BAB II

KERANGKA TEORITIS

A. Evaluasi Kinerja Manajemen

Manajemen yang baik merupakan suatu kondisi yang memperlihatkan gambaran kinerja dan kualitas perusahaan, dimana dipengaruhi oleh berbagai faktor dan dapat mempengaruhi aktivitas serta kemampuan untuk melakukan kegiatan operasional secara normal dan mampu memenuhi semua kewajibannya dengan baik dengan cara yang sesuai dengan peraturan dan standar yang ditetapkan oleh pemerintah. Evaluasi kinerja manajemen dapat dilihat dari 5 aspek :

1. **Manajemen Umum** adalah suatu proses perencanaan, pengkoordinasian dan pengontrolan sumber daya yang meliputi kelengkapan kebijakan-kebijakan yang mendasari operasional, sarana dan media pendukung, perilaku anggota koperasi, dan lain sebagainya.[30]

   Unsur-Unsur Dalam Manajemen

   a. **Perencanaan**, yaitu proses yang menyangkut upaya yang dilakukan untuk mengantisipasi kecenderungan di masa yang akan datang dan penentuan strategi dan taktik yang tepat untuk mewujudkan target dan tujuan organisasi.

      Suatu perencanaan yang baik dilakukan melalui beberapa proses kegiatan yang meliputi: *forecasting, objective, policies, programes, procedures,* dan *budget.*

[30] Yayat M Herujito, *Dasar-Dasar Manajemen* (Jakarta: PT Grasindo, 2001), 2.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. *Forecasting*, adalah suatu peramalan usaha yang sistematis, yang paling mungkin memperoleh sesuatu di masa yang akan datang, dengan dasar penaksiran dan menggunakan perhitungan rasional atas fakta yang ada. Fungsi perkiraan adalah memberi informasi sebagai dasar pertimbangan dalam pengambilan keputusan.

   Langkah utama yang harus dilakukan oleh manajemen adalah melakukan peramalan usaha dengan melihat kondisi internal dan eksternal dalam rangka perumusan kebijakan dasar. Kondisi internal meliputi potensi dan fasilitas yang tersedia, distribusi aktiva, posisi dana, pendapatan dan biaya. Sedangkan kondisi eksternal meliputi penelaahan situasi moneter local dan internasional, peraturan-peraturan, situais dan kondisi ekonomi.

2. *Objective* atau tujuan adalah nilai yang akan dicapai atau diinginkan oleh individu atau lembaga. Untuk mencapai tujuan itu dia bersedia memberi pengorbanan atau usaha yang wajar agar nilai-nilai itu terjangkau.

   Tujuan organisasi harus dirumuskan dengan jelas, realistis dan dapat diketahui oleh semua orang yang terlibat dalam organisasi agar semua dapat berpartisipasi dengan penuh kesadaran.

3. *Policies* dapat berarti rencana kegiatan (*plan of action)* atau juga dapat diartikan sebagai suatu pedoman pokok yang diadakan oleh suatu lembaga untuk menentukan kegiatan yang berulang-ulang.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Suatu *policies* dapat dikenal dengan dua macam sifat, yaitu pertama merupakan prinsip-prinsip dan kedua sebagai aturan untuk kegiatan (*rules of action*). Oleh karena itu *policies* merupakan prinsip yang menjadi aturan dalam kegiatan yang dilakukan terus menerus.

4. *Programmes,* adalah sederetan kegiatan yang digambarkan untuk melaksanakan *policies.* Program itu merupakan rencana kegiatan yang dinamis yang biasanya dilaksanakan secara bertahap, dan terikat dengan ruang dan waktu. Program itu harus merupakan suatu kesatuan yang terkait erat dan tidak dapat dipisahkan dengan tujuan yang telah ditentukan dalam organisasi.[31]
5. *Schedules,* adalah pembagian program yang harus diselesaikan menurut urut-urutan waktu tertentu. Dalam keadaan terpaksa *schedule* dapat berubah, tetapi program dan tujuan tidak berubah.
6. *Procedures,* adalah suatu gambaran sifat atau metode untuk melaksanakan suatu kegiatan atau pekerjaan. Perbedaannnya dengan program adalah jika program menyatakan apa yang harus dikerjakan, sedangkan prosedur berbicara tentang bagaimana melaksankannya.
7. *Budget,* adalah suatu taksiran atau perkiraan biaya yang harus dikeluarkan dan pendapatan yang diharapkan diperoleh di masa yang akan datang. Dengan demikian, *budget* dinyatakan dalam

[31] Zainul Arifin, *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah* (Jakarta: Pustaka Alvabet, 2006), 98.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

waktu, uang, material dan unit-unit yang melaksanakan pekerjaan guna memperoleh hasil yang diharapkan.

b. **Pengorganisasian,** merupakan kegiatan yang meliputi pembagian kerja yang logis, penetapan garis tanggung jawab dan wewenang yang jela, pengukuran pelaksanaan dan prestasi yang dicapai.

c. **Pengawasan,** merupakan segala kegiatan yang meliputi penelitian, pengamatan dan pengukuran terhadap jalannya operasi berdasarkan rencana yang telah ditetapkan, penafsiran dan perbandingan hasil yang dicapai dengan standar yang diminta, melakukan tindakan koreksi penyimpangan dan perbandingan antara hasil yang dicapai dengan masukan yang digunakan.

Dari pengertian diatas maka menurut prosesnya, pengawasan meliputi kegiatan-kegiatan sebagai berikut:[32]

a) Menentukan standar sebagai ukuran pengawasan.
b) Pengukuran dan pengamatan terhadap jalannya operasi berdasarkan rencana yang telah ditetapkan.
c) Penafsiran dan perbandingan hasil yang dicapai dengan standar yang diminta.
d) Melakukan tindakan koreksi terhadap penyimpangan.
e) Perbandingan hasil akhir dengan masukan yang digunakan.

[32] Ibid., 102

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Strategi Pemasaran

Setelah memahami perencanaan usaha, langkah selanjutnya bagi badan usaha adalah mempelajari untuk mengetahui bagaimana barang dan jasa yang dihasilkan dapat didistribusikan atau dipasarkan. Sesuai dengan definisi pemasaran yaitu kegiatan meneliti kebutuhan dan keinginan konsumen, menghasilkan barang dan jasa sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen (*product*), menentukan tingkat harga (*price*), mempromosikan agar produk dikenal konsumen (*promotion*), dan mendistribusikan produk ke tempat konsumen (*place*), maka tujuan pemasaran adalah bagaimana agar barang dan jasa yang dihasilkan disukai, dibutuhkan, dan dibeli oleh konsumen.[33]

Dalam pemasaran jasa dengan hanya mengandalkan 4P (*product, price, promotion, place*), perusahaan tidak dapat memahami hubungan timbale balik antara aspek-aspek kunci dalam bisnis jasa. *People, process* dan *physical evidence* ditambahkan dalam bauran pemasaran jasa dikarenakan sifat dan karakteristik unik yang dimiliki oleh jasa itu sendiri.

1. *Product* (Produk)

   Pengertian produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.

[33] Joseph P. Canon, *Pemasaran Dasar Edisi 16 Pendekatan Manajerial Global* (Jakarta: Salemba Empat, 2008), 71.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sedangkan untuk produk jasa merupakan suatu kinerja penampilan tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan daripada dimilikiserta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses jasa tersebut.

