

Dr. H. Fachrurazi. MM
Eko Bahtiar. SE. Sy. M. E. I

EDISI REVISI

STRATEGI
BAITUL MAAL
WAT TAMWIL
Teori ke Praktek



Perpustakaan Nasional:
Katalog dalam Terbitan (KDT)

---edisi revisi---

**STRATEGI BAITUL MALL WAT TAMWIL
(TEORI KE PRAKTEK)**

(16 x 24 cm : viii + 104 halaman)

Hak cipta dilindungi undang-undang
All rights reserved

© 2020, Indonesia: Pontianak

Penulis

**DR. H. FACHRURAZI. MM
EKO BAHTIAR, SE.SY. M.E.I**

Kreatif:

SETIA PURWADI

Diterbitkan oleh

IAIN Pontianak Press (Anggota IKAPI)
Jl. Letjend. Soeprpto No.19 Pontianak 78121
Telp./Fax. (0561) 734170

Cetakan Pertama, Mei 2020

ISBN : 978-623-7844-54-9

Buku sebagai objek dari Hak Kekayaan Intelektual seseorang, perlindungannya diatur dalam perundang-undangan. Perundang-undangan mengenai Hak atas Kekayaan Intelektual paling terbaru adalah Undang-Undang Hak Cipta Nomor 28 Tahun 2014.

Ketentuan Pidana

Pasal 113

- (1) Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 100.000.000 (seratus juta rupiah).
- (2) Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

KATA PENGANTAR



Puji syukur Alhamdulillah Penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan taufiq dan hidayah-Nya. Berkat rahmat dan petunjuknya, penulis dapat menyelesaikan buku yang berjudul “Strategi Pengembangan *Baitul Maal Wat Tamwil*. Sholawat serta salam juga tak lupa Penulis haturkan kepada junjungan agung Baginda Nabi Muhamad SAW beserta keluarga dan sahabatnya yang telah membawa petunjuk kebenaran kepada seluruh umat manusia yaitu Agama Islam, semoga Syafa’atnya selalu menyertai setiap umatnya dari dunia sampai akhirat. Amin.

Penulisan buku ini penulis susun dengan harapan bisa memberikan suatu wawasan baru dan menambah khasanah keilmuan dalam bidang Keuangan Perbankan Syariah khususnya di Lembaga *Baitul Maal Wattamwil* dan jugadengan maksud untuk membantu mahasiswa, khususnya mahasiswa Prodi Perbankan Syariah dan Ekonomi Syariah, baik tingkat S1 atau Pascasarjana.

Penyelesaian buku tentunya telah melibatkan partisipasi, dukungan serta bimbingan dan arahan dari banyak pihak. Oleh karena itu dengan ini, Penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, namun secara khusus Penulis menghaturkan terima kasih kepada:

1. Kepada dosen-dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pontianak
2. Kepada penerbit IAIN Press, yang telah menerbitkan buku ini sampai di hadapan pembaca yang budiman.
3. Seluruh pihak-pihak yang tidak bisa disebutkansatu-persatu yang selalu membantu penulis dalam menyelesaikan buku ini.

Terakhir, penulis menyadari bahwa dalam penyusunan buku ini masih jauh dari sempurna dan masih terdapat banyak kekurangan dan kelemahan seperti kata pepatah “tak ada gading yang tak retak”. Untuk itulah penulis meminta saran dan kritikan dari pembaca sehingga dapat dijadikan bahan masukan dan dapat bermanfaat bagi pembaca maupun penulis sendiri dalam mengembangkan penelitian yang berkaitan dengan lembaga keuangan syariah.

Pontianak, April 2020

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
BAB II BMT, STRATEGI DAN ANALISIS SWOT	8
A. Pengertian BMT	8
B. Sejarah Berdirinya BMT	9
C. Visi dan Misi BMT.....	11
D. Tujuan dan Sifat BMT	11
E. Landasan Hukum BMT	12
F. Struktur Organisasi BMT.....	13
1. Musyawarah Anggota Tahunan.....	13
2. Dewan Pengurus	13
3. Dewan Pengawas Syariah.....	14
4. Dewan Pengawas Managemen	14
5. Pengelola.....	14
G. Konsep Lembaga Keuangan Menurut Al Qur'an ..	14
H. Strategi	16
1. Pengertian Strategi.....	16
2. Tingkatan Strategi	18
3. Manfaat Strategi	20
I. Analisis SWOT	21
J. Tujuanana nalisis SWOT.....	22

K. Perumusan Analisis SWOT	22
1. Analisis Internal Perusahaan	23
2. Analisis Eksternal Perusahaan	23
L. Matrik SWOT	25

BAB III GAMBARAN UMUM BMT IHSANUL FIKRI

YOGYAKARTA.....	31
A. Sejarah Berdirinya BMT Ihsanul Fikri Yogyakarta	31
B. Profil BMT Bina IhsanulFikri Yogyakarta	33
C. Visi, Misi, Tujuan dan Motto.....	33
D. Letak Geografis.....	34
E. Strategi BMT Bina Ihsanul Fikri	34
1. Penguatan Bisnis Anggota	34
2. Kedekatan Pelanggan	34
3. Proaktif	34
4. Penguatan Jaringan	35
5. Pengembangan SDM	35
F. Produk-produk BMT Bina IhsanulFikri.....	35
1. Produk Penyaluran dan Pembiayaan Dana	35
2. Produk Penghimpunan Dana	36
G. Susunan Kepengurusan BMT Bina Ihsanul Fikri 2014-2019	39
H. Kantor-kantorCabang BMT Bina IhsanulFikri	42
I. Pengalaman Kerja Sama Kelembagaan.....	41
J. Keanggotaan.....	42

BAB IV STRATEGI PENGEMBANGAN BMT

BINA IHSANUL FIKRI YOGYAKARTA	44
A. SkemaAnalisisi Data	44
1. Identifikasi Faktor Internal danE ksternal.....	44
a. Faktor Internal	44
b. Faktor Eksternal	45
2. Analisis dengan Matrik SWOT	45
a. Stretgi SO	45
b. Strategi ST	45
c. Strategi WO	46
d. Strategi WT	46

3. Interpretasi Hasil Analisis SWOT untuk Pengembangan	46
B. Pengamatan Lingkungan Internal dan Eksternal .	47
1. Lingkungan Internal BMT BIF Yogyakarta	47
a. Struktur	47
b. Sumber Daya Manusia	48
2. Lingkungan Eksternal BMT BIF Yogyakarta	48
a. Anggota BMT BIF Yogyakarta.....	48
b. Partnet BMT BIF Yogyakarta	49
C. Strategi Pengembangan BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta Berdasarkan Analisis SWOT	50
1. Indikator Kekuatan	50
2. Indikator Kelemahan.....	55
3. Indikator Peluang	57
4. Indikator Ancaman.....	60
D. Strategi WO (Weaknesses Oppourtunities).....	68
E. Strategi ST (Strenghts Threats)	70
F. Strategi WT (Weaknesses Threats).....	73
G. Strategi SO (Strengths Oppourtunities)	75
BAB V AYAT AYAT EKONOMI	78
A. Ayat Etika Jual Beli.....	78
B. Ayat Riba.....	79
C. Ayat Sewa Menyewa	83
D. Ayat Sedeqah.....	83
E. Ayat Keutamaan Sedeqah	88
F. Ayat Menyuburkan Harta dengan Sedeqah	90
G. Ayat tentang Syarat-syarat Sedeqah	92
BAB 6 PENUTUP	96
A. Kesimpulan.....	96
B. Saran	99
DAFTAR PUSTAKA.....	100

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Pembobotan dan Rating Internal	25
	Factor Analysis Summari (IFAS)	??
Tabel 2.2	Pembobotan dan Rating Internal Factor	??
	Analysis Summari (IFAS)	27
Tabel 2.3	Matrik SWOT	29
Tabel 3.1	BMT Bina Ihsanul Fikri kerjasama antar lembaga.....	41
Tabel 3.2	JumlahAnggota.....	42
Tabel 3.3	SektorEkonomiAnggota	43
Tabel 4.1	Internal Strategic Factor Summary	64
Tabel 4.2	Eksternal Strategic Factor Summary	65
Tabel 4.3	Hasil Matrik SWOT	66

Bab 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI) menimbulkan peluang untuk mendirikan bank-bank yang berprinsip syariah. Operasionalisasi BMI kurang menjangkau usaha masyarakat kecil dan menengah, maka dari itu muncul usaha untuk mendirikan bank dan lembaga keuangan mikro, seperti BPR Syariah dan BMT yang bertujuan untuk mengatasi hambatan operasional di daerah.¹

Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) sudah mulai berkembang sejak tahun 1995 dan memperoleh momentum tambahan akibat krisis ekonomi 1997/1998. Sekarang masyarakat cukup mengetahui tentang keberadaan BMT. Ada sekitar 3.900 BMT yang beroperasi di Indonesia

¹Muhammad, *Lembaga-lembaga Keuangan Umat Kontemporer*, (Yogyakarta: UII Pres 2000), hlm. 106.

pada akhir tahun 2010.² Sedangkan di Daerah Yogyakarta Menurut data BPS (Badan Pusat Statistik) terkini, yakni data bulan maret 2014 tentang jumlah koperasi terdapat 2.733 koperasi di DIY. Dengan rincian, 269 koperasi beroperasi secara syariah yang meliputi 143 KJKS (Koperasi Jasa Keuangan Syariah), 46 BMT (*Baitul Maal wa Tamwil*), dan 86 Kopontren (Koperasi Pesantren).³ Wilayah operasional kini sudah mencakup daerah perdesaan dan daerah perkotaan. BMT melaksanakan dua jenis kegiatan, yaitu *Baitul Maaldan Baitul Tamwil*. *Baitul Maal* lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dan penyaluran danayang non profit, seperti *zakat, infaq* dan *shadaqoh*. Sedangkan sebagai *Baitul Tamwil*, sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial.⁴

Secara kelembagaan BMT didampingi atau didukung oleh Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil (PINBUK). PINBUK mendapatkan pengakuan dari Bank Indonesia sebagai Lembaga Pengembangan Swadaya Masyarakat. PINBUK sebagai lembaga primer karena pengembangan misi yang sangat luas. Dalam prakteknya BMT dapat didirikan dalam bentuk Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM) dan Koperasi. Sebelum menjalankan usahanya, kelompok swadaya masyarakat harus mendapatkan sertifikat operasi dari PINBUK. Tugas BMT membantu usaha-usaha kecil sehingga keberadaan BMT merupakan representasi dari kehidupan masyarakat dimana BMT itu berada, dengan jalan ini BMT mampu mengakomodir kepentingan ekonomi masyarakat.⁵

²Yusrialis, *Bangkitnya BMT Sebagai Pemberdaya Usaha mlkro Syariah di Indonesia*, Vol. 12, No. 2 Juli-Desember 2013.

³<http://www.bmtberingharjo.com/post347Pencanangan%20Gerakan%20Membumikanah%2020Syari> Koperasi%20Di%20Daerah%20Istimewa%20Yogyakarta.html, diakses tanggal 20 Oktober 2015.

⁴Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi*, (Yogyakarta: Penerbit Ekonisia 2012) hlm, 107.

⁵M.Dawan Raharjo, *Islam dan Transformasi Sosial-Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1999), hlm. 431

Menurut Ridwan (2004), BMT merupakan sebuah lembaga yang tidak saja berorientasi bisnis tetapi juga berorientasi sosial, dan juga lembaga yang tidak melakukan pemusatan kekayaan pada sebagian kecil orang tetapi, lembaga yang kekayaannya terdistribusikan secara merata dan adil. BMT juga merupakan lembaga keuangan syariah yang jumlahnya paling banyak dibandingkan lembaga-lembaga keuangan syariah lainnya. Perkembangan tersebut terjadi tidak lain karena kinerja BMT yang selalu meningkat sepanjang tahunnya dan juga sistem yang dianut BMT sangat membantu masyarakat.

Banyaknya timbul *Baitul Maal Waat Tamwilyang* disebutkan diatas, dengan demikian BMT sudah mulai menunjukkan peranannya di sektor keuangan Indonesia. Kondisi yang mampu memberikan peran bagi *Baitul Maal Wat Tamwil* di dalam perkembangan perekonomian. Jumlah penduduk muslim sebagai kekuatan utama belum menjamin mereka menggunakan jasa BMT. Berbagai kekuatan belum mampu memaksimalkan walaupun Indonesia termasuk salah satu Negara muslim terbanyak didunia.

Salah satu dari lembaga atau organisasi yang perlu dikembangkan efektifitasnya adalah LKMS. Dimana LKMS ini merupakan lembaga keuangan yang berorientasi pada upaya peningkatan kesejahteraan anggota dan masyarakat. Lahirnya lembaga keuangan mikro syariah di Indonesia merupakan salah satu jawaban dari masalah perekonomian Indonesia, melihat perkembangan perbankan syariah masih terpusat kepada masyarakat menengah ke atas. Faktanya, LKMS telah tumbuh menjadi alternatif pemulihan kondisi perekonomian di Indonesia, khususnya menjadi *partner* para pengusaha kecil dalam penyediaan modal.

Suatu organisasi seperti *Baitul Maal Wat Tamwil* dapat meningkatkan strategi pengembangan dengan cara mencari kesesuaian antara kekuatan internal dan kekuatan eksternal suatu organisasi. Dari

hasil tersebut timbul suatu analisis SWOT yaitu bertujuan agar organisasi dapat melihat secara objektif kondisi-kondisi internal dan eksternal, agar mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman suatu organisasi kedepannya dalam hal ini *Baitul Maal Waat Tamwil*.

Semakin banyaknya lembaga keuangan mikro syariah khususnya di Daerah Yogyakarta dan umumnya di Indonesia, maka dari itu penulis ingin mengangkat dengan judul "Strategi Pengembangan *Baitul Maal Waat Tamwil* Berdasarkan Analisis SWOT (BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta)" adapun singkat dari S adalah *Strength* (Kekuatan), W adalah *Weakness* (Kelemahan), O adalah *Oppourtunities* (Peluang), dan T adalah *Threats* (Ancaman) yang mana semua itu sangat diperlukan dalam sebuah organisasi.⁶

Suatu organisasi dapat dikatakan berhasil apabila dapat mengembangkan dan menjalankan strategi untuk mengatasi berbagai ancaman baik internal maupun eksternal dan meraih peluang yang ada. Proses analisis, perumusan dan evaluasi strategi-strategi itu disebut perencanaan strategis. Tujuan utama perencanaan strategis adalah agar organisasi atau perusahaan dalam melihat secara objektif kondisi-kondisi internal dan eksternal, sehingga perusahaan dapat mengantisipasi perubahan lingkungan eksternal.⁷

Analisis dampak pengaruh lingkungan eksternal ini banyak dijumpai dalam literatur-literatur analisis SWOT diantaranya karangan Muhammad, dengan judul Analisis Kekuatan, Peluang, Kelemahan dan Ancaman Bank Syari'ah.⁸ Pendekatan ini mencoba menganalisis pengaruh

⁶Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta PT: Gramedia Pustaka Utama, 2006)

⁷Ibid

⁸Muhamad, *Bank Syari'ah: Analisis Kekuatan, Peluang, Kelemahan dan Ancaman*. (Yogyakarta: PT Ekonosia, 2008), hlm, 6.

lingkungan eksternal dalam dua tahap kebutuhan. Pertama, analisis tersebut dilakukan pada organisasi akan memulai proses penyusunan, termasuk pada saat organisasi akan melakukan revisi atau rencana kedepan. Kebutuhan kedua, analisis dampak lingkungan eksternal yang dilakukan pada saat pelaksanaan kegiatan perusahaan, misalnya melihat sejauh mana pengaruh perubahan lingkungan eksternal terhadap proses atau kinerja organisasi.

Salah satu perusahaan yang saat ini sedang berkembang dan membutuhkan strategi pengembangan adalah BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta, yang berlokasi di jalan Rejowaningun No 28B Yogyakarta. Lembaga yang bergerak dalam simpan pinjam yang berprinsip syariah ini merupakan lembaga yang telah berdiri kurang lebih 20 tahun yang lalu sudah mempunyai 8 cabang di sekitar DIY dan merupakan BMT yang salah satu terbesar di Kota Yogyakarta.

BMT ini merupakan lembaga keuangan syariah yang terhitung besar dan strategis, mengingat lembaga tersebut merupakan lembaga yang berdiri di area perkotaan dan dinilai oleh sebagian orang tempatnya strategis. Namun pengurus tetap berjuang mengembangkan BMT ini sehingga mampu berdiri kokoh dan memiliki nilai tinggi di kalangan lembaga keuangan syariah. Nilai saing ini tentunya merupakan usaha semua kalangan mulai dari pengawasan, pengurus dan pengelola dalam menjalankan tugasnya dengan baik, terutama pengelola yang senantiasa berdiri dibarisan terdepan dalam melayani anggotanya.

Keuletan dan kesabaran para pengelola lembaga ini patut di apresiasi, sebab dengan perjuangan mereka kini BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta yang awalnya hanya BMT yang kecil dan bertempat di ruko yang sangat sempit, kini telah berkembang sehingga pada tahun 2016 mempunyai banyak kantor cabang di seluruh DIY.⁹ Prestasi ini merupakan sebuah pencapaian yang luar biasa di kalangan lembaga keuangan mikro.

Muhammad Ridwan (manager BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta) menyampaikan bahwa beliau selaku manager serta pengurus sejauh ini telah memiliki beberapa program strategi pengembangan BMT yang telah dijalankan dan beliau berharap dapat mengembangkan program pengembangan tersebut yang lebih moderat sehingga dapat mengikuti perkembangan yang ada di dalam dunia bisnis pada saat ini. Hal lain yang menjadi dasar diperlukanya strategi pengembangan BMT kedepanya.

Penulis juga semakin tertarik untuk melakukan penelitian di BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta karena adanya tantangan eksternal di lingkungan BMT Bina Ihsanul Fikri antara lain adanya pembiayaan mikro oleh perbankan, adanya kredit usaha rakyat (KUR) yang dalam hal ini bisa mengambil pangsa pasar BMT di karenakan BMT bergerak di pembiayaan mikro, dan juga banyaknya berdiri koperasi swadaya masyarakat di sekitar wilayah BMT Bina Ihsanul Fikri. Dengan demikian dapat kita katakan bahwa untuk dapat bertahan dalam menghadapi persaingan, BMT Bina Ihsanul Fikri harus mampu mengarahkan pengelola dan anggotanya agar bisa bersaing dengan lembaga

⁹Wawancara dengan Pak Muhammad Ridwan, selaku Manager BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta, pada tanggal 9 Februari 2016.

keuangan lainya dengan memanfaatkan keuangulan-keuangulan dan peluang yang ada serta meminimalisir kelemahan dan ancaman-ancaman yang dapat merugikan BMT Bina Ihsanul Fikri itu sendiri agar bisa menjadi sebuah lembaga keuangan yang berkembang dan mampu memberikan kontribusi semaksimal mungkin bagi masyarakat di sekitarnya.

Oleh karena itu BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta harus mampu merumuskan strategi dengan cara menganalisis faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang ada di BMT Bina Ihsanul Fikri, salah satu alat yang bisa digunakan untuk menganalisis faktor-faktor tersebut adalah menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan alat analisis yang bertahan paling lama serta banyak digunakan oleh organisasi untuk melakukan analisis situasional dan formulasi strategi.¹⁰

¹⁰Ismail Solihin, *Managemen Strategik*, (Bandung: PT. Erlangga, 2012), hlm, 164.

Bab 2

BMT, STRATEGI, DAN ANALISIS SWOT

A. Pengertian BMT

Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) terdiri dari dua istilah, yaitu *Baitul Maal* dan *Baitul Tamwil*. *Baitul Maal* lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dan penyaluran dana yang non-profit, seperti; zakat, infaq dan shodaqoh. Sedangkan *Baitul Tamwil* sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial. Usaha-usaha tersebut menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari BMT sebagai lembaga pendukung kegiatan ekonomi masyarakat kecil dengan berlandaskan syariah.¹¹

Kehadiran BMT (*Baitul Maal Wa Tamwil*), sebagai pendatang baru dalam dunia pemberdayaan masyarakat melalui sistem simpan-pinjam Syariah'ah dimaksudkan untuk menjadi alternatif yang lebih inovatif dalam jasa keuangan. Dari segi namanya *Baitu Maal* berarti lembaga sosial sejenis

¹¹Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah, Deskripsi dan Ilustrasi*, hlm.107.

