

# Strategi Lembaga Keuangan Mikro Syariah dalam Mengembangkan Usaha Mikro (Kasus LKMS BMT KUBE SEJAHTERA Unit 20, Sleman-Yogyakarta)

Dian Pratomo<sup>1</sup>, Musa Hubeis<sup>2</sup> dan Illah Sailah<sup>2</sup>

## Abstract

This research is done in Microfinance Institute (LKMS) Baitul Mal wat Tanwil (BMT) Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Sejahtera unit 20 at Mlati subdistrict, Sleman Regency, Special District of Yogyakarta. The aim of this research is (1) identifying basic needs of micro enterprise, (2) identifying how far LKMS BMT towards the development of micro enterprise and (3) defining strategy needed in developing capacity of LKMS BMT and Micro Enterprise.

Methods taken in this research are collecting data and analysis method. Primary data are taken distributing questionnaire to 100 BMT customers, secondary data are taken from literatures, journals, bulletins, and seminar journals. Quantitative data analysis is done by analyzing the chi square, while the qualitative ones using Strengths, Weakness, Opportunities and Threats (SWOT).

From the result of this research it is obtained that BMT is giving chances by giving finance to the customers to make new enterprise. It is detected from the enterprises which are owned by the customers have brief period, that is less than 1 year (36%), 1 - 5 year (32%), over 5 year (32%). It is proved that they are interested to make new business along with the presence of BMT that offers fair and profitable profit sharing. From the aspect of total income before joining the BMT, is gained that their income in common is less than Rp. 200.000 (40%). After joining BMT the income in major raise between Rp. 200.000 - Rp. 2.999.999 (96%). This significant improvement shows that capital given by BMT is effectively used by the customers, and they are able to organized the capital well to make good profit.

Here, BMT role as assistant, BMT is guiding and directing, technically and the management of the enterprise. So than the members do not feel that they are fighting by themselves, but together with BMT. From the analysis of internal and external strategic factor total score with IFAS total score = 2,9 and EFAS = 3,2, are gained IE matrix shown the growth condition, then implementation strategy is necessary; increasing capital credits for micro enterprise/industry, costs of customer's saving such as administrative cost and interest cost should be eliminated, so that the customers are not oppressed by unnecessary cost, minimizing cost in costing process such as administration process, offering unique costing packages that is not offered by other costing package in other finance institution that has interesting profit sharing, choosing location closed to customers characterized by their enterprises, such as market place. There is BMT employee who is taking debtor deposits to the place of each debtor, if necessary. Advertorial is done by putting advertorial page in local paper. Testimony is gained through meeting with customers of the enterprise group. *Sales force* is necessary because not any customer is able to come, ask, and making transaction in the BMT office.

Keywords: Baitul Mal wat Tanwil, micro enterprise, debtor

## PENDAHULUAN

### 1. Latar Belakang

Daerah pinggiran kota (*sub urban*) merupakan wilayah penyangga daerah kota, dengan kondisi penduduknya yang heterogen, baik dilihat dari kehidupan sosial, ekonomi, politik, budaya, adat istiadat maupun karakteristik perilakunya yang bervariasi. Kehidupan warga masyarakat pada umumnya labil, tingkat kecemburuan sosial tinggi, masalah sosial serta kualitas masalahnya sangat bervariasi.

Untuk menanggulangi persoalan kemiskinan struktural maupun yang diakibatkan oleh krisis ekonomi, pemerintah memandang perlu untuk memberikan bantuan kepada masyarakat miskin. Kegiatan ini tidak hanya bersifat reaktif terhadap keadaan darurat yang sedang dialami, namun juga bersifat strategis karena dalam kegiatan ini disiapkan landasan berupa institusi masyarakat yang semakin kuat bagi perkembangan masyarakat di masa yang akan datang (Kusuma, 2002).

Penanganan fakir miskin di daerah *sub urban* mengandung spesifikasi tersendiri dan sering terjadi perubahan setiap saat seiring dengan cepatnya perubahan sistem nilai dan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Hal ini patut disikapi dalam rencana penanganannya dan segera

<sup>1</sup> Alumni PS MPI, SPs IPB

<sup>2</sup> Staf Pengajar PS MPI, SPs IPB

dilakukan secara intergratif dan sinergik, baik melalui program pengembangan Kelompok Usaha Bersama (KUBE) maupun melalui *networking* dari berbagai pihak yang terkait, baik dari unsur pemerintah, lembaga swasta, perorangan maupun dunia usaha yang peduli secara langsung dalam memberikan kontribusinya (Depsos, 2004).

Dalam rangka memecahkan permasalahan yang terjadi di daerah pinggiran kota, maka Departemen Sosial (Depsos) selaku departemen teknis yang menangani masalah-masalah sosial yang terjadi di masyarakat menciptakan sebuah program penanganan fakir miskin dengan nama "Program Pemberdayaan Fakir Miskin Melalui Pola Terpadu KUBE dengan LKM-BMT (Lembaga Keuangan Mikro – *Baitul Maal wat Tamwil*) di Daerah ADEM (Adopsi Desa Miskin) dan *Sub Urban* (Pinggiran Kota)". Kegiatan ini dilaksanakan pada tahun 2004 di Propinsi Sumatera Utara, Sumatera Selatan, Bengkulu, Banten, Jawa Timur, Daerah Istimewa Yogyakarta, Kalimantan Barat, Sulawesi Selatan, dan Gorontalo. Bentuk riil dari program ini adalah penumbuhan 5 LKM BMT KUBE dengan nama "BMT KUBE Sejahtera" di masing-masing Propinsi tersebut, maka pada tahun 2004 tumbuh 45 BMT KUBE Sejahtera binaan Departemen Sosial.

Sebagai unit usaha yang bergerak di bidang Lembaga Keuangan Mikro Syariah dengan pola usaha yang berbeda dengan Lembaga Keuangan Konvensional yang sudah berjalan saat ini, LKMS BMT unit 20 memiliki visi, yaitu menumbuhkembangkan kesadaran masyarakat akan kepemilikan harta yang bebas dari riba. Adapun misinya adalah mengentaskan dan memberdayakan masyarakat miskin untuk lebih berdayaguna dan mempunyai kesempatan yang sama dalam memperoleh dukungan untuk mengembangkan usahanya.

Salah satu hal terpenting dari program ini adalah adanya pendampingan, dimana di setiap LKMS BMT didampingi oleh satu orang yang telah berpengalaman dalam bidang pengembangan masyarakat dan pengembangan LKMS BMT itu sendiri. Pendampingan itu sendiri adalah suatu proses menjalin relasi sosial antara pendamping dengan anggota masyarakat dalam rangka memecahkan masalah, memperkuat dukungan, mendayagunakan berbagai sumber dan potensi dalam pemenuhan kebutuhan hidup, serta meningkatkan akses anggota terhadap pelayanan sosial dasar, lapangan kerja, dan fasilitas pelayanan publik lainnya (Setiabudi, 2002).

Pada dasarnya tidak terdapat banyak perbedaan produk antara lembaga keuangan konvensional dan lembaga keuangan syariah. Perbedaan yang paling mendasar antara keduanya adalah dasar perhitungan bunga yang disebut dalam sistem lembaga keuangan syariah adalah marjin dan nisbah atau bagi hasil. Di dalam lembaga keuangan konvensional besarnya suku bunga telah ditetapkan dan hal ini merupakan alat utama lembaga keuangan konvensional dalam menjaring nasabahnya, serta pendapatan bunga dari kredit. Di lembaga keuangan syariah, besarnya marjin dan nisbah atau bagi hasil disepakati antara nasabah dengan lembaga keuangan.

Produk-produk yang telah dikembangkan dan dipasarkan oleh LKMS BMT KUBE Sejahtera unit 20 adalah:

1. Produk Tabungan
  - a. Tabungan Berjangka/Deposito (TAJAKA)
  - b. Tabungan Pendidikan Anak (TADIKA)
  - c. Tabungan Mandiri Sejahtera (TAMARA)
  - d. Tabungan Haji Terwujud (TAHAJUD)
  - e. Tabungan Idul Fitri (TADURI)

2. Produk Pembiayaan

- a. Pembiayaan total bagi hasil (*Mudharabah*)

Akad kerjasama usaha antara *shahibul maal* (pemilik dana) dan *mudharib* (pengelola dana) dengan nisbah bagi hasil menurut kesepakatan di muka. Atau dengan kata lain, pembiayaan yang dilakukan melalui kerjasama usaha antara dua pihak dimana pemilik modal/BMT (*shohibul maal*) menyediakan modal 100%, sedangkan pihak lainnya/nasabah menjadi pengelolanya (*mudharib*) dengan mensyaratkan jenis atau bentuk usaha yang dilakukan. Pembiayaan ini dapat disalurkan untuk berbagai jenis usaha, yaitu perdagangan, perindustrian, pertanian dan jasa.

