**BAB II**

**KAJIAN PUSTAKA**

1. **Strategi**
2. **Pengertian Strategi**

Pengertian strategi telah banyak didefinisikan oleh beberapa ahli, intinya menyatakan bahwa strategi adalah suatu alat yang digunakan untuk mencapai tujuan. Strategi dapat dikatakan sebagai suatu tindakan penyesuaian untuk mengadakan reaksi terhadap situasi lingkungan tertentu yang dapat dianggap penting, dimana tindakan penyesuaian tersebut dilakukan secara sadar berdasarkan pertimbangan yang wajar. Strategi dirumuskan sedemikian rupa sehingga jelas apa yang sedang dan akan dilaksanakan perusahaan demi mencapai tujuan yang ingin dicapai. Strategi dimaksudkan supaya bagaimana tujuan-tujuan perencanaan dapat dicapai dengan menggunakan sumber-sumber yang dimiliki, diusahakan pula untuk mengatasi kesulitan-kesulitan serta tantangan yang ada.[[1]](#footnote-1)

Strategi dapat berupa upaya untuk menyusun target (sasaran), program, proyek untuk tercapainya tujuan serta tugas pokok perencanaan. Strategi disusun berdasarkan premis dan tujuan yang telah ditetapkan.Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan., perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Di

dalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip –prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan, dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif. Strategi dibedakan dengan taktik yang memiliki ruang lingkup yang lebih sempit dan waktu yang lebih singkat, walaupun pada umumnya orang sering kali mencampuradukkan ke dua kata tersebut.[[2]](#footnote-2)

1. **Jenis-jenis Strategi**

Perumusan strategi merupakan proses penyusunan langkah-langkah ke depan yang dimaksudkan untuk membangun visi dan misi organisasi, menetapkan tujuan strategis dan keuangan perusahaan, serta merancang strategi untuk mencapai tujuan tersebut dalam rangka menyediakan customer value terbaik.

Beberapa langkah yang perlu dilakukan perusahaan dalam merumuskan strategi, yaitu:

1. Strategi Lingkungan Bisnis

Strategi ini mengidentifikasi lingkungan yang akan dimasuki oleh perusahaan di masa depan dan menentukan misi perusahaaan untuk mencapai visi yang dicita-citakan dalam lingkungan tersebut.

1. Strategi Pengembangan

Perlu strategi pengembangan yang lebih terfokus kepada upaya untuk memenuhi pemahaman masyarakat tentang mudharabah. Maka mudharabah perlu meningkatkan kualitas pelayanan (service quality) kepada pemenuhan pemahaman masyarakat ini, misalnya mengenai apa mudharabah bagaimana operasi mudharabah, keuntungan apa yang di dapat dari mudharabah, dan sebagainya. Sebagai lembaga keuangan yang mengunakan sistem syariah tentunya aspek syiar Islam merupakan bagian dari operasi *mudharabah* tersebut. Syiar Islam tidak hanya bentuk normatif kajian kitab misalnya, tetapi juga hubungan antara perusahaan murabahah dengan masyarakat. Dalam hal ini, mudharabah sebagai perusahaaan yang berhubungan dengan masalah kemanusiaan, setidaknya dalam masalah yang berhubungan dengan klaim anggota mudharabah bisa memberikan pelayanan yang lebih baik di bandingkan dengan produk lainya. Kemungkinan yang banyak itu saat dilakukan koperasi untuk mempengaruhi permintaan produknya. Dalam marketing Mix kemungkinan dapat digolongkan menjadi 4 (empat) yaitu ;

1. Produk (produc)

Produk secara umum diartikan sebagai sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah. Produk biasanya digunakan untuk dikonsumsi baik untuk kebutuhan rohani maupun jasmani. Untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan akan produk, maka nasabah mengorbankan sesuatu sebagai balas jasanya.

Dalam perspektif syariah produksi merupakan sesuatu yang penting. Al-Qur‟an menggunakan konsep produksi barang dalam arti yang sangat luas. Tekanan Qur’an diarahkan pada manfaat dari barang yang diproduksi. Memproduksi barang harus sesuai dengan kebutuhan hidup manusia. Islam juga mengajarkan untuk memperhatikan kualitas dan keberadaan produk tersebut. Islam melarang jual beli suatu produk yang belum jelas (gharar) bagi pembeli. Pasalnya disini terjadi penipuan dan ketidak adilan. terhadap salah satu pihak. Selain keberadaan suatu produk islam juga memerintahkan kualitas produk. Barang yang dijual harus terang dan jelas kualitasnya, sehingga pembeli dapat dengan mudah memberi penilaian.[[3]](#footnote-3)

Dalam strategi produk yang harus dilakukan untuk mengembangkan suatu produk adalah:

1. Penentuan logo dan motto. Logo merupakan ciri khas suatu perusahaan sedangkan motto merupakan serangkaian kata-kata yang berisi visi dan misi.
2. Menciptakan merek. Karena jasa memiliki beraneka ragam, maka setiap jasa harus memiliki nama. Tujuannya agar mudah dikenal dan diingat.
3. Menciptakan kemasan. Kemasan merupakan pembungkus suatu produk, Dalam hal ini kemasan lebih diartikan sebagai pemberian pelayanan atau jasa kepada para anggota.[[4]](#footnote-4)
4. Harga (price)

Harga adalah jumlah uang yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh suatu produk. Dalam konsep islam penentuan harga ditentukan oleh mekanisme pasar, yakni bergantung kepada kekuatan-kekuatan permintaan dan penawaran. Pertemuan antara permntaan dan penawaran itu harus berlangsung secara sukarela ini bermakna tidak ada menzalimi dan dizalimi.