2. *Price* (Harga)

   Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang dinyatakan dengan uang.harga merupakan satu-satunya dari unsure bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan sementara unsur-unsur yang lain menimbulkan biaya.

3. *Promotion* (Promosi)

   Promosi adalah sebuah bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktifitas pemasaran dengan cara menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk dan atau mengingatkan pasar sasaran perusahaan atau produknya agar diterima oleh masyarakat luas.

   Tiga tujuan utama dari promosi adalah sebagai berikut:

   a) Menginformasikan (*informing)*
   b) Membujuk konsumen sasaran (*persuading*)
   c) Mengingatkan (*reminding)*

   Dalam promosi terdapat beberapa cara atau metode yang dapat digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan dari promosi itu sendiri yang biasa disebut bauran promosi (*promotion mix*), yaitu diantaranya:

   a) Iklan (*Advertising*)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Iklan merupakan semua bentuk penyajian non-personal yang dikomunikasikan melalui bentuk media atau non media dengan tujuan untuk mempengaruhi sejumlah besar pelanggan. Medianya antara lain: brosur, banner, spanduk, penayangan pada audio-visual, internet, dan lain sebagainya.

b) Penjualan perorangan (*Personal Selling*)

Penjualan perorangan atau penjualan tatap muka adalah penyajian lisan dalam suatu pembicaraan dengan satu atau beberapa pembeli potensial dengan tujuan untuk melakukan penjualan. Langkah-langkah yang perlu ditempuh dalam pelaksanaan *personal selling*:

a. Mengenali pasar target;
b. Menghubungi calon pelanggan;
c. Melakukan presentasi penjualan;
d. Menjawab berbagai macam pertanyaan;
e. Mengakhiri penjualan;
f. Menindaklanjuti penjualan.

c) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan adalah sekumpulan kegiatan yang dimaksudkan untuk mempengaruhi pelanggan. Promosi penjualan dapat menjadi sarana efektif mendorong pelanggan membeli produk tertentu. Beberapa strategi dalam promosi penjualan:[34]

[34] Ibid., 78.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Pengembalian uang (rabat). Potensi pengembalian uang dari perusahaan kepada pelanggan untuk meningkatkan permintaan produk sebagai ganti dari penurunan harga. Misalnya, pabrik mobil memberikan *cash back* dalam periode pembelian tertentu.

b. Sampel (sampling). Menawarkan contoh produk/jasa secara cuma-cuma untuk mendorong pelanggan mencoba satu merek atau produk baru. Misalnya, menempelkan sampel dalam produk lain dari satu perusahaan. Salah satu tujuan sampling adalah menciptakan loyalitas merek (*brand loyalty*) pada pelanggan dari waktu ke waktu .

c. Premi (premium). Hadiah yang diberikan kepada pelanggan dengan cuma-cuma yang membeli produk tertentu untuk memberikan daya tarik tersendiri bagi produknya untuk segmen konsumen tertentu.

4. *Place* (Tempat)

Untuk perusahaan industri *place* diartikan sebagai saluran distribusi, sedangkan untuk prusahaan jasa, *place* diartikan sebagai tempat pelayanan jasa. Lokasi pelayanan jasa yang digunakan dalam memasok jasa kepada pelanggan yang dituju merupakan keputusan kunci. Keputusan mengenai lokasi pelayanan yang akan digunakan melibatkan pertimbangan bagaimana penyerahan jasa kepada pelanggan dan dimana itu akan berlangsung. Pemilihan tempat atau

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

lokasi memerlukan pertimbangan yang cermat terhadap beberapa factor berikut:

a) Akses, misalnya lokasi yang mudah dijangkau sarana transportasi umum.
b) Visibilitas, misalnya lokasi yang dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan.
c) Lalu lintas (*traffic*), dimana ada dua hal yang perlu dipertimbangkan, yaitu:
    1. Banyak orang yang lalu lalang dapat memberikan peluang besar terjadinya *impulse buying.*
    2. Kepadatan dan kemacetan lalu lintas dapat pula menjadi penghambatan.
d) Tempat parkir yang luas dan aman.
e) Ekspansi, tersedia tempat yang cukup untuk perluasan usaha dikemudian hari.
f) Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan.
g) Persaingan, yaitu lokasi pesaing.
h) Peraturan pemerintah.

5. *People* (Orang)

Pengertian *people* adalah semua pelaku yang memainkan peranan dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli. Elemen-elemen dari *people* adalah pegawai perusahaan, konsumen,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan konsumen lain dalam lingkungan jasa.[35] Semua sikap dan sikap dari karyawan mempunyai pengaruh terhadap persepsi konsumen atau keberhasilan penyampaian jasa (*service encounter*). Elemen *people* ini memiliki dua aspek, yaitu:

a) Service People

Untuk perusahaan jasa, *service people* biasanya memegang jabatan ganda, yaitu mengadakan jasa dan menjual jasa tersebut. Melalui pelayanan yang baik, cepat, ramah, teliti akan menciptakan kesetiaan pelanggan terhadap perusahaan yang akhirnya akan meningkatkan nama baik perusahaan.

b) Customer

Faktor lain yang mempengaruhi adalah hubungan yang ada diantara para pelanggan. Pelanggan dapat memberikan persepsi kepada nasabah lain tentang kualitas yang didapatkannya dari perusahaan tersebut.

6. *Process* (Proses)

Proses adalah semua prosedur, mekanisme dan aliran aktifitas yang digunakan untuk menyampaikan jasa. Elemen proses ini mempunyai arti suatu upaya perusahaan dalam menjalankan dan melaksanakan aktifitasuntuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya. Untuk perusahaan jasa kerja sama antara pemasaran dan operasional sangat penting untuk suksesnya pemasaran jasa. Seluruh aktifitas kerja adalah proses, proses melibatkan prosedur-prosedur, tugas-tugas,

[35] Ibid., 82.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mekanisme-mekanisme, dan rutinitas-rutinitas dengan apa produk (barang atau jasa) disalurkan ke pelanggan.

7. *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

   Physical evidence merupakan suatu hal yang turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk jasa yang ditawarkan. Unsur-unsur yang termasuk didalam bukti fisik antara lain: bangunan fisik, peralatan, perlengkapan, logo, warna dan barang-barang lainnya yang disatukan dengan servis yang diberikan, seperti brosur, label, kartu tabunga, dan lain-lain.

2. **Kelembagaan** adalah suatu hubungan dan tatanan antar anggota dalam suatu organisasi dengan ditentukan oleh faktor-faktor pembatas dan pengikat berupa kode etik atau aturan formal dan non-formal untuk bekerjasama demi mencapai tujuan yang diinginkan.[36] Dalam hal ini BMT memiliki kesiapan dari sisi kelengkapan legalitas, aturan-aturan keanggotaan, mekanisme organisasi dalam perencanaan, pelaksanaan, pendampingan dan pengawasan, SDM dan lain sebagainya. Dalam kelembagaan BMT hal yang memiliki peranan penting salah satunya adalah struktur organisasi.

