

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Teori Perilaku Terencana (Theory Planned Behavior)

TPB atau teori perilaku terencana dikembangkan oleh Ajzen (1991) yang merupakan pengembangan teori tindakan beralasan (*Theory of Reasoned Action: TRA*). TPB menunjukkan bahwa di samping pengaruh sikap dan norma subjektif yang diidentifikasi oleh TRA, elemen ketiga kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavioral control*) juga mempengaruhi niat perilaku, dan dengan demikian TPB menambahkan kontrol perilaku yang dirasakan sebagai prediktor ketiga dari niat.¹⁴

Teori perilaku direncanakan ini dikembangkan dari teori tindakan beralasan dengan memasukkan tambahan yaitu membangun perilaku kontrol yang dirasakan. Teori perilaku direncanakan telah digunakan secara ekstensif untuk memprediksi dan menjelaskan keinginan berperilaku dan perilaku aktual dalam teori perilaku direncanakan dapat digunakan untuk memprediksi apakah seseorang akan melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku. Teori perilaku direncanakan ini menggunakan tiga konstruk sebagai anteseden dari intensi, yaitu sikap kita erhadap perilaku tersebut, norma subjektif, dan perasaan kita mengenai kemampuan mengontrol segala sesuatu yang mempengaruhi apabila hendak melakukan perilaku tersebut.¹⁵

¹⁴ Nur Ulvia, "ANALISIS AKTIVITAS MASYARAKAT MUSLIM DALAM PEMBELIAN ONLINE MENGGUNAKAN THEORY OF PLANNED BEHAVIOR," 2015.

¹⁵ Dr . Mahyarni, "THEORY OF REASONED ACTION DAN THEORY OF PLANNED BEHAVIOR (Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku)."

B. Pembiayaan Syariah

1. Pengertian pembiayaan syariah

Pembiayaan atau financing ialah pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga. Dengan kata lain, pembiayaan adalah pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan. Menurut Undang-undang perbankan No. 10 Tahun 1998, pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dan pihak lain yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil. Didalam perbankan syariah, pembiayaan yang diberikan kepada pihak pengguna dana berdasarkan pada prinsip syariah. Aturan yang digunakan yaitu sesuai dengan hukum Islam. Istilah pembiayaan pada intinya berarti *I believe, I Trust*, saya percaya, saya menaruh kepercayaan. Perkataan pembiayaan yang berarti (*Trust*) berarti Lembaga pembiayaan selaku shahibul maal menaruh kepercayaan kepada seseorang untuk melaksanakan amanah yang diberikan. Dana tersebut harus digunakan dengan benar, adil, dan harus disertai dengan ikatan dan syarat-syarat yang jelas dan saling menguntungkan bagi kedua belah pihak.¹⁶

Pembiayaan adalah sumber pendapatan bank syariah yang terbesar, namun sekaligus merupakan sumber risiko operasi bisnis yang terbesar, yaitu timbulnya Pembiayaan bermasalah, karena dengan adanya pembiayaan bermasalah bukan saja menurunkan pendapatan bagi bank syariah tetapi juga akan berdampak pada kesehatan bank syariah dan pada akhirnya akan merugikan nasabah penyimpan.

¹⁶ Mariya Ulpah, "Konsep Dalam Pembiayaan Perbankan Syariah, Vol. 3 No.2 Agustus 2020," *Madani Syari'ah*, 3.2 (2020), 147–60 <file:///C:/Users/Acer/Downloads/208-Article Text-297-1-10-20200831.pdf>.

Oleh karena itu, diperlukan manajemen risiko untuk mengidentifikasi, mengukur, memantau dan mengendalikan risiko yang sesuai dengan kegiatan usaha perbankan syariah. Langkah-langkah tersebut dilakukan dalam rangka memitigasi risiko dengan mempertimbangkan kesesuaian dengan Prinsip Syariah. Sejak diundangkannya Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan ada bentuk alternatif lain disamping bank konvensional yang sudah dikenal masyarakat, yaitu bank yang berdasarkan pada prinsip bagi hasil. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan sama sekali belum menggunakan secara tegas istilah bank syariah. Penyebutannya masih menggunakan istilah ” prinsip bagi hasil”. Belum ada ketentuan yang lebih rinci mengenai bank yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah. Keberadaan perbankan syariah baru mendapatkan landasan yang kuat sejak tanggal 16 Juli 2008 dengan diundangkan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah selanjutnya disebut dengan Undang Undang Perbankan Syariah.

Seperti halnya bank konvensional, bank syariah berfungsi juga sebagai lembaga intermediasi (intermediary institution), yaitu berfungsi menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana-dana tersebut kepada masyarakat yang membutuhkannya dalam bentuk pembiayaan. Pembiayaan adalah merupakan sebagian besar aset dari bank syariah sehingga pembiayaan tersebut harus dijaga kualitasnya, sebagaimana diamanatkan pada Pasal 2 Undang-undang Perbankan Syariah bahwa perbankan syariah dalam melakukan kegiatan usahanya berasaskan prinsip syariah, demokrasi ekonomi dan prinsip kehati-hatian. Pada penjelasan Pasal 2 Undang-Undang Perbankan Syariah yang dimaksud dengan prinsip kehati-hatian adalah pedoman pengelolaan Bank yang wajib dianut guna mewujudkan perbankan yang sehat, kuat dan efisien sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Dari berbagai sumber dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan prinsip kehati-hatian adalah pengendalian risiko melalui penerapan peraturan perundang-undangan dan ketentuan yang berlaku secara konsisten.¹⁷

Adanya prinsip bagi hasil dan kegiatan kerjasama yang dilakukan tersebut diharapkan dapat menjadi jalan alternative bank syariah untuk bisa membantu menggerakakan pertumbuhan perekonomian khususnya pada sector usaha-usaha yang produktif dengan tetap pada jalur syariah islam, selain itu juga diharapkan bisa membantu dalam membuka lapangan-lapangan kerja baru dengan adanya pembiayaan berbasis bagi hasil (mudharabah) ini, sehingga nantinya pembiayaan mudharabah ini bisa menjadi transaksi pembiayaan yang dominan disukai dan digunakan oleh para nasabah pada perbankan syariah, karena jika melihat pada data yang ada pada laporan keuangan dalam website OJK (Otoritas Jasa Keuangan) Indonesia serta pada praktik kenyataannya jumlah pembiayaan mudharabah masihlah sangat sedikit dibandingkan dengan pembiayaan jual-beli (murabahah). Dalam melakukan upaya melakukan sistem kinerja menegnai pembiayaan pastilah suatu perbankan memerlukan cakupan dana yang banyak untuk dihimpunnya yang nanantinya akan diputarkan kepada nasabah melalui berbagai sistem transaksi, salah satunya adalah pembiayaan itu sendiri. karena apabila banyak dana yang terhimpun dalam bank syariah maka banyak pula penyalutran pembiayaan yang nanti dilakukan, namun banyak tidaknya dana yang terhimpun pada bank syariah pastilah ada beebrpa factor yang mendorong terjadinya permasalahan maupun kelancaran perbankan syariah dalam melakukan pembiayaan.

¹⁷ Trisadini Prasastinah Usanti, "Pengelolaan Risiko Pembiayaan Di Bank Syariah," *ADIL: Jurnal Hukum*, 3.2 (2019), 408.

Adapun factor yang dapat memepengaruhi pembiayaan mudharabah dalam pertumbuhannya yaitu ada factor internal (dari dua ruang lingkup perbankan itu sendiri) dan ada factor eksternal (dari lingkungan luar perbankan), sehingga factor tersebut menjadi variabel independent dari penelitian ini, cakupan variabel dari factor internal ada 6 buah yaitu ada DPK, CAR, ROA, NPF, FDR, ROA dan BOPO dan untuk factor eksternalnya ada 2 buah yaitu Bi rate dan Inflasi, sementara untuk variabel dependent yang digunakan disini yaitu PMD (pembiayaan mudharabah).¹⁸

Adapun indikator dari pembiayaan syariah yang dikumpulkan dari beberapa sumber mengenai pembiayaan syariah terhadap UMKM yakni diantara lain

1. Kemudahan mengajukan pembiayaan,
2. Besar Pembiayaan mencukupi kebutuhan
3. Nisbah atau bagi hasil tidak memberatkan
4. Angsuran & bagi hasil disesuaikan pendapatan
5. Jangka waktu pelunasan

2. Jenis jenis pembiayaan syariah

Jenis-jenis Produk pembiayaan di perbankan syariah adalah :

1. Pembiayaan Modal Kerja Syariah.

yaitu pembiayaan yang diberikan perusahaan untuk membiayai kebutuhan modal kerja usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah dalam satu siklus usaha.