Tujuan penentuan harga:

1. Untuk bertahan hidup
2. Untuk memaksimalkan laba
3. Untuk memperbesar, market share
4. Mutu produk
5. Pesaing.[[5]](#footnote-5)
6. Distribusi

Dalam sektor jasa distribusi disefinisikan sebagai setiap srana yang meningkatkan kebaradaan atau kenikmatan suatu jasa yang menambah penggunaanya baik dengan mempertahankan pemakai yang ada, meningkatkan nilai kegunaanya diantara pemakaiyang ada ataupun menarik pemakai baru.[[6]](#footnote-6)

1. Promosi

Promosi merupakan cara langsung untuk mempengaruhi nasabah agar lebih suka membeli merk barang tertentu. Kata promosi berkonotasi satu arah informasi satu arah, sedangakn komunikasi marketing lebih menekankan interaksi dua arah. Konsekuensinya promosi dipersepsikan sebagai bentuk komunikasi marketng kebih bersifat personal dan individual. Dalam islam promosi diperbolehkan hanya saja dalam berpromosi harus mengedepankan kejujuran dan menjauhi penipuan. Disampimg itu metode berpromosi tidak bertentangan dengan syariah islam.

Adapun beberapa 3 (tiga) cara promosi sebagai berikut ;

* + - 1. Periklanan
			2. Publisitas
			3. Penjualan pribadi
1. Strategi Sosialisasi

Dalam strategi produk perusahaan harus dapat melihat produk apa yang lebih dibutuhkan dan diinginkan oleh nasabah sehingga perusahaan dapat memperoleh banyak nasabah. Selain itu kualitas dan keberadaan produk juga harus diperhatikan sehingga tidak berpotensi terjadi penipuan.[[7]](#footnote-7)

1. **Tujuan Strategi**

Setiap perusahaan pada dasarnya memiliki tujuan untuk dapat tetap hidup dan berkembang, tujuan itu hanya dapat dicapai melalui usaha mempertahankan dan meningkatkan keuntungan perusahaan.

Tujuan strategi bagi perusahaan, yaitu:

* 1. Membantu penilaian keberhasilan.[[8]](#footnote-8)
	2. Membantu koordinasi dan pembuat keputsan
	3. Membantu perumusan dan implementasi strategi
	4. Membantu/mendorong memotivasi pelaksanaaan strategi untuk kerja keras.[[9]](#footnote-9)

Dengan adanya tujuan strategi yang jelas dan terencana, perusahaan akan dapat mempertahankan dan meningkatkan keuntungannya.

1. **Pengembangan Produk Pembiayaan Mudharabah**
2. Pengembangan Produk

Dalam beberapa kesempatan kita sering mendengar istilah pengembangan, seperti pengembangan kurikulum, pengembangan sistem, dan seterusnya namun banyak juga yang belum tau apa yang dimaksud pengembangan. Pengembangan berasal dari kata dasar kembang yang berarti menjadi bertambah sempurna. Kemudian mendapat imbuhan pe- dan –an sehingga menjadi pengembangan yang artinya proses, cara atau perbuatan mengembangkan. Jadi pengembangan di sini adalah usaha sadar yang dilakukan untuk mencapai tujuan yang diinginkan agar lebih sempurna dari pada sebelumnya.[[10]](#footnote-10)

Di dalam kamus marketing, arti dari istilah pengembangan produk adalah kegiatan yang mengarah ke dimilikinya ciri khas yang baru atau berbeda dari sebuah produk atau manfaat konsumen. Pengembangan tersebut membentang dari konsep yang sama sekali baru untuk memenuhi “keinginan” konsumen yang ditetapkan secara baru hingga modiikasi dari sebuah produk yang telah ada, penyajian dan kemasannya. Ia merupakan bagian dari sebuah proses yang harus berkesinambungan untuk menahan masa penurunan dalam daur hidup intrinsik dari suatu produk yang ada.

Pengembangan produk adalah suatu usaha yang direncanakan dan dilakukan secara sadar untuk memperbaiki produk yang ada, atau untuk menambah banyaknya ragam produk yang dihasilkan dan dipasarkan. Pengembangan produk terdiri atas penjualan-penjualan yang bertambah yang diusahakan oleh perusahaan-perusahaan dengan mengembangkan yang diperbaharui untuk koperasi yang sekarang.

1. Pembiayaan *Mudharabah*

Kata *Mudharabah* secara etimologi berasal dari kata *darb*. Dalam bahasa arab, kata ini termasuk diantara kata yang mempunyai banyak arti. Diantaranya memukul, berdetak, mengalir, berenang, bergabung, menghindar berubah, mencampur, berjalan, dan lain sebagainya. Perubahan makna tersebut bergantung pada kata yang mengikutinya dan konteks yang membentuknya.

