

Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kemampuan UMKM dan Kesejahteraan UMKM Pada Koperasi Syariah Kaum Ibu Al-Ikhlas Medan

Indah Apriyani Nasution^{1*}, Muhammad Yafiz²⁾, Nur Ahmadi Bi Rahmani³⁾

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sumatera Utara Medan

*Email korespondensi: indahnasution26@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze the effect of financing, coaching, promotion, on the ability of micro-enterprises and increasing the welfare of micro-enterprises. The purpose of the cooperative is the welfare of its members and the programs provided by the cooperative to create new jobs for the community and members of the cooperative. This type of research uses quantitative research. The sample in this study are all members of sharia cooperatives who work at the Kaum Ibu Al-Ikhlas Sharia Cooperative in Medan City which are registered in the 2021 BPS, with a total of 152 members. Based on the results of the hypothesis analysis, it was obtained that P Values (0.00222) < 0.05 and t statistics (3.07501) > 1.96, it was concluded that Financing had a significant effect on Micro Enterprise Capability. Based on the analysis results obtained P Values (0.00111) < 0.05 and t statistics (3.28092) > 1.96.

Keywords: Financing, Coaching, Promotion, Business Ability, Business Prosperity

Saran sitasi: Nasution, I. A., Yafiz, M., & Rahmani, N. A. (2023). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kemampuan UMKM dan Kesejahteraan UMKM Pada Koperasi Syariah Kaum Ibu Al-Ikhlas Medan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(01), 905-914. doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i1.8568>

DOI: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i1.8568>

1. PENDAHULUAN

Hadirnya koperasi jasa keuangan merupakan bentuk gerakan ekonomi rakyat. Koperasi, termasuk koperasi simpan pinjam merupakan salah satu bentuk kebijakan penanggulangan masalah kesejahteraan sosial dalam rangka pemberdayaan ekonomi masyarakat. Dengan adanya gerakan ekonomi rakyat atau koperasi tersebut mampu membangun masyarakat untuk optimis dalam meningkatkan kesejahteraannya dikarenakan pada dasarnya anggota koperasi terdiri dari masyarakat kalangan ekonomi rendah. Maka tujuan koperasi ialah mensejahterakan anggota-anggotanya dan program-program yang diberikan oleh koperasi untuk menciptakan lapangan pekerjaan terbaru bagi masyarakat dan anggota-anggota koperasi tersebut. sehingga bentuk keberhasilan koperasi dalam meningkatkan kesejahteraan sosial ekonomi anggotanya akan lebih terukur, apabila aktivitas ekonomi yang dilakukan oleh anggota dilakukan melalui koperasi dan peningkatan kesejahteraannya akan lebih mudah (Arifin sitio dan halomoan tamba,2011). Untuk

memberikan kontribusi kepada setiap pelaku usaha kecil dan menengah tersebut maka koperasi harus melakukan pengembangan dan kemampuan dalam pengelolaan secara efisien dan terampil. Hal tersebut dilakukan dikarenakan koperasi merupakan wadah perekonomian yang baik bagi pelaku usaha kecil dan menengah. Dikatakan wadah bagi pelaku usaha kecil dan menengah karena setiap anggota koperasi memiliki hak atas kemakmuran yang akan di kembangkan oleh koperasi tersebut.

Selain dalam meningkatkan kemampuan dan pengembangan koperasi tersebut maka koperasi mampu memberikan kontribusi yang besar bagi setiap pelaku usaha kecil dan menengah seperti memberikan pembiayaan, pembinaan serta promosi untuk dapat mensejahterakan pelaku usaha kecil dan menengah atau anggota koperasi tersebut, hal tersebut di lakukan untuk meningkatkan perekonomian daerah dan perekonomian anggota koperasi, sehingga dapat dikatakan bahwa koperasi tersebut mampu mensejahterakan anggota koperasinya dan dapat mencapai tujuan koperasi.

Koperasi selain mampu meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan anggotanya koperasi juga mampu membangun ekonomi daerah serta ekonomi Indonesia dimana koperasi salah satu faktor yang mampu meningkatkan perekonomian nasional. Adapun kesejahteraan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dapat dilihat dari pertumbuhan dan perkembangan UMKM di daerah tertentu dimana aktivitas UMKM dapat mendorong pertumbuhan ekonomi daerah dimana Pertumbuhan ekonomi Sumatera Utara pada triwulan II- 2021 mencapai 4,95 persen atau mampu berbalik dibandingkan dengan periode yang sama tahun lalu, yakni minus 2,37 persen. Pertumbuhan ekonomi terutama ditopang oleh geliat usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) hal tersebut ditegaskan Gubernur Sumatera Utara Edy Rahmayadi yaitu “Tulang punggung pertumbuhan ekonomi Sumut adalah UMKM. Sektor ini bisa bertahan selama pandemic, khususnya yang berorientasi ekspor. Jadi kita akan dorong UMKM kearah ekspor” medan, Kamis (28/10/2021).

Untuk mendorong peningkatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), ada dua hal yang akan dilakukan, yakni digitalisasi dan membantu pembiayaan. Peningkatan penyaluran kredit usaha rakyat (KUR) pun terus dilakukan untuk membantu pembiayaan. Pada periode Januari-Oktober 2021, KUR di Sumut telah disalurkan sebesar Rp10,5 triliun kepada 164.146 debitur.