2. Pembiayaan Investasi Syariah.

¹⁸ Jurnal Ilmiah dan Ekonomi Islam, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pembiayaan Mudharabah Pada Bank Umum Syariah di Indonesia," 7.01 (2021), 164–73.

yaitu penanaman dana dengan maksud untuk memperoleh manfaat atau keuntungan dikemudian hari atau dapat disebut pembiayaan jangka menengah atau jangka panjang untuk pembelian barang-barang modal yang diperlukan dalam usaha.

3. Pembiayaan Konsumtif Syariah

Yaitu Pembiayaan yang diberikan untuk tujuan diluar usaha dan pada umumnya bersifat perorangan.

4. Pembiayaan Sindikasi

Yaitu pembiayaan yang diberikan kepada lebih dari satu lembaga keuangan bank untuk satu objek pembiayaan tertentu. Pembiayaan ini biasanya diperlukan kepada nasabah koperasi karena nilai transaksinya yang sangat besar.

5. Pembiayaan *Take Over*

Yaitu pembiayaan yang timbul akibat take over terhadap transaksi non syariah yang telah berjalan yang dilakukan oleh bank syariah atas permintaan nasabah.

6. Pembiayaan *Letter of Credit*

Yaitu pembiayaan yang diberikan dalam rangka memfasilitasi transaksi import dan eksport nasabah¹⁹

3. Prinsip prinsip pembiayaan syariah

Pemberian pembiayaan konvensional meminjamkan uang kepada yang membutuhkan dan mengambil bagian keuntungan berupa bunga dan provisi dengan cara membungakan uang yang dipinjam tersebut. Prinsip meniadakan transaksi semacam ini dan mengubahnya menjadi pembiayaan dengan tidak meminjamkan sejumlah uang pada customer, tetapi membiayai proyek customer. Dalam hal ini,

¹⁹ Mariya Ulpah, "konsep dalam pembiayaan perbankan syariah," vol 3 no 2 (2020).

bank berfungsi sebagai intermediasi uang tanpa meminjamkan uang dan membungakan uang tersebut. Sebagai gantinya, pembiayaan usaha customer tersebut dapat dilakukan dengan cara membelikan barang yang dibutuhkan customer, lalu bank menjual kembali kepada customer, atau dapat pula dengan cara mengikutsertakan modal dalam usaha customer.²⁰

Lazimnya dalam bisnis prinsip pembiayaan ada tiga skim dalam melakukan akad pada bank syariah yaitu:

1. Prinsip bagi hasil

Fasilitas pembiayaan yang disediakan di sini berupa uang tunai atau barang yang dinilai dengan uang. Jika dilihat dari sisi jumlah, dapat menyediakan sampai 100% dari modal yang diperlukan, ataupun dapat pula hanya sebagian saja berupa patungan antar bank dengan pengusaha (customer). Jika dilihat dari sisi bagi hasilnya, ada dua jenis bagi hasil (tergantung kesepakatan), yaitu *revenue sharing* atau *profit sharing*. Adapun dalam hal presentase bagi hasilnya dikenal dengan nisbah, yang dapat disepakati dengan customer yang mendapat fasilitas pembiayaan pada saat akad pembiayaan. Prinsip bagi hasil ini terdapat dalam produk-produk:

- a. Mudharabah, yaitu akad kerja sama usaha antara dua pihak di mana pihak pertama (*sabib al-mal*) menyediakan seluruh (100%) modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola. Keuntungan usaha secara mudharabah dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak, sedangkan apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian itu bukan akibat kelalaian pengelola. Seandainya kerugian itu diakibatkan karena kecurangan atau

²⁰ Erlindawati, *PRINSIP MANAJEMEN PEMBIAYAAN SYARIAH Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Syariah Bengkalis*

kelalaian pengelola, maka pengelola harus bertanggung jawab atas kerugian tersebut.

- b. Musyarakah, yaitu akad kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu di mana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana (atau amal/*expertise*) dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan risiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.
- c. Muzara'ah, yaitu akad kerja sama atau percampuran pengolahan pertanian antara pemilik lahan dengan penggarap dengan sistem bagi hasil atas dasar hasil panen.¹⁸ Adapun jenis-jenis muzara'ah adalah: (a) muzara'ah, yaitu kerja sama pengolahan lahan di mana benih berasal dari pemilik lahan; (b) mukhabarah, yaitu kerja sama pengolahan lahan di mana benih berasal dari penggarap.

2. Prinsip jual beli

Prinsip ini terdapat dalam produk:

- a. *Bai' al-murabahah*, yaitu akad jual beli barang tertentu. Dalam transaksi jual beli tersebut, penjual menyebutkan dengan jelas barang yang diperjualbelikan, termasuk harga pembelian dan keuntungan yang diambil.
- b. *Bai' al-muqayyadah*, yaitu jual beli di mana pertukaran terjadi antara barang dengan barang (barter). Aplikasi jual beli semacam ini dapat dilakukan sebagai jalan keluar bagi transaksi ekspor yang tidak dapat menghasilkan valuta asing (devisa).
- c. *Bai' al-mutlaqad*, yaitu pertukaran antara barang atau jasa dengan uang. Uang berperan sebagai alat tukar. Jual beli semacam ini menjiwai semua produk lembaga keuangan yang didasarkan atas prinsip jual beli.
- d. *Bai' as-salam*. yaitu akad jual beli di mana pembeli membayar uang (sebesar harga) atas barang yang telah disebutkan spesifikasinya, sedangkan barang

yang diperjualbelikan itu akan diserahkan kemudian, yaitu pada tanggal yang disepakati.

- e. *Bai' al-istisna*, yaitu kontrak jual beli di mana harga atas barang tersebut dibayar lebih dulu, tetapi dapat diangsur sesuai dengan jadwal dan syarat-syarat yang disepakati²¹

3. Prinsip sewa

Akad sewa menyewa dilaksanakan dalam perbankan syariah, prinsip ini terdiri atas 2 jenis akad yaitu:

- a. Akad ijarah, yaitu akad pemindahan hak guna atas barang atau jasa melalui pembayaran upah sewa tanpa diikuti dengan perpindahan kepemilikan (*ownership/milkiyah*)
- b. Akad ijarah muntahiyah bi at-tamlik, yaitu sejenis perpaduan antara kontrak jual beli dan sewa atau lebih tepatnya akad sewa yang diakhiri dengan kepemilikan barang ditangan penyewa. Sifat kepemilikan ini pula yang menandakan dengan ijarah biasa²²

4. Fungsi pembiayaan

Pembiayaan mempunyai peranan yang sangat penting dalam perekonomian. Secara garis besar fungsi pembiayaan didalam perekonomian, perdagangan dan keuangan dapat dikemukakan sebagai berikut:

1. Pembiayaan dapat meningkatkan utility (daya guna) dari modal

Para penabung menyimpan uangnya di lembaga keuangan. Uang tersebut tentu akan ditingkatkan kegunaannya oleh lembaga keuangan dengan memberikan

²¹ Rahmat Ilyas, "konsep pembiayaan syariah dalam perbankan syariah," *jurnal penelitian*, vol.9 n0.1 (2015).

²² Gama Pratama, "konsep dasar pembiayaan syariah," *teori dan praktik manajemen bank syariah indonesia*, vol 212 (2021).

pembiayaan kepada para pengusaha untuk memperluas/memperbesar usahanya, baik untuk peningkatan produksi, perdagangan, untuk usaha-usaha rehabilitasi, ataupun usaha peningkatan produktivitas secara menyeluruh. Dengan demikian, dana yang diperoleh para penabung tidak akan idle (diam) dan disalurkan untuk usaha-usaha yang bermanfaat, baik bagi pengusaha maupun masyarakat.

2. Pembiayaan dapat meningkatkan utility (daya guna) dari suatu barang

Produsen dengan bantuan pembiayaan dapat memproduksi bahan jadi sehingga utility dari bahan tersebut meningkat, misalnya dari kelapa menjadi kopra dan selanjutnya menjadi minyak kelapa/minyak goreng. Produsen juga dengan pembiayaan dapat mindahkan barang dari satu tempat yang kegunaannya kurang ketempat yang lebih bermanfaat agar dapat meningkatkan kegunaan dari barang tersebut. Pemindahan barang-barang tersebut tidaklah dapat diatasi oleh keuangan pada distributor saja dan oleh karena itu mereka memerlukan bantuan permodalan berupa pembiayaan

3. Pembiayaan meningkatkan peredaran dan lalu lintas uang

Pembiayaan yang disalurkan melalui rekening-rekening koran, pengusaha menciptakan pertambahan peredaran uang giral dan sejenisnya. Peredaran uang kartal maupun giral akan lebih berkembang oleh karena pembiayaan menciptakan kegairahan berusaha penggunaan uang akan bertambah baik secara kualitatif, apalagi secara kuantitatif.

