lain atau sumber daya yang digunakan saat melakukan proses manajemen (Firdaus, 2009). Terdapat beberapa kendala saat melakukan pengelolaan kos salah satunya terhambat pada sistem pembayaran misalnya pembayaran kamar, listrik, air, parkir dan pengeluaran yang lain. Melakukan pengelolaan kos merupakan hal yang sangat penting dilakukan agar semua berhasil sesuai dengan apa yang telah direncanakan dan tentunya berdasarkan aturan yang ada di lingkungan masyarakat. Manajemen merupakan hal utama agar target yang telah direncanakan tercapai dan tentunya mendapatkan keuntungan bagi semua pihak. Manajemen pengelolaan sangat penting dilakukan dalam mengelola suatu bisnis. Banyak sekali kesalahan dalam melakukan pengelolaan yang mengakibatkan kesalahan yang tidak diinginkan terjadi (Achmad Nizar Assholikin, 2020). Jika manajemen dilakukan dengan baik dan sesuai rencana akan menghasilkan pengaruh positif bagi penghuni kos dengan adanya aturan yang mengubah penghuni terutama anak kuliah menjadi lebih disiplin dalam perkuliaannya.

Manajemen pengelolaan kos efektif akan memberikan dampak positif bagi sikap setiap individu karena terdapat aturan yang sesuai dengan syariat islam. Jika pengelolaan dilakukan dengan optimal akan menciptakan sikap disiplin yang tinggi dari mahasiswa kos menjadi suatu kondisi yang sangat diharapkan didalam menciptakan

kenyamanan dan keamanan bagi mereka yang tinggal jauh dari orang tuanya. Saat mengatur sistem dalam bisnis kost maka pemilik harus bisa membuat aturan agar bisa mengawasi semua aspek yang digunakan pengelolaan inventaris, perawatan fasilitas, penagihan pembayaran dan penanganan keluhan. Dalam islam menjelaskan bahwa manusia dianjurkan untuk bekerja untuk memenuhi kebutuhan hidupnya agar bisa mencapai tujuan tercapai. Tujuan bekerja agar bisa memperoleh kebutuhan hidup manusia. Artinya setiap yang dilakukan manusia bertujuan untuk mendapatkan penghasilan digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia merupakan hal yang dianjurkan dalam islam dan mendapatkan izin dari Allah SWT (Asnaw, 2017). Hal tersebut sudah dijelaskan dalam Al-Qur'an bahwa kegiatan ekonomi merupakan aktivitas yang dianjurkan untuk dilaksanakan bagi setiap manusia terdapat dalam Al-Qur'an surah At-Taubah (9):105 yang berbunyi:

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ آلِ غَيْبٍ وَالشَّهَادَةِ فَيُنبِّئُكُمْ  
بِمَا كُنتُمْ تَعْمَلُونَ

*Artinya: “Dan Katakanlah Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan setiap manusia akan kembali kepada sang Pencipta yang memahami sesuatu yang dilakukan, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan”.* (Q.S At-Taubah (9):105)

Berdasarkan ayat di atas menjelaskan bahwa, Nabi Muhammad mengatakan kepada semua umatnya untuk dianjurkan bekerja dan bertujuan memperoleh tujuan yang diharapkan. Allah SWT akan memberikan balasan bagi orang yang bekerja yaitu berupa kekayaan, kemampuan, kemegahan, keluasan dan diberikan rezeki yang tiada tara. Jika manusia melakukan pekerjaan yang halal akan memperoleh keberkahan dari Allah SWT berupa rezeki yang berlipat ganda. Jika manusia melakukan pekerjaan yang haram akan mendapatkan hukuman dari Allah SWT berupa azab yang didapatkan karena melanggar perintah. Oleh karena itu, setiap pekerjaan yang dilakukan manusia harus sesuai dengan aturan dalam syariat islam. Manusia terkadang lupa akan larangan tersebut dan hanya memikirkan keuntungan diri sendiri (Suma, 2013).

