

BAB II

KONSEP ANALISIS SWOT, ASET DAN *BAITUL MAAL WAT* *TAMWIL (BMT)*

II.1. Konsep Analisis SWOT

2.1.1 Pengertian SWOT

Analisis SWOT menurut Philip Kotler diartikan sebagai evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman²¹.

Sedangkan menurut Freddy Rangkuti, analisis SWOT diartikan sebagai :
“analisa yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*)”²²

Analisis SWOT merupakan salah satu instrumen analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan yang dikenal luas. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan meminimalkan kelemahan dan ancaman. Bila diterapkan secara akurat, asumsi sederhana ini mempunyai dampak yang besar atas rancangan suatu strategi yang berhasil.²³

Dari beberapa pengertian diatas, penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa analisis SWOT merupakan salah satu metode untuk menggambarkan

²¹ Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, “*Manajemen Pemasaran*,” Indeks, 2009, hlm.63.

²² Freddy Rangkuti “*Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*”, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2013, hlm.19.

²³ Pearce Robinson, *Manajemen Strategik Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*, Bina Rupa Aksara, Jakarta, 1997, hlm. 229-230.

kondisi dan mengevaluasi suatu masalah, proyek atau konsep bisnis yang berdasarkan faktor eksternal dan faktor internal yaitu *strength*, *opportunities*, *weaknesses*, *threats*.

Analisis SWOT merupakan singkatan dari *strength*, *opportunities*, *weaknesses*, *threats* dimana penjelasannya sebagai berikut:

Kekuatan (*strength*) adalah sumberdaya keterampilan atau keunggulan-keunggulan lain relatif terhadap pesaing dan kebutuhan pasar yang dilayani oleh perusahaan atau organisasi. Kekuatan adalah kompetensi khusus yang memberikan keunggulan komparatif bagi perusahaan di pasar. Kekuatan dapat terkandung dalam sumber daya keuangan, citra, kepemimpinan pasar, hubungan pembeli dengan pemasok, dan faktor-faktor lain.

Faktor-faktor kekuatan yang dimaksud dengan faktor-faktor yang dimiliki oleh suatu perusahaan atau organisasi adalah antara lain 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 daripada pesaing dalam memuaskan kebutuhan pasar yang sudah direncanakan akan dilayani oleh satuan usaha yang bersangkutan.²⁴

Kelemahan (*weakness*) adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara serius menghambat kinerja efektif perusahaan atau organisasi. Fasilitas, sumber daya keuangan, kapabilitas

²⁴ Sondang P.Siagian, *Manajemen Strategi*, Bumi Aksara, Jakarta, 1995, hlm.172.

manajemen, keterampilan pemasaran, citra merek dapat merupakan sumber kelemahan.²⁵

Faktor-faktor kelemahan, jika orang berbicara tentang kelemahan yang terdapat dalam tubuh suatu perusahaan, yang dimaksud ialah keterbatasan atau kekurangan dalam hal sumber, keterampilan dan kemampuan yang menjadi penghalang serius bagi penampilan kinerja organisasi yang memuaskan. Dalam praktek, berbagai keterbatasan dan kekurangan kemampuan tersebut bisa terlihat dari sarana dan prasarana yang dimiliki, kemampuan manajerial yang rendah, keterampilan pemasaran yang tidak sesuai dengan tuntutan pasar, produk yang tidak atau kurang diminati oleh para pengguna atau calon pengguna dan tingkat perolehan keuntungan yang kurang memadai.²⁶

Peluang (*opportunity*) adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan atau organisasi. Kecenderungan-kecenderungan penting merupakan salah satu sumber peluang. Identifikasi segmen pasar yang tadinya terabaikan, perubahan pada situasi persaingan atau peraturan, perubahan teknologi, serta membaiknya hubungan dengan pembeli atau pemasok dapat memberikan peluang bagi perusahaan atau organisasi.

Faktor peluang adalah berbagai situasi lingkungan yang menguntungkan bagi suatu satuan bisnis. Yang dimaksud dengan berbagai situasi tersebut antara lain:

²⁵ Pearce Robinson, *Op.Cit.* hlm. 231

²⁶ Sondang P.Siagian, *Op.cit.* hlm.173

- a. Kecenderungan penting yang terjadi dikalangan pengguna produk.
- b. Identifikasi suatu segmen pasar yang belum mendapat perhatian.
- c. Perubahan dalam kondisi persaingan.
- d. Perubahan dalam peraturan perundang-undangan yang membuka berbagai kesempatan baru dalam kegiatan berusaha.
- e. Hubungan dengan para pembeli yang akrab.
- f. Hubungan dengan pemasok yang harmonis.²⁷

Ancaman (*threath*) adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan atau organisasi. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang yang diinginkan organisasi. Masuknya pesaing baru, lambatnya pertumbuhan pasar, meningkatnya kekuatan tawar-menawar pembeli atau pemasok penting, perubahan teknologi serta peraturan baru atau yang direvisi dapat menjadi ancaman bagi keberhasilan perusahaan. Ancaman merupakan kebalikan pengertian peluang, 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 masa depan. Ringkasnya, peluang dalam lingkungan eksternal mencerminkan kemungkinan dimana ancaman adalah kendala potensial.²⁸

²⁷ *Ibid.*

²⁸ Michael A. Hitt, dkk, *Manajemen Strategis Menyongsong Era Persaingan Globalisasi*, Erlangga, Jakarta, 1997, hlm.42.