4. Pembiayaan menimbulkan gairah usaha masyarakat

Manusia adalah makhluk yang selalu melakukan kegiatan ekonomi, yaitu selalu berusaha memenuhi kebutuhannya. Kegiatan usaha sesuai dengan dinamikanya akan selalu meningkat. Akan tetapi, peningkatan usaha tidaklah selalu diimbangi dengan peningkatan kemampuan keuangan. Manusia selalu berusaha dengan

segala cara untuk memehuni kekurangannya yang berhubungan dengan manusia lain yang mempunyai kemampuan. Karena itu pulalah, pengusaha akan selalu berhubungan dengan bank untuk memperoleh bantuan permodalan guna peningkatan usahanya. Bantuan pembiayaan yang diterima pengusaha dari bank ini kemudian yang untuk memperbesar volume usaha dan produktivitasnya.

5. Pembiayaan sebagai alat stabilitas ekonomi

Untuk menekan arus inflasi dan terlebih-lebih lagi untuk usaha, pembangunan ekonomi, maka pembiayaan bank memegang peranan yang penting. Arah pembiayaan harus berpedoman pada segi-segi pembatasan kualitatif, yaitu pengarahan ke sektor-sektor produktif dan sektor prioritas yang secara langsung berpengaruh terhadap hajat hidup orang banyak seperti pertanian, perkebunan, peternakan dan lainnya. Dengan kata lain, setiap pembiayaan harus benar-benar diarahkan untuk menambah flow of goods serta memperlancar distribusi barang-barang tersebut agar merata keseluruh lapisan masyarakat. Pembiayaan disalurkan secara selektif untuk menutup kemungkinan usaha-usaha yang bersifat spekulatif.

6. Pembiayaan sebagai jembatan untuk meningkatkan pendapatan nasional

Pengusaha yang memperoleh pembiayaan tentu saja berusaha untuk meningkatkan usahanya. Peningkatan usaha berarti peningkatan profit. Bila keuntungan ini secara kumulatif dikembangkan lagi dalam arti kata dikembangkan kedalam struktur permodalan, maka peningkatan akan berlangsung terus-menerus. Dengan pendapatan yang terus meningkat berarti pajak perusahaan pun akan terus bertambah. Dilain pihak, pembiayaan yang disalurkan untuk merangsang pertumbuhan kegiatan ekspor akan menghasilkan pertumbuhan devisa bagi negara. Disamping itu, dengan semakin efektifnya kegiatan

swasembada kebutuhan pokok, berarti akan terhemat devisa keuangan negara, akan dapat diarahkan pada usaha-usaha kesejahteraan ataupun kesektor yang lebih berguna. Apabila rata-rata pengusaha, pemilik tanah, pemilik modal, dan buruh/karyawan mengalami peningkatan pendapatan, maka pendapatan negara via pajak akan bertambah, penghasilan devisa bertambah dan penggunaan devisa untuk urusan konsumsi berkurang sehingga langsung atau tidak, melalui pembiayaan, pendapatan nasional akan bertambah.

7. Pembiayaan sebagai alat hubungan ekonomi internasional

Lembaga pembiayaan tidak saja bergerak di dalam negeri, tetapi juga di luar negeri. Negara-negara kaya atau yang kuat ekonominya, demi persahabatan antar negara, banyak memberikan bantuan kepada negara-negara berkembang atau sedang membangun. Bantuan-bantuan tersebut tercermin dalam bentuk bantuan pembiayaan dengan syarat-syarat ringan yaitu bagi hasil/bunga yang relatif murah dan jangka waktu penggunaan yang panjang. Melalui pembiayaan antar negara maka hubungan antar negara pemberi dan penerima pembiayaan akan bertambah erat, terutama yang menyangkut hubungan perekonomian dan perdagangan. Dengan demikian, jelas bahwa besarnya fungsi dalam dunia perekonomian, tidak saja didalam negeri tapi juga menyangkut hubungan antara negara sehingga melalui pembiayaan hubungan ekonomi internasional dapat dilakukan dengan lebih terarah. Lalu lintas pembayaran internasional pada dasarnya berjalan lancar bila disertai kegiatan pembiayaan yang sifatnya internasional²³.

²³ Erlindawati, *PRINSIP MANAJEMEN PEMBIAYAAN SYARIAH Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Syariah Bengkulu*

C. *Marketing Strategy*

1. *Pengertian marketing strategy*

Strategi pemasaran adalah pengambilan keputusan-keputusan tentang biaya pemasaran, bauran pemasaran, alokasi pemasaran, dalam hubungan dengan keadaan lingkungan yang diharapkan dan kondisi persaingan. Dalam strategi pemasaran, ada tiga faktor utama yang menyebabkan perubahan strategi dalam pemasaran yaitu:

1. Daur hidup produk.
2. Posisi persaingan perusahaan di pasar.
3. Situasi ekonomi.²⁴

strategi pemasaran adalah upaya memasarkan suatu produk, baik itu barang atau jasa, dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi.

Indikator dalam pelaksanaa dari marketyng strategi diantaranya

1. Lokasi usaha yang strategis
2. Produk yang berinovasi
3. Melakukan promosi terhadap nasabah
4. Harga disesuaikan dengan kebutuhan konsumen

strategi pemasaran juga dapat diartikan sebagai rangkaian upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka mencapai tujuan tertentu, karena potensi untuk menjual proposisi terbatas pada jumlah orang yang mengetahui hal tersebut. Strategi Pemasaran punya peranan penting dalam sebuah perusahaan atau bisnis karena berfungsi untuk menentukan nilai ekonomi perusahaan, baik itu harga barang maupun jasa. Ada tiga faktor penentu nilai harga barang dan jasa, yaitu:

²⁴ Nur Fadilah, "Pengertian , Konsep , dan Strategi Pemasaran Syari ' ah," 1.2 (2020).

1. Produksi
2. Pemasaran
3. Konsumsi²⁵

2. Konsep *marketing strategy*

Adapun konsep konsep pemasaran diantaranya sebagai berikut:

1. Situasi ekonomi.

Pelaksanaan strategi ini di bagi kedalam:

1. Strategi Produk

Dalam strategi produk yang perlu diingat adalah yang berkaitan dengan produk yang utuh, mulai dari nama produk, isi atau pembungkus. Karena strategi produk berkaitan dengan produk secara keseluruhan, sebelum kita membicarakan lebih jauh, kita harus mengenal produk. Dalam artian sederhana produk dikatakan sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, digunakan, atau dikonsumsi sehingga dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan. Dengan demikian dalam menawarkan produk yang ditawarkan itu harus beda, label, tanggal dan tahun pembuatan, tanggal dan tahun kadaluarsanya, nama produk, bahan-bahan pembuatan, bungkusnya harus masih bagus serta bahan-bahannya tidak mengandung dari bahan yang berbahaya atau sesuatu yang dilarang atau tidak boleh digunakan. Dengan begitu konsumen atau pembeli itu tahu yang ada didalam produk itu.

²⁵ Rizki Syahputra, Sumatera Utara, dan A Pendahuluan, "Strategi pemasaran dalam alquran tentang promosi penjualan," 83–88.

2. Strategi Harga

Harga merupakan sejumlah nilai (didalam mata uang) yang harus dibayar konsumen untuk membeli atau menikmati barang atau jasa yang ditawarkan. Penentuan harga merupakan sangat penting untuk diperhatikan mengingat harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya produk yang ditawarkan. Adapun tujuan penentuan harga oleh suatu perusahaan secara umum adalah sebagai berikut:

a. Untuk bertahan hidup

Tujuannya adalah agar produk atau jasa yang ditawarkan laku di pasaran dengan harga yang murah, tetapi masih dalam kondisi yang menguntungkan.

b. Untuk memaksimalkan laba

Penentuan harga bertujuan agar penjualan meningkat sehingga laba menjadi maksimal. Penentuan harga biasanya dapat dilakukan dengan harga murah.

c. Untuk memperbesar market share

Artinya adalah untuk memperluas jumlah tingkat konsumen.

d. Mutu produk

Tujuan mutu produk adalah untuk memberikan kesan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan memiliki kualitas yang tinggi dari kualitas pesaing.

e. Karena pesaing

Bertujuan agar harga yang ditawarkan lebih kompetitif dibandingkan harga yang ditawarkan pesaing. Artinya dapat melebihi pesaing untuk produk tertentu.

Dalam industri perbankan syariah tidak menganggap pesaing sebagai pihak yang harus dikalahkan atau bahkan dimaikan. Tetapi konsepnya adalah agar setiap perusahaan mampu memacu dirinya untuk menjadi lebih baik tanpa harus menjatuhkan pesaingnya. Pesaing merupakan mitra kita dalam turut meyukseskan alikasi eknomi syariah di lapangan, dan bukan sebagai lawan yang harus dimatikan.