BAZIS (Badan Amil Zakat) sedangkan *Baitul Tamwil* berarti lembaga bisnis.¹² Secara konsepsi BMT adalah suatu lembaga yang didalamnya mencakup dua jenis kegiatan sekaligus.¹³

1. Kegiatan mengumpulkan dana dari berbagai sumber seperti zakat, infak dan sedakah, dan lain-lain yang dapat dibagikan/dialurkan kepada yang berhak dalam mengatasi kemiskinan.
2. Kegiatan produktif dalam rangka menciptakan nilai tambah baru dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang bersumber daya manusia.

B. Sejarah Berdirinya BMT

Berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI) menimbulkan peluang untuk mendirikan bank-bank yang berprinsip syariah. Operasionalisasi BMI kurang menjangkau usaha masyarakat kecil dan menengah, maka muncul usaha untuk mendirikan bank dan lembaga keuangan mikro, seperti BPR Syariah dan BMT yang bertujuan untuk mengatasi hambatan operasionalisasi di daerah.¹⁴

Pertumbuhan ekonomi terkait langsung dalam skala mikro dengan upaya mengatasi kemiskinan materi dan kemiskinan non materi baik melalui kegiatan yang amat padat

¹²*Ibid.*

¹³Muhammad, *Lembaga-lembaga Keuangan Umat Kontemporer*, hlm. 106.

¹⁴Lembaga Keuangan Syariah yang memegang peran yang sama adalah BPR Syariah untuk memenuhi kebutuhan keuangan usaha kecil dan menengah, tetapi BPR Syariah dirancang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat di wilayah kota provinsi dan kabupaten. Tetapi dalam prakteknya BMT dan BPR Syariah bersaing untuk mendapatkan nasabah tidak dibatasi oleh lingkup wilayah operasi masing-masing lembaga.

karya maupun melalui hasil-hasil yang diperoleh. Sesuai namanya, maka semua kegiatan ini diorganisasikan dan dilaksanakan oleh masyarakat setempat secara mandiri. Diharapkan dan diupayakan BMT dapat berdiri dalam jumlah yang lebih banyak dan besar di seluruh pelosok tanah air dalam waktu yang terlalu lama.¹⁵

Bersamaan dengan berdirinya usaha bank syariah di Indonesia yakni pada tahun 1990-an. BMT semakin berkembang tatkala pemerintah mengeluarkan kebijakan hukum ekonomi UU No. 7 /1992 tentang perbankan dan PP No.72/1992 tentang Bank Perkreditan Rakyat berdasarkan Bagi hasil. Di samping ICMI, beberapa organisasi massa Islam, seperti Nahdatul Ulama (NU), Muhammadiyah, Persatuan Islam (Persis) dan ormas-ormas Islam lainnya mendukung upaya pengembangan BMT-BMT di seluruh Indonesia. Hal tersebut dilakukan untuk membangun sistem ekonomi Islam melalui pendirian lembaga-lembaga keuangan syariah.

Hasil positif mulai dirasakan oleh masyarakat, terutama kalangan usaha kecil dan menengah. Mereka sering memanfaatkan pelayanan BMT yang kini tersebar luas diseluruh Indonesia. Hal ini disebabkan mereka memperoleh banyak keuntungan dan kemudahan dari BMT yang tidak mereka peroleh sebelumnya dari lembaga sejenis yang menggunakan pendekatan konvensional.¹⁶Selain merupakan lembaga pengelola dana masyarakat yang memberikan

¹⁵ Muhammad, *Lembaga-lembaga Keuangan Umat Kontemporer*, hlm. 107.

¹⁶ Ahmad Hasan Ridwan, *Manajemen Baitul Mal Wa Tamwil*, (Bandung: CV Pustaka Setia 2013), hlm.34.

pelayanan tabungan, pinjamana kredit, dan pembiayaan, BMT juga dapat berfungsi mengelola dana sosial umat diantaranya menerima titipan dana zakat, infak, sedekah dan wakaf. Semua produk pelayanan dan jasa BMT dilakukan menurut ketentuan Syariah, yakni prinsip bagi hasil (*Profit and Loss-Sharing*).¹⁷

C. Visi dan Misi BMT

Visi BMT harus mengarah pada upaya untuk mewujudkan BMT menjadi lembaga yang mampu meningkatkan kualitas ibadah, memakmurkan kehidupan anggota pada khususnya dan masyarakat umum pada umumnya. Masing-masing BMT dapat saja merumuskan visinya sendiri. Karena visi sangat dipengaruhi oleh lingkungan bisnisnya, latar belakang masyarakat serta visi para pendirinya. Namun demikian prinsip perumusan visi harus sama dan tetap dipegang teguh. Karena visi sifatnya panjang, maka perumusannya harus dilakukan dengan sungguh-sungguh. Sedangkan Misi BMT adalah membangun dan mengembangkan tatanan prekonomian dan struktur masyarakat madani yang adil berkemakmuran, berkemajuan, maju, berkeadilan yang berlandaskan syariah dan ridho Allah.

Dari pengertian diatas, dapat dipahami bahwa misi BMT bukan semata-mata mencari keuntungan dan pemupukan laba modal pada segolongan orang kaya saja, tetapi lebih berorientasi pada pendistribusian laba yang merata dan adil, sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam.

¹⁷ Yadi Janwari, *Lembaga-Lembaga Perekonomian Syariah*, (Bandung: Pustaka Mulia dan Fakultas Syariah IAIN SGD Bandung, 2000), hlm. 107.

D. Tujuan dan Sifat BMT

Salah satu tujuan dari didirikannya BMT adalah meningkatkan kualitas usaha ekonomi untuk mensejahterakan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya.¹⁸ Dapat dipahami bahwa BMT berorientasi pada upaya peningkatan kesejahteraan anggota dan masyarakat. Anggota harus diberdayakan supaya dapat mandiri. Adapun sifat dari usaha BMT yang berorientasi kepada bisnis (bisnis oriented) dimaksudkan supaya pengelolaan BMT dapat dijalankan secara profesional, sehingga mencapai tingkat efisiensi tertinggi. Sedangkan aspek sosial BMT berorientasi kepada peningkatan kehidupan anggota yang tidak mungkin dijangkau dengan prinsip bisnis.¹⁹

E. Landasan Hukum BMT

BMT adalah sebuah organisasi informal dalam bentuk Kelompok Simpan Pinjam (KSP) atau Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM). Secara prinsip BMT memiliki sistem operasi yang tidak jauh berbeda dengan sistem operasi BPR Syariah. Namun ruang lingkup dan produk yang dihasilkan berbeda²⁰

Dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia, yang memungkinkan penerapan sistem operasional bagi hasil adalah perbankan dan koperasi. Saat ini oleh Pembina-

¹⁸Muhammad Ridwan, *Managemen Baitul Maal Wa Tamwil*, Yogyakarta: UII Press, 2011, hlm, 129

¹⁹*Ibid.*

²⁰ Muhammad, *Lembaga Keuangan Umat Kontemporer*, Yogyakarta, hlm, 114.

pembina BMT yang ada, BMT diarahkan untuk berbadan hukum koperasi mengingat BMT berkembang dari kelompok swadaya masyarakat. Selain itu dengan terbentuknya koperasi, BMT berkembang ke berbagai sektor usaha seperti keuangan dan sektor riil.²¹BMT yang berbadan hukum koperasi menggunakan Peraturan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor: 35.2 PER/M.KUM/X/2007 tentang pedoman Standar Operasional Manajemen Koperasi Jasa Keuangan Syariah dan Unit Jasa Keuangan Syariah.

F. Struktur Organisasi BMT

Struktur organisasi BMT menunjukkan adanya garis wewenang dan tanggung jawab, garis komando serta cakupan bidang pekerjaan masing-masing. Struktur ini menjadi penting supaya tidak terjadi benturan pekerjaan serta memperjelas fungsi dan peran masing-masing bagian dalam organisasi. Tentu saja masing-masing BMT dapat memiliki karakteristik tersendiri, sesuai dengan besar kecilnya organisasi. Namun demikian, struktur organisasi minimal dalam setiap BMT terdiri dari.²²

1. Musyawarah Anggota Tahunan

Musyawarah ini dilaksanakan setiap satu tahun sekali, yang dihadiri oleh semua anggota atau perwakilannya.

²¹Hertanto Widodo, *Panduan Praktis Operasional BMT*, Bandung: Mizan, 1999, hlm. 81

²²Muhammad Ridwan, "*Managemen Baitul Maal Wa Tamwil*, hlm, 145.

Musyawarah ini merupakan kekuasaan tertinggi dalam sistem Manajemen BMT.

2. Dewan Pengurus

Dewan pengurus pada hakikatnya adalah wakil dari anggota dalam melaksanakan hasil keputusan musyawarah tahunan. Oleh karena itu, pengurus harus dapat menjaga amanah yang telah dibebankan kepadanya, amanah ini nantinya akan dipertanggungjawabkan kepada anggota pada tahun berikutnya.

3. Dewan Pengawas Syariah

Dewan pengawas syariah memiliki tugas utama dalam pengawasan BMT terutama berkaitan dengan sistem syariah yang dijalankan. Landasan kerja dewan ini berdasarkan fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN).

4. Dewan Pengawas Manajemen

Dewan pengawas manajemen merupakan representasi anggota terutama berkaitan dengan operasional kerja pengurus. Masa kerja pengawas sama dengan pengurus. Anggota dewan pengawas manajemen dipilih dan disahkan dalam musyawarah anggota tahunan.

5. Pengelola

Pengelola merupakan suatu kerja yang dibentuk oleh dewan pengurus. Mereka merupakan wakil pengurus dalam menjalankan fungsi operasional keseharian bertanggung jawab kepada pengurus dan jika diminta dapat memberikan penjelasan kepada anggota dalam musyawarah anggota. Satuan kerja pengelola dipimpin oleh manager atau direktur. Mekanisme pengangkatan manager atau direktur diusulkan

oleh pengurus dan ditetapkan dalam musyawarah anggota tahunan. Satuan kerja pengelola dapat terdiri dari minimal; manager, marketing, accounting dan kasir.

G. Konsep Lembaga Keuangan menurut Al-Quran

Alquran memberikan aturan-aturan dasar tentang urusan ekonomi, agar transaksi ekonomi tidak sampai melanggar norma atau etika. Al Quran sudah sejak lama memberikan aturan dan prinsip-prinsip dasar yang menjadi landasan bagi pembentukan organisasi modern. Merujuk pada organisasi modern, seperti prinsip akuntabilitas dan transparansi, lembaga bisnis harus berprinsip keterbukaan dan bebas dari manipulasi.

Adapun konsep pencatatan baik laporan keuangan secara jelas sudah diatur dalam Al Quran yaitu surah Al - Baqarah 282.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا يَأْب كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ فَلْيَكْتُبْ وَلْيُمْلِلِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا يَبْخَسْ مِنْهُ شَيْءًا فَإِنْ كَانَ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ سَفِيهًا أَوْ ضَعِيفًا أَوْ لَا يَسْتَطِيعُ أَنْ يُمِلَّ هُوَ فَلْيُمْلِلْ وَلِيُّهُ بِالْعَدْلِ وَاسْتَشْهِدُوا شَهِيدَيْنِ مِنْ رِجَالِكُمْ فَإِنْ لَمْ يَكُونَا رَجُلَيْنِ فَرَجُلٌ وَامْرَأَتَانِ مِمَّن

تَرْضَوْنَ مِنَ الشُّهَدَاءِ أَنْ تَضِلَّ إِحْدَاهُمَا فَتُذَكِّرَ إِحْدَاهُمَا
 الْأُخْرَىٰ وَلَا يَأْبَ الشُّهَدَاءُ إِذَا مَا دُعُوا وَلَا تَسْءَمُوا أَنْ
 تَكْتُبُوهُ صَغِيرًا أَوْ كَبِيرًا إِلَىٰ أَجَلِهِ ذَٰلِكُمْ أَقْسَطُ عِنْدَ اللَّهِ
 وَأَقْوَمُ لِلشَّهَادَةِ وَأَدْنَىٰ أَلَّا تَرْتَابُوا إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً
 حَاضِرَةً تُدِيرُونَهَا بَيْنَكُمْ فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَلَّا
 تَكْتُبُوهَا وَأَشْهَدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ وَلَا يُضَارَّ كَاتِبٌ وَلَا شَهِيدٌ
 وَإِنْ تَفَعَّلُوا فَإِنَّهُ فَسُوقٌ بِكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ وَيُعَلِّمُكُمُ اللَّهُ
 وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ ﴿٢٨٢﴾

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. Dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah mengajarkannya, meka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berhutang itu mengimlakkan (apa yang akan ditulis itu), dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya, dan janganlah ia mengurangi sedikitpun daripada hutangnya. Jika yang berhutang itu orang yang lemah akalnya atau lemah (keadaannya) atau dia sendiri tidak mampu mengimlakkan, maka hendaklah walinya mengimlakkan dengan jujur. Dan persaksikanlah dengan dua orang saksi dari orang-orang lelaki (di antaramu). Jika tak ada dua oang lelaki, maka (boleh) seorang lelaki dan dua orang perempuan dari saksi-saksi yang kamu ridhai, supaya jika seorang lupa maka yang seorang mengingatkannya. Janganlah saksi-saksi itu enggan (memberi keterangan) apabila mereka dipanggil; dan janganlah kamu jemu menulis hutang itu, baik kecil maupun besar sampai batas waktu membayarnya. Yang demikian itu, lebih adil di sisi Allah dan lebih menguatkan persaksian dan

lebih dekat kepada tidak (menimbulkan) keraguanmu. (Tulislah mu'amalahmu itu), kecuali jika mu'amalah itu perdagangan tunai yang kamu jalankan di antara kamu, maka tidak ada dosa bagi kamu, (jika) kamu tidak menulisnya. Dan persaksikanlah apabila kamu berjual beli; dan janganlah penulis dan saksi saling sulit menyulitkan. Jika kamu lakukan (yang demikian), maka sesungguhnya hal itu adalah suatu kefasikan pada dirimu. Dan bertakwalah kepada Allah; Allah mengajarmu; dan Allah Maha Mengetahui segala sesuatu. (Al-Baqarah: 282).

Dari beberapa ciri diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa lembaga bisnis dalam Islam bukan saja berfungsi sebagai pengumpul modal dan mengakumulasi laba, tetapi juga berperan dalam pembentukan sistem ekonomi yang lebih adil dan terbebas dari perilaku ekonomi yang zolim.

H. Strategi

1. Pengertian Strategi

Strategi berasal dari kata Yunani *strategeos*, yang berarti jendral, oleh karena itu kata strategi secara harfiah “seni para jendral”, kata ini mengacu pada apa yang merupakan perhatian utama puncak organisasi, secara khusus strategi adalah “penemuan” misi perusahaan, penetapan sasaran organisasi dengan mengingat kekuatan eksternal dan internal untuk mencapai tujuan organisasi.²³

Strategi adalah penetapan tujuan jangka panjang yang dasar dari suatu organisasi dan pemilihan alternatif tindakan dan alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai

²³ George, A. Steiner, Jhon B. Miner, *Kebijakan dan Strategi Managemen*, (Jakarta: Erlangga, 1997), hlm, 18.

tujuan tersebut.²⁴ Menurut Heri, strategi adalah seperangkat tujuan dan rencana tindakan yang spesifik, yang apabila dicapai akan memberikan keunggulan kompetitif. Strategi menjelaskan bagaimana suatu organisasi menyelaraskan kemampuannya dengan peluang yang ada di pasar untuk mencapai tujuannya. Dengan kata lain, strategi menjelaskan cara perusahaan untuk bersaing dengan memanfaatkan peluang-peluang yang ada.²⁵

Menurut Stephanie K. Marrus, yang dikutip oleh Husain Umar bahwa strategi didefinisikan sebagai proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penelitian suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.²⁶ Berdasarkan pernyataan di atas dapat disimpulkan pengertian strategi yang dimaksud dari penelitian ini adalah kesatuan keputusan yang dirumuskan berdasarkan tinjauan terhadap faktor internal maupun eksternal untuk mencapai tujuan organisasi.

Jadi strategi merupakan cara untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan, dengan menjelaskan apa yang harus dicapai, kemana akan berfokus, dan bagaimana (sumber daya dan kegiatan mana yang akan dialokasikan untuk setiap produk pasar dalam memenuhi peluang dan tantangan

²⁴ Mamduh M. Hanafi, *Managemen*, (Yogyakarta:Unit Penerbitan dan Percetakan STIM YKPN: 2011), hlm, 6.

²⁵ Hery, *Soal Jawab Sistem Pengendalian Managemen*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), hlm, 12.

²⁶Husain Umar, *Desain Penelitian Managemen Strategik*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013), hlm, 16.

lingkungan serta untuk meraih keunggulan kompetitif. Kata strategi tersebut kemudian berkembang kebidang-bidang lain yang menimbulkan makna lain yang lebih luas yaitu sebagai kebijaksanaan maupun rencana yang disusun untuk untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, juga dapat mengandung arti sebagai terobosan baru agar tujuan dapat tercapai secara efektif dan efisien.²⁷

Perusahaan didirikan untuk mencapai beberapa tujuan antara lain memperoleh laba, peningkatan harga saham, penguasaan pasar dan tumbuh sehat berusia panjang. Manajemen perusahaan perlu mendesain, mengimplementasikan, dan mengevaluasi strategi bersaing yang telah dipilih. Dengan keunggulan bersaing yang berhasil dibangun dan berdasar komitmen visi yang telah dimiliki, perusahaan berusaha mengeksploitasi peluang bisnis yang tersedia dan di saat yang sama menghindari dari ancaman bisnis yang berasal dari lingkungan bisnis.²⁸ Untuk mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan, manajemen perlu memperhatikan dua faktor pokok, yakni faktor eksternal yang tidak terkontrol oleh perusahaan dan faktor internal yang sepenuhnya berada dalam kendali perusahaan.

Manajemen strategi dapat diartikan juga sebagai usaha managerial menumbuh kembangkan kekuatan perusahaan untuk mengeksploitasi peluang bisnis yang muncul guna mencapai tujuan perusahaan yang telah

²⁷Asmuni, Syukri, *Dasar-Dasar Strategi Dakwa* (Surabaya: Al Iklas, 1983), hlm, 32.

²⁸Suwarsono Muhammad, *Manajemen Strategik, Konsep dan Kasus*, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2008), hlm, 4.

ditetapkan sesuai dengan visi misi yang telah ditentukan. Pengertian ini juga mengandung implikasi bahwa perusahaan berusaha mengurangi kelemahannya, dan berusaha melakukan adaptasi dengan lingkungan bisnisnya. Karena inti persoalan yang hendak dicari solusinya oleh manajemen strategi adalah keunggulan kinerja perusahaan.²⁹ Manajemen strategi dapat berfungsi sebagai sarana mengkomunikasikan tujuan perusahaan dan jalan yang hendak ditempuh untuk mencapai tujuan tersebut kepada pemilik, eksekutif, karyawan dan pihak-pihak lain yang berkepentingan.

2. Tingkatan Strategi

Menurut Husain Umar yang menyatakan bahwa strategi sebuah kesatuan atas tingkatan-tingkatan berdasarkan ruang lingkup strategi itu sendiri. Strategi yang dimaksud adalah strategi bersaing atau generic (*generic strategy*) yang akandijabarkan menjadi strategi utama atau induk (*grand strategy*) yang kemudian akan dijabarkan menjadi strategi fungsional.³⁰

Menurut David Hunger dan Thomas Wheelen yang menyatakan bahwa strategi terdiri atas strategi kooperasi menggambarkan arah perusahaan secara keseluruhan tentang sikap perusahaan terhadap arah pertumbuhan dan manajemen berbagai bisnis dan lini untuk mencapai keseimbangan produk dan jasa, strategi bisnis menggambarkan segmen pasar dan dilayani divisi tersebut, dikembangkan pada divisi, dan menekankan pada perbaikan

²⁹*Ibid.*

³⁰Husain Umar, “*Desain Penelitian Manajemen Strategik*”, hlm, 31.

posisi persaingan produk barang atau jasa perusahaan dalam industri khusus, strategi fungsional menekankan pada pemaksimalan sumber daya produktifitas perusahaan dan strategi bisnis disekitar mereka.³¹

Berdasarkan pernyataan diatas bisa disimpulkan pengertian tingkatan strategi adalah sebuah kesatuan atas tingkatan-tingkatan berdasarkan ruang lingkup perusahaan secara keseluruhan tentang sikap perusahaan terhadap arah pertumbuhan dan manajemen berbagai bisnis untuk mencapai keseimbangan produk dan jasa.