   Struktur organisasi KJKS/BMT menunjukkan garis wewenang dan tanggung jawab terhadap cakupan bidang masing-masing. Struktur dianggap penting agar tidak terjadi benturan pekerjaan serta memperjelas fungsi dan peran masing-masing dalam organisasi. Manajemen

[36] Hendar, *Manajemen Perusahaan Koperasi*, (Jakarta: Erlangga, 2002), 46.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

KJKS/BMT diketahui menurut Undang-Undang No. 12/1967 tentang Pokok-Pokok Perkoperasian perangkat organisasi koperasi terdiri dari rapat anggota, pengurus dan badan pemeriksa, sedangkan menurut Undang-Undang No. 25/1992 tentang perkoperasian perangkat organisasi koperasi terdiri dari 3 unsur, yaitu rapat anggota, pengurus dan pengawas.

Jadi baik menurut Undang-Undang No.25/1992 maupun menurut Undang-Undang No.12/1967, pengelola atau manajer tidak dimasukkan dalam perangkat organisasi koperasi. Hal ini bisa kita pahami mengingat adanya unsur demokrasi koperatif yang terkandung dalam koperasi, yaitu bahwa kemudi dan tanggung jawab dari pengelolaan koperasi itu berada di tangan para anggotanya, sedangkan manajer adalah bukan anggota koperasi. Tetapi dengan menunjuk kepada asas manajemen usaha, disamping pentingnya peranan dari manajer atas keberhasilan usaha maka wajar saja jika manajer itu dimasukkan sebagai salah satu komponen dari manajemen koperasi. Agar pengelolaan koperasi dilakukan secara profesional, maka pengurus mengangkat manajer untuk mengelola kegiatan usaha koperasi sehari-hari yang diberi wewenang dan bertanggung jawab sepenuhnya dalam mengelola kegiatan simpan pinjam.[37]

Mengacu pada hal-hal tersebut diatas, maka struktur organisasi KJKS/BMT paling tidak secara minimal sebagai lembaga keuangan mikro, harus memiliki kelengkapan struktur organisasi yang jelas dan tertulis,

[37] Ibid., 51

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

lengkap dengan uraian tugas, wewenang dan tanggung jawab dan masing-masing unsur pada struktur organisasi.

Maka dari uraian diatas, perangkat organisasi KJKS/BMT itu terdiri dari 5 unsur, antara lain:

a. Rapat Anggota Tahunan (RAT)

Rapat anggota merupakan pemegang kekuasaan tertinggi dalam KJKS/BMT sehingga seluruh anggota memiliki hak yang sama untuk meminta keterangan dan pertanggungjawaban dari pengurus dan engawas mengenai pengelolaan KJKS/BMT. Pelaksanaan rapat anggota dilaksanakan paling sedikit 1 tahun sekali. Rapat anggota akan membahas dan menetapkan antara lain:[38]

1. Anggaran Dasar.
2. Kebijakan umum dibidang organisasi, manajemen dan usaha BMT
3. Pemilihan dan pemberhentian pengurus dan pengawas.
4. Rencana kerja dan anggaran pendapatan dan belanja BMT
5. Pengesahan laporan pertanggung jawaban pengurus.
6. Pembagian sisa hasil usaha.
7. Penggabungan dan peleburan pembagian dan pembubaran BMT

b. Dewan Pengurus

Dewan pengurus KJKS/BMT merupakan wakil anggota dalam melaksanakan hasil keputusan musyawarah tahunan. Sehingga harus dapat menjaga amanah yang dibebankan. Karena amanah yang

[38] Ninik Widiyanti, *Manajemen Koperasi*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 1996), 72

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

diemban harus dipertanggungjawabkan pada rapat tahun berikutnya. Rumusan tanggung jawab yang dibebankan kepada dewan pengurus antara lain mengenai perencanaan, personifikasi badan hukum, penyediaan sumber-sumber yang diperlukan, personalia dan pengawasan.[39]

c. Dewan Pengawas Syariah (DPS)

Dewan Pengawas Syariah memiliki tugas utama dalam pengawasan BMT yang berkaitan dengan sistem syariah yang dijalankan. Anggota DPS harus terdiri dari para ahli di bidang syariah muamalah yang didukung oleh pemahaman terhadap operasional lembaga keuangan syariah. Tugas Pokok DPS sebenarnya telah disebutkan secara jelas dalam Standar Operasional Prosedur (SOP) KJKS/BMT yang tertuang dalam Peraturan Menteri Negara Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah Republik Indonesia Nomor: 35.3/Per/M.Kukm/X/2007. Ada empat tugas pokok yang harus dijalankan oleh DPS KJKS/BMT, masing-masing telah diperjelas dalam poin rincian sebagai berikut:[40]

1. Memastikan produk dan jasa KJKS/BMT sesuai dengan syariah. Yaitu menelaah dan mengesahkan setiap spesifikasi produk penghimpunan (*funding*) maupun produk penyaluran dana (*financing*). Kemudian mengkomunikasikan kepada DSN usul dan saran pengembangan produk dan jasa Koperasi yang memerlukan

[39] Ibid., 74

[40] Kementerian Koperasi, *Pedoman Standar Operasional Manajemen Koperasi Jasa Keuangan Syariah*, (Jakarta: Deputi Bidang Pembiayaan Kementerian Koperasi dan UKM, 2005), 3.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kajian dan fatwa DSN. Memberikan penjelasan kepada Pengurus dan Manajemen KJKS/BMT tentang berbagai fatwa DSN yang relevan dengan bisnis Syariah.

2. Memastikan tata laksana manajemen dan pelayanan sesuai dengan syariah. Yaitu menelaah dan mengesahkan tata laksana manajemen dan pelayanan KJKS/BMT ditinjau dari kesesuaiannya dengan prinsip muamalah dan akhlak Islam. DPS juga mengidentifikasi berbagai bentuk pelanggaran syariah dalam interaksi (antara sesama manajemen dengan staf dan antara manajemen dan atau staf dengan anggota dan masyarakat luas) dalam transaksi bisnis serta melaporkannya kepada Badan Pengurus KJKS/BMT atau Koperasi yang memiliki UJKS.
3. Terselenggaranya pembinaan anggota yang dapat mencerahkan dan membangun kesadaran bersama sehingga anggota siap dan konsisten bermuamalah secara Islam melalui wadah KJKS/BMT. Yaitu membantu pengurus dengan memberikan penjelasan dan atau nasehat tentang keadaan anggota pada khususnya dan KJKS/BMT pada umumnya ditinjau dari aspek kesyariahan.

d. Badan Pemeriksa

Badan pemeriksa adalah alat perlengkapan organisasi koperasi yang mempunyai wewenang mengadakan pemeriksaan atas pekerjaan pengurus dan seluruh usaha koperasi serta bertanggung-jawab pada rapat anggota.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam melaksanakan tugas tersebut badan pemeriksa mempunyai wewenang meneliti menenai hal uang, surat berharga, persediaan barang, peralatan, kebenaran pembukuan, kebijaksanaan dalam menyelenggarakan usaha koperasi dan sah tidaknya pemilikan penguasaan harta benda koperasi.[41]

e. Pengelola

Pengelola merupakan satuan kerja yang dibentuk oleh dewan pengurus. Mereka merupakan wakil pengurus dalam menjalankan fungsi operasional keseharian. Ia bertanggungjawab kepada pengurus dan jika diminta dapat memberikan penjelasan kepada anggota dalam musyawarah anggota. Satuan kerja pengelola dipimpin oleh manajer atau direktur diusulkan oleh pengurus dan ditetapkan dalam RAT. Namun demikian, pengurus dapat mengusulkan diadakan musyawarah bersama pengawas untuk memberikan dan mengganti direksi atau manajer, jika diketahui manajer / direktur telah melanggar aturan BMT.