Menurut terminologis, *Mudharabah* diungkap secara bermacam-macam oleh para ulama madzhab. Diantaranya menurut madzhab Hanafi, “suatu perjanjian untuk berkongsi di dalam keuntungan dengan modal dari salah satu pihak dan kerja (usaha) dari pihak lain.” Sedangkan madzhab Maliki mendefinisikan sebagai penyerahan uang dimuka oleh pemilik modal dalam jumlah uang yang ditentukan kepada seseorang yang akan menjalankan usaha dengan uang tersebut dan imbalan sebagian dari keuntungannya.[[11]](#footnote-11)

*Mudharabah* berasal dari kata *dharb* yang artinya memukul atau proses seseorang memukulkan kakinya dalam perjalanan usaha. Secara istilah Mudharabah adalah akad kerja sama usaha antara dua belah dimana pihak pertama (*shahibul maal*) menyediakan seluruh modal, sedangkan pihak yang lainnya (mudharib) menjadi pengelolanya dan Keuntungan usaha secara *Mudharabah* dibagi menurut kesepakatan anatara penyedia dana dan pengelola. Keuntungan usaha secara *Mudharabah* dibagi menurut kesepakatan.[[12]](#footnote-12) Akad *mudharabah* adalah transaksi penanaman dana dari pemilik dana ( *shahibul maal* ) kepada pengelola dana (*mudharib*) untuk melakukan kegiatan usaha tertentu yang sesuai syariah, dengan pembagian hasil usaha antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang telah disepakati sebelumnya.

Pembiayaan *Mudharabah* adalah pembiayaan yang dilakukan oleh pihak koperasi syariah untuk membiayai 100% kebutuhan dana dari suatu proyek/usaha tersebut, sementara anggota sesuai dengan keahlian yang dimilikinya akan menjalankan proyek/usaha tersebut dengan sebaik-baiknya, sedangkan apabila mengalami kerugian ditanggung oleh pihak koperasi syariah selama kerugian itu bukan akibat dari kelalaian si anggota.[[13]](#footnote-13) Seandainya kerugian itu diakibatkan karena kecurangan atau kelalaian si anggota maka si anggota harus bertanggung jawab atas kerugian tersebut.

*Mudharabah* adalah akad yang telah dikenal oleh umat muslim sejak zaman nabi, bahkan telah dipraktekkan oleh bangsa arab sebelum turunnya islam. Ketika nabi muhammad saw berprofesi sebagai pedagang,[[14]](#footnote-14) ia melakukan akad *mudharabah* dengan khadijah. Dengan demikian, ditinjau dari segi Hukum Islam, maka praktek *mudharabah* ini dibolehkan baik menurut Al Qur’an, Sunnah maupun Ijma’.[[15]](#footnote-15)

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pembiayaan mudharabah adalah suatu pembiayaan yang diberikan oleh si pemilik modal kepada si pengelola untuk menjalankan usaha, dimana seluruh danannya dari si pemilik modal, si pengelola yang menjalankan aktivitas usaha dan keuntungannya disepakati bersama.

Secara umum, landasan dasar syariah al-mudharabah lebih mencerminkan anjuran untuk melakukan usaha, sebagai firman Allah dalam QS.Al-Muzammil: 20

**وَآخَرُونَ يَضْرِبُونَ فِي اْلأَرْضِ يَبْتَغُونَ مِنْ فَضْلِ الله**

*Artinnya : Dan dari orang-orang yang berjalan dimuka bumi mencari sebagian karunia Allah SWT ( Al-Muzammil: 20).[[16]](#footnote-16)*

Yang menjadi wajhud-dilalah atau argument dari surat Al-Muzammil: 20 adalah adannya kata yadhribun yang sama dengan akar kata *mudharabah* yang berarti melakukan perjalanan usaha.

1. Jenis-jenis Pembiayaan *Mudharabah*

Secara umum, mudharabah terbagi menjadi dua jenis, mudharabah muthlaqah dan mudharabah muqayyadah

* 1. Mudharabah Muthlaqah

Yang dimaksud dengan transakasi mudharabah muthlaqah adalah bentuk kerja sama antara shahibul maal dan mudharib yang cakupannya sangat luas dan tidak dibatasi oleh spesifikasi jenis usaha, waktu dan daerah bisnis. Dalam pembahasan fiqih ulama salafus saleh seringkali dicontohkan dengan ungkapan if’al ma syi’ta (lakukanlah sesukamu) dari shahibul maal ke mudharib yang memberi kekuasaan sangat besar.

* 1. Mudharabah Muqayyadah

Mudharabah muqayyadah atau disebut juga dengan istilah resctricted mudharabah/specified mudharabah adalah kebalikan dari mudharabah muthlaqah si mudharib dibatasi dengan batasan jenis usaha, waktu atau tempat usaha. Adanya pembatasan ini seringkali mencerminkan kecenderungan umum si shahibul maal dalam memasuki jenis dunia usaha.[[17]](#footnote-17)

1. Rukun *Mudharabah*
2. Pemilik modal maupun pelaksana usaha (Pelaku)
3. Modal Kerja (objek mudharabah)
4. Persetujuan antara dua belah pihak (ijab qobul)
5. Nisbah keuntungan.[[18]](#footnote-18)
6. Manfaat Pembiayaan *Mudharabah*
7. Bagi Bank Syariah

Manfaat pembiayaan dengan akad mudharabah adalah sebagai salah satu bentuk penyaluran dana dan pemerolehan pendapatan dalam bentuk bagi hasil sesuai pendapatan usaha yang dikelola nasabah.