Bagi penghuni kos beranggapan bahwa ekonomi islam adalah aturan yang mengikat dan tidak sesuai dengan budaya yang sering dilakukan yaitu bebas melakukan sesuai kehendaknya. Padahal dalam menjalankan kehidupan di dunia terdapat aturan yang harus dipatuhi oleh setiap manusia. Menurut pandangan penghuni kost bahwa ekonomi islam merupakan tidak adil karena merupakan prinsip yang tidak sesuai dengan yang dijalankan. Aturan yang dibuat bersumber pada Al-Qur'an dan Hadis yang mengatur setiap tingkah laku manusia yang menggunakan prinsip keseimbangan dan adil. Prinsip adil yang dimaksud dalam ekonomi yaitu menetapkan harga, memilih bahan berkualitas bagus, memilih tenaga kerja dan membuat kebijakan. Setiap pekerjaan harus dilakukan dengan rapi, teratur dan bersih karena islam mewajibkan seluruh manusia melakukan pekerjaan sesuai dengan syariat islam. Setiap tahapan wajib diikuti sesuai dengan aturan yang dibuat dan tidak diperbolehkan melakukan dengan cara yang buruk mulai dari membuat rencana sampai dengan pelaksanaannya

sesuai dengan aturan islam (Jerlin, 2020).

Bengkulu merupakan salah satu kota yang berada di pulau Sumatera. Saat ini kota Bengkulu menjadi salah satu kota tujuan dilakukannya pendidikan karena kualitas pendidikan yang bagus. Kebanyakan remaja yang berada di pedesaan menempuh pendidikan di Kota Bengkulu karena merupakan kota yang banyak menghasilkan lulusan terbaik. Salah satu perguruan tinggi yang mencetak lulusan terbaik adalah Universitas Islam Fatmawati Sukarno Bengkulu yang dahulunya bernama IAIN Bengkulu. Setiap tahunnya selalu menerima mahasiswa diberbagai daerah. Untuk menjadi mahasiswa UIN Fatmawati Sukarno perlu adanya berbagai tahapan tes yang dilalui. Tidak semua calon mahasiswa lulus setiap tahapan tes. Oleh karena itu, hanya orang-orang tertentu dapat menjadi mahasiswa perguruan tinggi tersebut.

UIN Fatmawati Sukarno merupakan salah satu perguruan tinggi terbaik negeri yang berada di provinsi Bengkulu dengan berbagai macam program studi. Disekitar lingkungan kampus UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu banyak terdapat bisnis yang didirikan karena ramai dan sangat banyak mahasiswa berinteraksi di sekitar kampus. Bisnis yang didirikan mulai dari rumah makan, kedai, fotocopy, kos-kosan dan berbagai bisnis lainnya. Lokasi kampus merupakan lokasi yang sangat strategis dapat dijadikan peluang melakukan berwirabisnis karena banyak mahasiswa yang melakukan jual beli disekitar kampus.

Salah satu bisnis yang banyak diserbu oleh mahasiswa yaitu bisnis kosan yang berada dilingkungan UIN Fatmawati Sukarno. Berbagai macam jenis kosan yang didirikan di lingkungan kampus dengan harga dan fasilitas berbeda-beda. Biasanya fasilitas yang disediakan berupa kamar tidur, kamar mandi, ruang pengunjung, tempat parkir, listrik, serta sarana ekstra seperti wifi dan lain-lain. Terdapat salah satu kos yang berada dilingkungan UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu. Keadaan bangunan kost berbeda-beda mulai dari satu dengan yang lainnya. Mulai dari perbedaan fasilitas terdapat kekurangan fasilitas dan rusaknya bangunan. Perbedaan kondisi bangunan yang bocor dan fasilitas rusak akan berdampak pada penghuni merasa tidak nyaman karena kondisi tersebut. Oleh karena itu, penghuni akan memilih kos yang memiliki fasilitas memadai karena biaya yang dibayarkan harus sesuai dengan kondisi kosan.

