

**PENGARUH BADAN USAHA MILIK KAMPUNG (BUMKAM)
SEMINAI JAYA DALAM MENINGKATKAN PRODUK USAHA PADA
TINJAUAN EKONOMI SYARIAH**

**(Studi Kasus Pada Badan Usaha Milik Kampung (BUMKAM) Seminai
Kecamatan Kerinci Kanan Kabupaten Siak)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Program Studi Ekonomi Syari'ah



Oleh:

SITI MUNAWAROH
NIRM:1216.20.2761

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM DINIYYAH
PEKANBARU 2023 M / 1446 H**

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi berjudul “**PENGARUH BADAN USAHA MILIK KAMPUNG (BUMKAM) SEMINAI JAYA DALAM MENINGKATKAN PRODUK USAHA PADA TINJAUAN EKONOMI SYARIAH** (Studi Kasus Pada Badan Usaha Milik Kampung (BUMKAM) Seminai Kecamatan Kerinci Kanan Kabupaten Siak). Yang disusun oleh Sitimunawaroh, NIRM: 1216.20.2761 Program studi Ekonomi Syari’ah setelah dengan seksama meneliti dan mengoreksi skripsi yang bersangkutan dinyatakan memenuhi syarat ilmiah dan dapat disetujui untuk diajukan ke Sidang Munaqasyah sesuai ketentuan yang ditetapkan Institut Agama Islam (IAI) Diniyyah Pekanbaru.

Pekanbaru, 04 Agustus 2024

Disetujui oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Novi Yanti. MM
NIDN. 2124115381

Widya Khaidir. ME
NIDN. 2116099102

Ketua Program Studi Ekonomi Syari’ah

Eki Candra SE. MM
NIDN. 2106058003

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Pengaruh Badan Usaha Milik Kampung (BUMKAM) Semina Jaya Dalam Meningkatkan Produk Usaha Pada Tinjauan Ekonomi Syariah” telah diujikan dalam sidang munaqasyah Program Studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru pada 09 Agustus 2024 Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Pekanbaru, 09 Agustus 2024

Susunan Dewan Penguji

Ketua : **Dr. Novi Yanti, M.M.**

Sekretaris : **Amroh Lubis, S.Pd.**

Munaqisy I : **Irwan Tutrisno, M.E.**

Munaqisy II : **Eki Candra, M.M.**

Pembimbing I : **Dr. Novi Yanti, M.M.**

Pembimbing II : **Widya Khaidir, M.E.**

Diketahui Oleh :

Rektor Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru

Dr. Novi Yanti, M.M.

NIDN. 2124118301

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Siti Munawaroh

NIRM : 1216.20.2761

Dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **“PENGARUH BADAN USAHA MILIK KAMPUNG (BUMKAM) SEMINAI JAYA DALAM MENINGKATKAN PRODUK USAHA PADA TINJAUAN EKONOMI SYARIAH (Studi kasus Pada Badan Usaha Milik Kampung (BUMKAM) Seminai Kecamatan Kerinci Kanan Kabupaten Siak)”** adalah benar merupakan karya saya sendiri dan tidak melakukan Tindakan plagiat dalam penyusunannya. Adapun kutipan yang ada dalam penyusunan karya ini telah saya cantumkan sumber kutipan dalam skripsi. Saya bersedia melakukan proses yang semestinya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku jika ternyata skripsi ini sebagian atau keseluruhan merupakan plagiat dari karya orang lain.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Pekanbaru 04 Agustus 2024



Siti Munawaroh

NIRM 1216.20.2761

MOTTO

“Orang cerdas itu, selalu melihat peluang dalam setiap kesulitan bukan melihat kesulitan dalam setiap peluang”

(Kyai. Adam Malik, M.Pd)

“Keberhasilan bukanlah milik orang pintar melainkan milik mereka yang senantiasa berusaha”

(B.J Habibie)

“Hadapi segala rintangan, dan jangan pernah hilang harapan. Karena ketika kamu masih memiliki harapan, disitulah kamu memiliki masa depan”

(Merry Riana)

“tak semua usaha itu dipermudah, tapi semua yang berusaha pasti akan berubah”

“Tidak ada proses yang mudah, untuk hal yang indah”

PERSEMBAHAN

Sebagai bentuk ungkapan rasa syukur, saya persembahkan dan dedikasikan skripsi ini sebagai bentuk penghormatan dan terimakasih secara mendalam kepada:

1. Kedua Orang Tuaku, Abah dan Ibuk yang telah memberikan semangat dan doa lahir batin serta membiayai kuliah dari awal hingga akhir. Terimakasih Abah dan ibuk telah mendoakan Muna untuk tetap semangat kuliah sehingga bisa menyelesaikan perkuliahan hingga selesai sehingga menjadi anak yang hebat dan selalu memberikan Pendidikan terbaik. Terimakasih bapak dan ibuk, karena kerja keras kalian aku bisa menyelesaikan Pendidikan ini.
2. Kepada Kakek (alm), Nenek, Lek Tofa, Bibik dan Adek Ahmad Rofiq Haidar yang selalu memberikan semangat dan dukungan serta doa sehingga saya bisa menyelesaikan perkuliahan ini.
3. Kepada Mbah Bardi Dan Mbah Kemidah, Lek Ari, Lek Lea terimakasih telah banyak memberikan support serta doa terbaik sehingga bisa menyelesaikan skripsi hingga selesai.
4. Teruntuk Pembimbing I Ibu Dr. Novi Yanti, MM dan Pembimbing II Ibu Widya Khaidir, ME yang sudah bersedia menjadi dosen pembimbing untuk penulis yang sangat baik dan selalu memberikan arahan serta masukan untuk penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

5. Terimakasih teruntuk Kyai Adam Malik M.Pd dan Nyai Rita Puspita selaku pimpinan Pondok Pesantren NU Miftahul Qur'an Sekaligus guru yang telah mendidik saya dan membimbing saya serta memberikan motivasi dan doa sehingga saya telah menyelesaikan skripsi dengan baik.
6. Teruntuk teman-teman mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah yang sama-sama berjuang dan saling membantu satu sama lain dan melewati suka dan duka selama kuliah.
7. Untuk sahabat-sahabat ku, temen-temen ku, temen tongkrongan juga yang selalu membantu dan memberikan motivasi dan semangat, yang selalu mau mendengarkan keluh kesahku sehingga aku bisa berjuang hingga sampai saat ini.

Finally, Terimakasih untuk diriku sendiri, mari berjuang dan menjadi lebih baik lagi, mari berkembang lebih indah lagi, lebih semangat lagi, tidak ada hal yang sia-sia, mari bertemu hal baik kedepannya sukses dunia akhirat.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Segala Puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah mencurahkan karunia dan kasih Nya kepada peneliti, sehingga dengan izin Allah pula peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Badan Usaha Milik Kampung (BUMKAM) Seminai Jaya Dalam Meningkatkan Produk Usaha Pada Tinjauan Ekonomi Syariah (Studi Kasus Pada Badan Usaha Milik Kampung (BUMKAM) Seminai Kecamatan Kerinci Kanan Kabupaten Siak)”**. Sholawat dan Salam tak lupa dan bosan kita kirimkan buat junjungan Alam yakni Baginda Rasulullah SAW. Berkat cinta dan kasih sayangnya kepada umatnya lah sehingga kita bisa dapat merasakan nikmat iman dan islam hingga saat ini.

Penyusunan Skripsi ini untuk memenuhi syarat akhir untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada jurusan Ekonomi Syari’ah dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam (IAI) Diniyyah Pekanbaru. Dalam Proses penyusunan skripsi ini, tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu penulisucapkan Terimakasih yang tulus dan sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Dr. Novi Yanti, MM Selaku Rektor Institut Agama Islam (IAI) Diniyyah Pekanbaru, Sekaligus Dosen pembimbing 1 (satu) yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis, dalam menyelesaikan Skripsi ini.
2. Bapak Mursal, M. Pd.I Selaku Wakil Rektor I, Ibu Refika M.Pd Selaku Wakil Rektor II, Bapak Irwan Tutrisno ME, Selaku Waket III, yang

telah memberikan dorongan kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir dengan baik.

3. Bapak Dr. M.Sulaiman Ridwan, Lc,M.sy Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam (IAI) Diniyyah Pekanbaru.
4. Bapak Eki Candra, SE. MM Selaku Ketua Prodi Ekonomi Syari'ah Institut Agama Islam (IAI) Diniyyah Pekanbaru. Yang selalu meluangkan waktu dan memberikan semangat serta motivasi dan arahan kepada Mahasiswa nya.
5. Ibu Dr. Novi Yanti, MM dosen pembimbing I dan Ibu Widya Khaidir, ME dosen pembimbing II.
6. Terimakasih kepada seluruh Bapak/Ibu Dosen Institut Agama Islam (IAI) Diniyyah Pekanbaru, yang telah mendidik dan mengajar serta mencurahkan segala ilmunya dengan penuh keikhlasan.
7. Terimakasih untuk Staf dan Karyawan Institut Agama Islam (IAI) Diniyyah Pekanbaru, yang telah memberikan pelayanan yang baik dan segala hal lainnya.
8. Terimakasih Ibu Pinta Gabena Hasibuan M. Pd yang selalu membantu dan memberikan dorongan kepada penulis. Dan Ibu Almaria, S. IP selaku kepala perpustakaan Institut Agama Islam (IAI) Diniyyah Pekanbaru yang telah mengizinkan dan melayani peneliti dengan meminjamkan buku yang diperlukan.

9. Terimakasih kepada kedua orang tua serta seluruh keluarga yang telah memberikan do'a dan kasih sayang yang tidak pernah putus kepada penulis.
10. Terimakasih kepada seluruh teman-teman seperjuangan di Institut Agama Islam (IAI) Diniyyah Pekanbaru Mahasiswa khususnya Prodi Ekonomi Syari'ah yang turut memberikan motivasi, arahan dan meyakinkan penulis sehingga penulis telah dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
11. Terimakasih Kepada diri sendiri yang telah berjuang dan mampu bertahan sejauh ini, Mari menjadi pribadi yang lebih baik lagi untuk kedepannya.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kekurangan dan kelemahan. Oleh karena itu, penulis mohon maaf dan mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun agar penulis lebih baik kedepannya.

Pekanbaru, 04 Agustus 2024

Hormat saya

Siti Munawaroh
NIRM: 1216.20.2761

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	ii
MOTTO.....	iii
PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL DAN GAMBAR	xii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	ii
MOTTO.....	iii
PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL DAN GAMBAR	xii
BAB1: PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Permasalahan.....	10
1. Identifikasi Masalah	10
2. Batasan Masalah	10
3. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	10
1. Tujuan Penelitian.....	10
2. Manfaat Penelitian.....	11
D. Sistematika Penulisan.....	11
BAB II: LANDASAN TEORI	13
A. Kajian Teori.....	13
1. Produk.....	13
2. Jasa (Service).....	18
3. Klasifikasi Barang Konsumen	18
4. Strategi Positioning Produk	18
5. Strategi Repositioning Produk	20
6. Kualitas (Quality)	27

7. Maqashid Syariah	29
8. Dasar hukum Maqashid Syariah.....	30
B. Kerangka Konseptual	31
C. Penelitian Terdahulu	33
D. Hipotesis Penelitian.....	34
BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Jenis Penelitian.....	35
B. Tempat dan Waktu Penelitian	35
C. Populasi dan Sampel Penelitian	35
1. Populasi penelitian.....	35
2. Sampel penelitian	35
D. Teknik pengumpulan sampel	36
E. Jenis data dan Skala pengukuran	37
1. Jenis data	37
F. Variabel Penelitian	38
G. Instrumen Penelitian.....	38
H. Teknis Analisis Data	39
1. Uji Instrumen	39
2. Uji Asumsi Klasik.....	41
3. Uji Hipotesis.....	42
4. Analisis Regresi Linier Sederhana.....	43
5. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	44
BAB IV HASIL PENELITIAN	45
A. Sejarah BUMkam	45
1. Visi dan Misi.....	46
2. Struktur Organisasi	46
B. Deskriptif Responden Penelitian.....	51
C. Karakteristik Responden.....	52
D. Analisis data dan Pembahasan	55
1. Uji Instrumen Penelitian	55

2. Uji Asumsi Klasik.....	57
E. Uji Hipotesis	60
F. Uji Regresi Linier sederhana.....	62
G. Koefisien Determinasi (R Square).....	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	65
A. Kesimpulan	65
B. Saran.....	65

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL DAN GAMBAR

Gambar 2.1	32
Tabel 2.1.....	33
Tabel 3.1.....	39
Gambar 4.1.	47
Gambar 4.1	59
Tabel 4.9.....	60
Tabel 4.11.....	62
Tabel 4.12.....	63

ABSTRAK

PENGARUH BADAN USAHA MILIK KAMPUNG (*BUMKAM*) SEMINAI JAYA DALAM MENINGKATKAN PRODUK USAHA PADA TINJAUAN EKONOMI SYARIAH

**(Studi Kasus Pada Badan Usaha Milik Kampung (*BUMKAM*) Seminai
Kecamatan Kerinci Kanan Kabupaten Siak)**

SITLMUNAWAROH

NIRM: 1216.20.2761

Program Studi Ekonomi Syari'ah IAI Diniyyah Pekanbaru
Jalan KH. Ahmad Dahlan Sukajadi Pekanbaru

Penelitian ini dilakukan karena keterbatasan ekonomi dengan minat kebutuhan dan kelangsungan belanja maka masyarakat menggunakan *BUMKam*. Penelitian ini bertujuan yang pertama untuk mengetahui bagaimana penggunaan *BUMKam* dalam kalangan masyarakat di kampung seminai, yang kedua untuk mengetahui bagaimana minat beli menggunakan *BUMKam*, dan untuk mengetahui apakah ada pengaruh *BUMKam* terhadap produk usaha masyarakat Kabupaten Siak pada tinjauan ekonomi syariah. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Populasi dalam penelitian ini merupakan masyarakat dikampung seminai dengan jumlah sampel 64 responden dengan menyebarkan kuesioner, melakukan wawancara dan dokumentasi kepada responden. Metode analisis data yang digunakan uji kualitas data (uji validitas, uji reabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas), uji hipotesis (uji f dan uji t), analisis regresi linier sederhana, dan koefisien determinasi (R^2). *BUMKam* berpengaruh positif dan signifikan terhadap produk usaha, berdasarkan hasil uji t hitung ($5,495$) > t tabel ($1,670$) yang artinya dengan adanya *BUMKam* sangat berpengaruh terhadap produk usaha, sehingga *BUMKam* dapat meningkatkan masyarakat.

Kata Kunci : Pengaruh, *BUMKam*, dan Produk usaha

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF SEMINAI JAYA VILLAGE-OWNED BUSINESS ENTITIES (BUMKAM) IN IMPROVING BUSINESS PRODUCTS ON SHARIA ECONOMIC VIEW

(Case Study of Village-Owned Enterprises (BUMKAM) Seminai, Kerinci Kanan District, Siak Regency)

SITI MUNAWAROH
NIRM: 1216.20.2761

**IAI Diniyyah Pekanbaru Sharia Economics Study Program
Jalan KH. Ahmad Dahlan Sukajadi Pekanbaru**

This research was conducted because of economic limitations, with the interest of needs and continuity of shopping, people use BUMKam. This research aims, firstly, to find out how BUMKam is used among the community in Seminai village, secondly to find out how interest in buying using BUMKam is, and to find out whether there is an influence of BUMKam on the business products of the people of Siak Regency in terms of sharia economics. This research uses quantitative descriptive methods. The data used is primary data and secondary data. The population in this study was the community in Seminai village with a sample size of 64 respondents by distributing questionnaires, conducting interviews and documenting the respondents. The data analysis methods used were data quality tests (validity test, reliability test), classical assumption tests (normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test), hypothesis tests (f test and t test), simple linear regression analysis, and coefficient of determination (R^2). BUMKam has a positive and significant effect on business products, based on the results of the calculated t test ($5.495 > t$ table 1.670), which means that the existence of BUMKam has a great influence on business products, so that BUMKam can improve society.