1. Bank akan menikmati penikmatan bagi hasil pada saat keuntungan usaha anggota meningkat.
2. Bank tidak berkewajiban membayar bagi hasil kepada anggota pendanaan secara tetap, tetapi disesuaikan dengan pendapatan atau hasil usaha bank, hingga bank tidak pernah mengalami negative spread.
3. Bank akan lebih slektif dan hati-hati mencari usaha yang benar-benar halal, aman, dan menguntungkan. karena keuntungannya yang konkret dan benar-benar terjadi itulah yang akan dibagikan.
4. Prinsip bagi hasil dalam mudharabah ini berbeda dengan prinsip bunga tetap, dimana bank akan menagih penerima pembiayaan (anggota) satu jumlah bunga tetap berapapun keuntungan yang dihasilkan anggota, sekalipun merugi dan menjadi krisis ekonomi.
5. Bagi Anggota

Manfaat pembiayaan mudharabah adalah untuk memenuhi kebutuhan modal usaha melalui system kemitraan dengan baik.[[19]](#footnote-19)

1. Skema Pembiayaan *Mudharabah*

**Gambar 2.1 Skema Pembiayaan *Mudharabah***

Koperasi Syariah (shahibul) (Shahibul)

1. Negoisasi dan Akad Mudharabah

Anggota

(Mudharib)

 porsi laba

4. Menerima porsi laba

5. Menerima Kembalian modal

3. Membagi hasil usaha

1. Keuntungan dibagi sesuai nisbah
2. Kerugian tanpa kelalaian anggota ditanggung oleh koperasi

Keterangan:

1. Dimulai dari pengajuan permohonan pembiayaan oleh anggota dengan mengisi formulir permohonan pembiayaan. Formulir tersebut diserahkan kepada koperasi syariah Harum Dhaha Kediri beserta dokumen pendukung. Pihak anggota selanjutnya melakukan evaluasi kelayakan pembiayaan mudharabah yang diajukan oleh anggota. Diikuti kemudian dengan verifikasi, bila anggota dan usaha dianggap layak, selanjutnya diadakan perikatan dalam bentuk penandatanganan kontrak mudharib. Kontrak yang dibuat setidaknya memuat berbagai hal untuk memastikan terpenuhinya rukun mudharabah.
2. Bank mengkontribusikan modalnya dan anggota mulai mengelola usaha yang disepakati berdasarkan kesepakatan dan kemampuan terbaiknya.
3. Hasil usaha dievaluasi pada waktu yang ditentukan berdasarkan kesepakatan. Keuntungan yang diperoleh akan dibagi antara koperasi sebagai shahibul maal dengan anggota sebagai mudharib, sesuai dengan porsi yang telah disepakati. Seandainnya terjadi kerugian yang tidak disebabkan oleh kelalaian anggota (mudharib), maka kerugian ditanggung oleh koperasi. Adapun kerugian yang disebabkan oleh kelalaian anggota sepenuhnya, maka menjadi akuntansi tanggung jawab anggota.
4. Koperasi dan anggota menerima porsi bagi hasil masing-masing berdasarkan metode perhitungan yang telah disepakati.
5. Koperasi menerima pengembalian modalnnya dari anggota, jika anggota telah mengembalikan semua modal milik koperasi, selanjutnya usaha menjadi milik anggota sepenuhnya.[[20]](#footnote-20)
6. Hukum Pembiayaan *Mudharabah*
7. Al-Qur’an
8. Q.S Al-Maidah ayat 1

**يَأَ يُّهَا الَّذِينَ ءَا مَنُواْ أَوْفُوْا بِالعُقُودِ ’ أُحِلَّت لَكُم بَهِيمَةُ الأَنْعَمِ إِلاَّماَ يُتْليَ عَلَيْكُمْ غَيرَ مُحِلّيِ الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ , إِنَّ اللهَ يَحكُمُ ماَ يُرِيدُ .** (1)

*Artinya:* “*Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad 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”.*

Aqad (perjanjian) dalam ayat di atas mencakup: janji prasetia seorang hamba kepada Allah dan perjanjian yang dibuat oleh manusia dalam pergaulan sehari-hari dengan sesamanya.

1. Al Hadits
	1. Hadits riwayat Ibnu Majah;

**عنْ صاَ لِحِ بنِ صُهَيْبِ عَن أَبِيْهِ قَالَ قاَلَ رَسُوْلُاللهِ صلى الله عليه وسلّم**

 **ثَلاَ ثٌ فِيهِنَّ البَرَ كَةُ الْبَيعٌ أَجَلِ وَالْمُقاَ رَضَةُ وَأَخْلاَ طُ الْبُرَّ باِ لشَّعِيْر**

 **للِبَيْتِ لآللِبَيْعِ** [[21]](#footnote-21)

*Dari Shalih bin Shuhaib r.a.bahwa Rasulullah saw. bersabda, “Tiga hal yang didalamnya terdapat keberkatan: jual beli secara tangguh, muqaradhah (mudharabah), dan mencampur gandum dengan tepung untuk keperluan rumah, bukan untuk dijual.” (HR. Ibnu Majah no. 2280, kitab at-Tijarah)*