3. Strategi Tempat dan Distribusi

Distribusi adalah cara perusahaan menyalurkan barangnya. Mulai dari perusahaan sampai ke tangan konsumen akhir. Strategi distribusi penting dalam upaya perusahaan melayani konsumen tepat waktu dan tepat sasaran, Fungsi saluran distribusi adalah sebagai berikut:

- a. Fungsi transaksi.
- b. Fungsi logistik.
- c. Fungsi fasilitas.

Faktor yang mempengaruhi strategi distribusi tersebut adalah:

- a. Pertimbangan pembeli.
- b. Karakteristik produk.
- c. Faktor produsen atau pertimbangan pengawasan dan keuangan

4. Strategi Promosi

Promosi adalah suatu teknik komunikasi yang dirancang untuk mendistribusi konsumen. Perusahaan menggunakan metode promosi untuk menyampaikan empat hal kepada calon konsumen yaitu membuat mereka sadar terhadap keberadaan suatu produk, membuat mereka mengenal lebih jauh, membujuk mereka untuk menyukai produk, dan akhirnya membujuk

mereka untuk membeli produk. Tujuan dari kegiatan promosi adalah untuk meningkatkan penjualan.²⁶

3. Faktor faktor yang mempengaruhi strategi pemasaran

Adapun faktor-faktor yang dapat mempengaruhi strategi pemasaran pada suatu perusahaan adalah :

1. Lingkungan mikro

Lingkungan mikro terdiri dari para pelaku dalam lingkungan yang langsung berkaitan dengan yang mempengaruhi kemampuannya untuk melayani pasar, yaitu:

1. Pemasok(supplier)

Para pemasok adalah perusahaan-perusahaan dan individu yang menyediakan sumber daya yang dibutuhkan oleh perusahaan dan para pesaing untuk memproduksi barang dan jasa tertentu.

2. Para perantara pemasaran

Para perantara pemasaran adalah perusahaan-perusahaan yang membantu perusahaan dalam promosi, penjualan dan distribusi barang/jasa kepada para konsumen akhir.

3. Para pelanggan

Yaitu pasar sasaran suatu perusahaan yang menjadi konsumen atas barang atau jasa yang ditawarkan perusahaan apakah individu-individu, lembaga-lembaga, organisasi-organisasi, dan sebagainya.

²⁶ Fadilah. *Pengertian, Konsep, dan Strategi Pemasaran Syari'ah Nur Volume 1, Number 2, Juni 2020*
e-ISSN: 2721-7078 <https://ejournal.iaifa.ac.id/index.php/salimiya>

4. Para pesaing

Dalam usahanya melayani kelompok pasar pelanggan, perusahaan tidaklah sendiri.

5. Masyarakat umum

Sebuah perusahaan juga harus memperhatikan sejumlah besar lapisan masyarakat yang tentu saja besar atau kecil menaruh perhatian terhadap kegiatan-kegiatan perusahaan, apakah mereka menerima atau menolak metode-metode dari perusahaan dalam menjalankan usahanya, karena kegiatan perusahaan pasti mempengaruhi minat kelompok lain, kelompok-kelompok inilah yang menjadi masyarakat umum.

2. Lingkungan makro

Lingkungan makro terdiri dari kekuatan-kekuatan yang bersifat kemasyarakatan yang lebih besar dan mempengaruhi semua pelaku dalam lingkungan mikro dalam perusahaan, yaitu:

1. Lingkungan Demografis/Kependudukan

Lingkungan demografis/kependudukan menunjukkan keadaan dan permasalahan mengenai penduduk.

2. Lingkungan ekonomi

Lingkungan ekonomi menunjukkan sistem ekonomi yang diterapkan, kebijakan-kebijakan pemerintah yang berkenaan dengan ekonomi, penurunan dalam pertumbuhan pendapatan nyata.

3. Lingkungan fisik

Lingkungan fisik menunjukkan kelangkaan bahan mentah tertentu yang dibutuhkan oleh perusahaan, peningkatan biaya energi, peningkatan angka

pencemaran, dan peningkatan angka campur tangan pemerintah dalam pengelolaan dan penggunaan sumber-sumber daya alam.

4. Lingkungan teknologi

Lingkungan teknologi menunjukkan peningkatan kecepatan pertumbuhan teknologi, kesempatan pembaharuan yang tak terbatas, biaya penelitian dan pengembangan, yang tinggi, perhatian yang lebih besar tertuju kepada penyempurnaan bagian kecil produk daripada penemuan yang besar, dan semakin banyaknya peraturan yang berkenaan dengan perubahan teknologi.

5. Lingkungan sosial/budaya

Lingkungan ini menunjukkan keadaan suatu kelompok masyarakat mengenai aturan kehidupan, norma-norma dan nilai-nilai yang berlaku dalam masyarakat, pandangan masyarakat dan lain sebagainya yang merumuskan hubungan antar sesama dengan masyarakat lainnya serta lingkungan sekitarnya.²⁷

D. Etika Bisnis

1. Pengertian etika bisnis

Etika adalah komponen pendukung para pelaku bisnis terutama dalam hal kepribadian, tindakan dan perilakunya. Etika disebut juga sebagai rambu-rambu dalam suatu kelompok masyarakat akan dapat membimbing dan mengingatkan anggotanya kepada suatu tindakan yang terpuji (good conduct) yang harus dipatuhi dan dijalankan. Adapun bisnis merupakan suatu aktivitas yang dilaksanakan oleh

²⁷ *Arlina Nurbaity Lubis dan A STRATEGI PEMASARAN DALAM PERSAINGAN BISNIS*, "Digitized by USU digital library 1," 2004, 1–14.

seseorang atau kelompok orang untuk menyediakan barang dan jasa dengan tujuan memperoleh keuntungan. Orang yang berusaha menggunakan waktunya dengan menanggung risiko dalam menjalankan kegiatan bisnis biasa disebut entrepreneur.

Menurut Muhammad Saifullah etika bisnis adalah seperangkat prinsip-prinsip etika yang membedakan yang baik dan yang buruk, harus, benar, salah, dan sebagainya dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan seseorang untuk mengaplikasikannya atas apa saja dalam dunia bisnis. Dalam arti lain, etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma yang mana para pelaku bisnis harus menjunjungnya dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai tujuan-tujuan bisnis dengan selamat.²⁸

Salah satu kajian penting dalam Islam adalah persoalan etika bisnis. Pengertian etika adalah *a code or set of principles which people live* (kaidah atau seperangkat prinsip yang mengatur hidup manusia). Etika adalah bagian dari filsafat yang membahas secara rasional dan kritis tentang nilai, norma, atau moralitas. Dengan demikian, moral berbeda dengan etika. Norma adalah suatu pranata dan nilai mengenai baik dan buruk, sedangkan etika adalah refleksi kritis dan penjelasan rasional mengapa sesuatu itu baik dan buruk. Menipu orang lain adalah buruk. Ini berada pada tataran moral, sedangkan kajian kritis dan rasional mengapa menipu itu buruk apa alasan pikirannya merupakan lapangan etika. Salah satu kajian etika yang amat populer memasuki abad 21 di mellinium ketiga ini adalah etika bisnis.²⁹

Dalam etika bisnis terdapat beberapa indikator yang dipakai dalam pelaksanaan etika bisnis diantaranya :

1. Tauhid yang memadukan keseluruhan aspek aspek kehidupan muslim

²⁸ Kurniasih Setyagustina, M. Joni, Winahyu Dwi Suhitasari, Fenty Dwijayanti Edwar, Iyud, Rano Karno, Abdul Roni, Rina Nurarifah, Abdul Kholik, Ardi Wiranata, Tuti Hardianti. PASAR MODAL SYARIAH maret 2022 hal 11.

²⁹ Aris Baidowi, "ETIKA BISNIS PERSPEKTIF ISLAM," 9 (2011), 239–50.

2. Keadilan islam sangat mengajurkan untuk berbuat adil dalam berbisnis dan melarang berbuat curang atau berlaku zhalim
3. Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis
4. Bertanggung jawab
5. Berbuat kejujuran disetiap berbisnis

Etika berperan sebagai prinsip moral yang mampu membedakan mana yang benar dan mana yang salah sedangkan, bisnis merupakan serangkaian peristiwa yang melibatkan pelaku bisnis. Dengan demikian etika bisnis mempelajari tentang mana yang baik/buruk, benar/salah dalam dunia perbisnisan dengan berdasarkan prinsip moralitas. Etika bisnis merupakan pemikiran yang mengenai moralitas dalam ekonomi dan bisnis. Menurut Sudarsono, etika Islam adalah ajaran etika berdasarkan ajaran agama Islam yang terkandung dalam Al-Qur'an dan Sunnah Nabi Muhammad SAW, dengan nilai-nilai luhur, sifat terpuji dan kebaikan mutlak. dan Sunnah Nabi Muhammad SAW. Dengan demikian, etika bisnis Islam merupakan akhlak dalam melaksanakan atau menjalankan suatu bisnis dengan berdasarkan nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksakan bisnisnya tidak ada kekhawatiran yang timbul, karena telah dipastikan sebagai sesuatu yang baik dan benar.³⁰

2. Prinsip prinsip etika bisnis islam

Etika bisnis Islam merupakan etika bisnis yang mengedepankan nilai-nilai al Qur'an. Oleh karena itu, beberapa nilai dasar dalam etika bisnis Islam yang disarikan dari inti ajaran Islam itu sendiri adalah, antara lain:

³⁰ Nur Manna Silviyah, "Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan UMKM," 10.1 (2022), 96–112.