Adapun peran kaum ibu-ibu koperasi syariah al ikhlas dalam meningkatkan ekonomi keluarga sebagai upaya dalam meningkatkan kesejahteraan rumah tangganya. Banyak hal yang dapat dilakukan oleh ibu rumah tangga untuk menambah penghasilan keluarga yaitu dengan bekerja sampingan. Misalnya, dengan mengelola usaha kecil-kecilan, membuka warung nasi, menjadi penjaga toko, berdagang di pasar dan sebagainya. Pada kehidupan sekarang, tuntutan kehidupan saat ini semakin bertambah terutama bidang sosial dan ekonomi. Semua ini mengakibatkan status perempuan tidak lagi sebagai ibu rumah tangga saja, melainkan dituntut perannya dalam berbagai kehidupan sosial kemasyarakatan, seperti turut bekerja membantu suami untuk menopang ekonomi keluarga. Maka perlu diperhatikan bagi Koperasi untuk tetap menjaga kualitas dengan upaya mengelola UMKM tersebut untuk profit dan mencapai kesejahteraan bagi anggota koperasi. Namun hal tersebut belum dapat dilakukan secara maksimal,

masih adanya anggota koperasi yang belum siap untuk bersaing di pasar, dan belum mampu menciptakan produk yang sesuai dengan permintaan pasar, sedangkan koperasi sudah melakukan upaya untuk meningkatkan kesejahteraan dan kemampuan umkm dengan cara memberik pembiayaan terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), memberikan pembinaan kepada UMKM, dan melakukan promosi produk UMKM, namun masih adanya UMKM yang belum mampu bersaing di pasar serta belum mempunyai umkm memberikan produk yang sesuai dengan permintaan pasar. Maka dari itu hal ini menjadi GAP teori pada penelitian ini.

1.1. Pembiayaan

Pembiayaan adalah penyediaan dana atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berupa transaksi bagi hasil, transaksi sewa- menyewa termasuk sewamenyewa jasa, transaksi jual beli, dan transaksi pinjam-meminjam berdasarkan persetujuan atau kesepakatan UUD dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai dan/atau diberi fasilitas dana untuk mengembalikan dana tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan ujah, tanpa imbalan, margin, atau bagi hasil.

1.2. Pembinaan

Pembinaan adalah suatu usaha, tindakan dan kegiatan yang dilakukan secara berdaya guna berhasil guna untuk memperoleh hasil yang lebih baik. (Poerwadarmita,2012). Pembinaan adalah suatu proses atau pengembangan yang mencakup urutan-urutan pengertian, diawali dengan mendirikan, menumbuhkan, memelihara pertumbuhan tersebut yang disertai usaha usaha perbaikan, menyempurnakan, dan mengembangkannya. Salah satu definisi, pembinaan adalah suatu proses atau pengembangan yang mencakup urutan-urutan pengertian, diawali dengan mendirikan, menumbuhkan, memelihara pertumbuhan tersebut yang disertai usaha-usaha perbaikan, menyempurnakan, dan mengembangkannya. Sasaran dari pembinaan usaha kecil adalah untuk mengembangkan usaha kecil menjadi usaha besar.

1.3. Promosi

Promosi adalah sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan konsumennya. Promosi adalah sarana dari perusahaan untuk mengenalkan dan memberi informasi produknya kepada calon konsumen. Ada beberapa teknik

promosi yang digunakan seperti penjualan perseorangan atau individu, pameran dan periklanan.

Promosi merupakan elemen bauran pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kembali konsumen akan merek dan produk perusahaan. (Tjiptono,2015) Sedangkan menurut (Buchory,2017) promosi adalah salah satu unsur dalam bauran pemasaran perusahaan yang didayagunakan untuk memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan tentang produk perusahaan.

1.4. Kemampuan Usaha Mikro

Usaha Mikro Kecil Menengah dapat dikatakan mampu jika memiliki kemampuan komoditas atau memasuki pasar luar negeri dan kemampuan untuk dapat bertahan di pasar tersebut, dan jika suatu produk mempunyai daya saing maka produk yang diproduksi oleh UMKM yang banyak diminati oleh konsumen. Dalam persaingan produk UMKM harus memiliki keunggulan kompetitif dan dikelompokkan menjadi dua macam, yaitu keunggulan alamiah atau keunggulan absolut dan keunggulan yang dikembangkan. (Abdul Halim,2020).

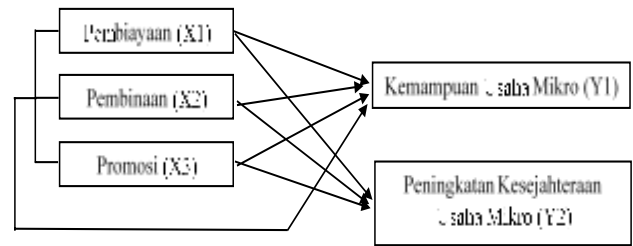
1.5. Kesejahteraan Usaha Mikro

Kesejahteraan sering diasosiasikan dengan proses distribusi sumber daya yang ada kepada publik, baik secara tunai maupun dalam bentuk tertentu (cash benefits or benefits in kind). Konsep kesejahteraan juga terkait erat dengan kebijakan sosial-ekonomi yang berupaya untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat secara umum.

Kesejahteraan UMKM sangat berpengaruh kepada pelaku UMKM itu sendiri. Kesejahteraan UMKM adalah suatu kondisi yang memperlihatkan tentang keadaan kehidupan masyarakat yang dapat dilihat dari standar kehidupan masyarakat.

1.6. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir adalah gambaran sederhana untuk menerangkan keterkaitan antara variabel penelitian dan prosedur kerja penelitian untuk memecahkan masalah penelitian. Penelitian ini terdapat tiga variabel bebas yaitu Pembiayaan, Pembinaan, Promosi serta dua variabel terikat yaitu Kemampuan Usaha Mikro dan Peningkatan Kesejahteraan Mikro. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dijelaskan melalui gambar :



Gambar.1 Kerangka Berfikir

2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif menjadi acuan dalam pelaksanaan penelitian yang secara teori berkaitan erat dengan filsafat positivisme sebagai landasan berpikir ilmiah dan pengaplikasian analisis statistik dalam rangka pengujian hipotesis yang dibangun berdasarkan masalah penelitian. Desain penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bersifat asosiatif (Juliandi,2013). penelitian asosiatif adalah penelitian yang berupaya untuk mengkaji bagaimana suatu variabel memiliki keterkaitan atau berhubungan dengan variabel lain, atau apakah suatu variabel dipengaruhi oleh variabel lainnya, atau apakah suatu variabel menjadi sebab perubahan variabel lainnya.