Keywords: Influence, *BUMKam*, and business products

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bumkam adalah suatu lembaga usaha yang artinya memiliki fungsi untuk melakukan usaha dalam rangka mendapatkan suatu hasil seperti keuntungan atau laba. Tujuan didirikannya bumkam adalah dalam rangka memperkuat perekonomian desa, mengurangi angka pengangguran, meningkatkan peluang usaha bagi masyarakat, membuka kesempatan masyarakat untuk berinvestasi sebagai sumber pendapatan asli desa.¹

Pengembangan produk usaha di pedesaan sudah semenjak lamadijalankan oleh pemerintah melalui program. Dengan adanya Badan Usaha Milik Kampung (Bumkam) seminai jaya, sehingga saat ini unit usaha baik yang dikelola bumkam maupun usaha masyarakat sudah banyak yang berkembang hingga mampu meningkatkan perekonomian masyarakat khususnya masyarakat seminai. Badan usaha milik desa yang selanjutnya disebut bumkam adalah suatu lembaga/badan perekonomian desa yang berbadan hukum dibentuk dan dimiliki oleh pemerintah desa, di kelola secara ekonomis mandiri dan profesional dengan modal seluruhnya atau sebagian besar merupakan kekayaan desa yang dipisahkan. Pada akhirnya bumkam dibentuk dengan tujuan memperoleh keuntungan untuk memperkuat pendapatan asli desa, memajukan perekonomian desa, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa. Menjadi anak yang berbeda dengan anak pada

¹ Hamidah Nur Ratna Safitri Emma Widiyanti, 'IBSE Ecinomic Journal', vol 1 no.1 (2022), pp. 1–15. Hlm. 22

umumnya bukanlah hal yang mudah, karena perbedaan ini membuat seorang anak merasa sedih, sendiri, merasa tidak sama dengan anak-anak yang lain, bahkan tidak pernah ingin dilahirkan berbeda. Kondisi ini dapat mengganggu perkembangan kepribadian anak seperti munculnya rasa kurang percaya diri, merasa dikucilkan oleh teman-temannya ataupun merasa diremehkan. Tentu saja hal ini menjadi perhatian kita semua.²

Bumkam lahir sebagai suatu pendekatan baru dalam usaha peningkatan produk usaha ekonomi desa berdasarkan kebutuhan dan potensi desa. Pengelolaan bumkam sepenuhnya dilaksanakan oleh masyarakat desa, yaitu dari desa, oleh desa, dan untuk desa. Cara kerja bumkam adalah dengan jalan menampung kegiatan-kegiatan ekonomi masyarakat dalam sebuah bentuk kelembagaan atau badan usaha yang dikelola secara profesional, namun tetap bersandar pada potensi asli desa. Hal ini dapat menjadikan usaha masyarakat lebih produktif dan efektif. Bumkam merupakan lembaga usaha yang bergerak dalam bidang pengelolaan aset-aset dan sumber daya ekonomi desa dalam kerangka pemberdayaan masyarakat desa. Tujuan bumkam yaitu mengoptimalkan pengelolaan aset-aset desa yang ada, memajukan perekonomian desa, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa. Sifat produk usaha bumkam adalah berorientasi pada keuntungan. Sifat pengelolaan usahanya adalah keterbukaan, kejujuran, partisipasi dan berkeadilan dan berkeadilan.³ Dengan demikian sebagaimana preferensi yang ada maka dapat dikatakan bahwa bumkam sebagai

² muhammad elsa tomisa, 'Pengaruh Judul Badan Usaha Milik Kampung Terhadap Pendapatan Asli', vol 9 , No. 1 (2020), p. 94. Hlm.94

³ Husadi Adnan Husadi Putra, 'Peran Umkm Dalam Pembangunan Dan Kesejahteraan Masyarakat', *Analisis Sosiologi*, vol5, No. 2:1 (2020), p. 20. Hlm. 22

motor penggerak perekonomian desa, dan lembaga usaha yang menghasilkan Pendapatan asli desa, serta sebagai sarana untuk mendorong percepatan peningkatan kesejahteraan masyarakat desa. Dengan kehadiran bumkam ini diharapkan desa menjadi lebih mandiri dan masyarakatnya pun menjadi lebih sejahtera. Dalam hal ini bumkam sebagai satu pemerintahan Desa/Negeri, maka bumkam itu sendiri mesti memilih dan menetapkan satu atau beberapa sektor usaha mikro, kecil atau menengah (UMKM) atau ikut terlibat dalam memberdayakan UMKM Masyarakat Desa/Negeri sebagai upaya dalam membangun dan meningkatkan pendapatan Asli Desa yang mandiri/berdasarkan potensi yang dimiliki Desa/Negeri semisal sumberdaya alam, sumberdaya manusia dan lain-lain yang dapat mendukung peningkatan atau pertumbuhan pendapatan Desa/Negeri bagi kesejahteraan ekonomi Masyarakat.⁴ Jika kita mengacu pada keberadaan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) mempunyai peran yang besar dalam pembangunan ekonomi nasional dan dapat dipandang sebagai penyelamat dalam pemulihan ekonomi. Hal ini karena UMKM mampu untuk bertahan dan tumbuh dalam terpaan krisis sejak tahun 1998. Berdasarkan data yang publikasikan oleh kementerian koperasi dan usaha kecil menengah (Kemenkop dan UMKM). Badan Usaha Milik Kampung yang disingkat menjadi BUMKAM merupakan suatu lembaga/usaha yang dikelola

⁴ Maryunani, *Pengaruh Badan Usaha Desa Yang Di Kelola Oleh Masyarakat Dan Pemerintah Desa Dalam Upaya Memperkuat Perekonomian* (Kecamatan Madura Kabupaten Banjarnegara PT. Pustaka Setia, 2008). Hlm.10

pemerintah dan masyarakat desa yang bertujuan untuk memperkuat perekonomian desa.

BUMKAM adalah lembaga usaha desa yang dikelola oleh masyarakat dan pemerintah desa dalam upaya memperkuat perekonomian desa dan membangun kerekatan sosial masyarakat yang dibentuk berdasarkan kebutuhan dan potensi desa. Jadi BUMKAM merupakan suatu usaha/lembaga yang memiliki fungsi untuk membangun perekonomian desa melalui usaha yang dikembangkan dalam rangka memperoleh suatu hasil (keuntungan atau laba).⁵ BUMKAM merupakan suatu lembaga yang dipercaya sebagai badan usaha yang mampu membantu pemerintah dan masyarakat desa untuk mengembangkan sekaligus memenuhi kebutuhan sehari-hari, menjadi peluang usaha, menambah wawasan masyarakat desa baik dengan cara mengembangkan potensi desa maupun memanfaatkan sumber daya alam desa. BUMKAM dapat menjadi pertimbangan untuk menyalurkan inisiatif masyarakat desa, potensi desa, mengelola dan memanfaatkan potensi Sumber Daya Alam (SDA) desa serta mengoptimalkan Sumber Daya Manusia (Warga Desa).

Keberadaan BUMKAM secara umum dimaksudkan untuk meningkatkan kemandirian desa serta untuk memperkuat perekonomian desa, demi mewujudkan kesejahteraan masyarakat desa. Mengingat dengan adanya BUMKAM desa diberikan hak penuh untuk mengelola dan mengembangkan potensi desa tanpa intruksi dari pemerintah dan kelompok tertentu. Oleh sebab itu

⁵ Kurniawan Ade Eka, 'Peran Badan Usaha Milik Kampung Dalam Peningkatan Pendapatan Asli', *Program Studi Pemerintah*, vol 3, No. 1 (2020). Hlm. 20

pemerintah dan masyarakat desa dituntut untuk mandiri. Dalam hal ini untuk menopang sifat kemandirian dari pemerintah dan masyarakat desa maka diperlukan prinsip-prinsip kooperatif, partisipatif dan emansipatif, transparansi, serta sustainable agar BUMKAM dapat dijalankan dengan baik dan optimal. Selain itu harus didasarkan oleh kemauan (kesepakatan) masyarakat banyak serta kemampuan setiap anggota untuk lebih mandiri dalam memenuhi kebutuhan dasarnya, baik untuk kepentingan produksi dan konsumen. Terciptanya Badan Usaha Milik Kampung dikarenakan, sudah dititik beratkan bahwa dalam meningkatkan pendapatan masyarakat dan pemerintah, desa dapat mendirikan Badan Usaha Milik Kampung⁶.

Sebagai lembaga komersial dengan institusi sosial ekonomi BUMKAM harus mampu berkompetensi ke luar desa serta harus berpihak pada pemenuhan kebutuhan masyarakat baik dari segi produktif maupun konsumtif dengan pelayanan distribusi penyediaan barang dan jasa, yakni hal ini mampu diwujudkan dalam pengadaan kebutuhan masyarakat yang tidak memberatkan seperti harga yang lebih murah dan mudah didapatkan memperhatikan efisiensi serta efektifitas dalam kegiatan sektor riil dan lembaga keuangan yang berlaku sebagai lembaga keuangan mikro. Maksud dan tujuan dari pembentukan Badan Usaha Milik Kampung (BUMKAM) yakni :

1. Menumbuh kembangkan perekonomian desa.
2. Meningkatkan sumber Pendapatan Asli Daerah
3. Menyelenggarakan kemanfaatan umum berupa penyediaan jasa bagi Peruntukan hajat masyarakat desa.
4. Sebagai perintis bagi kegiatan usaha desa.

Adapun tujuan dari Badan Usaha Milik Kampung (BUMKAM) adalah⁷ :

1. Meningkatkan peranan masyarakat desa dalam mengelola sumber-sumber pendapatan lain yang sah.
2. Menumbuh kembangkan kegiatan ekonomi masyarakat desa, dan unit-unit usaha desa.
3. Menumbuh kembangkan usaha sektor informal untuk dapat menyerap tenaga kerja masyarakat di desa.
4. Meningkatkan kreatifitas berwirausaha desa masyarakat yang berpenghasilan rendah.

Keberadaan BUMKAM sebagai Penguatan Ekonomi Desa BUMKAM sebagai lembaga pengembangan potensi desa diperkirakan muncul sebagai kekuatan ekonomi baru di wilayah pedesaan. UU No. 6 tahun 2014 tentang payung hukum yang diberikan desa atas BUMKAM sebagai pelak Ekonomi yang mengelola potensi desa secara kolektif dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa. Secara substansial, UU No. 6 tahun 2014 mengerakkan sekaligus mendorong desa untuk pemenuhan pelayanan desa kepada masyarakat dengan subjek pembangunan. Keberadaan BUMKAM menjadi suatu lembaga yang memunculkan sentra-sentra ekonomi di desa dengan semangat ekonomi kolektif⁸. Mengingat BUMKAM sebagai lembaga ekonomi yang bermodal usaha, yaitu sebagai salah satu pembangunan desa mandiri yang dapat berjalan

⁷ amelia and kusuma dewi Sri, *Sebagai Upaya Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Desa (Pades) Serta Menumbuhkan Perekonomian Desa*, (yogyakarta : Pustaka Pelajar), 2014.hlm. 40

⁸ *Peraturan Pemerintah Replubik Indonesia No 43 Tahun 2014 Tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang No 6 Tahun 2014 Tentang Desa*. Hlm.97

dengan percaya diri bahwa memang sudah berhasil mengatur rumah tangga sendiri dan menciptakan desa yang mandiri yang tidak hanya bergantung pada anggaran dana desa yang telah diberikan oleh pemerintah. Untuk mengetahui seberapa jauh BUMKAM berperan dalam meningkatkan perekonomian masyarakat, beberapa indikator kemajuan ekonomi yang harus diperhatikan. Daerah dapat dikatakan maju atau tidak, ditinjau dari keadaan ekonomi, baik secara kualitatif maupun kuantitatif.

1. Pendapatan per kapita
2. Tingkat Pertumbuhan ekonomi
3. Kegiatan perekonomian utama
4. Ketersediaan modal
5. Pemanfaatan SDA
6. Pertumbuhan penduduk
7. Kepadatan penduduk
8. Tingkat pengangguran
9. Keadaan sosial budaya

Kemajuan teknologi Peranan Badan Usaha Milik Kampung (BUMKAM) terhadap peningkatan perekonomian desa adalah sebagai berikut :⁹

1. Pembangunan dan pengembangan potensi dan kemampuan ekonomi masyarakat desa pada umumnya untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosialnya.

⁹ Braweri I M S & Fitanto, 'Peran Badan Usaha Milik Kampung Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat', vol2, No. 1 (2023). Hlm. 51.

2. Berperan secara aktif dalam upaya meningkatkan kualitas kehidupan manusia dan masyarakat.
3. Memperkokoh perekonomian rakyat sebagai dasar kekuatan dan ketahanan perekonomian nasional dengan BUMKAM sebagai pondasinya.
4. Berusaha untuk mewujudkan dan mengembangkan perekonomian masyarakat desa.
5. Membantu para masyarakat untuk meningkatkan penghasilan sehingga dapat meningkatkan pendapatan dan kemakmuran masyarakat.¹⁰

Salah satu upaya yang bisa dilakukan adalah dengan mendorong gerak ekonomi desa melalui kewirausahaan desa, dimana kewirausahaan desa menjadi strategis dalam mengembangkan dan pertumbuhan kesejahteraan kewirausahaan desa ini dapat diwadahi dalam Badan Usaha Milik Kampung yang dikembangkan oleh pemerintah maupun masyarakat desa.¹¹

Setelah penulis melakukan observasi lapangan untuk penelitian lebih lanjut dan mewawancarai ketua BUMkam Seminai Jaya, diduga bahwa kesadaran masyarakat akan rasa memiliki terhadap BUMkam Semini Jaya sangat rendah, sehingga semua program untuk pengembangan perekonomian masyarakat sedikit terhambat karena masih ada masyarakat yang tidak menjual TBS ke unit usaha pembelian TBS milik BUMkam, dan masih juga masyarakat ditemukan berbelanja alat-alat bangunan tidak di unit usaha toko bangunan milik BUMkam,

¹⁰ Rismawati, *Peran Bumkam Dalam Upaya Meningkatkan Perekonomian Masyarakat* (Jakarta PT. Raja Grafindo Persada, 2018). Hlm. 76

¹¹ *Wawancara Dengan Sekretaris Bumkam, 17 Mei 2024 Di Seminai.*

dan ditemukan para mitra peminjaman dana USP yang telat membayar atau bahkan tidak membayar sama sekali dengan anggapan dana itu milik pemerintah dan tidak perlu dikembalikan, padahal dana USP itu sifatnya bergulir. Tentu ini semua merupakan masalah yang bisa menghambat program pemerintah untuk majunya pengembangan perekonomian masyarakat itu sendiri. Oleh karena itu, dari latar belakang masalah diatas penulis memiliki ketertarikan lebih lanjut untuk membahas dan menggali masalah terkait kurangnya pemahaman masyarakat untuk rasa memiliki terhadap BUMkam Seminai Jaya Kec Kerinci Kanan Kab Siak. Untuk itu, saya mengangkat judul penelitian: ***“Pengaruh BUMKAM (Badan Usaha Milik Kampung) SEMINAI JAYA Dalam Meningkatkan Produk Usaha Pada Tinjauan Ekonomi Syariah”***.

Harus dipahami dan dilakukan secara maksimal bumkam menjadi pusat perekonomian masyarakat desa untuk menumbuh kembangkan ekonomi lokal.

Berdasarkan observasi awal peneliti di tempat kejadian adalah :

1. Berkurangnya nasabah untuk menabung di Bumkam, dikarenakan terjadi faktor ekonomi.
2. Produk yang di distribusikan telah habis namun jika di perlukan akan tetap ada.
3. Barang yang dibutuhkan oleh masyarakat/konsumen.

B. Permasalahan

1. Identifikasi Masalah

- a. Nasabah bertambah nilai tabungan berkurang.
- b. Tingkat perekonomian berkurang karena sumberdaya yang didapatnya menurun.
- c. Faktor yang mengakibatkan keberhasilan usaha di bumkam.

2. Batasan Masalah

Berdasarkan pada uraian identifikasi masalah, maka penulis membatasi ingin lebih terarah dan tidak nyimpang dari topik yang di persoalkan, maka penulis membatasi permasalahan ini.

3. Rumusan Masalah

Apakah ada pengaruh Bumkam Semina Dalam meningkatkan produk usaha digital pada tinjauan ekonomi syariah.

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian

- a. Untuk mengetahui pengaruh BUMkam dalam pengembangan ekonomi masyarakat kampung semina.
- b. Untuk mengetahui pengaruh BUMkam dalam pengembangan ekonomi masyarakat menurut perspektif ekonomi islam.