3. Manfaat Strategi

Menurut Tripomo dan Udan bahwa rumusan strategi yang baik mempunyai manfaat yaitu mendorong pemahaman kondisi perusahaan sebenarnya, mengatasi konflik yang disebabkan pengembangan perusahaan yang tidak jelas, manfaat sumber daya perusahaan, dan mampu membantu perusahaan mencapai tujuan dan memecahkan permasalahan yang rumit.³²

Menurut Pearce dan Robinson yang menjelaskan bahwa manfaat dari strategi yaitu kegiatan perumusan strategi memperkuat kemampuan perusahaan mencegah masalah, keputusan stategi yang didasarkan pada kelompok mungkin sekali dihasilkan dari alternatif yang terbaik yang ada, keterlibatan karyawan dalam perusahaan strategi meningkatkan pemahaman mereka akan adanya hubungan

³¹David Hungger dan Thomas Wheelen, *Manajemen Strategis*, (Yogyakarta: Penerbit Ando, 2003), hlm, 16.

³²Tripomo dan Udan, *Managemen Strategi*, (Bandung: Rekayasa Sains, 2005), hlm, 20

produktifitas imbalan disetiap rencana strategi sehingga mempertinggi motivasi mereka, dan tumpang tindih kegiatan diantara individu dan kelompok berkurang karena partisipasi dalam perusahaan strategi strategi memperjelas adanya perbedaan peran masing-masing.³³

Berdasarkan pernyataan diatas dapat disimpulkan manfaat strategi adalah bisa membantu pemecahan masalah dengan mempertimbangkan segala resiko dan usaha pencapaian tujuan.

I. Analisis SWOT

SWOT adalah singkatan dari kata-kata *Strengths* (S), *Weakness* (W), *Opportunities* (O) dan *Threats* (T) yang artinya kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Sedangkan, Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*).³⁴

Analisis SWOT adalah mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*), Peluang, (*oppourtunities*), namun secara bersamaan dapat

³³Pearce dan Robinson. *Managemen Strategik: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*, (Jakarta: Binarupa Aksara, 1997), hlm, 30.

³⁴ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009), hlm.18.

meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threat*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian perencanaan strategis harus menganalisa faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini.³⁵

Menurut Hessel Nogi analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Keempat factor inilah yang membentuk akronim SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities dan Threats*). Sedangkan keempat elemen tersebut terbagi menjadi 2 (dua) faktor, yaitu faktor internal (Kekuatan dan Kelemahan) dan factor eksternal (peluang dan ancaman).³⁶Dari hasil analisis SWOT digunakan untuk menawarkan sebuah alternatif strategi lanjutan yang dapat di implementasikan pada pengelolaan usaha di lembaga tersebut.

J. Tujuan Analisis SWOT

Tujuan utama analisis SWOT adalah mengidentifikasi strategi perusahaan secara keseluruhan. Hampir setiap perusahaan maupun bisnis dalam pendekatannya banyak

³⁵*Ibid.*

³⁶Hessel Nogi S. Tangkilisan, *Managemen Modern Sektor Publik*, (Yogyakarta: Balaiurang & CO, 2003), hlm, 19-20.

menggunakan analisis SWOT. Kecenderungan ini tampaknya akan akan terus semakin meningkat, terutama dalam era perdagangan. Penggunaan analisis SWOT ini sudah muncul sejak ribuan tahun yang lalu dari bentuk yang paling sederhana, yaitu dalam rangka menyusun strategi untuk mengalahkan musuh dalam pertempuran.³⁷

K. Perumusan Analisis SWOT

Keberadaan Kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor *internal* dan *eksternal*. Kedua faktor tersebut dipertimbangkan dalam analisis SWOT yang membandingkan antara faktor *internal* (kekuatan dan kelemahan) dan faktor *eksternal* (peluang dan ancaman). Dalam membuat dan menentukan tujuan, sasaran dan strategi-strategi yang akan diambil, di perlukan suatu analisis mendalam serta menyeluruh mengenai lingkungan dimana perusahaan berada.³⁸

1. Analisis Internal Perusahaan

Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*) menjadi salah satu alat yang berguna dalam dunia bisnis. Keberadaan suatu perusahaan diperlukan analisis *internal* (kekuatandan kelemahan) dan analisis *eksternal* (peluang dan ancaman) untuk mengetahui faktor

³⁷ Freddy Rangkuti, *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis*, hlm.20.

³⁸Agustinus Sri Wahyudi, *Manajemen Strategik: Pengantar Proses Berfikir Strategik*, (Jakarta: Bina Rupa Aksara, 1996), hlm. 47.

internal dan *eksternal* yang dimiliki perusahaan. Analisis tersebut adalah sebagai berikut:³⁹

a. Analisis Kekuatan (*Strength*)

Setiap perusahaan perlu menilai kekuatan yang dimilikinya, penilaian tersebut dapat didasarkan pada factor-faktor seperti teknologi, sumber daya finansial, kemampuan manufaktur, kekuatan pemasaran, dan basis pelanggan yang dimiliki. Kekuatan yang dimiliki oleh suatu perusahaan seperti kompetensi khusus yang terdapat dalam organisasi yang berakibat pada pemilikan keunggulan komparatif oleh unit usaha di pasaran. Dikatakan demikian karena satuan bisnis memiliki sumber, keterampilan, produk andalan dan sebagainya yang membuatnya lebih kuat dalam memuaskan kebutuhan pasar yang sudah direncanakan oleh satuan usaha yang bersangkutan.

b. Analisis Kelemahan (*Weakness*)

Merupakan keadaan perusahaan dalam menghadapi pesaing mempunyai keterbatasan dan kekurangan dalam menguasai pasar. Keterbatasan dan kekurangan ini menjadi penghalang serius bagi penampilan kinerja perusahaan. Dalam praktek, berbagai keterbatasan dan kekurangan kemampuan tersebut bisa terlihat pada sarana dan prasarana yang dimiliki atau tidak dimiliki, kemampuan dengan tuntutan pasar, produk yang tidak atau kurang diminati oleh para konsumen.

³⁹Sondang Siagian, *Manajemen Internasional*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006), hlm. 171-173

2. Analisis Eksternal Perusahaan

a. Analisis Peluang (*Opportunities*)

Peluang adalah berbagai situasi lingkungan yang menguntungkan bagi suatu satuan bisnis. Setiap perusahaan memiliki sumber daya yang membedakannya dari perusahaan lain. Dipihak lain, perusahaan-perusahaan baru bermunculan. Sehingga, peluang yang ada dalam perusahaan harus dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya.

b. Analisis ancaman (*Threats*)

Ancaman adalah tantangan yang diperlihatkan oleh suatu kecenderungan atau suatu perkembangan yang tidak menguntungkan dalam lingkungan yang akan menyebabkan kemerosotan perusahaan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa ancaman adalah faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan suatu satuan bisnis. Jika tidak diatasi, ancaman akan menjadi ganjalan bagi satuan bisnis yang bersangkutan baik untuk masa sekarang maupun di masa depan.

L. Matrik SWOT

Matrik SWOT dapat menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman dari lingkungan *eksternal* perusahaan diantisipasi dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Setelah kerangka tersusun secara sistematis, strategi disusun dengan metode yang telah ditentukan. Dalam hal ini penulis menggunakan metode analisis SWOT, yaitu

dengan mengkombinasikan berbagai indikator yang terdapat dalam kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan.

Sebelum melakukan Matrik SWOT terlebih dahulu kita melakukan langkah-langkah dalam menganalisis data dengan menggunakan teori SWOT itu sendiri, yaitu pembobotan atau *rating* dari data masing-masing faktor (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman).

Tabel 2.1
Pembobotan dan Rating
Internal Factor Analysis Summari (IFAS)

Faktor Internal	Bobot	Peringkat	Nilai
Kekuatan (<i>Strengths</i>)			
Sub Total			
Kelemahan (<i>Weakness</i>)			
Sub Total			
Total			

Sumber Data: Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013), hlm 15.

Berikut adalah tahapan identifikasi pada tabel IFAS⁴⁰:

1. Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan dalam kolom 1.
2. Berikan bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting),

⁴⁰ Freddy Rangkuti, *SWOT Balance Scorecard*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013), hlm.60.

berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan. (Semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00)

3. Hitung ranting (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 sampai dengan, berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk katagori kekuatan) diberi nilai mulai dari 1 sampai dengan 4 (sangat baik) dengan membandingkan dengan rata-rata industry atau dengan pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif, kebalikannya. Nilainya adalah 4.
4. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan ranting pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi.
5. Jumlah skor pembobotan (pada kolom 4) untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan.

Table 2.2
Pembobotan dan Rating
External Factor Analysis Summari (EFAS)

Faktor Eksternal	Bobot	Peringkat	Nilai
Peluang			
Sub Total			
Ancaman			

Sub Total			
Total			

Sumber Data: Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013), hlm.18

Berikut adalah tahapan identifikasi pada table EFAS.⁴¹

1. Susunlah dalam kolom 1 (5 sampai dengan 10 peluang dan ancaman).
2. Berikan bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap strategis.
3. Hitung ranting (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*Outstanding*) sampai dengan 1 (*Poor*) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian nilai ranting untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi ranting 4, tetapi jika peluangnya kecil, diberi ranting 1). Pemberian nilai rating ancaman adalah kebalikannya. Misalnya, jika ancamannya sangat besar, ratinya adalah 1. Sebaliknya, jika nilai ancamannya sedikit ratinnya 4.
4. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan ranting kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*Outstanding*) sampai dengan 1,0 (*Poor*).

⁴¹*Ibid.*

- Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan.

Setelah langkah-langkah tersebut diselesaikan, yaitu mengumpulkan daftar jawaban dari objek yang diteliti berdasarkan kosioner dan pembobotan dari masing-masing faktor (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman), langkah selanjutnya adalah melakukan simulasi, yaitu dengan matrik SWOT. Perlu diketahui tidak semua perencanaan yang disusun dalam Matrik SWOT, dapat digunakan keseluruhanya, namun strategi yang dipilih adalah yang mampu memecahkan permasalahan dalam perusahaan tersebut. Berikut adalah diagram Matrik SWOT.

Tabel 2.3
Tabel: Matrik SWOT

Internal	Strenght (S)	Weakness (W)
Ekternal	Daftar semua peluang yang di miliki	Daftar semua kelemahan yang dimiliki
OPPORTUNITIES (O) Daftar semua peluang yang dapat diidentifikasi	Strategi SO Gunakan semua kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada	Strategi WO Atasi semua kelemahan dengan memanfaatkan semua peluang yang ada
TREATS (T) Daftar semua peluang yang dihadapi	Strategi ST Gunakan semua kekuatan untuk menghindar dari semua ancaman	Strategi WT Tekan semua kelemahan dan cegah semua ancaman

(Sumber: Kuncoro & Suharjono 2003: 9)

Strategi SO (*Strengths-Opportunities*) strategi ini akan memanfaatkan seluruh kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk merebut dan memanfaatkan peluang yang sebesar-besarnya.⁴² Agar usaha perusahaan mengalami kemajuan. Strategi ST (*Strengths-Threats*) Strategi ini dibuat berdasarkan kekuatan-kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengantisipasi ancaman-ancaman yang ada.⁴³ Ini tidak berarti bahwa organisasi yang kuat harus selalu menghadapi tantangan di lingkungan eksternalnya secara langsung.

Strategi WT (*Weaknesses-Threats*) strategi ini mencoba meminimalkan atau mengurangi kelemahan dalam rangka mencegah ancaman yang harus dihadapi.⁴⁴ Kenyataannya, perusahaan seperti itu harus berusaha bertahan hidup, bergabung, mengurangi ukuran, atau memilih likuiditas. Strategi WO (*Weakness-Opportunities*) yaitu bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal. Kadang kala terdapat peluang eksternal akan tetapi organisasi memiliki kelemahan internal yang menghambatnya untuk mengeksploitasi peluang tersebut.⁴⁵

⁴² David Fred, *Strategic Management*, (Jakarta, PT: Salemba Empat, 2009), hlm, 76.

⁴³ Husein Umar, *Desain Penelitian Manajemen Strategik: Cara Mudah Meneliti Masalah- Masalah Manajemen Strategik Untuk Skripsi, Tesis, Dan Praktik Bisnis* (Jakarta: Rajawali Press, 2010)

⁴⁴ Amir Taufiq, *Manajemen Strategik Konsep dan Aplikasi*, (Jakarta, Rajawali pres, 2012), hlm, 102.

⁴⁵ Ichsan Iqbal, *Sistem Manajemen Strategi Pada Lembaga Amil Zakat Nasional Dompot Dhuafa*, (Pontianak, Stain Press, 2011), hlm, 87.

Bab3

GAMBARAN UMUM BMT IHSANUL FIKRI YOGYAKARTA

A. Sejarah Berdirinya BMT Bina Ikhsanul Fikri

BMT Bina Ihsanul Fikri (BIF) merupakan lembaga keuangan syariah yang menitikberatkan pada pemberdayaan ekonomi kelas bawah yang didirikan dan dimiliki oleh masyarakat pada tahun 1996 di daerah Gedong Kuning Yogyakarta. Munculnya ide untuk mendirikan BMT BIF ini karena melihat banyak pengusaha kecil potensial tetapi tidak terjangkau oleh bank, selain itu juga karena selama ini dakwah Islam belum mampu menyentuh kebutuhan ekonomi umat. Sehingga seringkali kebutuhan modalnya dicukupi oleh rentenir dan lintah darat yang suku bunganya sangat besar dan juga merupakan praktek riba serta sangat memberatkan masyarakat, karena masyarakat diharuskan membayar bunga tambahan dari dana yang dipinjam. Keperihatinan ini mendorong untuk berdirinya BMT BIF.

Pembentukan BMT BIF diawali dengan dibentuknya panitia kecil yang diketuai oleh Ir. Meidi Syaflan (Ketua ICMI Gedong Kuning), dan beranggotakan M. Ridwan dan Irfan, panitia ini berfungsi mempersiapkan segala sesuatunya sampai BMT BIF ini dapat berdiri, salah satu tugas awalnya adalah survey tempat dan lokasi pasar gedong kuning sebagai bahan untuk di teliti, kemudian untuk dijadikan Alternatif tempat atau lokasi BMT BIF.

Sehingga pada tanggal 1 maret 1996 ditetapkan sebagai tanggal operasional BMT BIF, tetapi pada tanggal tersebut ternyata BMT BIF belum dapat beroperasi seperti yang telah direncanakan, karena adanya sebab tertentu. Akhirnya BMT BIF mendeklarasikan diri berdiri dan mulai beroperasi pada tanggal 11 maret 1996, kemudian pada tanggal 15 mei 1997, lembaga keuangan syariah ini memperoleh badan hukum No. 159/BH/KWK.12/V/1997.

Pada prinsipnya usaha BMT BIF dibagi menjadi dua yaitu *Baitul Maal* (usaha sosial) dan *Baitul Tamwil* (usaha bisnis). Usaha sosial ini bergerak dalam penghimpunan dana zakat, infak, dan shodaqoh (ZIS) serta menstasyarufkannya kepada delapan Asnaf. Skala prioritasnya dimaksud untuk mengentaskan kemiskinan melalui program ekonomi produktif dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang etika bisnis serta bantuan sosial, seperti beasiswa anak asuh, biaya bantuan kesehatan serta perlindungan kecelakaan diri dengan asuransi, karena BMT BIF mengadakan kerja sama dengan Asuransi Takaful. Sedangkan usaha bisnisnya bergerak dalam pemberdayaan masyarakat ekonomi kelas

bawah dilakukan dengan intensifikasi penarikan dan penghimpunan dana masyarakat dalam bentuk tabungan dan deposito berjangka, kemudian disalurkan dalam bentuk pembiayaan atau kredit kepada pengusaha kecil, dengan sistem bagi hasil.⁴⁶

B. Profil BMT Bina Ihsanul Fikri

Adapun profil BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta adalah sebagai berikut.

Nama	: BMT Bina Ihsanul Fikri
Alamat Kantor Pusat	: Jl. Rejowinangun No 28B Yogyakarta
Tanggal Berdiri	: 11 Maret 1997
Pengesahan	: 159/BH/KWK. 12/V/1997
Badan Hukum	: 159/BH/KWK.12/V/1997
Motto	: Adil dan Menguntungkan

C. Visi, Misi, Tujuan dan Motto

Adapun visi, misi dan tujuan BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta sebagai berikut:⁴⁷

1. Visi

Lembaga keuangan syariah yang sehat dan unggul dalam memberdayakan ummat.

⁴⁶Dokumen Profil BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta di berikan pada tanggal 1 Februari, 2016.

⁴⁷*Ibid.*

2. Misi
 - a. Menerapkan nilai-nilai syariah untuk tujuan kesejahteraan bersama.
 - b. Memberikan pelayanan yang terbaik dalam jasa keuangan mikro syariah.
 - c. Mewujudkan kehidupan ummat yang Islami
3. Tujuan
 - a. Meningkatkan kesejahteraan anggota-anggota, pengelola ummat.
 - b. Turut berpartisipasi aktif dalam membumikan ekonomi ummat.
 - c. Menyediakan permodalan Islami bagi usaha mikro.
4. Motto

“Adil dan Menguntungkan”

D. Letak Geografis

Secara geografis BMT BIF memiliki lokasi yang sangat strategis yaitu di kotaJogjakarta, tepatnya di Jalan Rejo Waningun No. 28 B Gedong Kuning, Kota Gede, Yogyakarta Telp. (0274) 387860. email: info@bmt-bif.co.id.⁴⁸

E. Strategi BMT Bina Ihsanu Fikri

Berdasarkan dokumen BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta. ⁴⁹ BMT Bina Ihsnul Fikri Yogyakarta memiliki strategi-strategi untuk lembaga, diantaranya:

⁴⁸*Ibid*

⁴⁹*Ibid*

1. Penguatan Bisnis Anggota
Pengembangan jumlah anggota dan perluasan jangkauan pasar merupakan upaya untuk memperkuat bisnis.
2. Kedekatan Pelanggan
Upaya membangun kedekatan dengan anggota akan menciptakan hubungan transparan dan adil.
3. Proaktif
Meningkatkan inovasi produk dan layanan secara menyeluruh merupakan upaya untuk meningkatkan pertumbuhan bisnis.
4. Penguatan Jaringan
Membangun aliansi strategis dengan berbagai entitas bisnis syariah akan meningkatkan volume bisnis.
5. Pengembangan SDM
Kunci keberhasilan bisnis sangat tergantung kualitas SDM, tekad kami adalah melahirkan SDM unggul dan berakhlak.

F. Produk-Produk BMT Bina Ihsanul Fikri

Untuk Jangkau ummat sampai pada lapisan yang paling bawah, dalam bidang pembiayaan, BMT BIF mempunyai produk-produk sebagai berikut.⁵⁰

⁵⁰Dokumen Profil Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta di berikan pada tanggal 7 Februari, 2016.

1. Produk Pembiayaan dan Penyaluran Dana.
 - a. Jual Beli (*Murabahah*), Penyediaan barang modal atau barang konsumtif oleh BMT BIF kepada peminjam. Atas dasar akad ini BMT akan dapat mendapatkan keuntungan yang besarnya dihitung atas dasar kesepakatan.
 - b. Bagi hasil (*Mudharabah-Musyarakah*), Penyediaan modal atas dasar kemitraan dan patungan modal (*musyarakah*) atau dapat juga semua permodaln dari BMT BIF (*Mudharabah*). Atas akad ini BMT akan mendapatkan bagi hasl sesuai dengan porsi (*nisbah*) yang disepakati.
 - c. Jasa (*Hiwalah Ar Rahn Kafalah*), Produk jasa talangan dana yang dibutuhkan sangat cepat sementara piutang-piutang nasabah di tempat lain belum jatuh tempo (*Hiwalah*). BMT BIF juga akan mengembangkan produk gadai syariah (*Ar rahn*) juga BMT BIF akan berperan sebagai penjamin atas usaha nasabah terhadap bank lain (*kafalah*). Atas akad ini, BMT akan mendapatkan fee managemen yang besarnya tergantung dari kesepakatan.
 - d. Kebajikan (*Al Qord Al Qordhul Hasan*), Pinjaman kebajikan yang pokoknya harus kembali disebut *al qord*. Sedangkan dana yang tidak bisa dikembalikan disebut Al Qorhdhul Hasan. Al qord sumber dananya dapat berasal dari dana produktif mamupun sosial (ZIS), Tetapi al qordhul hasan di antaranya hanya bersumber dari dana sosial (ZIS). Namun BMT BIF

baru mengembangkan produk al qord. Atas akad ini BMT BIF akan mendapatkan fee atau infaq yang besarnya tidak ditentukan.