2.1.2 Analisis SWOT dalam Perspektif Islam

Analisis SWOT dalam kehidupan²⁹, dalam salah satu ayat Al-quran, Allah bersabda :

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اتَّقُوا اللّٰهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ ۗ وَاتَّقُوا اللّٰهَ ۚ اِنَّ اللّٰهَ
 خَبِيْرٌۢ بِمَا تَعْمَلُوْنَ

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah Setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.” (QS. Al-Hasyr:18)

Bila kita perhatikan, ini adalah pertanyaan dari Allah yang mengharuskan kita berfikir dan bermuhasabah terhadap apa yang sudah atau akan kita lakukan dalam hidup. Sehingga kita bisa memakai sebuah cabang ilmu manajemen dengan menggunakan strategi manajemen.

Bila kita menguraikan SWOT satu persatu, maka pertama kali yang akan dibicarakan tentang kekuatan kita sebagai umat islam adalah keimanan. Ini adalah modal yang sangat besar dan tidak semua orang mendapatkan hidayah ini. Kemudian kekuatan lain ialah kesehatan, kemampuan berpikir, kesempatan melakukan hal-hal yang potensial dan sedikit kekayaan. Kelemahan kita mungkin belum memiliki cukup ilmu, sebab dalam Islam sebuah ilmu harus mendahului

²⁹ Prof.Dr. H Abdul Halim Hakim. “analisis SWOT dalam Kehidupan” disarikan dari ceramah jumat, 15 januari 2010. Di unduh pada tanggal 15 february 2015 pukul 17.50 WIB.
<http://salmanitb.com/2010/01/18/analisis-swot-dalam-kehidupan/>

amal. Sementara tantangan dalam kehidupan antara lain masalah pola kehidupan yang sudah sangat dipenuhi dengan pola pikir materialistic yang sangat mengagungkan kesenangan dunia.

2.1.3 Proses Analisis SWOT

Analisis kasus adalah kegiatan intelektual untuk memformulasikan dan membuat rekomendasi, sehingga dapat diambil tindakan manajemen yang tepat sesuai dengan kondisi atau informasi yang diperoleh dalam pemecahan kasus tersebut. Analisis kasus ini penting bagi setiap pengambil keputusan. Dalam analisis kasus yang bersifat strategis, tidak ada jawaban yang benar atau salah, ini disebabkan karena setiap kasus yang berhasil diselesaikan diikuti oleh pendekatan baru dan pencarian masalah baru yang muncul dari permasalahan sebelumnya. Tahap akhir analisis kasus adalah memformulasikan keputusan yang akan diambil. Keputusan yang berbobot hanya dapat dibuktikan oleh waktu, artinya keputusan yang diambil akan benar-benar terbukti setelah periode waktu tertentu.

Kegiatan yang paling penting dalam proses analisis adalah memahami seluruh informasi yang terdapat pada suatu kasus, menganalisis situasi untuk mengetahui isu apa yang sedang terjadi, dan memutuskan tindakan apa yang harus segera dilakukan untuk memecahkan masalah.

Dalam proses pembuatan analisis SWOT, penulis mengambil kesimpulan bahwa penelitian ini menunjukkan kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam kasus analisis SWOT. Dimana dalam hal ini Freddy

Rangkuti (1997:18-19) menjelaskan bahwa Analisis SWOT membandingkan antara eksternal peluang dan ancaman dengan faktor internal kekuatan dan kelemahan.³⁰

2.1.3.1. Analisis Lingkungan Internal

Tahapan ini berintikan pada analisis kondisi internal yang meliputi faktor kelebihan atau kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) organisasi. Analisis kondisi internal juga dimaksudkan untuk mengidentifikasi keunggulan bersaing (*competitive advantage*) organisasi.³¹

Analisis internal adalah kajian terhadap kekuatan dan kelemahan organisasi. Analisis ini mengidentifikasi kuantitas dan kualitas sumber-sumber yang tersedia bagi organisasi. Komponen ini melibatkan sejumlah alternatif strategik dalam upaya pencapaian tujuan organisasi. Kajian ini melibatkan analisis kritis terhadap kondisi kekuatan dan kelemahan internal, peluang dan ancaman eksternal. Perbandingan kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dikenal sebagai analisis SWOT. Suatu analisis SWOT menghasilkan sejumlah alternatif strategi. Untuk memilih alternatif tersebut organisasi mengevaluasi satu sama lain dengan memperhatikan kemampuan untuk mencapai tujuan.³²

³⁰ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 1997, hlm 18-19.

³¹ Muhammad Ismail Yusanto, dkk. *Manajemen Strategis Perspektif Syari'ah*, Khairul Bayaan, Jakarta. 2003, hlm. 25.

³² Akdon, *Manajemen Strategik untuk Manajemen Pendidikan*, Alfabeta. Bandung. 2009, hlm.34.

