
PENGARUH PEMBIAYAAN MIKRO DAN KONSUMTIF TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING BMT MASLAHAH CABANG PURWOSARI

¹Saila Rizqiyah, ²Alimatul Farida

^{1,2}Program Studi Ekonomi Syari'ah Universitas Yudharta Pasuruan

Email: ¹sailarizqiyah799@gmail.com, ²farida@yudharta.ac.id

ARTICLE INFO

Kata Kunci:

Pembiayaan Mikro;
Pembiayaan
Konsumtif;
Keunggulan Bersaing;
BMT Maslahah;
Keuangan Syariah.

Cara Sitasi:

Penulis, Saila Rizqiyah. "Pengaruh Pembiayaan Mikro Dan Konsumtif Terhadap Keunggulan Bersaing Bmt Maslahah Cabang Purwosari " Currency: Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah [Volume 04, Nomor 02](#), Juni 2026

ABST RACT

Persaingan antar lembaga keuangan syariah terus meningkat sehingga menuntut adanya strategi yang efektif untuk memperkuat keunggulan bersaing. Salah satu strategi yang dapat dilakukan adalah melalui pengembangan produk pembiayaan mikro dan pembiayaan konsumtif yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pembiayaan mikro terhadap keunggulan bersaing BMT Maslahah Cabang Purwosari, menguji pengaruh pembiayaan konsumtif terhadap keunggulan bersaing, serta mengetahui pengaruh kedua variabel tersebut secara simultan terhadap keunggulan bersaing lembaga. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah BMT Maslahah Cabang Purwosari dan dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, serta analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembiayaan mikro berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing dengan nilai t hitung sebesar 4,666 dan tingkat signifikansi 0,000. Pembiayaan konsumtif juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing dengan nilai t hitung sebesar 3,791 dan tingkat signifikansi 0,000. Secara simultan, pembiayaan mikro dan pembiayaan konsumtif berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing, yang ditunjukkan oleh nilai F hitung sebesar 79,051 dengan tingkat signifikansi 0,000. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,672 menunjukkan bahwa 67,2% variasi keunggulan bersaing dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut. Dengan demikian, pembiayaan mikro dan pembiayaan konsumtif memiliki peran penting dalam memperkuat keunggulan bersaing BMT Maslahah Cabang Purwosari.

Competition among Islamic financial institutions continues to increase, requiring effective strategies to strengthen competitive advantage. One strategy is the development of micro-financing and consumptive financing products that meet community needs. This study aims to analyze the effect of micro-financing on the competitive advantage of BMT Maslahah Purwosari Branch, examine the effect of consumptive financing on competitive advantage, and determine the simultaneous effect of both variables on the institution's competitive advantage. This research employed

a quantitative approach using a survey method. Data were collected through questionnaires distributed to customers of BMT Masalah Purwosari Branch and analyzed using validity tests, reliability tests, classical assumption tests, and multiple linear regression analysis. The results indicate that micro-financing has a positive and significant effect on competitive advantage, with a t-value of 4.666 and a significance level of 0.000. Consumptive financing also has a positive and significant effect on competitive advantage, with a t-value of 3.791 and a significance level of 0.000. Simultaneously, micro-financing and consumptive financing significantly influence competitive advantage, as indicated by an F-value of 79.051 and a significance level of 0.000. The coefficient of determination (R^2) of 0.672 shows that 67.2% of competitive advantage is explained by these two variables. Therefore, micro-financing and consumptive financing play an important role in strengthening the competitive advantage of BMT Masalah Purwosari Branch.

Pendahuluan

Perkembangan industri keuangan syariah di Indonesia menunjukkan tren yang semakin positif dalam mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat, khususnya pada sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) (Sudirjo et al., 2023). Salah satu lembaga yang memiliki peran strategis dalam mendorong inklusi keuangan syariah adalah Baitul Maal wat Tamwil (BMT) (Ramin, 2025). Sebagai lembaga keuangan mikro syariah, BMT tidak hanya menjalankan fungsi bisnis melalui penghimpunan dan penyaluran dana, tetapi juga mengemban fungsi sosial untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Kehadiran BMT menjadi alternatif bagi masyarakat yang membutuhkan layanan keuangan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, terutama dalam memenuhi kebutuhan modal usaha maupun kebutuhan konsumtif yang halal (Ekawati* & Rohmawati Kusumaningtias, 2024).

Dalam praktiknya, pembiayaan merupakan aktivitas utama yang menentukan keberlangsungan dan perkembangan lembaga keuangan syariah. Pembiayaan syariah dilaksanakan berdasarkan prinsip keadilan, kemitraan, transparansi, serta bebas dari unsur *riba*, *gharar*, dan *maysir* (Pratama & Jannah, 2025). Melalui berbagai akad seperti murabahah, mudharabah, musyarakah, dan ijarah, pembiayaan syariah diharapkan mampu memberikan manfaat ekonomi sekaligus menjaga kepatuhan terhadap prinsip-prinsip Islam (Akbar et al., 2024).