2. Produk Penghimpun Dana

Dalam rangka memberikan pelayanan yang terbaik kepada masyarakat, BMT BIF mengembangkan produk penghimpun dana kedalam.

- a. Tabungan *Wadiah Dhomamah* (titipan murni), untuk dana zakat, infaq, sedekah atau sumber dana yang lain yang sepadan dengan itu, atas produk ini penyimpanan akan diberikan bonus.
- b. Tabungan *Mudharabah*, yakni simpanan umum dimana BMT Bina Ihsanul Fikrimemiliki kewengan penuh untuk mengelolanya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Atas produk ini penyimpanan akan mendapatkan bagi hasil setiap bulan. Untuk kemudahan kami memberikan pilihan tabungan antara lain: tabungan umum, tabungan qurban, tabungan walimah, tabungan pendidikan, tabungan haji dan lain sebagainya.
- c. Deposito *Mudharabah*, yakni simpanan yang jangka waktu pengambilanya sudah dipastikan. Atas dasar produk ini penyimpan akan mendapatkan bagi hasil yang umunya lebih tinggi dibandingkan dengan tabungan. Deposito yang tersedia untuk pilhan waktunya yaitu minimal 3 bulan, dengan nilai nominal minimal Rp. 500.000.

- d. Sertifikat Bagi Hasil/Obligasi Syariah, yakni sejenis surat berharga atau obligasi syariah dengan jangka waktu minimal 1 tahun. Penyimpanan akan mendapatkan bagi hasil setiap bulan yang umumnya lebih besar dari deposito. Penyimpanan dapat memilih sendiri calon peminjam (*Muqoyyadah*), namun kelayakan usahanya tetap menjadi kewenangan BMT. Jangka waktu minimal 1 tahun dengan nilai minimal Rp. 1.000.000.
- e. Penyertaan *Musyarakah*, yakni sejenis sertifikat pendiri yang besarnya akan ditetapkan setiap tahunnya. Pemegang rekening merupakan pemilik yang terbatas atas BMT BIF, karena mereka tidak dapat dipilih menjadi pengurus, tetapi dapat memilih dalam setiap *musyarakah* akhir tahun. Jangka waktu minimal 1 tahun dan hanya dapat diambil setelah disetujui dalam forum musyawarah tahunan. Besarnya satu lembar penyertaan setiap tahun akan ditinjau ulang dan selama tahun 2004 dijual dengan harga perlembar Rp. 500.000. Masyarakat dapat memiliki lebih dari satu, namun suaranya tetap sama.
- f. Sertifikat Pendiri, yakni simpanan pokok anggota sebagai modal pada saat BMT didirikan. Pemegang rekening ini merupakan pemilik BMT BIF secara mutlak, karena dapat dipilih dan memilih dalam forum musyawarah akhir tahun. Sertifikat ini dapat dipindahtangankan, sehingga BMT secara otomatis akan menjadi pembeli langsung jika yang bersangkutan

mengundurkan diri. Besarnya satu sertifikat seharga Rp. 250.000 dan dapat memiliki lebih dari satu lembar. Tetap suara dalam rapat tetap sama. Anggota baru, akan terus dikembangkan dengan cara mengangsur sesuai dengan kesanggupan.

- g. Wakaf Tunai, wakaf dalam bentuk uang yang diserahkan kepada panti asuhan dan diinvestasikan di BMT Bina Ihsanul Fikri. Setiap bulanya hasil investasinya disalurkan untuk membiayai atau beasiswa sekolah anak-anak panti asuhan. Besarnya wakaf tunai untuk masing-masing tingkatan sekolah:

SD	: 1.000.000,00
SLTP	: 2.500.000,00
SLTA	: 7.500.000,00

Dana wakaf ini sebagaimana kedudukan wakaf sendiri tidak akan habis dan akan terus bergulir, sehingga jika penerima beasiswa wakaf yang pertama telah selesai sekolahnya, akan dialihkan kepada anak yang lain.

G. Susunan Kepengurusan BMT BIF Periode 2014-2019

Struktur tidak akan berubah karena sudah ditetapkan secara baku dan disahkan oleh semua pihak akan tetapi yang selalu berubah adalah SDMnya yaitu dalam bentuk RAT (Rapat Anggota Tahunan). Struktur organisasi BMT menunjukkan adanya garis wewenang dan tanggung jawab, garis komando serta cakupan bidang pekerjaan masing-masing. Struktur ini menjadi sangat penting supaya tidak terjadi benturan pekerjaan serta memperjelas fungsi dan

peran masing-masing BMT dapat memiliki karakteristik tersendiri, sesuai dengan besar kecilnya organisasi.

Adapun struktur organisasi BMT BIF Yogyakarta sebagai berikut.⁵¹

Pengurus

Ketua : M. Ridwan, SE, M. Ag
Sekretaris : Supriyadi, SH, MM
Bendahara : Saifu Rijal, SH, MM

Pengawas

Pengawas Manajemen : Ir. Sushardi, SKH, MP
: Ir. Fuad Abdullah
: Hadi Muhtar, SE, MM

Pengawas Syari'ah : DR. Hamim Ilyas, MA
: Nurrudin, MA

Pengelola

Direktur : Muhammad Ridwan, SE, M.Ag
Manager HRD : Supriyadi, SH, MM
Internal Audit : Hari Yudianto, SE, AKt
Manager Cabang GK : Saifu Rijal, SH, MM
Manager Cabang Sleman : Nur Astuti Rahmawati, SE
Manager Cabang Nitikan : Yudana Octy Sagijo, SE
Manager Cabang Bugisan : Sutardi, SHI
Manager Cab. Pleret : Heni Purnoko, A.Md

⁵¹*Ibid.*

Manager Cab. Sleman Kota : Anton Supriyanto, S.IP
Manager Cab. Demangan : Neny Nur aini, SE
Manager Cab. Parangtritis : Sudarmanto, S.Ag
Manager Gunungkidul : M. Taufiqurrahman, SE
Manager Brosot : Rina Putra Limawantoro, SE
Manager Gamping : Hendra Cahyono, S.SI

H. Kantor-kantor Cabang BMT BIF Yogyakarta

Adapun kantor-kantor cabang BMT BIF Yogyakarta sebagai berikut.⁵²

1. Kantor Cabang BMT BIF Parangtritis. Jalan Parangtritis Km. 21 Sidomulyo Bambanglipuro Bantul (0274) 368832.
2. Kantor Cabang BMT BIF Gunungkidul. Jalan Wonosari – Jogja Km, 3 Siyono Logandeng Tengah Playen. (0274) 392029.
3. Kantor Grup BMT BIF–BMT BINA SPARTA MANDIRI. Jalan. Melati Kulon No. 24 Yogyakarta Telp. (0274) 6567966, 552946.
4. Kantor Group BMT BIF–BMT BINA ARTHA. Jalan Abiyoso No. 329 Demangan (Belakang Pasar Demangan) Telp. (0274) 543214.
5. Kantor Cabang BMT-BIF Bugisan. Jalan Bugisan No. 26 Bugisan Yogyakarta Telp (0274) 370577
6. Kantor Cabang BMT-BIF Nikitan. Jalan Sorogenen No. 116 B Nikitan Yogyakarta Telp. (0274) 370932.

⁵²*Ibid.*

7. Kantor Cabang BMT-BIF Plere. Jalan Raya Pleret (Depan Kec. Pleret) Bantul Telp. (0274) 7494729.

8. Kantor Cabang BMT-BIF Sleman. Jalan Wonosari Km. 9,8 Berbah Sleman Telp. (0274) 4353015.

I. Pengalaman Kerja Sama Kelembagaan

Tabel 3.1
BMT BIF melakukan kerja sama dengan lembaga lain antara lain.⁵³

No	Waktu	Kegiatan	Sumber	Nilai
1	2000	Pelaksanaan proyek Pembinaan Usaha Kecil (PUK)	Kementrian Negara Koperasi dan UKM RI	42.000.000
2	2002	Pelaksanaan proyek MAP (Modal Awal dan Padanan)	Kementrian Negara Koperasi dan UKM RI	200.000.000
3	2003	Kerja sama Modal Kerja BNI Syariah	PT. BNI Syariah Cabang Yogyakarta	2.500.000.000
4	2005	Kerja sama Modal Kerja	Bank Syariah Mandiri	125.000.000
5	2005-2015	Penguatan modal Agro Bisnis di Kota	Menekop UKM	1.000.000.000
6	2006-2007	Penguatan Modal dan Kelembagaan	DIY/Micra/Mercy Corp	5.000.000.000
7	2007	Kerja sama Modal Kerja	PT.PNM	5.000.000.000
8	2008	Modal Kerja	Inkopsyah	1.000.000.000
9	2008	Sukuk Syariah	Meneg Kop UKM	200.000.000
10	2008	Kerja sama Modal Kerja	BTN Syariah	2.000.000.000
11	2010	Sarjanan	LPDB	1.000.000.000

⁵³Dokumen profil BMT BIF diberikan pada tanggal 7 Februari, 2016.

		Wirausaha Muda		
12	2010	Program Recovery Gempa	GTZ	350.000.000
13	2011	Modal Kerja	LPDB	5.000.000.000
14	2011	Modal Kerja	BMI	1.000.000.000
15	2011	Modal Kerja	Bank Syariah Mandiri	1.000.000.000

J. Keanggotaan

Tabel 3.2
Jumlah Anggota

No	Data	2008	2009	2010	2011	2012	2013
1	Penabung	8.340	12.890	14.268	16.576	20.941	25.130
2	Peminjam	5.421	6.842	7.786	8.646	9.782	9.635
	Jumlah	8.341	12.890	14.268	16.576	20.941	25.130

Tabel 3.3
Sektor Ekonomi Anggota

No	Sektor Ekonomi	Jumlah
1	Perdagangan	67%
2	Pertanian	2%
3	Industri	1%
4	Konsumtif	8%
5	Jasa	17%
6	Perternakan	4%
7	Perkebunan	1%
8	Kerajinan	1%

Keterangan	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Laba	173.927	196.545	290.670	296.213	410.964	538.370
Simpanan	16.658.000	21.816.987	26.634.493	34.891.984	45.443.142	65.802.894
Pembiayaan	11.284.000	13.208.881	17.141.053	22.624.278	36.191.065	46.760.042
Asset	11.823.330	15.764.203	18.691.846	29.104.681	32.942.102	44.780.880
Kondisi	S	S	S	S	S	S
Tumbuh	114,5%	118,64%	0	0	0	0

Bab 4

HASIL DAN PEMBAHASAN STRATEGI PENGEMBANGAN BMT BINA IHSANUL FIKRI YOGYAKARTA

A. Skema Analisis Data

Analisis dari data penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai objek penelitian berdasarkan data variabel yang diperoleh dari objek penelitian tersebut. Sedangkan teknis analisis yang digunakan untuk mengetahui potret BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta yang meliputi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang mempengaruhi proses perkembangannya BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta digunakan analisis SWOT, sehingga bisa

diketahui langka untuk menetapkan strategi pengembangan dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang adaguna mengatasi kelemahan dan ancaman yang terjadi. Adapun tahap-tahap analisis SWOT sebagai berikut.

1. Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal

Identifikasi ini diperlukan untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kemajuan atau perkembangan suatu lembaga atau organisasi.

a. Faktor Internal

Faktor internal adalah faktor yang dimiliki oleh lembaga yang meliputi faktor kekuatan dan kelemahan yang sangat berpengaruh terhadap perkembangan suatu lembaga itu sendiri.

b. Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah faktor yang mempengaruhi perkembangan lembaga dan eksternal lembaga yang meliputi faktor peluang dan ancaman.

2. Analisis dengan Matrik SWOT

Matrik SWOT (dikenal juga dengan TOWN) menggambarkan bagaimana manajemen dapat mencocokkan peluang-peluang dan ancaman-ancaman eksternal yang dihadapi suatu perusahaan tertentu dengan kekuatan dan kelemahan internalnya, untuk menghasilkan empat rangkaian alternatif strategis. Metode ini mengarah pada *brainstorming* untuk menciptakan strategi-strategi alternatif yang mungkin tidak dipikirkan oleh manajemen. Hal ini mendorong

manager strategis untuk menciptakan strategi-strategi pertumbuhan maupun pengurangan.⁵⁴

a. Strategi SO

Merupakan berbagai strategi yang dihasilkan melalui suatu cara pandang bahwa perusahaan atau unit bisnis tertentu dapat menggunakan kekuatan (*strengths*) yang mereka miliki untuk memanfaatkan berbagai peluang (*opportunities*).⁵⁵

b. Strategi ST

Merupakan berbagai strategi yang dihasilkan melalui suatu carapandang bahwa atau unit bisnis tertentu dapat menggunakan kekuatan (*Strengths*) yang mereka miliki untuk menghindari berbagai ancaman (*Threats*).⁵⁶

c. Strategi WO

Merupakan berbagai strategi yang dihasilkan melalui suatu cara pandang bahwa perusahaan atau unit bisnis tertentu dapat memanfaatkan berbagai peluang (*opportunities*) yang ada dilingkungan eksternal dengan cara mengatasi berbagai kelemahan (*weaknesses*) sumberdaya internal yang dimiliki perusahaan saat ini.⁵⁷

d. Strategi WT

⁵⁴David Hunger & Thomas L. Wheelen, *Managemen Strategis*, (Yogyakarta: PT. Andi 2003), hlm, 232.

⁵⁵Ismail Sholihin, *Managemen Strategik*, (Bandung: PT. Erlangga, 2012), hlm, 170

⁵⁶*Ibid.*

⁵⁷David Hunger & Thomas L. Wheelen, *Managemen Strategis*, hlm, 233.

Merupakan berbagai strategi yang pada dasarnya bersifat bertahan (*defensive*) serta bertujuan meminimalkan berbagai kelemahan dan ancaman.⁵⁸

3. Interpretasi Hasil Analisis SWOT Untuk Pengembangan
 - a. Jika faktor kekuatan dan peluang lebih dominan atau lebih besar dari kelemahan dan ancaman maka perbaikan melakukan ekspansi atau perbankan sudah berani bersaing dengan pesaing-pesaing yang ada.
 - b. Jika faktor kekuatan dan peluang lebih kecil bila dibandingkan dengan faktor kelemahan dan ancaman maka perbankan harus melakukan konsolidasi kedalam untuk memperkuat dirinya sebelum bersaing dengan yang lain.

B. Pengamatan Lingkungan Internal dan Eksternal

Perlu kita ketahui bahwa setiap orang pemimpin atau dalam sebuah organisasi harus mengetahui lingkungan sekitar, baik di lingkungan yang berada diluar organisasi, maupun di dalam organisasi. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan beberapa pengamatan yang berada dilingkungan BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta. Adapun metode-metode yang digunakan peneliti yaitu observasi, wawancara dan pengamatan secara mendalam untuk mengetahui keadaan yang terjadi di lingkungan internal dan eksternal BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta adalah sebagai berikut

1. Lingkungan Internal BMT BIF Yogyakarta

⁵⁸Ismail Sholihin, *Managemen Strategik*, hlm, 171.

Untuk mengetahui lingkungan Internal BMT BIF Yogyakarta, biasanya selalu berhubungan dengan apa yang berpengaruh dalam proses kinerja yang ada di BMT BIF Yogyakarta. Adapun lingkungan internal BMT BIF, terdiri beberapa elemen diantaranya.

a. Struktur

Peneliti melakukan observasi tentang struktur manajemen BMT BIF Yogyakarta dalam penelitian ini dapat disimpulkan struktur yang ada di BMT BIF merupakan struktur fungsional yang setiap defisi atau staf mempunyai fungsi dan peran tersendiri dalam pengembangan BMT BIF.

Setiap struktur didalamnya mempunyai peranan dan tugas masing-masing, seperti manager, accounting, marketing, teller dan staf dibagian usaha sektor riil.

b. Sumber daya manusia (SDM)

Sumber daya manusia merupakan input penting dalam proses pengembangan BMT BIF. BMT BIF mempunyai sumber daya manusia yang mempuni karena sebagian besar pengelola adalah lulusan perguruan tinggi.

2. Lingkungan Eksternal BMT BIF Yogyakarta

Lingkungan Eksternal BMT BIF Yogyakarta, sangat penting dan berpengaruh dalam proses pengembangan, karena semua itu harus mengadakan kerja samadengan pihak yang bersangkutan. Diantaranya pihak yang bersangkutan.

a. Anggota BMT BIF Yogyakarta

Anggota merupakan bagian terpenting dan sangat berpengaruh dalam pengembangan BMT BIF Yogyakarta

untuk itu BMT BIF selalu memberikan pelayanan yang prima. Seperti yang dikatakan bapak Muhammad Ridwan selaku Manager BMT BIF.

“dalam melayani nasabah kami selalu memberikan pelayanan terbaik yaitu dengan menetapkan prinsip 5S (Senyum, Salam, Sapa, Sopan dan Santun) supaya hubungan antara pengelola dan anggota terjalan dengan baik”.⁵⁹

Adapun strategi yang diterapkan bagian marketing dalam melayani anggotanya yaitu dengan memberikan Service Excellent. Service Excellent ini merupakan salah satu nilai lebih yang ditonjolkan agar kepuasan dan kepercayaan anggotanya semakin meningkat. Jika demikian secara tidak langsung BMT BIF akan terbantu dalam memasarkan produknya melalui anggotanya dengan cara *mouth to mouth*. Hal inilah yang dilakukan BMT BIF sebagai lembaga keuangan mikro syariah dalam melayani anggotanya, meskipun pernah juga BMT BIF mendapatkan nasabah yang protes yang tidak puas dengan pelayanan BMT BIF, meskipun begitu pihak BMT BIF selalu berusaha tetap memberikan penjelasan kepada anggota tersebut.

b. Patner BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta

Sebuah lembaga atau organisasi yang berkembang tidak akan luput dari peran lembaga atau organisasi lain, yang dimana peran tersebut sangat berperan penting dalam pengembangan, adapun kerja samanya BMT BIF

⁵⁹Wawancara dengan Bapak Muhammad Ridwa, selaku Manager BMT BIF Yogyakarta 5 juni pukul 12.30 WIB.

Yogyakarta dengan PINBUK DIY, Disperindakop Bantul, Puskopsyah Yogyakarta, Perskopsaba Bantul, mitra BMT yang lain,⁶⁰ selain bekerja sama dengan lembaga sejenis BMT BIF Yogyakarta juga bekerja sama dengan lembaga non sejenis yaitu dengan lembaga pendidikan SD Muhammadiyah blawong 1 dan SD Muhammadiyah Blawong 2, hal ini dikatakan oleh bapak Ridwan.

“untuk kerja sama lembaga non sejenis kami bekerja sama dengan SD Muhamaddiyah Blawong 1 dan SD Muhammadiyah Blawong 2 melalui tabungan pendidikan”⁶¹

C. Strategi Pengembangan BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta berdasarkan analisis SWOT.

Setelah mengetahui tentang pengamatan lingkungan internal dan eksternal di BMT Bina Ihsanul Fikri, selanjutnya peneliti akan menganalisis kekuatan dan kelemahan internal, serta peluang dan ancaman eksternal. Analisis ini diharapkan bisa bermanfaat untuk penetapan strategi yang tepat dalam pengembangan BMT BIF tersebut.

1. Indikator Kekuatan (*strengths*)

Dari hasil penelitian pada faktor internal perusahaan BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta, terdapat 9 indikator kekuatan yang sangat berpengaruh, berikut adalah penjelasannya.

a. Lokasi yang strategis.