- b. Pembiayaan bersama bagi hasil (*Musyarakah*)

Akad kerjasama di antara para pemilik modal yang mencampurkan modalnya untuk tujuan mencari keuntungan dengan prinsip bagi hasil, yang persinya disesuaikan dengan penyertaannya. Jenis pembiayaan ini cocok untuk nasabah yang telah memiliki usaha dan bermaksud mengembangkan usahanya, tetapi masih kekurangan dana untuk mengembangkan usaha tersebut.

- c. Pembiayaan pembelian barang bayar jatuh tempo (*Murabahah*)

Akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (marjin) yang disepakati oleh penjual dan pembeli. Dengan kata lain, pembiayaan *murabahah* ialah

pembiayaan dengan prinsip jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati, dengan pihak lain selaku penjual dan nasabah selaku pembeli. Pembayaran dapat dilakukan pada saat jatuh tempo pembiayaan sesuai dengan kesepakatan bersama. Pembiayaan ini diperhitungkan dan dicatat sebagai piutang bank kepada nasabah. Pembiayaan ini sangat cocok bagi nasabah yang membutuhkan aset, namun kekurangan dana untuk melunasinya.

d. Pembiayaan pembelian barang bayar angsuran (Bai` Bitsaman `Ajil)

Akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (marjin) yang disepakati oleh penjual dan pembeli. Atau dengan kata lain, pembiayaan *murabahah* ialah pembiayaan dengan prinsip jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati, dengan pihak lain selaku penjual dan nasabah selaku pembeli. Pembayaran dapat dilakukan secara angsuran sesuai dengan kesepakatan bersama. Pembiayaan ini diperhitungkan dan dicatat sebagai piutang bank kepada nasabah. Pembiayaan ini sangat cocok bagi nasabah yang membutuhkan aset, namun kekurangan dana untuk melunasinya.

## 2. Permasalahan

- a. Apakah yang menjadi kebutuhan dasar bagi UMKM?
- b. Seberapa besar pengaruh LKMS BMT terhadap perkembangan UMKM?
- c. Bagaimana strategi pengembangannya?

## 3. Tujuan

- a. Mengidentifikasi kebutuhan dasar bagi usaha mikro.
- b. Mengidentifikasi dan menganalisis seberapa besar pengaruh LKMS BMT terhadap perkembangan usaha mikro.
- c. Menentukan strategi yang diperlukan dalam rangka mengembangkan kapasitas LKMS BMT maupun usaha mikro.

# METODOLOGI

## 1. Lokasi

Lokasi kajian ini dilaksanakan di LKMS BMT KUBE Sejahtera unit 20 di Kecamatan Mlati, Kabupaten Sleman, Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

## 2. Metode Kerja

### Pengumpulan data

- a. Data primer merupakan data yang digunakan dalam kajian ini berupa data hasil kuesioner yang disebarkan kepada para nasabah LKMS BMT KUBE Sejahtera unit 20 yang sekarang ini sudah mencapai  $\pm$  300 nasabah dan yang dijadikan responden 100 nasabah.
- b. Data sekunder digunakan sebagai data tambahan dalam menunjang analisis. Data sekunder mencakup data kuantitatif, yaitu data portofolio pembiayaan LKMS BMT KUBE Sejahtera unit 20 berdasarkan jenis pembiayaan yang sudah disalurkan, data mengenai perkembangan LKMS BMT dan proyeksi perkembangan ke depan. Data lain secara kualitatif dapat diperoleh dari literature-literatur yang berkaitan dengan ekonomi syariah atau lembaga keuangan syariah, serta ulasan-ulasan para pakar yang dipublikasikan dalam buletin, jurnal, internet dan media-media lain.

### Pengolahan dan analisis data

Data yang terkumpul telah dianalisa dengan menggunakan metode analisa berikut:

a. Deskriptif kualitatif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2002). Metode analisis deskriptif kualitatif ini dimaksudkan untuk memaparkan atau deskripsi statistik peubah-peubah ukuran analisis yang meliputi karakteristik, perilaku, dan sistem pembiayaan. Dalam hal ini digunakan analisis *Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats* (SWOT).

b. Tabulasi silang

Metode analisis lainnya yang digunakan adalah metode analisis tabulasi silang yang merupakan analisis hubungan antara karakteristik, dan perilaku dengan jumlah penyaluran pembiayaan syariah.

c. Analisis Khi Kuadrat

Analisis khi kuadrat adalah teknik statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis deskriptif bila dalam populasi terdiri atas dua atau lebih kelas, dimana data berbentuk nominal dan contohnya besar (Sugiyono, 2002). Analisis khi kuadrat dapat digunakan untuk menguji perbedaan nyata antara banyak yang diamati dari obyek atau jawab yang masuk dalam masing-masing kategori dengan banyak yang diharapkan menurut pengujian hipotesis nol. Analisis khi kuadrat ini dipilih karena yang diuji berkaitan dengan suatu perbandingan mengenai frekuensi yang diamati dengan frekuensi yang diharapkan (Siegel, 1997). Rumus khi kuadrat adalah:

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^k \frac{[f_0 - f_h]^2}{f_h}$$

Data kajian ini mengikuti distribusi khi kuadrat dengan derajat bebas  $db=k-1$ , yaitu pada distribusi khi kuadrat dengan  $db=14$ . Frekuensi yang diharapkan ( $f_h$ ) untuk masing-masing kelas ditetapkan berbeda berdasarkan kategori "banyak yang diharapkan". Pengambilan kesimpulan didapatkan jika nilai khi kuadrat hitung  $>$  khi kuadrat tabel dengan  $db=14$  dan taraf nyata 0,05.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Keadaan Umum

#### a. Usaha Mikro

Upaya-upaya penanggulangan kemiskinan salah satunya adalah memperkuat peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Selama ini UMKM diakui keberadaannya sebagai penopang perekonomian masyarakat. Krisis ekonomi yang terjadi pada tahun 1997 memberikan pelajaran bahwa UMKM sanggup memberi kontribusi terhadap perekonomian nasional, khususnya dalam menyediakan kesempatan kerja.

Keberadaan pengusaha mikro, kecil, dan menengah, khususnya yang berskala usaha mikro merupakan wujud kehidupan ekonomi sebagian besar rakyat Indonesia yang berada di bawah garis kemiskinan. Posisi seperti ini menempatkan usaha mikro sebagai jalur utama dalam pengembangan sistem ekonomi kerakyatan cukup memprihatinkan. Tidak terlalu mengejutkan jika jumlah pengusaha mikro relatif banyak, tetapi hanya penguasa sebagian aset produksi dan menyumbang sebagian kecil produksi nasional (Wiyono, 2003).

Proses pengembangan usaha mikro sebagai manifestasi perkembangan ekonomi lokal dan penanggulangan kemiskinan menjadi sangat penting sehubungan dengan pelaksanaan otonomi daerah. Proses ini tidak akan berjalan dengan baik kalau penguatan peran usaha mikro dari tingkat lokal tidak diikutsertakan sebagai pihak berkepentingan yang utama. Di samping penguatan peran pengusaha mikro tersebut mempunyai arti strategis bagi kesejahteraan masyarakat setempat, sekaligus sebagai penggerak perekonomian daerah dan transformasi sosial ekonomi dalam komunitas lokal. Upaya pengembangan dan penguatan potensi pengusaha mikro di tingkat lokal sebagai kelompok ekonomi strategis di daerah harus berorientasi pada pemberdayaan, sehingga terbentuk pelaku ekonomi lokal yang mandiri dan kuat melalui Lembaga Keuangan Mikro (LKM) pada umumnya dan Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) pada khususnya.

Dikaitkan dengan upaya-upaya penanggulangan kemiskinan, usaha mikro memiliki makna yang strategis. Dilihat dari perspektif ini, penguatan usaha mikro dengan wadahnya LKM berperan dalam dua saluran. Pertama, usaha mikro dapat menciptakan kesempatan kerja, hal ini disebabkan LKM relatif bersifat padat karya dengan modal yang kecil. Kedua, melalui pengembangan usaha mikro yang secara langsung terkait dengan penduduk miskin yang memiliki usaha produktif. Dengan demikian sekurang-kurangnya terdapat dua alternatif dalam penanggulangan kemiskinan, yaitu memperkuat LKM dan memperkuat usaha mikro yang pada umumnya dijalankan oleh penduduk miskin.