Satuan kerja pengelola dapat terdiri dari minimal: manajer/direktur, manajer operasional dan manajer marketing. Dalam tahap awal dan dalam permodalan yang masih sangat terbatas, fungsi pemasaran dapat dirangkap oleh manajer, sehingga strukturnya hanya terdiri dari manajer dan operasional.

a) Manajer/Direktur.

[41] Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Menejemen Bisnis Syari'ah*, (Bandung: Alfabeta, 2009), 16.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Manajer/direktur merupakan struktur pengelola yang tertinggi, oleh karenanya ia yang paling bertanggungjawab terhadap operasional BMT.

Manajer/direktur berfungsi merumuskan strategi dan taktik operasional dalam rangka melaksanakan keputusan pengurus atau keputusan rapat tahunan.

Manajer/direktur dapat mengusulkan pemberhentian dan pengangkatan karyawan.

Manajer/direktur juga melakukan fungsi kontrol atau pengawasan terhadap kinerja karyawan.

Manajer/direktur melaporkan kinerjanya kepada pengurus dalam periode waktu tertentu minimal enam bulan sekali.[42]

b) Operasional.

Bagian ini meliputi *teller*, pembukuan dan administrasi.

1. *Teller*

   Teller merupakan bagian yang berkaitan langsung dengan bagian keuangan. Setiap hari, *teller* harus melakukan pembukuan dan penutupan kas.[43]

   Teller bertugas membuat, merencanakan kebutuhan kas harian, mencatat semua transaksi kas serta menerapkannya dalam catatan uang keluar dan masuk.

2. Pembukuan

[42] Mohammad Iqbal, *Mendirikan Lembaga Keuangan Mikro*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2010), 142

[43] Thoby Mutis, *Pengembangan Koperasi*, (Jakarta: PT Grasindo, 2004), 109

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Staf pembukuan sedapat mungkin diangkat dari mereka yang memahami masalah akuntansi keuangan syariah. Bagian ini berfungsi membuat laporan keuangan yang minimal meliputi : laporan neraca, laba rugi, dan perubahan modal dan arus kas. Staf pembukuan juga memberikan laporan perkembangan arus kas pembiayaan dan penghimpunan dana pada setiap periode seperti harian, mingguan, atau bulanan.[44]

3. Administrasi

Bagi organisasi yang sudah berkembang, dapat membentuk unit administrasi tersendiri yang meliputi bagian administrasi pembiayaan, dan bagian administrasi tabungan.

Bagian administrasi pembiayaan akan berfungsi menyediakan berbagai kelengkapan untuk realisasi pembiayaan, dokumentasi, serta informasi berbagai hal tentang kondisi pembiayaan tersebut. Ia juga berfungsi mencatat angsuran supaya sesuai antara kartu angsuran yang dibawa nasabah/anggota dengan catatan BMT.

Bagian administrasi tabungan akan berperan dalam penyiapan buku tabungan bagi anggota baru, pencatatan saldo pada kartu monitoring, pemindahbukuan bagi hasil, serta catatan atas perilaku anggota penabung termasuk jadwal pengambilan

[44] Ibid., 113

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tabungan dan informasi deposito jatuh tempo dan pengambilan tabungan besar.[45]

c) *Marketing*/Pemasaran

Marketing menjadi ujung tombak BMT dalam merebut pasar. Ia berfungsi dalam merencanakan sistem dan strategi pemasaran meliputi: segmentasi pasar, taktik operasional, sampai pada pendampingan anggota/nasabah.

Marketing juga berfungsi untuk melakukan analisis usaha anggota atau nasabah calon peminjam.

Bagian *marketing* bertugas menarik kembali pinjaman yang sudah digulirkan dan menjemput simpanan dan tabungan anggota.

3. Manajemen Permodalan

Modal adalah dana yang ditempatkan pihak pemegang saham, pihak pertama pada perusahaan yang memiliki peranan sangat penting sebagai penyerap jika timbul kerugian. Dengan demikian modal KJKS/BMT merupakan dana yang diinvestasikan oleh pemilik pada waktu pendirian KJKS/BMT yang dimaksudkan untuk membiayai kegiatan usaha BMT. Manajemen permodalan adalah cara mengatur, mengolah dan mengalokasikan modal dengan sebaik-baiknya untuk memperoleh hasil yang optimal atas pemanfaatan atau penanaman dana tersebut. Permodalan KJKS/BMT bersumber dari:[46]

a. Modal Sendiri

[45] Ahmad Ifham S, *Buku Pintar Ekonomi Syariah*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2010), 452

[46] M. Amin Azis, *Tata Cara Pendirian BMT*, (Jakarta: PKES Publishing, 2006), 5.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Modal sendiri merupakan modal dari anggota koperasi sendiri yaitu terdiri dari simpanan-simpanan anggota. Modal itu sendiri diperoleh dari: simpanan pokok, simpanan wajib, simpanan pokok khusus, dana cadangan dan donasi atau hibah.

a) Simpanan pokok adalah simpanan yang sudah ditentukan jumlahnya dan sama besarnya bagi setiap anggota. Dapat dimengerti bahwa kalau modal masing-masing anggota hanya terbatas pada simpanan pokok saja, maka modal koperasi akan lambat bertambah, karena modal baru akan bertambah kalau ada anggota baru yang masuk dan memasukkan simpanan pokok. Tetapi apabila ada anggota yang keluar tentu saja modal akan berkurang. Simpanan pokok tidak boleh diambil selama masih menjadi anggota. Oleh sebab itu modal sendiri perlu ditambah caranya dengan simpanan wajib.

b) Simpanan wajib adalah simpanan yang sudah ditentukan jumlahnya dan wajib disimpan oleh setiap anggota pada waktu tertentu dan kesempatan tertentu.[47]

   1. Pada waktu tertentu, misalnya tiap hari, atau tiap minggu, atau tiap bulan atau tiap musim.
   2. Pada kesempatan tertentu, misalnya tiap membeli barang, atau tiap panen, atau tiap kali melakukan pinjaman.

[47] Ahmad Ifham S, *Buku Pintar Ekonomi Syariah*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2010), 452

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Jelaslah bahwa dengan simpanan wajib demikian ini maka modal koperasi sendiri akan tumbuh dan berkembang. Oleh sebab itu simpanan wajib hanya boleh diambil kembali dengan cara yang sudah ditentukan dalam anggaran dasar, agar modal koperasi tidak goncang.

c) Simpanan pokok khusus adalah simpanan khusus pendiri KJKS/BMT yaitu anggota yang membayar simpanan pokok khusus minimal 20% dari jumlah modal BMT.[48]

d) Dana cadangan adalah modal dari penyisihan sisa hasil usaha, diperoleh sebagai berikut: tiap tahun setelah diadakan perhitungan rugi laba akan diketahui berapa sisa hasil usaha (keuntungan bersih). Prosentase penyisihan ditentukan dari Anggaran Dasar KJKS/BMT yang kemudian disisihkan dan dimasukkan ke dalam cadangan.