Penelitian ini dilakukan untuk melihat seberapa besar pengaruh Pembiayaan(X1), Pembinaan (X2), Promosi (X3), Kemampuan (Y1) dan Peningkatan Kesejahteraan (Y2) pada Anggota Koperasi Syariah Kaum Ibu Al- Ikhlas Medan. Penelitian ini dilakukan di Koperasi Syariah Kaum Ibu Al-Ikhlas yang ada di Kota Medan yang terdaftar dalam BPS Sumut tahun 2021. Waktu yang digunakan untuk penelitian ini dimulai pada Agustus 2021. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Anggota koperasi syariah yang bekerja di Koperasi Syariah Kaum Ibu Al-Ikhlas Kota Medan yang terdaftar dalam BPS tahun 2021 yang berjumlah 152 anggota

Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling yaitu teknik pemilihan sampel dengan menetapkan sampel dengan cara memilih sampel diantara populasi sesuai dengan yang dikehendaki peneliti, sehingga sampel tersebut dapat mewakili karakteristik populasi yang telah dikenal sebelumnya

Penelitian ini terdiri atas dua variabel terikat, tiga variabel bebas dan dua variabel terikat. Yang menjadi variabel terikat adalah Kemampuan Usaha Mikro (Y1) dan Peningkatan Kesejahteraan Usaha Mikro (Y2). Variabel bebasnya adalah Pembiayaan (X1), Pembinaan (X2), Promosi (X3).

Structural Equation Model adalah salah satu bidang kajian statistik yang dapat menguji sebuah rangkaian hubungan yang biasanya sulit diukur secara bersamaan. Structural Equation Modelling (SEM) merupakan metode analisis yang dapat digunakan untuk menggambarkan keterkaitan hubungan linear secara simultan antara variabel terikat dan variabel bebas. (Ghozali, 2014)

$$\eta_1 = \beta_0 + \beta_1 \eta + \Gamma \xi_1 + \Gamma \xi_2 + \Gamma \xi_3$$

$$\eta_2 = \beta_0 + \beta_1 \eta + \Gamma \xi_1 + \Gamma \xi_2 + \Gamma \xi_3$$

Dimana:

η : Faktor konstruk endogen (Variabel Y)

β : Koefisien

ξ : Faktor konstruk eksogen (Variabel X)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Analisa outer model

Analisis outer model dilakukan untuk memastikan bahwa measurement yang digunakan telah valid dan reliabel untuk dijadikan pengukuran. Dalam analisa ini menspesifikasikan hubungan antara variabel indikator dan variabel laten.

3.1.1. Convergent Validity

Convergent Validity adalah sebuah indikator yang dinilai berdasarkan hubungan antara item skor dengan konstruk skor yang bisa dilihat dari standardized loading faktor yang menggambarkan besarnya hubungan antar setiap item dengan konstraknya. Ukuran refleksi individual bernilai tinggi jika berkorelasi >0,7 dengan konstruk yang akan diukur.

Berdasarkan analisis Outler Loading 17 buah pertanyaan yang digunakan valid karena nilai loading factor > 0,07 sedangkan terdapat 3 buah pertanyaan tidak valid yaitu pertanyaan X1.2, Y2.2 dan Y2.3 karena memiliki nilai loading factor < 0,07. Kesimpulan 17 pertanyaan yang digunakan oleh peneliti bisa dipahami oleh respondeen dan 3 pertanyaan harus dibuang atau diganti.

3.1.2. Discriminat Validity

Descriminant Validity adalah suatu model pengukuran dengan menggambarkan indikator yang dinilai berdasarkan crosloading pengukuran dengan konstruk. Jika hubungan konstruk dengan item pengukuran lebih besar daripada ukuran konstruk lainnya maka menunjukkan ukuran blok tersebut lebih baik daripada blok lainnya. Digunakan untuk membuktikan bahwa pertanyaan-pertanyaan pada setaip variabel laten tidak dikacaukan oleh responden- redponden yang menjawab kuesioner berdasarkan

pertanyaan-pertanyaan pada variabel laten lainnya, khusus dalam hal makna-makna pertanyaan-pertanyaan. Validitas diskriminan terpenuhi apabila Average Variance Extracted (AVE) dari varians rata-rata yang diekstraks harus lebih tinggi dari pada korelasi yang melibatkan variabel laten tersebut (Kock and Lynn, 2010)

Tabel.1 Discriminant Validty

	Kemampuan (Y1)	Kesejahteraan (Y2)	Pembiayaan (X1)	Pembinaan (X2)	Promosi (X3)
Kemampuan (Y1)	0.81176				
Kesejahteraan (Y2)	-0.09551	0.72490			
Pembiayaan (X1)	0.71395	-0.12371	0.83262		
Pembinaan (x2)	0.36536	0.16615	0.28104	0.85653	
Promosi (X3)	0.75126	-0.18396	0.59629	0.08113	0.87469

Berdasarkan analisis Average Variance Extracted (AVE) seluruh pertanyaan yang digunakan valid karena nilai varians rata-rata yang diekstraks lebih tinggi dari pada nilai korelasi yang melibatkan variabel laten tersebut. Misal Y1 terhadap Y1 = 0,81176, nilai tersebut lebih tinggi dari Y1 terhadap Y2 (-0,09551), X1 (0,71395), X2 (0,36536), dan X3 (0,75126). Kesimpulan jawaban-jawaban responden secara keseluruhan tidak dikacaukan oleh jawaban-jawaban responden yang menjawab asal- asalan.