Lingkungan internal merupakan suatu kondisi yang ada didalam organisasi yang tercipta karena proses kerja sama atau karena proses konflik yang ada di dalam organisasi. Organisasi disamping terdapat proses kerja sama didalamnya juga ada proses konflik. Proses konflik dapat bersifat disfungsional atau bersifat fungsional. Lingkungan internal akan ada disetiap fungsi dan bagian. Oleh karena itu lingkungan internal harus diperhatikan. Lingkungan internal bersifat dapat dikendalikan dibandingkan dengan lingkungan eksternal. Jika lingkungan internal sudah tidak dapat dikendalikan maka perusahaan telah berada diujung kematian (kebangkrutan).³³

Lingkungan intern adalah sikap kemampuan kinerja dan harapan pimpinan, staf, karyawan. Adapula yang menyebutkan bahwa Lingkungan Intern itu sebenarnya adalah situasi di dalam perusahaan yang meliputi kekuatan dan kelemahan perusahaan baik dari segi operasional maupun manajerial. Selanjutnya perlu pula dilihat bagaimana efisiensi struktur organisasi dan tingkat laba yang diperoleh semua mempengaruhi tindakan pencapaian tujuan.³⁴

Analisis lingkungan internal bersumber pada sumberdaya perusahaan yang mencakup faktor SDM, sumber daya organisasi dan sumber daya fisik. Faktor pertama berkenaan dengan segala sesuatu yang berkaitan dengan SDM, seperti pengalaman, reputasi, kapabilitas, pengetahuan dan wawasan. Keahlian dan kebijakan perusahaan terhadap hal ihwal ketenagakerjaan. Faktor kedua berkaitan dengan sistem dan proses yang dianut perusahaan termasuk didalamnya strategi,

³³ H. Kusnadi, *Pengantar Manajemen Strategi*, Universitas Brawijaya, Malang, 2000, hlm.82.

³⁴ Sukanto Reksohdiprodjo, *Manajemen Strategik* Edisi II, Andi, Yogyakarta. 1990, hlm.6.

struktur organisasi, budaya, manajemen pembelian, operasi atau produksi, keuangan, penelitian dan pengembangan, pemasaran, sistem informasi dan sistem pengendalian. Faktor ketiga meliputi perlengkapan, lokasi, geografis, akses terhadap sumber bahan mentah, jaringan distribusi dan teknologi.³⁵

2.1.3.2. Analisis Lingkungan Eksternal

Kondisi Lingkungan yang dihadapi oleh setiap perusahaan saat ini berbeda dengan kondisi dimasa lalu, banyak perusahaan kini bersaing dalam pasar global, bukan lagi dalam pasar domestik. Perubahan teknologi dan peningkatan kemampuan untuk memperoleh serta mengolah informasi menuntut pelaksanaan dan tanggapan bersaing yang lebih tepat waktu dan efektif. Perubahan sosiologis yang pesat yang terjadi di banyak Negara mempengaruhi ketenagakerjaan, disamping sifat produk yang diinginkan konsumen semakin bervariasi. Kebijakan dan hukum yang digariskan pemerintah mempengaruhi pilihan perusahaan mengenai dimana dan bagaimana mereka berusaha dan bersaing., perusahaan harus waspada dan menyadari dampak dari kenyataan lingkungan ini, sehingga menjadi pelaku dalam persaingan yang efektif dalam perekonomian global.

Dalam melakukan analisa eksternal, perusahaan menggali dan mengidentifikasi semua peluang (*opportunity*) yang berkembang dan menjadi trend pada saat itu serta ancaman (*threath*) dari para pesaing dan calon pesaing.

³⁵ Muhammad Ismail Yusanto, *Manajemen Strategis Perspektif Syari'ah*, Khairul Bayaan, Jakarta, 2003, hlm.25-27.

Kebanyakan perusahaan menghadapi lingkungan eksternal yang berkembang secara tepat, kompleks dan global, yang membuatnya semakin sulit diinterpretasikan. Untuk menghadapi data lingkungan yang sering kali tidak lengkap, perusahaan dapat menempuh cara yang disebut analisis lingkungan eksternal (*external environmental analysis*). Proses ini meliputi empat kegiatan dan harus dilakukan secara terus menerus, empat kegiatan tersebut antara lain :

a. Pemindaian (*Scanning*)

Adalah usaha untuk mempelajari seluruh segmen dalam lingkungan umum dan merupakan studi terhadap semua segmen dalam lingkungan umum. Melalui pemindaian, perusahaan mengidentifikasi tanda-tanda awal dari perubahan potensial dalam lingkungan umum dan mendeteksi perubahan-perubahan yang sedang terjadi. Ketika melakukan pemindaian. Seringkali perusahaan menghadapi data dan informasi yang ambigu, tidak lengkap dan tidak ada kaitannya. Pemindaian lingkungan merupakan hal penting dan menentukan bagi para perusahaan-perusahaan yang bersaing dalam lingkungan yang sangat tidak stabil. Selain itu, aktivitas pemindaian harus disatukan dengan konteks organisasi, suatu sistem pemindaian dirancang untuk lingkungan yang tidak stabil tidak akan cocok bagi perusahaan yang berada dalam lingkungan stabil.³⁶

b. Pengawasan (*monitoring*)

Pada saat melakukan monitoring. Para analisis mengamati perubahan lingkungan untuk melihat apakah suatu kecenderungan yang

³⁶ Michael, A. Hitt, dkk, *Manajemen Strategik Daya Saing dan Global Konsep*, Erlangga, Jakarta, 2001, hlm.53.

penting. Sedang berkembang. Hal penting untuk suksesnya suatu monitoring adalah kemampuan untuk mendeteksi arti dari setiap kejadian lingkungan. Sebagai contoh kecenderungan baru dalam hal dengan pendidikan dapat diperkirakan dari perubahan dalam dana pusat (federal) dan Negara bagian (state) untuk lembaga pendidikan, perubahan dalam persyaratan kelulusan sekolah menengah, atau perubahan isi kurikulum sekolah tinggi. Dalam hal ini, analisis akan menentukan apakah peristiwa yang berbeda ini menggambarkan suatu kecenderungan dalam pendidikan dan jika memang demikian. Apakah data atau informasi lainnya harus dipelajari. Untuk memantau kecenderungan tersebut, kritikal bagi pengawasan yang berhasil adalah kemampuan untuk mendeteksi makna dalam peristiwa-peristiwa lingkungan yang berbeda.³⁷

c. Peramalan (*forecasting*)