1. Ijma’

Selain ayat-ayat Al-Qur’an dan Hadist di atas, kebolehan mudharabah juga didasarkan pada ijma’. Diriwayatkan, bahwa sejumlah sahabat menyerahkan (kepada anggota, mudharib) harta anak yatim sebagai mudharabah dan tidak ada seorang pun mengingkari mereka karena hal itu dipandang sebagai ijma’. Sebagian ulama juga mendasarkan mudharabah ini dengan diqiyaskan pada transaksi musaqah.[[22]](#footnote-22)

1. As-Sunnah

Hadis yang diriwayatkan oleh Ibn Majah dari shuhaib bahwa Nabi SAW bersabda:

*“tiga perkara yang mengandung berkah adalah jual-beli yang ditangguhkan, melakuka qiradh (memberi modal kepada oprang lain), dan yang mencampurkan gandum dengan jelas untuk keluarga, bukan untuk diperjulabelikan.”*

Hadist lain diriwayatkan oleh Thabrani:

*“Abbas bin Abdul Muthalib jika menyerahkan harta sebagai mudha-rabah, ia mensyaratkan kepada mudha-rib-nya agar tidak mengarungi lautan dan tidak menuruni lembah, serta tidak membeli hewan ternak. Jika persyaratan itu dilanggar, ia (mudharib) harus menanggung resikonya. Ketika persyaratan yang ditetapkan Abbas itu didengar Rasulullah, beliau membenarkannya”[[23]](#footnote-23)*

Diriwayatkan dari Ibnu Abbas bahwa Abbas Bin Abdul Muthalib jika memberikan dana ke mitra usahanya secara mudharabah ia mensyaratkan agar dananya tidak dibawa mengarungi lautan, menuruni lembah yang berbahaya, atau membeli ternak. Jika menyalahi aturan tersebut, yang bersangkutan bertanggung jawab atas dana tersebut. Disampaikanlah syarat tersebut pada Rasulullah SAW dan beliau membolehkannya. (HR Thabrani ).[[24]](#footnote-24)

1. **Meningkatkan Minat Anggota**

Ada beberapa pengertian minat menurut para ahli seperti dikatakan minat adalah merupakan suatu kesukaan, kegemaran atau kesenangan akan sesuatu obyek yang dipelajari. Dan Anggota sendiri disini memiliki arti yaitu, suatu perkumpulan yang bukan termasuk pengurus.[[25]](#footnote-25) Menurut Winkel, minat merupakan kecenderungan yang menetap dalam diri subjek untuk merasa tertarik pada bidang tertentu dan merasa senang berkecimpung dalam bidang tersebut.[[26]](#footnote-26)

Minat adalah kesadaran objek, orang, masalah, atau situasi yang mempunyai kaitan dengan dirinya.[[27]](#footnote-27) Minat tidak dibawa sejak lahir, melainkan diperoleh kemudian. Minat terhadap sesuatu dipelajari dan mempengaruhi penerimaan minat-minat baru. Minat merupakan gejala kejuruan yang mendorong kearah suatu objek. Dengan adanya minat tersebut seseorang akan dapat menghadapi suatu obyek yang aktif. Minat merupakan daya penggerak untuk mencapai suatu tujuan. Minat diartikan sebagai suatu kondisi yang terjadi apabila seseorang melihat ciri-ciri atau arti sementara suatu yang dihubungkan dengan keinginan atau kebutuhannya sendiri.[[28]](#footnote-28) Minat seiring dihubungkan dengan keinginan atau ketertarikan terhadap sesuatu yang dating dari dalam diri seseorang tanpa paksaan dari luar.

Dari berbagai pendapat yang telah dikemukakan, dapat disimpulkan bahwa minat merupakan rasa suka atau tertarik terhadap suatu hal atau aktivitas seseorang yang mendorongnya untuk melakukan sesuatu kegiatan. Minat juga dikatakan sebagai suatu keinginan atau kemauan yang merupakan dorongan seseorang untuk melakukan suatu hal atau aktivitas tanpa adanya paksaan dari luar dirinya. Minat bisa juga diartikan sebagai kecenderungan jiwa yang relative menetap kepada diri seseorang dan biasanya dengan perasaan senang. Jadi minat dapat diekspresikan melalui pernyataan yang menunjukkan bahwa seseorang lebih menyukai suatu hal dari pada hal lainnya melalui partisipasi dalam suatu aktivitas.

1. **Formulasi Pengembangan Produk Pembiayaan Mudharabah**

Pengembangan produk baru adalah kunci pertumbuhan dan keberhasilan bagi koperasi, oleh karena itu dalam menunjang kelangsungan hidup sebuah koperasi harus mampu untuk berinovasi dalam mencipatkan produk baru yang sesuai dengan kebutuhan anggota. Namun dalam faktanya dalam perkembangan, tidak semua produk baru yang diluncurkan dapat diterima oleh anggota dan akhirnya mengalami kegagalan.