Persaingan yang semakin ketat antar lembaga keuangan menuntut BMT untuk memiliki keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Keunggulan bersaing menjadi faktor penting yang menentukan kemampuan lembaga dalam mempertahankan nasabah, meningkatkan loyalitas, serta memperluas pangsa pasar (Indriyani et al., 2021). Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas layanan, inovasi produk, dan orientasi pada kebutuhan nasabah merupakan faktor yang berpengaruh terhadap pembentukan keunggulan bersaing pada lembaga keuangan syariah (Pupun Saepul Rohman, Bayu Arie Fianto, 2024).

Pembiayaan mikro syariah telah terbukti berkontribusi terhadap pengembangan UMKM melalui penyediaan modal usaha yang mudah diakses dan sesuai dengan prinsip syariah (Komariah et al., 2025). Di sisi lain, pembiayaan konsumtif juga memiliki peran

penting dalam memenuhi kebutuhan masyarakat sekaligus meningkatkan hubungan jangka panjang antara lembaga dan nasabah (Jamilah & Firmansyah, 2019).

Meskipun demikian, sebagian besar penelitian terdahulu lebih banyak membahas pengaruh pembiayaan syariah terhadap perkembangan UMKM, peningkatan kesejahteraan masyarakat, atau akses keuangan syariah. Penelitian yang secara khusus mengkaji pengaruh pembiayaan mikro dan pembiayaan konsumtif terhadap keunggulan bersaing pada tingkat operasional BMT masih relatif terbatas. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang mampu menjelaskan hubungan kedua jenis pembiayaan tersebut dengan keunggulan bersaing lembaga keuangan mikro syariah (Ekawati* & Rohmawati Kusumaningtyas, 2024).

Kajian Pustaka dan pengembangan hipotesis

1. Pembiayaan Mikro

Pembiayaan mikro merupakan fasilitas pembiayaan yang diberikan oleh lembaga keuangan syariah kepada pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk mendukung kegiatan produktif. Dalam lembaga keuangan syariah, pembiayaan mikro berfungsi sebagai instrumen pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui penyediaan akses permodalan yang mudah, cepat, dan sesuai dengan prinsip syariah. Menurut Antonio (2021), pembiayaan syariah memiliki peran penting dalam meningkatkan kapasitas usaha, memperluas kesempatan kerja, serta mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat secara berkelanjutan.

Berdasarkan teori intermediasi keuangan yang dikemukakan oleh Mishkin (2022), lembaga keuangan berfungsi sebagai perantara yang menghimpun dana dari pihak yang memiliki surplus dana dan menyalurkannya kepada pihak yang membutuhkan dana untuk kegiatan produktif. Dalam konteks Baitul Maal wat Tamwil (BMT), fungsi intermediasi tersebut diwujudkan melalui penyaluran pembiayaan mikro kepada anggota yang memiliki usaha produktif. Efektivitas pembiayaan mikro dapat meningkatkan loyalitas anggota, memperluas pangsa pasar, dan memperkuat posisi kompetitif lembaga keuangan syariah.

Penelitian yang dipelopori oleh Muhammad Yunus menunjukkan bahwa akses pembiayaan mikro mampu meningkatkan produktivitas usaha, pendapatan masyarakat, dan kesejahteraan ekonomi kelompok berpendapatan rendah. Temuan tersebut diperkuat oleh Mulyaningsih dan Fakhrunnas (2022) yang menyatakan bahwa pembiayaan mikro syariah berpengaruh positif terhadap perkembangan usaha mikro dan peningkatan keberlanjutan lembaga keuangan syariah.

2. Pembiayaan Konsumtif

Pembiayaan konsumtif merupakan pembiayaan yang diberikan kepada anggota untuk memenuhi berbagai kebutuhan konsumsi seperti pembelian kendaraan, biaya pendidikan, kesehatan, renovasi rumah, dan kebutuhan lainnya yang tidak secara langsung menghasilkan pendapatan. Menurut Karim (2021), pembiayaan konsumtif dalam lembaga keuangan syariah merupakan bentuk pelayanan kepada masyarakat untuk membantu pemenuhan kebutuhan hidup secara halal dan sesuai prinsip syariah.

Dalam praktiknya, pembiayaan konsumtif umumnya menggunakan akad murabahah, ijarah, atau akad syariah lainnya yang disesuaikan dengan karakteristik kebutuhan anggota. Produk pembiayaan konsumtif yang dikelola secara profesional dapat meningkatkan kepuasan anggota serta memperkuat hubungan antara anggota dan lembaga keuangan syariah.

Dari perspektif pemasaran jasa, Kotler dan Keller (2022) menjelaskan bahwa kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan konsumen secara efektif akan meningkatkan kepuasan, loyalitas, dan citra organisasi. Oleh karena itu, pembiayaan

konsumtif dapat menjadi instrumen strategis bagi BMT untuk mempertahankan anggota sekaligus menarik anggota baru. Penelitian Rahmawati dan Anwar (2022) menunjukkan bahwa inovasi produk pembiayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas anggota pada lembaga keuangan syariah.

3. Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing (*competitive advantage*) merupakan kemampuan organisasi untuk menciptakan nilai yang lebih baik dibandingkan pesaing sehingga mampu mempertahankan dan memperkuat posisinya di pasar. Konsep keunggulan bersaing dikembangkan oleh Michael Porter yang menjelaskan bahwa organisasi dapat mencapai keunggulan bersaing melalui strategi biaya rendah (*cost leadership*), diferensiasi (*differentiation*), dan fokus (*focus strategy*).

Dalam konteks lembaga keuangan syariah, keunggulan bersaing dapat diwujudkan melalui kualitas pelayanan yang unggul, variasi produk yang sesuai kebutuhan anggota, kecepatan pelayanan, kepatuhan terhadap prinsip syariah, serta hubungan yang baik dengan anggota. Barney (2021) melalui *Resource-Based View* (RBV) menjelaskan bahwa keunggulan bersaing yang berkelanjutan dapat diperoleh apabila organisasi memiliki sumber daya dan kapabilitas yang bernilai, langka, sulit ditiru, dan tidak mudah digantikan.

Semakin baik kemampuan BMT dalam menyediakan produk dan layanan yang memberikan nilai tambah bagi anggota, semakin tinggi tingkat keunggulan bersaing yang dimiliki. Penelitian Fadillah et al. (2023) menemukan bahwa inovasi produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing lembaga keuangan syariah.

4. Hubungan Pembiayaan Mikro dengan Keunggulan Bersaing

Pembiayaan mikro merupakan salah satu produk utama BMT yang berorientasi pada pemberdayaan ekonomi masyarakat. Kemudahan akses, prosedur yang sederhana, serta kesesuaian pembiayaan dengan kebutuhan pelaku UMKM dapat meningkatkan kepercayaan anggota terhadap lembaga. Menurut teori *Resource-Based View* yang dikemukakan Barney (2021), kemampuan organisasi dalam mengelola produk unggulan secara efektif dapat menjadi sumber keunggulan bersaing yang berkelanjutan.

Ketika pembiayaan mikro mampu memberikan manfaat nyata bagi perkembangan usaha anggota, reputasi dan citra BMT akan meningkat. Kondisi tersebut dapat memperkuat posisi BMT dibandingkan lembaga keuangan lainnya. Hasil penelitian Wahyuni dan Hidayat (2023) menunjukkan bahwa kualitas layanan pembiayaan mikro berpengaruh positif terhadap daya saing lembaga keuangan mikro syariah.

5. Hubungan Pembiayaan Konsumtif dengan Keunggulan Bersaing

Pembiayaan konsumtif memungkinkan anggota memperoleh solusi keuangan yang cepat, mudah, dan sesuai prinsip syariah untuk memenuhi berbagai kebutuhan. Produk yang fleksibel dan mudah diakses akan meningkatkan kepuasan anggota serta memperluas basis pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2022), kepuasan pelanggan yang tinggi akan meningkatkan loyalitas dan memperkuat posisi kompetitif organisasi.

Semakin baik kualitas layanan pembiayaan konsumtif yang diberikan, semakin besar peluang BMT untuk mempertahankan anggota dan menarik anggota baru. Penelitian Sari dan Nugroho (2024) menemukan bahwa pembiayaan konsumtif berbasis syariah berpengaruh positif terhadap peningkatan daya saing lembaga melalui peningkatan kepuasan dan loyalitas anggota. Dengan demikian, pembiayaan konsumtif menjadi salah satu faktor yang dapat mendukung terciptanya keunggulan bersaing pada BMT.

Pengembangan Hipotesis

1. Pengaruh Pembiayaan Mikro terhadap Keunggulan Bersaing

Pembiayaan mikro merupakan salah satu produk utama lembaga keuangan mikro syariah yang berfungsi mendukung pengembangan usaha anggota melalui penyediaan modal kerja dan investasi. Menurut teori *Resource-Based View* (RBV), keunggulan bersaing dapat tercipta ketika organisasi mampu mengelola sumber daya dan kapabilitas yang bernilai, langka, sulit ditiru, dan tidak mudah digantikan. Dalam konteks BMT, pembiayaan mikro menjadi sumber daya strategis yang dapat meningkatkan loyalitas anggota, memperluas jaringan pasar, serta memperkuat citra lembaga di masyarakat.

Semakin efektif pembiayaan mikro yang disalurkan, semakin besar peluang anggota untuk mengembangkan usahanya. Keberhasilan anggota dalam meningkatkan kinerja usaha akan menciptakan kepercayaan yang lebih tinggi terhadap BMT sehingga mendorong peningkatan jumlah anggota dan memperkuat posisi kompetitif lembaga. Penelitian oleh Mulyaningsih dan Fakhrunnas (2022) menemukan bahwa pembiayaan mikro syariah berkontribusi terhadap peningkatan kinerja usaha mikro dan keberlanjutan lembaga keuangan syariah. Hasil penelitian Wahyuni dan Hidayat (2023) juga menunjukkan bahwa kualitas layanan pembiayaan mikro berpengaruh signifikan terhadap daya saing lembaga keuangan mikro syariah. Berdasarkan uraian tersebut, dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Pembiayaan mikro berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing BMT Masalahah Cabang Purwosari.