Strategi untuk memperkuat usaha mikro didasarkan pada pemahaman terhadap karakteristik dan kelemahan-kelemahan yang melekat di dalam usaha mikro. Salah satu alternatif untuk memperkuat posisi usaha mikro adalah dengan mendorong terjadinya kemitraan dan keterkaitan antar pelaku-pelaku ekonomi, baik antar pelaku usaha mikro maupun usaha mikro dengan usaha besar. Diharapkan kemitraan dan keterkaitan akan menghasilkan nilai tambah (ekonomi dan sosial) yang akan memperkuat struktur ekonomi nasional.

Dengan adanya kemitraan dan keterkaitan diharapkan beberapa masalah yang melekat dalam usaha mikro dapat diatasi. Dalam rangka menciptakan kemitraan dan keterkaitan ini, lembaga keuangan dapat ikut aktif dalam memperkuat posisi usaha mikro. Dalam konteks ini, pihak lembaga keuangan selain memberikan kemudahan dalam mengakses pembiayaan, dapat juga memfasilitasi informasi pasar, mendorong aliansi strategis dan memberikan dukungan bantuan manajemen pengelolaan usaha.

Menurut Bintoro (2003), peran pemerintah, pusat maupun daerah, dalam menumbuhkan kemitraan dan keterkaitan dapat dilakukan secara langsung dan tidak langsung. Secara langsung, pemerintah dapat melakukan inisiasi awal dalam bentuk program intervensi. Dalam program ini pemerintah hanya sebagai fasilitator untuk menggerakkan kemitraan dan keterkaitan, seperti yang ada dalam program Pengembangan Ekonomi Lokal. Kemitraan dan keterkaitan dapat beragam sesuai dengan potensi yang ada pada tiap-tiap daerah.

Secara tidak langsung, peran pemerintah adalah menciptakan iklim yang kondusif untuk tumbuh dan berkembangnya kemitraan dan keterkaitan. Pemerintah dapat memberikan insentif fiskal dan moneter, kemudahan perizinan dan informasi yang cepat. Bagi pemerintah daerah dituntut untuk mendorong melalui berbagai kebijakan dan peraturan daerah yang mendukung.

#### b. Kajian Teori Syariah

Ekonomi Islam ada bukan karena alasan apologetik, melainkan karena alasan keharusan, bukan karena Islam dulu pernah jaya dan menjadi obor dunia, ataupun adanya kelemahan pada sistem kapitalisme maupun sosialisme. Ekonomi Islam ada karena tuntutan dari kesempurnaan Islam, artinya Islam harus dipeluk secara *kaffah* dan komprehensif (Rosyidi, 2006).

Lembaga keuangan syariah menurut Antonio (2001) adalah lembaga keuangan yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah. Kegiatan lembaga keuangan syariah merupakan implementasi dari prinsip ekonomi Islam dengan ciri-ciri yang menonjol, yaitu pelarangan riba dalam berbagai bentuknya, tidak mengenal konsep *time-value of money*, serta konsep uang sebagai alat tukar, bukan sebagai komoditi yang diperdagangkan. Fungsi dan peran bank syariah di antaranya tercantum dalam pembukaan standar akuntansi yang dikeluarkan oleh *Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institution* atau AAOIFI (Susilo, 2005) sebagai berikut:

- 1) Manajer investasi yang dapat mengelola investasi atas dana nasabah, misalnya menggunakan akad *mudharabah* atau sebagai agen investasi.
- 2) Investor yang dapat menginvestasikan dana yang dimilikinya maupun dana nasabah yang dipercayakan kepadanya dengan menggunakan alat investasi yang sesuai dengan syariah Islam dan membagi keuntungan atau kerugian yang diperoleh secara proporsional sesuai nisbah yang disepakati antara bank dan pemilik dana.
- 3) Penyedia jasa keuangan dan lalu lintas pembayaran, bank syariah dapat melakukan kegiatan-kegiatan jasa layanan perbankan seperti bank konvensional sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
- 4) Pelaksanaan kegiatan sosial, sebagai ciri yang melekat pada entitas keuangan syariah yang dapat memberikan pelayanan sosial dalam bentuk pengelolaan dana zakat, infaq, shadaqah dan penyaluran dana sosial (*qardhul hasan*).

Paradigma ekonomi islam pada hakekatnya mengatur hubungan antara pelaku ekonomi, agar dapat terlibat dalam kegiatan usaha ekonomi dan dapat memperoleh keuntungan secara wajar sesuai dengan perjanjian yang disepakati berdasarkan ketentuan Al-Qur'an dan Hadist. Selain mengatur tentang masalah aqidah dan akhlak, Islam juga mengatur masalah hubungan antar manusia (*Muamalah*).

Kerangka kegiatan muamalah, secara garis besar dapat dibagi menjadi tiga, yaitu bidang sosial, politik, dan ekonomi. *Muamalah* di bidang ekonomi mengatur tentang kegiatan konsumsi, simpanan dan investasi. Berbeda dengan sistem lainnya, Islam mengajarkan pola konsumsi moderat yang memungkinkan adanya simpanan yang dapat disalurkan untuk pembiayaan investasi, baik untuk investasi di sektor perdagangan (*trade*), produksi (*manufacture*), maupun jasa-jasa (*services*). Oleh karena itu, diperlukan lembaga keuangan yang dapat bertindak sebagai *intermediator* antara pihak yang berlebihan dana dengan pihak yang membutuhkan dana. Maka dapat dikatakan bahwa antara pola konsumsi, simpanan, investasi dan keberadaan lembaga keuangan pada hakekatnya akan membentuk suatu siklus kegiatan ekonomi yang saling terkait satu sama lain.

Lembaga keuangan yang dapat menjadi *intermediator* berdasarkan prinsip-prinsip muamalah adalah bank syariah. Sebagaimana halnya bank konvensional, kegiatan usaha bank syariah pada intinya dapat dibedakan menjadi dua, yaitu penghimpunan dana dan penyaluran dana. Namun

dalam sistem operasional bank syariah terdapat ciri khusus, dimana pemilik dana menyimpan uangnya di bank tidak dengan motif untuk mendapatkan bunga, tetapi dalam rangka mendapatkan keuntungan bagi hasil dari nasabah yang menggunakan dana tersebut untuk kegiatan ekonomi produktif.

Potensi pasar untuk pengembangan lembaga keuangan syariah masih luas, hal ini bisa dilihat dari jumlah penduduk muslim di Indonesia yang sangat tinggi. Di samping itu respon dan minat masyarakat dalam melakukan aktivitas ekonomi dengan menggunakan prinsip-prinsip Syariah menunjukkan antusiasme yang cukup tinggi (Fadjrijah, 2006).

### c. Perbandingan Sistem Syariah dan Sistem Konvensional

Dalam beberapa hal, menurut Antonio (2001), kedua sistem ini memiliki persamaan, terutama dalam sisi teknis penerimaan uang, mekanisme transfer, teknologi yang digunakan, syarat-syarat umum memperoleh pembiayaan, dan sebagainya. Akan tetapi, terdapat banyak perbedaan mendasar di antara keduanya. Perbedaan itu menyangkut hal-hal berikut:

#### 1) Akad dan aspek legalitas

Dalam sistem syariah, akad yang dilakukan memiliki konsekuensi duniawi dan ukhrawi, karena akad dilakukan berdasarkan hukum Islam. Seringkali nasabah berani melanggar kesepakatan/perjanjian yang telah dilakukan, bila hukum hanya berdasarkan hukum positif belaka, tetapi tidak demikian bila perjanjian tersebut memiliki pertanggungjawaban hingga *yaumul qiyamah* nanti.

Setiap akad dalam sistem syariah, baik dalam hal barang, pelaku transaksi, maupun ketentuan lainnya harus memenuhi ketentuan akad:

##### i. Rukun, seperti:

- i) Penjual
- ii) Pembeli
- iii) Barang
- iv) Harga
- v) Akad/*Ijab qabul*

##### ii. Syarat, seperti:

- i) Barang dan jasa harus halal, sehingga transaksi atas barang dan jasa yang haram menjadi batal demi hukum syariah
- ii) Harga barang dan jasa harus jelas
- iii) Tempat penyerahan harus jelas, karena akan berdampak pada biaya transportasi
- iv) Barang yang ditransaksikan harus sepenuhnya dalam kepemilikan. Tidak boleh menjual sesuatu yang belum dimiliki atau dikuasai seperti yang terjadi pada transaksi *short sale* dalam pasar modal

#### 2) Lembaga penyelesaian sengketa

Berbeda dengan sistem konvensional, jika dalam sistem syariah terdapat perbedaan atau perselisihan antara bank dan nasabahnya, kedua belah pihak tidak menyelesaikannya di pengadilan negeri, tapi menyelesaikannya sesuai tata cara dan hukum materi syariah.