2. Manfaat Penelitian

- a. Bagi akademik hasil penelitian hasil penelitian ini dapat digunakan untuk meningkatkan dan mengembangkan kemampuan berfikir penulis dalam menganalisa permasalahan tentang pengaruh bumkam seminai dalam meningkatkan prodak usaha di era digital dalam tinjauan ekonomi syariah.
- b. Bagi peneliti mengaplikasikan ilmu yang ilmu yang di dapat selama di bangku perkuliahan serta pelaksanaan tugas akademik yaitu untuk melengkapi salah satu syarat guna memperoleh gelar.
- c. Bagi literature pustaka hasil penelitian ini mampu menambah literature perpustakaan IAI Diniyyah Pekanbaru terkhusus jurusan ekonomi syariah.

D. Sistematika Penulisan

Untuk dapat memberikan gambaran secara umum dari penulis ini, penulis membagi kedalam.

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, permasalahan meliputi identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang landasan teori yang terkait dengan objek permasalahan yang diperoleh dari tinjauan pustaka, variabel penelitian dan defenisi konsep.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang jenis penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, data, jenis data dan skala pengukuran, teknik pengumpulan data, instrument penelitian dan teknik analisis data.

BAB IV: HASIL PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang deskripsi objek penelitian, deskripsi respon, penelitian, dan paparan hasil penelitian.

BAB V: PENUTUP

Dalam bab ini merupakan penutup dari penulisan skripsi yang berisi kesimpulan dan saran dalam penelitian ini.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. KAJIAN TEORI

1. Produk

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan, sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar adalah sebagai berikut: ¹²Sekumpulan atribut yang nyata, didalamnya sudah tercakup warna, harga, kemasan, prestise pabrik, prestise pengecer dan pelayanan dari pabrik serta pengecer mungkin diterima oleh pembeli sebagai sesuatu yang mungkin bisa memuaskan keinginannya.

Berdasarkan dua definisi mengenai produk di atas makadapat disimpulkan bahwa produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan produsen kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan mampu memberikan kepuasan bagi penggunanya. Selain itu, produk dapat pula didefinisikan sebagai persepsi konsumen yang dijabarkan

¹² Kloter dan Armstrong, *Strategi Pengembangan Produk Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian* (yogyakarta Cv. Budi Utama, 2018). Hlm. 77

oleh produksinya Secara lebih rinci, konsep produk total meliputi barang, kemasan, merek, label, pelayanan, dan jaminan.

a. Atribut produk

Suatu produk biasanya diikuti oleh serangkaian atribut-atribut yang menyertai suatu produk meliputi beberapa hal antara lain adalah sebagai berikut :¹³

1. Merek

Merek adalah simbol yang dirancang untuk mengidentifikasi produk yang ditawarkan penjual. Fungsi merek adalah untuk membedakan suatu produk perusahaan pesaingnya, untuk mempermudah konsumen Mengidentifikasi produk dan menyakinkan konsumen akan kualitas produk yang sama jika melakukan pembelian ulang. Merek memegang kendali yang besar dalam keputusan pembelian. Merek digunakan oleh pemasar untuk beberapa tujuan yaitu sebagai berikut:

- a. Sebagai identitas yang bermanfaat dalam diferensiasi atau membedakan produk suatu perusahaan dengan produk pesaingnya.
- b. Sebagai alat promosi, yaitu sebagai alat daya tarik produk.
- c. Untuk membina citra, yaitu dengan memberikan keyakinan, jaminan, kualitas, serta prestise tertentu kepada konsumen.

¹³ Ardi Ansah, 'Pengaruh Desain Produk Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembeli Di Ponegoro', vol 1 no.2 (2017), p. 179. Hlm. 60

- d. Untuk mengendalikan pasar.

2. Kemasan

Kemasan diandalkan khusus untuk mendapatkan manfaat perlindungan dan kemudahan fungsi konsumen dalam pemasaran untuk melindungi dan menjaga keamanan produk. Pemberian kemasan pada suatu produk bisa memberikan tiga manfaat utama yaitu sebagai berikut:¹⁴

- a. Manfaat komunikasi.

Manfaat utama kemasan adalah sebagai media pengungkapan informasi produk kepada konsumen. Informasi tersebut meliputi cara menggunakan produk, komposisi produk, dan informasi khusus (efek samping, frekuensi pemakaian dan lain sebagainya).

- b. Manfaat fungsional.

Kemasan seringkali pula memastikan peranan fungsional yang penting, seperti memberikan kemudahan, perlindungan, dan penyimpanan.

- c. Manfaat perseptual.

Kemasan juga bermanfaat dalam menanamkan persepsi tertentu dalam benak konsumen.

3. Pemberian Label

¹⁴ Agustina W, *Strategi Pengembangan Produk Kemasan Pengawet Pada Subsidi Makanan Dan Pemanfaatannya* (Subang pt. gramedia pustaka utama, 2009). Hlm. 57

Labeling berkaitan erat dengan pengemasan. Label merupakan bagian dari suatu produk yang menyampaikan informasi mengenai produk dan penjual. Sebuah label bisa merupakan bagian dari kemasan, atau bisa pula merupakan etiket (tanda pengenal) yang dilekatkan pada produk. Dengan demikian ada hubungan erat antara labeling, packaging, dan branding.

Secara garis besar terdapat tiga macam label yaitu sebagai berikut:¹⁵

- a. Brand label, yaitu nama merek yang diberikan kepada produk atau dicantumkan pada kemasan.
 - b. Descriptive label, yaitu label yang memberikan informasi obyektif mengenai penggunaan, konstruksi/pembuatan, perawatan/perhatian dan kinerja produk, serta karakteristik-karakteristik lainnya yang berhubungan dengan produk.
 - c. Grade label, yaitu label yang mengidentifikasi penilaian kualitas produk
(*product's judgment quality*) dengan suatu huruf, angka, atau kata.
4. Layanan pelengkap

Merupakan ciri pembentuk citra produk yang sulit dijabarkan karena bersifat intangible (tidak berwujud) ini biasanya terdapat pada service atau jasa. Dewasa ini produk apapun tidak terlepas dari unsur jasa atau layanan, baik itu jasa sebagai produk inti maupun jasa sebagai pelengkap. Layanan pelengkap dapat diklasifikasikan

¹⁵ Tjiptono, *Perancangan Desain Label Kemasan Produk Sebagai Upaya Meningkatkan Konsumen* (Jakarta: Balai Pustaka, 2016). Hlm. 57

menjadi delapan kelompok yaitu sebagai berikut:

- a. Informasi
- b. Konsultasi
- c. Order taking
- d. Hospitaly
- e. Caretaking
- f. Exceptions
- g. Billing
- h. Pembayaran
- i. Jaminan Produk

5. Jaminan Produk

Jaminan adalah janji yang merupakan kewajiban produsen atas produknya kepada konsumen, di mana konsumen akan diberi ganti rugi bila produk ternyata tidak bisa berfungsi sebagaimana yang diharapkan atau dijanjikan.¹⁶

Jaminan bisa meliputi kualitas produk, reparasi, ganti rugi (uang kembali atau produk ditukar), dan sebagainya. Jaminan sendiri ada yang bersifat tertulis dan ada pula yang tidak tertulis. Dewasa ini jaminan seringkali dimanfaatkan sebagai aspek promosi, terutama pada produk - produk tahan lama.

6. Klasifikasi Produk

Klasifikasi produk bisa dilakukan atas berbagai macam sudut pandang. Berdasarkan berwujud tidaknya, produk dapat diklasifikasikan ke dalam dua kelompok utama yaitu sebagai

¹⁶ Rambe Y . M & Afifuddin, *Pengaruh Halal Pada Jaminan Produk Atas Produsen Industri Halal* (yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012). Hlm. 69

berikut.

Barang merupakan produk yang berwujud fisik, sehingga bisa dilihat, diraba/disentuh, dirasa, dipegang, disimpan, dipindahkan, dan perlakuan fisik lainnya. Ditinjau dari aspek daya tahannya, terdapat dua macam barang yaitu :

- a. Barang tidak tahan lama (*non durable goods*). Barang tidak tahan lama. adalah barang berwujud yang biasanya habis dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali pemakaian. Dengan kata lain umur ekonomisnya dalam kondisi pemakaian normal kurang dari satu tahun.
- b. Barang tahan lama (*durable goods*). Barang tahan lama merupakan barang berwujud yang biasanya bertahan lama dengan banyak pemakaian (umur ekonomisnya untuk pemakaian normal adalah satu tahun atau lebih).

b. Jasa (Service)

Jasa merupakan aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual.¹⁷

1. Klasifikasi Barang Konsumen.

Selain berdasarkan daya tahannya, produk umumnya juga diklasifikasikan berdasarkan siapa konsumennya dan untuk apa produk itu dikonsumsi. Berdasarkan kriteria ini, produk dapat

¹⁷ Rokhman Khusnur, *Pengaruh Strategi Klasifikasi Produk Terhadap Motivasi Nasabah Berinvestasi Di Bank Syariah* (Semarang: Toha Putra Group, 2009). Hlm. 59

dibedakan menjadi barang konsumen (*consumers goods*) dan barang industri (*industrial goods*). Barang konsumen adalah barang yang dikonsumsi untuk kepentingan konsumen akhir sendiri (individu dan rumah tangga), bukan untuk tujuan bisnis. Strategi Produk.

Secara garis besar strategi produk dapat dikelompokkan menjadi delapan jenis atau kategori produk, yaitu sebagai berikut :

1. Strategi positioning produk

Strategi positioning merupakan strategi yang berusaha untuk menciptakan differensiasi yang unik dalam benak pelanggan sasaran, sehingga terbentuk citra (*image*) merek atau produk yang lebih unggul dibandingkan merek atau produk pesaing. Strategi positioning terdiri dari :

- a. Positioning berdasarkan atribut produk.
- b. Positioning berdasarkan harga dan kualitas.
- c. Positioning yang dilandasi aspek penggunaan atau aplikasi.
- d. Positioning berdasarkan pemakai produk.
- e. Positioning berdasarkan kelas produk tertentu.
- f. Positioning berkenaan dengan pesaing.
- g. Positioning berdasarkan manfaat.¹⁸

Kunci utama keberhasilan positioning terletak pada persepsi yang

¹⁸ Edyus Camelia Nucivera, *Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dan Produk Jasa Dengan Kepuasan Konsumen* (yogyakarta: penerbit alfabeta, 2015). Hlm. 46

diciptakan. Selain ditentukan oleh persepsi pelanggannya sendiri, posisi atau citra sebuah perusahaan dipengaruhi pula oleh para pesaing dan pelanggan mereka. Tujuan pokok strategi positioning adalah :

- a. Untuk menempatkan atau memposisikan produk di pasar sehingga produk tersebut terpisah atau berbeda dengan merek- merek yang bersaing.
- b. Untuk memposisikan produk sehingga dapat menyampaikan beberapa hal pokok kepada para pelanggan.

2. Strategi Repositioning Produk

Strategi repositioning produk dibutuhkan bilamana terjadi salah satu dari empat kemungkinan berikut :

- a. Ada pesaing yang masuk dan produknya diposisikan berdampingan dengan merek perusahaan, sehingga berdampak buruk terhadap pangsa pasar perusahaan.
- b. Preferensi konsumen telah berubah.
- c. Ditemukan kelompok preferensi pelanggan baru, yang diikuti dengan peluang yang menjanjikan.
- d. Terjadi kesalahan dalam positioning sebelumnya.

Strategi repositioning produk dilaksanakan dengan jalan meninjau kembali posisi produk dan bauran pemasaran saat ini, serta berusaha mencari posisi baru yang lebih tepat bagi produk tersebut. Tujuan dari strategi ini adalah untuk melanjutkan kelangsungan hidup produk dan untuk mengoreksi kesalahan

penentuan posisi sebelumnya.

Persyaratan yang perlu dipenuhi dalam melaksanakan strategi repositioning produk meliputi:¹⁹

- a. Apabila strategi ini diarahkan pada para pelanggan saat ini, maka repositioning dilakukan melalui promosi mengenai penggunaan produk secara lebih bervariasi.
- b. Apabila unit bisnis ingin menjangkau para pemakai baru, strategi ini mensyaratkan bahwa produk tersebut ditawarkan dengan corak yang berbeda kepada orang yang belum menyukainya.
- c. Apabila strategi ini ditujukan untuk menyajikan manfaat (penggunaan) baru dari produk, maka diperlukan usaha untuk mencari manfaat laten dari produk (bila ada).

Hasil yang ingin dicapai dari strategi repositioning produk antara lain adalah :

- a. Peningkatan pertumbuhan penjualan dan produktivitas.
Perluasan pasar secara keseluruhan.
- b. Peningkatan penjualan, pangsa pasar, dan profitabilitas.²⁰

3. Strategi Overlap Produk

Strategi overlap produk adalah strategi pemasaran yang

¹⁹ Prihartini Y., *Pengaruh Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Usaha* (Bandung: Mandar Maju, 2008). Hlm. 52

²⁰ Sitohang B. S, *Analisis Keputusan Pembelian Yang Dipengaruhi Oleh Positioning Dan Perceived Quality* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011). Hlm. 43

menciptakan persaingan terhadap merek tertentu milik perusahaan itu sendiri. Persaingan ini dibentuk melalui tiga cara yaitu sebagai berikut :

- a. Pengenalan produk yang bersaing dengan produk yang sudah ada.
- b. Penggunaan label pribadi (*private labeling*), yaitu menghasilkan suatu produk yang menggunakan nama merek perusahaan lain.
- c. Menjual komponen-komponen yang dipergunakan dalam produk perusahaan sendiri kepada para pesaing.
- d. perusahaan sendiri kepada para pesaing.

Tujuan dari strategi overlap produk yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan adalah sebagai berikut:

- a. Untuk menarik lebih banyak pelanggan pada produk sehingga meningkatkan pasar keseluruhan.
- b. Agar dapat bekerja pada kapasitas penuh.
- c. Untuk menjual kepada para pesaing, sehingga dapat merealisasikan skala ekonomis dan pengurangan biaya.

Aplikasi strategi overlap produk harus dilakukan dengan hati-hati dan penuh perhitungan. Untuk itu perlu diperhatikan beberapa persyaratan pokok berikut :

- a. Masing-masing produk yang bersaing harus memiliki organisasi pemasarannya sendiri untuk bersaing di pasar.
- b. Merek pribadi (*private brand*) jangan sampai malah menjadi pengurang laba.

- c. Tiap merek harus mencari ceruk khusus (*special niche*).²¹

4. Strategi Lingkup Produk

Strategi lingkup produk berkaitan dengan perspektif terhadap bauran produk suatu perusahaan, misalnya jumlah lini produk dan banyaknya item dalam setiap lini yang ditawarkan. Strategi ini d itentukan denganmemperhitungkan misi keseluruhan dari unit bisnis. Perusahaan dapat menerapkan strategi produk tunggal, strategi multi produk, atau strategi system-of-products.

Masing-masing strategi ini memiliki tujuan tersendiri yaitu sebagai berikut :

- a. Strategi produk tunggal, digunakan untuk meningkatkan skala ekonomis, efisiensi, dan daya saing dengan jalan melakukan spesialisasi dalam satu lini produk saja.
- b. Strategi multi produk, digunakan untuk mengantisipasi resiko keusangan potensial suatu produk tunggal dengan menambah beberapa produk lain.
- c. Strategi system-of-products digunakan untuk meningkatkan ketergantungan pelanggan terhadap produk perusahaan sehingga mencegah pesaing masuk ke pasar.

Strategi system-of-products digunakan untuk meningkatkan

²¹ Frendy Prasetya, *Analisis Pengaruh Kualitas Produk Positioning Dan Diferensiasi Terhadap Keputusan Pembeli* (Jakarta: Balai Pustaka, 2011). Hlm.92

ketergantungan pelanggan terhadap produk perusahaan sehingga mencegah pesaing masuk ke pasar.

Strategi ini dapat diwujudkan dengan menciptakan produk komplementer dan pelayanan purna jual. Dengan demikian ada ikatan hubungan antara Perusahaan dengan pelanggan. Syarat melakukan strategi lingkup produk yang baik adalah sebagai berikut:²²

- a. Strategi produk tunggal, perusahaan harus memperbaharui produk dan bahkan harus menjadi pemimpin teknologi untuk menghindari keusangan.
- b. Strategi multi produk, produk harus saling melengkapi dalam suatu portopolio produk.
- c. Strategi system-of-products, perusahaan harus memiliki pemahaman yang baik terhadap kebutuhan pelanggan dan penggunaan produk.