2. Pengaruh Pembiayaan Konsumtif terhadap Keunggulan Bersaing

Pembiayaan konsumtif merupakan fasilitas pembiayaan yang diberikan kepada anggota untuk memenuhi berbagai kebutuhan konsumsi yang halal dan sesuai prinsip syariah. Dalam teori pemasaran jasa, kemampuan organisasi dalam memenuhi kebutuhan pelanggan akan meningkatkan kepuasan, loyalitas, dan citra lembaga. Produk pembiayaan konsumtif yang mudah diakses, memiliki prosedur yang sederhana, dan memberikan manfaat nyata bagi anggota dapat meningkatkan kepuasan serta memperkuat hubungan jangka panjang antara anggota dan lembaga.

Keunggulan bersaing lembaga keuangan syariah tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menyalurkan pembiayaan produktif, tetapi juga oleh kemampuannya menyediakan produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati dan Anwar (2022) menunjukkan bahwa variasi produk pembiayaan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah. Penelitian Sari dan Nugroho (2024) juga menemukan bahwa pembiayaan konsumtif berbasis syariah berkontribusi terhadap peningkatan daya saing lembaga melalui peningkatan retensi anggota dan perluasan pangsa pasar. Dengan demikian, hipotesis yang diajukan adalah:

H2: Pembiayaan konsumtif berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing BMT Masalahah Cabang Purwosari.

3. Pengaruh Pembiayaan Mikro dan Pembiayaan Konsumtif terhadap Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing merupakan kemampuan lembaga dalam menciptakan nilai yang lebih baik dibandingkan pesaing melalui penyediaan produk dan layanan yang unggul. Menurut Porter (1985), keunggulan bersaing dapat dicapai melalui diferensiasi produk, efisiensi biaya, dan fokus pada kebutuhan pelanggan. Dalam konteks BMT,

pembiayaan mikro dan pembiayaan konsumtif merupakan dua produk utama yang dapat menciptakan diferensiasi layanan dan meningkatkan kepuasan anggota.

Pembiayaan mikro memberikan manfaat bagi anggota yang membutuhkan modal usaha, sedangkan pembiayaan konsumtif memenuhi kebutuhan konsumsi rumah tangga. Kombinasi kedua produk tersebut memungkinkan BMT melayani berbagai segmen anggota secara lebih luas. Semakin baik pengelolaan kedua jenis pembiayaan tersebut, semakin besar peluang BMT untuk meningkatkan loyalitas anggota, memperluas pangsa pasar, dan mempertahankan posisi kompetitifnya.

Penelitian oleh Fadillah et al. (2023) menunjukkan bahwa diversifikasi produk pembiayaan berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing lembaga keuangan syariah. Temuan tersebut diperkuat oleh penelitian Prasetyo dan Kurniawan (2024) yang menyatakan bahwa kombinasi layanan pembiayaan produktif dan konsumtif mampu meningkatkan daya saing lembaga keuangan mikro syariah secara berkelanjutan. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3: Pembiayaan mikro dan pembiayaan konsumtif secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing BMT Masalahah Cabang Purwosari.

Metode Penelitian

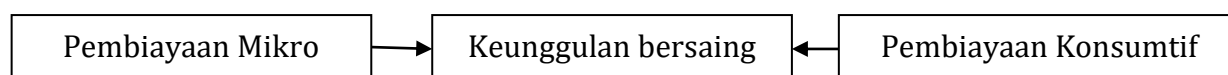
Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian bertujuan menguji pengaruh pembiayaan mikro dan pembiayaan konsumtif terhadap keunggulan bersaing pada BMT Masalahah Cabang Purwosari. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif (*explanatory research*), yaitu penelitian yang bertujuan menjelaskan hubungan serta pengaruh antarvariabel melalui pengujian hipotesis yang telah dirumuskan.

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah pembiayaan mikro dan pembiayaan konsumtif di BMT Masalahah Cabang Purwosari. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari laporan internal lembaga, dokumen dan arsip BMT, buku, jurnal ilmiah, hasil penelitian terdahulu, serta berbagai peraturan yang berkaitan dengan lembaga keuangan syariah.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi kuesioner, dokumentasi, dan studi kepustakaan. Kuesioner digunakan sebagai instrumen utama penelitian dengan menggunakan skala Likert lima poin, yaitu Sangat Setuju (5), Setuju (4), Netral (3), Tidak Setuju (2), dan Sangat Tidak Setuju (1). Dokumentasi dilakukan untuk memperoleh data mengenai profil lembaga, jumlah nasabah, serta informasi lain yang relevan dengan penelitian. Selain itu, studi kepustakaan dilakukan melalui penelaahan berbagai sumber literatur yang berkaitan dengan pembiayaan syariah, pembiayaan mikro, pembiayaan konsumtif, dan keunggulan bersaing.