1. Kesatuan (tauhid/unity)

Dalam hal ini adalah kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial menjadi keseluruhan yang homogen, serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh. Dari konsep ini maka islam m enawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini pula maka etika dan bisnis menjadi terpadu, vertikal maupun horisontal, membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam sistem Islam.

2. Keseimbangan (Equilibrium/Adil)

Islam sangat mengajurkan untuk berbuat adil dalam berbisnis, dan melarang berbuat curang atau berlaku dzalim. Rasulullah diutus Allah untuk membangun keadilan. Kecelakaan besar bagi orang yang berbuat curang, yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain meminta untuk dipenuhi, sementara kalau menakar atau menimbang untuk orang selalu dikurangi. Kecurangan dalam berbisnis pertanda kehancuran bisnis tersebut, karena kunci keberhasilan bisnis adalah kepercayaan. Al-Qur'an memerintahkan kepada kaum muslimin untuk menimbang dan mengukur dengan cara yang benar dan jangan sampai melakukan kecurangan dalam bentuk pengurangan takaran dan timbangan. Adapun bunyi surah Q.S. al-Isra':35 yang menjelaskan tentang dilarang melakukan kecurangan bisnis ,yang berbunyi :

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ۚ ذَٰلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا

Artinya :Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya (Q.S. al-Isra':35).

yang memiliki tafsir dari kemenag sebagai berikut :

Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, jangan mengurangi takaran untuk orang atau melebihkannya untuk dirimu, dan timbanglah dengan timbangan yang benar sesuai dengan ukuran yang ditetapkan. Itulah yang lebih utama bagimu, karena dengan demikian orang akan percaya kepadamu dan tenteram dalam bermuamalah denganmu dan lebih baik akibatnya bagi kehidupan manusia pada umumnya didunia dan bagi kehidupanmu di akhirat kelak. Dan janganlah kamu mengikuti apa yang kamu tidak mempunyai pengetahuan tentangnya. Jangan mengatakan sesuatu yang engkau tidakketahui, jangan mengaku melihat apa yang tidak engkau lihat, janganpula mengaku mendengar apa yang tidak engkau dengar, atau mengalami apa yang tidak engkau alami. Sesungguhnya pendengaran, penglihatan dan hati, adalah amanah dari Tuhanmu, semuanya itu akan dimintapertanggungjawabnya, apakah pemiliknya menggunakan untuk kebaikan atau keburukan?

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil,tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam Surat Al-Maidah : 8

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ ۚ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَا ءِ أَنْ قَوْمٍ عَلَىٰ ءَلَا تَعْدِلُوا

أَعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya: Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu

untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.

yang memiliki tafsir dari kemenag sebagai berikut :

Ayat ini memerintahkan kepada orang mukmin agar melaksanakan amal dan pekerjaan mereka dengan cermat, jujur dan ikhlas karena Allah, baik pekerjaan yang bertalian dengan urusan agama maupun pekerjaan yang bertalian dengan urusan kehidupan duniawi. Karena hanya dengan demikianlah mereka bisa sukses dan memperoleh hasil atau balasan yang mereka harapkan. Dalam persaksian, mereka harus adil menerangkan apa yang sebenarnya, tanpa memandang siapa orangnya, sekalipun akan menguntungkan lawan dan merugikan sahabat dan kerabat. Ayat ini senafas dan seirama dengan Surah an-Nisa/4:135 yaitu sama-sama menerangkan tentang seseorang yang berlaku adil dan jujur dalam persaksian. Perbedaannya ialah dalam ayat tersebut diterangkan kewajiban berlaku adil dan jujur dalam persaksian walaupun kesaksian itu akan merugikan diri sendiri, ibu, bapak dan kerabat, sedang dalam ayat ini diterangkan bahwa kebencian terhadap sesuatu kaum tidak boleh mendorong seseorang untuk memberikan persaksian yang tidak adil dan tidak jujur, walaupun terhadap lawan. Selanjutnya secara luas dan menyeluruh, Allah memerintahkan kepada orang-orang yang beriman supaya berlaku adil, karena keadilan dibutuhkan dalam segala hal, untuk mencapai dan memperoleh ketenteraman, kemakmuran dan kebahagiaan dunia dan akhirat. Oleh karena itu, berlaku adil adalah jalan yang terdekat untuk mencapai tujuan bertakwa kepada Allah.

Akhir ayat ini menyatakan janji Allah bahwa kepada orang yang beriman yang banyak beramal saleh akan diberikan ampunan dan pahala yang besar. Janji Allah pasti ditepati-Nya sebagaimana tersebut dalam firman-Nya:

"Sesungguhnya Allah tidak menyalahi janji." (Ali 'Imran/3:9).

Amal saleh ialah setiap pekerjaan yang baik, bermanfaat dan patut dikerjakan, baik pekerjaan ubudiyah seperti salat dan lain-lain, maupun pekerjaan seperti menolong fakir miskin, menyantuni anak yatim, dan perbuatan sosial lainnya.

3. Kehendak bebas (*free will*)

Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar. Tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya. Kecenderungan manusia untuk terus menerus memenuhi kebutuhan pribadinya yang tak terbatas dikendalikan dengan adanya kewajiban setiap individu terhadap masyarakatnya melalui zakat, infak dan sedekah.

4. Tanggungjawab (Responsibility)

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas. Untuk memenuhi tuntunan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakanya secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas. Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggungjawab atas semua yang dilakukannya.

5. Kebenaran: kebajikan dan kejujuran

Kebebenaran dalam konteks ini selain mengandung makna kebenaran lawan dari kesalahan, mengandung pula dua unsur yaitu kebajikan dan kejujuran. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi) proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan. Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerjasama atau perjanjian dalam bisnis.³¹

E. UMKM

1. Pengertian umkm

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah salah satu usaha yang perkembangannya bisa dibilang memiliki jumlah yang cukup besar. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terbukti tahan terhadap berbagai masalah pada krisis, sehingga kelompok Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang melibatkan banyak kelompok sebagai penguat. Berikut ini adalah klasifikasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah:

1. Livelihood Activities, adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang merupakan usaha membuat kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum biasa disebut sektor informal. Seperti contoh pedagang kaki lima.
2. Micro Enterprise, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang pelaku usahanya memiliki ketrampilan pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.

³¹ Silviyah *KONSEP ETIKA BISNIS ISLAMI* J-MABISYA 1 (1), 43-59, 2020 .

3. Small Dynamic Enterprise, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor dan sudah memiliki jiwa kewirausahaan.
4. Fast Moving Enterprise, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang akan melakukan transformasi menjadi Usaha Besar (UB) dan memiliki jiwa usaha yang baik.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah merupakan tulang punggung perekonomian rakyat. Masyarakat dengan status sosial kelas bawah dan menengah umumnya bila tidak ada pekerjaan di perkantoran, maka salah satu hal yang bisa dilakukan agar mendapat penghasilan yaitu dengan membuka usaha diberbagai bidang.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah bentuk usaha yang bisa terbilang terkecil dalam dunia usaha. UMKM bisa dilakukan oleh perorangan atau bisa berbadan hukum, secara ketentuan UMKM adalah usaha yang sudah berjalan dan memiliki omzet setahun dibawah Rp. 4,8 Milyar. Kompetensi salah satu faktor yang sangat penting dan harus dimiliki oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Kompetensi keterampilan salah satunya harus dimiliki oleh pelaku UMKM, selain harus beradaptasi di era sekarang yaitu digital salah satu menjadi tantangan bisnis bagi pelaku UMKM. UMKM harus berkompetensi yang beda dari pelaku bisnis yang lain dalam perkembangan teknologi jaman digitalisasi.

Adapun indikator dari UMKM yang diantara lain yaitu :

1. Peningkatan usaha dari UMKM
2. Usaha yang makin berkembang
3. Peningkatan omset
4. Perkembangan usaha setiap target

Selanjutnya dibuatkan pengertian UMKM melalui UU No.9 Tahun 1999 dan karena keadaan perkembangan yang semakin dinamis dirubah ke Undang – Undang No.20 Pasal 1 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah maka bida disimpulkan pengertian UMKM sebagai Berikut :

1. Usaha Mikro

Usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam undang – undang ini.