Berdasarkan analisis lingkungan internal dan ekternal memperlihatkan bahwa alternatif strategi yang memiliki prioritas tertinggi untuk mencapai semua tujuan adalah meningkatkan aktivitas promosi yang efektif dan efisien. Kemudian alternatif strategi yang memiliki prioritas terakhir adalah bersaing dengan menetapkan harga yang kompetitif untuk mencapai semua tujuan.

Dalam Formulasi Pengembangan produk disini adalah segala sesuatu yang ditawarkan kepada anggota untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan. Segala sesuatu yang termasuk kedalamnya adalah barang berwujud, jasa, events, tempat, organisasi, ide ataupun kombinasi antara hal-hal yang baru saja disebutkan :[[29]](#footnote-29)

1. Simpanan Walimah
2. Simpanan Pendidikan
3. Simpanan Idul Fitri
4. Simpanan Qurban
5. Dan Simpanan Berjangka Syariah
6. Simpanan Mudharabah
7. **Pelaksanaan Pengembangan Produk**

Hasil dari pembahasan disini menunjukkan bahwa produk pembiayaan yang menggunakan akad mudharabah sudah diketahui oleh masyarakat setempat, Pada pembiayaan ini juga masyarakat belum lumayan banyak yang meminatinya. karena dalam produk ini masyarakat untuk melaksanakan pembiayaan menggunakan akad Mudharabah butuh pengawasan dan laporan keuangan tiap bulan.[[30]](#footnote-30)

Pelaksanaan pembiayaan mudharabah pada koperasi Syariah harum Dhaha kediri memiliki proses yang sistematis dengan beberapa tahapan Perhitungan bagi hasil menggunakan Revenue Sharing.[[31]](#footnote-31) Kendala dalam pembiayaan mudharabah yaitu pembiayaan Mudharabah belum amat dikenal oleh masyarakat. sebab internal dan faktor gelobal, maka tidak dapat bagi hasil karena usaha anggotannya tidak berkembang dengan baik.

Dan adanya laporan keuangan tiap bulan, dan pemberian pembiayaan mudharabah yang sifatnya masih jangka pendek dan sebagian persyaratan yang belum bisa dipenuhi oleh anggota. Adapun solusi dari kendala tersebut adalah koperasi Syariah harum Dhaha kediri harus lebih transparan dalam mengembangkan produk-produk pembiayaan mudharabah, membuat persyaratan yang lebih ringan, harus mengutamakan prinsip Syariah dan lebih prima dalam menangani Anggota.

Berdasarkan uraian Yang sudah dipaparkan tersebut bahwa pelaksanaan pembiayaan mudarabah pada Koperasi syariah harum Dhaha kota kediri memilik prosedur yang sistematis dengan Pengunaan pembiayaan minimal harus 50 juta, persyaratan yang sulit untuk dipenuhi oleh anggota, karena sebagian besar Masyarakat juga masih merupakan pengusaha kecil.[[32]](#footnote-32) Menurut Wahab dalam Van Meter dan Van Horn “penerapan merupakan tindakan-tindakan yang dilakukan baik oleh individu-individu atau kelompok-kelompok yang diarahkan pada tercapainya tujuan yang telah digariskan dalam keputusan”. Dalam hal ini penerapan adalah pelaksanaan sebuah hasil kerja yang diperoleh melalui sebuah cara agar dapat dipraktekkan kedalam masyarakat.[[33]](#footnote-33)

Adapun penerapan merupakan sebuah kegiatan atau unsur penting dan mutlak dalam menjalankan pengembangan produk pembiayaan mudharabah tersebut:[[34]](#footnote-34)

1. Adanya program yang dilaksanakan
2. Adanya kelompok target, yaitu masyarakat yang menjadi sasaran dan diharapkan akan menerima manfaat dari program tersebut.
3. Adanya pelaksanaan, baik organisasi atau perorangan yang bertanggung jawab dalam pengelolaan, pelaksanaan maupun pengawasan dari proses penerapan tersebut.
4. **Evaluasi Pengembangan Produk Pembiayaan Mudharabah**

Secara harfiah kata evaluasi berasal dari bahasa Inggris evaluation, dalam bahasa Arab Al-Taqdir, dalam bahasa Indonesia berarti penilaian.[[35]](#footnote-35) Menurut pengertian istilah, evaluasi merupakan kegiatan yang terencana untuk mengetahui keadaan suatu objek dengan menggunakan instrument dan hasilnya dibandingkan dengan tolak ukur untuk memperoleh kesimpulan.[[36]](#footnote-36) Secara Etimologi, evaluasi artinya penilaian, sehingga mengevaluasi yang intinya memberikan penilaian atau menilai.[[37]](#footnote-37)

Sedangkan menurut Husein Umar, evaluasi pengembangan produk pembiayaan mudharabah adalah suatu proses untuk menyediakan informasi tentang sejauh mana suatu kegiatan tertentu telah dicapai, bagaimana perbedaan pencapaian itu dengan suatu standar tertentu untuk mengetahui apakah ada selisih diantara keduanya, serta bagaimana manfaat yang telah dikerjakan itu bila dibandingkan dengan harapan – harapan yang ingin diperoleh.[[38]](#footnote-38) Sedangkan menurut Nurul Hidayati dalam bukunya yang berjudul Metodologi Penelitian koperasi syariah, evaluasi pengembangan produk ini memiliki pengertian mengkritisi suatu program dengan melihat kekurangan, kelebihan, pada kontek, input, proses, dan produk pada sebuah program.[[39]](#footnote-39)

Dari penjelasan di atas, menerangkan bahwa dalam evaluasi pengembangan produk pembiayaan mudharabah merupakan suatu proses penilaian terhadap kegiatan atas kegiatan yang telah terlaksana. Untuk mengidentifikasi masalah, mengumpulkan data dan menganalisis data, menyimpulkan hasil yang telah dicapai, dan dapat menjadi rumusan kebijakan. Sehingga dapat mengetahui keberhasilan sebuah kegiatan yang sudah direncanakan serta harapan – harapan yang ingin diperoleh.