Model penelitian merupakan gambaran hubungan antara variabel independen dan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian. Variabel independen dalam penelitian ini terdiri atas pembiayaan mikro (X_1) dan pembiayaan konsumtif (X_2), sedangkan variabel dependen adalah keunggulan bersaing (Y). Hubungan antarvariabel tersebut menunjukkan bahwa pembiayaan mikro dan pembiayaan konsumtif diduga memiliki pengaruh terhadap tingkat keunggulan bersaing BMT Masalahah Cabang Purwosari. Hubungan antarvariabel tersebut dapat dilihat pada Gambar 3.1

Gambar 1. Model Penelitian



Sumber: Dikembangkan oleh Peneliti (2026)

Definisi operasional variabel digunakan untuk memberikan batasan yang jelas mengenai variabel yang diteliti sehingga dapat diukur secara empiris. Variabel pembiayaan mikro (X_1) didefinisikan sebagai pembiayaan syariah yang diberikan kepada pelaku usaha mikro guna mendukung kegiatan usaha produktif. Variabel ini diukur melalui indikator kemudahan akses pembiayaan, kesesuaian akad syariah, besaran pembiayaan, jangka waktu pembiayaan, dan kualitas pelayanan pembiayaan.

Variabel pembiayaan konsumtif (X_2) merupakan pembiayaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi nasabah sesuai dengan prinsip syariah. Pengukuran variabel ini dilakukan melalui indikator kemudahan pengajuan pembiayaan, kesesuaian akad syariah, margin pembiayaan, jangka waktu pembiayaan, dan kemudahan pembayaran angsuran.

Sementara itu, variabel keunggulan bersaing (Y) didefinisikan sebagai kemampuan BMT Masalahah Cabang Purwosari dalam menciptakan nilai yang lebih baik dibandingkan lembaga keuangan lain sehingga memiliki posisi yang unggul dalam persaingan. Variabel ini diukur melalui indikator kualitas layanan, kepuasan nasabah, loyalitas nasabah, kepercayaan nasabah, dan daya saing produk pembiayaan.

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

<i>Variabel</i>	<i>Indikator</i>
<i>Pembiayaan Mikro (X_1)</i>	Kemudahan akses pembiayaan, kesesuaian akad syariah, besaran pembiayaan, jangka waktu pembiayaan, pelayanan pembiayaan
<i>Pembiayaan Konsumtif (X_2)</i>	Kemudahan pengajuan, kesesuaian akad syariah, margin pembiayaan, jangka waktu pembiayaan, kemudahan pembayaran
<i>Keunggulan Bersaing (Y)</i>	<i>Kualitas layanan, kepuasan nasabah, loyalitas nasabah, kepercayaan nasabah, daya saing produk</i>

Sumber: Diolah Peneliti (2026).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah pembiayaan mikro dan pembiayaan konsumtif yang masih aktif pada BMT Masalahah Cabang Purwosari. Sampel penelitian dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria nasabah aktif, pernah menerima pembiayaan mikro atau pembiayaan konsumtif, serta bersedia menjadi responden penelitian. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan tertentu sesuai kebutuhan penelitian.

Apabila jumlah populasi diketahui, maka penentuan jumlah sampel dapat dihitung menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = N / (1 + N \times e^2)$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = tingkat kesalahan (*error tolerance*)

Instrumen penelitian yang digunakan berupa kuesioner yang disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel. Sebelum digunakan dalam penelitian, instrumen diuji validitas dan reliabilitasnya. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan instrumen dalam mengukur variabel yang diteliti, sedangkan uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui

tingkat konsistensi instrumen. Instrumen dinyatakan valid apabila nilai r -hitung lebih besar daripada r -tabel dan dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60.

Analisis data dilakukan menggunakan bantuan perangkat lunak Statistical Package for Social Sciences (SPSS). Tahapan analisis meliputi analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan pengujian hipotesis. Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden dan distribusi data penelitian. Uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas untuk memastikan model regresi memenuhi syarat analisis. Selanjutnya, analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh pembiayaan mikro dan pembiayaan konsumtif terhadap keunggulan bersaing dengan model persamaan $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$.

Keterangan:

Y = Keunggulan Bersaing

a = Konstanta

b_1 = Koefisien regresi pembiayaan mikro

b_2 = Koefisien regresi pembiayaan konsumtif

X_1 = Pembiayaan Mikro

X_2 = Pembiayaan Konsumtif

e = Error

Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial, uji F untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan, serta koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur besarnya kontribusi variabel pembiayaan mikro dan pembiayaan konsumtif dalam menjelaskan variasi keunggulan bersaing BMT Masalahah Cabang Purwosari. Hipotesis diterima apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.

Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada BMT Masalahah Cabang Purwosari dengan melibatkan 100 responden yang merupakan nasabah aktif pembiayaan mikro dan pembiayaan konsumtif. Berdasarkan karakteristik responden, mayoritas responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 58% dan perempuan sebanyak 42%. Selain itu, sebagian besar responden merupakan pengguna pembiayaan mikro sebesar 65%, sedangkan pengguna pembiayaan konsumtif sebesar 35%.

Karakteristik responden dalam penelitian ini terdiri atas nasabah pembiayaan mikro dan pembiayaan konsumtif BMT Masalahah Cabang Purwosari. Responden dipilih berdasarkan kriteria yang telah ditentukan sehingga mampu memberikan informasi yang relevan dengan tujuan penelitian.

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel pembiayaan mikro, pembiayaan konsumtif, dan keunggulan bersaing memiliki nilai korelasi yang lebih besar daripada nilai r -tabel, sehingga seluruh instrumen penelitian dinyatakan valid. Selanjutnya, hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha masing-masing variabel lebih besar dari 0,60, sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan layak digunakan sebagai alat pengumpulan data.