Maksud diadakan cadangan antara lain ialah untuk menutup kerugian bila hal itu terjadi. Dalam pengalaman tampak bahwa uang cadangan itu hamper tidak pernah digunakan untuk menutup kerugian. Oleh sebab itu peraturan bahwa uang cadangan dapat digunakan juga sebagai modal.[49]

e) Dana donasi atau hibah adalah dana yang didapat dari pemberian perorangan, lembaga, maupun pemerintah untuk kepentingan KJKS/BMT.

[48] Ibid., 454.
[49] Ninik Widiyanti, *Manajemen Koperasi*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 1996), 114.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Modal Penyertaan

Modal Penyertaan adalah dana pinjaman yang diperoleh dari anggota, lembaga keuangan lain, penerbitan obligasi dan surat utang serta sumber lainnya yang sah.[50]

Rasio Kecukupan Modal

Tingkat kecukupan modal suatu perusahaan dinyatakan dengan suatu rasio tertentu yang disebut rasio kecukupan modal atau *capital adequacy ratio (CAR).* Tingkat kecukupan modal ini dapat diukur dengan cara:

1. Membandingkan modal dengan dana-dana pihak ketiga.

   Dilihat dari sudut perlindungan kepentingan para deposan, perbandingan antara modal dengan pos-pos pasiva merupakan petunjuk tentang tingkat keamanan simpanan masyarakat pada bank. Perhitungannya merupakan rasio modal dikaitkan dengan simpanan pihak ketiga (giro, deposito dan tabungan) sebagai berikut :

   $$\frac{\text{Modal dan cadangan}}{\text{Giro + Deposito + tabungan}} = 10\ \%$$

   Dari perhitungan tersebut diketahui bahwa rasio modal atas simpanan cukup dengan 10 % dan dengan rasio itu permodalan bank dianggap sehat. Ratio antara modal dan simpanan masyarakat harus

[50] Ibid., 116.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dipadukan dengan memperhitungkan aktiva yang mengandung resiko. Oleh karena itu modal harus dilengkapi oleh berbagai cadangan sebagai penyangga modal, sehingga secara umum modal perusahaan terdiri dari modal inti dan modal pelengkap.[51]

2. Membandingkan modal dengan aktiva beresiko.

Ukuran kedua inilah yang dewasa ini menjadi kesepakatan BIS (*Bank for International Settlements*) yaitu organisasi bank sentral dari negara-megara maju yang disponsori oleh Amerika Serikat, Kanada, negara-negara Eropa Barat dan Jepang. Kesepakatan tentang ketentuan permodalan itu dicapai pada tahun 1988 dengan menetapkan CAR, yaitu rasio minimum yang mendasarkan kepada perbandingan antara modal dengan aktiva berisiko. Kesepakatan ini dilatarbelakangi oleh hasil pengamatan para ahli perbankan negara-negara maju, termasuk para pakar IMF dan World Bank, tentang adanya ketimpangan struktur dan sistem perbankan internasional.

Berdasarkan indikasi-indikasi itu lalu BIS menetapkan ketentuan perhitungan *Capital Edequacy Ratio* (CAR) yang harus diikuti oleh bank-bank di seluruh dunia sebagai aturan main dalam kompetisi yang fair di pasar keuangan global, yaitu rasio minimum 8% permodalan terhadap aktiva berisiko.

[51] Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Menejemen Bisnis Syari'ah*, (Bandung: Alfabeta, 2009), 96.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. Manajemen Aktiva

Aktiva adalah sumber daya dalam bentuk harta benda atau hak yang dikuasai oleh perusahaan. Manajemen aktiva adalah istilah yang dipergunakan untuk menjelaskan alokasi dana diantara berbagai alternatif investasi yang ada. Dalam lembaga keuangan, istilah tersebut menunjukkan distribusi dana diantara kas, investasi surat berharga, pinjaman dan aset lainnya. Bidang khusus manajemen aset mencakup portofolio surat berharga dan manajemen pinjaman yang berkaitan dengan komposisi surat berharga dan pinjaman yang masih berjalan.[52] Standar Pengelolaan Aktiva KJKS/BMT antara lain:

1. Harta kekayaan koperasi dapat dijadikan jaminan hutang dengan dibebani hak tanggungan atau digadaikan berdasarkan keputusan Rapat Anggota.
2. Harta kekayaan koperasi tidak boleh diatasnamakan oleh pengurus, pengawas dan atau pengelola dan harus dicatat atas nama koperasi yang bersangkutan.
3. KJKS/BMT yang memiliki UJKS wajib memiliki catatan kepemilikan harta kekayaan koperasi, yang paling sedikit menjelaskan:
   a. status kepemilikan
   b. tanggal perolehan
   c. spesifikasi harta yang dimiliki beserta kondisi fisiknya
   d. harga perolehan

[52] Dianjung, *Bank Umum*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1995), 95.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Manajemen aktiva bank ialah manajemen yang berhubungan dengan alokasi dana ke dalam kemungkinan investasi. Alokasi dana ke dalam investasi perlu direncanakan, diorganisasi, diarahkan, dan diawasi agar tujuannya dapat tecapai. Pengelompokkan aktiva dilihat dari sifatnya terbagi menjadi dua, yaitu:

1. Aktiva Tidak Produktif. Meliputi :
   a) alat-alat likuid dan giro bank pada bank-bank lain.
   b) aktiva tetap dan inventaris.
2. Aktiva Poduktif. Meliputi:
   a) kredit jangka pendek dn kredit jangka panjang.
   b) deposito pada bank lain.
   c) uang kol (*call money*).
   d) surat-surat berharga.
   e) penempatan dana pada bank lain di dalam dan diluar negari.
   f) penyertaan modal

5. Manajemen Likuiditas

Likuiditas pada umumnya didefinisikan sebagai kepemilikian sumber dana yang memadai untuk memenuhi seluruh kebutuhan kewajiban yang akan jatuh tempo. Atau dengan kata lain kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban pada saat ditagih baik yang dapat diduga ataupun yang tidak terduga.[53]

[53] Ibid., 87.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam lembaga keuangan manajemen likuiditas adalah salah satu hal yang penting dalam memelihara kepercayaan masyarakat. Untuk itu setiap KJKS/BMT yang beroperasi sangat menjaga likuiditasnya agar pada posisi yang ideal. Dalam manajemen likuiditas KJKS/BMT berusaha untuk mempertahankan status rasio likuiditas, memperkecil dana yang menganggur guna meningkatkan pendapatan dengan resiko sekecil mungkin, serta memenuhi kebutuhan *cashflow*-nya.

Jadi tujuan manajemen likuiditas adalah mencapai cadangan yang dibutuhkan serta memperkecil dana yang menganggur karena kalau banyak dana yang menganggur akan mengurangi profitabilitas dan mencapai likuiditas yang aman untuk menjaga proyeksi *cashflow* dalam kondisi yang sangat mendesak misalnya penarikan dana oleh nasabah, pengambilan pinjaman dan lain-lain.