3.1.3. Realibilitas Cronbach Alpha.

Menurut Dahlan et.al (2014) skala alpha yang reliabel jika nilai Cronbach Alpha > 0,6. Berdasarkan hasil analisis Cronbach Alpha disimpulkan seluruh pertanyaan yang terdapat di angket reliabel karena nilai Cronbach Alpha > 0,6.

Tabel.2 Realibilitas Cronbach Alpha.

	Cronbach's Alpha	Reliabel
Kemampuan (Y1)	0.82627	Reliabel
Kesejahteraan (Y2)	0.81677	Reliabel
Pembiayaan (X1)	0.85215	Reliabel
Pembinaan (x2)	0.87757	Reliabel
Promosi (X3)	0.89673	Reliabel

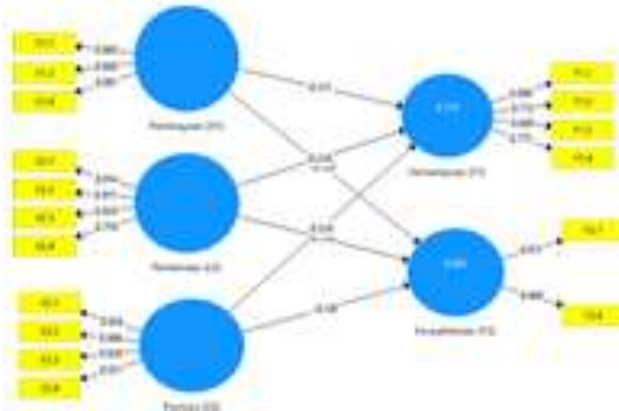
3.1.4. Composite reliability

Composite reliability adalah suatu indikator untuk mengukur sebuah konstruk yang bisa dilihat pada view laten coefficient. Pengukuran menggunakan cronbach's alpha tercapai apabila nilanya adalah >0,7 dan dikatakan konstruk tersebut memilki relibialitas yang tinggi.

Analisis Inner Model

Analisis Inner Model menggambarkan korelasi antara variabel laten berdasarkan pada substantive theory. Analisis inner model menggunakan R- square untuk konstruk dependen. Dalam analisis inner model

dengan PLS (Partial Least Square) dimulai dengan melihat R-square pada variabel laten dependen. Kemudian mengukur nilai R-square dapat dengan cara melihat nilai Q-square prediktif relevansi. Nilai Q-square yang lebih besar dari 0 menggambarkan bahwa inner model mempunyai nilai prediktif relevan. Sedangkan apabila nilai Q-square kurang dari 0 maka inner model kurang memiliki produktif relevan.



Gambar.2 Analisis Inner Model

a. R-Square Test

Nilai R-square atau koefisien determinasi menunjukkan keragaman konstruk endogen yang mampu dijelaskan oleh konstruk-construct eksogen secara serentak. Nilai R-square digunakan untuk mengukur tingkat variabilitas perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Parameter ini juga digunakan untuk mengukur kelayakan model prediksi dengan rentang 0 sampai 1. Semakin tinggi nilai R-square maka semakin besar pula pengaruh variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen. Nilai R-square dapat mendeteksi pengaruh langsung dari variabel eksogen tertentu terhadap variabel endogen. Berikut hasil analisis R-Square Test.

b. Q-Square Test

Q-square test dalam PLS digunakan untuk predictive relevancy dalam model konstruktif. Pada penilaian goodness of fit bisa diketahui melalui nilai Q2. Nilai Q2 memiliki arti yang sama dengan koefisien determinasi (R-Square) pada analisis regresi, di mana semakin tinggi R-Square, maka model dapat dikatakan semakin fit dengan data. Q-square mengukur seberapa baik nilai observasi yang dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya.

Koefisien Jalur

Koefisien jalur menunjukkan seberapa besar hubungan atau pengaruh konstruk laten yang

dilakukan dengan prosedur bootstrapping. Pengujian hipotesis terkait dengan pengujian hubungan antar variabel. Pengujian hipotesis ditempuh dengan melihat hasil uji secara parsial untuk masing-masing variabel. Hasil analisis sebagai berikut :

Tabel.3 Koefisien Jalur

	Original Sample (O)	T Statistics ((O/STDEV))	P Values
Pembiayaan (X1) -> Kemampuan (Y1)	0.33096	3,07501	0.00222
Pembiayaan (X1) -> Kesejahteraan (Y2)	-0.10268	0.55877	0.57657
Pembinaan (X2) -> Kemampuan (Y1)	0.22821	3,28092	0.00111
Pembinaan (X2) -> Kesejahteraan (Y2)	0.13785	0.67717	0.49861
Promosi (X3) -> Kemampuan (Y1)	0.52768	5.82215	0.00000
Promosi (X3) -> Kesejahteraan (Y2)	-0.10478	0.50577	0.61324

a. Pembiayaan (X1) -> Kemampuan (Y1)

Berdasarkan hasil analisis diperoleh P Values (0,00222) < 0,05 dan t statistik (3,07501) > 1,96 maka disimpulkan Pembiayaan Berpengaruh signifikan Terhadap Kemampuan Usaha Mikro. Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai Original Sample (O) sebesar 0,33096 sehingga disimpulkan hubungan Pembiayaan (X1) terhadap Niat kemampuan usaha makro (Y1) adalah positif.

b. Pembiayaan (X1) -> Kesejahteraan (Y2)

Berdasarkan hasil analisis diperoleh P Values (0,57657) > 0,05 dan t statistik (0,55877) < 1,96 maka disimpulkan Pembiayaan tidak Berpengaruh signifikan Terhadap Kesejahteraan Usaha Mikro. Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai Original Sample (O) sebesar - 0,10268 sehingga disimpulkan hubungan Pembiayaan (X1) terhadap Niat kesejahteraan usaha makro (Y2) adalah negatif.

c. Pembinaan (X2) -> Kemampuan (Y1)