2. Usaha Kecil

Usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.

3. Usaha Menengah

Usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang – Undang ini.³²

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya telah mengkaji topik berikut:

³² Nur Rahmi Oktavia, Uswatun Khasanah, dan Cris Kuntadi, “Literature Review Analisis Manfaat Insentif Pajak Selama Pandemi Covid-19 Pada Pelaku Umkm Di Wilayah Jaka Setia Galaxy Pada Tahun 2021,” *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1.2 (2022), 459–72 <<https://doi.org/10.38035/jim.v1i2.55>>.

Penelitian yang dilakukan oleh Mohammad Ghozali, Muhammad Ulul Azmi & Wahyu Nugroho risetnya yakni Pertumbuhan perbankan Islam di Asia Tenggara berkembang sangat pesat, data statistik menunjukkan bahwa Asia Tenggara telah menjadi salah satu pusat pengembangan industri keuangan Islam secara global. Dalam sejarah tercatat bahwa Indonesia dan Malaysia sebagai negara di kawasan ini yang menjadi dinamo pengembangan industri perbankan syariah di antara negara-negara anggota ASEAN, kondisi ini mendorong negara-negara Asia Tenggara lainnya untuk berpartisipasi dalam pengembangan industri perbankan Islam.³³

Penelitian yang dilakukan oleh Ade Irvi Nurul Husna dan Arman Paramansyah yang menyatakan Industri Bank Syariah di Indonesia menunjukkan peningkatan pada pertumbuhannya meskipun mengalami perlambatan Sejumlah indikator fisik dapat menunjukkan adanya pertumbuhan industri perbankan syariah baik pada Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan juga Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Indikator tersebut diantaranya dengan merujuk total aset, pembiayaan yang disalurkan (PYD), dan dana pihak ketiga (DPK). Selain itu juga terdapat beragam indikator lain yang dapat menunjukkan perkembangan industri perbankan syariah seperti jumlah kantor, mesin ATM, dan tenaga kerja pada Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).³⁴

Penelitian yang dilakukan oleh Neni Hardiati dan Ayi Yunus Rusyana yang menjelaskan bagaimana etika bisnis Rasulullah SAW menyatakan bahwa etika bisnis Islam ialah berbagai perilaku etis dalam Islam disebut dengan Akhlak al islamiyah yang dikemas melalui nilai-nilai syariah yang lebih mendahulukan halal maupun haram. Etika bisnis dalam Islam yakni sekumpulan peraturan yang melaksanakan usaha seperti

³³ Muhammad Ulul Azmi dan Wahyu Nugroho Mohammad Ghozali, “perkembangan bank syariah di idonesia,” *Falah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4.1 (2019), 44.

³⁴ Ade Irvi Nurul Husna dan Arman Paramansyah, “perkembangan industri perbankan syariah pada pembiayaan yang disalurkan,” *Jurnal Maps (Manajemen Perbankan Syariah)*, 3.2 (2020), 129–39.

jika pedagang harus mengetahui larangan maupun yang di anjurkan sebab dalam Al-Quran pedagang tidak boleh mengurangi timbangan harus sesuai dengan adanya.³⁵

Penelitian yang dilakukan oleh Mariya Ulpah yang meriset Pembiayaan Syariah berarti lembaga pembiayaan selaku Shahibul Maal menaruh kepercayaan kepada seseorang untuk melaksanakan amanah yang diberikan. Dana tersebut harus digunakan dengan benar, adil, dan harus disertai dengan ikatan dan syarat-syarat yang jelas dan saling menguntungkan bagi kedua belah pihak. Dalam pelaksanaan pembiayaan, bank syari'ah harus memenuhi dua aspek yang sangat penting, yaitu aspek syar'i, di mana dalam setiap realisasi pembiayaan kepada para nasabah bank syari'ah harus tetap berpedoman pada syari'at Islam dan aspek ekonomi yakni tetap mempertimbangkan perolehan keuntungan, baik bagi bank syari'ah maupun bagi nasabah bank syari'ah.³⁶

Penelitian yang dilakukan Erlindawati mengenai pembiayaan syariah menyatakan Pembiayaan pada dasarnya diberikan atas dasar kepercayaan. Dengan demikian, pemberian pembiayaan adalah pemberian kepercayaan. Hal ini berarti prestasi yang diberikan benar-benar harus diyakini dapat dikembalikan oleh penerima pembiayaan sesuai dengan waktu dan syarat-syarat yang telah disepakati bersama dan juga Pembiayaan diperlukan agar bank syariah memperoleh keyakinan bahwa pembiayaan yang diberikan dapat dikembalikan oleh nasabahnya. Kegiatan analisis meliputi kegiatan pengumpulan informasi dan data yang diperlukan untuk bahan analisis.³⁷

Penelitian yang dilakukan oleh Nur Fadilah menyatakan bahwa Pemasaran Syari'ah adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan value dari suatu inisiator kepada stakeholders-nya, yang

³⁵ neni hardiati dan ayi yunus Rusyana, "etika bisnis Rasulullah SAW sebagai pelaku usaha sukses dalam perspektif maqashid syariah," 2021.

³⁶ Ulpah, "Konsep Dalam Pembiayaan Perbankan Syariah, Vol. 3 No.2 Agustus 2020."

³⁷ erlindawati, "prinsip manajemen pembiayaan syariah," 2017.

dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam. Ini artinya bahwa dalam syariah marketing, seluruh proses, baik proses penciptaan, proses penawaran, maupun proses perubahan nilai (value), tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah yang Islami. Sepanjang hal tersebut dapat dijamin, dan penyimoangan prinsip-prinsip muamalah islami tidak terjadi dalam suatu transaksi apapun dalam pemasaran dapat dibolehkan.³⁸

Penelitian yang dilakukan oleh Rizki Syahputra mengenai strategi pemasaran didalam Al-Qur'an yang risetnya menyatakan didalam Al-Qur'an sudah dijelaskan banyak sekali teknik strategi pemasaran produk yang baik yang dijelaskan secara baik dan sempurna dan juga Strategi promosi yang baik akan membuat produk akan semakin terkenal sehingga akan menambah nilai dari produk yang dipasarkan dan juga menambah volume penjualan Barang.³⁹

Penelitian yang dilakukan oleh Arlina Nurbaity Lubis dalam risetnya mengenai strategi pemasaran dalam persaingan bisnis strategi pemasaran terpadu adalah Bauran Pemasaran, yang merupakan strategi yang dijalankan perusahaan, yang berkaitan dengan penentuan, bagaimana perusahaan menyajikan penawaran produk pada satu segmen pasar tertentu, yang merupakan sasaran pasarannya. Marketing mix merupakan kombinasi variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran, variabel mana dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mempengaruhi tanggapan konsumen dalam pasar sasarannya. Variabel atau kegiatan tersebut perlu dikombinasikan dan dikoordinasikan oleh perusahaan seefektif mungkin, dalam melakukan kegiatan pemasarannya. Dengan demikian perusahaan tidak hanya sekedar memiliki kombinasi

³⁸ Nur Fadillah, "pengertian konsep dan strategi pemasaran," 1.2 (2020).

³⁹ rizki syahputra, "strategi pemasaran dalam Al-QUR'AN tentang promosi penjualan," *jurnal ecobisma*, 6-2 (2019).

kegiatan yang terbaik saja, akan tetapi dapat mengkoordinasikan berbagai variabel marketing mix tersebut, untuk melaksanakan program pemasaran secara efektif.⁴⁰

Penelitian yang dilakukan oleh Kurniasih Setyagustina, M. Joni, Winahyu Dwi Suhitasari, Dkk didalam bukunya yang berjudul pasar modal syariah menjelaskan tentang etika bisnis, Etika disebut juga sebagai rambu-rambu dalam suatu kelompok masyarakat akan dapat membimbing dan mengingatkan anggotanya kepada suatu tindakan yang terpuji (good conduct) yang harus dipatuhi dan dijalankan. Adapun bisnis merupakan suatu aktivitas yang dilaksanakan oleh seseorang atau kelompok orang untuk menyediakan barang dan jasa dengan tujuan memperoleh keuntungan. Orang yang berusaha menggunakan waktunya dengan menanggung risiko dalam menjalankan kegiatan bisnis biasa disebut entrepreneur. Sedangkan Islam adalah agama yang diturunkan oleh Allah Swt. untuk mengatur hubungan manusia dengan Allah, dengan dirinya, dan dengan sesamanya.⁴¹

Penelitian yang dilakukan oleh Aris Baidowi dalam penelitian yang berjudul Etika Bisnis Perspektif Islam yang telah melakukan riset yang dimana riset nya menyatakan Etika ekonomi Islam, sebagaimana dirumuskan oleh para ahli ekonomi Islam adalah suatu ilmu yang mempelajari aspek-aspek kemaslahatan dan kemafsadatan dalam kegiatan ekonomi dengan memperhatikan amal perbuatan manusia sejauhmana dapat diketahui menurut akal pikiran (rasio) dan bimbingan wahyu (nash). Etika ekonomi dipandang sama dengan akhlak karena keduanya sama-sama membahas tentang kebaikan dan keburukan pada tingkah laku manusia.⁴²

Penelitian yang dilakukan oleh Nur Manna Silviah yang risetnya menyatakan etika bisnis Islam merupakan akhlak dalam melaksanakan atau menjalankan suatu

⁴⁰ arlina nurbaity lubis, "strategy pemasaran dalam persaingan bisnis," 2007.