5. Strategi Desain Produk

Strategi desain produk berkaitan dengan tingkat standarisasi produk. Perusahaan memiliki tiga pilihan strategi, yaitu produk standar, customized product (produk yang disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan tertentu), dan produk standar dengan modifikasi. Tujuan dari strategi desain produk adalah

²² Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran Produk Pesaing Terhadap Merek* (Jakarta, PustakaPelajar, 2015). Hlm. 42

sebagai berikut:

- a. Produk standar, yaitu untuk meningkatkan skala ekonomis perusahaan melalui produksi massa.
- b. Customized product, untuk bersaing dengan produsen produksi massa (produk standar) melalui fleksibilitas desain produk.
- c. Produk standar dengan modifikasi, untuk mengkombinasikan manfaat dari dua strategi di atas.²³

6. Strategi Eliminasi Produk

Pada hakikatnya produk yang tidak sukses atau yang tidak sesuai dengan portofolio produk perusahaan perlu dihapuskan, karena bisa merugikan perusahaan yang bersangkutan, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Produk yang masuk dalam kategori tersebut memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- a. Profitabilitasnya rendah.
- b. Volume penjualan atau pangsa pasarnya bersifat stagnan atau bahkan Menurun.
- c. Resiko keusangan teknologi cukup besar.
- d. Produk mulai masuk dalam tahap kedewasaan atau penurunan pada Product Life Circle (PLC).
- e. Produk tersebut kurang sesuai dengan kekuatan atau misi

²³ Irma Ayu Noraeni, *Pengaruh Harga Merek Dan Kualitas Produk* (Bandung : Alfabeta,2016). Hlm. 95

utama Bisnis.

Strategi eliminasi produk dilaksanakan dengan jalan mengurangi komposisi portofolio produk yang dihasilkan untuk unit bisnis perusahaan, baik dengan cara memangkas jumlah produk dalam suatu rangkaian/lini atau dengan jalan melepaskan suatu divisi atau bisnis. Tujuan strategi eliminasi produk adalah untuk mengeliminasi produk- produk yang tidak menguntungkan atau tidak disukai, yang disebabkan oleh:²⁴

Kontribusi produk tersebut terhadap biaya tetap dan laba terlampau kecil.

- a. Konsep kinerja masa datangnya suram.
- b. Produk tersebut tidak cocok atau tidak sesuai dengan strategi bisnis keseluruhan.

Tujuan utama dari strategi eliminasi produk adalah untuk membentuk buran/paduan produk yang paling baik dan menyeimbangkan bisnis secara keseluruhan.

7. Strategi Produk Baru

Pengertian produk baru dapat meliputi produk orisinal, produk yang disempurnakan, produk yang dimodifikasi, dan merek baru yang dikembangkan melalui usaha riset dan pengembangan. Selain itu juga dapat didasarkan pada pandangan konsumen mengenai

²⁴ David F.R, *Strategi Manajemen Lingkup Hidup Terhadap Kualitas Produk* (yogyakarta Cv. Budi Utama, 2001). Hlm. 89

produk tersebut. Tujuan utama yang ingin dicapai dari penciptaan produk baru adalah sebagai berikut.²⁵

- a. Untuk memenuhi kebutuhan baru dan memperkuat reputasi perusahaan sebagai inovator, yaitu dengan menawarkan produk yang lebih baru daripada produk sebelumnya.
- b. Untuk mempertahankan daya saing terhadap produk yang ada, yaitu dengan jalan menawarkan produk yang dapat memberikan jenis kepuasan yang baru.

8. Strategi Diversifikasi

Diversifikasi adalah upaya mencari dan mengembangkan produk atau pasar yang baru, atau keduanya, dalam rangka mengejar pertumbuhan, peningkatan penjualan, profitabilitas, dan fleksibilitas.

Strategi diversifikasi dapat dilakukan melalui tiga cara yaitu:

- a. Diversifikasi konsentris, dimana produk-produk baru yang diperkenalkan memiliki kaitan atau hubungan dalam hal pemasaran atau teknologi dengan produk yang sudah ada.
- b. Diversifikasi horisontal, dimana perusahaan menambah produk- produk yang tidak berkaitan dengan produk yang telah ada, tetapi dijual kepada pelanggan yang sama.
- c. Diversifikasi konglomerat, dimana produk-produk yang dihasilkan sama sekali baru, tidak memiliki hubungan dalam

²⁵ Alkurni W. & Zuliarni S., *Analisis Proses Pengembangan Sistem Produk* (Jakarta : Sinar Grafika, 2014). Hlm. 51

hal pemasaran maupun teknologi dengan produk yang sudah ada dan dijual kepada pelanggan yang berbeda.

3. Kualitas (*Quality*)

Nilai yang diberikan pelanggan, sangat kuat didasari oleh faktor kualitas jasa. Di mana kualitas suatu produk atau jasa adalah sejauh mana produk atau jasa memenuhi spesifikasi-spesifikasinya.²⁶

Kualitas adalah keseluruhan ciri- ciri dan karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan- kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten. Konsep kualitas sendiri pada dasarnya bersifat relative, yaitu tergantung dari perspektif yang digunakan untuk menentukan ciri-ciri dan spesifikasi. Pada dasarnya terdapat 3 orientasi kualitas yang seharusnya konsisten satu sama lain:

- a. Persepsi konsumen
- b. Produk/jasa
- c. Proses

Untuk yang berwujud barang, ketiga orientasi ini hampir selalu dapat dibedakan dengan jelas, tetapi tidak untuk jasa. Untuk jasa, produk dan proses mungkin tidak dapat dibedakan dengan jelas, bahkan produknya adalah proses itu sendiri. Kualitas memiliki delapan

²⁶ Septinor Bilung, *Strategi Pemasaran Desain Produk* (Jakarta : PT. Adhitya Andre DinaAgung, 2016). Hlm. 80

dimensi pengukuran yang terdiri dari aspek- aspek berikut ini.²⁷

Ukuran ketahanan suatu produk meliputi segi ekonomis maupun teknis. Secara teknis, ketahanan suatu produk didefinisikan sebagai sejumlah kegunaan yang diperoleh oleh seseorang sebelum mengalami penurunan kualitas. Secara ekonomis, ketahanan diartikan sebagai usia ekonomis suatu produk dilihat melalui jumlah kegunaan yang diperoleh sebelum terjadi kerusakan dan keputusan mengganti produk.

1. Kemampuan pelayanan (*serviceability*)

Kemampuan pelayanan bisa juga disebut dengan kecepatan, kompetensi, kegunaan, dan kemudahan produk untuk diperbaiki. Dimensi ini menunjukkan bahwa konsumen tidak hanya memperhatikan adanya penurunan kualitas produk, tetapi juga waktu sebelum produk disimpan, penjadwalan pelayanan, proses komunikasi dengan staf, frekuensi pelayanan perbaikan akan kerusakan produk dan pelayanan lainnya.²⁸

2. Estetika (*aesthetics*)

Merupakan dimensi pengukuran yang paling subyektif. Estetika merupakan penilaian dan refleksi yang dirasakan oleh konsumen.

3. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*).

Konsumen tidak selalu memiliki informasi yang lengkap

²⁷ Sulistyawati Agung Sri, *Peranan Strategi Eliminasi Produk Dalam Meningkatkan Suatu Bisnis* (Jakarta : Sinar Grafika, 2018). Hlm. 43

²⁸ Lestari Dianita Asih, *Pengaruh Strategi Diversifikasi Terhadap Produk* (Jakarta : RajaGrafindo Persada, 2015). Hlm. 66

mengenai atribut produk dan jasa. Namun demikian biasanya konsumen memiliki informasi tentang produk secara tidak langsung, misalnya melalui merek, nama dan negara produsen.

Keputusan pembelian merupakan suatu proses yang dimulai dari proses pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, pemilihan alternatif, dan diakhiri dengan keputusan pembelian. Dengan kata lain keputusan pembelian merupakan tindakan aktual konsumen dalam menentukan suatu produk atau jasa yang akan digunakannya.²⁹

1. Maqosid Syariah

Secara kebahasaan, "maqashid syariah" terdiri dari dua kata, yaitu "maqashid" dan "syari'ah"; "maqashid" diartikan dengan "menyengaja atau bermaksud kepada (qashada ilaihi)" (1), sedangkan "syari'ah" didefinisikan sebagai jalan yang lurus menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia. Syariat merupakan cara hidup orang Muslim. Syariat terdiri dari aturan Allah dan Rasul- Nya, baik dalam bentuk larangan maupun perintah, dan berlaku untuk semua aspek kehidupan manusia.³⁰

Menurut penjelasan tersebut, Maqashid al-syari'ah adalah maksud atau tujuan yang melatar belakangi ketentuan-ketentuan hukum Islam; dengan kata lain, maqashid al-syari'ah adalah maksud dan tujuan yang

²⁹ Kasmir, *Manajemen Sumber Daya Manusia Kualitas Produk* (Semarang: Toha PutraGroup, 2016). Hlm. 78

³⁰ nurhayati dan ali imran Sinaga, *Fiqh Dan Ushul Fiqh* (Jakarta: prenadamedia group, 2018). Hlm. 75

disyariatkannya hukum, atau tujuan al-syari (Allah Swt dan Rasulullah Saw) dalam menetapkan hukum Islam.³¹ Tujuan-tujuan ini dapat ditemukan dalam ayat-ayat Al-Quran dan Sunnah Rasulullah Saw, yang memberikan dasar yang masuk akal untuk menciptakan hukum yang berfokus pada kemaslahatan umum. Berdasarkan definisi-definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa maqashid al-syariah itu adalah rahasia-rahasia dan tujuan akhir yang hendak diwujudkan oleh Syari' dalam setiap hukum yang ditetapkan-Nya, dan dengan mengetahui Yang demikian, akan sangat berguna bagi mujtahid dan juga bagi orang-orang yang tidak mencapai derajat mujtahid. Bagi mujtahid, pengetahuan terhadap maqashid al-syariah akan membantu mereka dalam mengistinbatkan hukum secara benar dan sebagai ilmu yang penting untuk memahami teks-teks ayat Al-Qur'an dan Hadis Nabi SAW.⁴ Setiap hukum yang diciptakan dan disyariatkan Allah pasti mempunyai tujuan masing masing. Tujuan pensyariatan hukum adalah untuk kebahagiaan hidup manusia di dunia dan akhirat, dengan jalan mengambil yang bermanfaat dan mencegah atau menolak yang merusak. Dengan kata lain, tujuan pensyariatan hukum adalah untuk mencapai kemaslahatan hidup manusia, baik rohani maupun jasmani, individual dan social.

1. Dasar Hukum Maqashid Syariah

Perlu diingat bahwa Allah SWT, sebagai syari'at, tidak hanya

³¹ Busyro, *Maqashid Al-Syariah* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2019). Hlm. 11

menciptakan hukum dan aturan. Meskipun demikian, undang-undang dan aturan itu dibuat dengan tujuan dan tujuan tertentu. Menurut Khairul Umam, kemaslahatan hamba di dunia dan di akhirat adalah tujuan syari'at, menurut Ibnu Qayyim al-Jauziyah. Syari'at adalah adil, rahmat, dan mengandung hikmah:³² Setiap masalah yang menyimpang dari keadilan, rahmat, maslahat, dan hikmah pasti tidak diatur oleh syari'at. Studi hukum Islam tentang teori maqashid al-syari'ah sangat penting.³³ Menurut Abdul Wahhab Khallaf dan Wahbah az-Zuaili, pengetahuan tentang maqasid syari'ah sangat penting untuk memahami nash-nash syar'i. Menurut Wahbah az-Zuaili, pengetahuan tentang maqasid syari'ah sangat penting bagi mujtahid ketika mereka memahami nash dan membuat istinbat hukum, serta bagi orang lain ketika mereka mengeta Dengan demikian, kata-kata al-Syathibi, seorang pembaru ushul fiqh dari abad ke-8 Hijriah, memberikan dasar untuk penggunaan maqashid syari'ah.

QS. Al-A'raf : 157) :

B. Kerangka Konseptual

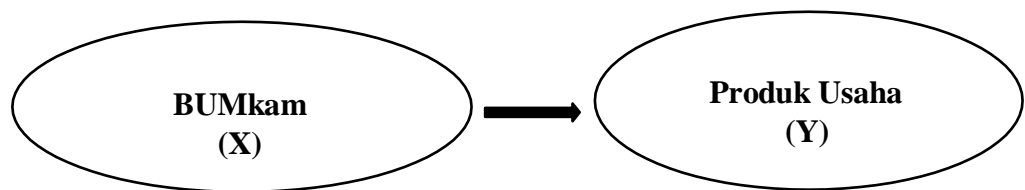
Kerangka konsep adalah suatu model yang menerangkan bagaimana hubungan suatu teori dengan faktor-faktor yang penting telah diketahui dalam suatu masalah tertentu. Kerangka konseptual akan

³² Khairul Umam, *Ushul Fiqih* (Bandung: Pustaka Setia, 2001). Hlm. 127

³³ Ghofar Shidiq, 'Teori Maqasid Syari'ah Dalam Hukum Islam', *Sultan Agung*, 44 No. 118 (2009).

menghubungkan secara teoritis Antara variabel- variabel yaitu variabel bebas dengan variabel terikat. Kerangka konsep dalam penelitian ini dinyatakan dalam bentuk skema pada dinyatakan dalam bentuk skema pada gambar dibawah ini sebagai berikut :

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual



Dari kerangka pemikiran diatas maka dapat diambil gambaran bahwa penelitian yang diteliti penulis terdiri satu variabel bebas (independent variable) dan satu variabel terikat (dependen variable). sebagai variabel bebas dan Minat Belanja sebagai variabel terikat.

C. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian terdahulu

No.	Nama Dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan perbedaan
1.	Yoni Pramilu W, Iman Surya, Eddy Iskandar (2020). Pengaruh Badan Usaha Milik Kampung (BUMKAM) dalam Meningkatkan produk usaha dan pendapatan asli desa Padang Jaya Kecamatan Kuaro Kabupaten Paser. ³⁴	Pengelolaan produk-produk usaha dan pengelolaannya di Bumkam Amanah Sudah berjalan dengan baik. Bumkam Amanah juga mengadakan kerja sama dengan Pihak ketiga Bumkam Amanah mempunyai 3 usaha utama yang sudah berperan dalam meningkatkan pendapatan asli desa yang bersumber dari BUMkam untuk kegiatan yang ada dimasyarakat.	Persamaan dalam penelitian Ini yaitu sama-sama Membahas tentang BUMkam, namun dalam Penelitian ini penulis Membahas tentang Pengaruh BUMKAM dalam meningkatkan prodak usaha di era digital pada tinjauan ekonomi syariah di Desa Seminai Kec.Kerinci Kanan Kab. Siak sedangkan penelitian yang dilakukan Yoni Pramilu W , Iman Surya, Eddy Iskandar pengaruh BUMkam dalam meningkatkan produk usaha dan pendapatan asli desa Padang Jaya Kecamatan Kuaro Kabupaten Paser.
2.	Diana Irawati I, Diana Elvianita Martan I (2021) Pengaruh badan usaha milik kampung pengelolaan produk usaha terhadap di era digital desa (Studi Fenomenologi pada BUMkam desa Karang bendo Kec. Ponggok Kab Blitar). ³⁵	Diharapkan para Masyarakat desa Khususnya Desa Karangbendo dapat meningkatkan dalam pengelolaan laporan pengelolaan produk desa berdasarkan kinerja, transparasi, akuntabilitas. Hal ini	BUMkam,namun dalam Penelitian ini penulis membahas tentang Pengaruh BUMKAM dalam meningkatkan produk usahadi era digital pada tinjauan ekonomi syariah di Desa Seminai Kec.Kerinci Kanan Kab. Siak sedangkan

³⁴ Eddy Iskandar Yoni Pramilu, Iman Surya, 'Pengaruh Badan Usaha Milik Kampung (Bumkam) Dalam Meningkatkan Produk Usaha', *Program Studi Ekonomi Bisnis*, vol 2, No. 1 (2020),p.46.Hlm.46 (2021). Hlm. 51

³⁵ Diana Elvianita MartanI Diana Irawati I, 'Pengaruh Badan Usaha Milik Kampung Pengelolaan Produk Usaha Terhadap Diera Digital', *Program Studi Ekonomi Bisnis*, vol 4, No. 1

			penelitian yang dilakukan
	Ponggok Kab Blitar). ³⁵	Dapat terwujudkan dengan adanya keinginan para Masyarakat desa dengan mengutamakan kebutuhan Masyarakat atau kebutuhan public yang dapat akan mempengaruhi kesejahteraan Masyarakat.	oleh Diana Irawati I, Diana Elvita Martan I, Pengaruh badan usaha milik kampung pengelolaan produk usahaterhadap di era digital di desa Desa Karang bendo Kec Ponggok Kab Blitar.
3.	Coristya Berlian Ramadana, Heru Ribawanto, Suwondo (2021) Pengaruh produkusaha milik kampung dalam meningkatkan ekonomi desa di era digital (Studi di Desa Landungsari, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang). ³⁶	Pengaruh Produk usaha milik desa yang ada di Desa Landungsari sebagai penguatan ekonomi desa melalui pembentukan, penyaluran dana, pengembangan usaha dan permodalan peran keberadaan badan usaha milik desa dalam penguatan ekonomidesa melalui sumber dana untuk peningkatan pendapatan desa, pemenuhan kebutuhan Masyarakat dan Pembangunan desa mandiri.	Persamaan dalam penelitianini yaitu sama-sama membahas tentang BUMKAM, namun dalam penelitian ini penulis membahas tentang pengaruh BUMkam dalam meningkatkan produk susah di era digital pada tinjauan ekonomi syariah di Desa Seminau Kec. Kerinci Kanan Kab. Siak sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Corista Berlian Ramadana, Heru Ribawanto Suwondo pengaruh produk usaha milik kampung dalam meningkatkan ekonomi desa di Landungsari, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang.