Setelah melakukan penelitian terlebih dahulu bahwa terdapat perbedaan biaya dan cara membayar yang dijalankan oleh pemilik kosan yang berada di lingkungan kampus UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu. Untuk menjaga tata tertib maka pemilik kosan harus mempunyai aturan yang harus dipatuhi penghuni kos agar bisa teratur dan melindungi kost dari kejadian yang tidak diinginkan. Biasanya peraturan tersebut diletakan di bagian depan pintu kos agar bisa dibaca oleh penghuni.

Aturan tersebut dibuat untuk mengatur penghuni dan orang luar agar bisa menjaga keamanan dan kenyamanan penghuni kos. Namun seiring berjalannya waktu peraturan tersebut banyak dilanggar oleh penghuni. Oleh karena itu, perlu adanya pengawasan oleh pemilik kos agar penghuni tidak lagi melanggar peraturan yang telah dibuat. Pengawasan adalah aktivitas yang dilakukan untuk mengontrol setiap pelaksanaan suatu rencana kegiatan agar dapat berjalan sesuai apa yang telah direncanakan. Dalam bisnis kosan harus bisa menjalankan sikap amanah dan tanggungjawab agar bisa memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumen.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Pengertian Manajemen

Manajemen merupakan cara mengelola suatu sumber daya agar bisa menghasilkan dan mencapai target yang ditetapkan (Finthariasari, 2015, 2019; yuniarti et al., 2021). Manajemen dilaksanakan dalam suatu bisnis jika dilakukan lebih mengutamakan sikap sesuai dengan yang dianjurkan dalam agama islam yaitu tauhid. Pembahasan dalam manajemen syariah yaitu mengenai sikap pelaku manajemen yang sesuai dengan aturan yang telah dibuat dengan sebaik mungkin dan menghasilkan sistem yang dapat membantu tercapainya target yang diinginkan. Sejak islam masuk pertama kali bahwa manajemen merupakan sebuah ilmu atau cara yang digunakan mengatur sebuah organisasi. Sejak itu Allah SWT menurunkan wahyu kepada kepada Nabi Muhammad maka kemudian adanya beberapa penjelasan mengenai manajemen dalam Islam (Sinn, 2012).

### Dasar Hukum Manajemen

Dalam manajemen syariah merupakan sebuah aturan yang harus dilakukan disertai tanggung jawab dan dijalankan dengan amanah memenuhi kewajiban yang telah dibuat (Finthariasari & Rahmayanti, 2015). Firman Allah SWT QS. An-Nisa' ayat 58 berbunyi:

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

*Artinya: "Sesungguhnya Allah memerintahkan kepada manusia untuk melaksanakan amanahnya sesuai dengan yang berhak menerimanya dan memerintahkan kepada manusia melaksanakan aktivitas dijalankan secara adil". (QS. An-Nisa' ayat 58).*

### Fungsi-Fungsi Manajemen Menurut Pandangan Islam

#### 1. Fungsi Perencanaan Dalam Islam (Orbandi et al., 2021).

##### a. Perencanaan Bidang Sumber Daya Manusia (SDM).

Sumber daya manusia merupakan seseorang yang bekerja di sebuah perbisnisan yang berguna untuk membantu setiap kegiatan di perbisnisan. Untuk menghasilkan sumber daya manusia yang baik perlu adanya perencanaan yang matang. Cara yang dilakukan yaitu melakukan penyeleksian sumber daya manusia dengan syarat dan kriteria sesuai dengan yang diharapkan perbisnisan.

##### b. Perencanaan Bidang Keuangan

Bidang keuangan merupakan bidang terpenting karena mengatur pemasukan dan pengeluaran suatu perbisnisan. Uang yang digunakan untuk keberlangsungan perbisnisan perlu dikelola dengan baik agar bisa mengetahui keuntungan atau kerugian yang dialami perbisnisan.

##### c. Perencanaan Bidang Produksi

Bidang produksi merupakan proses melakukan produksi barang. Sebelum melakukan produksi perlu adanya perencanaan dalam memilih bahanbaku yang digunakan pada proses produksi. Bahan yang digunakan harus berasal dari bahan yang aman dan halal dalam islam.