Dalam likuiditas terdapat dua resiko yaitu resiko ketika kelebihan dana dimana dana yang ada banyak yang *idle* (menganggur), hal ini akan menimbulkan pengorbanan bagi hasil yang tinggi. Kedua resiko ketika kekurangan dana, akibatnya dana yang tersedia untuk mencukupi kebutuhan kewajiban jangka pendek tidak ada. Kedua keadaan ini tidak diharapkan oleh KJKS/BMT karena akan mengganggu kinerja keuangan dan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga tersebut. Jadi dapat disimpulkan bahwa ketika KJKS/BMT mengharapkan keuntungan yang maksimal akan beresiko pada tingkat likuiditas yang rendah atau ketika likuiditas tinggi berarti tingkat keuntungan tidak maksimal. Disini terjadi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

konflik kepentingan antara mempertahankan likuiditas yang tinggi dan mencari keuntungan yang tinggi.[54]

Untuk menjaga agar resiko likuiditas ini tidak terjadi, kebijakan manajemen likuiditas yang dapat dilakukan antara lain dengan menjaga asset jangka pendek, seperti kas, memelihara *earning asset* yang dapat dijual dengan mudah dan lain-lain.[55] Likuiditas diperlukan untuk:

a. menghadapi penarikan oleh nasabah
b. memenuhi kewajiban bank yang jatuh tempo
c. memenuhi permintaan pinjaman dari nasabah.

B. Tinjauan Umum BMT (*Baytul Ma<l wat Tamwil*)

1. Definisi BMT

BMT (*Baytul Ma<l wat Tamwil*) atau padanan kata Balai Usaha Mandiri Terpadu adalah lembaga keuangan mikro yang dioperasikan dengan prinsip bagi hasil, menumbuhkembangkan bisnis usaha mikro dan kecil, dalam rangka mengangkat derajat dan martabat serta membela kepentingan kaum fakir miskin. BMT sesuai namanya terdiri dari dua fungsi utama, yaitu:

a. *Baytul tamwil* (rumah pengembangan harta) yaitu melakukan kegiatan pengembangan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha mikro dan kecil dengan antara lain mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonomi.

[54] Mohammad Iqbal, *Mendirikan Lembaga Keuangan Mikro*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2010), 152
[55] Ibid., 154.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. *Baytul Ma<l* (rumah harta) yaitu menerima titipan dana zakat, infak dan sedekah serta mengoptimalkan distribusinya sesuai dengan peraturan dan amanahnya.[56]

BMT memiliki kegiatan mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil bawah dan menengah dengan antara lain mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonominya. Selain itu, BMT juga bisa menerima titipan zakat, infak, dan sedekah, serta menyalurkannya sesuai dengan peraturan dan amanatnya.[57]

2. Bentuk Badan Hukum BMT

Pengertian badan Hukum adalah suatu badan atau perkumpulan yang dapat memiliki hak-hak dan melakukan perbuatan seperti seorang manusia, serta memiliki kekayaan sendiri, dapat digugat atau menggugat didepan hakim. Badan hukum sebagai subjek hukum mencakup hal-hal sebagai berikut:[58]

a. Perkumpulan orang
b. Dapat melakukan perbuatan hukum dan hubungan-hubungan hukum.
c. Mempunyai harta kekayaan tersendiri.
d. Mempunyai pengurus.
e. Mempunyai hak dan kewajiban.

---

[56] Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Menejemen Bisnis Syari'ah*, (Bandung: Alfabeta, 2009), 18.
[57] Andri Soemitra, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), 452.
[58] Ahmad Dimyati, *Islam dan Koperasi; Telaah Peran serta Umat Islam dalam Pengembangan Koperasi*, (Jakarta: Koperasi Jasa Informasi, 1989), 206.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

f. Dapat digugat atau menggugat didepan pengadilan.

BMT dapat didirikan dalam bentuk kelompok swadaya masyarakat atau koperasi antara lain:[59]

a. KSM adalah kelompok swadaya masyarakat dengan mendapat surat keterangan operasional dan PINBUK (Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil).
b. Koperasi serba usaha atau koperasi syari'ah.
c. Koperasi simpan pinjam syari'ah (KPS-S).

3. Prinsip dan Produk BMT

Baytul Ma<l Wat Tamwil sebenarnya merupakan dua kelembagaan yang menjadi satu, yaitu lembaga *Baytul Ma<l* dan lembaga *Baytut Tamwil* yang masing-masing keduanya memiliki prinsip dan produk yang berbeda meskipun memiliki hubungan yang erat antara keduanya dalam menciptakan suatu kondisi perekonomian yang merata dan dinamis.

Secara ringkas P3UK (1994) menerangkan prinsip dan produk inti dari *Baytul Ma<l wat Tamwil* adalah sebagai berikut:[60]

1. Prinsip dan Produk inti *Baytul Ma<l*

   Memiliki prinsip sebagai sebagai penghimpun dan penyalur dana zakat, infaq, dan sedekah. Dapat diungkapkan bahwa produk inti dari *Baytul Mal* terdiri atas:

   a. Produk Penghimpunan Dana

[59] Ibid., 208.
[60] Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Mal Wat tamwil,* (Yogyakarta: Citra Media, 2004), 126.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Baytul Ma<l menerima dan mencari dana berupa zakat, infaq, dan sedekah, dan juga menerima dana berupa sumbangan, hibah, atau wakaf serta dana-dana yang sifatnya sosial.

b. Produk Penyaluran Dana

Penyaluran dana harus bersifat spesifik, terutama dana yang bersumber dari zakat, karena sudah ditetapkan dalam *nash*, yaitu kepada 8 asnaf. Sedangkan dana di luar zakat dapat digunakan untuk pengembangan usaha orang-orang miskin, pembangunan lembaga pendidikan, masjid maupun biaya-biaya operasional kegiatan sosial lainnya.[61]

2. Prinsip dan Produk inti *Baytut Tamwil*

Dalam *Baytut Tamwil* tidak jauh berbeda dengan prinsip-prinsip yang digunakan Bank Islam. Ada tiga prinsip yang dilaksanakan oleh BMT dalam fungsinya sebagai *Baytut Tamwil*, yaitu:[62]

a. Prinsip bagi hasil

Prinsip ini merupakan suatu sistem yang meliputi tatacara pembagian hasil usaha antara pemodal dengan pengelola dana. Pembagian bagi hasil ini dilakukan antara BMT dengan pengelola dana dan antara BMT dan penyedia dana. Bentuk produk yang berdasarkan prinsip ini adalah *Mud{arabah* dan *Musha<rakah*.

b. Prinsip jual beli dengan keuntungan (*Mark-up*)

[61] Ibid., 127
[62] Nur Buchori, *Koperasi Syariah*, (Sidoarjo: Mashun, 2009), 19