⁴¹ Dkk Kurniasih Setyagustina, M. Joni, Winahyu Dwi Suhitasari, "pasar modal syariah," 2019.

⁴² Aris Baidowi, "etika bisnis perspektif islam," 9 (2011), 239–50.

bisnis dengan berdasarkan nilai-nilai Islam , sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak ada kekhawatiran yang timbul, karena telah dipastikan sebagai sesuatu yang baik dan benar. Dalam rangka mengimplementasikan syariat Islam dalam kehidupan ekonomi Islam , perlu dilakukan perubahan cara berpikir dari sistem ekonomi kapitalis ke sistem ekonomi syariah termasuk masalah bisnis. Karena dunia bisnis tidak terlepas dari etika bisnis.⁴³

Penelitian yang dilakukan oleh Nur Rahmi Oktavia, Uswatun Khasanah, Cris Kuntadi dalam risetnya mengenai UMKM menyatakan salah satu usaha yang perkembangannya bisa dibilang memiliki jumlah yang cukup besar. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terbukti tahan terhadap berbagai masalah pada krisis, sehingga kelompok Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang melibatkan banyak kelompok sebagai penguat. Aktivitas ekonomi menjadi salah satu bentuk upaya manusia dalam konteks memenuhi kebutuhan. Karena keberadaan manusia tidak dapat dipisahkan dari sifat alami untuk berusaha mempertahankan dan menjaga keberlangsungan hidup⁴⁴

Tabel 2. 1

Penelitian Terdahulu

No	Nama dan judul penelitian	Hasil penelitian	Persamaan penelitian	Perbedaan penelitian
1	Mohammad Ghozali, Muhammad Ulul Azmi dan Wahyu Nugroho yang berjudul	Pertumbuhan perbankan Islam di Asia Tenggara berkembang sangat pesat, data statistik menunjukkan bahwa Asia Tenggara telah	sama sama menguji indenpeden yang sama	objek penelitian

⁴³ nur manna silviah dan novieati manna Lestari, “pengaruh etika bisnis islam dalam meningkatkan UMKM,” 10.1 (2022), 96–112.

⁴⁴ Cris Kuntadi Nur Rahmi Oktavia, Uswatun Khasanah, “Literature Review Analisis Manfaat Insentif Pajak Selama Pandemi Covid-19 Pada Pelaku Umkm Di Wilayah Jaka Setia Galaxy Pada Tahun 2021,” *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1.2 (2022), 359–472.

	”Perkembangan Bank Syariah Di Asia Tenggara “	menjadi salah satu pusat pengembangan industri keuangan Islam secara global		
2	Ade Irvi Nurul Husna dan Arman Paramansyah yang berjudul “perkembangan industri perbankan syariah pada pembiayaan yang disalurkan”	peningkatan pada pertumbuhannya meskipun mengalami perlambatan Sejumlah indikator fisik dapat menunjukkan adanya pertumbuhan industri perbankan syariah baik pada Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan juga Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Indikator tersebut diantaranya dengan merujuk total aset, pembiayaan yang disalurkan (PYD), dan dana pihak ketiga (DPK).	sama sama menguji indenpeden yang sama	Objek penelitiannya
3	Neni Hardiati dan Ayi Yunus Rusyana yang berjudul “Etika Bisnis Rasulullah SAW Sebagai Pelaku Usaha Sukses dalam Perspektif Maqashid Syariah”	etika bisnis Rasulullah SAW menyatakan bahwa etika bisnis Islam ialah berbagai perilaku etis dalam Islam disebut dengan Akhlak al islamiyah yang dikemas melalui nilai-nilai syariah yang lebih mendahulukan halal maupun haram.	sama sama menguji indenpeden yang sama	Objek penelitiannya
4	Mariya Ulpah yang berjudul “konsep pembiayaan dalam	Pembiayaan syariah berarti lembaga pembiayaan selaku	Sama sama menguji variabel X1	Objek penelitiannya

	perbankan syariah”2020	Shahibul Maal menaruh kepercayaan kepada seseorang untuk melaksanakan amanah yang diberikan.		
5	Erlindawati yang berjudul “Prinsip Manajemen Pembiayaan Syariah”	Pembiayaan pada dasarnya diberikan atas dasar kepercayaan. Dengandemikian, pemberian pembiayaan adalah pemberian kepercayaan. Hal ini berarti prestasi yang diberikan benar-benar harus diyakini dapat dikeembalikan oleh penerima pembiayaan sesuai dengan waktu dan syarat-syarat yang telah disepakati bersama dan juga Pembiayaan diperlukan agar bank syariah memperoleh keyakinan bahwa pembiayaan yang diberikan dapat dikembalikan oleh nasabahnya. Kegiatan analisis meliputi kegiatan pengumpulan informasi dan data yang diperlukan untuk bahan analisis.	sama sama menguji variabel X1	Objek penelitiannya
6	Nur Fadilah yang berjudul “Pengertian, Konsep, dan Strategi	Pemasaran Syari’ah adalah sebuah disiplin bisnis	Sama sama menguji variabel X2	Objek penelitiannya

	Pemasaran Syari'ah"2020	strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan value dari suatu inisiator kepada stakeholders-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam.		
7	Rizki Syahputra yang berjudul "Strategi Pemasaran Dalam Alquran Tentang Promosi Penjualan"2019	strategi pemasaran didalam Al-Qur'an yang risetnya menyatakan didalam Al-Qur'an sudah dijelaskan banyak sekali teknik strategi pemasaran produk yang baik yang dijelaskan secara baik dan sempurna	sama sama menguji variabel X2	Objek penelitiannya
8	Arlina Nurbaity Lubis yang berjudul "Strategi Pemasaran Dalam Persaingan Bisnis"	strategi pemasaran terpadu adalah Bauran Pemasaran, yang merupakan strategi yang dijalankan perusahaan, yang berkaitan dengan penentuan, bagaimana perusahaan menyajikan penawaran produk pada satu segmen pasar tertentu, yang merupakan sasaran pasarannya	sama sama menguji variabel X2	Objek penelitiannya

9	Kurniasih Setyagustina, M. Joni, Winahyu Dwi Suhitasari, Dkk yang berjudul “pasar modal syariah”	etika bisnis adalah seperangkat prinsip-prinsip etika yang membedakan yang baik dan yang buruk, harus, benar, salah, dan sebagainya dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan seseorang untuk mengaplikasikannya atas apa saja dalam dunia bisnis.	Sama sama menguji variabel X3	Objek penelitiannya
10	Aris Baidowi yang berjudul “Etika Bisnis Perspektif Islam”	menyatakan Etika ekonomi Islam, sebagaimana dirumuskan oleh para ahli ekonomi Islam adalah suatu ilmu yang mempelajari aspek-aspek kemaslahatan dan kemafsadatan dalam kegiatan ekonomi dengan memperhatikan amal perbuatan manusia sejauhmana dapat diketahui menurut akal pikiran (rasio) dan bimbingan wahyu (nash).	Sama sama menguji variabel X3	Objek penelitiannya
11	Nur Manna Silviyah yang berjudul “Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan UMKM	etika bisnis Islam merupakan akhlak dalam melaksanakan atau menjalankan suatu bisnis dengan berdasarkan nilai-nilai Islam , sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak ada kekhawatiran yang timbul, karena telah	Variabel X3 dan Y nya sama	Objek penelitiannya

		dipastikan sebagai sesuatu yang baik dan benar.		
12	Nur Rahmi Oktavia, Uswatun Khasanah, Cris Kuntadi yang berjudul “Literature Review Analisis Manfaat Insentif Pajak Selama Pandemi Covid-19 Pada Pelaku Umkm Di Wilayah Jaka Setia Galaxy Pada Tahun 2021”2022	salah satu usaha yang perkembangannya bisa dibilang memiliki jumlah yang cukup besar. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terbukti tahan terhadap berbagai masalah pada krisis, sehingga kelompok Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang melibatkan banyak kelompok sebagai penguat. Aktivitas ekonomi menjadi salah satu bentuk upaya manusia dalam konteks memenuhi kebutuhan. Karena keberadaan manusia tidak dapat dipisahkan dari sifat alami untuk berusaha mempertahankan dan menjaga keberlangsungan hidup.	sama sama menguji variabel Y	Objek penelitiannya