Sebelum dilakukan analisis regresi, terlebih dahulu dilakukan pengujian asumsi klasik. Hasil uji normalitas menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,200 ($>0,05$) sehingga data berdistribusi normal. Hasil uji multikolinearitas menunjukkan nilai tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) lebih kecil dari 10, yang berarti tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen. Selain itu, hasil uji heteroskedastisitas

menunjukkan nilai signifikansi seluruh variabel lebih besar dari 0,05 sehingga model regresi terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

<i>variabel</i>	<i>Jumlah item</i>	<i>valid</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>keterangan</i>
<i>Pembiayaan Mikro (X₁)</i>	6	6	0,842	Reliabel
<i>Pembiayaan Konsumtif (X₂)</i>	6	6	0,815	Reliabel
<i>Keunggulan Bersaing (Y)</i>	5	5	0,876	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 2. seluruh item pernyataan memiliki nilai korelasi lebih besar daripada nilai r-tabel sehingga dinyatakan valid. Selain itu, nilai Cronbach's Alpha seluruh variabel berada di atas 0,60 yang menunjukkan bahwa instrumen penelitian reliabel dan layak digunakan dalam penelitian.

Tabel 3. Hasil Uji Asumsi Klasik

<i>Jenis uji</i>	<i>Hasil</i>	<i>keterangan</i>
<i>Normalitas</i>	Sig. = 0,200	Data berdistribusi normal
<i>Multikolinearitas</i>	VIF = 1,462	Tidak terjadi multikolinearitas
<i>Heteroskedastisitas</i>	Sig. > 0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data Primer Diolah (2026)

Hasil pengujian asumsi klasik menunjukkan bahwa model regresi memenuhi seluruh persyaratan analisis. Data berdistribusi normal, tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen, serta tidak ditemukan gejala heteroskedastisitas.

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

<i>Variabel</i>	<i>Koefisien Regresi</i>	<i>t-hitung</i>	<i>Sig.</i>
<i>Konstanta</i>	5,126	-	-
<i>Pembiayaan Mikro (X₁)</i>	0,456	4,875	0,000
<i>Pembiayaan Konsumtif (X₂)</i>	0,318	3,241	0,002

Sumber: Data Primer Diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 4. diperoleh persamaan regresi:

$$Y = 5,126 + 0,456X_1 + 0,318X_2 + e$$

Hasil tersebut menunjukkan bahwa pembiayaan mikro dan pembiayaan konsumtif memiliki pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing BMT Masalah Cabang Purwosari. Variabel pembiayaan mikro memiliki koefisien pengaruh yang lebih besar dibandingkan pembiayaan konsumtif.

Tabel 5. Hasil Pengujian Hipotesis

<i>Hipotesis</i>	<i>Variabel</i>	<i>Sig.</i>	<i>Keputusan</i>
<i>H₁</i>	<i>Pembiayaan Mikro → Keunggulan Bersaing</i>	0,000	Diterima
<i>H₂</i>	<i>Pembiayaan Konsumtif → Keunggulan Bersaing</i>	0,002	Diterima
<i>H₃</i>	<i>Pembiayaan Mikro dan Pembiayaan Konsumtif → Keunggulan Bersaing</i>	0,000	Diterima

Sumber: Data Primer Diolah (2026)

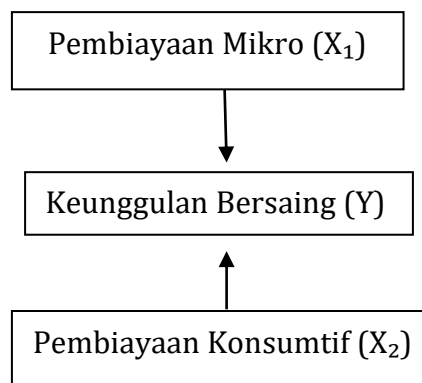
Tabel 5. menunjukkan bahwa seluruh hipotesis penelitian diterima karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, baik secara parsial maupun simultan, pembiayaan mikro dan pembiayaan konsumtif berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing BMT Masalahah Cabang Purwosari.

Tabel 6. Hasil Koefisien Determinasi

<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>
0,621	0,613

Sumber: Data Primer Diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 6. diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,613. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 61,3% variasi keunggulan bersaing dapat dijelaskan oleh variabel pembiayaan mikro dan pembiayaan konsumtif. Sementara itu, sebesar 38,7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Gambar 2. Model Hubungan Antar Variabel

Sumber: Dikembangkan oleh Peneliti (2026)

Gambar 2. menunjukkan bahwa pembiayaan mikro dan pembiayaan konsumtif merupakan variabel independen yang berpengaruh terhadap keunggulan bersaing sebagai variabel dependen. Hasil analisis menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan keunggulan bersaing BMT Masalahah Cabang Purwosari.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembiayaan konsumtif berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing dengan nilai t hitung sebesar 3,791 dan tingkat signifikansi 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa produk pembiayaan konsumtif yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah terhadap BMT Masalahah Cabang Purwosari.