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Prinsip ini merupakan suatu tata cara jual beli yang dalam pelaksanaanya BMT mengangkat nasabah sebagai agen (yang diberi kuasa) melakukan pembelian barang atas nama BMT, kemudian BMT bertindak sebagai penjual, menjual barang tersebut kepada nasabah dengan harga sejumlah harga beli ditambah keuntungan bagi BMT atau sering disebut margin (*mark-up).* Keuntungan yang diperoleh BMT akan dibagi juga kepada penyedia atau penyimpan dana. Bentuk produk prinsip ini adalah *Mura<bah{ah* dan *Bai' Bithaman Ajil.*

c. Prinsip *non profit*

Prinsip ini disebut juga dengan pembiayaan kebijakan, prinsip ini lebih bersifat social dan tidak *profit oriented.* Sumber dana untuk pembiayaan ini tidak membutuhkan biaya (*non cost of money*) tidak seperti bentuk-bentuk pembiayaan tersebut diatas. Bentuk produk prinsip ini adalah pembiayaan *Qord<ul H{asan.*[63]

Adapun mengenai produk inti dari BMT sebagai fungsi *Baytut Tamwil* adalah sebagai berikut:[64]

a) Produk Penghimpun Dana

Yang dimaksud dengan produk penghimpunan dana disini, berupa jenis-jenis simpanan yang dihimpun oleh BMT sebagai sumber dana yang kelak akan disalurkan kepada usaha-usaha produktif. Jenis simpanan tersebut antara lain:

[63] Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Menejemen Bisnis Syari'ah,* (Bandung: Alfabeta, 2009), 21.
[64] Ibid., 24

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. *Al-Wadi'ah*
2. *Al-Mud{arabah*
3. *Amanah*

b) Produk Penyaluran Dana

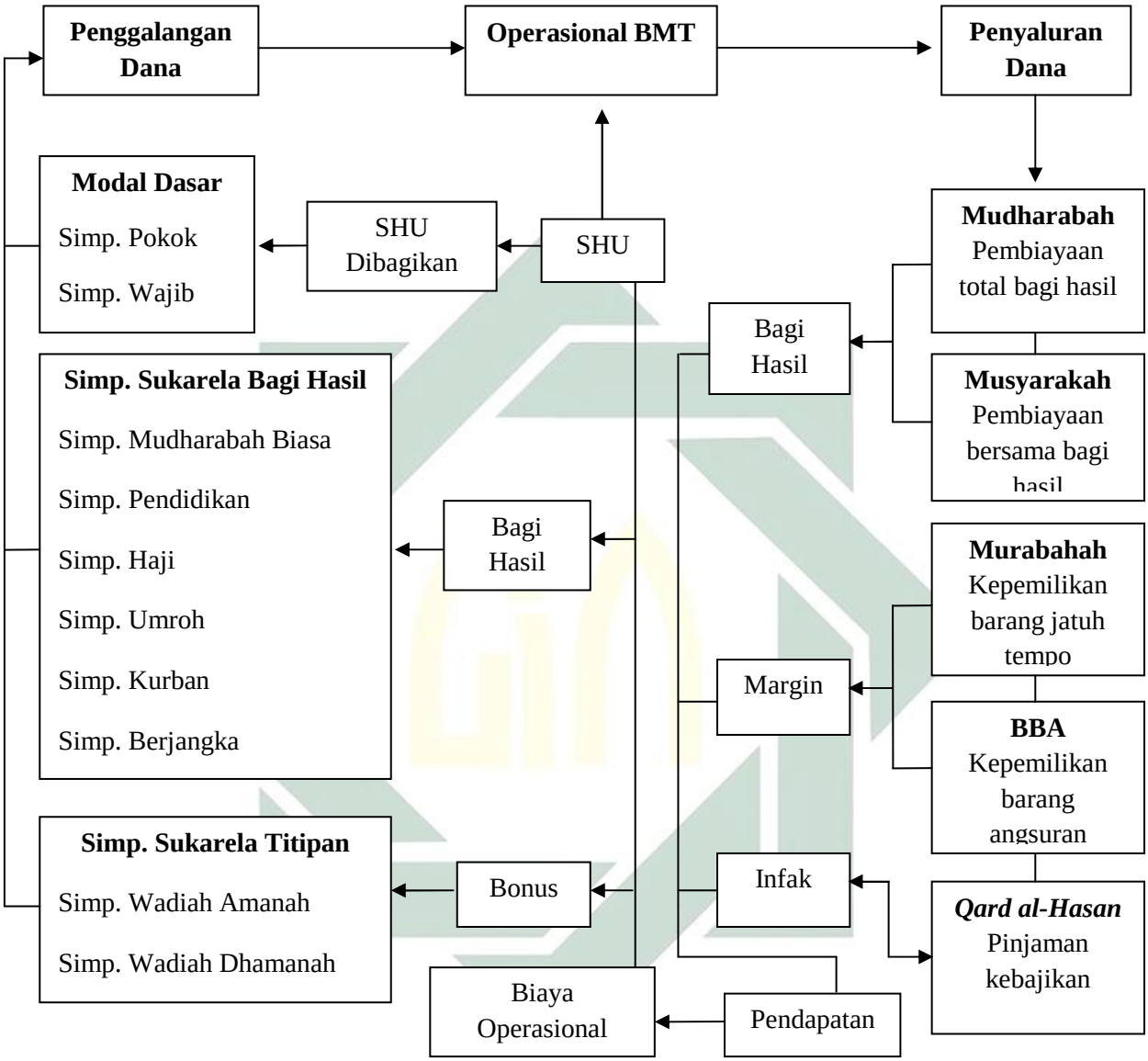
Produk penyaluran dana dalam hal ini merupakan bentuk pola pembiayaan yang merupakan kegiatan BMT dengan harapan dapat memberikan penghasilan. Pola pembiayaan tersebut adalah:[65]

1. Pembiayaan *Mud{arabah*.
2. Pembiayaan *Musha<rakah*
3. Pembiayaan *Mura<bah{ah*
4. Pembiayaan *Bai' Bithaman Ajil* (BBA)
5. Pembiayaan *al-Qard{ul Hasan*

[65] Ibid., 27

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Skema Kegiatan Usaha BMT



4. Laporan Keuangan

Menurut Standar Akuntansi Keuangan PSAK No. 101 (IAI:2004:04) mengemukakan bahwa, laporan keuangan merupakan laporan periodik yang disusun menurut prinsip-prinsip akuntansi yang diterima secara umum tentang status keuangan dari individu, sosiasi atau

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

organisasi bisnis yang terdiri dari neraca, laporan laba rugi, laporan perubahan ekuitas, laporan arus kas dan catatan atas laporan keuangan.

Tujuan dasar laporan keuangan adalah menyediakan informasi untuk membuat dasar keputusan ekonomi. Pemakai informasi memiliki keterbatasan wewenang informasi. Oleh karena itu, bagaimana laporan keuangan tersebut harus dapat menyajikan informasi kepada berbagai jenis pengguna yang memiliki segala keterbatasan. Memberikan informasi yang dibutuhkan oleh investor dan kreditor dalam menaksir *earning power* dan aliran kas perusahaan, perbandingan dan evaluasi aliran kas, baik jumlah dan ketidakpastian yang meliputinya.

Laporan keuangan harus menyajikan informasi yang faktual, akurat, objektif, dan informatif yang cukup untuk melakukan penafsiran tentang transaksi-transaksi bisnis yang berguna untuk memprediksi, membandingkan earning power tersebut. Perlu diketahui bahwa informasi yang diperlukan untuk penafsiran dan prediksi tersebut kadang kala bersifat subjektif, oleh karena itu, asumsi-asumsi yang digunakan yang mendasari evaluasi dan prediksi tersebut harus diungkapkan.