Analisis mengembangkan proyeksi tentang apa yang akan terjadi, dan seberapa cepat, sebagai hasil perubahan dan kecenderungan yang dideteksi melalui pemindaian dan pengawasan. Sebagai contoh analisis dapat memperkirakan waktu yang diperlukan suatu teknologi baru untuk mencapai pasar atau mereka juga dapat memperkirakan kapan prosedur pelatihan perusahaan yang berbeda dibutuhkan untuk menghadapi perubahan komposisi angkatan kerja, atau berapa lama waktu yang diperlukan bagi perubahan dalam kebijakan perpajakan pemerintah untuk mempengaruhi pola konsumsi pelanggan.

³⁷ Michael, A. Hitt, dkk, *Manajemen Strategis Menyongsong Era Persaingan Global*, Erlangga, Jakarta, 1997, hlm.43-44

d. Penilaian (*assessing*)

Tujuan dari *assessing* adalah menentukan saat dan pengaruh perubahan lingkungan serta kecenderungan dalam manajemen strategis suatu perusahaan. Melalui *scanning*, *monitoring*, dan *forecasting*, analisis dapat mengerti lingkungan umum. Selangkah lebih maju, tujuan dari *assessing* adalah menentukan implikasi dari pengertian itu terhadap organisasi. Tanpa *assessment* analisis akan mendapatkan data yang menarik, tapi tanpa mengetahui relevansinya.³⁸

Setelah dilakukan analisa lingkungan eksternal dan internal maka proses selanjutnya berdasarkan analisa eksternal akan dirumuskan variabel kekuatan dan kelemahan. Berdasarkan identifikasi variabel-variabel internal dan eksternal.

2.1.3.3. Alternatif Strategi

a. Pendekatan kualitatif Matrik SWOT

Penentuan alternatif strategi yang sesuai bagi perusahaan adalah dengan cara membuat SWOT matrik. SWOT matrik ini dibangun berdasarkan hasil analisa faktor-faktor strategis baik eksternal maupun internal yang terdiri dari fokus peluang, ancaman, kekuatan dan kelemahan. Berdasarkan SWOT matrik tersebut dapat disusun dan alternatif strategi yang tersedia yaitu : SO, WO, ST dan WT. data dan informasi yang digunakan oleh masing-masing strategi ini diperoleh dari matrik EFE dan IFE. Oleh karena itu, sebelum menghasilkan SWOT matrik

³⁸ *Idem*, hlm.44.

pembuatan EFE dan IFE tentu saja menjadi hal yang harus di dahulukan terlebih dahulu.

Dalam strategi ini masing-masing memiliki karakteristik tersendiri dan hendaknya dalam implementasi strategi selanjutnya dilaksanakan secara bersama-sama dan saling mendukung satu sama lain. Analisa dengan menggunakan data yang diperoleh dari table IFAS dan EFAS.³⁹

Tabel 2.1

Matrik SWOT

IFAS EFAS	STRENGTH (S) Tentukan 5-10 faktor-faktor kekuatan internal	WEAKNESS (W) Tentukan 5-10 faktor-faktor kelemahan internal
	OPPORTUNITY (O) Tentukan 5-10 faktor-faktor peluang eksternal	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang A
THREAT (T) Tentukan 5-10 faktor-faktor ancaman eksternal	STRATEGI ST Ciptakan strategi menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman C	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman D

Sumber: Diagram matrik SWOT oleh Freddy Rangkuti dalam bukunya Analisis SWOT Teknis Membedah Kasus Bisnis (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1997). Agar lebih mudah difahami maka peneliti menjelaskan tabel diatas sebagai berikut:

a) Strategi SO

Strategi ini menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk meraih peluang-peluang yang ada di luar perusahaan. Pada

³⁹ Setiawan Hari Purnomo dan Zulkiflimansyah, *Manajemen Strategi* Edisi Revisi, FEUI. Jakarta, 2007, Hal.73.

umumnya perusahaan berusaha menggunakan strategi-strategi WO,ST, atau WT untuk mencapai strategi SO. Oleh karena itu, jika perusahaan harus mengatasi kelemahan, mau tidak mau perusahaan harus mengatasi kelemahan itu agar menjadi kuat. Sedangkan, jika perusahaan menghadapi banyak ancaman, perusahaan harus berusaha menghindarinya dan berusaha pada peluang - peluang yang ada. Dengan demikian, perusahaan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

b) Strategi WO

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

c) Strategi ST

Ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki organisasi untuk mengatasi ancaman

d) Strategi WT

Strategi ini merupakan taktik untuk bertahan dengan cara mengurangi kelemahan internal serta menghindari ancaman. Suatu perusahaan yang dihadapkan pada sejumlah kelemahan internal dan ancaman eksternal sesungguhnya berada dalam posisi yang berbahaya, ia harus berjuang untuk tetap bertahan dengan melakukan strategi – strategi.

b. Pendekatan Kuantitatif.