- d. Perencanaan bidang pemasaran.  
Pemasaran merupakan tahap akhir dalam kegiatan perbisnisan. Setelah barang diproduksi langkah selanjutnya memasarkan kepada orang yang membutuhkan. Pemasaran dilakukan harus memenuhi syarat dalam islam dengan mementingkan kepuasan pelanggan.
2. Fungsi Pengorganisasian Dalam Pandangan Islam.
  - a. Aspek Struktur  
Struktur merupakan pembagian tugas berdasarkan bidang dan jenis pekerjaan yang dilakukan. Struktur kerja penting dibuat agar bisa mengetahui tugas yang harus dikerjakan agar berhasilnya suatu pekerjaan.
  - b. Aspek Tugas dan Wewenang  
Setelah struktur dibuat sesuai dengan tugas dan masing-masing pekerja harus dilaksanakan sesuai dengan tugasnya masing-masing.
3. Peran Syariah dalam Pengontrolan  
Pengontrolan dalam islam merupakan proses pengecekan suatu pekerjaan agar mengetahui apakah berhasil atau tidak. Tahapan ini dilaksanakan agar tidak akan ada kejadian yang tidak diinginkan.
4. Peran Syariah dalam Pengawasan  
Pengawasan dalam islam merupakan proses melakukan penilaian dan pengoreksian suatu pekerjaan agar dapat mencapai tujuan yang diharapkan. Perlu adanya pengawasan dalam suatu perbisnisan berguna untuk perkembangan perbisnisan itu sendiri. Terdapat beberapa hal yang harus diterapkan dalam proses pengawasan yaitu:
  - a) Ketaqwaan
  - b) Individu
  - c) Kontrol anggota.
  - d) Penerapan aturan (Tanjung, 2005).
5. Peran Syariah dalam mengatur  
Membuat aturan dalam sebuah organisasi penting dilakukan agar organisasi dapat terarah untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Oleh karena itu, mengatur sebuah organisasi harus dilakukan dengan kebutuhan yang diharapkan.
6. Pengevaluasian (evaluating)  
Setelah semua sudah dilaksanakan maka langkah selanjutnya melakukan evaluasi jika terdapat kesalahan. Semua yang dilakukan dalam bisnis pasti ada kesalahan yang terjadi yang akan memberikan dampak bagi keberlangsungan bisnis kedepannya. Oleh karena itu, untuk mengantisipasi kesalahan yang terjadi maka perlu adanya pengevaluasian (Zainarti, 2014).

### **Sistem Pengelolaan**

Sistem merupakan bagian yang harus dilakukan bertujuan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Sistem dibuat agar memudahkan dalam melakukan kegiatan dalam menjalankan bisnis. Sistem biasanya merangkum semua aktivitas yang dijalankan dalam bisnis (Moekijat, 1996). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia bahwa manajemen merupakan proses yang dilakukan seorang pemimpin dengan mengatur dan mengendalikan perkerjaan supaya bisa berjalan dengan lancar sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan sebelumnya (Salim, 2002).

### **Tujuan Pengelolaan**

1. Agar tujuan suatu organisasi dapat dicapai maka perlu adanya manajemen bertujuan agar pekerja melakukan tugasnya dengan baik agar bisa mencapai visi dan misi yang diharapkan. Oleh karena itu, visi dan misi dapat tercapai dengan optimal.
2. Setiap kegiatan dalam organisasi harus diukur menggunakan cara yang biasa digunakan agar bisa menghasilkan secara efisien (Usman, 2006). Berikut adalah langkah-langkah dalam melakukan manajemen yaitu:
  - a. Membuat strategi terlebih dahulu
  - b. Menentukan alat dan bahan yang digunakan
  - c. Membuat target agar dapat tercapai sesuai waktu yang telah direncanakan
  - d. Menentukan tugas sesuai dengan keahliannya
  - e. Membuat standar kerja yang mencakup efektivitas dan efisiensi
  - f. Menentukan ukuran untuk menilai
  - g. Melakukan musyawarah
  - h. Melaksanakan semua kegiatan
  - i. Menilai semua aktivitas yang dikerjakan
  - j. Mengadakan review secara berkala
  - k. Pelaksanaan tahap berikutnya, berlangsung secara berulang-ulang (Wijayanti, 2008).