⁶⁰Wawancara dengan Bapak Muhammad Ridwa, selaku Manager BMT BIF Yogyakarta 5 juni pukul 12.30 WIB.

⁶¹Wawancara dengan Bapak Muhammad Ridwan, selaku Manager BMT BIF Yogyakarta 14, Februari, pukul 12.30 WIB.

Para pengelola usaha sangat berkepentingan dalam mencari tempat usaha yang strategis. Perusahaan yang akan didirikan sudah barang tentu di tempat atau daerah para pelangganyang sangat potensial. Salah satunya adalah BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta yang beralamat di Kota Yogyakarta, tepatnya di Jl. Rejo Waningun No. 28 B Gedong Kuning, Kota Gede, Yogyakarta. Yaitu dekat dengan pusat ekonomi, pasar, erta sentral industri perusahaan.

b. *Job Description* yang jelas dan terfokus.

Maksudnya disini adalah tidak terjadi rangkap jabatan yang nantinya akanmenimbulkan tumpang tindih dalam mengerjakan pekerjaan dengan adanya *job description* inimaka apa yang akan kita kerjakan jelas dan fokus. Dalam wawancara saya dengan salah satu pengurus BMT Bina Ihsanul Fikri, beliau mengatakan.

“Wah mas, jagan sampailah dalam sebuah perusahaan adanya sebuah rangkap jabatan, bisa kacau, di perusahaan kita juga sangat menghindari yang namanya rangkap jabatan, akibatnya nanti orang tersebut tidak fokus dengan pekerjaan yang ia jalani.”⁶²

c. Penerapan strategi jemput bola

Strategi jempu bola merupakan strategi di mana kita sebagai penyedia jasa atau penjual produk melakukan secara aktif kegiatan pemasaran dengan menghubungi calon nasabah kita satu demi satu. Seperti halnya pihak

⁶²Wawamcara dengan Bapak Supriadi, selaku sekretaris BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta, 21 Februari, 2016 pukul 09.00 WIB.

BMT Bina Ihsanul Fikri yang mendatangi para pedagang (anggota BMT Bina Ihsanul Fikri) satu persatu yang ada pasar-pasar yang ada disekitar kecamatan jetis seperti dipasar jejeran dan pasar kepek. Selain itu marketing BMT juga mendatangi toko-toko dan warung kecil yang sudah menjadi anggota baik yang menabung maupun yang membayar angsuran hal ini dilakukan karena menurut pihak BMT dengan menerapkan strategi jemput bola ini akan memudahkan para anggotanya melakukan transaksi baik yang menabung maupun meminjam di BMT Bina Ihsanul Fikri. Hal ini dikatan salah satu pengurus BMT BIF.

“para pedagang pasar ini sangat sibuk dari pagi sampai sore di depan dagangannya, bahkan untuk meninggalkan dagangannya hanya untuk 10-20 menit untuk ke BMT bisa dibilang merugikan karena apalagi yang pasarnya jauh dari BMT, bisa memakan waktu 30 menit untuk kesini, jadi kita yang mengalah keliling pasar untuk mengambil tabungan ataupun angsurn mereka, dan kami juga sambil perjalanan pulang ke BMT mengambil tabungan dan angsuran ke tokoh-tokoh yang sudah menjadi anggota kami.⁶³

- d. Tingkat pendidikan dan keterampilan pengurus cukup tinggi

Tingkat pendidikan sangatlah penting bagi pengembangan sebuah organisasi atau lembaga, karena apabila suatu lembaga atau organisasi mempunyai

⁶³Wawancara dengan Bapak Muhammad Ridwan, selaku Manager BMT BIF Yogyakarta 14, Februari, pukul 12.30 WIB.

pengelola dengan tingkat pendidikan yang tinggi akan bisa menarik kepercayaan nasabah atau anggotanya bisa diandalkan dalam menjalankan tugas-tugasnya. Sedangkan, tingkat pendidikan yang ada di BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta ini sebagian besar mempunyai gelar sejana dan bahkan ada yang magister.

e. Mempunyai Kantor cabang di seluruh DIY

Salah satu kekuatan yang di miliki BMT Bina Ihsanul Fikri adalah mempunyai banyak cabang BMT BIF di sekitar DIY ini, antara lain: Kantor Cabang BMT BIF Parangkritis. Jalan Parangkritis Km. 21 Sidomulyo Bambanglipuro Bantul (0274) 368832. Kantor Cabang BMT BIF Gunungkidul. Jalan Wonosari-Jogja Km, 3 Siyono Logandeng Tengah Playen. (0274) 392029. Kantor Grup BMT BIF – BMT BINA SPARTA MANDIRI. Jalan. Melati Kulon No. 24 Yogyakarta Telp. (0274) 6567966, 552946. Kantor Group BMT BIF – BMT BINA ARTHA. Jalan Abiyoso No. 329 Demangan (Belakang Pasar Demangan) Telp. (0274) 543214. Kantor Cabang BMT – BIF Bugisan. Jalan Bugisan No. 26 Bugisan Yogyakarta Telp (0274) 370577. Kantor Cabang BMT – BIF Nikitan. Jalan Sorogenen No. 116 B Nikitan Yogyakarta Telp. (0274) 370932. Kantor Cabang BMT- BIF Plere. Jalan Raya Pleret (Depan Kec. Pleret) Bantul Telp. (0274) 7494729. Kantor Cabang BMT- BIF Sleman. Jalan Wonosari Km. 9,8 Berbah Sleman Telp. (0274) 4353015.

f. Solidaritas yang terbangun sangat kuat diantara pengurus dan pengelola.

Solidaritas adalah rasa kebersamaan, rasa kesatuan dan rasa simpati atau bisa diartikan perasaan atau ungkapan dalam sebuah kelompok yang dibentuk oleh kepentingan bersama. Solidaritas ini merupakan unsur psikis yang menyatukan manusia lewat perasaan saling empati satu sama lain. Diungkapkan oleh pengurus BMT Bina Ihsanul Fikri, bahwa mereka mengakui solidaritas sebagai salah satu kelebihan mereka, sebab dengan solidaritas yang terbangun sangat kuat, akan tercipta lingkungan yang nyaman, kerja sama yang baik serta tidak ada beban berat dalam bekerja karena adanya perilaku tolong menolong antar karyawan.⁶⁴

g. Mempunyai kantor sendiri

Kantor adalah bagian dari organisasi yang menjadi pusat kegiatan administrasi dan tempat pengendalian kegiatan informasi. Salah satu keuntungan dengan adanya kantor sendiri antara lain kita mudah dikenal oleh orang banyak, tidak perlu membayar kontrakan, dan mengurangi pengeluaran. Salah satu kekuatan atau kelebihan dari BMT Bina Ihsanul Fikri ini yaitu mempunyai kantor atau bangunan tersendiri, tidak kontrak seperti BMT yang lainnya.

h. Aman

Aman karena dikelola secara amanah dan telah bekerja sama dengan lembaga profesional (PINBUK DIY, BANK, Disperindagkop Kota, Puskopsyah Yogyakarta,

⁶⁴Wawancara dengan Bapak Supri, selaku sekretaris BMT BIF Yogyakarta 10 Februari pukul 09.30 WIB.

Perskopsaba Kota dan Mitra BMT yang lain). Dengan adanya kerja sama di atas, secara tidak langsung uang yang dikelola di BMT Bina Ihsanul Fikri aman.

- i. Peran manager yang mampu menciptakan suasana kekeluargaan dalam bekerja dan budaya kerja Islami

Peran manager di lembaga manapun memang sangat penting. Lewat tangan dingin managerlah sebuah lembaga dapat meraih kesuksesan. Hal ini dikarenakan manager merupakan perpanjangan tangan dari direktur itu sendiri, sehingga dia mampu membawa bawahannya, menuju sebuah tatanan kerja yang dikehendaki atasan dalam hal ini pemimpin lembaga.

Pak Muhammad Ridwan merupakan salah satu manager BMT Bina Ihsanul Fikri yang sangat disengani bawahannya. Dibawah kepemimpinannya, karyawan merasa tidak terbebani akan tugasnya serta merasakan suasana kerja yang nyaman. Budaya yang beliau ciptakan adalah budaya kerja yang Islami serta penuh dengan rasa kekeluargaan.⁶⁵ Seperti diungkapkan oleh salah seorang pengurus BMT Bina Ihsanul Fikri.

“Yang pasti beliau orangnya baik masbeliau memang orangnya sangat sibuk karena beliau itu meskipun manager, tapi masih juga mengurus urusan-urusan yang lain (diluar tugas manager) yaitu mengajar sebagai dosen juga di UIN Sunan Kalijaga, tapi saya salut mas dia benar-benar manager yang hebat menurut saya”

⁶⁵Wawancara dengan Bapak Supri, selaku sekretaris BMT BIF Yogyakarta 10 juni pukul 09.30 WIB

2. Indikator Kelemahan (*Weaknesses*)

Dari catatan lapangan yang peneliti dapatkan, terdapat 7 indikator kelemahan yang ada pada BMT Bina Ihsanul Fikri oleh bapak Ridwan dan kawan-kawan selaku pengurus BMT BIF. Bahwa BMT BIF memiliki 7 kelemahan yang harus diselesaikan.

- a. Kurangnya teknologi dan belum difungsikannya IT untuk link antara karyawan lembaga dikantor berbeda lokasi

Teknologi kini memang telah menjadi kebutuhan setiap orang dalam kehidupan sehari-hari, demi meringankan pekerjaan manusia. Dengan teknologi pekerjaan yang berat akan terasa ringan, dan cepat terselesaikan. Namun, hal ini belum dapat direalisasikan oleh BMT Bina Ihsanul Fikri, yang sampai saat ini masih dalam proses pemenuhan kebutuhan teknologi tersebut. Sebagaimana diungkapkan oleh Pak Supri.

“Kalau di BMT ini menurut saya yaa, dari segi teknologi kurang, itu sudah pasti karena yah kami masih proses menuju kematangan.”

Statemen ini mengisyaratkan akan sebuah kekurangan yang dimiliki BMT Bina Ihsanul Fikri ini terhadap teknologi. Teknologi pada kenyataannya memang sangat diperlukan oleh lembaga ini, namun sampai saat ini rencana untuk penyediaan, masih belum dapat dilaksanakan karena beberapa alasan.

b. Kurangnya Promosi

Suatu organisasi atau lembaga akan lebih mudah di kenal oleh masyarakat melalui promosinya, seperti promosi tentang BMT Bina Ihsanul Fikri, promosi produk-produk Bina Ihsanul Fikri dan kegiatan-kegiatan Bina Ihsanul Fikri melalui media internet, Radio, serta alat media lainnya, BMT Bina Ihsanul Fikri tidak mempunyai akses Internet yang menjadikan BMT Bina Ihsanul Fikri tidak bisa mempromosikan produk-produknya melalui internet, BMT Bina Ihsanul Fikri hanya melalui bulletin saja.

c. Belum bisa melayani Haji langsung.

Belum bisa melayani haji langsung maksudnya adalah banyak anggota yang ingin melaksanakan haji atau umroh yang mendaftar dirinya melalui BMT Bina Ihsanul Fikri ini, sebagaimana disampaikan oleh bapak Muhammad Ridwan.

“disini mas banyak yang ingin mendaftar haji melalui BMT BIF, akan tetapi kita tidak belum bisa melayani haji langsung, kita hanya sebagai perantara saja, uang dari anggota tersebut kita transfer ke BNI Syariah dan Bank Syariah Mandiri karena mereka bisa melayani haji langsung, kalau kita belum bisa untuk saat ini, disinilah salah satu kelemahan dari BMT BIF ini.

3. Indikator Peluang (*Opportunities*)

Dari hasil penelitian yang peneliti susun, terdapat 5 peluang yang didapat agar nantinya akandijadikan sebagai

bahan acuan untuk mengembangkan perusahaan. Berikut adalah pemaparannya.

- a. Masyarakat sekitar BMT Bina Ihsanul Fikri mayoritas muslim

Masyarakat sekitar BMT Bina Ihsanul Fikri yang mayoritas muslim ini menjadikan peluang yang paling dominan, karena BMT Bina Ihsanul Fikri ini sendiri merupakan lembaga yang berprinsip syariah, walaupun banyak juga yang beranggapan bahwa lembaga keuangan syariah dan konvensional sama-sama saja. Dengan adanya mayoritas Muslim di sekitar BMT secara tidak langsung ini merupakan peluang bagi perusahaan BMT tersebut kedepannya.

- b. Promosi melalui internet

Media internet adalah media yang paling tepat untuk ajang promosi dimana pada saat ini banyak kalangan baik orang tua, remaja maupun anak-anak sudah mengenal dan menggunakan media internet. Adapun keunggulan dari promosi melalui internet antara lain jangkauan pasar lebih luas, dengan melakukan promosi melalui internet, maka apa yang kita inginkan bisa diketahui oleh masyarakat luas.

- c. Dekat dengan pusat ekonomi, pasar dan sentral industri pemerintahan

Sekitar BMT Bina Ihsanul Fikri adalah pusat ekonomi, pasar dan sentral industri pemerintahan ini juga termasuk salah satu peluang karena mayoritas mereka yang membuka usaha tersebut meminjam serta

menabung ke BMT Bina Ihsanul Fikri dalam menjalankan usahanya.

- d. Perkembangan ekonomi syariah sudah cukup pesat diseluruh dunia khususnya di Indonesia

Pada saat ini banyak disampaikan dimedia sosial, media cetak maupun televisi tentang perkembangan ekonomi syariah didunia khususnya di Indonesia. Ini merupakan kabar baik bagi para pelaku bisnis syariah, khususnya di Indonesia di mana banyak berkembang lembaga-lembaga yang berhaluan syariah. Hal tersebut bahkan juga disampaikan oleh Bapak Presiden Joko Widodo, yang mengatakan bahwa ekonomi syariah dari tahun ketahun semakin menggeliat, serta disampaikan pula akan perkembangan bisnis syariah tersebut dimasa mendatang akan semakin baik. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Supri di kantornya.⁶⁶

“Satu yang penting adalah isu berkembangnya ekonomi syariah di masa depan akan semakin pesat, itu juga sangat penting bagi saya.”

Perkembangan ini dianggap berpengaruh terhadap SDM BMT karena dengan kemajuan ekonomi syariah berarti akan banyak lembaga-lembaga baru (berhaluan syariah) dan tentu saja akan banyak membutuhkan SDM yang kompeten dibidangnya. Beruntunglah bagi SDM yang telah bekerja di lembaga-

⁶⁶Wawancara dengan Bapak Supri, selaku sekretaris BMT BIF Yogyakarta 10 juni pukul 09.30 WIB

lembaga syariah, karena mereka dapat menyerap ilmu sebanyak-banyaknya serta menarik pengalaman, sehingga apabila isu ini benar-benar terjadi.

e. Perhatian pemerintah sudah cukup bagus

Pada saat ini perhatian pemerintah kepada lembaga keuangan syariah sudah cukup bagus dengan diresmikannya pasar rakyat syariah dan pencanangan kampanye nasional gerakan “aku cinta keuangan syariah” yang diadakan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dilapangan parkir selatan senayan, Jakarta. Ini menandakan bahwa pemerintah pada saat ini sudah serius dalam memperhatikan lembaga keuangan syariah, ini merupakan salah satu peluang lembaga keuanganSyariah kedepanya. Disamping itu juga, sebagaimana yang disampaikan olehpresiden Republik Indonesia bapak Joko Widododia mengatakan bahwa.

“Pemerintah akan memberikan perhatian khusus untuk sektor jasa keuangan syariah, karena terus tumbuh, tetapi masih belum tumbuh optimal dari potensi yang ada.”⁶⁷

Sebagaimana juga disampaikan oleh ketua dewan komisioner OJK Muliaman D Hadad.Pangsa pasar keuangan syariah per maret 2015 baru

⁶⁷<http://m.okezone.com/read/2015/06/14/457/1165168/jokowi-janji-beri-perhatian-khusus-industri-keuangan-syariah>. Diakses. Pada tanggal 14-02-2016.

mencatatkan sekitar 4,8% atau total assetnya mencapai sekira Rp. 264,81 triliun.⁶⁸

4. Indikator Ancaman (*threat*)

Selain peluang, BMT Bina Ihsanul Fikri juga menghadapi beberapa hal yang dianggapnya sebagai ancaman. Berikut adalah beberapa ancaman yang dihadapi BMT Bina Ihsnul Fikri.

- a. Masih adanya persepsi masyarakat yang beranggapan bahwa lembaga keuangan konvensional dengan lembaga keuangan syariah sama saja.

Nada pandangan masyarakat masih sering terdegar sebagian besar umat Islam terhadap perbankan dan lembaga keuangan syariah, misalnya perbedaan bank syariah dengan bank konvensional hanya beda kata belaka yaitu "*Bunga*" diganti "*Bagi Hasil*" Begitu juga yang dihadapi oleh BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta, Masih adanya persepsi masyarakat terhadap BMT Bina Ihsanul Fikri yang menganggap bahwa mempunyai prinsip yang sama dengan lembaga konvensional lainnya. Hal ini di karenakan masih banyaknya masyarakat yang kurang paham terhadap prinsip lembaga keuangan syariah.

- b. Tuntunan keluarga untuk berhenti bekerja

Seringkali pegawai perempuan keluar atau berhenti dari pekerjaannya karena adanya tuntunan dari keluarganya untuk mengundurkan diri dan berhenti bekerja. Hal ini dilakukan karena mungkin perhatian

⁶⁸*Ibid.*

perempuan tersebut terhadap keluarganya dirasa kurang karena dia lebih fokus terhadap pekerjaannya. Kemunduran dari jabatannya disebabkan oleh faktor keluarga bukan hanya dialami oleh seorang perempuan, akan tetapi juga karyawan pria, yang sebagian besar telah memiliki keluarga (istri dan anak).

c. Adanya Kredit Usaha Rakyat (KUR)

Skema pendanaan mikro yang disediakan oleh bank-bank besar di tanah air menjadi ancaman bagi perbankan Islam skala kecil seperti Baitul Mal wat Tanwil (BMT). Contohnya adanya Kredit Usaha Rakyat (KUR) ini merupakan salah satu menjadi ancaman terbesar bagi BMT. Khususnya BMT Bina Ihsanul Fikri, dikarenakan dengan adanya Kredit Usaha Rakyat ini kemungkinan besar nasabah akan pindah, karena ketika masyarakat minjam ke Kredit Usaha Rakyat tidak menggunakan jaminan sedangkan di BMT masih menggunakan jaminan pinjaman. Inilah salah satu ancaman terbesar yang dimiliki lembaga keuangan syariah dalam hal ini BMT.

d. Pesaing yang sudah mengaplikasikan teknologi yang lebih canggih untuk menjamin kenyamanan dan kemudahan nasabahnya dalam bertransaksi.

Teknologi adalah keseluruhan sarana untuk menyediakan barang-barang yang diperlukan bagi kelangsungan, dan kenyamanan hidup manusia. Di BMT Bina Ihsanul Fikri masih ketinggalan dalam bidang fasilitas dan teknologi dengan para pesaingnya yang telah mempunyai fasilitas dan teknologi yang modern dan maju

seperti mesin ATM dan fasilitas-fasilitas lainnya yang sudah modern.

- e. Masih adanya nasabah yang kurang disiplin dalam melunasi pembiayaan.

Tidak sedikit nasabah yang ada di BMT Bina Ihsanul Fikri ini yang melakukan pinjaman tidak disiplin dalam melunasi pinjamannya yang menjadikan kredit macet. Sehingga ini menjadi perhatian penting untuk segera diatasi dalam lembaga keuangan, khususnya dalam hal ini BMT, semua lembaga keuangan yang melakukan penyaluran pembiayaan pada lembaga yang membutuhkannya tentu akan mendapatkan perilaku kurang disiplinnya nasabah dalam melunasi pembiayaan, oleh karena itu lembaga keuangan apapun itu harus mempersiapkan strategi untuk mengatasi masalah ini.