Seperti yang dipaparkan di atas, setiap kegiatan tentunya ingin mencapai sebuah keberhasilan dalam kegiatan yang sudah direncanakan serta harapan-harapan yang ingin diperoleh, dan memperbaiki kesalahan yang menghambat keberhasilan. Maka dari itu dalam evaluasi pengembangan produk mudharabah merupakan suatu hal penting yang dilakukan, dalam hal ini, diantarannya :[[40]](#footnote-40)

1. Pencapaian. Guna melihat apa yang sudah dicapai.
2. Mengukur kemajuan. Melihat kemajuan dikaitkan dengan objektif program.
3. Meningkatkan pemantauan. Agar tercapai manajemen yang lebih baik.
4. Mengidentifikasi kekurangan dan kelebihan. Agar dapat memperkuat program itu sendiri Melihat apakah usaha sudah dilakukan secara efektif. Guna melihat perbedaan apa yang terjadi setelah diterapkan suatu program.
5. Biaya dan manfaat. Melihat apakah biaya yang dikeluarkan cukup masuk akal.
6. Mengumpulkan informasi. Guna merencanakan dan mengolah kegiatan program secara lebih baik.
7. Berbagai pengalaman. Guna melindungi pihak lain terjebak dalam kesalahan yang sama, atau untuk mengajak seseorang untuk ikut melaksanakan metode yang serupa bila metode yang dijalankan telah berhasil dengan baik.
8. Meningkatkan keefektifan. Agar dapat memberikan dampak yang lebih luas.
9. Memungkinkan perencanaan yang lebih baik. Karena memberikan kesempatan untuk mendapatkan masukan dari masyarakat, komunitas fungsional dan komunitas local.
1. Veithzal Rivai dan Andria Permata Veithzal*, Islamic Financial Management*, (Jakarta: Grafindo, 2008), h. 239. [↑](#footnote-ref-1)
2. Dzajuli dan Yadi janwari, *Lembaga-Lembaga Perekonomian Umat*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada , 2002), h. 120. [↑](#footnote-ref-2)
3. Firdaus NH dkk*, Dasar dan Strategi Pemasaran Syariah*., h23. [↑](#footnote-ref-3)
4. Kotler dan Armstrong, *Dasar-dasar Pemasaran Jasa Produk pada Anggota*., h. 48 [↑](#footnote-ref-4)
5. Kasmir, *Pemasaran Bank*., h 153-154 [↑](#footnote-ref-5)
6. Murti Sumarni, *Marketing Perbankan*, (Yogyakarta: Liberty, 1997),. h 269 [↑](#footnote-ref-6)
7. Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: Ekonesia, 2008), h.127. [↑](#footnote-ref-7)
8. Nana Herdiana Abdurahman, *Manajemen Strategi*., h. 231. [↑](#footnote-ref-8)
9. Veithzal Rivai, *Islamic Financial Managemen,* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2008), h. 345 [↑](#footnote-ref-9)
10. Pusat Bahasa departemen pendidikan nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia,* (Jakarta: BalaiPustaka, 1989), h. 414. [↑](#footnote-ref-10)
11. Naf‟An, *Pembiayaan Mudharabah*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014, h.113. [↑](#footnote-ref-11)
12. Wiroso, *Penghipunan Dana dan Distribusi Hasil Usaha Bank Syariah*, Jakarta: PT Grasindo, 2005, h. 38 [↑](#footnote-ref-12)
13. Neneng Nurhasanah, *Mudharabah*.., h. 78 [↑](#footnote-ref-13)
14. Kala Itu Nabi Muhammad Saw  Berusia Kira-Kira 20-25 Tahun, Dan Belum Menjadi Nabi (Adiwarman A Karim, 2004, Bank Islam, Analisis Fiqih Dan Keuangan Edisi 2, Pt Raja Grafindo, Jakarta) Hal. 180; [↑](#footnote-ref-14)
15. M. Anwar Ibrahim, “Konsep Profit Dan Loss Sharing System Menurut Empat Madzhab”. Makalah Tidak Diterbitkan, Hal 1-2. Menurut Al Qur’an, Lihat Misalnya Dalam Qs (73:20). Menurut Sunnah, Diantaranya Hadits Ibnu Abbas Ra, Bahwa Nabi Mengakui Syarat-Syarat Mudharabah Yang Ditetapkan Al Abbas Bin Abdul Muthalib Kepada Mudharib. Menurut Ijma’, Karena Sistem Ini Sudah Dikenal Sejak Zaman Nabi Dan Zaman Sesudahnya. Para Sahabat Banyak Yang Mempraktekkannya Dan Tidak Ada Yang Mengingkarinya.  [↑](#footnote-ref-15)