Lembaga yang mengatur hukum materi dan atau berdasarkan prinsip syariah di Indonesia dikenal dengan nama Badan Arbitrase Muamalah Indonesia (BAMUI) yang didirikan secara bersama oleh Kejaksaan Agung RI dan Majelis Ulama Indonesia.

#### 3) Struktur organisasi

Kedua sistem ini memiliki struktur organisasi yang sama, tetapi unsur yang amat membedakan antara keduanya adalah keharusan adanya Dewan Pengawas Syariah pada sistem syariah yang bertugas mengawasi operasional dan produk-produknya agar sesuai dengan garis-garis syariah.

Dewan Pengawas Syariah biasanya diletakkan pada posisi setingkat Dewan Komisaris. Hal ini untuk menjamin efektifitas dari setiap opini yang diberikan oleh Dewan Pengawas Syariah. Karena itu, biasanya penetapan anggota Dewan Pengawas Syariah dilakukan oleh Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS), setelah para anggota Dewan Pengawas Syariah itu mendapat rekomendasi dari Dewan Syariah Nasional.

##### i. Dewan Pengawas Syariah (DPS)

Peran utama para ulama dalam DPS adalah mengawasi jalannya operasional bank sehari-hari agar selalu sesuai dengan ketentuan-ketentuan syariah. Hal ini karena transaksi-transaksi yang berlaku dalam sistem syariah sangat khusus jika dibanding sistem konvensional. Maka diperlukan garis panduan (*guidelines*) yang mengaturnya. Garis panduan ini disusun dan ditentukan oleh Dewan Syariah Nasional.

DPS harus membuat pernyataan secara berkala bahwa bank yang diawasinya telah berjalan sesuai dengan ketentuan syariah. Pernyataan ini dimuat dalam laporan tahunan (*Annual Report*) bank yang bersangkutan.

Tugas lain DPS adalah meneliti dan membuat rekomendasi produk baru dari bank yang diawasinya. Dengan demikian, DPS bertindak sebagai penyaring pertama sebelum suatu produk diteliti kembali dan difatwakan oleh Dewan Syariah Nasional (DSN).

ii. DSN

Sejalan dengan berkembangnya lembaga keuangan syariah di tanah air, berkembang pula jumlah DPS yang berada dan mengawasi masing-masing lembaga tersebut. Banyaknya dan beragamnya DPS di masing-masing lembaga keuangan adalah suatu hal yang harus disyukuri, tetapi juga diwaspadai. Kewaspadaan itu berkaitan dengan adanya kemungkinan timbulnya fatwa yang berbeda dari masing-masing DPS, serta hal itu bukan mustahil akan membingungkan umat dan nasabah. Oleh karena itu, Majelis Ulama Indonesia (MUI) sebagai payung dari organisasi keislaman di tanah air, menganggap perlu dibentuknya satu dewan syariah yang bersifat nasional dan membawahi seluruh lembaga keuangan, termasuk di dalamnya perbankan syariah. Lembaga ini kelak dikenal dengan Dewan Syariah Nasional.

DSN dibentuk pada tahun 1997 dan merupakan hasil rekomendasi Lokakarya Reksadana Syariah pada bulan Juli tahun yang sama. Lembaga ini merupakan lembaga otonom di bawah MUI, dipimpin oleh Ketua Umum MUI dan Sekretaris (*ex-officio*). Kegiatan sehari-hari DSN dijalankan oleh Badan Pelaksana Harian dengan Ketua dan sekretaris serta beberapa anggota.

Fungsi utama DSN adalah mengawasi produk-produk lembaga keuangan syariah agar sesuai dengan syariah islam. Dewan ini bukan hanya mengawasi bank syariah, tapi juga lembaga-lembaga lain seperti asuransi, reksadana, modal ventura, dan sebagainya. Untuk keperluan pengawasan tersebut, DSN membuat garis panduan produk syariah yang diambil dari sumber-sumber hukum islam. Garis panduan ini menjadi dasar pengawasan bagi DPS pada lembaga-lembaga keuangan syariah dan menjadi dasar pengembangan produk-produknya.

Fungsi lain dari DSN adalah meneliti dan memberi fatwa bagi produk-produk yang dikembangkan oleh lembaga keuangan syariah. Produk-produk baru tersebut harus diajukan oleh manajemen setelah di rekomendasikan oleh DPS pada lembaga yang bersangkutan.

Selain itu, DSN bertugas memberikan rekomendasi para ulama yang akan ditugaskan sebagai DSN pada suatu lembaga keuangan syariah. Hal lainnya, DSN dapat memberikan teguran kepada lembaga keuangan syariah jika lembaga yang bersangkutan menyimpang dari garis panduan yang telah ditetapkan. Hal ini dilakukan jika DSN telah menerima laporan dari DPS pada lembaga yang bersangkutan mengenai hal tersebut.

Jika lembaga keuangan syariah tersebut tidak mengindahkan teguran yang diberikan, maka DSN dapat mengusulkan kepada otoritas yang berwenang, seperti Bank Indonesia dan Departemen Keuangan, untuk memberikan sanksi agar perusahaan tersebut tidak mengembangkan lebih jauh tindakan-tindakannya yang tidak sesuai dengan syariah.

4) Bisnis dan usaha yang dibiayai

Dalam sistem syariah, bisnis dan usaha yang dilaksanakan tidak terlepas dari saringan syariah, maka lembaga keuangan syariah tidak mungkin membiayai usaha yang terkandung di dalam hal-hal yang diharamkan.

Dalam sistem syariah suatu pembiayaan tidak akan disetujui, sebelum dipastikan beberapa hal pokok, di antaranya sebagai berikut:

- i) Apakah obyek pembiayaan halal atau haram?
- ii) Apakah menimbulkan kemudharatan bagi masyarakat?
- iii) Apakah proyek berkaitan dengan perbuatan mesum/asusila?
- iv) Apakah proyek berkaitan dengan perjudian?
- v) Apakah usaha itu berkaitan dengan industri senjata ilegal atau berorientasi pada pengembangan senjata pembunuh massal?
- vi) Apakah proyek dapat merugikan syiar Islam, baik secara langsung maupun tidak langsung?

5) Lingkungan kerja dan *corporate culture*

Sebuah lembaga keuangan syariah selayaknya memiliki lingkungan kerja yang sejalan dengan syariah. Dalam hal etika, misalnya sifat *amanah* dan *shiddiq*, harus melandasi setiap karyawan sehingga tercermin integritas eksekutif muslim yang baik. Di samping itu, karyawan lembaga keuangan syariah harus *skillful* dan profesional (*fathonah*), serta mampu

melaksanakan tugas secara *team work* dimana informasi merata di seluruh fungsional organisasi (*tabligh*). Demikian dalam hal *reward* dan *punishment*, diperlukan prinsip keadilan yang sesuai dengan syariah.

Selain itu, cara berpakaian dan tingkah laku dari para karyawan merupakan cerminan bahwasanya bekerja dalam sebuah lembaga keuangan yang membawa nama besar Islam, sehingga tidak ada aurat yang terbuka dan tingkah laku yang kasar. Demikian pula dalam menghadapi nasabah, akhlak harus senantiasa terjaga. Nabi SAW mengatakan bahwa senyum adalah sedekah.

## 2. Hal yang Dikaji

Di dalam kajian ini ada dua komponen yang ingin diteliti, berkaitan dengan kebutuhan dasar yang bersifat kritis bagi usaha mikro dan pengaruh LKMS BMT terhadap perkembangan usaha mikro. Dari hasil penyebaran kuesioner yang diisi oleh 100 responden didapatkan data berikut:

### a. Karakteristik Usaha Mikro

Berdasarkan pengumpulan data dari 100 responden yang dikumpulkan dari nasabah BMT KUBE Sejahtera unit 20 dapat digambarkan karakteristik Usaha Mikro yang digeluti responden. Uraianya:

#### 1) Identitas pemilik usaha

Nasabah BMT KUBE Sejahtera unit 20 mempunyai berbagai latar belakang sosial ekonomi. Jenis kelamin responden menunjukkan bahwa 60% nasabah adalah pria dan 40% nasabah adalah wanita. Alamat nasabah berada pada lingkup Kabupaten Sleman Propinsi DIY, terutama Kecamatan Mlati. Agama yang dianut semua responden adalah Islam. Meskipun semua responden beragama Islam, tetapi alasan memilih menjadi nasabah BMT bukan hanya karena nasabah beragama Islam, karena ada 8% responden yang bukan beragama Islam.