Urutan-urutan dalam membuat analisis SWOT Kualitatif tidak berbeda jauh dengan urutan-urutan model kuantitatif, pembedaan besar diantara keduanya adalah pada saat pembuatan sub komponen dari masing-masing komponen. Apabila pada model kualitatif setiap sub komponen S memiliki pasangan sub komponen W, dan satu sub komponen O memiliki pasangan satu sub komponen T, maka dalam model kuantitatif hal ini tidak terjadi. Selain itu sub komponen pada masing-masing komponen (S-W-O-T) adalah berdiri bebas dan tidak memiliki hubungan satu sama lain.

Dalam pendekatan ini merupakan kuantitatif yang berarti data yang digunakan menggunakan angka-angka yang diambil dari data elemen SWOT kualitatif. Analisis ini menggunakan perhitungan kuantitatif matrik SWOT Kearns dan analisis SWOT Pearce dan Robinson. Kegunaan matrik kuantitatif ini adalah agar dapat diketahui secara langsung posisi perusahaan yang sebenarnya. Perhitungan ini terbagi menjadi tiga tahap, yaitu :

1. Melakukan perhitungan skor (a) dan bobot (b) poin faktor serta jumlah total perkalian skor dan bobot ($c=axb$) pada setiap elemen faktor S-W-O-T. untuk mempermudah penilaian dan perhitungan EFAS, digunakan rentang skor (a) 1 sampai 5. Sedangkan untuk menghitung bobot (b) masing-masing poin faktor saling ketergantungan.
2. Melakukan pengurangan antara jumlah total faktor S dengan W ($d=S-W$) dan faktor O dengan T ($e=O-T$). perolehan angka $d=x$ selanjutnya menjadi

nilai atau titik pada sumbu X. begitu juga dengan angka $e = Y$ selanjutnya menjadi nilai atau titik pada sumbu Y.

3. Mencari posisi organisasi yang ditunjukkan oleh sumbu titik (x,y) pada kuadran SWOT.

Pada perhitungan satu dan dua dapat digambarkan pada tabel 2.2 dan 2.3 yaitu tabel scoring hasil curah pendapat analisis internal dan eksternal.

Tabel 2.2 EFAS

Scoring Hasil Curah Pendapat Analisis Eksternal

No	PELUANG (OPPORTUNITY)	Skor a	Bobot b	Total $c=(axb)$
1	5-10 kekuatan eksternal			
2	Dst			
	Total peluang			
No	ANCAMAN (THREATH)	Skor a	Bobot b	Total $c=(axb)$
1	5-10 kekuatan eksternal			
2	Dst			
	Total ancaman			
	Selisih total peluang-total ancaman = $O-T=y$			

Tabel 2.3

Scoring hasil curah pendapat analisis internal

No	KEKUATAN (STRENGTH)	Skor a	Bobot B	Total $c=(axb)$
1	5-10 kekuatan internal			
2	Dst			
	Total kekuatan			
No	KELEMAHAN (WEAKNESESS)	Skor a	Bobot b	Total $c=(axb)$
1	5-10 kekuatan internal			
2	Dst			
	Total kelemahan			
	Selisih total kekuatan-total kelemahan = $S-W=x$			

Keterangan dan penjelasan dari penjabaran SWOT Pearce dan Robinson memberikan empat posisi yang ditempati oleh suatu perusahaan yaitu:

Gambar 2.1

Diagram Analisis SWOT



Sumber: diagram menurut Pearce dan Robinson

Dari diagram di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

Kuadran I (positif,positif)

Posisi ini menandakan sebuah organisasi yang kuat dan berpeluang, rekomendasi strategi yang diberikan adalah **progesif**, artinya organisasi dalam kondisi prima dan mantap sehingga sangat dimungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara maksimal.

Kuadran II (positif, negatif)

Posisi ini menandakan sebuah organisasi yang kuat namun menghadapi tantangan yang besar. Rekomendasi strategi yang diberikan adalah **Diversifikasi strategi**, artinya organisasi dalam kondisi mantap namun menghadapi sejumlah tantangan berat sehingga diperkirakan roda organisasi akan mengalami kesulitan untuk terus berputar bila hanya bertumpu pada strategi sebelumnya. Oleh karenanya, organisasi disarankan untuk segera memperbanyak ragam strategi taktisnya.

Kuadran III (negatif,positif)

Posisi ini menandakan, sebuah organisasi yang lemah namun sangat berpeluang. Rekomendasi strategi yang diberikan adalah **Ubah strategi**, artinya organisasi disarankan untuk mengubah strategi sebelumnya. Sebab, strategi yang lama dikhawatirkan sulit untuk dapat menangkap peluang yang ada sekaligus memperbaiki kinerja organisasi.

Kuadran IV (negatif,negatif)

Posisi ini menandakan sebuah organisasi yang lemah dan menghadapi tantangan besar. Rekomendasi strategi yang diberikan adalah **Strategi Bertahan**, artinya kondisi internal organisasi berada pada pilihan dilematis. Oleh karenanya organisasi disarankan untuk menggunakan strategi bertahan, mengendalikan kinerja internal agar tidak semakin terperosok. Strategi ini dipertahankan sambil terus berupaya membenahi diri.

II.2. ASET

2.2.1 Pengertian Aset

Aset merupakan elemen neraca yang akan membentuk informasi semantik berupa posisi keuangan bila dihubungkan dengan elemen yang lain yaitu kewajiban dan ekuitas. Aset merepresntasikan potensi jasa fisis dan non-fisis yang memampukan badan usaha untuk menyediakan barang dan jasa.