Keberadaan produk pembiayaan konsumtif yang fleksibel dan sesuai prinsip syariah memberikan nilai tambah bagi nasabah sehingga mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga. Kondisi ini pada akhirnya memperkuat posisi kompetitif BMT di tengah persaingan lembaga keuangan syariah maupun konvensional.

Hasil uji simultan menunjukkan bahwa pembiayaan mikro dan pembiayaan konsumtif secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing dengan nilai F hitung sebesar 79,051 dan tingkat signifikansi 0,000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kedua jenis pembiayaan memiliki peran strategis dalam meningkatkan daya saing BMT Masalahah Cabang Purwosari.

Pembiayaan mikro berkontribusi dalam pemberdayaan sektor usaha produktif, sedangkan pembiayaan konsumtif mampu memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakat. Kombinasi kedua produk tersebut memberikan manfaat yang lebih luas bagi nasabah sehingga meningkatkan kualitas pelayanan, kepuasan, loyalitas, serta kepercayaan nasabah terhadap lembaga.

Nilai koefisien determinasi sebesar 67,2% menunjukkan bahwa sebagian besar keunggulan bersaing BMT Masalahah Cabang Purwosari dapat dijelaskan oleh pembiayaan mikro dan pembiayaan konsumtif. Hasil ini mengindikasikan bahwa strategi pengembangan kedua produk pembiayaan tersebut merupakan faktor penting dalam memperkuat posisi kompetitif BMT di tengah persaingan industri keuangan syariah yang semakin ketat.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Strategi Pengembangan Keunggulan Bersaing Melalui Pembiayaan Syariah pada BMT Masalahah Cabang Purwosari, dapat disimpulkan bahwa pembiayaan mikro memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pelaksanaan pembiayaan mikro, baik dari aspek kemudahan akses, kesesuaian akad syariah, pelayanan, maupun dukungan terhadap usaha anggota, maka semakin tinggi pula kemampuan BMT dalam menciptakan keunggulan bersaing. Pembiayaan mikro tidak hanya membantu pengembangan usaha anggota, tetapi juga meningkatkan kepercayaan dan loyalitas nasabah terhadap lembaga.

Selain itu, pembiayaan konsumtif juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing BMT Masalahah Cabang Purwosari. Kemudahan memperoleh pembiayaan, fleksibilitas jangka waktu, serta kualitas pelayanan yang diberikan mampu meningkatkan kepuasan nasabah. Tingkat kepuasan tersebut berdampak pada meningkatnya loyalitas anggota dan memperkuat posisi BMT dalam menghadapi persaingan dengan lembaga keuangan lainnya.

Secara simultan, pembiayaan mikro dan pembiayaan konsumtif berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing BMT Masalahah Cabang Purwosari. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua jenis pembiayaan tersebut mampu menjelaskan sebesar 61,3% variasi keunggulan bersaing, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Dengan demikian, strategi pengembangan pembiayaan syariah melalui optimalisasi produk pembiayaan mikro dan pembiayaan konsumtif dapat menjadi langkah yang efektif dalam meningkatkan kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, loyalitas anggota, serta memperkuat keunggulan bersaing BMT Masalahah Cabang Purwosari secara berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- Akbar, F. M. A., Minhaajuroosyidiin, S., Rosidta, A., Terbuka, U., Lazuardi, A., & Jakarta, U. S. H. (2024). *Pengembangan Model Pembiayaan Syariah Untuk Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM)*. 02 No. 01.
- Akbar, F. M. A., Rosidta, A., & Lazuardi, A. (2024). Pengembangan model pembiayaan syariah untuk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). *Ar Rasyid: Journal of Islamic Studies*, 2(1), 29–38.
- Al-Hares, O. M., Magableh, I. K., Mahrouq, M. H., Magableh, A. K., & Magableh, M. I. (2025). Organizational behavior and strategic adaptation in Islamic microfinance: Implications for consumer-centric competitive advantage. *Advances in Consumer Research*, 2(4).
- Antonio, M. S. (2021). *Bank Syariah: Teori dan Praktik*. Jakarta: Gema Insani.