### **Fungsi Pengelolaan**

Menurut pendapat John D Millet fungsi manajemen merupakan suatu tahapan yang dilakukan untuk memberikan arahan dan fasilitas yang digunakan dalam organisasi untuk memenuhi tujuan yang dicapai. Terdapat lima peran dalam manajemen yaitu perencanaan, pengorganisasian, komando, koordinasi dan pengendalian.

### **Indikator Pengelolaan yang Baik**

Menurut pendapat George R. Terry bahwa manajemen yang sangat baik mengandung unsur-unsur berikut:

1. Persiapan
2. Pengorganisasian
3. Perencanaan dan pola organisasi
4. Jika diperlukan tindakan korektif dapat dilakukan pada kegiatan implementasi yang dapat dilanjutkan sesuai dengan rencana (Terry, 2019).

### **Kosan**

Istilah kos merupakan kamar yang disewa sebagai tempat untuk berteduh sementara (Poerwadarminta, 2003). Kamar kost atau yang sering juga disebut dengan kos-kosan merupakan tempat tinggal sementara bagi pelajar, mahasiswa, pekerja atau yang melakukan perjalanan jauh. Kos dapat dijadikan tempat teduh sementara bagi para remaja yang sedang menempuh pendidikan di luar kota. Untuk remaja kalangan atas biasanya tinggal di apartemen atau hotel karena memiliki dan lebih dari orang tuanya. Untuk kalangan menengah kebawah biasanya tempat tinggal pilihan berada di kos yang

berbentuk bangunan dengan beberapa ruang kecil atau seriong disebut kamar kecil (Andriawan, 2016).

### **Kegunaan Kos Bagi Kalangan Remaja**

1. Digunakan untuk tempat tinggal sementara untuk mahasiswa yang berasal dari luar kota atau biasanya berasal dari pedesaan yang mencari ilmu ke kota.
2. Untuk tempat tinggal sementara untuk masyarakat umum yang sedang bekerja yang tidak memiliki rumah di tempat kerjanya.
3. Sebagai tempat bagi mahasiswa untuk melatih pribadi masing-masing untuk terus berjiwa mandiri, bertanggungjawab dan disiplin mengatur tata kelola yang ada di kos (Wibowo, 2020).

### **Pengertian Ekonomi Islam**

Ekonomi islam merupakan aturan yang mengatur kegiatan perekonomian yang mencakup seluruh aspek kehidupan. Setiap transaksi jual beli harus sesuai dengan prinsip ekonomi islam yang berpedoman pada Al-Qur'an dan Hadis (Fauzia, 2014). Muhammad bin Abdullah Al Arabi Tariqi berpendapat bahwa ekonomi Islam merupakan prinsip yang dijalankan kegiatan ekonomi pada umumnya yang bersumber pada Al-Qur'an dan Hadis. Menurut pendapat Muhammad Abdul Manan bahwa ekonomi islam merupakan ilmu yang membahas mengenai persoalan ekonomi yang dijalankan dalam masyarakat sesuai dengan prinsip-prinsip islam (Hakim, 2012).

### **Dasar Ekonomi Islam**

Manusia merupakan makhluk yang diciptakan Allah SWT. Semua tindakan atau aktivitas manusia harus dilakuka sesuai dengan perintah Allah SWT. Aqidah, hukum dan moralitas merupakan dasar dari ajaran Islam. Ketiga dasar harus dipatuhi agar menghasilkan sistem yang sesuai dengan ajaran islam. Agar bisa mengerti mengenai ekonomi islam perlu adanya pembelajaran secara mendalam mengenai islam itu sendiri dan larangan yang tidak boleh dilakukan oleh manusia.

### **Tujuan Ekonomi Islam**

Islam adalah agama yang bersifat universal artinya bermanfaat bagi semua manusia. Tujuan ekonomi islam yaitu memberikan aturan agar manusia melakukan kegiatan ekonomi sesuai dengan yang diajarkan dalam agama islam. Oleh karena itu, perlu adanya pemahaman tentang islam agar setiap kegiatan ekonomi bermanfaat dan tidak merugikan orang lain (Riyadi, 2014).