Berdasarkan hasil analisis diperoleh P Values (0,00111) < 0,05 dan t statistik (3,28092) > 1,96 maka disimpulkan Pembinaan Berpengaruh signifikan Terhadap Kemampuan Usaha Mikro. Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai Original Sample (O) sebesar 0,22821 sehingga disimpulkan hubungan Pembinaan (X2) terhadap Niat kemampuan usaha makro (Y2) adalah positif.

d. Pembinaan (X2) -> Kesejahteraan (Y2)

Berdasarkan hasil analisis diperoleh P Values (0,49861) < 0,05 dan t statistik (0,67717) < 1,96 maka disimpulkan Pembinaan Berpengaruh signifikan Terhadap Kesejahteraan Usaha Mikro. Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai Original Sample (O) sebesar 0,13785 sehingga disimpulkan hubungan Pembinaan (X2) terhadap kesejahteraan usaha makro (Y2) adalah positif.

e. Promosi (X3) -> Kemampuan (Y1)

Berdasarkan hasil analisis diperoleh P Values (0,0000) < 0,05 dan t statistik (5,82215) > 1,96 maka disimpulkan Promosi Berpengaruh signifikan Terhadap kemampuan Usaha Mikro. Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai Original Sample (O) sebesar 0,52768 sehingga disimpulkan hubungan Promosi (X3) terhadap kemampuan usaha makro (Y1) adalah positif.

f. Promosi (X3) -> Kesejahteraan (Y2)

Berdasarkan hasil analisis diperoleh P Values (0,61324) > 0,05 dan t statistik (0,50577) < 1,96 maka disimpulkan Promosi Berpengaruh signifikan Terhadap kesejahteraan Usaha Mikro. Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai Original Sample (O) sebesar -0,10478 sehingga disimpulkan hubungan Promosi (X3) terhadap kesejahteraan usaha makro (Y1) adalah negatif.

3.2. Pembahasan

3.2.1. Pembiayaan Berpengaruh Terhadap Kemampuan Usaha Mikro

Berdasarkan hasil analisis hipotesis diperoleh nilai P Values (0,00222) < 0,05 dan t statistik (3,07501) > 1,96 maka disimpulkan Pembiayaan Berpengaruh signifikan Terhadap Kemampuan Usaha Mikro. Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai Original Sample (O) sebesar 0,33096 sehingga disimpulkan hubungan Pembiayaan (X1) terhadap Niat kemampuan usaha makro (Y1) adalah positif. Berdasarkan penelitian terdahulu oleh Afkar (2017) dengan judul Pengaruh Pembiayaan Usaha Mikro, Kecil, Menengah (Ukm), Dan Kecukupan Modal Terhadap Kemampuan Mendapatkan Laba Dari Aset Perbankan Syariah Di Indonesia diperoleh hasil yang sama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh pembiayaan syariah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) terhadap kemampuan mendapatkan laba sangat signifikan secara parsial sebesar 0.708 atau 70,8%.

Berdasarkan hasil penelitian dan penelitian terdahulu menjelaskan Pembiayaan memberikan pengaruh yang signifikan dan positif terhadap perkembangan kemampuan usaha mikro. terhadap perkembangan UMKM. Pemberian pembiayaan kepada pengusaha usaha mikro dari bank maka hasil pembiayaan dapat digunakan untuk tambahan modal dalam usaha, sehingga dengan demikian pengusaha dapat menjalankan usahanya dengan leluasa bahkan membuka cabang dengan modal yang cukup. Dan hal

ini dapat meningkatkan pendapatan dari usaha yang ia lakukan.

3.2.2. Pembinaan Berpengaruh Terhadap Kemampuan Usaha Mikro

Berdasarkan hasil analisis diperoleh P Values (0,00111) < 0,05 dan t statistik (3,28092) > 1,96 maka disimpulkan Pembinaan Berpengaruh signifikan Terhadap Kemampuan Usaha Mikro. Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai Original Sample (O) sebesar 0,22821 sehingga disimpulkan hubungan Pembinaan (X2) terhadap Niat kemampuan usaha makro (Y2) adalah positif.

Pembinaan adalah suatu proses atau pengembangan yang mencakup urutan-urutan pengertian, diawali dengan mendirikan, menumbuhkan, memelihara pertumbuhan tersebut yang disertai usaha usaha perbaikan, menyempurnakan, dan mengembangkannya. Dalam Peraturan Pemerintah RI Nomor 32 tahun 1998 diatur mengenai beberapa hal. Pembinaan dan pengembangan usaha kecil dilakukan oleh pemerintah, dunia usaha dan masyarakat, baik secara sendiri – sendiri maupun bersama - sama dan dilakukan secara terarah, terpadu dan berkesinambungan.

Berdasarkan hasil penelitian dan penelitian terdahulu menjelaskan pembinaan memberikan pengaruh yang signifikan positif terhadap kemampuan perkembangan usaha mikro. Pembinaan bertujuan untuk mengembangkan keahlian, sehingga pekerjaan dapat diselesaikan dengan lebih cepat dan efektif dan untuk mengembangkan pengetahuan, sehingga pekerjaan dapat dilakukan secara rasional. Kegiatan pembinaan tidak terlepas adanya faktor pendukung dan faktor penghambat, seperti yang di katakan oleh Dewi (2008) bahwa : “Faktor pendukung berupa ketersediaan dana, jalinan kerjasama dengan instansi lain, ketersediaan sarana dan prasarana sedangkan faktor penghambat berupa keterbatasan sumber daya manusia pengusaha, ketidakmampuan pengusaha mengembalikan pinjaman, keterbatasan jumlah pegawai dan keterbatasan informasi”. (Ratna,2008). Kegiatan pembinaan pada dasarnya dilaksanakan untuk menghasilkan perubahan tingkah laku dari orang-orang yang mengikuti pelatihan. Perubahan tingkah laku yang dimaksud adalah dapat berupa tambahnya pengetahuan, keahlian, keterampilan dan perubahan sikap dan perilaku. Pembinaan sangatlah penting untuk meningkatkan kreativitas, keterampilan

dan pengetahuan para pemilik dan karyawan usaha kecil menengah dalam menjalankan bisnisnya agar dapat mengembangkan usahanya lebih maju lagi. Pembinaan usaha kecil pun harus dilakukan, agar kegiatan usaha dapat berkembang menjadi lebih luas lagi. Usaha kecil sebagai kegiatan ekonomi rakyat berskala kecil memiliki peran sentral dalam perekonomian Indonesia. Oleh karenanya dibutuhkan sekali adanya pembinaan.