Terdapat beberapa sumber dari pengertian aset. Diantaranya:

FASC mendefinisikan aset dalam kerangka konseptualnya sebagai berikut (FSAC No.6 prg 25)⁴⁰:

“Assets are probable future economic benefits obtained or controlled by a particular entity as a result of past transaction or even”.

(Aset adalah manfaat ekonomi masa datang yang cukup pasti atau diperoleh atau dikuasai atau dikendalikan oleh suatu entitas akibat transaksi atau kejadian masa lalu.)

Dengan makna yang sama *International Accounting Standard Committee* (IASC) bahwa aset sebagai sumber daya yang dikendalikan oleh suatu entitas sebagai hasil kejadian masa lalu yang mana manfaat ekonomis masa depan diharapkan didapatkan oleh perusahaan.⁴¹

⁴⁰ PPAKP, Modul Manajemen Asset, 2012

http://www.bppk.depkeu.go.id/webpegawai/attachments/639_PENGERTIAN%20MATERIIL.pdf

⁴¹ *Ibid.*

Dalam *statement of Accounting Concepts No. 4, Australian Accounting Standard Board* (AASB) mendefinisikan aset sebagai berikut:

“Assets are service potential future economic benefits controlled by reporting entity as a result of past transaction or other pas events”.

(Aset sebagai potensial jasa atau manfaat ekonomis yang dikendalikan oleh pelaporan entitas sebagai hasil transaksi masa lalu tau kejadian masa lalu lainnya.)

Sedangkan Kerangka Konseptual Akuntansi Pemerintah (**Lampiran II PP No 24 tahun 2005**) mendefinisikan aset lebih luas lagi, yaitu sebagai sumber daya ekonomi yang dikuasai dan atau dimiliki oleh suatu pemerintah sebagai akibat dari peristiwa masa lalu dan daripadanya diperoleh manfaat ekonomi baik oleh pemerintah maupun oleh masyarakat, dan dapat diukur dalam satuan uang, termasuk sumber daya non keuangan yang diperlukan untuk penyediaan jasa bagi masyarakat umum dan sumber daya yang dipelihara karena alasan sejarah dan budaya.⁴²

Dari beberapa pengertian, penulis mengambil kesimpulan bahwa aset merupakan suatu elemen yang memiliki nilai manfaat ekonomis dan dapat di ukur dalam satuan uang, baik dari usaha yang transaksinya dilaporkan dimasa lampau hingga sekarang, dimiliki oleh perorangan (pemerintah) maupun di kuasai oleh pemerintah.

⁴² Peraturan Pemerintah no 24 tahun 2005 tentang standar akuntansi pemerintah (http://www.bppk.depkeu.go.id/webpegawai/attachments/639_PENGERTIAN%20MATERIIL.pdf)

Untuk dapat disebut sebagai suatu aset, suatu objek harus memiliki manfaat ekonomi dimasa datang yang cukup pasti. Manfaat ekonomi ini ditunjukkan oleh potensi jasa atau utilitas yang melekat padanya yaitu sebagai suatu daya atau kapasitas langka yang dapat dimanfaatkan kesatuan usaha dalam upayanya untuk mendapatkan pendapatan melalui kegiatan ekonomi. Disamping manfaat ekonomi suatu objek bisa dikatakan sebagai aset objek tersebut tidak harus dimiliki oleh entitas tetapi cukup dikuasai oleh entitas. Artinya untuk memiliki aset harus terdapat proses yang disebut dengan transfer kepemilikan. Kriteria lain yang merupakan penyempurnaan dalam pendefinisian objek sebagai aset adalah aset merupakan akibat transaksi atau kejadian masa lalu.

2.2.2 Aset dalam pandangan Islam

Pengertian aset/harta dalam alquran disebutkan dalam 25 surat dan 46 ayat. Menurut Abdul Baqi, al-maal disebutkan 86 kali dalam Al-Quran⁴³. Lafadz al-maal terdapat pada ayat-ayat yang disebutkan di dalam beberapa ayat berikut:

وَتُحِبُّونَ الْمَالَ حُبًّا جَمًّا

“dan kamu mencintai harta benda dengan kecintaan yang berlebihan”. (QS.Al-Fajr : 20)

⁴³Elis Mediawati. “Harta dalam Islam”. Diunduh pada tanggal 14 februari 2015 pukul 19.30 WIB. http://file.upi.edu/Direktori/FPEB/PRODI.AKUNTANSI/198201232005012-ELIS_MEDIAWATI/harta_dalam_islam,_S.pdf

زُيِّنَ لِلنَّاسِ حُبُّ الشَّهَوَاتِ مِنَ النِّسَاءِ وَالْبَنِينَ وَالْقَنَاطِيرِ الْمُقَنْطَرَةِ مِنَ
 الذَّهَبِ وَالْفِضَّةِ وَالْخَيْلِ الْمُسَوَّمَةِ وَالْأَنْعَامِ وَالْحَرْثِ ۗ ذَٰلِكَ مَتَعُ الْحَيَاةِ
 الدُّنْيَا ۗ وَاللَّهُ عِنْدَهُ حُسْبُ الْمَآبِ ﴿١٤﴾

“dijadikan indah pada (pandangan) manusia kecintaan kepada apa-apa yang diingini, Yaitu: wanita-wanita, anak-anak, harta yang banyak dari jenis emas, perak, kuda pilihan, binatang-binatang ternak[186] dan sawah ladang. Itulah kesenangan hidup di dunia, dan di sisi Allah-lah tempat kembali yang baik (surga)”.(QS.Ali Imran : 14)

Jadi yang dimaksud dengan *maal* (harta/aset) itu berbeda-beda sesuai dengan tempat dimana kata-kata itu disebutkan dalam Al-quran. Akan tetapi makna *maal* (harta/aset) secara umum ialah segala sesuatu yang disukai manusia seperti: hasil pertanian, perak atau emas, ternak, atau barang-barang lain yang termasuk perhiasan dunia.