### **Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam**

- a. Kerja  
Setiap manusia menjalani kehidupan di dunia untuk melakukan pekerjaan agar bisa mendapatkan penghasilan berguna untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.
- b. Kompensasi  
Kompensasi merupakan bentuk hadiah atau balasan karena telah melakukan pekerjaan sesuai dengan targetnya.
- c. Kerja sama



Dalam sebuah organisasi pasti terdapat tim kerja yang berfungsi untuk membantu setiap pelaksanaan kerja (Karim, 2014).

d. Kebebasan bertindak

Bebas melakukan apa saja dengan syarat tidak melanggar ajaran islam. Semua manusia bebas berkreasi sesuai dengan kehendaknya tapi harus sesuai dengan prinsip islam. (Aziz, 2013).

### METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan salah satu jenis penelitian yaitu penelitian terapan agar mendapatkan data secara akurat. Pada penelitian deskriptif yang digunakan oleh peneliti bertujuan untuk menjelaskan secara detail mengenai manajemen yang dilakukan oleh pemilik bisnis kos-kosan di lingkungan UINFAS Bengkulu menurut pandangan ekonomi Islam. Pengumpulan data menggunakan cara tanya jawab dengan mempersiapkan hal yang ingin ditanyakan.

Informan yang dipilih pada penelitian ini yaitu pemilik kosan sebanyak 3 orang dan penghuni kosan sebanyak 6 orang yang berada di kawasan Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu. Sumber data yang digunakan yaitu data primer dan sekunder. Data primer didapatkan pada pemilik kosan sebanyak 3 orang dan penghuni kosan sebanyak 6 orang. Informasi berupa data didapatkan berasal dari beberapa sumber tambahan. Contohnya didapat dari seseorang berupa jurnal, buku, atau arsip di lokasi penelitian.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan penelitian ini yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan verifikasi.

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada pemilik kos yang berada di kawasan Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu bahwa manajemen pengelolaan kos-kosan yang ada di lingkungan uinfas bengkulu terdapat beberapa manajemen yaitu:

1. Harga sewa

Saat melakukan sewa menyewa dilaksanakan oleh pemilik kosan dengan calon penghuni dengan peraturan yang sudah dijelaskan sebelumnya. Jika penghuni merasa cocok maka mengikrarkan perjanjian tersebut secara lisan. Perjanjian yang dilakukan oleh pemilik kos dan penyewa menjelaskan mengenai kesepakatan harga yang dikeluarkan untuk menyewa disertai waktu atau masa yang dihabiskan oleh penyewa kos. Untuk setiap pemilik kos yang berada di kawasan Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu dan sewa menyewa dilakukan dengan lisan terhadap penghuni kamar sewa. Perjanjian yang telah disepakati oleh penyewa dan pemilik sewa yang berada di lingkungan Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu ini sudah sesuai dengan etika bisnis Islam karena perjanjian yang telah dibuat tertera mengenai jumlah biaya yang harus dibayarkan oleh pihak penyewa bagi penyewa kos. Kesepakatan yang dijelaskan saat sewa menyewa yaitu sebagai berikut:

- a. Menjelaskan mengenai biaya sewa yang dikeluarkan oleh penyewa yang dihitung berdasarkan jumlah kamar yang disewa. Harga ditetapkan berdasarkan kondisi kamar yang ditawarkan oleh pemilik kos yang berada di kawasan Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.
  - b. Jangka waktu yang ditetapkan pemilik kos  
Pemilik kos menjelaskan mengenai waktu yang dibutuhkan untuk menyewa kosan. Jika waktu yang dibutuhkan lebih lama maka biaya yang dikeluarkan juga lebih besar. Penyewa dan pemilik sudah menyepakati biaya disertai jangka waktu yang telah ditetapkan. Selain itu biaya lain juga dijelaskan pemilik misalnya biaya listrik dan air yang digunakan penyewa selama masa sewanya berlangsung. Untuk pembayaran kos biasanya sebulan atau setahun tergantung pemilik sewa menawarkan. Biasanya dibayar dengan jangka waktu satu tahun.
2. Fasilitas
- Fasilitas yang diberikan oleh pemilik kos yang berada di lingkungan Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu sudah sesuai dengan etika bisnis Islam karena fasilitas yang diberikan sudah lengkap yang dapat dimanfaatkan penyewa dalam menjalankan aktivitasnya. Terbukti fasilitas yang diberikan berupa ruang tamu, lemari, tempat tidur, bak mandi dan lainnya.
3. Peraturan
- Terdapat beberapa peraturan yang diterapkan oleh seluruh kosan yang berada di lingkungan Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu yaitu sebagai berikut:
- a. Tidak boleh menerima tamu yang bukan muhrim
  - b. Selalu mengutamakan kebersihan lingkungan
  - c. Selalu menghemat baik listrik maupun air
  - d. Menerima tamu harus dibawah jam 10 malam
  - e. Selalu menjaga fasilitas yang telah disediakan oleh pemilik kos agar terjaga dengan rapi.
- Peraturan yang ada pada kamar kost yang ada di lingkungan Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu belum sesuai dengan syariat Islam karena masih banyak penyewa yang melanggar peraturan yang telah dibuat oleh pemilik kamar kost yang ada di lingkungan Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu. Berdasarkan peraturan yang telah dibuat maka para penyewa belum sepenuhnya mematuhi peraturan yang telah dibuat.

## PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan bahwa manajemen kosan yang berada di kawasan Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu sudah melaksanakan fungsi *organizing* yaitu telah memberikan fasilitas yang penting misalnya kamar tidur, kamar mandi umum, kamar mandi dalam kamar, dapur umum, tempat cuci piring, tempat jemur pakaian, ruang tamu, tempat parkir, karpet, ranjang. Untuk fasilitas tambahan yaitu berupa *wifi*. Untuk fungsi *actuating* sudah dilaksanakan oleh pemilik kos yaitu menjelaskan mengenai biaya yang wajib dibayar penyewa yang telah dijelaskan oleh pemilik kepada penyewa biaya kamar kos perbulan dengan fasilitas yang disediakan. Bagi penyewa yang melakukan

keterlambatan bayar akan diberikan keringanan. Untuk fungsi *controlling* tidak dijalankan dengan benar karena masih banyak yang melakukan pelanggaran peraturan yang sudah ditetapkan. Menurut pandangan ekonomi islam bahwa setiap prinsip yang dilakukan pihak pemilik sewa telah menjelaskan mengenai biaya dan peraturan yang harus dipatuhi agar calon penyewa mengetahui dengan jelas kosan yang ingin ditempati.

Bagi pemilik bisnis kos harus menggunakan bahan bangunan yang memiliki kualitas yang bagus agar kondisi bangunan tetap awet bisa digunakan dalam jangka waktu yang panjang. Bagi pemilik bisnis kos harus melakukan proses transaksi sesuai dengan syariat islam. Bagi penghuni kos untuk terus mematuhi peraturan yang telah dibuat pemilik. karena aturan tersebut dibuat bertujuan untuk memeberikan kenyamanan bagi penghuni kos. Oleh sebab itu, perlu adanya pengontrolan bagi penyewa karena aturan yang dilanggara akan memberikan dampak negatif bagi penyewa itu sendiri. Cara mengontrol misalnya pemilik kosan harus menggunakan cara seperti memantau penghuni kos setiap malam, melakukan pengecekan secara rutin, mengawasi, melihat dan berkeliling di perkarangan kos setiap malam. Apabila cara ini dilakukan, maka dapat mengurangi pelanggaran.