- f. Adanya Bank Umum Syariah yang masuk dalam pembiayaan Mikro

Dengan adanya Bank Umum Syariah yang masuk ke dalam pembiayaan mikro, ini merupakan suatu ancaman bagi BMT kedepannya, karena secara tidak langsung Bank Umum Syariah tersebut sudah mengambil wilayah pangsa pasar BMT, dikarenakan BMT bergerak di bidang pembiayaan Mikro. Dengan demikian, BMT perlu melakukan kerja keras yang lebih untuk mensosialisasikan BMT kepada pangsa pasar mikro, dan membuktikan bahwa pelayanan yang diberikan BMT kepada pangsa pasar mikro bisa mewujudkan apa yang diharapkan oleh

pangsa pasar mikro dalam segi pelayanan, kesejahteraan ekonomi dan lain sebagainya.

g. Kurangnya kedisiplinan karyawan

Kedisiplinan memang salah satu unsur penting demi kesuksesan kerja organisasi. Maka dari itu menjadi sebuah kelemahan apabila dalam kinerjanya, karyawan tidak bertindak disiplin. Hal ini terjadi pula di BMT Bina Ihsanul Fikri, dimana sebagian karyawannya sering datang terlambat. Selain itu karyawan sering kelupaan mengisi absen kehadiran yang seharusnya diisi setiap hari. Seperti halnya banyak diungkapkan oleh pengurus dan pengelola lembaga bahwasanya ketidaksiplinan ini menjadi salah satu kelemahan atau kekurangan yang dimiliki oleh SDM dan lembaga BMT Bina Ihsanul Fikri.

h. Masih ada anggota yang kurang memahami konsep syariah

Masih banyak anggota BMT Bina Ihsanul Fikri yang kurang memahami konsep syariah di karenakan tidak semua karyawan atau pegawai BMT Bina Ihsanul Fikri yang lulusan syariah dan juga tidak maksimalnya waktu pertemuan-pertemuan antara anggota dan pengelola yang bertujuan untuk menjaga tali silaturahmi dan sekaligus mensosialisasikan tentang pentingnya keuangan syariah.

Adapun rumusan variabel dari analisis internal dan eksternal adalah sebagai berikut.

Tabel 4.1
Internal Strategic Factor Summary

Internal Strategic Faktor	Bobot	Peringkat	Nilai
Kekuatan			
1. Lokasi yang strategis	0,07	4	0.28
2. <i>Job Description</i> yang jelas dan terfokus.	0,07	3	0.21
3. Penerapan strategi jempit bola	0,08	3	0.24
4. Tingkat pendidikan dan ketrampilan pengurus yang cukup tinggi	0,08	4	0.32
5. Mempunyai Kantor cabang di seluruh DIY	0,07	4	0.28
6. Solidaritas yang terbangun sangat kuat diantara pengurus dan pengelola	0,07	3	0.21
7. Mempunyai kantor sendiri	0,08	4	0,32
8. Aman	0,025	2	0.05
9. Peran manager yang mampu menciptakan suasana kekeluargaan dalam bekerja dan budaya kerja Islami	0,025	2	0.05
Jumlah Nilai			2.41
Indikator Kelemahan			
1. Kurangnya teknologi dan belum difungsikanya IT untuk link antara karyawan lembaga dikantor berbeda lokasi	0,09	2	0.18
2. Kurangnya Promosi	0,09	2	0.18
3. Belum bisa melayani Haji langsung.	0,06	2	0.12
Total Nilai			0,48
Total (Sumbu X)			1,93

Tabel 4.2
Eksternal Strategik Faktor Summary

Eksternal Strategik Faktor	Bobot	Peringkat	Nilai
Peluang			
1. Masyarakat sekitar BMT Bina Ihsanul Fikri mayoritas muslim	0,1	4	0.4
2. Promosi melalui internet	0,3	3	0.9
3. Dekat dengan pusat ekonomi, pasar dan sentral industri pemerintahan	0,1	4	0.4
4. perkembangan ekonomi syariah sudah cukup pesat umumnya di	0,1	4	0.4

seluruh dunia khususnya di Indonesia			
5. Perhatian pemerintah sudah cukup bagus	0,1	4	0.4
Total Nilai			2.5
Indikator Ancaman			
1. Masih adanya persepsi masyarakat yang beranggapan bahwa lembaga keuangan konvensional dengan lembaga keuangan syariah sama saja.	0,065	2	0.13
2. Tuntunan keluarga untuk berhenti bekerja	0,065	2	0.13
3. Adanya Kredit Usaha Rakyat	0,08	3	0.24
4. Pesaing yang sudah mengaplikasikan teknologi yang lebih canggih untuk menjamin kenyamanan dan kemudahan nasabahnya dalam bertransaksi.	0,09	3	0.27
5. Masih adanya anggota yang kurang disiplin dalam melunasi pembiayaan	0,065	2	0.13
6. Adanya Bank Umum Syariah yang masuk dalam ke pembiayaan Mikro	0,065	2	0.13
7. Kurangnya kedisiplinan karyawan.	0,08	3	0,24
8. Masih ada anggota yang kurang memahami konsep syariah	0,065	2	0,13
Total Nilai			1,4
Total (Sumbu Y)			1.1

Dari kedua tabel perhitungan dan pembobotan diatas di peroleh hasil bahwa nilai faktor internal (IFAS) atau sumbu X berada pada garis keuatan dengan jumlah bobot 1.00 adalah 1,93 sedangkan nilai faktor eksternal (EFAS) atau sumbu Y berbeda pada garis peluang dengan jumlah bobot 1.00 adalah 1,1

Tabel 4.3
Hasil Matrik SWOT

	<p align="center">Kekuatan (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi yang strategis 2. Job description yang jelas dan terfokus 3. Penerapan strategi jempit bola 4. Tingkat pendidikan dan keterampilan pengurus yang cukup tinggi 5. Mempunyai kantor cabang diseluruh DIY 6. Solidaritas yang terbangun sangat kuat diantara pengurus dan pengelola 7. Mempunyai kantor sendiri 8. Aman 9. Peran manager yang mampu menciptakan suasana kekeluargaan dalam bekerja dan budaya kerja Islami 	<p align="center">Kelemahan (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya teknologi dan belum di fungsikanya IT untuk link antara karyawan lembaga di kantor berbeda lokasi 2. Kurangnya promosi 3. Belum bisa melayani haji langsung.
<p align="center">Peluang (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Masyarakat sekitar BMT Bina Ihsanul Fikri mayoritas muslim 2. Promosi melalui internet 3. Dekat dengan pusat ekonomi, pasar, dan sentral industri pemerintahan. 4. Perkembangan ekonomi syariah sudah cukup pesat dan maju di seluruh dunia khususnya di Indonesia 5. Perhatian pemerintah 	<p align="center">Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Membuka website untuk mempromosikan produk-produk dan keunggulan BMT Bina Ihsanul Fikri (S4,O1). 2. Turun ke pasar atau tempat sentral ekonomi (S3,O3). 3. Menjalin hubungan kepada masyarakat sekitar BMT yang mayoritas muslim, (S6,O1) 	<p align="center">Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mempunyai alat teknologi yang mendukung untuk pengembangan perusahaan, agar perusahaan tersebut bisa bersaing (W1, O4). 2. Promosi yang kurang gencar dengan bekerja samadengan pemerintah untuk mempromosikan tentang keuangan Islam. (W2,O5). 3. Melakukan promosi melalui media cetak

sudah cukup bagus		dan alat elektronik. (W2,O2).
<p>Ancaman (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Masih adanya persepsi masyarakat yang beranggapan bahwa lembaga keuangan konven dengan lembaga keuangan syariah sama saja 2. Tuntutan keluarga untuk berhenti 3. Adanya kredit usaha rakyat (KUR) 4. Masih adanya anggota yang kurang disiplin dalam melunasi pembiayaan 5. Pesaing yang sudah mengaplikasikan teknologi dan kemudahan nasabah dalam bertransaksi 6. Adanya Badan Unit Syariah yang masuk dalam pembiayaan mikro. 7. Kurangnya kedisiplinan karyawan. 8. Masih adanya anggota yang kurang memahami konsep syariah 	<p>Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan sosialisasi tentang konsep ekonomi syariah kepada masyarakat. (S4,T1). 2. Mengadakan Sosialisasi melalui pengajian-pengajian rutin yang ada di sekitar BMT Bina Ihsanul Fikri. (S6,T1). 3. Mengadakan pertemuan anggota setidaknya empat bulan sekali (S6,T2). 4. Pelatihan karyawan dalam bidang retorika serta komunikasipemasaran yang baik(S3,T3, T6). 	<p>Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan sosialisasi kepada masyarakat agar masyarakat mengetahui bedanya lembaga keuangan syariah dan konvensional (W2, T1). 2. Menegakkan peraturan dengan Menyeleksi setiap calon pembiayaan dengan ketat. (W3, T4). 3. Upayakan penggunaan teknologi pendukung. (W1,T5). 4. Membuat dan mempromosikan produk-produk baru yang bisa menarik masyarakat pada saat ini. (W2,T5).

Sumber: Hasil Penelitian BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta

Dari tabel diatas dapat dijelaskan mengenai alternatif-alternatif strategi yang dapat dijalankan oleh *Baitul Maal Wat Tamwil* Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta, setelah mengetahui alternatif tersebut lalu penulis menganalisis melalui strategi WO

(*Weaknesses Oppourtunities*), ST (*Stregths Threats*), WT (*Weaknesses Threats*) dan SO (*Streghs Oppourtunities*). Adapun analisisnya sebagai berikut.

D. Strategi WO (*Weaknesses Oppoutunities*)

Strategi WO (*Weaknesses Oppourtunities*) adalah strategi yang diterapkan dengan memanfaatkan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Adapun penulis dapatkan dilapangan sebagai berikut beserta strateginya.

1. Kelemahan yang ada di BMT Bina Ihsanul Fikri kurangnya teknologi dan belum di fungsikanya IT untuk link antara karyawan lembaga di kantor berbeda lokasi, sedangkan peluangnya yaitu perkembangan ekonomi syariah sudah cukup pesat dan maju di seluruh dunia khususnya di Indonesia

Adapun strategi WO yang digunakan oleh BMT adalah dengan cara Meminimalkan kelemahan yaitu kurangnya teknologi dan belum di fungsikanya IT untuk link antara karyawan lembaga kantor berbeda lokasi, dengan ditambahkan penggunaan teknologi pendukung serta memanfaatkan peluang yang ada. Apabila sebuah organisasi mempunyai alat teknologi yang mendukung untuk pengembangan perusahaan, agar perusahaan tersebut bisa bersaing dengan perusahaan yang lain, maka dari situlah salah satu faktor pendukung suatu perusahaan. Diharapkan dengan adanya alat IT semacam ini akan menjadikan semangat serta etos kerja yang meningkat, menghindari

kemunduran kinerja, serta mengambil peluang pasar yang masih terbuka lebar.

2. Kelemahannya di BMT Bina Ihsanul Fikri yakni Kurangnya promosi, sedangkan peluangnya adalah perhatian pemerintah sudah cukup bagus.

Adapun strategi WO yang diterapkan oleh BMT Bina Ihsanul Fikri yaitu Meminimalkan kelemahan promosi yang kurang gencar dengan bekerja sama dengan pemerintah untuk mempromosikan tentang keuangan Islam. Adanya kerja sama dengan pemerintah ini membuat lembaga keuangan Islam kedepannya semakin diminati masyarakat, karena adanya faktor pendukung dari pemerintah tersebut, secara tidak langsung pemerintah sudah membantu mempromosikan lembaga keuangan Islam itu sendiri.

3. Kelemahan di BMT Bina Ihsanul Fikri kurangnya promosi, sedangkan BMT mempunyai peluang promosi melalui internet.

Adapun strategi WO yakni melakukan promosi besar-besaran melalui alat cetak dan elektronik. Suatu lembaga akan dikenal setiap orang salah satunya yaitu dengan melakukan promosi besar-besaran bisa melalui, internet, radio, televisi dan media cetak lainnya. Inilah salah satu cara agar organisasi kita mudah di kenal dalam hal ini yaitu BMT atau lembaga keuangan Islam.

E. Strategi ST (Strengths Threats)

Strategi ST (*Strengths Threats*) adalah strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman yang kita hadapi. Adapun penulis mendapatkan hasil dilapangan sebagai berikut beserta strateginya.

1. Kekuatanya yang dimiliki BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta tingkat pendidikan dan keterampilan pengurus yang cukup tinggi, sedangkan ancamannya adalah masih adanya persepsi masyarakat yang beranggapan bahwa lembaga keuangan konvensional dengan lembaga keuangan syariah sama.

Adapun strategi ST yang diterapkan BMT Bina Ihsanul Fikri yakni melakukan sosialisasi tentang konsep ekonomi syariah ke pada masyarakat. Sosialisai disini dimaksudkan untuk mendalami kembali pengetahuan masyarakat tentang konsep ekonomi syariah. Dengan melakukan sosialisasi kemasyarakat, instansi dan sekolah-sekolah yang ada di jogja, agar masyarakat paham dan mengerti tentang konsep ekonomi syariah. Hal ini sangat penting, mengingat masih banyak masyarakat yang kurang mengerti tentang konsep ekonomi syariah tersebut. Serta demi menyongsong perkembangan ekonomi syariah dimasa yang akan datang.

2. Kekuatan yang dimiliki BMT Bina Ihsanul Fikri solidaritas yang terbangun sangat kuat diantara pengurus dan pengelola, sedangkan ancamannya masih adanya persepsi masyarakat yang beranggapan bahwa lembaga keuangan syariah sama.

Adapun strategi ST yang diterapkan oleh BMT Bina Ihsanul Fikri yaitu mengadakan kerja sama dengan masyarakat melalui sosialisasi disetiap pengajian-pengajian untuk menghindari ancaman dari luar. Perkumpulan-perkumpulan masyarakat yang ada disekitar jogja, seperti pengajian ibu-ibu dan bapak-bapak yang rutin diadakan di daerah Jogja seperti pengajian minggu pagi, pengajian hari-hari besar Islam, momentum ini bisa di manfaatkan untuk sosialisasi BMT agar masyarakat lebih memahami tentang keuangan syariah.

3. Kekuatan yang dimiliki BMT Bina Ihsanul Fikri solidaritas yang terbangun sangat kuat diantara pengurus, pengelola, dan anggota sedangkan ancamannya tuntunan keluarga untuk berhenti.

Adapun strategi ST yang diterapkan oleh BMT Bina Ihsanul Fikri yaitu menggunakan kekuatan dengan Mengadakan pertemuan anggotasetidaknya 4 bulan sekali. Mempersering pertemuan dengan anggotanya akan menjadikan BMT Bina Ihsanul Fikri lebih dekat lagi dan lebih dikenal lagi antara pengelola dan anggotanya, dan juga bisa menjadi tempat sosialisasi dan pembinaan kepada para anggotanya.

4. Kekuatan yang dimiliki BMT Bina Ihsanul Fikri yakni penerapan strategi jemput bola, sedangkan ancamannya adanya kredit usaha rakyat (KUR) dan adanya bank umum syariah yang masuk ke dalam pembiayaan mikro.

Adapun strategi ST yang diterapkan oleh BMT Bina Ihsanul Fikri yakni menggunakan kekuatan dengan

mengadakan pelatihan karyawan dalam bidang retorika serta komunikasi pemasaran yang lebih baik, agar menghindari berbagai ancaman dari luar. Karyawan BMT merupakan karyawan yang selalu berhubungan dengan pasar (karena jempot bola), maka akan sangat baik ketika mereka mampu berkomunikasi secara baik dan memiliki ciri khas dalam beretorika dan pemasaran, sehingga masyarakat lebih paham dan tertarik untuk bergabung dengan BMT. Komunikasi juga harus sejalan dengan tipe, corak dan napas lembaga artinya komunikasi yang diharapkan bagi karyawan BMT adalah model komunikasi yang menggambarkan lembaga syariah sesungguhnya.

F. Strategi WT (*Weaknesses Threats*)

Strategi WT (*Strengths Threats*) strategi ini meminimalkan kelemahan, sekaligus menghindari ancaman. Adapun penulis mendapatkan hasil dilapangan sebagai berikut beserta strateginya.

1. Kelemahan anggota BMT Bina Ihsanul Fikri kurangnya promosi, sedangkan ancamanya masih adanya persepsi masyarakat yang beranggapan bahwa lembaga keuangan konvensional dan lembaga keuangan syariah sama.

Adapun strategi WT yang diterapkan BMT Bina Ihsanul Fikri yakni Menghindari ancaman dari masyarakat yang mengatakan bahwa lembaga keuangan syariah dan konvensional sama, dengan melakukan sosialisasi kepada masyarakat agar masyarakat mengetahui bedanya lembaga keuangan syariah dan konvensional.

Melakukan sosialisasi kepada masyarakat seperti membuat seminar keuangan syariah, kunjungan ke setiap instansi, sekolah maupun lembaga tentang lembaga keuangan syariah, agar masyarakat mengetahui bahwa lembaga keuangan syariah berbeda dengan lembaga keuangan konvensional, bisa juga membuat situs atau web yang update seputar tentang lembaga keuangan syariah agar lebih dikenal lagi oleh masyarakat sekitar khususnya anggota dan pembaca lain pada umumnya.

2. Kelemahan BMT Bina Ihsanul Fikri belum bisa melayani haji langsung, sedangkan ancaman BMT Bina Ihsanul Fikri masih adanya anggota yang kurang disiplin dalam melunasi pembiayaan.

Adapun strategi WT yang diterapkan oleh BMT Bina Ihsanul Fikri yakni meminimalkan kelemahan dengan Menegakkan peraturan supaya menyeleksi setiap calon pembiayaan dengan ketat. Menegakkan peraturan dengan menyeleksi kepada calon yang akan melakukan pembiayaan (anggota atau calon anggota mengajukan peminjaman) akan memperkecil adanya kredit macet, yaitu dengan cara mensurvei dengan ketat dan teliti setiap anggota ataupun calon anggota yang mengajukan pembiayaan di BMT Bina Ihsanul Fikri guna mengetahui kepantasan anggota dalam melakukan pembiayaan.

3. Kelemahan BMT Bina Ihsanul Fikri kurangnya teknologi dan belum di fungsikan IT untuk link antara karyawan lembaga kantor yang berbeda lokasi, sedangkan ancaman di BMT

Bina Ihsanul Fikri pesaing yang sudah mengaplikasikan teknologi dan kemudahan nasabah dalam bertransaksi.

Adapun strategi WT yang diterapkan oleh BMT Bina Ihsanul Fikri yakni meminimalkan kelemahan kurangnya teknologi dengan ditambah penggunaan teknologi pendukung. Setiap lembaga atau organisasi pasti memerlukan alat teknologi sebagai salah satu faktor pendukung, agar masyarakat nyaman dalam melakukan transaksi contohnya bisa membuat ATM disetiap BMT seperti perbankan lainnya yang sudah mempunyai ATM.

4. Kelemahan yang ada di BMT Bina Ihsanul Fikri yakni kurangnya promosi, sedangkan ancamannya yaitu pesaing yang udah mengaplikasikan teknologi dan kemudahan nasabah dalam bertransaksi.

Adapun strategi WT yang diterapkan oleh BMT Bina Ihsanul Fikri yakni meminimalkan kelemahan kurangnya promosi dengan mempromosikan atau membuat produk-produk baru yang bisa menarik masyarakat pada saat ini. Pada saat ini masyarakat suka dengan produk-produk yang baru, yang bisa menarik simpati masyarakat agar masyarakat mudah melakukan transaksi-transaksi seperti pembayaran listrik, isi ulang pulsa listrik dan pemesanan tiket online, hal ini bisa ditambahkan BMT Bina Ihsanul Fikri sebagai jenis baru produknya.

G. Strategi S0 (*Strengths Opportunities*)

Strategi S0 yaitu strategi memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk merebut peluang sebesar-besarnya. Adapun

penulis mendapatkan hasil dilapangan sebagai berikut beserta strateginya.

1. Kekuatan yang dimiliki BMT Bina Ihsanul Fikri yaitu tingkat pendidikan dan keterampilan pengurus yang cukup tinggi, sedangkan peluang yang dimiliki BMT Bina Ihsanul Fikri yakni masyarakat sekitar BMT mayoritas muslim.

Adapun strategi SO yang diterapkan BMT Bina Ihsanul Fikri yaitu menggunakan kekuatan dengan membuka website untuk mempromosikan produk-produk dan keunggulan BMT Bina Ihsanul Fikri untuk memanfaatkan peluang yang ada di BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta. Adanya jaringan website di BMT Bina Ihsanul Fikri akan lebih mudah dalam mempromosikan produk-produknya baik produk tabungan maupun pembiayaan agar masyarakat mudah mengetahui, tidak hanya masyarakat muslim, non muslim juga bisa mengetahui.