Umur usaha yang digeluti responden rata-rata cukup muda, yakni kurang dari satu tahun (36%) dan di atas lima tahun (32%). Hal ini menunjukkan bahwa mereka tertarik untuk memulai usaha baru seiring dengan hadirnya BMT KUBE Sejahtera unit 20 yang menawarkan konsep bagi hasil. Dari aspek pendapatan total sebelum bergabung didapatkan bahwa mayoritas berpendapatan kurang dari Rp200.000 (40%). Setelah bergabung dengan BMT mayoritas pendapatan responden naik menjadi antara Rp. 200.000 - Rp2.999.999 (96%).

Lama menjadi nasabah produk tabungan mayoritas selama 6 bulan - 2 tahun (24%). Lama menjadi nasabah produk pembiayaan mayoritas selama 6 bulan - 2 tahun (60%). Jenis simpanan nasabah mayoritas adalah tabungan dengan besar saldo kurang dari Rp1.000.000 (56%), meskipun ada responden yang menyimpan dalam bentuk Tabungan Berjangka (TAJAKA) dengan besar kurang dari Rp1.000.000 (4%).

Dengan besarnya dana yang disimpan oleh nasabah sebesar tersebut, maka agak sulit bagi BMT untuk melakukan penghimpunan dana masyarakat untuk disebar kembali dalam bentuk pembiayaan, sehingga BMT perlu mencari sumber permodalan lain yang dapat digunakan untuk mengadakan penyebaran dana pada masyarakat.

#### 2) Permodalan

Omzet perusahaan sebelum menjadi nasabah BMT sebesar Rp1.000.000 - Rp4.999.999 (80%). Omzet setelah menjadi nasabah BMT didapatkan tidak meningkat, tetapi justru terjadi penurunan omzet pada kelompok omzet antara Rp1.000.000 - Rp4.999.999 menjadi kurang dari Rp1.000.000 sebanyak 4% responden. Jumlah karyawan terbesar antara satu sampai tiga orang (60%).

#### 3) Hubungan dengan bank

Jenis pembiayaan yang digeluti responden mayoritas kurang dari Rp50 juta, baik untuk pembiayaan *mudharabah* (36%) maupun *murabahah* (36%). Hal ini sesuai dengan karakteristik usaha mikro yang mempunyai usaha dan modal kecil.

#### 4) Jenis usaha

Dilihat dari tingkat pendidikan responden pemilik usaha didapatkan 48% mempunyai pendidikan setingkat SMP dan SMA, sedangkan sisanya berpendidikan SD. Tingkat usia responden mayoritas berada pada usia matang, yakni 36-44 tahun (48%), meskipun demikian ada juga yang termasuk usia dewasa awal 17-24 tahun. Bidang usaha yang dipilih responden meliputi bidang usaha yang mempunyai potensi di Kabupaten Sleman, yakni pertanian (48%) dan perdagangan (36%).

Dilihat dari usia nasabah yang termasuk golongan dewasa, akan tetapi usia usaha/awal memulai usaha mayoritas sekitar satu tahun. Hal ini membuktikan bahwa para nasabah adalah orang-orang yang baru memulai usaha dan sebelumnya bekerja untuk orang lain.

Dilihat dari lamanya menjadi nasabah juga dapat diketahui bahwa BMT memberikan pembiayaan pada para nasabah pada awal-awal nasabah membuka usaha (kurang dari satu tahun). Hal ini menunjukkan bahwa BMT merupakan solusi bagi para pengusaha pemula untuk mendapatkan pinjaman pembiayaan.

#### b. Sistem Pembiayaan Usaha Mikro

Persepsi responden tentang pembiayaan yang diberikan oleh BMT dapat dilihat pada uraian berikut:

##### 1) Pola Murabahah

Jawaban responden tentang karakteristik Usaha Mikro yang lebih sesuai dengan pola *murabahah* mempunyai rentang jawaban 12%-100%, atau jika rataannya 56%. Hal ini menunjukkan bahwa karakteristik pola *murabahah* cocok dengan karakteristik UKM tetapi tidak sepenuhnya, karena sekitar 56%.

##### 2) Penentuan penyaluran pembiayaan

Penentuan penyaluran pembiayaan UKM dijawab oleh responden antara 4%-100%, hal ini menunjukkan rentang ekstrim terhadap penilaian responden, dengan rata-rata 52%. Jawaban yang ekstrim, di antaranya pola pembagian bagi hasil sama dengan pemberian bunga bank dijawab tidak oleh 96% responden. Alasan pemilihan BMT yang dianggap mempunyai syarat yang lebih mudah dijawab ya oleh 100% responden. Pelayanan yang tidak berbelit-belit, kenyamanan dengan sistem bagi hasil sistem syariah dan pelayanan sistem BMT lebih baik dibandingkan dengan sistem bunga juga dibenarkan seluruhnya oleh responden.

##### 3) Kendala penerapan pola bagi hasil

Jawaban responden tentang kendala pola penerapan bagi hasil mempunyai rentang jawaban antara 12%-100%, atau rataannya 56%. Hal ini menunjukkan bahwa karakteristik pola *murabahah* cocok dengan karakteristik UKM, tetapi tidak sepenuhnya mempunyai kecocokan, karena sekitar 56%.

#### c. Hasil Analisis Khi Kuadrat

Hasil perhitungan menunjukkan nilai khi kuadrat 168,63 pada  $db=14$ . Nilai khi kuadrat tabel untuk  $db=14$  dan pada taraf nyata 0,05 sebesar 23,68. Nilai khi kuadrat hitung > khi kuadrat tabel, maka dapat dinyatakan sistem pembiayaan syariah dengan pola *murabahah* sesuai dengan Usaha Mikro adalah nyata. Hal ini menunjukkan bahwa karakteristik Usaha Mikro yang meliputi pendidikan nasabah, usia, jenis usaha nasabah, umur perusahaan, omzet perusahaan sebagai nasabah, ukuran perusahaan jenis usaha, permodalan, maupun jenis layanan yang diberikan oleh BMT sudah seperti karakteristik yang dipunyai nasabah.

Hasil perhitungan menunjukkan nilai khi kuadrat 243,47 dengan  $db=14$ . Nilai khi kuadrat tabel untuk  $db=14$  pada taraf nyata 0,05 sebesar 23,68. Nilai khi kuadrat hitung > khi kuadrat tabel, maka dapat dinyatakan bahwa penyaluran pembiayaan dengan pola *murabahah* sesuai dengan UKM adalah nyata.

Hasil perhitungan menunjukkan nilai khi kuadrat 371,46 pada  $db=14$ . Nilai khi kuadrat tabel untuk  $db=14$  pada taraf nyata 0,05 sebesar 23,68. Nilai khi kuadrat hitung > khi kuadrat tabel, maka dapat dinyatakan bahwa kendala menerapkan pola bagi hasil BMT sesuai dengan UKM adalah nyata.

Kesesuaian ini menunjukkan bahwa BMT KUBE telah menawarkan jenis layanan yang sesuai dengan karakteristik industri/usaha mikro yang dilayaninya. Hal ini berarti bahwa kebutuhan usaha mikro dalam bidang pembiayaan telah dapat dipenuhi oleh layanan/karakteristik yang diberikan oleh BMT KUBE selaku lembaga keuangan.

#### d. Hasil Analisis SWOT

Untuk menyusun strategi dilakukan analisis internal dan eksternal dengan analisis SWOT. Faktor internal dan eksternal tersebut diuraikan sebagai berikut:

##### 1) *Strenghts* (kekuatan)

- i) Prosedur pengurusan yang tidak berbelit  
Untuk mengajukan permohonan pembiayaan para nasabah terkesan tidak dipersulit dengan berbagai berkas yang harus diisi.
- ii) Syarat pengajuan mudah  
Syarat pengajuan juga mudah, yakni tinggal mengisi aplikasi yang dikehendaki dan petugas BMT yang selanjutnya akan menyelesaikan.