³⁶ Suwondo Coristya Berlian Ramadana, Heru Ribawanto, 'Pengaruh Produk Usaha Milik Kampung Dalam Meningkatkan Ekonomi Desa Diera Digital', *Program Studi Ekonomi Bisnis*, vol 4, No. 2 (2021). Hlm. 62

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban atau dugaan sementara dari permasalahan penelitian yang kebenarannya masih diuji, atau rangkuman kesimpulan teoritis yang diperoleh dari tinjauan pustaka. Adapun hipotesis yang peneliti ajukan sehubungan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1.** Jika hasil hipotesis adalah hipotesis nol (H_0), maka tidak menunjukkan adanya pengaruh variabel BUMKam terhadap produk usaha.
- 2.** Jika hasil hipotesis adalah hipotesis alternatif (H_a), maka terdapat pengaruh variabel BUMKam terhadap produk usaha.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode penelitian deskriptif kuantitatif, yaitu penelitian yang bermaksud menggambarkan fenomena pada objek penelitian apa adanya. Dikatakan kuantitatif karena pengujian hasil penelitian yang didasarkan pada data berupa angka hasil analisis statistic.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan Masyarakat Kampung Semnai Kec. Kerinci Kanan Kab. Siak. Waktu penelitian dilaksanakan setelah seminar proposal.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.³⁷ Populasi dalam penelitian ini adalah semua masyarakat di Kampung Semnai Kec. Kerinci Kanan Kab Siak.

³⁷ Sugiyono, *Metode Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (bandung : Alfabeta, 2013). Hlm.80

2. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.³⁸ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik random sampling. Adapun pengertian random sampling adalah teknik pengambilan data yang tidak berdasarkan pemilihan dengan kriteria tertentu atau Teknik pengumpulan secara acak. Dalam penelitian ini, peneliti akan memberikan kuesioner dan melakukan wawancara pada konsumen yang dijadikan populasi dalam penelitian. Selanjutnya jika jumlah subjeknya besar diambil antara 58,7% atau 41,3% atau lebih. Dalam penelitian ini sampel diambil adalah sebanyak 30% dari jumlah populasi sehingga sampel yang diteliti adalah sebanyak 64 warga masyarakat. Dalam penelitian ini menggunakan rumus perhitungan Slovin sebagai berikut :

$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$ Keterangan : n : Jumlah Sampel

e : Besarnya toleransi atau rentang interval 5% (75) N : Jumlah populasi

Sehingga :

$$n = 63$$

D. Teknik Pengumpulan Sampel

Pengumpulan data merupakan prosedur sistematis untuk memperoleh data yang dibutuhkan. Untuk memperoleh data yang

³⁸ Sugiyono, *Metode Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (bandung : Alfabeta, 2016). Hlm.81

relevan maka dalam penelitian ini penulis menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

1. Kusioner / Angket

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Hal ini penulis akan lakukan dengan cara membagikan angket kepada masyarakat Kampung Seminai Kec Kerinci Kanan Kab Siak.

2. Wawancara

Teknik menggunakan wawancara yaitu peneliti harus bertemu langsung dan melakukan pembicaraan terhadap kepuasan konsumen dengan memberikan beberapa pertanyaan secara langsung kepada konsumen yang dianggap penting dalam penelitian.

E. Jenis Data dan Skala Pengukuran

1. Jenis Data

Ada dua jenis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut :³⁹ Data Primer

Data primer yaitu sumber data yang didapatkan pengumpul langsung dan sumber data. Data yang diperoleh dari angket yang dibagikan kepada responden, kemudian responden akan menjawab pertanyaan secara sistematis. Pilihan jawaban juga telah tersedia,

³⁹ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis* (bandung : alfabeta, 2014). Hlm. 199

responden memilih jawaban yang sesuai dan dianggap benar oleh setiap individunya.

a. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang tidak diberikan secara langsung kepada pengumpul data, biasanya dalam bentuk file, dokumen atau melalui orang lain. Peneliti juga bisa mendapatkan tambahan data melalui berbagai sumber, melalui buku, jurnal, artikel dan penelitian terdahulu sebagai penunjang data maupun pelengkap data.

b. Skala Pengukuran

Skala rasio yaitu skala pengukuran data dalam penelitian yang lebih sering digunakan untuk membedakan, mengurutkan dan membandingkan data. Skala rasio adalah skala yang paling tinggi dibandingkan tiga jenis skala yang sudah disebutkan sebelumnya.⁴⁰

F. Variabel Penelitian

Ada dua variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu Variabel X dan Y adapun variabelnya adalah sebagai berikut :

1. Variabel Independen (X), dalam penelitian ini terdapat satu variabel yang mempengaruhi yaitu Bumkam.
2. Variabel Dependen (Y), dalam penelitian ini terdapat satu variabel yang dipengaruhi yaitu produk.

⁴⁰ Sugiyono, *Metode Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. (bandung : Alfabeta, 2013). Hlm. 80

G. Instrumen Penelitian

Sugiyono menjelaskan bahwa skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengatur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Penentuan skor/nilai disusun berdasarkan skala likert. Skor pendapat responden merupakan hasil penjumlahan dari nilai skala yang diberikan pada tiap jawaban kuesioner. Pada tahap ini masing-masing jawaban responden dalam kuesioner diberikan kode sekaligus skor guna menentukan dan mengetahui frekuensi kecenderungan responden terhadap masing-masing pertanyaan yang diukur dengan angka :

Tabel 3.1 Instrumen skala likert

No	Keterangan	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Netral (N)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono 2014

H. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan suatu proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Penggunaan metode kuantitatif ini diharapkan mampu

mendapatkan hasil pengukuran yang lebih akurat tentang jawaban yang diberikan responden, sehingga data yang berbentuk angka tersebut dapat diolah dengan menggunakan metode statistik dengan bantuan computer melalui program SPSS.

a. Uji Instrument

1. Uji Validitas

Uji validitas yang mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner sebagai instrumen penelitian dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel untuk degree of freedom (df) = $N-2$. Jika r hitung $>$ r tabel maka indikator tersebut dinyatakan valid. Sebaliknya jika r hitung $<$ r tabel maka indikator tersebut dinyatakan tidak valid.

Pengambilan Keputusan pada uji validitas ini yaitu menggunakan batasan r tabel dengan signifikansi 0,05.⁴¹ Apabila nilai korelasi diatas 0,30 maka sampel dalam penelitian dianggap sudah mencukupi dan layak untuk dianalisis lebih lanjut. Uji validitas digunakan sebelum disebarkan kepada objek penelitian untuk mengukur tingkat keakuratan sebuah instrument penelitian. Adapun metode yang digunakan pada uji

⁴¹ Duwi Prayatno, *Panduan Praktis Olah Data Menggunakan Spss* (Yogyakarta : Andi, 2017). Hlm. 79

validitas ini menggunakan korelasi person, Dimana dikatakan valid jika nilai signifikan $< \alpha$ (0,05).

2. Uji Reabilitas

Reabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, dimana yang masuk pengujian ini adalah yang valid saja. Dalam penelitian ini metode yang digunakan untuk menguji reabilitas kuesioner menggunakan Alpha Cronbach. Suatu variabel dinyatakan reliabel jika nilai *cronbach's alpha* $> 0,60$, jika sebaliknya maka data tersebut tidak reliabel. Untuk menentukan apakah instrument reliable atau tidak, gunakan batas 0,6 realibilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik.

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang digunakan memiliki ketepatan pemikiran, dan konsisten. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel bebas maupun terikat atau keduanya terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah berdistribusi normal atau mendekati normal. Adapun pada penelitian ini menggunakan *uji paramatik non-statistik kolmogrof-smirnof* dan *p-plot standardized residual*. Jika nilai *probabilitas signifikansi kolmogrof-smirnof* lebih

besar dari 0,05 maka data berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas ini bertujuan untuk mengetahui dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar suatu variabel bebas atau terikat. Multikolinieritas merupakan suatu gejala korelasi antar variabel independen yang ditunjukkan dengan korelasi signifikan antar variabel bebas. Dalam uji multikolinieritas pada penelitian dapat dilihat dari *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Jika nilai VIF > 10 dan *tolerance* < 0,1 maka terjadi masalah multikolinieritas. Jika sebaliknya apabila nilai VIF < 10 dan *Tolerance* > 0,1 maka tidak terjadi masalah multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas yaitu untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan yang lain. Dalam penelitian ini metode yang digunakan untuk mendeteksi gejala heteroskedastisitas dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Jika hasil signifikansi yang diperoleh lebih dari 0,05 maka data tersebut dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas, tapi jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka data tersebut dinyatakan terjadi heteroskedastisitas dan data ditolak. Untuk menguji heteroskedastisitas juga dapat menggunakan uji *scatter plot*, dengan keterangan jika titik-titik pada *scatter plot* tidak membentuk pola tertentu, dan menyebar diatas dan dibawah angka nol

sumnu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi.

c. Uji Hipotesis

1. Uji Simultan (F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh secara bersama-sama antara variabel dependen. Dalam penelitian ini menggunakan signifikansi yaitu $\alpha = 5\%$ atau 0,05 untuk semua Variabel bebas secara bersama-sama. Kriteria pengujian untuk uji f dalam membandingkan f hitung dan f tabel sebagai berikut :

- 1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya bahwa semua variabel independent secara serentak dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.
- 2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau nilai signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya bahwa semua variabel independent secara serentak dan signifikansi tidak mempengaruhi variabel dependen.

2. Uji Parsial (T)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independent secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen. Dengan taraf signifikan 5% (0,05%). Adapun kriteria untuk uji t adalah :

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan $sig. < 0.05$ maka variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (

Ho ditolak dan Ha diterima).

- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan $sig. > 0,05$ maka variabel bebas tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Ho diterima dan Ha ditolak).

d. Analisis Regresi Linear Sederhana

Penelitian ini menggunakan regresi linear sederhana karena penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh suatu variabel independen (variabel X) dengan variabel dependen (variabel Y). Berikut rumus persamaan regresi sederhana adalah :

$$Y = a + bx$$

Keterangan : Y = Produk Usaha

X = BUMKAM

a = Nilai Konstanta

b = Koefisien Regresi

e. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai R^2 ini terletak Antara 0 dan 1, apabila nilai R^2 mendekati 0 berarti sedikit sekali variasi variabel dependen yang diterangkan oleh variabel independen penelitian. Jika nilai R^2 mendekati 1 berarti sedikit sekali variasi variabel dependen untuk menjelaskan variabel independen penelitian.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskriptif Objek Penelitian

1. Sejarah Singkat Badan Usaha Milik Kampung Seminai Jaya

BUMKam Seminai Jaya merupakan badan usaha yang beralamatkan di jalan simpang perjuangan, RT/RK 001/001 Dusun Meranti Kampung Seminai di Kabupaten Siak, Kecamatan Kerinci Kanan, Riau. BUMKam Seminai Jaya berdiri pada tanggal 31 Oktober 2011 yang dulu dikenal sebagai Usaha Ekonomi Desa Simpan Pinjam (UED-SP) Seminai Jaya dan berkembang dengan signifikan hingga memperluas usaha, hingga menjadi Badan Usaha Milik Kampung Seminai Jaya. BUMKam Seminai Jaya yang dikelola langsung oleh penduduk, memiliki yang bertujuan untuk mendorong perekonomian serta pelayanan umum penduduk lokal lewat unit-unit usaha diantaranya:

- a. Unit Simpan Pinjam & Jasa Layanan BRI Link, lewat unit ini masyarakat dapat menabung dan meminjam dana sebagai modal atau tambahan modal usaha yang akan dijalani dan menjadi layanan transfer masyarakat sekitar lewat jasa layanan BRI Link. Unit BP-SPAM Tirto Kencono memenuhi kebutuhan air bersih masyarakat Kampung Seminai.

- b. Unit Seminaï Gemilang, menyediakan kebutuhan rumah tangga masyarakat Kampung Seminaï, seperti barang-barang elektronik dan lain sebagainya.

2. Visi dan Misi

a. Visi

Meningkatkan perekonomian Desa/kampung melalui pengembangan potensi masyarakat dan sumber daya Desa/Kampung sehingga terwujudnya masyarakat Desa/Kampung yang sejahtera dan meningkatkan pendapatan asli Desa/Kampung.

b. Misi

Mengaktifkan program-program yang ada, seperti kegiatan keagamaan atau kegiatan sosial.

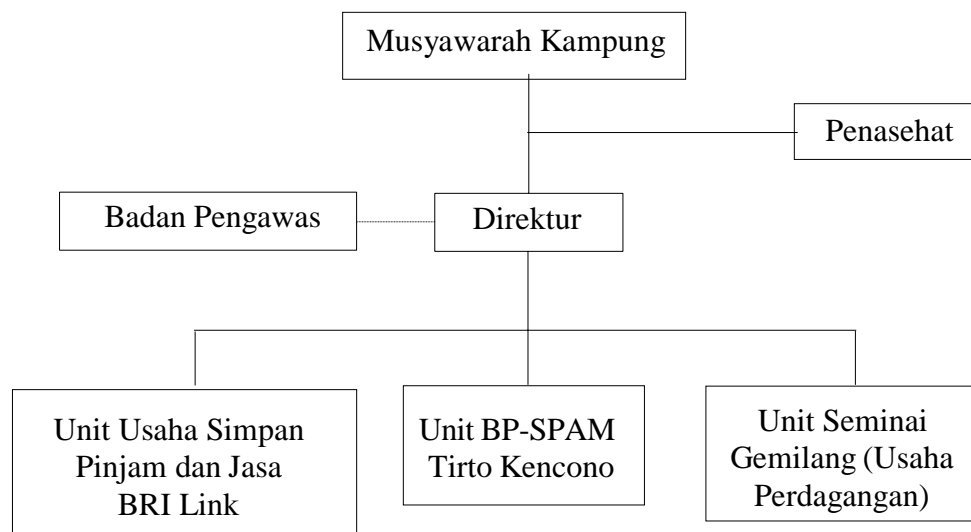
1. Memperkuat tali silaturahmi warga dengan masyarakat khususnya sesama warga setempat.
2. Meningkatkan partisipasi masyarakat setempat.

3. Struktur Organisasi

Organisasi perlu menetapkan jabatan beserta tugas pokok dan fungsi untuk menjalankan aktivitas bisnis dengan baik dan terstruktur. Struktur organisasi Badan Usaha Milik Kampung (BUMKam) Seminaï Jaya terdiri dari penasehat, pelaksana operasional, pengawas, kepala unit usaha, staf bagian keuangan, administrasi, analisis kelayakan usaha, *debt collector*, dan lain sebagainya sesuai dengan kebutuhan unit usaha. Berikut adalah struktur organisasi BUMKam

Seminai Jaya adalah sebagai berikut.