- Anwar, A. Z., Susilo, E., Rohman, F., Santoso, P. B., Gunanto, E. Y. A., & Darwanto, D. (2020). Performance analysis of Islamic micro finance institutions on sustainable rural development in Indonesia. *Journal of Finance and Islamic Banking*, 3(2), 44–57. <https://doi.org/10.22515/jfib.v3i2.3050>
- Barney, J. B. (2021). *Gaining and Sustaining Competitive Advantage* (5th ed.). New York: Pearson Education.
- Ekawati*, D., & Rohmawati Kusumaningtias. (2024). *The role of baitul maal wat tamwil (BMT) in economic empowerment efforts in Indonesia. Volume 2.*
- Ekawati, D., & Kusumaningtias, R. (2024). The role of *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT) in economic empowerment efforts in Indonesia. In *Proceeding International Conference on Accounting and Finance* (pp. 573–582).
- Fadillah, A., Rahman, M., & Yusuf, H. (2023). Product Diversification and Competitive Advantage in Islamic Microfinance Institutions. *Journal of Islamic Finance Studies*, 15(2), 120–134.
- Fadillah, A., Rahman, M., & Yusuf, H. (2023). Product Diversification and Competitive Advantage in Islamic Microfinance Institutions. *Journal of Islamic Finance Studies*, 15(2), 120–134.
- Indriyani, Yunus, M., & Hadiyanto, R. (2021). Analisis Akad Jual-beli Kain Gulungan dalam Penggunaan Hak Khiyar Menurut Fikih Muamalah. *Jurnal Riset Ekonomi Syariah*, 1(2), 68–77. <https://doi.org/10.29313/jres.v1i2.398>
- Jamilah, J., & Firmansyah, F. (2019). Tinjauan Fikih Muamalah Terhadap Penerapan Khiyar Dalam Transaksi E-Commerce. *JURNAL EKONOMI DAN PERBANKAN SYARIAH*, 6(1), 49–62. <https://doi.org/10.46899/jeps.v6i1.87>
- Karim, A. A. (2021). *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). New York: Pearson.
- Komariah, K., Desi, D. F., & Muty, Y. (2025). The Role of Halal Certification in Protecting Indonesian and Thailand Producers and Consumers. *At-Taradhi: Jurnal Studi Ekonomi*, 15(2), 114–125. <https://doi.org/10.18592/taradhi.v15i2.13950>
- Lesmana, M. B., Octaviany, M., & Sandi, A. (2024). Examining the impact of murabahah financing at BMT Berkah Madani on development of micro, small and medium enterprises (MSMEs). *Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan, dan Perbankan Syariah*, 8(2), 42–53.
- Mishkin, F. S. (2022). *The Economics of Money, Banking and Financial Markets* (13th ed.). New York: Pearson.
- Mulyaningsih, S., & Fakhrunnas, F. (2022). The Role of Islamic Micro Financing on Micro Enterprise Development. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 13(4), 567–582.
- Mulyaningsih, S., & Fakhrunnas, F. (2022). The Role of Islamic Micro Financing on Micro Enterprise Development. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 13(4), 567–582.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: Free Press.
- Prasetyo, D., & Kurniawan, A. (2024). Financing Innovation and Competitive Advantage of Islamic Microfinance Institutions. *International Journal of Islamic Economics and Finance*, 7(1), 45–61.
- Pratama, F. N., & Jannah, M. (2025). Analisis relevansi materi jual beli, khiyar, qirad, riba dalam bahan ajar MTs berdasarkan perspektif Taksonomi Bloom. 15(1).

Currency:

Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah

[Volume 04, Nomor 02](#), Juni 2026

ISSN: 2963-9387//e-ISSN: 2963-7465

- Pupun Saepul Rohman, Bayu Arie Fianto, A. S. R. (2024). *Optimizing Capital Management in Baitul Maal wat Tamwil: Issues and Approaches. Vol. 15 No.*
- Rahmawati, N., & Anwar, M. (2022). Financing Product Innovation and Customer Loyalty in Islamic Financial Institutions. *Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah*, 10(3), 215–228.
- Rahmawati, N., & Anwar, M. (2022). Financing Product Innovation and Customer Loyalty in Islamic Financial Institutions. *Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah*, 10(3), 215–228.
- Sari, R., & Nugroho, B. (2024). Consumer Financing and Institutional Competitiveness in Islamic Microfinance. *Journal of Sharia Economics Research*, 8(1), 34–49.
- Sari, R., & Nugroho, B. (2024). Consumer Financing and Institutional Competitiveness in Islamic Microfinance. *Journal of Sharia Economics Research*, 8(1), 34–49.
- Siregar, P., Anggraini, T., & Inayah, N. (2024). Analysis of factors influencing the realization of murabahah financing for micro agribusiness enterprises in the trade sector (Case study at BMT Al-Akbar, Deli Serdang District). *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 8(1), 1–15.
- Ramin, M. (2024). Strategi optimalisasi potensi wakaf produktif sebagai instrumen pemberdayaan ekonomi umat dalam perspektif maqashid syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Wakaf*, 5(2), 85–98.
- Sudirjo, F., Lubis, S. R., Permana, R. M., Rukmana, A. Y., & Mesra, R. (2023). Menuju Pemahaman yang Tepat Tentang Strategi Pemasaran: Tinjauan dan Agenda Penelitian Berbasis Bibliometrik-Mesin Terintegrasi. *Sanskara Manajemen Dan Bisnis*, 1(03), 204–216. <https://doi.org/10.58812/smb.v1i03.218>
- Wahyuni, T., & Hidayat, A. (2023). Service Quality of Micro Financing and Competitive Advantage in Islamic Cooperative Institutions. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 13(2), 98–112.
- Wahyuni, T., & Hidayat, A. (2023). Service Quality of Micro Financing and Competitive Advantage in Islamic Cooperative Institutions. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 13(2), 98–112.
- Yani, A., Hubeis, M., & Suharjo, B. (2023). Strategi pengembangan portofolio pembiayaan mikro di Bank Syariah Indonesia (Studi kasus BSI Cabang Pembantu Bogor Dramaga Perwira). *Manajemen IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 18(2), 123–135.