3.2.3. Promosi Berpengaruh Terhadap Kemampuan Usaha Mikro

Berdasarkan hasil analisis diperoleh P Values ($0,0000$) $< 0,05$ dan t statistik ($5,82215$) $> 1,96$ maka disimpulkan Promosi Berpengaruh signifikan Terhadap kemampuan Usaha Mikro. Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai Original Sample (O) sebesar $0,52768$ sehingga disimpulkan hubungan Promosi (X3) terhadap kemampuan usaha makro (Y1) adalah positif.

Penelitian terdahulu oleh Rini dan Ikhsan (2017) menunjukkan bahwa secara parsial promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Menurut Hamdani dalam Sunyoto (2014) promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Promosi yang bagus dan tepat akan memberikan informasi kepada konsumen sehingga pendapatan usaha akan meningkat dan kemampuan usaha mikro juga meningkat.

Berdasarkan hasil penelitian dan penelitian terdahulu diperoleh promosi berpengaruh signifikan terhadap perkembangan kemampuan usaha mikro. Promosi merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi / membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. (Irsyadi Zain, 2018).

3.2.4. Pembiayaan Berpengaruh Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Usaha Mikro

Berdasarkan hasil analisis diperoleh P Values ($0,57657$) $> 0,05$ dan t statistik ($0,55877$) $< 1,96$ maka disimpulkan Pembiayaan tidak berpengaruh

signifikan Terhadap Kesejahteraan Usaha Mikro. Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai Original Sample (O) sebesar $-0,10268$ sehingga disimpulkan hubungan Pembiayaan (X1) terhadap kesejahteraan usaha makro (Y2) adalah negatif.

Berdasarkan hasil penelitian dan penelitian terdahulu menjelaskan terdapat perbedaan dalam hasil penelitian. Pada penelitian diperoleh Pembiayaan tidak Berpengaruh signifikan Terhadap Kesejahteraan Usaha Mikro. Tidak berpengaruh nya pembiayaan terhadap kesejahteraan usaha mikro disebabkan oleh banyak hal antara lain penggunaan biaya yang tidak tepat, strategi pemasaran manajemen yang tidak bagus, dan tidak konsisten dalam membuka usaha.

Namun, pada penelitian ini pembiayaan tidak dapat memberi pengaruh terhadap kesejahteraan anggota koperasinya, hal tersebut dapat dilihat secara langsung berdasarkan pembiayaan yang telah diberikan oleh koperasi Kaum Ibu Al Ikhlas Kota Medan tidak menumbuhkan nilai ekonomi pada anggota koperasi, dimana perlunya pengelolaan yang baik bagi anggota koperasi atas usaha yang mereka bangun atau UMKM.

3.2.5. Pembinaan Berpengaruh Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Usaha Mikro

Berdasarkan hasil analisis diperoleh P Values ($0,49861$) $< 0,05$ dan t statistik ($0,67717$) $< 1,96$ maka disimpulkan Pembinaan tidak berpengaruh signifikan Terhadap Kesejahteraan Usaha Mikro. Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai Original Sample (O) sebesar $0,13785$ sehingga disimpulkan hubungan Pembinaan (X2) terhadap kesejahteraan usaha makro (Y2) adalah positif.

Berdasarkan hasil penelitian dan penelitian terdahulu dijelaskan terdapat pengaruh yang signifikan antara pembinaan dan kesejahteraan UMKM. Menurut Harjanto (2013) Pembinaan yang dilakukan merupakan wujud pemberdayaan sebagai dorongan bagi masyarakat untuk mengasah kemampuan yang mereka miliki serta dapat dijadikan bekal ilmu pengetahuan dan keterampilan bagi masyarakat yang ingin atau sedang menjalankan usaha mikro. Begitu pula menurut Astari (2017) yang menyatakan pembinaan yang dilakukan dengan baik akan meminimalisir kegagalan usaha. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara Pembinaan (PN) terhadap Perkembangan Usaha (PU).

3.2.6. Promosi Berpengaruh Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Usaha Mikro

Berdasarkan hasil analisis diperoleh P Values (0,61324) > 0,05 dan t statistik (0,50577) < 1,96 maka disimpulkan Promosi tidak berpengaruh signifikan Terhadap kesejahteraan Usaha Mikro. Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai Original Sample (O) sebesar -0,10478 sehingga disimpulkan hubungan Promosi (X3) terhadap kesejahteraan usaha makro (Y1) adalah negatif.

Berdasarkan hasil penelitian dan penelitian terdahulu memperoleh hasil yang berbeda. Terdapat pengaruh yang tidak signifikan antara promosi terhadap kesejahteraan usaha mikro dipengaruhi oleh banyak faktor antara lain iklan yang tidak bagus, kata-kata di iklan susah dimengerti, tempat promosi iklan yang salah dan iklan disebarakan kepada orang yang salah. Kurang tepatnya strategi promosi dalam menyebarkan iklan akan menurunkan penghasilan UMKM sehingga kesejahteraan UMKM tidak tercapai.