Gambar 4.1
Struktur Organisasi BUMKam Seminai Jaya



Adapun uraian tugas dari struktur organisasi BUMKam Seminai Jaya adalah sebagai berikut:

a. Penasehat

1. Memberikan nasehat kepada Direktur dalam mengelola BUMKam;
2. Memberikan saran dan pendapat mengenai masalah yang dianggap penting bagi pengelolaan BUMKam;
3. Mengendalikan pelaksanaan kegiatan pengelolaan BUMKam Seminai Jaya.

b. Pengawas

Pengawas dalam melaksanakan tugasnya mempunyai kewajiban menyelenggarakan Musyawarah/Rapat Umum untuk membahas kinerja

BUMKam sekurang - kurangnya 1 (satu) tahun sekali.

c. Direktur

1. Memimpin kegiatan pengelolaan Unit Usaha Simpan Pinjam (Unit-USP);
2. Menjalankan Unit Usaha Simpan Pinjam (Unit-USP), sesuai ketentuandalam Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga;
3. Bertindak atas nama lembaga untuk mengadakan perjanjian kerjasama dengan pihak ketiga dalam pengembangan Unit Usaha Simpan Pinjam(Unit-USP);
4. Mewakili Unit Usaha Simpan Pinjam (Unit-USP), di dalam dan di luar pengadilan;
5. Memberikan laporan perkembangan Unit Usaha Simpan Pinjam (Unit-USP) kepada masyarakat melalui musyawarah kampung setiap 6 (bulan) sekali;
6. Memberikan penjelasan kepada Penasihat mengenai persoalan yang menyangkut pengelolaan Unit Usaha Simpan Pinjam (UnitUSP); dan
7. Melaporkan keadaan keuangan Unit Usaha Simpan Pinjam (UnitUSP) akhir tahun melalui musyawarah kampung Pertanggungjawaban.

d. Kepala Unit Usaha

1. Membuat laporan Keuangan Unit Usaha dan disampaikan kepada Ketua;

2. Membuat dan menyampaikan progres kegiatan dalam bulan berjalan kepada Ketua;
 3. Membuat laporan lisan maupun tulisan kepada Ketua tentang rencana kebijakan terhadap unit usaha;
 4. Bersama dengan Ketua sebagai specimen tanda tangan pada bank yang disepakati, untuk rekening unit usaha, serta Surat Perjanjian Pemberian Kredit (SP2K);
 5. Menanda tangani Fakta Integritas yang menyangkut tentang sanksi apabila melakukan penyalahgunaan jabatan yang diluar kewenangan dan menimbulkan kerugian terhadap BUMKam dan penyelewengan dana diluar alur dan prosedur BUKam.
- e. Staf Keuangan
1. Mencatat seluruh transaksi keuangan masuk maupun keluar pada buku kas harian dan ditutup setiap hari serta pada akhir bulan atau tutup buku;
 2. Membuat laporan keuangan secara sistematis akuntansi yang mencakup: buku kas harian, neraca saldo, laporan rugi laba, neraca;
 3. Menyimpan uang kas;
 4. Mengeluarkan uang untuk pengembangan usaha dan operasional lainnya yang diperintahkan oleh Kepala Unit dan/atau Ketua;
 5. Melaporkan posisi kas harian kepada Kepala Unit dengan

menunjukkan bukti fisik dan dibuat berita acara;

6. Melaksanakan tugas-tugas lain yang ditugaskan oleh Ketua atau kepala unit yang berkenaan dengan BUMKam; dan
7. Menanda tangani Fakta Integritas yang menyangkut tentang sanksi apabila melakukan penyalahgunaan jabatan yang diluar kewenangan dan menimbulkan kerugian terhadap BUMKam dan penyelewengandana diluar alur dan prosedur BUMKam.

f. Staf Administrasi

1. Merekap seluruh surat keluar dan masuk, dan membuat surat menyurat yang dibutuhkan;
2. Membuat laporan secara kelembagaan atau progres perkembangan unit usaha;
3. Melaksanakan tugas-tugas yang diberikan oleh Ketua atau Kepala Unit untuk kegiatan unit usaha;
4. Melaksanakan tugas-tugas lain yang ditugaskan oleh Direktur atau kepala unit yang berkenaan dengan BUMKam;
5. Menanda tangani Fakta Integritas yang menyangkut tentang sanksi apabila melakukan penyalahgunaan jabatan yang diluar kewenangan dan menimbulkan kerugian terhadap BUMKam dan penyelewengan dana diluar alur dan prosedur BUMKam.
6. Staf Bidang Analisis Kelayakan Usaha.
7. Melakukan pemeriksaan administrasi dan kelengkapan dokumen proposal dari pemanfaat dalam mengajukan pinjaman kepada

BUMKam;

8. Melakukan penilaian kelayakan usulan dengan melakukan kunjungan lapangan;
 9. Mengisi Formulir Verifikasi usulan saat kunjungan lapangan;
 10. Membuat rekomendasi awal hasil kunjungan lapangan;
 11. Melakukan umpan balik pada calon peminjam;
 12. Menyampaikan kepada Kepala Unit tentang rekomendasi analisis kelayakan usaha;
 13. Melaksanakan tugas-tugas lain yang ditugaskan oleh Ketua atau kepala unit yang berkenaan dengan BUMKam;
 14. Menandatangani Fakta Integritas yang menyangkut tentang sanksi apabila melakukan penyalahgunaan jabatan yang diluar kewenangan dan menimbulkan kerugian terhadap BUMKam dan penyelewengan dana diluar alur dan prosedur BUMKam.
- g. Staf Bidang *Debt Collector* (Penagih)
1. Melakukan tagihan kepada peminjam yang terlambat dalam pembayaran pinjaman; dan
 2. Menandatangani Fakta Integritas yang menyangkut tentang sanksi apabila melakukan penyalahgunaan jabatan yang diluar kewenangan dan menimbulkan kerugian terhadap BUMKam dan penyelewengan dana diluar alur dan prosedur BUMKam.

**LAPORAN PERKEMBANGAN
BUMKam SEMINAI JAYA**

No	Unit Usaha	Tahun Pembentukan Unit	Modal Awal Unit	Sumber Modal Awal Unit (DD/BKK/Keuntungan BumDesa/Sumber lain)	Nama Kepala Unit
1	Unit Simpan Pinjam	2009	Rp. 500.000.000	Hibah Pemerintah Desa	Nurmias Ndraha
2	Unit Seminau Gemilang	2019	Rp. 150.000.000	BKK Pemerintah Provinsi	Ari Tri Yunianto
3	Unit Seminau Gemilang	2020	Rp. 74.000.000	BKK Pemerintah Provinsi	Ari Tri Yunianto
4	Unit Seminau Gemilang	2021	Rp. 73.380.000	BKK Pemerintah Provinsi	Ari Tri Yunianto
5	Unit Seminau Gemilang	2022	Rp. 118.360.000	BKK Pemerintah Provinsi	Ari Tri Yunianto
6	BP-SPAMS	2014	Rp. 6.500.000	Hibah Pemerintah Desa	Eko Wahyudi

Laba / Rugi BumDesa Seminau Jaya

No	Tahun	Laba/ (Rugi)	Alokasi PAD	Alokasi Sosial
1	2016	Rp. 207.624.573	Rp. 20.750.000	Rp. 11.626.960
2	2017	Rp. 303.460.850	Rp. 45.519.000	Rp. 11.834.940
3	2018	Rp. 485.692.377	Rp. 91.818.000	Rp. 13.644.250
4	2019	Rp. 616.730.413	Rp. 123.210.000	Rp. 18.266.600
5	2020	Rp. 689.911.511	Rp. 147.845.000	Rp. 20.189.250
6	2021	Rp. 949.151.206	Rp. 205.423.000	Rp. 26.552.850
7	2022	Rp. 1.156.074.555	Rp. 261.901.000	Rp. 46.242.982
8	2023	Rp. 1.130.281.405	Rp. 259.229.000	Rp. 45.210.000

Laba BUMKam Perbulan Tahun 2023

Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni
Rp. 110.656.000	Rp. 215.279.721	Rp. 338.639.613	Rp. 438.389.598	Rp. 536.279.917	Rp. 617.495.581

Juli	Agustus	September	Oktober	November	Desember
Rp. 704.932.264	Rp. 784.072.375	Rp. 878.221.770	Rp. 973.365.959	Rp. 1.041.681.502	Rp. 1.130.281.405

PERMASALAHAN DAN HARAPAN DALAM PENGEMBANGAN BUMKam

No	PERMASALAHAN	HARAPAN
1	Kapasitas SDM	* Pelatihan Teknis / Bimbingan Teknis
2	Pesaing/Perusahaan Swasta	* Meningkatkan Pelayanan
		* Memberikan Doorprize Kemitraan/ Kerjasama

Penyertaan Modal melalui BKK

Tahun	Besaran	Unit Usaha		Tanggal Masuk ke Rekening Bum Desa
		Baru	Pengembangan	
2019	Rp. 150.000.000	√		16 Desember 2019
2020	Rp. 74.000.000		√	28 Desember 2020
2021	Rp. 73.000.000		√	24 Desember 2021
2022	Rp. 118.000.000		√	14 November 2022

640	Pajak BUMKam Semina Jaya	Rp	-	-	-	9.065.571	17.283.989
650	Rp	-	-	-	-	-
660	Penyusutan	Rp	85.218.892	47.629.475	30.554.255	32.554.092	27.270.753
670	Bunga Hutang	Rp	49.419.862	-	-	-	-
680	Adm dan Pajak Pendapatan Bunga Bank	Rp	20.486.337	39.072.847	33.807.681	22.404.390	16.140.000
690	Bunga SP	Rp	5.640.000	-	-	314.372.842	243.538.916
JUMLAH BEBAN USAHA		Rp	1.652.267.615	1.683.087.429	1.368.931.830	1.426.819.584	243.538.916
LABA (RUGI)			1.130.281.405	1.156.074.555	961.227.692	689.911.511	616.049.662

LAPORAN LABA RUGI
BADAN USAHA MILIK KAMPUNG (BUMKam) SEMINAI JAYA

4 PENDAPATAN			TAHUN 2023	TAHUN 2022	TAHUN 2021	TAHUN 2020	TAHUN 2019
410	Unit Usaha Simpan Pinjam (U-USP)	Rp	2.434.315.997	2.799.098.850	2.149.950.633	1.737.565.500	1.653.463.500
420	Penjualan barang	Rp	4.466.167.779	3.144.635.608	1.912.374.330	799.748.990	55.315.500
430	UNIT BP-SPAMS Tirto Kencono	Rp	62.445.500	61.594.500	48.607.500	43.576.000	43.588.750
440	Bunga Bank	Rp	12.133.290	60.480.153	49.406.810	13.516.922	3.490.940
450	Denda	Rp	400.000	-	-	11.000	-
460	Unit Jasa Layanan BRI Link	Rp	83.489.032	134.588.159	111.519.242	75.263.667	65.649.940
470	Jasa Pinj.Dana Lanjutan Replanting Kbn Sawit KUD Karya Tani	Rp	41.250.000	-	-		-
480	Jasa Pinjaman unit USG/Toko Bangunan	Rp	49.419.862	-	-		-
490	Provinsi/Pendapatan lain-lain	Rp	133.883.640	201.061.797	178.267.480	152.246.591	59.796.673
	TOTAL PENDAPATAN	Rp	7.283.505.100	6.401.459.067	4.450.125.995	2.821.928.670	1.881.305.303
5	BEBAN OPERASIONAL						
510	Beban Pokok Penjualan	Rp	4.370.016.291	3.459.370.067	2.104.935.973	686.637.575	50.725.250

511	Beban Pulsa Rekening Listrik	Rp	12.404.000	9.155.000	9.470.000	9.270.000	10.532.000
512	Beban Perawatan Asset	Rp	9.120.000	3.628.000	3.921.000	9.190.000	1.729.000
520	Beban Lain-lain	Rp	92.466.333	74.469.087	1.639.500	100.000	
524	Beban Perlengkapan TB	Rp	3.417.457				
540	Beban Pajak	Rp	13.532.457	15.674.930	12.076.486		
	TOTAL PENDAPATAN	Rp	4.500.956.538	3.562.297.084	2.132.042.959	705.197.575	62.986.250
6	BEBAN USAHA						
610	Gaji dan Honor Direktur,staff dan Komisaris	Rp	1.350.417.874	1.517.359.098	1.252.190.733	1.006.051.543	869.605.756
620	Adm dan Umum	Rp	133.134.649	68.356.009	43.379.161	33.497.146	23.645.000
630	Transport	Rp	7.950.000	10.670.000	9.000.000	8.750.000	4.785.000

B. Deskriptif Responden Penelitian

Penelitian ini menyajikan distribusi frekuensi dan karakteristik responden yang diteliti. Karakteristik responden menggambarkan keadaan atau kondisi responden yang perlu diperhatikan sebagai informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Data-data deskriptif dari responden yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuisisioner) yang telah disebarluaskan secara langsung kepada responden masyarakat di Kampung Semina Kecamatan Kerinci Kanan Kabupaten Siak. Deskripsi responden bertujuan untuk mengetahui latar belakang responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Hal ini lebih jelasnya diuraikan sebagai berikut:

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan data yang diterima, diperoleh berbagai informasi mengenai responden. Berikut adalah tabel mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-laki	26	58,7%
2	Perempuan	37	41,3%
<i>Sumber: Wawancara dilakukan 2024</i>			

Berdasarkan tabel 4.1 di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 37 orang (58,7%) dan sisanya yaitu sebanyak 26 orang (41,3%) berjenis kelamin laki-laki.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Berdasarkan data yang diterima, diperoleh berbagai informasi mengenai responden. Berikut adalah tabel mengenai karakteristik responden berdasarkan umur.

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

No.	Usia	Frekuensi	Persentase
1	20 – 29 tahun	1	1,6%
2	30 – 39 tahun	15	23,8%
3	40 – 49 tahun	23	36,5%
4	50 – 59 tahun	19	30,2%
5	60 – 69 tahun	5	7,9%

Sumber: Wawancara dilakukan 2024

Berdasarkan tabel 4.2 di atas didapatkan hasil bahwa mayoritas responden memiliki rentang usia 40 – 49 tahun yaitu sebanyak 23 orang (36,5%), selanjutnya responden yang memiliki rentang usia 50 – 59 tahun yaitu sebanyak 19 orang (30,2%), responden yang memiliki rentang usia 30 39 tahun yaitu sebanyak 15 orang (23,8%), responden

yang memiliki rentang usia 60 – 69 tahun yaitu sebanyak 5 orang (7,9), dan responden yang memiliki rentang usia 20 – 29 tahun yaitu sebanyak 1 orang (1,6%).

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan data yang diterima, diperoleh berbagai informasi mengenai responden. Berikut adalah tabel mengenai karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir.

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No.	Pendidikan	Frekuensi	Persentase
1	Tidak tamat SD	11	17,5%
2	SD	17	27,0%
3	SMP	0	0%
4	SMA	26	41,2%
5	Sarjana	9	14,3%
<i>Sumber: Wawancara dilakukan 2024</i>			

Berdasarkan tabel 4.3 di atas, dapat dilihat bahwa mayoritas responden memiliki pendidikan terakhir SMA yaitu sebanyak 26 orang (41,2%). Selanjutnya, responden memiliki pendidikan terakhir SD yaitu sebanyak 17 orang (27,0%), tidak tamat pendidikan SD yaitu sebanyak 11 orang (17,5%), dan sarjana yaitu sebanyak 9 orang (14,3%), serta tidak ada responden dengan pendidikan terakhir SMP (0%).

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan data yang diterima, diperoleh berbagai informasi mengenai responden. Berikut adalah tabel mengenai karakteristik responden berdasarkan pekerjaan.

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Usia	Frekuensi	Persentase
1	Petani	17	27,0%
2	Wiraswasta	11	17,5%
3	PNS	9	14,3%
4	IRT	26	41,3%
<i>Sumber: Wawancara diolah 2024</i>			

Berdasarkan tabel 4.4 di atas, responden memiliki pekerjaan sebagai petani yaitu sebanyak 17 orang (27,0%), wiraswasta sebanyak 11 orang (17,5%), PNS sebanyak 9 orang (14,3%), dan sebagai ibu rumah tangga sebanyak 26 orang(41,3%).