Pandangan Islam terhadap harta/aset adalah Islam telah menetapkan hukum-hukum bagi masing-masing peruntukkan harta itu yang menjamin harta tetap sebagai pelayan manusia untuk dimanfaatkan dan memberikan manfaat kepada orang lain, bukan sebaliknya, yaitu manusia menjadi hamba dan pelayan harta yang menimbulkan bahaya bagi diri sendiri dan orang lain. Dapat dilihat pada QS. Al Hasyr:7 :

مَا أَفَاءَ اللَّهُ عَلَى رَسُولِهِ مِنْ أَهْلِ الْقُرَى فَلِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ وَلِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ
وَالْمَسْكِينِ وَابْنِ السَّبِيلِ كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ وَمَا آتَاكُمْ
الرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَمَا نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٥٧﴾

"apa saja harta rampasan (fai-i) yang diberikan Allah kepada RasulNya (dari harta benda) yang berasal dari penduduk kota-kota Maka adalah untuk Allah, untuk rasul, kaum kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin dan orang-orang yang dalam perjalanan, supaya harta itu jangan beredar di antara orang-orang Kaya saja di antara kamu. apa yang diberikan Rasul kepadamu, Maka terimalah. dan apa yang dilarangnya bagimu, Maka tinggalkanlah. dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Amat keras hukumannya”.

2.2.3 Klasifikasi Aset

Aset adalah semua hak yang dapat digunakan dalam operasi perusahaan.

Aset dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa subkelompok sebagai berikut :

a. Aset lancar (*current Assets*)

Menurut Dyckman et al,⁴⁴ “Aktiva lancar mencakup kas dan aktiva lainnya yang diperkirakan dapat direalisasi menjadi kas atau dijual atau digunakan selama satu siklus operasi normal perusahaan atau dalam waktu satu tahun sejak tanggal neraca (salah satu yang lebih lama).” Yang termasuk dalam aktiva lancar adalah kas (*cash*), investasi jangka pendek

⁴⁴ Thomas R. Dyckman., Roland E. Dukes, Charles j. Davis. *Akuntansi Intermediate*. Erlangga. Jakarta 1999. Hlm.177.

(*temporary investment*), wesel tagih (*notes receivable*), penghasilan yang masih akan diterima (*accruals receivable*), persediaan barang (*inventory*), dan biaya yang dibayar dimuka (*prepaid expense*).

b. Investasi Jangka Panjang (*Long Term Investment*)

Investasi jangka panjang dapat berupa saham dan obligasi dari dan pinjaman kepada perusahaan lain, harta kekayaan yang tidak digunakan dalam operasi rutin perusahaan misalnya gedung yang disewakan kepada pihak lain, mesin yang digunakan di waktu yang akan datang, dana yang diperuntukkan bagi tujuan khusus selain pembayaran utang jangka pendek, pinjaman kepada anak perusahaan atau perusahaan afiliasi.

c. Aktiva Tetap (*Fixed Asset*)

Menurut Carl S. Warrant, James M. Reeve, Philip E. Fees yang diterjemahkan oleh Aria Farahmita, dkk dalam buku “Pengantar Akuntansi” menyatakan bahwa: “Aktiva tetap (*fixed asset*) adalah sumber daya fisik yang dimiliki serta digunakan oleh bisnis dan bersifat permanen atau tahan lama”⁴⁵.

Yang termasuk dalam kelompok aktiva tetap adalah tanah, bangunan atau gedung (*building*), mesin-mesin (*machinery*), peralatan kantor (*office furniture*), peralatan toko (*store furniture*), alat pengangkutan (*delivery equipment*) dan sumber-sumber alam (*natural resources*)

⁴⁵ Carl S. Warrant, James M. Reeve, Philip E. Fees. *Pengantar Akuntansi*. Salemba Empat. Jakarta. 2005 hlm.140.

d. Aktiva Tidak Berwujud (*Intangible Asset*)

Djarwanto⁴⁶ mengartikan aktiva tidak berwujud sebagai hak-hak yang dimiliki perusahaan. Hak ini diberikan kepada penemunya, penciptanya, atau penerimanya. Pemilik hak ini dapat karena menemukan sendiri atau diperoleh dengan jalan membeli dari penemunya. Hak-hak ini dilindungi oleh undang-undang.

Yang termasuk dalam aktiva tidak berwujud (*Intangible Asset*) adalah hak cipta (*copyrights*), hak sewa/kontrak (*leasholds*), hak monopoli (*franchises*), hak paten, merek dagang (*trademarks*), biaya organisasi (*organization costs*) dan goodwill.

e. Biaya yang Ditangguhkan (*Deffered Charges*)

Biaya yang ditangguhkan umumnya muncul karena pembayaran di muka beban jangka panjang. Beban ini memiliki manfaat ekonomis di masa yang akan datang yang dapat ditentukan dengan meyakinkan.