- iii) Didukung masyarakat  
Pendirian lembaga keuangan ini merupakan bentuk kegiatan yang dilakukan, pendampingan sosial, usaha kesejahteraan sosial, usaha ekonomi produktif, kemitraan usaha, dan sistem perbankan melalui LKM yang bertujuan untuk mengentaskan kemiskinan sesuai dengan program pemerintah.
  - iv) Petugas pendampingan yang intensif  
Selain memberi dana, petugas BMT juga mendampingi nasabah dalam pengelolaan usahanya, sehingga dapat diminimalkan nasabah yang pailit.
  - v) Pelayanan yang lebih *personalize*  
Pelayanan yang terjadi pada BMT bersifat kekeluargaan dengan sapaan baik antar petugas dengan nasabah maupun antar nasabah dengan nasabah. Hal ini masih sesuai dengan tradisi masyarakat *sub-urban* yang bersifat kekeluargaan.
- 2) *Weakness* (kelemahan)
- i) Belum populer di masyarakat  
Lembaga Keuangan dengan prinsip syariah pertama berkembang sekitar tahun 1990-an, sehingga masyarakat belum memahami prinsip operasinya, terutama LKMS.
  - ii) Modal masih terbatas  
LKM BMT masih mengalami kekurangan modal cukup besar, sehingga perlu dicarikan solusi optimal.
- 3) *Opportunities* (peluang)
- i) Potensi pasar yang besar  
Potensi industri/usaha mikro masih cukup besar untuk dijadikan lahan pemberian kredit, yakni 40 juta unit usaha.
  - ii) Didukung program pemerintah  
Program ini didukung oleh pemerintah dalam rangka program pengentasan kemiskinan.
  - iii) Masih banyak masyarakat terjerat rentenir  
Bagi hasil untuk pihak bank masih lebih sedikit daripada masyarakat mencari sumber dana pembiayaan dari rentenir, sehingga masyarakat punya potensi untuk beralih pada pembiayaan ini.
- 4) *Threats* (ancaman)
- i) Lembaga Keuangan yang mempunyai jaringan dan modal lebih besar  
Lembaga Keuangan dengan modal dan jaringan besar dapat mengancam kelangsungan BMT, karena lebih berpengalaman dan agresif dalam melakukan pemasaran produknya.
  - ii) BMT pesaing  
Meskipun BMT merupakan "barang" baru, tetapi pertumbuhan usahanya cukup nyata, sehingga terjadi persaingan antar sesama BMT untuk mencari nasabah sebanyak-banyaknya.

Berdasarkan hasil tersebut dapat dirangkum faktor strategik internal dalam Tabel 1.

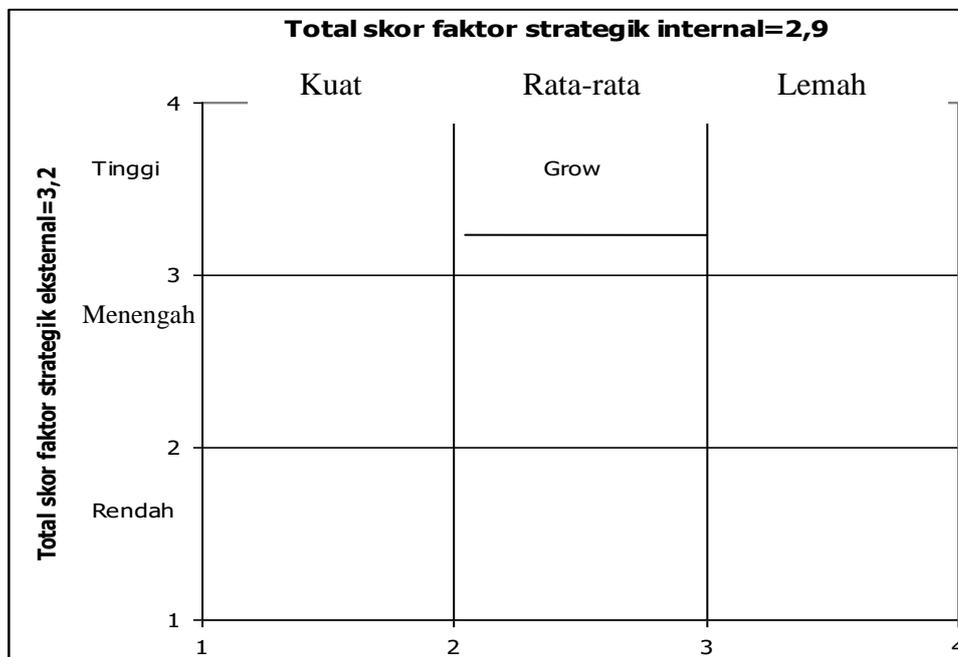
Tabel 1. Faktor strategik internal

1. Faktor strategik internal	Bobot (a)	Rating (b)	Nilai (c=axb)
<i>Strenghts</i>			
b. Prosedur pengurusan yang tidak berbelit	0,2	3	0,6
c. Syarat pengajuan mudah	0,2	3	0,6
d. Didukung oleh pemerintah dan masyarakat	0,2	4	0,8
e. Petugas pendampingan yang intensif	0,1	2	0,2
f. Pelayanan yang lebih <i>personalize</i>	0,05	2	0,1
<i>Weaknesess</i>			
1. Belum populer di masyarakat	0,1	2	0,2
2. Modal masih terbatas	0,15	3	0,45
Jumlah (1)	1		2,95

Faktor strategik eksternal disajikan dalam Tabel 2.

Tabel 2. Faktor strategik eksternal

2. Faktor strategik eksternal	Bobot (a)	Rating (b)	Nilai (c=axb)
<i>Opportunities</i>			
1. Potensi pasar yang besar	0,3	4	1,2
2. Didukung oleh pemerintah dan masyarakat	0,2	4	0,8
3. Masih banyak masyarakat terjerat rentenir	0,1	2	0,2
<i>Threats</i>			
1. Bank yang mempunyai jaringan dan modal lebih besar	0,2	2	0,4
2. BMT pesaing	0,2	3	0,6
Jumlah (2)	1		3,2
Total (1+2)	2		6,15



Gambar 1. Faktor strategi eksternal dan internal

Berdasarkan Gambar 1 dapat diketahui bahwa faktor strategi eksternal didapatkan 3,2 dan strategi internal 2,9. Strategi eksternal termasuk dalam kategori tinggi dan strategi internal masuk dalam kategori rata-rata. Hal ini menunjukkan bahwa kondisi perusahaan sedang berada pada kondisi *grow* (berkembang). Sebagai perusahaan yang mempunyai potensi besar, maka peluang untuk terus tumbuh besar terbuka lebar.

Keadaan berkembang ini ditopang oleh kekuatan dalam hal target nasabah dan dukungan pemerintah yang besar, disertai dengan peluang akan nasabah yang akan dilayani. Jumlah pengusaha mikro yang ada masih cukup besar, yakni 40 juta unit usaha yang menyerap ratusan juta tenaga kerja di dalamnya.

Dari analisis SWOT tersebut dapat disusun matriks strategi dimuat pada Tabel 3.

Tabel 3. Analisis SWOT

Internal	<b>Strength (S)</b>	<b>Weakness (W)</b>
	S1 Prosedur pengurusan yang tidak berbelit S2 Syarat pengajuan mudah S3 Didukung masyarakat S4 Petugas pendampingan yang intensif S5 Pelayanan yang lebih <i>personalize</i>	W1 Belum populer di masyarakat W2 Modal masih terbatas
Eksternal	<b>Opportunities (O)</b>	<b>Strategi S-O</b>
	O1 Potensi pasar yang besar	Memperluas <i>spread</i> dan jumlah nasabah (S1,S2,S3,S4; O1,O2,O3)
	O2 Didukung program pemerintah	Melakukan <i>positioning</i> sebagai LKS yang mengutamakan pelayanan (S1,S5;O1)
	O3 Masih banyak masyarakat terjerat rentenir	Menjual program pemberdayaan masyarakat (S3,S4;O2,O3)
	<b>Threats (T)</b>	<b>Strategi W-O</b>
	T1 Bank mempunyai jaringan dan modal lebih besar	Mengedukasi nasabah secara massal (W1;O1,O3)
	T2 BMT pesaing	Menambah modal dengan pinjaman modal pemerintah (W2;O1,O2)
		Menambah modal dari sumber dana pihak ketiga yang tidak mengikat (W2;O1)
		<b>Strategi S-T</b>
	T1 Bank mempunyai jaringan dan modal lebih besar	Menargetkan nasabah kelompok usaha mikro (S1;T1)
	T2 BMT pesaing	Melakukan penetrasi pasar lebih gencar lagi (S1,S3;T2)
		<b>Strategi W-T</b>
		Mempertahankan mutu pelayanan (W1;T1,T2)
		Melakukan optimasi terhadap modal yang dipinjamkan (W2;T1,T2)

Strategi-strategi pada Tabel 3 dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Strategi S-O

Strategi yang bertumpu pada *strenghts* dan *opportunities* adalah bentuk strategi agresif, karena perusahaan mempunyai kekuatan dan peluang yang terbuka. Hal ini memungkinkan perusahaan menggunakan kekuatannya untuk mengambil peluang yang ada. Strategi yang dapat dijalankan adalah :