3.2.7. Pembiayaan, Pembinaan, Promosi Berpengaruh Terhadap Kemampuan Usaha Mikro

Berdasarkan analisis variabel Pembiayaan, Pembinaan, Promosi dengan SPSS 26, di dapatkan nilai sig (0.000) < 0.05. Diperoleh kesimpulan terdapat pengaruh variabel Pembiayaan, Pembinaan, Promosi secara simultan atau bersama-sama terhadap kemampuan usaha mikro (Y1). Berdasarkan output R-Square Adjust sebesar 0,70387, sehingga bisa disimpulkan variabel Pembiayaan (X1), Pembinaan (X2), Promosi (X3) terhadap variabel kemampuan (Y1) adalah 70,387% sedangkan 29,623% di jelaskan oleh faktor lain.

Usaha Mikro Kecil Menengah dapat dikatakan mampu jika memiliki kemampuan komoditas atau memasuki pasar luar negeri dan kemampuan untuk dapat bertahan di pasar tersebut, dan jika suatu produk mempunyai daya saing maka produk yang diproduksi oleh UMKM yang banyak diminati oleh konsumen. Dalam persaingan produk UMKM harus memiliki keunggulan kompetitif dan dikelompokkan menjadi dua macam, yaitu keunggulan alamiah atau keunggulan absolut dan keunggulan yang dikembangkan. (Abdul Halim,2020). Peningkatan kemampuan usaha mikro dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu penambahan pembiayaan atau modal, pembinaan usaha yang baik dan promosi produk yang bagus dan tepat.

3.2.8. Pembiayaan, Pembinaan, Promosi Berpengaruh Terhadap Kemampuan Usaha Mikro

Berdasarkan analisis variabel Pembiayaan, Pembinaan, Promosi dengan SPSS 26, di dapatkan nilai sig (0.000) < 0.05. Diperoleh kesimpulan terdapat pengaruh variabel Pembiayaan, Pembinaan, Promosi secara simultan atau bersama-sama terhadap kesejahteraan usaha mikro (Y2). Berdasarkan output R-Square Adjust sebesar 0,00788, sehingga bisa disimpulkan variabel Pembiayaan (X1), Pembinaan (X2), Promosi (X3) terhadap variabel kesejahteraan (Y2) adalah 0,788% sedangkan 99,212% di jelaskan oleh faktor lain.

Kesejahteraan UMKM sangat berpengaruh kepada pelaku UMKM itu sendiri. Kesejahteraan UMKM adalah suatu kondisi yang memperlihatkan tentang keadaan kehidupan masyarakat yang dapat dilihat dari standar kehidupan masyarakat. Maka perlu bagi UMKM untuk memiliki progra-program yang dapat meningkatkan kesejahteraan UMKM tersebut salah ialah melakukan pemberdayaan terhadap pelaku usaha mikro kecil menengah dengan itu maka pelaku usaha akan menjadi mandiri dan mampu melakukan aktivitas industri agar menjadi UMKM yang sehat (Winarni,2008) : Program yang harus dimiliki UMKM dalam meningkatkan kesejahteraan UMKM yaitu Kekuatan pembiayaan, Dukungan, pembinaan dan promosi

4. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1. Kesimpulan

- a. Pembiayaan Berpengaruh signifikan dan positif Terhadap Kemampuan Usaha Mikro.
- b. Pembinaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap Niat kemampuan usaha mikro
- c. Promosi berpengaruh signifikan dan positif terhadap Niat kemampuan usaha mikro
- d. Pembiayaan tidak Berpengaruh signifikan Terhadap Kesejahteraan Usaha Mikro.
- e. Pembinaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap Niat kesejahteraan usaha mikro
- f. Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap kesejahteraan usaha mikro
- g. Pembiayaan, Pembinaan, Promosi Berpengaruh signifikan Terhadap Kemampuan Usaha Mikro
- h. Pembiayaan, Pembinaan, Promosi Berpengaruh signifikan Terhadap Kemampuan Usaha Mikro

4.2. Saran

4.2.1. Bagi pengurus Koperasi Syariah Kaum Ibu Al-IKhlis Medan

Diharapkan dapat melakukan pendampingan dan pemberdayaan usaha secara berkelanjutan bagi para penerimanya agar pembiayaan mudharabah dapat memberikan dampak positif dan manfaat yang lebih besar lagi. Koperasi Syariah Kaum Ibu Al-IKhlis Medan harus bisa memastikan apakah para penerima pembiayaan tersebut benar-benar mendapat pembiayaan dari Koperasi Syariah Kaum Ibu Al-IKhlis Medan saja atau seperti apa.

4.2.2. Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Agar dapat menambah referensi yang lebih luas Sebagai sarana untuk menambah pengetahuan teoritis dan menambah referensi para pelaku usaha kecil mikro menengah (UMKM).

4.2.3. Bagi Masyarakat

Agar dapat menambah wawasan ataupun referensi yang lebih luas Sebagai panduan agar masyarakat lebih tertarik untuk mengembangkan pemberdayaan tentang Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dan Peran Koperasi Syariah Kaum Ibu Al Ikhlas Medan.

4.2.4. Bagi Peneliti Lain

Agar dapat menambah referensi yang lebih luas Sebagai sarana untuk menambah pengetahuan teoritis dan menambah khazanah keilmuwaan tentang pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dan Peran Koperasi Syariah Kaum Ibu Al-Ikhlis Medan.

5. REFERENSI

Al-Kaaf, A. Z. (2010). *Ekonomi dalam Perspektif Islam*, Bandung: CV Pustaka.
Arif, (2012). *Perbankan Syariah Unit Usaha Syariah*.
Arikunto, (1998). *S.Prosedur Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta.
Ascarya. (2008). *Akad Produk Bank Syariah*
Badan Pusat Statistik. (2019). *Jumlah Koperasi Aktif Menurut Provinsi*.
Barney. (2014). *Industri Kreatif Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. ITB Bandung: Inkubator Industri dan Bisnis.
Danupranata. (2012). *G. Ekonomi Islam*, Yogyakarta: UPFE-UMY, 2006. David, F. R. *Strategi Management*, Jakarta: Salemba Empat,
Dimiyati, A. (2011). *Islam dan Koperasi Telaah Peran Serta Umat Islam dalam Pengembangan Koperasi*. Jakarta: Koperasi jasa informasi.

Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Provinsi Jawa Timur. (2015). *Pedoman Usaha Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah*, Jakarta.
Frimansyah, A. (2019). *Pemasaran produk dan merek*, Surabaya: CV. Qiara Media.
Ghozali. (2008). *Aplikasi Analisis Multivariate*
Ghozali. (2006). *Metode Alternatif Menggunakan SEM*.
Halim, C ip. (2010). *Praktis: Promosi Online untuk Berbagai Event*. Jakarta.
Halim, A. (2020). *Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju*. *Growth: Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan P-Issn: 2621-3842, E-Issn: 2716-2443 Volume 1, No. 2, 2020:163*
Henseler. (2009). *Analisis Statistik*
Kartasapoetra. (2012) *Praktek Pengelolaan Koperasi*, Jakarta: PT Rineka Cipta., Kusnadi, H. *Ekonomi Koperasi*, Jakarta: Fakultas Ekonomi UI, 2005.
Ismail. (2011). *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group
Irsyadi Zain. (2018). *Pengaruh Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pelanggan Dilihat Pada Persepektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Usaha Jahit Di Kota Pekanbaru)*. *Menara Ekonomi*, ISSN : 2407-8565; E- ISSN: 2579-5295 Volume IV No. 1 - April 2018
Khan, M. A. (2018). *Islamic Economics and Finance*
Mannan, M. (2010). *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, Dana Bakti Prima Yata
Muhammad Asy-Syarbini, Mugnil al-Muhtaj, Juz 2, h.309.
Juklak Koperasi Jasa Keuangan Syariah. (2004). Jakarta: Kementrian Koperasi
Keputusan Menti Koperasi dan Pembinaan Pengusaha Kecil Republik Indonesia nomor : 194/KEP/M/IX/1998 tentang Petujuk Pelaksanaan Penilaian Kesehatan Koperasi Simpan Pinjam dan Unit Simpan Pinjam. 1999. Jakarta: Direktorat Jendral Fasilitas Pembiayaan dan Simpan Pinjam Dan Usaha Kecil Dana Menengah Republik Indonesia
Marzuki, M. S. (2014). *Strategi dan Model Pembinaan*, Malang: IKIP Malang Mutis, T. *Pengembangan Koperasi*, Jakarta: PT Grasindo, 2010.
Muhammad. (2014). *Manajemen Pembiayaan Murabahah*
Mirawati. (2017). *Pembiayaan Murabahah: Analisis Murabahah: Analisis Persepsi Nasabah*”, *Menara Ekonomi*: ISSN: 2407-8565 Volume III No. 5 – April 2017
<http://joernal.umsb.ac.id/index.php/menaraekonomi/article/download/213/175>
Nana, H. A. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*, (Bandung: CV Pustaka Setia.

- Nazir, M. (2005) *Metode Penelitian*, Bogor: Graha Indonesia
- Sinaga, N (2021). *UMKM Menopang Pertumbuhan Ekonomi Sumut Di Triwulan II*
- Philip Kotler. (2005). *Manajemen Pemasaran*, Klaten: PT Intan Sejati Klaten.
- Partomo, (2004) T. S. *Ekonomi Skala Kecil atau Menengah & Koperasi*, Bogor: Ghalia Indonesia,
- Prasetyo, Bambang dan Lina Miftakhul Jannah. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Raden, R. A. (2013). *Pengaruh Pelatihan Dan Pembinaan Terhadap Pengembangan Usaha Kecil Pada Program Kemitraan Bina Lingkungan*. *Media Riset Bisnis & Manajemen*, Vol. 13, No. 1, April 2013: 20
- Rahmawati. (2013). *Teori Akuntansi Keuangan*
- Ratna, T. Dewi. (2008). *Strategi dalam menumbuhkan dan mengembangkan usaha kecil dan menengah melalui pembinaan oleh dinas industri, perdagangan, koperasi dan penanaman modal di Kabupaten Ponorogo*. Infokop. Jakarta: 2008.
- Rina Irawati. (2018). *Pengaruh Pelatihan Dan Pembinaan Terhadap Pengembangan Usaha Kecil*, *Jurnal Jibeka Volume 12 No 1, 2018: 74 - 82*
- Santoso. (2007). *Akuntansi Keuangan Menengah*.
- Sholah, M. B. (2019). *Program studi s1 akuntansi fakultas ekonomi universitas negeri jakarta 2019*.
- Sudarsono, H. (2003). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Yogyakarta: Ekonisia.
- Sitio, A., & Tamba, H. (2011). *Koperasi: teori dan praktik* Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Winarni, T. (2016). *Pemberdayaan dan Pengelolaan*. Bandung. Sugiyono
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. *Pengertian usaha mikromenurut Keputusan Menteri Keuangan No.40 KMK.O6 / 2010 tanggal 29 Januari 2010*
- UU Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah
- V. Wiratna Sujarweni, (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*, (Yogyakarta: PUSTAKA BARU PRESS, 2018),
- Wiroso. (2005). *Akuntansi Transaksi Syariah* [www.Evaluasi,RevitalisasiUMKM.Co.Id/Pe-merintahdibidangUMKM/Februari2013](http://www.Evaluasi.RevitalisasiUMKM.Co.Id/Pe-merintahdibidangUMKM/Februari2013))
- Yusanto, I., & Kerebet W. (2008). *M. Manajemen Strategi dalam Perspektif Syariah*
- Yusuf, A. A. (2010). *Ekonomi Islam*, Bandung; Pustaka Setia.
- Zarqa, A. A. (2008). *Prinsip Dasar Islam*, Jakarta; Raja Grafindo Persada