Peraturan terkait laporan keuangan telah diatur dalam Peraturan Menteri Koperasi dan UKM nomor 35.2 tahun 2007 tentang Standar Operasional Manajemen Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) dan Unit Jasa Keuangan Syariah dalam rangka mencapai tujuan tersebut. Maka laporan keuangan entitas syariah menyajikan informasi antara lain:

a. Asset

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Kewajiban

c. Dana *shirkah* temporer

d. Ekuitas

e. Pendapatan dan beban termasuk keuntungan dan kerugian

f. Arus kas

g. Dana zakat, dan

h. Dana kebajikan

Dan laporan keuangan lembaga keuangan syariah yang lengkap terdiri dari komponen-komponen berikut ini:

a. Neraca

b. Laporan laba rugi

c. Laporan arus kas

d. Laporan perubahan ekuitas

e. Laporan sumber dan penggunaan dana zakat

f. Laporan sumber dan penggunaan dana kebajikan, dan

g. Catatan atas laporan keuangan.

5. Analisis Rasio Keuangan

Analisis rasio keuangan adalah suatu metode analisa yang membandingkan pos laporan keuangan dengan pos lainnya untuk menilai kinerja perusahaan. Tujuan dari rasio keuangan adalah membantu manajer dalam memahami apa yang perlu dilakukan perusahaan sehubungan dengan informasi yang berasal dari keuangan yang sifatnya terbatas.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dengan menggunakan rasio-rasio tertentu manajer akan memperoleh suatu informasi tentang kekuatan dan kelemahan perusahaan dibidang keuangan.

Analisis rasio keuangan dapat diklasifikasikan ke dalam empat aspek rasio, yaitu:

a) Rasio likuiditas.

Rasio likuiditas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban-kewajiban jangka pendek yang segera harus dipenuhi. Rasio likuiditas ini terdiri dari:

1. *Current Ratio*

   Current Ratio adalah rasio yang membandingkan antara aktiva lancar yang memiliki perusahaan dengan hutang jangka pendek. Aktiva lancar meliputi kas, piutang dagang atau dapat disamakan dengan pembiayaan yang disalurkan pada konteks lembaga keuangan, efek, persediaan dan aktiva lancar lainnya. Sedangkan hutang jangka pendek meliputi hutang dagang, hutang wesel, hutang gaji, seluruh jumlah simpanan nasabah untuk lembaga keuangan dan hutang lainnya yang segera harus dibayar. Rumus *current ratio* adalah:

   $$\textit{Current Ratio} = \frac{\text{Aktiva lancar}}{\text{Hutang Lancar}}$$

2. *Quick Ratio*

   Quick Ratio disebut juga sebagai *acid test ratio*, yaitu perbandingkan antara aktiva lancar dikurangi persediaan dengan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

utang lancar. Rasio ini merupakan ukuran kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya dengan tidak memperhitungkan persediaan, karena menganggap persediaan memerlukan waktu lama untuk direalisir menjadi kas, walaupun pada kenyataannya mungkin persediaan lebih likuid dari piutang. Rasio ini lebih tajam dari pada *current ratio* karena hanya membandingkan aktiva yang sangat likuid. Jika *current ratio* tinggi tapi *quick ratio* rendah, hal ini menunjukkan adanya investasi yang sangat besar dalam persediaan.

Adapun formulasi dari *quick ratio* adalah sebagai berikut :

$$\textit{Quick Ratio} = \frac{\text{Aktiva Lancar} - \text{Persediaan}}{\text{Hutang lancar}}$$

3. *Cash Ratio*

Rasio ini untuk mengukur jumlah kas tersedia disbanding dengan hutang lancar. Pengertian kas kadang-kadang diperluas dengan setara kas (*cash equivalent*) meliputi surat berharga yang mudah diperjualbelikan. Rumus perhitungannya adalah:

$$\textit{Cash Ratio} = \frac{\text{Kas}}{\text{Hutang lancar}}$$

b) Rasio solvabilitas

Rasio solvabilitas disebut juga *leverage ratio* yaitu mengukur perbandingan dana yang disediakan oleh pemiliknya dengan dana yang dipinjam dari kreditur. Rasio ini dimaksudkan untuk mengukur sampai

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

seberapa jauh aktiva perusahaan dibiayai oleh hutang. Rasio ini menunjukkan indikasi tingkat keamanan dari para pemberi pinjaman. Adapun rasio yang tergabung dalam rasio solvabilitas ini diantaranya adalah:

1. *Total debt to equity ratio*

   Merupakan perbandingan antara hutang-hutang dengan ekuitas dalam pendanaan perusahaan dan menunjukkan kemampuan modal sendiri perusahaan untuk memenuhi seluruh kewajibannya.

2. *Total debt to total asset ratio*

   Rasio ini merupakan perbandingan antara hutang lancar dan hutang jangka panjang dan jumlah seluruh aktiva yang diketahui. Rasio ini menunjukkan berapa bagian dari keseluruhan aktiva yang dibelanjai oleh hutang.

c) Rasio Rentabilitas

Analisis rentabilitas ini juga bisa disebut dengan analisis profitabiltas. Analisis rentabilitas ini menggambarkan kinerja fundamental perusahaan ditinjau dari tingkat efisiensi dan efektifitas operasi perusahaan dalam memperoleh laba. Konsep rentabilitas perusahaan dapat diukur dalam beberapa perhintungan, antara lain:

1. *Gross Profit Margin* (Margin Laba Kotor)

   Merupakan perbandingan antara penjualan bersih dikurangi dengan harga pokok penjualan dengan tingkat penjualan. Rasio ini menggambarkan laba kotor yang diperoleh dari jumlah penjualan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. *Net Profit Margin*

   Merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur laba bersih sesudah pajak lalu dibandingkan dengan volume penjualan.

3. *Return On Asset*

   Merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan dari modal yang diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva untuk menghasilkan keuntungan netto.

4. *Return On Equity*

   Merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan dari modal sendiri untuk menghasilkan keuntungan bagi seluruh pemegang saham.

d) Rasio Aktivitas.

Rasio aktivitas adalah rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam melaksanakan kegiatan rutin sehari-hari baik dalam penjualan, penagihan piutang, dan pemanfaatn aktiva yang dimiliki oleh perusahaan. Terdapat dua cara perhitungan dalam rasio aktivitas, diantaranya adalah:

1. *Receivable Turn Over*

   Merupakan rasio perputaran piutang yang memberikan analisa mengenai berapa kali tiap tahunnya dana yang tertanam dalam piutang, berputar dari bentuk piutang ke bentuk uang tunai, kemudian kembali ke bentuk piutang lagi. Semakin tinggi rasio menunjukkan modal kerja yang ditanamkan dalam piutang rendah,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sebaliknya semakin rendah rasio mengindikasikan ada *over investment* dalam piutang.

Receivable Turn Over = $\frac{\text{Pendapatan}}{\text{Rata-rata piutang}}$

2. *Average Collection Period*

   Rasio ini biasanya digunakan sebagai tolak ukur untuk menilai tingkat likuiditas aktiva lancar yang berbentuk piutang jangka pendek. Dasar perbandingan yang digunakanialah jangka waktu piutang. Misalnya jangka waktu piutang.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id