2. Kekuatan yang dimiliki BMT Bina Ihsanul Fikri yakni penerapan strategi jemput bola, sedangkan peluangnya adalah dekat dengan pusat pasar, ekonomi, dan sentral industri pemerintah.

Adapun strategi SO yang diterapkan oleh BMT Bina Ihsanul Fikri yaitu menggunakan kekuatan dengan turun ke pasar serta ke tempat sentral ekonomi dengan mempertahankan nasabah yang sudah loyal. Pengurus melakukan turun langsung ke pasar kesalah satu tempat sentral ekonomi, secara tidak langsung pengurus sudah

melakukan promosi disekitar masyarakat, agar masyarakat lebih tertarik untuk menabung atau melakukan pembiayaan di BMT Bina Ihsanul Fiki, dari situlah timbul minat masyarakat untuk menabung dan melakukan simpan pinjam di lembaga tersebut.

3. Kekuatan yang dimiliki BMT Bina Ihsanul Fikri solidaritas yang terbangun sangat kuat diantara pengurus dan pengelola, sedangkan peluangnya masyarakat sekitar BMT mayoritas muslim.

Adapun strategi SO yang diterapkan oleh BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta yaitu menggunakan kekuatan dengan mempererat hubungan antara pengurus BMT dan masyarakat sekitarnya. Dengan kita saling memperkuat hubungan dengan masyarakat dalam hal ini pengurus BMT, maka dengan kesempatan itulah kita bisa mempromosikan produk-produk kepada masyarakat, dari situlah masyarakat mulai tertarik dengan lembaga keuangan syariah.

Berdasarkan paparan data diatas jelas perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah dibagianstrategi pengembangan, indikator serta analisisnya mulai dari indikator kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman, serta Strategi SO (*Streghts Opourtunities*), Strategi WT (*Weaknesses, Threats*), Strategi ST (*Streghts Threats*) dan Strategi WO (*Weaknesses Opourtunities*). Adapun penelitian ini membahas tentang strategi pengembangan, beserta analisisnya. Sedangkan penelitian terdahulu hanya membahas strategi pengembangan.

Bab 5

AYAT-AYAT EKONOMI

A. Ayat Etika Jual Beli

- Menjauhkan Yang Haram dalam jual beli.

وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ
أَشُدَّهُ ۖ وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ ۚ لَا نُكَلِّفُ نَفْسًا
إِلَّا وُسْعَهَا ۚ وَإِذَا قُلْتُمْ فَاعْدِلُوا وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبَىٰ ۗ وَبِعَهْدِ اللَّهِ
أَوْفُوا ذَٰلِكُمْ وَصَّوْكَم بِهِ ۖ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

Artinya: Dan janganlah kamu dekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih bermanfaat, hingga sampai ia dewasa. Dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak memikulkan beban kepada seseorang melainkan sekedar kesanggupannya. Dan apabila kamu berkata, maka hendaklah kamu berlaku adil, kendatipun ia adalah kerabat(mu), dan penuhilah janji Allah. Yang demikian itu diperintahkan Allah kepadamu agar kamu ingat. (QS. 6:152)

﴿أَوْفُوا بِالْكَيْلِ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ وَزِنُوا بِالْقِسْطِاسِ الْمُسْتَقِيمِ وَلَا تَبْخُسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ﴾

Artinya: Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu Termasuk orang-orang yang merugikan dan timbanglah dengan timbangan yang lurus dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan; (QS. 26: 181-183)

﴿أَلَّا تَطْغَوْا فِي الْمِيزَانِ وَأَقِيمُوا الْوَزْنَ بِالْقِسْطِ وَلَا تُخْسِرُوا الْمِيزَانَ﴾

Artinya: Supaya kamu jangan melampaui batas tentang neraca itu. dan Tegakkanlah timbangan itu dengan adil dan janganlah kamu mengurangi neraca itu. (QS. 55:8 - 9)

B. Ayat Riba

- Hukum Riba (QS. 2:275)

﴿الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ﴾

Artinya: Orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُّؤْمِنِينَ

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa Riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman. (QS. 2: 278).

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan Riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan. (QS. 3:130)

يَمْحَقُ اللَّهُ الرِّبَا وَيُرِي الصَّدَقَتِ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ كُلَّ كَفَّارٍ أَثِيمٍ

Artinya: Allah memusnahkan Riba dan menyuburkan sedekah dan Allah tidak menyukai Setiap orang yang tetap dalam kekafiran, dan selalu berbuat dosa. (QS 2:276)

فَإِنْ لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِۦ وَإِنْ تُبْتُمْ
فَلَكُمْ رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ

Artinya: Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), Maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), Maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak Menganiaya dan tidak (pula) dianiaya. (QS 2:279)

C. Ayat Sewa menyewa

قَالُوا يٰذَا الْقَرْنَيْنِ اِنَّ يٰاُجُوۡجَ وَمَاۡجُوۡجَ مُفْسِدُوۡنَ فِى الْاَرْضِ
فَهَلْ نَجْعَلُ لَكَ خَرْجًا عَلٰۤى اَنْ تَجْعَلَ بَيْنَنَا وَبَيْنَهُمْ سَدًا

Artinya: Mereka berkata: "Hai Dzulkarnain, Sesungguhnya Ya'juj dan Ma'juj itu orang-orang yang membuat kerusakan di muka bumi, Maka dapatkah Kami memberikan sesuatu pembayaran kepadamu, supaya kamu membuat dinding antara Kami dan mereka. (QS. 18:94)

D. Ayat Sedeqah

وَأَنْفِقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ
وَأَحْسِنُوا إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ

Artinya: Dan belanjakanlah (harta bendamu) di jalan Allah, dan janganlah kamu menjatuhkan dirimu sendiri ke dalam kebinasaan, dan berbuat baiklah, karena Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik. (QS. 2:195)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنْفِقُوا مِمَّا رَزَقْنَاكُمْ مِّن قَبْلِ أَنْ يَأْتِيَ
يَوْمٌ لَا بَيْعٌ فِيهِ وَلَا خُلَّةٌ وَلَا شَفْعَةٌ وَالْكَافِرُونَ هُمُ
الظَّالِمُونَ

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, belanjakanlah (di jalan Allah) sebagian dari rezki yang telah Kami berikan kepadamu sebelum datang hari yang pada hari itu tidak ada lagi jual beli dan tidak ada lagi syafa'at. dan orang-orang kafir itulah orang-orang yang zalim. (QS 2:254).

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنْفِقُوا مِّن طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا
أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِّنَ الْأَرْضِ ۗ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ
وَلَسْتُمْ بِءِٰخِذِيهِ إِلَّا أَن تُغْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ
غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, Padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji. (QS 2:267).

وَمَا ذَا عَلَيْهِمْ لَوْ ءَامَنُوا بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَأَنْفَقُوا مِمَّا
رَزَقَهُمُ اللَّهُ وَكَانَ اللَّهُ بِهِمْ عَلِيمًا

Artinya: Apakah kemudharatannya bagi mereka, kalau mereka beriman kepada Allah dan hari kemudian dan menafkahkan sebahagian rezki yang telah diberikan Allah kepada mereka? dan adalah Allah Maha mengetahui Keadaan mereka (QS. 4:39)

الَّذِينَ يُقِيمُونَ الصَّلَاةَ وَمِمَّا رَزَقْنَاهُمْ يُنْفِقُونَ

Artinya: (yaitu) orang-orang yang mendirikan shalat dan yang menafkahkan sebagian dari rezki yang Kami berikan kepada mereka. (QS. 8:3)

أَلَمْ يَعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ هُوَ يَقْبَلُ التَّوْبَةَ عَنْ عِبَادِهِ وَيَأْخُذُ
الصَّدَقَاتِ وَأَنَّ اللَّهَ هُوَ التَّوَّابُ الرَّحِيمُ

Artinya: Tidaklah mereka mengetahui, bahwasanya Allah menerima taubat dari hamba-hamba-Nya dan menerima zakat dan bahwasanya Allah Maha Penerima taubat lagi Maha Penyayang. (QS. 9:104).

فَلَمَّا دَخَلُوا عَلَيْهِ قَالُوا يَا أَيُّهَا الْعَزِيزُ مَسَّنَا وَأَهْلَنَا الضُّرُّ
وَجِئْنَا بِبِضْعَةٍ مُزَجَّلَةٍ فَأَوْفِ لَنَا الْكَيْلَ وَتَصَدَّقْ عَلَيْنَا إِنَّ
اللَّهَ يَجْزِي الْمُتَصَدِّقِينَ

Artinya: Maka ketika mereka masuk ke (tempat) Yusuf, mereka berkata: "Hai Al Aziz, Kami dan keluarga Kami telah ditimpa kesengsaraan dan Kami datang membawa barang-barang yang tak berharga, Maka sempurnakanlah sukatan untuk Kami dan bersedekahlah kepada Kami, Sesungguhnya Allah memberi Balasan kepada orang-orang yang bersedekah". (QS. 12:88).

وَالَّذِينَ صَبَرُوا أَبْتِغَاءَ وَجْهِ رَبِّهِمْ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَنفَقُوا مِمَّا
رَزَقْنَاهُمْ سِرًّا وَعَلَانِيَةً وَيَدْرَءُونَ بِالْحَسَنَةِ السَّيِّئَةَ أُولَئِكَ
لَهُمْ عُقْبَى الدَّارِ

Artinya: Dan orang-orang yang sabar karena mencari keridhaan Tuhannya, mendirikan shalat, dan menafkahkan sebagian rezki yang Kami berikan kepada mereka, secara sembunyi atau terang-terangan serta menolak kejahatan dengan kebaikan; orang-orang itulah yang mendapat tempat kesudahan (yang baik). (QS. 13:22)

ضَرَبَ اللَّهُ مَثَلًا عَبْدًا مَمْلُوكًا لَا يَقْدِرُ عَلَى شَيْءٍ وَمَن
رَزَقْنَاهُ مِنَّا رِزْقًا حَسَنًا فَهُوَ يُنْفِقُ مِنْهُ سِرًّا وَجَهْرًا هَلْ
يَسْتَوُونَ الْحَمْدُ لِلَّهِ بَلْ أَكْثَرُهُمْ لَا يَعْلَمُونَ

Artinya: Allah membuat perumpamaan dengan seorang hamba sahaya yang dimiliki yang tidak dapat bertindak terhadap sesuatupun dan seorang yang Kami beri rezki yang baik dari Kami, lalu Dia menafkahkan sebagian dari rezki itu secara sembunyi dan secara terang-terangan, Adakah mereka itu sama? segala puji hanya bagi Allah, tetapi kebanyakan mereka tiada mengetahui. (QS. 16:75)

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايَ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ
عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

Artinya: Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) Berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan

permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran. (QS. 16:90).

إِنَّ الَّذِينَ يَتْلُونَ كِتَابَ اللَّهِ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَنْفَقُوا مِمَّا رَزَقْنَاهُمْ سِرًّا وَعَلَانِيَةً يَرْجُونَ تِجَارَةً لَّن تَبُورَ

Artinya: Sesungguhnya orang-orang yang selalu membaca kitab Allah dan mendirikan shalat dan menafkahkan sebahagian dari rezki yang Kami anugeahkan kepada mereka dengan diam-diam dan terang-terangan, mereka itu mengharapkan perniagaan yang tidak akan merugi, (QS. 35:29).

ءَامِنُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ وَأَنْفَقُوا مِمَّا جَعَلَكُمْ مُسْتَخْلَفِينَ فِيهِ ۗ فَالَّذِينَ ءَامَنُوا مِنْكُمْ وَأَنْفَقُوا لَهُمْ أَجْرٌ كَبِيرٌ

Artinya: berimanlah kamu kepada Allah dan Rasul-Nya dan nafkahkanlah sebagian dari hartamu yang Allah telah menjadikan kamu menguasainya. Maka orang-orang yang beriman di antara kamu dan menafkahkan (sebagian) dari hartanya memperoleh pahala yang besar. (QS.57:7)

وَمَا لَكُمْ أَلَّا تُنْفِقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلِلَّهِ مِيرَاثُ السَّمَوَاتِ
وَالْأَرْضِ ۗ لَا يَسْتَوِي مِنْكُمْ مَنْ أَنْفَقَ مِنْ قَبْلِ الْفَتْحِ وَقَتَلَ
أُولَئِكَ أَعْظَمُ دَرَجَةً مِّنَ الَّذِينَ أَنْفَقُوا مِنْ بَعْدِ وَقَتَلُوا ۗ وَكَلَّا
وَعَدَ اللَّهُ الْحُسَيْنِ ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ

Artinya: Dan mengapa kamu tidak menafkahkan (sebagian hartamu) pada jalan Allah, Padahal Allah-lah yang

mempusakai (mempunyai) langit dan bumi? tidak sama di antara kamu orang yang menafkahkan (hartanya) dan berperang sebelum penaklukan (Mekah). mereka lebih tinggi derajatnya daripada orang-orang yang menafkahkan (hartanya) dan berperang sesudah itu. Allah menjanjikan kepada masing-masing mereka (balasan) yang lebih baik. dan Allah mengetahui apa yang kamu kerjakan. (QS. 57:10)

وَأَنْفِقُوا مِنْ مَّا رَزَقْنَاكُمْ مِنْ قَبْلِ أَنْ يَأْتِيَ أَحَدَكُمُ الْمَوْتُ
فَيَقُولَ رَبِّ لَوْلَا أَخَّرْتَنِي إِلَىٰ أَجَلٍ قَرِيبٍ فَأَصَّدَّقَ وَأَكُن
مِنَ الصَّالِحِينَ

Artinya: Dan belanjakanlah sebagian dari apa yang telah Kami berikan kepadamu sebelum datang kematian kepada salah seorang di antara kamu; lalu ia berkata: "Ya Rabb-ku, mengapa Engkau tidak menangguhkan (kematian)ku sampai waktu yang dekat, yang menyebabkan aku dapat bersedekah dan aku Termasuk orang-orang yang saleh. (QS. 63.10)

وَأَمَّا السَّائِلَ فَلَا تَنْهَرْ

Artinya: Dan terhadap orang yang minta-minta, janganlah kamu menghardiknya. (QS. 93.10)

E. Ayat Keutamaan Sedekah

مَنْ ذَا الَّذِي يُقْرِضُ اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا فَيُضْعِفُهُ لَهُ وَأُضْعَافًا
كَثِيرَةً وَاللَّهُ يَقْبِضُ وَيَبْصُطُ وَإِلَيْهِ تُرْجَعُونَ

Artinya: siapakah yang mau memberi pinjaman kepada Allah, pinjaman yang baik (menafkahkan hartanya di jalan Allah), Maka Allah akan meperlipat gandakan pembayaran kepadanya dengan lipat ganda yang banyak. dan Allah

menyempitkan dan melapangkan (rezki) dan kepada-Nya-lah kamu dikembalikan. (QS. 2:245).

مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَنْبَتَتْ
سَبْعَ سَنَابِلَ فِي كُلِّ سُنبُلَةٍ مِائَةٌ حَبَّةٌ وَاللَّهُ يُضْعِفُ لِمَنْ
يَشَاءُ وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ

Artinya: Perumpamaan (nafkah yang dikeluarkan oleh) orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah, adalah serupa dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuh bulir, pada tiap-tiap bulir seratus biji. Allah melipat gandakan (ganjaran) bagi siapa yang Dia kehendaki. dan Allah Maha Luas (karunia-Nya) lagi Maha mengetahui. (QS 2:261).

الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ ثُمَّ لَا يُتَّبِعُونَ مَا أَنْفَقُوا
مَنًّا وَلَا أَذَى لَّهُمْ أَجْرُهُمْ عِنْدَ رَبِّهِمْ وَلَا خَوْفٌ عَلَيْهِمْ وَلَا
هُمْ يَحْزَنُونَ

Artinya: orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah, kemudian mereka tidak mengiringi apa yang dinafkakkannya itu dengan menyebut-nyebut pemberiannya dan dengan tidak menyakiti (perasaan si penerima), mereka memperoleh pahala di sisi Tuhan mereka. tidak ada kekhawatiran terhadap mereka dan tidak (pula) mereka bersedih hati. (QS. 2:262).

الشَّيْطَانُ يَعِدُكُمُ الْفَقْرَ وَيَأْمُرُكُم بِالْفَحْشَاءِ وَاللَّهُ
يَعِدُكُم مَّغْفِرَةً مِّنْهُ وَفَضْلًا وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ

Artinya: syaitan menjanjikan (menakut-nakuti) kamu dengan kemiskinan dan menyuruh kamu berbuat kejahatan (kikir); sedang Allah menjadikan untukmu ampunan daripada-Nya dan karunia. Dan Allah Maha Luas (karunia-Nya) lagi Maha Mengatahui. (QS. 2:268)

الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ بِاللَّيْلِ وَالنَّهَارِ سِرًّا وَعَلَانِيَةً فَلَهُمْ أَجْرُهُمْ عِنْدَ رَبِّهِمْ وَلَا خَوْفٌ عَلَيْهِمْ وَلَا هُمْ يَحْزَنُونَ

Artinya: orang-orang yang menafkahkan hartanya di malam dan di siang hari secara tersembunyi dan terang-terangan, Maka mereka mendapat pahala di sisi Tuhannya. tidak ada kekhawatiran terhadap mereka dan tidak (pula) mereka bersedih hati. (QS.2:274).

F. Ayat Menyuburkan harta dengan sedeqah.

الشَّيْطَانُ يَعِدُكُمُ الْفَقْرَ وَيَأْمُرُكُم بِالْفَحْشَاءِ وَاللَّهُ يَعِدُكُم مَّغْفِرَةً مِّنْهُ وَفَضْلًا وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ

Artinya: syaitan menjanjikan (menakut-nakuti) kamu dengan kemiskinan dan menyuruh kamu berbuat kejahatan (kikir); sedang Allah menjadikan untukmu ampunan daripada-Nya dan karunia. dan Allah Maha Luas (karunia-Nya) lagi Maha Mengatahui. (QS. 2:268).

يَمْحَقُ اللَّهُ الرِّبَا وَيُرْبِي الصَّدَقَاتِ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ كُلَّ كَفَّارٍ أَثِيمٍ

Artinya: Allah memusnahkan Riba dan menyuburkan sedekah dan Allah tidak menyukai Setiap orang yang tetap dalam kekafiran, dan selalu berbuat dosa. (QS. 2:276)

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ
إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

Artinya: ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketenteraman jiwa bagi mereka. dan Allah Maha mendengar lagi Maha mengetahui. (QS. 9:103).

قُلْ إِنَّ رَبِّي يَبْسُطُ الرِّزْقَ لِمَن يَشَاءُ مِنْ عِبَادِهِ وَيَقْدِرُ لَهُ
وَمَا أَنْفَقْتُمْ مِّنْ شَيْءٍ فَهُوَ يُخْلِفُهُ وَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ

Artinya: Katakanlah: "Sesungguhnya Tuhanmu melapangkan rezki bagi siapa yang dikehendaki-Nya di antara hamba-hamba-Nya dan menyempitkan bagi (siapa yang dikehendaki-Nya)". dan barang apa saja yang kamu nafkahkan, Maka Allah akan menggantinya dan Dia-lah pemberi rezki yang sebaik-baiknya. (QS. 34:39).

الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ ثُمَّ لَا يُتْبِعُونَ مَا أَنْفَقُوا
مِنَّا وَلَا أَدَى لَهُمْ أَجْرُهُمْ عِنْدَ رَبِّهِمْ وَلَا خَوْفٌ عَلَيْهِمْ وَلَا
هُمْ يَحْزَنُونَ

Artinya: orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah, kemudian mereka tidak mengiringi apa yang dinafkahkan itu dengan menyebut-nyebut pemberiannya dan dengan tidak menyakiti (perasaan si penerima), mereka memperoleh pahala di sisi Tuhan mereka. tidak ada kekhawatiran terhadap mereka dan tidak (pula) mereka bersedih hati. (QS. 2:262).