- i. Memperbanyak/memperluas *spread* dan jumlah nasabah (S1,S2,S3, S4;O1,O2,O3)  
Strategi ini didasarkan atas kekuatan perusahaan dalam pengurusan yang tidak berbelit dan mudah, serta di sisi lain peluang pembiayaan untuk industri mikro sangat besar mencapai 40 jutaan unit usaha di seluruh Indonesia. Selama ini potensi kredit mikro belum digarap dengan baik oleh bank umum, sehingga potensi yang besar tersebut masih merupakan lahan "pasar baru" yang dapat dioptimalkan untuk dapat menyerap dana yang dipunyai BMT. Potensi yang besar ini didukung oleh kebijakan pemerintah yang dimata rakyat kecil masih punya kepercayaan yang kuat, sehingga rakyat akan tertarik menjadi nasabah.
- ii. Melakukan *positioning* sebagai LKS yang mengutamakan pelayanan (S1,S5;O1).  
BMT selama ini sudah dikenal dengan pelayanan yang ramah dan hangat kepada nasabahnya, dan hal ini yang tidak dipunyai oleh bank umum yang sangat sibuk dengan nasabah yang hilir mudik, sehingga aspek kekeluargaan menjadi terbengkalai.
- iii. Menjual program pemberdayaan masyarakat (S3,S4;O2,O3).  
Dengan misi utama untuk pengurangan pengangguran, maka peluang untuk terus tumbuh di kalangan masyarakat industri mikro semakin besar. Pembiayaan yang dilakukan perlu difokuskan pada pemberdayaan masyarakat dengan bentuk optimasi terhadap potensi riil yang ada di Sleman dan sekitarnya.

## 2) Strategi W-O

Strategi yang bertumpu pada *weakness* dan *opportunities* dapat berupa *action* yang *wait and see*, karena perusahaan mempunyai kelemahan pada salah satu sisi dan peluang pada sisi yang lain. Jika peluang tersebut besar dan perusahaan dapat mengatasi kelemahan, maka perusahaan dapat tumbuh. Jika keadaan sebaliknya, maka perusahaan akan mengalami penurunan. Dengan kata lain, strategi W-O ini dapat dilihat sebagai bentuk tantangan yang harus di atasi perusahaan. Strategi penghimpunan dana difokuskan secara simultan, baik yang berasal dari pemerintah daerah maupun pemerintah pusat (dana program) maupun dari masyarakat melalui upaya pemasaran aktif. Dalam hal ini, strategi yang dapat dijalankan adalah:

### i. Mengedukasi nasabah secara massal (W1;O1,O3).

Mendidik masyarakat untuk memanfaatkan layanan BMT dengan bagi hasil merupakan salah satu solusi. Iklan-iklan yang *above the line* dirasakan kurang cocok dengan industri mikro yang menjadi target sasaran. Justru iklan yang bersifat *advertorial* dan *testimoni* lebih mengena dalam meraih peluang usaha mikro yang masih besar.

### ii. Menambah modal dengan pinjaman modal pemerintah (W2;O1,O2).

Dengan potensi yang masih besar, maka BMT perlu mempersiapkan diri sewaktu-waktu terjadi lonjakan nasabah untuk meminta pembiayaan maupun nasabah yang hendak meminta dana yang disimpannya di BMT. Jika hal ini terjadi, maka BMT memerlukan dana besar untuk menambah permodalan. Dana dari pemerintah sangat mungkin didapatkan, karena program BMT KUBE merupakan salah satu program pemerintah, maka logis bila pemerintah mengucurkan dananya. Pemerintah, baik pada tingkat pemerintah pusat maupun pemerintah daerah sebenarnya banyak mengalokasikan dana untuk pengentasan kemiskinan masyarakat. Jika BMT dapat meyakinkan pemerintah untuk menyalurkan dananya melalui bank pada masyarakat, maka hal itu merupakan sumber permodalan yang besar.

### iii. Menambah modal dari sumber dana pihak ketiga (W2;O1).

Selain sumber permodalan dari pemerintah, sumber lain dapat diambilkan dari sumber dana pihak ketiga. Dana pihak ketiga dapat berupa simpanan maupun deposito, seperti Tabungan Berjangka (TAJAKA), Tabungan Pendidikan Anak (TADIKA), Tabungan Mandiri Sejahtera (TAMARA), Tabungan Haji Terwujud (TAHAJUD), Tabungan Idul Fitri (TADURI). Sesuai dengan hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa simpanan masyarakat dalam bentuk simpanan maupun deposito masih sangat minim. Mayoritas hanya mempunyai simpanan kurang dari Rp. 1.000.000 dan deposito kurang dari Rp.1.000.000. Jika perusahaan dapat merangsang masyarakat untuk menyimpan dananya, maka merupakan sumber pembiayaan yang cukup besar.

## 3) Strategi S-T

Strategi yang bertumpu pada *strenghts* dan *threats* berupa *action offensive*, karena perusahaan mempunyai kekuatan pada salah satu sisi dan kelemahan pada sisi lain. Kekuatan tersebut digunakan untuk mengatasi kelemahan yang dipunyai. Dengan kata lain, strategi S-T ini dapat dilihat sebagai bentuk menutupi kekurangan perusahaan dengan menentukan strategi yang tepat. Strategi yang dapat dijalankan adalah:

### i) Menargetkan nasabah kelompok usaha mikro (S1;T1)

Strategi ini sesuai dengan prinsip, pilihlah medan tempur yang tepat. Dengan karakteristik sumber daya yang dipunyai BMT, maka tidak harus bertempur melawan bank umum dengan segala karakteristiknya. Karakteristik BMT adalah kecil dan sederhana yang justru cocok dengan usaha mikro yang tidak membutuhkan permodalan sangat besar, tetapi syarat mendapatkan pembiayaan dapat dengan mudah.

### ii) Melakukan penetrasi pasar lebih gencar lagi (S1,S3;T2)

Selain perlu melakukan edukasi pada calon nasabah, maka perlu dilakukan strategi jemput bola pada nasabah yang mempunyai waktu terbatas. Dalam hal ini diperlukan *sales force* yang dapat ditugasi untuk memasarkan produk-produk pembiayaan, maupun produk tabungan guna meningkatkan modal pembiayaan.

## 4) Strategi W-T

Strategi yang sesuai dalam kondisi perusahaan W-T adalah defensif, artinya bertahan dari ancaman yang menyerang kelemahan perusahaan. Ancaman perusahaan yang berasal dari faktor internal dan eksternal dapat melumpuhkan perusahaan, jika perusahaan mampu bertahan dalam kondisi sulit. Strategi yang dapat dijalankan adalah:

### i) Mempertahankan mutu pelayanan (W1;T1,T2).

BMT yang dikenal mempunyai prosedur yang mudah dan tidak berbelit perlu terus dipertahankan. Mutu pelayanan seperti ini sangat diperlukan perusahaan mengingat daerah kerja tempat dimana para pengusaha mikro tersebut adalah daerah *sub-urban* yang masih mempunyai kekeluargaan yang cukup akrab.

- ii) Melakukan optimasi terhadap modal yang dipinjamkan (W2;T1,T2).

Optimasi sumber daya modal perusahaan diperlukan mengingat modal perusahaan terbatas. Dalam hal ini perusahaan perlu mempertahankan tingkat *spread* yang ideal, artinya kebutuhan pembiayaan nasabah dapat terpenuhi, tetapi likuiditas perusahaan juga tetap terjaga. Tingkat *spread* yang besar akan mengganggu likuiditas, jika nasabah melakukan *rush*.

#### e. Implementasi Strategik

Strategi yang telah dirumuskan pada analisis SWOT tersebut perlu diimplementasikan pada kebijakan perusahaan. Langkah-langkah tersebut diimplementasi pada aspek produk, harga, tempat dan promosi. Uraian implementasi strategi yang dimaksud adalah:

##### 1) Produk

Variasi produk dengan karakteristik yang dipunyai oleh nasabah penting untuk ditawarkan. Hal ini terkait dengan pendapatan yang didapatkan oleh pengusaha mikro yang berkonsekuensi terhadap termin pembayaran angsuran. Tentunya nasabah dengan bidang usaha jasa, perdagangan, pertanian mempunyai kebutuhan modal dan waktu menghasilkan/produksi yang berbeda, sehingga angsuran yang dibayar disesuaikan setelah berproduksi.

- i) Memperbanyak kredit usaha untuk industri/usaha mikro.
- ii) Menawarkan paket pembiayaan dan angsuran yang berbeda antara usaha pengusaha dari berbagai sektor usaha.