C. Uji Instrument

1. Uji Validitas

Suatu instrument dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar daripada r tabel. Hasil uji validitas dapat dirangkum dalam tabel di bawah ini:

Tabel 4.5

Hasil Uji Validitas

No.	Variabel Penelitian	Pertanyaan	Corrected item Total correlation (r hitung)	R tabel	Ket.
1	BUMKAM	X.1	0,452	0,2441	Valid
		X.2	0,499	0,2441	Valid
		X.3	0,708	0,2441	Valid
		X.4	0,652	0,2441	Valid
		X.5	0,739	0,2441	Valid
		X.6	0,657	0,2441	Valid
		X.7	0,702	0,2441	Valid
		X.8	0,635	0,2441	Valid
		X.9	0,699	0,2441	Valid
		X.10	0,727	0,2441	Valid
2	Produk Usaha	Y.1	0,675	0,2441	Valid
		Y.2	0,564	0,2441	Valid
		Y.3	0,691	0,2441	Valid
		Y.4	0,732	0,2441	Valid
		Y.5	0,521	0,2441	Valid
		Y.6	0,649	0,2441	Valid
		Y.7	0,712	0,2441	Valid
		Y.8	0,705	0,2441	Valid
		Y.9	0,705	0,2441	Valid
		Y.10	0,632	0,2441	Valid
<i>Sumber: Data diolah dengan SPSS 20</i>					

Berdasarkan tabel 4.5 dapat diketahui besarnya r hitung dari seluruh nilai beradadi atas r tabel 0,2441. Dengan demikian seluruh butir pertanyaan yang ada pada instrumen penelitian dapat dinyatakan valid.

2. Uji Reabilitas

Uji reabilitas dilakukan menggunakan rumus *Cronbach's Alpha*.

Hasil ujireabilitas disajikan dalam tabel di bawah ini.

Tabel 4.6
Hasil Uji Reabilitas

Variable	Koefisien Alpha Cronbach	Nilai Batas Minimum	Keterangan
BUMKAM	0,848	0,6	<i>Reliable</i>
Produk usaha	0,843	0,6	<i>Reliable</i>
<i>Sumber: Data diolah dengan SPSS 20</i>			

Berdasarkan tabel 4.6 dapat dilihat bahwa nilai koefisien *Cronbach Alpha* pada variabel BUMKAN sebesar 0,843 dan pada variabel produk usaha sebesar 0,843. Setiap variabel memiliki nilai koefisien *Cronbach Alpha* $> 0,6$, maka dapat disimpulkan bahwa setiap instrumen yang digunakan dalam penelitian ini *reliable* untuk digunakan.

D. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian kenormalan distribusi data. Uji ini merupakan pengujian yang paling banyak dilakukan untuk analisis statistik parametrik. Uji normalitas berguna untuk melihat apakah data yang telah dikumpulkan mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji statistik *One Sample Kolmpgrov Smirnov Test*.

Tabel 4.7**Hasil Uji Normalitas**

	N	Normal Parameters		KS (Kolmogrov Smirnov)	Asymp.sig (2.tailed)
		Mean	Std. Deviation		
Unstandarized Residual	63	0,000	3,826	1,154	0,139
<i>Sumber: Data diolah dengan SPSS 20</i>					

Berdasarkan tabel 4.7 didapatkan hasil uji normalitas *Kolmogorov Smirnov* memiliki nilai *Asymp. sig* atau nilai signifikansi 0,139. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal karena nilai *Asymp. Sig* $0,139 > 0,05$.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas ini bertujuan untuk mengetahui dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar suatu variabel bebas atau terikat. Cara yang digunakan untuk menilainya adalah dengan melihat nilai faktor inflasi varian VIF (*Variance Inflation Factor*) yang tidak melebihi 4 atau 5.

Tabel 4.8**Hasil Uji Multikolinearitas**

Variable	Tolerance	VIF	Keterangan
(Constant)			
BUMKAM	1.000	1.000	Bebas multikolinearitas

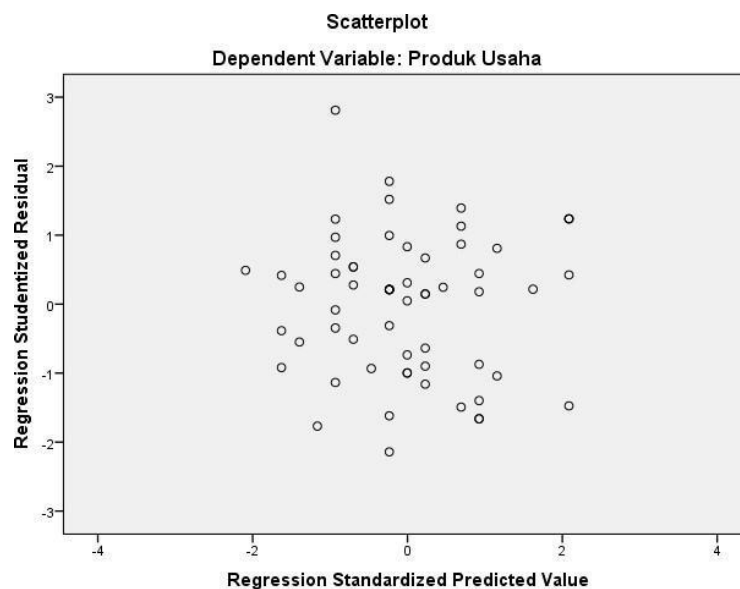
Sumber: Data diolah dengan SPSS 20

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui bahwa satu variabel independen memiliki VIF dalam batas toleransi yang telah ditetapkan sehingga tidak terjadi multikolinearitas dalam variabel bebas (independen) pada penelitian ini.

3. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan yang lain.

Gambar 4.1
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan gambar 4.1 mengenai hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat bahwa titik-titik pada grafik tersebut menyebar secara acak, yaitu titik-titik menyebar di bawah dan di atas angka 0 pada sumbu Y. hal tersebut menjelaskan bahwa variabel penelitian ini tidak terjadi

heteroskedastisitas, sehingga layak digunakan dalam penelitian.

E. Uji Hipotesis

1. Uji F

Uji F (uji signifikan simultan) apabila F hitung $>$ F tabel atau sig $<$ 0,05, maka variabel independen berpengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen.

Tabel 4.9
Hasil Uji F

Moel	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig
Regression	449,365	1	449,365	30,198	0,000
Residual	907,714	61	14,881		
Total	1357,079	62			
df (N1) = $k - 1 = 2 - 1 = 1$ df (N2) = $n - k = 63 - 2 = 61$ Maka diperoleh nilai f tabel sebesar 3,998					

Sumber: Data diolah dengan SPSS 20

Dari data di tabel 4.9 dapat diketahui bahwa signifikan untuk BUMKAM adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan F hitung $30,198 >$ nilai F tabel $3,998$. Hal tersebut dikatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh BUMKAM (Badan Usaha Milik Kampung) terhadap peningkatan produk usaha.

2. Uji T

Uji T (uji signifikansi parsial) apabila T tabel $<$ T hitung maka

variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen dengan taraf sig < 0,05.

Tabel 4.10

Hasil Uji T

Variable	Unstandardized coefficient		Standardized Coefficient	T	Sig
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	14,197	4,689		3,028	0,004
BUMKAM	0,625	0,114	0,575	5,495	0,000
Df : $n - k = 63 - 2 = 61$ Dengan taraf sig 5% (0,05) Maka diperoleh nilai t tabel sebesar 1,670					

Sumber: Data diolah dengan SPSS 20

Berdasarkan hasil dari tabel 4.10 di atas, dapat diketahui bahwa hasil uji T menunjukkan nilai sign. Pengaruh BUMKam terhadap peningkatan produk usaha adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai T hitung $5,495 > 1,670$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya terdapat pengaruh BUMKAM terhadap peningkatan produk usaha.

F. Analisis Regresi Linier Sederhana

Tabel 4.11

Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

Ciefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	14,197	4,689	0,575	3,028	0,004
BUMKam	0,625	0,114		5,495	0,000
Df : $n - k = (\alpha/2 : n - k - 1)$ Dengan taraf sig 5% (0,05) Maka diperoleh nilai T tabel sebesar 2,000					

Sumber: Data diolah dengan SPSS 20

Berdasarkan tabel koefisien yang disajikan di atas, dapat disusun persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Diketahui: } a &= 14,197 \\ b &= 0,625 \end{aligned}$$

Sehingga persamaan regresi linier sederhana adalah:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 14,197 + 0,625X$$

Dari hasil persamaan di atas, konstanta (a) sebesar 14,197 mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel konstanta adalah 14,197. Koefisien regresi X sebesar 0,625 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai BUMKam, maka nilai Produk Usaha bertambah

sebesar 0,625. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat disimpulkan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif. Selanjutnya, berdasarkan nilai signifikansi dari tabel *Coefficients* diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel BUMKam (X) berpengaruh terhadap variabel Produk Usaha (Y).

Berdasarkan nilai T diketahui nilai T hitung sebesar $5,495 > T$ tabel 2,000, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel BUMKam (X) berpengaruh terhadap variabel Produk Usaha (Y).

G. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) ini bertujuan untuk mengukur seberapa jauh dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Koefisien determinasi ini dapat dilihat dari *R square* sebagai berikut:

Tabel 4.12

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error the Estimate
0,575	0,331	0,320	3,858

Sumber: Data diolah dengan SPSS 20

Berdasarkan hasil dari tabel 4.12 didapatkan nilai pada *Adjusted R Square* sebesar 0,331 yang artinya terdapat pengaruh BUMKam terhadap produk usaha sebesar 3,31% dan berada pada kategori kuat karena $> 0,67$. Selanjutnya, berdasarkan hasil olahan data variabel X (BUMKam) dan variabel Y (produk usaha) dan dilakukan uji instrument (uji validitas dan uji reabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas), dan juga uji hipotesis (uji F dan uji T).

Penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang sangat signifikan antara BUMKam (Badan Usaha Milik Kampung) Semina Jaya dalam meningkatkan produk usaha pada tinjauan ekonomi syariah dengan hasil analisa sebagai berikut:

1. Anggota BUMKam paling banyak adalah perempuan dengan rentang usia 40 – 49 tahun.
2. Pendidikan terakhir anggota BUMKam umumnya adalah SMA.
3. Pekerjaan anggota BUMKam umumnya adalah sebagai Ibu Rumah Tangga (IRT).

Maka berdasarkan hasil analisis diatas, peneliti menyimpulkan bahwa pengaruh keanggotaan di BUMkam dengan usia 40 – 49 dan didominasi oleh pekerjaan IRT serta pendidikan tingkat SMA, BUMkam perlu meningkatkan produk-produk yang bervariasi disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat ditingkat ekonomi menengah kebawah.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian dan analisis data, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara simultan variabel BUMkam dan Produk usaha Berpengaruh positif dan signifikan.
2. Sedangkan variabel Produk usaha (Y1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *BUMkam* pada masyarakat, sehingga dengan adanya program BUMkam ini dapat meningkatkan produk usaha pada masyarakat, hal ini dibuktikan dengan hasil nilai signifikansi variabel Produk usaha (Y1) yaitu sebesar 0,625. Variabel ini dikatakan berpengaruh karena hasil uji T nya lebih kecil daripada 0,04.
3. Berdasarkan hasil nilai R square (R^2) 3,31% maka variabel bumkam berpengaruh terhadap pada peningkatan produk usaha.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini maka peneliti mengajukan saran kepada Perusahaan agar terus berinovasi supaya memberikan program-program penawaran baru yang lebih menarik sehingga dapat mendorong masyarakat sehingga dapat mengelola produk usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina W, *Strategi Pengembangan Produk Kemasan Pengawet Pada Subsidi Makanan Dan Pemanfaatannya* (pt. gamedia pustaka utama, 2009)
- Alkurni W. & Zuliarni S., *Analisis Proses Pengembangan Sistem Produk* (Sinar Grafika, 2014)
- Ansah, Ardi, 'Pengaruh Desain Produk Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembeli Di Ponegoro', 1 no. (2017), p. 179
- Braweri I M S & Fitanto, 'Peran Badan Usaha Milik Kampung Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat', 2, No. 1 (2023)
- Busyro, *Maqashid Al-Syariah* (Prenadamedia Group, 2019)
- Coristya Berlian Ramadana, Heru Ribawanto, Suwondo, 'Pengaruh Produk Usaha Milik Kampung Dalam Meningkatkan Ekonomi Desa Diera Digital', *Program Studi Ekonomi Bisnis*, 4, No. 2 (2021)
- David F.R, *Strategi Manajemen Lingkup Hidup Terhadap Kualitas Produk* (Cv. Budi Utama, 2001)
- Diana Irawati I, Diana Elvianita MartanI, 'Pengaruh Badan Usaha Milik Kampung Pengelolaan Produk Usaha Terhadap Diera Digital', *Program Studi Ekonomi Bisnis*, 4, No. 1 (2021)
- Duwi Prayatno, *Panduan Praktis Olah Data Menggunakan Spss* (Andi, 2017) Edyus Camelia Nucivera, *Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dan Produk Jasa Dengan Kepuasan Konsumen* (penerbitt alfabeta, 2015)
- Emma Widiyanti, Hamidah Nur Ratna Safitri, 'IBSE Ecinomic Journal', 1 no.1(2022), pp. 1–15
- Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran Produk Pesaing Terhadap Merek* (PustakaPelajar, 2015)
- Frendy Prasetya, *Analisis Pengaruh Kualitas Produk*

Positioning Dan Diferensiasi Terhadap Keputusan Pembeli
(Balai Pustaka, 2011)

- Ghofar Shidiq, 'Teori Maqasid Syari'ah Dalam Hukum Islam', *Sultan Agung*, 44No. 118 (2009)
- Husadi Adnan Husadi Putra, 'Peran Umkm Dalam Pembangunan Dan Kesejahteraan Masyarakat', *Analisis Sosiologi*, 5, No. 2:1 (2020), p. 20
- Irma Ayu Noraeni, *Pengaruh Harga Merek Dan Kualitas Produk* (Alfabeta,2016)
- Kasmir, *Manejemen Sumber Daya Manusia Kualitas Produk* (Toha Putra Group,2016)
- Khairul Umam, *Ushul Fiqih* (Pustaka Setia, 2001)
- Kloter dan Armstrong, *Strategi Pengembangan Produk Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian* (Cv. Budi Utama, 2018)
- Kurniawan Ade Eka, 'Peran Badan Usaha Milik Kampung Dalam Peningkatan Pendapatan Asli', *Program Studi Pemerintah*, 3, No. 1 (2020)
- Lestari Dianita Asih, *Pengaruh Strategi Diversifikasi Terhadap Produk* (RajaGrafindo Persada, 2015)
- Maryunani, *Pengaruh Badan Usaha Desa Yang Di Kelola Oleh Masyarakat Dan Pemerintah Desa Dalam Upaya Memperkuat Perekonomian* (PT. Pustaka Setia,2008)
- Muhammad Elsa tomisa, 'Pengaruh Judul Badan Usaha Milik Kampung TerhadapPendapatan Asli', 9 (2020), p. 94
- Peraturan Pemerintah Replublik Indonesia No 43 Tahun 2014 Tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang No 6 Tahun 2014 Tentang Desa*
- Prihartini Y., *Pengaruh Positioning Terhadap Keputusan Pembelian KonsumenPada Produk Usaha* (Mandar Maju, 2008)
- Purnomo, *Pengaruh Badan Usaha Milik Kampung Dan PemberdayaanMasyarakat* (CV Pustaka Setia, 2004)

- Rambe Y . M & Afifuddin, *Pengaruh Halal Pada Jaminan Produk Atas Produsen Industri Halal* (Pustaka Pelajar, 2012)
- Rismawati, *Peran Bumkam Dalam Upaya Meningkatkan Perekonomian Masyarakat* (PT. Raja Grafindo Persada, 2018)
- Rokhman Khusnur, *Pengaruh Strategi Klasifikasi Produk Terhadap Motivasi Nasabah Berinvestasi Di Bank Syariah* (Toha Putra Group, 2009)
- Septinor Bilung, *Strategi Pemasaran Desain Produk* (PT. Adhitya Andre Dina Agung, 2016)
- Sinaga, nurhayati dan ali imran, *Fiqh Dan Ushul Fiqh* (prenadamedia group, 2018)
- Sitohang B. S, *Analisis Keputusan Pembelian Yang Dipengaruhi Oleh Positioning Dan Perceived Quality* (Kencana Prenada Media Group, 2011)
- Sri, amelia and kusuma dewi, *Sebagai Upaya Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Desa (Pades) Serta Menumbuhkan Perekonomian Desa*, 2014
- Sugiyono, *Metode Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Alfabeta, 2016)
- , *Metode Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Alfabeta, 2013)
- , *Metodologi Penelitian Bisnis* (alfabeta, 2014)
- Sulistyawati Agung Sri, *Peranan Strategi Eliminasi Produk Dalam Meningkatkan Suatu Bisnis* (Sinar Grafika, 2018)
- Tjiptono, *Perancangan Desain Label Kemasan Produk Sebagai Upaya Meningkatkan Konsumen* (Balai Pustaka, 2016)
- Wawancara Dengan Sekretaris Bumkam, 17 Mei 2024 Di Seminai*
- Yoni Pramilu, Iman Surya, Eddy Iskandar, 'Pengaruh Badan Usaha Milik Kampung (Bumkam) Dalam Meningkatkan Produk Usaha', *Program Studi Ekonomi Bisnis*, 2, No. 1 (2020), p. 46

LAMPIRAN
KUESIONER PENELITIAN

**“Pengaruh Badan Usaha Milik Kampung (BUMkam) Seminai Jaya
dalam meningkatkan produk usaha pada tinjauan ekonomi**

**“(Studi kasus pada Badan Usaha Milik Kampung (BUMkam) Seminai
Kecamatan Kerinci Kanan Kabupaten Siak)”**

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh, Sebelumnya perkenalkan saya Siti Munawaroh, Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Prodi Ekonomi Syari'ah IAI Diniyyah Pekanbaru Angkatan 2020. Saat ini saya sedang melakukan penelitian guna memenuhi tugas akhir (skripsi). Pada kesempatan ini besar harapan saya meminta ketersediaan saudara/i untuk dapat meluangkan waktu mengisi kuisisioner ini. Kuisisioner ini digunakan hanya untuk kepentingan akademik, semua data yang diberikan akan dipastikan terjaga kerahasiaannya sesuai dengan kode etik yang berlaku. Atas perhatian dan partisipasi saudara/i dalam pengisian kuisisioner ini saya ucapkan banyak terima kasih.