16. Departemen Agama RI*, Al quran dan terjemaahaan*, (Jakarta : Al-Huda, 2002), 990 [↑](#footnote-ref-16)
17. Muhammad Syafii Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, h. 97 [↑](#footnote-ref-17)
18. Adiwarman Karim, *Bank Islam Analisis fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), h. 205 [↑](#footnote-ref-18)
19. Muhammad Syafii Antonio*, Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, h. 97-98 [↑](#footnote-ref-19)
20. Rizal Yaya, dkk*., Akuntansi Pebankan Syariah Teori dan Praktik Kontemporer*, (Jakarta : Salemba Empat, 2014), h. 116-117 [↑](#footnote-ref-20)
21. *Hadits Riwayat. Ibnu Majah no. 2280, kitab at-Tijarah.* (Beirut: Dar al- Fikr, 2005). [↑](#footnote-ref-21)
22. Al- Ijma’, Muhammad Fu’ad Abdul, Hadits Riwayat, *Shahih Bukhari Muslim. Kitab Bulughul Mahrom* mudharabah-antara-fikih-dan-praktek. 2013. [↑](#footnote-ref-22)
23. Abbas Bin Abu Muthalib, *Hadits Riwayat Tabrani*, Kitab Buluqhul Mahrom, 2022, h. 116 [↑](#footnote-ref-23)
24. Abbas Bin Abdul Muthalib, *Hadits Riwayat Tabrani*, Kitab Buluqhul Mahrom, 2022, h. 116 [↑](#footnote-ref-24)
25. Syifa Zakiya Nurlatifa, *Ekonomi Syariah. Strategi Pengembangan Minat Anggtota*. Desember 2017, h. 32 [↑](#footnote-ref-25)
26. Noor Komari Pratiwi, *Pengaruh Tingkat Pendidikan: Perhatian Orang Tua, dan Minat Belajar Siswa Terhadap Prestasi Belajar Bahasa Indonesia Siswa,.* Desember 2015. Hlm. 88 [↑](#footnote-ref-26)
27. Afdillah Firdaus, *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Minat Konsumen Produk Pengembangan*, Jurnal JOM FISIP, Maret 2017, h. 3 [↑](#footnote-ref-27)
28. Arif Mustofa dan Pairun Roniwijaya, *Pengembangan Produk Kerja Industri dalam Minat Anggota,* Jakarta: Jurnal Taman Vokasi, 2014, h. 210 [↑](#footnote-ref-28)
29. Ariensyah Akbar, “*Jenis-Jenis Simpanan Dan Pinjaman* pada *Mudharabah*“, 17 Desember 2010 Dari, Jenis-Jenis-Dan-Pinjaman-Pembiayaan-Koperasi.Html [↑](#footnote-ref-29)
30. Wahab Az-Zuhaili. “*Melaksanakan Pembiayaan Pada Akad Mudharabah*”. Koperasi Syrai’ah. 2020, h. 35 [↑](#footnote-ref-30)
31. Lukman Ali, “*Perhitungan Bagi Hasil Revenue Sharing*”,. Koperasi Syariah. 2022. . 36 [↑](#footnote-ref-31)
32. Rozalinda*, Fiqih Ekonomi Syariah*” Jakarta : Rajawali Press, 2017, h. 7 [↑](#footnote-ref-32)
33. Sayid Sabiq, “*Fiqih As-Sunnah”,* Dalam Rozalinda, *Fiqih Ekonomi Syariah*, (Cet,II: Jakarta: Rajawali Perss, 2017), h. 2005 [↑](#footnote-ref-33)
34. Badudu Dan Sutan Muhammad Zain “Teori Penerapan” (2010), h. 1487 Http://Belajarpendidikanperbankan.Blokspot.Co.Id/2017/03/Pengertian-Penerapan-Dan-Unsur-Dalam-Pengembangan-Produk. h. 37 [↑](#footnote-ref-34)
35. Anas Sudijono, *Pengantar Evaluasi Perbankan* (Jakarta: Rajawali Press,2019), h.1 [↑](#footnote-ref-35)
36. M. Chatieb Toha, *Teknik Evaluasi Perbankan*, Edisi Kr-2, (Jakarta: Rajawali Press 1990).h.1 [↑](#footnote-ref-36)
37. Tim Penyusun, *Kamus Besar Bahasa Indonesia,* Edisi Kedua, (Jakarta Balai Pustaka, 1995), h.36 [↑](#footnote-ref-37)
38. Husein Umar*, Evaluasi Kinerja Pengembangan Produk Perbankan Koperasi Perusahaan*, (Jakarta : PT Gramedia 2006), h. 36 [↑](#footnote-ref-38)
39. Nurul Hidayati, *Metodologi Penelitian Perbankan*, UIN Jakarta, h. 124 [↑](#footnote-ref-39)
40. Isbandi Hidayati Adi, Pemberdayaan, Pengembangan Produk Pembiayaan Mudharabah pada Masyarakat Dan Intervensi Komunitas Pengantar Pada Pemikiran Dan Pendekatan Praktis (Jakarta : FEUI), Edisi Revisi, h. 188 [↑](#footnote-ref-40)