##### 2) Harga

Harga merupakan aspek penting dalam pemasaran produk. Penentuan harga merupakan proses unik, karena melibatkan tawar menawar yang dapat diprediksikan dari aspek *cost*, *value* dan *competitor*. Aspek yang sulit untuk ditawarkan adalah *value* dan *competitor*, karena hal ini spesifik dan unik pada tiap kasus yang dihadapi perusahaan. Biaya terdapat pada produk simpanan maupun pembiayaan yang disalurkan perusahaan.

- i) Biaya pada simpanan nasabah seperti biaya administrasi maupun biaya bunga sebaiknya dihilangkan saja, sehingga nasabah merasa tidak terbebani dengan biaya yang tidak diinginkan.
- ii) Dapat diminimalkan biaya pada proses pengurusan pembiayaan seperti biaya administrasi maupun biaya Notaris.
- iii) Dibuat penawaran paket-paket pembiayaan yang unik dan tidak dipunyai oleh paket pembiayaan pada lembaga keuangan yang lain dengan bagi hasil yang menarik.

##### 3) Tempat

Tempat atau kantor dimana BMT berada penting artinya dalam pemberian pelayanan pada masyarakat. Apalagi biaya transportasi saat ini semakin mahal dan keterbatasan waktu untuk menjangkau kantor BMT, sehingga strategi tempat adalah:

- i) Memilih lokasi yang dekat dengan nasabah yang memiliki karakteristik usaha yang digeluti, misalnya dekat dengan pasar.
- ii) Jika perlu, ada karyawan BMT yang mengambil setoran debitur ke lokasi tempat usaha tiap debitur.

##### 4) Promosi

Promosi yang dilakukan hendaknya bersifat mendidik, maka strategi yang dapat dijalankan adalah:

- i) *Advertorial*

*Advertorial* dapat dijalankan dengan memasang halaman *advertorial* di surat kabar lokal, ataupun brosur yang berisi paparan logis dan menarik tentang alasan yang menguatkan mengapa produk bank BMT layak untuk dipertimbangkan dan digunakan oleh nasabah. Kemasan dan isi/materi dibuat semenarik mungkin agar para pembaca dapat terpengaruh tanpa merasa ditipu oleh pembuat *advertorial*.

- ii) Testimoni

Testimoni dapat dilakukan melalui pertemuan-pertemuan dengan mengundang para nasabah dari kelompok industri mikro. Pertemuan tersebut berisi "pengakuan" dari nasabah yang telah sukses dengan pembiayaan dari BMT, untuk menyakinkan dapat juga diberikan uraian dari perangkat desa/kelurahan untuk menyakinkan bahwa program BMT KUBE ini didukung oleh pemerintah.

iii) *Sales Force*

*Sales force*, diperlukan karena tidak semua nasabah mempunyai waktu untuk datang, bertanya dan bertransaksi dengan BMT di kantor, sehingga kehadiran *sales force* di tempat usaha nasabah menjadi strategik untuk memasarkan produk bank secara agresif pada calon nasabah.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### 1. Kesimpulan

- a. Dari hasil kajian ini, dapat diketahui bahwasanya BMT memberikan peluang dengan memberikan pembiayaan kepada para nasabahnya untuk bisa membuka usaha baru dengan konsep bagi hasil yang adil dan menguntungkan. Hal ini dapat dilihat dari umur usaha yang digeluti nasabah rata-rata cukup muda, yakni kurang dari 1 tahun (36%), 1 – 5 tahun (32%), di atas 5 tahun (32%).
- b. Dari aspek pendapatan total sebelum bergabung dengan BMT didapatkan bahwa mayoritas berpendapatan kurang dari Rp200.000 (40%). Setelah bergabung dengan BMT mayoritas pendapatan naik menjadi antara Rp200.000 – Rp2.999.999 (96%). Peningkatan yang cukup nyata ini menunjukkan bahwa modal kerja yang diberikan oleh BMT benar-benar dimanfaatkan oleh nasabah, dan ternyata modal mampu dikelola dengan baik, sehingga memberikan keuntungan yang bagus. Hal ini dikarenakan BMT memberikan bimbingan dan arahan, baik teknis usaha maupun manajemen usaha.
- c. Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa posisi perusahaan berada dalam kondisi *grow*. Maka implementasi strategi yang diperlukan yaitu (1) memperbanyak kredit usaha untuk industri/usaha mikro, (2) biaya pada simpanan nasabah seperti biaya administrasi sebaiknya dihilangkan, agar nasabah merasa tidak terbebani dengan biaya yang tidak diinginkan, (3) dapat diminimalkan biaya pada proses pengurusan pembiayaan seperti biaya administrasi maupun biaya Notaris, (4) dibuat penawaran paket-paket pembiayaan yang unik dan tidak dipunyai oleh paket pembiayaan pada lembaga keuangan yang lain dengan bagi hasil yang menarik, (5) memilih lokasi yang dekat dengan nasabah yang memiliki karakteristik usaha yang digeluti, misalnya dekat dengan pasar, jika perlu ada karyawan BMT yang mengambil setoran debitur ke lokasi tempat usaha tiap debitur, (6) advertorial dapat dijalankan dengan memasang halaman advertorial di surat kabar lokal, (7) testimoni dapat dilakukan melalui pertemuan-pertemuan dengan mengundang para nasabah dari kelompok industri mikro, (8) *Sales force* diperlukan karena tidak semua nasabah mempunyai waktu untuk datang, bertanya dan bertransaksi dengan BMT di kantor.

### 2. Saran

- a. Dunia perbankan hendaknya memberikan peluang lebih besar kepada BMT untuk dapat memperoleh kesempatan yang sama dalam mengakses modal usaha, sehingga diharapkan BMT akan semakin banyak menjangkau usaha mikro yang tidak tersentuh oleh perbankan.
- b. Pemerintah hendaknya memberikan dukungannya dalam pengembangan usaha mikro maupun Lembaga Keuangan Mikro Syariah melalui kebijakan-kebijakan yang berpihak kepada usaha mikro dan LKMS, karena harus diakui bahwasanya masih mendominasi perekonomian Indonesia, sehingga harus menjadi perhatian utama.
- c. Diharapkan seluruh lapisan masyarakat yang sudah paham tentang sistem ekonomi syariah, baik secara mikro maupun makro, ikut serta dalam upaya sosialisasi sistem syariah.
- d. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut tentang manajemen keuangan dan operasional LKMS BMT, karena hal ini juga berpengaruh terhadap perkembangan LKMS BMT itu sendiri dalam upayanya mengangkat kesejahteraan usaha mikro.

## DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, MS. 2001. Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik. Gema Insani Press, Jakarta.
- Bintoro. 2003. Peranan Lembaga Keuangan Mikro dalam Penanggulangan Kemiskinan. Bappenas, Jakarta
- Depsos. 2004. Pengembangan Usaha Ekonomi Produktif Melalui KUBE dan LKM. Departemen Sosial RI, Jakarta

- Fadjrijah, S.C. 2006. Evaluasi Perbankan Syariah 2006 dan Arah Kebijakan Perbankan Syariah Ke Depan. Seminar Perbankan Syariah UIN Sunan Ampel, Surabaya.
- Kusuma, S.H. 2002. Membangun Institusi Warga Untuk Menanggulangi Kemiskinan Masyarakat dan Kelembagaan Lokal. *Jurnal Analisis Sosial*, Vol. 7 No. 2 Juni 2002: 169-186. Akatiga, Bandung.
- Rosyidi, S. 2006. Keharusan Ekonomi Islam. Seminar Perbankan Syariah UIN Sunan Ampel, Surabaya.
- Setiabudi, B. 2002. Pendampingan yang Mandiri dan Berkelanjutan dalam Pengembangan Keuangan Mikro Guna Menanggulangi Kemiskinan. Gema PKM, Jakarta.
- Siegel, S. 1997. *Statistik Nonparametrik Untuk Ilmu-ilmu Sosial [Terjemahan]*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sugiyono. 2002. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta, Bandung.
- Susilo, S. 2005. Pengaruh Karakteristik dan Perilaku UKM, serta Sistem Pembiayaan terhadap Penyaluran Pembiayaan BNI Syariah. Laporan Akhir [Tesis] pada Program Studi Industri Kecil Menengah, Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Wiyono, T. 2003. Analisa Strategis Pola Pembiayaan Kredit Mikro pada Bank BNI : Solusi Pemenuhan Permodalan Bagi Usaha Kecil. Laporan Akhir [Tesis] pada Program Studi Industri Kecil Menengah, Institut Pertanian Bogor, Bogor.