## DAFTAR RUJUKAN

- Achmad Nizar Assholikin. (2020). Perancangan Manajemen Pengelolaan Rumah Kos Berbasis Web. *Jurnal Teknologi Informatika Dan Komputer*, Vol.6 No.1, 23.
- Andriawan, D. R. dan F. O. (2016). Aplikasi Sistem Informasi Pencarian Tempat Kos Dikota Bandung Berbasis Android. *Jurnal Computech & Bisnis.*, Edisi 10 N, 50.
- Asnaw, N. (2017). *Pemasaran Syariah*. Rajawali Pers.
- Aziz, A. (2013). *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Alfabeta.
- Fauzia, I. Y. (2014). *Prinsip Dasar Ekonomi Islam*. Kencana.
- Finthariasari, M. (2015). The Effect Transformational Leadership, Financial Incentives, Power Of Leadership, and Empowerment Climate On Intrinsic Motivation. *Proceeding: Transforming Business in Emerging Markets 4 Th AIMI International Conference*, 1, 978–602.
- Finthariasari, M. (2019). *Variable Employee Engagement, Organizational Commitment, Job Embeddedness, OCB, & Turnover Intention In Conventional Banks Employees At Bengkulu City* [Disertasi]. Universitas Bengkulu.
- Finthariasari, M., & Rahmayanti, D. (2015). Peranan Pemimpin Terhadap Disiplin Pegawai Kementerian Agama Provinsi Bengkulu Kelompok Jabatan Fungsional. In *AUB" Surakarta* (Issue November).
- Firdaus, M. (2009). *Manajemen Agribisnis*. Bumi Aksara.
- Hakim, L. (2012). *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*. Erlangga.
- Jerlin, L. O. (2020). *Sistem Pengelolaan Kos-Kosan di Kompleks IAIN Ambon dalam Perspektif Ekonomi Islam*. IAIN Ambon.
- Karim, A. (2014). *Ekonomi Mikro Islam*. Raja Wali Press.
- Moekijat. (1996). *Pengantar Sistem Informasi Manajemen*. Remaja Rosdakarya.
- Orbandi, H., Indriasari, N., & Anggriani, I. (2021). Hubungan Disiplin Kerja Dan

- Kepuasan Kerja Dengan Kinerja Pegawai Pada Dinas Pendidikan Dan Kebudayaan Provinsi Bengkulu. *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi Islam (JAM-EKIS)*, 4(2).
- Poerwadarminta, W. J. S. (2003). *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Balai Pustaka.
- Rivaldi, A. (2021). Sistem Manajemen Penyewaan Kamar Kos Berbasis Web Web-Based Boarding House Rental Management System. *Jurnal Script*.
- Riyadi, I. yunia fauzia dan abdul kadir. (2014). *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maasbid Al-Syari'ah*. Kencana Prenada Media Group.
- Salim, P. S. dan Y. (2002). *Kamus Bahasa Indonesia Kontempore*. Modern English Press.
- Sinn, A. I. A. (2012). *Manajemen Syariah*. PT Raja Grafindo Persada.
- Suma, M. A. (2013). *Tafsir Ayat Ekonomi*. Amzah.
- Tanjung, D. H. dan H. (2005). *Manajemen Syariah Dalam Praktik*. Gema Insani.
- Terry, G. R. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen*.
- Usman, H. (2006). *Manajemen Teori, Praktik, dan Riset Pendidikan*. PT Bumi Aksara.
- Wibowo, R. (2020). *Praktik Bisnis Kamar Kost di Lingkungan IAIN Parepare (Analisis Etika Bisnis Islam)*. IAIN Parepare.
- Wijayanti, I. D. (2008). *Manajemen*. Mitra Cendikia Press.
- yuniarti, R., Irwansyah, R., Hasyim, M. A. N., Riswandi, P., Septania, S., Rochmi, A., Febrianty, F., Wijaya, I. G. B., Handayani, F. S., Bambang, B., Setiorini, A., Finthariasari, M., & Bahrin, K. (2021). Kinerja Karyawan (Tinjauan Teori dan Praktis). In E. Jaelani (Ed.), *Book Chapter* (1st ed., pp. 1–62). Widina Bhakti Persada Bandung.
- Zainarti. (2014). Manajemen islami Perspektif Al-qur'an. *Jurnal Iqra'*, Volume 08.