وَأَعِدُّوا لَهُمْ مَا اسْتَطَعْتُمْ مِنْ قُوَّةٍ وَمِنْ رِبَاطِ الْخَيْلِ تُرْهَبُونَ
 بِهِ عَدُوَّ اللَّهِ وَعَدُوَّكُمْ وَعَآخِرِينَ مِنْ دُونِهِمْ لَا تَعْلَمُونَهُمْ
 اللَّهُ يَعْلَمُهُمْ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ شَيْءٍ فِي سَبِيلِ اللَّهِ يُوَفَّ
 إِلَيْكُمْ وَأَنْتُمْ لَا تُظْلَمُونَ

Artinya: Dan siapkanlah untuk menghadapi mereka kekuatan apa saja yang kamu sanggupi dan dari kuda-kuda yang ditambat untuk berperang (yang dengan persiapan itu) kamu menggentarkan musuh Allah dan musuhmu dan orang orang selain mereka yang kamu tidak mengetahuinya; sedang Allah mengetahuinya. apa saja yang kamu nafkahkan pada jalan Allah niscaya akan dibalasi dengan cukup kepadamu dan kamu tidak akan dianiaya (dirugikan). (QS. 8 :60)

الَّذِينَ ءَامَنُوا وَهَاجَرُوا وَجَاهَدُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ بِأَمْوَالِهِمْ
 وَأَنْفُسِهِمْ أَعْظَمُ دَرَجَةً عِنْدَ اللَّهِ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْفَائِزُونَ

Artinya: orang-orang yang beriman dan berhijrah serta berjihad di jalan Allah dengan harta, benda dan diri mereka, adalah lebih Tinggi derajatnya di sisi Allah; dan Itulah orang-orang yang mendapat kemenangan. (QS. 9:20)

تُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ وَتُجَاهِدُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ بِأَمْوَالِكُمْ
 وَأَنْفُسِكُمْ ذَٰلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya (yaitu) kamu beriman kepada Allah dan RasulNya dan berjihad di jalan Allah dengan harta dan jiwamu. Itulah yang lebih baik bagimu, jika kamu mengetahui. (QS. 61:11).

G. Ayat tentang Syarat syarat sedeqah

وَمَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ ابْتِغَاءَ مَرْضَاتِ اللَّهِ وَتَثْبِيتًا مِّنْ أَنفُسِهِمْ كَمَثَلِ جَنَّةٍ بِرَبْوَةٍ أَصَابَهَا وَابِلٌ فَاءَاتَتْ أُكْلَهَا ضِعْفَيْنِ فَإِن لَّمْ يُصِبْهَا وَابِلٌ فَطُلٌّ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ

Artinya: Dan perumpamaan orang-orang yang membelanjakan hartanya karena mencari keridhaan Allah dan untuk keteguhan jiwa mereka, seperti sebuah kebun yang terletak di dataran Tinggi yang disiram oleh hujan lebat, Maka kebun itu menghasilkan buahnya dua kali lipat. jika hujan lebat tidak menyiraminya, Maka hujan gerimis (pun memadai). dan Allah Maha melihat apa yang kamu perbuat. (QS. 2:265)

لَيْسَ عَلَيْكَ هُدَاهُمْ وَلَكِنَّ اللَّهَ يَهْدِي مَن يَشَاءُ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ خَيْرٍ فَلِأَنفُسِكُمْ وَمَا تُنْفِقُونَ إِلَّا ابْتِغَاءَ وَجْهِ اللَّهِ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ خَيْرٍ يُوَفَّ إِلَيْكُمْ وَأَنْتُمْ لَا تُظْلَمُونَ

Artinya: Bukanlah kewajibanmu menjadikan mereka mendapat petunjuk, akan tetapi Allah-lah yang memberi petunjuk (memberi taufiq) siapa yang dikehendaki-Nya. dan apa saja harta yang baik yang kamu nafkahkan (di jalan Allah), Maka pahalanya itu untuk kamu sendiri. dan janganlah kamu membelanjakan sesuatu melainkan karena mencari keridhaan Allah. dan apa saja harta yang baik yang kamu nafkahkan, niscaya kamu akan diberi pahalanya dengan cukup sedang kamu sedikitpun tidak akan dianiaya (dirugikan). (QS. 2:272).

لَا خَيْرَ فِي كَثِيرٍ مِّنْ نَّجْوَاهُمْ إِلَّا مَنْ أَمَرَ بِصَدَقَةٍ أَوْ مَعْرُوفٍ
 أَوْ إِصْلَاحٍ بَيْنَ النَّاسِ وَمَن يَفْعَلْ ذَلِكَ ابْتِغَاءَ مَرْضَاتِ اللَّهِ
 فَسَوْفَ نُؤْتِيهِ أَجْرًا عَظِيمًا

Artinya: Tidak ada kebaikan pada kebanyakan bisikan-bisikan mereka, kecuali bisikan-bisikan dari orang yang menyuruh (manusia) memberi sedekah, atau berbuat ma'ruf, atau Mengadakan perdamaian di antara manusia. dan Barangsiapa yang berbuat demikian karena mencari keredhaan Allah, Maka kelak Kami memberi kepadanya pahala yang besar. (QS. 4. 114)

وَمِنَ الْأَعْرَابِ مَن يَتَّخِذُ مَا يُنْفِقُ مَغْرَمًا وَيَتَرَبَّصُ بِكُمُ
 الدَّوَابِّ عَلَيْهِمْ ذَائِرَةُ السَّوْءِ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ .

Artinya: Di antara orang-orang Arab Badwi itu ada orang yang memandang apa yang dinafkaskannya (di jalan Allah), sebagai suatu kerugian, dan Dia menanti-nanti marabahaya menimpamu, merekalah yang akan ditimpa marabahaya. dan Allah Maha mendengar lagi Maha mengetahui. (QS. 9:98)

وَمِنَ الْأَعْرَابِ مَن يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَيَتَّخِذُ مَا يُنْفِقُ
 قُرْبَةً عِندَ اللَّهِ وَصَلَوَاتِ الرَّسُولِ أَلَا إِنَّهَا قُرْبَةٌ لَهُمْ
 سَيُدْخِلُهُمُ اللَّهُ فِي رَحْمَتِهِ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَّحِيمٌ

Artinya: di antara orang-orang Arab Badwi itu ada orang yang beriman kepada Allah dan hari Kemudian, dan memandang apa yang dinafkaskannya (di jalan Allah) itu, sebagai jalan untuk mendekatkannya kepada Allah dan sebagai jalan untuk memperoleh doa rasul. ketahuilah, Sesungguhnya nafkah itu

adalah suatu jalan bagi mereka untuk mendekatkan diri (kepada Allah). kelak Allah akan memasukan mereka kedalam rahmat (surga)Nya; Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang. (QS. 9:99)

إِنَّمَا نُنْعِمُكُمْ لَوَجْهِ اللَّهِ لَا نُرِيدُ مِنْكُمْ جَزَاءً وَلَا شُكُورًا

Artinya: Sesungguhnya Kami memberi makanan kepadamu hanyalah untuk mengharapkan keridhaan Allah, Kami tidak menghendaki Balasan dari kamu dan tidak pula (ucapan) terima kasih. (QS. 76:9)

إِلَّا أَسْتَعَاذَ وَجْهَ رَبِّهِ الْأَعْلَى

Artinya: Tetapi (dia memberikan itu semata-mata) karena mencari keridhaan Tuhannya yang Maha tinggi. (QS. 92:20)

Bab 6

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang peneliti lakukan tentang, “Strategi Pengembangan *Baitul Maal Wat Tamwil* berdasarkan Analisis SWOT (BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta)”, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kondisi atau faktor internal BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta yang meliputi kekuatan (*Strenght*) dan kelemahan (*Weaknesses*) antara lain:
 - a. Indikator kekuatan (*Strenght*)
 1. Lokasi yang strategis.
 2. *Job Description* yang jelas dan terfokus.
 3. Penerapan strategi jempot bola.
 4. Tingkat pendidikan dan keterampilan pengurus cukup tinggi.
 5. Mempunyai Kantor cabang di seluruh DIY.
 6. Solidaritas yang terbangun sangat kuat diantara pengurus dan pengelola.

7. Mempunyai kantor sendiri.
 8. Aman.
 9. Peran manager yang mampu menciptakan suasana kekeluargaan dalam bekerja dan budaya kerja Islami.
- b. Indikator Kelemahan (*Weaknesses*)
1. Kurangnya teknologi dan belum difungsikanya IT untuk link antara karyawan lembaga dikantor berbeda lokasi.
 2. Kurangnya Promosi.
 3. Belum bisa melayani Haji langsung
2. Kondisi atau faktor eksternal BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta yang meliputi peluang (*opportunities*) dan ancaman (*Threath*) antara lain.
- a. Inditator peluang (*Opportunities*)
1. Masyarakat sekitar BMT Bina Ihsanul Fikri mayoritas muslim.
 2. Promosi melalui internet.
 3. Dekat dengan pusat ekonomi, pasar dan sentral industri pemerintahan.
 4. Perkembangan ekonomi syariah sudah cukup pesat di seluruh dunia khususnya di Indonesia.
 5. Perhatian pemerintah sudah cukup bagus.
- b. Indikator ancaman (*Threath*)
1. Masih adanya persepsi masyarakat yang beranggapan bahwa lembaga keuangan konvensional dengan lembaga keuangan syariah sama saja.
 2. Tuntunan keluarga untuk berhenti bekerja.
 3. Adanya Kredit Usaha Rakyat (KUR).

4. Pesaing yang sudah mengaplikasikan teknologi yang lebih canggih untuk menjamin kenyamanan dan kemudahan nasabahnya dalam bertransaksi.
 5. Masih adanya anggota yang kurang disiplin dalam melunasi pembiayaan.
 6. Adanya Bank Umum Syariah yang masuk dalam ke pembiayaan Mikro.
 7. Kurangnya kedisiplinan karyawan.
 8. Masih ada anggota yang kurang memahami konsep syariah.
3. Rekomendasi “Strategi Pengembangan *Baitul Maal Wat Tamwil* Berdasarkan Analisis SWOT (BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta), yang dapat diberikan terkait dengan analisis SWOT yang peneliti lakukan adalah.
- a. Melakukan sosialisasi tentang konsep ekonomi syariah kepada masyarakat.
 - b. Mengadakan Sosialisasi melalui pengajian-pengajian rutin yang ada di sekitar BMT Bina Ihsanul Fikri.
 - c. Mengadakan pertemuan anggota setidaknya empat bulan sekali.
 - d. Pelatihan karyawan dalam bidang retorika serta komunikasi pemasaran yang baik.
 - e. Melakukan sosialisasi kepada masyarakat agar masyarakat mengetahui bedanya lembaga keuangan syariah dan konvensional.
 - f. Menegakkan peraturan dengan Menyeleksi setiap calon pembiayaan dengan ketat.
 - g. Upayakan penggunaan teknologi pendukung.

- h. Membuat dan mempromosikan produk-produk baru yang bisa menarik masyarakat pada saat ini.
- i. Membuka website untuk mempromosikan produk-produk dan keunggulan BMT Bina Ihsanul Fikri.
- j. Turun ke pasar atau tempat sentral ekonomi.
- k. Menjalin hubungan kepada masyarakat sekitar BMT yang mayoritas muslim.
- l. Mempunyai alat teknologi yang mendukung untuk pengembangan perusahaan, agar perusahaan tersebut bisa bersaing.
- m. Promosi yang kurang gencar dengan bekerja sama dengan pemerintah untuk mempromosikan tentang keuangan Islam.
- n. Melakukan promosi melalui media cetak dan alat elektronik.

B. Saran

Setelah melalui penelitian yang dilakukan di BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta, Kecamatan Kota Gede, Kota Yogyakarta, maka penulis memberikan saran-saran dalam upaya memajukan BMT tersebut antara lain.

1. Memperbaiki beberapa kondisi yang dianggap sebagai kekurangan oleh lembaga, baik masalah SDM-nya maupun lembaga BMT Bina Ihsanul Fikri secara keseluruhan.
2. Memaksimalkan segala potensi yang dimiliki oleh lembaga, berupa lingkungan yang potensial, sumberdaya manusia yang unggul dan sumberdaya lainnya, demi tetap

menjadi lembaga BMT terbesar dan terbaik di Kota Jogjakarta.

3. Memasukan alternatif strategi pengembangan BMT yang telah peneliti lakukan, kedalam program pengembangan strategi yang ada di BMT Bina Ihsanul Fikri.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchori, dkk, *Managemen Bisnis Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2009.
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pengantar*, Jakarta: Bina Aksara, 1989.
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 1993.
- Azwar, Saifudin, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.
- Fred, David, *Strategic Management* (Manajemen Strategis Konsep), Jakarta, PT: Salemba Empat, 2009.
- George, dkk, *Kebijakan dan Strategi Managemen*, Jakarta: Erlangga, 1997.
- Hanafi, Mamduh M, *Managemen*, Yogyakarta: Unit Penerbitan dan Percetakan STIM YKPN, 2011.
- Hery, *Soal Jawab Sistem Pengendalian Managemen*, Jakarta: Bumi Aksara, 2011.
- Hunger, David, dan Wheleen, *Managemene Strategis*, Yogyakarta. PT Andi, 2003.
- Iqbal, Ichsan, *Sistem Managemen Strategi Pada Lembaga Amil Zakat Nasional Dompot Dhuafa*, Pontianak, Stain Press, 2011.

- Januari, Yadi, *lembaga-lembaga perekonomian syariah*, Bandung: Pustaka Mulia dan Fakultas Syariah IAIN SGD Bandung, 2000.
- Maryaeni, *Metode Penelitian Kebudayaan*, Jakarta: Bumi Aksara, 2005.
- Munawaroh, *Metode Peneliti*, Malang: Intimedia, 2012.
- Muhammad, *Lembaga-lembaga Keuangan Umat Kontemporer*, Yogyakarta: UII Pres, 2000.
- Muhamad, *Bank Syari'ah: Analisis Kekuatan, Peluang, Kelemahan dan Ancaman*. Yogyakarta: PT Ekonosia, 2008.
- Muhammad, Suwarsono, *Managemen Strategik, Konsep dan Kasus*, Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2008.
- Nasution, *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*, Cet.8, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006.
- Nogi, Tangkilisan, Hessel, *Managemen Modern Sektor Publik*, Yogyakarta: Balaiurang & CO, 2003.
- Pearce dan Robinson. *Managemen Strategik: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*, Jakarta: Binarupa Aksara, 1997.
- Raharjo, Dawan, *Islam dan Transformasi Sosial-Ekonomi*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1999.
- Rangkuti, Freedy, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta PT: Gramedia Pustaka Utama, 2006.
- Rangkuti, Freedy, *SWOT Balance Scorecard*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013.
- Ridwan, Ahmad, Hasan, *Manajemen Baitul Mal Wa Tamwil*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2013.
- Ridwan, Muhammad, *Managemen Baitul Maal Wa Tamwil*, Yogyakarta: UII Press, 2011.
- Ridwan, Muhammad, *Pendirian Baitul Maal Wat Tamwil*, Yogyakarta: Citra Media, 2006.
- Saifudin, Azwar, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.
- Siagian, Sondang, *Manajemen Internasional*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006.
- Sudarsono, Heri, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi*, Yogyakarta: Penerbit Ekonisia, 2012.
- Sholihin, Ismail, *Managemen Strategik*, Bandung: PT. Erlangga, 2012.
- Sondang, *Managemen stratejik*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004.

- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R dan D*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Sugiarto, Rohmat, *Pelatihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia di Balai Pelatihan dan Pengembangan Lembaga Pengembangan Tilawatul Quran Nasional Team Tadarus "Angkatan Muda Masjid dan Musolla Yogyakarta*, Yogyakarta: Managemen Dakwah UIN Sunan Kalijaga, 2013.
- Syukri, Asmuni, *Dasar-Dasar Strategi Dakwa*, Surabaya: Al Iklas, 1983.
- Taufiq, Amir, *Managemen Strategik Konsep dan Aplikasi*, Jakarta: Rajawali pres, 2012
- Tripomo dan Udan, *Managemen Strategik*, Bandung: Rekayasa Sains, 2005
- Umar, Husein, *Desain Penelitian Manajemen Strategik: Cara Mudah Meneliti Masalah- Masalah Manajemen Strategik Untuk Skripsi, Tesis, Dan Praktik Bisnis*, Jakarta: Rajawali Press, 2010.
- Wahyudi, Agustinus, Sri, *Manajemen Strategik: Pengantar Proses Berfikir Strategik*, Jakarta: Bina Rupa Aksara, 1996.
- Widodo, Hertanto, *Panduan Praktis Operasional BMT*, Bandung: Mizan, 1999

ARTIKEL/PAPER

- Yusrialis, *Bangkitnya BMT Sebagai Pemberdaya Usaha Mikro Syariah Di Indonesia*, Vol. 12, No. 2 Juli-Desember, 2013.

WEB.

- <http://www.bmtberingharjo.com/post347Pencanangan%20Gerakan%20Membumikan%20Koperasi%20Syariah%20Di%20Daerah%20Istimewa%20Yogyakarta.html>, diakses tanggal 20, Oktober, 2015.
- <http://kbbi.web.id/analisis> diakses pada tanggal 11 Maret 2016, pada pukul 09.00 WIB
- <http://m.okezone.com/read/2015/06/14/457/1165168/jokowi-janji-beri-perhatian-khusus-industri-keuangan-syariah>. Diakses. Pada tanggal 14-02-2016.

BIODATA PENULIS



Dr. H. Fachrurazi. MM adalah lahir di Daerah Putussibau pada tanggal 23 Juli, 1970, Kalimantan Barat. Adapun pendidikan di SD Muhammadiyah 2 Pontianak. Selanjutnya meneruskan sekolah Mts di Pondok Pesantren Walisongo Ngabar Ponorogo kemudian itu lanjut lagi di Pondok Pesantren Gontor Ponorogo Jawa Timur. Selepas dari Pondok Pesantren Ia melanjutkan S1 pada Prodi Pendidikan Bahasa Arab di IAIN Syarif Hidayatullah, selesai itu melanjutkan lagi ke Strata S2 di Universitas Satya Gama Jakarta Jurusan Manajemen dan S3 di UIN Sunan Gunung Djati Bandung Jawa Barat jurusan Pendidikan Islam.

Adapun pengalaman organisasi yang pernah dilakukan yaitu Presiden Direktur PT. Anugerah Kayu Manis Utama, Direktur Utama Salasa Lintas Benua, Founder 7co Café & Lounge, Founder Fachroes Foundation, Badan Pembina Yarsi Pontianak Kalimantan Barat sebagai anggota dewan pembina, PITI Kalimantan Barat sebagai Dewan Penasehat, Co. Founder Putra Jaya RB, Kepala Pusat Balai Bahasa STAIN Pontianak, Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Pasca IAIN Pontianak, Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Pontianak dan sekarang sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pontianak.



Eko Bahtiar adalah putra pertama dari Bapak Indra Joni dan Ibu Saudah, lahir di Sungai Pnyuh pada tanggal 10 September, 1990, Kabupaten Mempawah, Kalimantan Barat. Berasal dari keluarga yang sederhana. Namun, beruntung dapat mengenyam pendidikan formal di SD 07 Sungai Pnyuh. Selanjutnya meneruskan sekolah di Mts.

Negeri Sungai Pnyuh, dan melanjutkan ke sekolah MAN Mempawah. Lagi-lagi keberuntungan menaunginya karena selepas sekolah dari Madrasah Aliyah Ia diterima di Prodi Ekonomi Islam Jurusan Syariah STAIN Pontianak pada tahun 2009 dan selesai pada tahun 2013.

Selesai Pendidikan Strata Satu, dengan modal nekad dan semangat lalu Ia melanjutkan ke jenjang Pascasarjana yaitu di kampus Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta pada tahun 2014, pada Program Studi Hukum Islam dan selesai pada tahun 2016 kurang lebih 1,6 Tahun.

Ketika selesai dari Pascasarjana lalu mengajar dan kembali ke almamater STAIN/ IAIN Pontianak, dengan mata kuliah yang pernah diampuhnya antara lain: Manajemen Perbankan Syariah, Bank dan Lembaga Keuangan Syariah, Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam, Pengantar Ekonomi Islam, Etika Bisnis Syariah, *Islamic Marketing and Managemen* dan Ekonomi Mikro Syariah.