Adapun kriteria dalam pengisian kuisisioner ini adalah:

Data Responden

Nama :
Umur :
Jenis Kelamin :
Pendidikan terakhir :
Pekerjaan :

A. Petunjuk pengisian

a). Mohon dengan hormat bantuan dan kesediaan bapak/ibuk/saudara (i) untuk menjawab seluruh pertanyaan/ Pernyataan yang telah ada.

b). Berikan tanda centang (√) pada kolom yang dipilih sesuai dengan pilihan bapak/ibuk/saudara (i).

c). Pada masing-masing pernyataan terdapat lima alternative jawaban yaitu:

- Sangat Setuju (SS) = 5
- Setuju = 4
- Netral (N) = 3
- Tidak Setuju (TS) = 2
- Sangat tidak setuju = 1

ANGKET / KUESIONER PENELITIAN

NO	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Indikator Badan Usaha Milik Kampung (BUMKAM)						
1.	Dengan BUMkam memperkokoh perekonomian rakyat sebagai dasar kekuatan dan ketahanan perekonomian nasional dengan BUMkam sebagai pondasinya.					
2.	Dengan BUMkam berusaha untuk mewujudkan dan mengembangkan perekonomian masyarakat desa.					
3.	Dengan BUMkam yang diberikan oleh BUMkam anda dapat mengembangkan ide usaha anda yang lebih inovatif.					
4.	Dengan BUMkam anda lebih mudah mendapatkan modal untuk mengembangkan usaha anda.					
5.	Dengan BUMkam didesa anda dalam menjalankan usahanya memanfaatkan SDM atau SDA lokal dengan baik.					
6.	Dengan BUMkam berperan secara aktif dalam upaya meningkatkan kualitas kehidupan manusia dan masyarakat.					

7.	Dengan BUMkam membantu para masyarakat untuk meningkatkan penghasilan sehingga dapat meningkatkan pendapatan dan kemakmuran Masyarakat.					
8.	Dengan BUMkam berperan penting dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat kampung dengan menciptakan peluang kerja, meningkatkan pendapatan, dan mengurangi tingkat pengangguran.					
9.	Dengan BUMkam Pembangunan dan pengembangan potensi dan kemampuan ekonomi Masyarakat desa pada umumnya untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosialnya.					
10.	Dengan BUMkam dapat meningkatkan kemandirian ekonomi kampung dengan mengurangi ketergantungan terhadap bantuan eksternal dan memperkuat jaringan ekonomi lokal.					
Indikator Produk Usaha						
11.	Jasa simpan pinjam mengumpulkan dana dari pelanggan penyimpan untuk diberikan sebagai pinjam kepada pelanggan peminjam.					
12.	Dalam proses jasa simpan pinjam dapat membantu perekonomian dan mensejahterakan Masyarakat didesa anda.					
13.	Dengan menyediakan layanan penting bagi pelanggan diberbagai lokasi geografis dan menciptakan lapangan kerja disektor distribusi, bisnis penjualan gas elpiji sangat membantu ekonomi lokal.					
14.	Untuk memastikan penggunaan yang aman dan lingkungan yang terjaga produk penjualan gas elpiji berperan dalam mendukung kualitas hidup dan perkembangan ekonomi masyarakat.					

15.	Produk usaha toko bangunan dengan kualitas yang konsisten dan keandalan yang tinggi sangat penting untuk menumbuhkan kepercayaan pelanggan Masyarakat.					
16.	Toko bangunan di BUMkam membantu berbagai proyek pembangunan dan renovasi diwilayahnya dengan menyediakan barang dan layanan berkualitas tinggi yang memenuhi kebutuhan pelanggan secara efisien dan efektif.					
17.	Dalam industri kreatif dan promosi, jasa sablon memainkan peran penting dalam memenuhi kebutuhan pelanggan akan pencetakan dengan kualitas dan presisi yang tinggi.					
18	Dengan adanya jasa sablon memberikan layanan pelanggan yang baik, termasuk konsultasi desain, pilihan bahan, dan Solusi pencetakan yang efektif.					
19.	Produk usaha elektronik untuk memberikan peralatan dapur elektrik seperti AC, mesin cuci, kulkas, dan lainnya untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga.					
20.	Produk usaha elektronik Bumkam tidak hanya memenuhi kebutuhan infrastruktur dan teknologi lokal, tetapi juga membantu pertumbuhan ekonomi lokal dengan menciptakan lapangan kerja, mendorong inovasi, dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat.					

HASIL TABULASI DATA

A. BUMkam (X1)

Nama	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	Total X.1
hn	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
sn	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	42
et	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	43
nr	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
sr	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
bs	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	37
ss	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	45
jf	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
wj	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	37
rs	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	35
sm	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
sm	4	4	4	5	4	4	4	5	4	2	40
sm	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	34
ks	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
en	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
mr	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	37
md	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	42
ry	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	45
rd	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	44
mj	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
sp	4	4	3	5	5	4	4	4	4	5	42
nk	5	2	5	4	5	5	2	2	5	5	40
ns	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	48
tw	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	46
nb	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
sk	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
oy	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	34
sy	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
md	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
ns	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	36
af	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
ds	4	5	4	3	3	5	5	4	3	2	38
nl	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	45
st	5	4	4	3	3	4	3	4	3	2	35
sk	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
eh	3	4	3	4	4	4	3	5	4	3	37
dm	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	45
nl	4	4	3	3	4	4	4	5	5	3	39

hd	3	4	4	3	5	3	4	4	4	3	37
tt	5	4	3	3	4	5	4	4	4	4	40
wr	4	4	4	5	3	3	4	4	4	3	38
dk	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	38
tw	5	5	4	3	3	4	4	4	3	3	38
ib	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	34
tr	4	4	3	4	2	3	4	3	3	2	32
ar	4	5	3	5	3	4	4	3	3	3	37
sy	5	5	4	4	2	3	3	4	4	3	37
rs	5	4	4	3	4	3	4	3	3	4	37
jl	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	45
ks	5	5	5	4	5	4	4	4	3	3	42
kr	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	44
sp	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	42
nh	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
pr	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
as	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
df	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46
jl	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
jr	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	42
bs	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	44
pr	4	5	5	4	4	4	5	3	4	3	41
sd	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
sp	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	44
pj	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	45

B. Produk Usaha (Y)

Nama	y1	y2	y3	y4	y5	y6	y7	y8	y9	y10	Total Y.1
hn	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	
sn	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	43
et	4	3	4	4	5	4	4	4	5	5	42
nr	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
sr	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47
bs	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	48
ss	3	4	3	3	4	4	3	3	4	5	36
jf	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
wj	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
rs	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	37
sm	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
sm	3	3	2	4	5	5	4	4	4	4	38
sm	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	32
ks	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
en	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	43
mr	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	36
md	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
ry	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	43
rd	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	46
mj	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
sp	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	38
nk	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	45
ns	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	45
tw	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	46
nb	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
sk	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
oy	4	5	3	3	3	3	3	3	4	3	34
sy	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
md	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
ns	3	3	4	4	3	2	3	3	2	3	30
af	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	31
ds	3	3	4	4	2	5	5	4	5	5	40
nl	2	3	4	3	5	4	2	3	5	5	36
st	2	3	4	3	4	3	3	4	4	4	34
sk	3	2	3	4	4	4	4	3	5	4	36
eh	2	3	4	4	4	5	4	3	4	4	37

dm	4	4	4	4	4	4	3	3	5	4	39
nl	3	2	2	4	5	4	3	4	4	4	35
hd	2	4	4	3	4	4	2	2	4	4	33
tt	4	4	3	4	5	4	3	4	5	4	40
wr	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
dk	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
tw	3	3	3	4	4	5	3	3	4	4	36
ib	3	5	3	3	3	4	5	5	4	2	37
tr	5	5	3	4	4	3	2	3	4	3	36
ar	5	4	3	4	5	5	3	3	5	4	41
sy	5	5	4	4	5	3	3	4	5	4	42
rs	5	3	3	4	5	3	4	3	5	5	40
jl	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	37
ks	3	4	5	5	3	4	4	4	4	5	41
kr	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	47
sp	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	37
nh	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
pr	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
as	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	43
df	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
jl	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	36
jr	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	36
bs	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	36
pr	4	5	4	3	4	5	3	3	3	3	37
sd	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	46
sp	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	45
pj	4	5	3	5	4	5	4	5	5	4	44

Frequencies

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Perempuan	37	58.7	58.7	58.7
	Laki-Laki	26	41.3	41.3	100.0
	Total	63	100.0	100.0	

Umur

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20 -29				
	30-39	1	1.6	1.6	1.6
	40-49	15	23.8	23.8	25.4
	50-59	23	36.5	36.5	61.9
	60-69	19	30.2	30.2	92.1
	Total	5	7.9	7.9	100.0
		63	100.0	100.0	

Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak tamat Sd		11	17.5	17.5
	SD		17	27.0	44.4
	SMA		26	41.3	85.7
	Perguruan Tinggi		9	14.3	100.0
	Total		63	100.0	100.0

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Petani	17	27.0	27.0	27.0
	Wiraswasta	11	17.5	17.5	44.4
	PNS	9	14.3	14.3	58.7
	IRT	26	41.3	41.3	100.0
	Total	63	100.0	100.0	

⋮

Regression

Variables Entered/Removed ^d				
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method	
1	BUMKam ^b		Enter	

a. Dependent Variable: Produk Usaha

b. All requested variables entered.

Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.575 ^a	.331	.320	3.858

a. Predictors: (Constant), BUMKam

Analisis Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.197	4.689		3.028	.00
	BUMKam	.625	.114	.575	5.495	.00

a. Dependent Variable: Produk Usaha

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	449.365	1	449.365	30.198	.000 ^b
	Residual	907.714	61	14.881		
	Total	1357.079	62			

a. Dependent Variable: Produk Usaha

b. Predictors: (Constant), BUMKam

Uji Normalitas

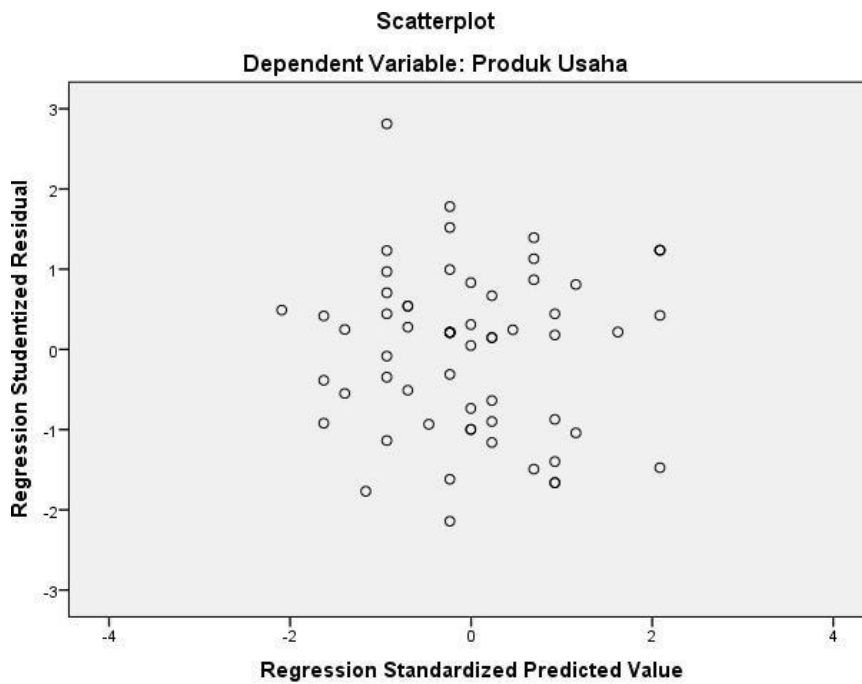
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		63
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.82629749
	Absolute	.145
Most Extreme Differences	Positive	.077
	Negative	-.145
Kolmogorov-Smirnov Z		1.154
Asymp. Sig. (2-tailed)		.139

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Uji Heteroskedastisitas



Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	449.365	1	449.365	30.198	.000 ^b
	Residual	907.714	61	14.881		
	Total	1357.079	62			

a. Dependent Variable: Produk Usaha

b. Predictors: (Constant), Total BUMKAM

Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.		
	B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	14.197	4.689			3.028	.004
	Total BUMKAM	.625	.114			.575	.575

a. Dependent Variable: Produk Usaha

DOKUMENTASI





DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Siti Munawaroh, kelahiran Siak 04 Mei 2003. Putri dari Bapak Sunardi dan Ibu Sumiyati, anak pertama dari dua bersaudara, tepatnya di Desa Seminai. Jenjang Pendidikan yang ditempuh Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) Cahaya

Indah, Taman Kanak-Kanak (TK) Pertiwi, dan melanjutkan ke Sekolah Dasar Negeri (SDN 002 Seminai tamat pada tahun 2015, dan melanjutkan Sekolah SMP di Pondok Pesantren NU Miftahul Qur'an kemudian melanjutkan Sekolah MTS di Pondok Pesantren Salafiyah Bahrul Ulum selama satu tahun tamat pada tahun 2018. Kemudian melanjutkan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) di Pondok Pesantren Miftahul Qur'an selama tiga Tahun tamat pada tahun 2021 setelah itu masa pengabdian sampai selesai di tahun 2023. Kemudian melanjutkan Perkuliahan di Institut Agama Islam (IAI) Diniyyah Pekanbaru pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Jurusan Ekonomi Syari'ah masuk pada tahun 2021 dan tahap penyelesaian tahun 2024.

Atas Ridho Allah SWT dan dengan kerja keras, pengorbanan serta kesabaran, pada tahun 2024 penulis mengakhiri masa perkuliahan S1 dengan Judul Skripsi

“ Pengaruh Badan Usaha Milik Kampung (BUMKAM) Seminai Jaya Dalam Meningkatkan Produk Usaha Pada Tinjauan Ekonomi Syariah (Studi Kasus Pada Badan Usaha Milik Kampung (BUMKAM) Seminai Kecamatan Kerinci Kanan Kabupaten Siak)”.