G. Kerangka Berpikir

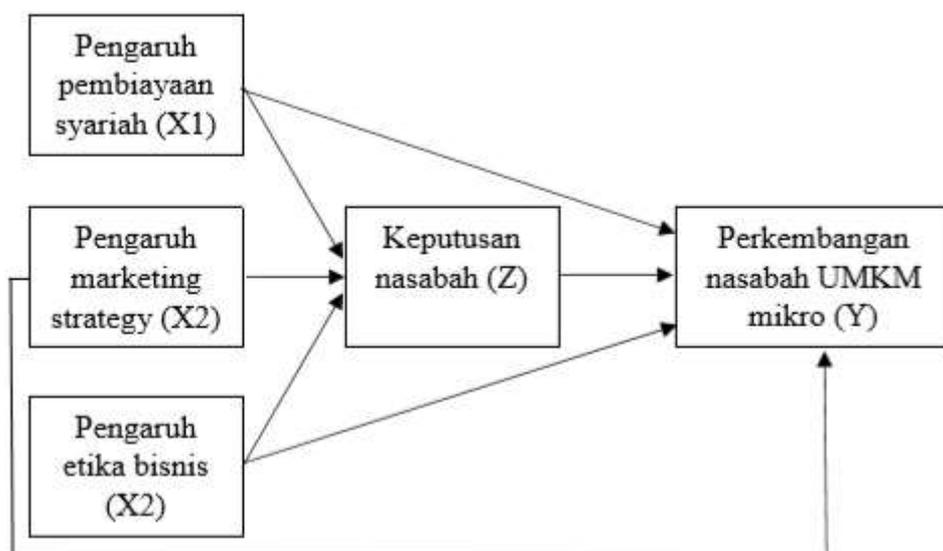
Kerangka berpikir bertujuan untuk memudahkan pemahaman dalam mencermati arah dari pembahasannya di dalam penelitian dan dapat memberikan

gambaran dalam pandangan secara lebih detail mengenai keterikatan antar variabel penelitian yang digunakan.

Pada penelitian ini peneliti bermaksud membuat kerangka konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka berfikir berguna untuk mempermudah di dalam memahami persoalan yang sedang diteliti serta mengarahkan penelitian pada pemecahan masalah yang dihadapi. Maka peneliti menggunakan model penelitian sebagai berikut:

GAMBAR 1

KERANGKA BERPIKIR



H. Pengembangan Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu proposisi atau anggapan yang mungkin benar dan sering digunakan sebagai dasar pembuatan keputusan/pemecahan persoalan ataupun untuk dasar penelitian lebih lanjut. Asumsi dari suatu hipotesis juga merupakan data, maka apabila akan digunakan sebagai dasar pembuatan keputusan harus diuji terlebih dahulu dengan menggunakan data hasil observasi. Dari penelitian- penelitian terdahulu serta teori diatas maka hipotesis yang dapat diajukan sebagai jawaban sementara terhadap permasalahan penelitian ini adalah sebagai berikut :

H1 : Terdapat Pengaruh Antara Pembiayaan Syariah Terhadap Perkembangan Nasabah UMKM

Berdasarkan penelitian yang dilakukan muslimin kara (2019)⁴⁵ dan tunas aldesta, lukytawati anggraeni, dan deni lubis⁴⁶ menghasilkan kesimpulan bahwa pembiayaan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan nasabah UMKM. Dengan dihasilkan penelitian yang positif dan signifikan membuktikan bahwasanya pembiayaan syariah berpengaruh terhadap perkembangan nasabah UMKM.

H2 : Terdapat Pengaruh Antara *Marketing Strategy* Terhadap Perkembangan Nasabah UMKM

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh M.A. dewanti⁴⁷ dan endang purwanti⁴⁸ menunjukkan bahwa marketing strategi berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan nasabah UMKM. kedua penelitian tersebut menyatakan pengaruh marketing strategi bisa mengembangkan nasabah UMKM

⁴⁵ Kara.

⁴⁶ tunas aldesta perwitasari lukytawati anggraeni deni lubis, “analisis pengaruh pembiayaan syariah terhadap perkembangan nasabah UMKM dikota depok,” 2014.

⁴⁷ Dewanti.

⁴⁸ endang purwanti, “pengaruh karakteristik wirausaha modal usaha strategy pemasaran terhadap perkembangan nasabah UMKM didesa dayaan dan kalindo salatiga,” 2013.

H3 : Terdapat Pengaruh Antara Etika Bisnis Terhadap Perkembangan Nasabah UMKM

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh salahuddin el ayyubi sausan anggi anggriani⁴⁹ dan nur manna silviyah noeviati dwi lestari⁵⁰ menunjukkan bahwa etika bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan nasabah UMKM . kedua penelitian tersebut menyatakan peran etika bisnis berpengaruh terhadap perkembangan nasabah UMKM.

H4 : Terdapat Pengaruh Antara Pembiayaan Syariah Terhadap Keputusan Nasabah UMKM

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Bagja Sumantri⁵¹ menunjukkan bahwa pembiayaan syariah berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah.

H5 : Terdapat Pengaruh Antara *Marketynng Strategy* Terhadap Keputusan Nasabah UMKM

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Saida Firdausi Nuzula, Zainal Habib, Dan Mundhori⁵² menunjukkan bahwa *marketynng strategy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah

H6 : Terdapat Pengaruh Antara Etika Bisnis Terhadap Keputusan Nasabah UMKM

⁴⁹ Ayyubi dan Anggraini.

⁵⁰ nur manna silviyah noeviati dwi lestari, “pengaruh etika bisnis islam dalam meningkatkan UMKM,” 2022.

⁵¹ Bagja Sumantri, “pengaruh kualitas pelayanan dan produk pembiayaan terhadap minat dan keputusan menjadi nasabah,” *jurnal ekonomia*, 10 no 02 (2014).

⁵² Dan Mundhori Saida Firdausi Nuzula, Zainal Habib, “pengaruh strategi pemasaran dan citra perusahaan terhadap keputusan nasabah UMKM di KSPPS BMT kemitraan bojonegoro,” *jurnal manajemen dan bisnis syariah*, 1 no 1 (2021).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Afriyani Sasnita, Siti Musyahidah, Dan Nursyamsu Nursyamsu⁵³ yang menunjukkan bahwasanya etika bisnis berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah

H7 : Terdapat Pengaruh Antara pembiayaan syariah, *marketing strategy*, etika bisnis terhadap perkembangan nasabah UMKM Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Radial Palembang

Berdasarkan penelitian Alim Azhari yang menunjukkan bahwa pembiayaan syariah, *marketing strategy*, etika bisnis masing masing secara parsial menunjukkan bahwa secara bersama sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perkembangan nasabah UMKM

H8 : Terdapat Pengaruh Antara pembiayaan syariah, *marketing strategy*, etika bisnis terhadap Keputusan Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Radial Palembang

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh nurzati ikramina dan amri amri menunjukkan pembiayaan syariah, *marketing strategy*, etika bisnis terhadap Keputusan Nasabah yang menyatakan variabel berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.

H9 : Terdapat Pengaruh Antara pembiayaan syariah terhadap perkembangan nasabah UMKM yang dimediasi keputusan nasabah

⁵³ Dan Nursyamsu Nursyamsu Afriyani Sasnita, Siti Musyahidah, “pengaruh etika bisnis islam terhadap keputusan nasabah dibank syariah kota palu,” *jurnal ekonomi dan bisnis islam*, 1 no 2 (2019).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Desy Wulan Rachmawati Dan Ach. Yasin yang menunjukkan bahwa pengaruh pembiayaan syariah terhadap perkembangan nasabah UMKM yang dimediasi keputusan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan nasabah UMKM

H10 : Terdapat Pengaruh Antara *marketing strategy* terhadap perkembangan nasabah UMKM yang dimediasi keputusan nasabah

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh MM H ahmad munajim, s muhammadun, taufik ridwan, mohammad ridwan yang menunjukkan bahwa strategi pemasaran berpengaruh signifikan terhadap perkembangan UMKM

H11 : Terdapat Pengaruh Antara etika bisnis terhadap perkembangan nasabah UMKM yang dimediasi keputusan nasabah

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Alim Azhari yang mengangkat penelitian pengaruh etika bisnis terhadap perkembangan UMKM yang telah dimediasi oleh keputusan nasabah dimana penelitiannya menunjukkan hasil berpengaruh positif dan signifikan.