Biaya yang ditangguhkan (*Deffered Charges*) adalah pengeluaran-pengeluaran atau biaya yang mempunyai manfaat jangka panjang, dimana pembebanannya sebagai biaya usaha berlangsung untuk beberapa tahun atau periode⁴⁷. Yang termasuk dalam biaya yang ditangguhkan adalah biaya penataan ulang mesin, biaya penerbitan obligasi, biaya pensiun dibayar dimuka atau pembayaran di muka asuransi.

⁴⁶ Djarwanto Ps. *Pokok-pokok Analisis Laporan Keuangan Edisi 2*. BPFE-Yogyakarta. Yogyakarta. 2004 hlm.28.

⁴⁷ Jumingan. *Analisis Laporan Keuangan*. PT. Bumi Aksara. Jakarta 2006. Hlm.25.

f. Aktiva Tidak Lancar Lainnya (*Other Non-Current Asset*)

Adalah harta kekayaan perusahaan lain yang tidak termasuk pada kelompok-kelompok aktiva tersebut sebelumnya⁴⁸. Perbedaan utama antara aktiva lancar atau jangka pendek dengan aktiva tidak lancar atau jangka panjang adalah :

- a) Aktiva jangka panjang tidak habis digunakan dalam siklus operasi tunggal;
- b) Manajemen bermaksud memiliki atau menggunakan aktiva jangka panjang melebihi periode satu tahun dari tanggal neraca atau satu siklus operasi normal (jika lebih panjang).

Yang termasuk dalam aktiva tidak lancar lainnya adalah uang kas pada bank tertutup atau dinegara asing, investasi lain-lain yang tidak termasuk dalam investasi jangka pendek maupun investasi jangka panjang.

II.3. Baitul Maal Wat Tamwil

2.3.1. Pengertian BMT

Pada dasarnya lembaga keuangan mikro syari'ah merupakan pengembangan dari konsep ekonomi dalam Islam terutama dalam bidang keuangan, seperti BMT. Pengertian BMT dikemukakan oleh beberapa pakar, antara lain :

Menurut Arief Budiharjo BMT (*Baitul Maal Wattamwil* – berasal dari bahasa Arab-) yaitu :

⁴⁸ Djarwanto Ps.Op.Cit.hlm.34.

“Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM) sebagai lembaga ekonomi rakyat yang berupaya mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dengan sistem bagi hasil untuk meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha kecil-bawah dalam rangka pengentasan kemiskinan”.⁴⁹

Pengertian lain dikemukakan oleh Amin Aziz. BMT adalah :

“Balai usaha Mandiri Terpadu yang dikembangkan dari konsep baitul maal wat tamwil. **Dari segi Baitul Maal**, BMT menerima titipan BAZIZ dari dana zakat infaq dan shadaqah, dan memanfaatkannya untuk kesejahteraan masyarakat kecil, faqir, miskin. **Pada aspek Baitut Tamwil**, BMT mengembangkan usaha-usaha produktif untuk meningkatkan pendapatan pengusaha kecil dan anggota.”⁵⁰

Istilah lain BMT adalah penggabungan dari *baitul maal* dan *baitul tamwil*. *Baitul maal* berasal dari bahasa Arab, yaitu kata *bait* dan *al mal*. *Bait* artinya bangunan atau rumah, sedangkan *al-mal* berarti harta benda atau kekayaan. Jadi secara harfiah berarti rumah harta benda atau kekayaan. Menurut ensiklopedia hukum islam, *baitul maal* adalah lembaga keuangan Negara yang bertugas menerima, menyimpan dan mendistribusikan uang Negara sesuai aturan syariat.⁵¹ Dalam ensiklopedi ini dikemukakan pendapat Abu al-Ala al-Maududi yang memandang bahwa *baitul maal* adalah lembaga keuangan yang dibangun atas landasan syariah. Oleh sebab itu pengelolaannya harus atas dasar aturan syariat

⁴⁹ Arief Budiharjo. MESS Jabar, *Pengenalan BMT*. Makalah disajikan pada seminar tentang BMT, Bandung. 2003.09.

⁵⁰ Amin Azis, *Tantangan, Prospek dan Strategi Sistem Perekonomian Syariah di Indonesia dilihat dari Pengalaman Pengembangan BMT*, PINBUK, Jakarta, 1996, hlm.12

⁵¹ Abdul Aziz Dahlan (et al). *Ensiklopedi Hukum Islam*, Cetakan ke-1. Jakarta, Ichtiar Baru van Hoeve, 1996, hlm.186.

pula. Menurutnya *baitul maal* adalah amanat Allah Swt. Dan masyarakat muslim. Karenanya tidak diizinkan memasukan sesuatu kedalamnya dan mendistribusikann sesuatu darinya dengan cara yang berlawanan dengan apa yang telah ditetapkan syariat.

Baitul Maal Wat Tamwil terdiri dari dua istilah, yaitu *baitul maal* dan *baitul tamwil*. *Baitul maal* lebih mengarah kepada usaha-usaha pengumpulan dan penyaluran dana yang non profit, seperti zakat, infak, dan shodaqoh. Sedangkan *baitul tamwil* adalah sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial.

Baitul Maal wat Tamwil (BMT) adalah sebuah lembaga keuangan yang berbadan hukum koperasi simpan pinjam. Kemunculan BMT merupakan usaha sadar untuk memberdayakan ekonomi masyarakat.

Dalam buku Pintar Ekonomi Syariah *Baitul Maal wa Tamwil* (BMT)⁵² adalah lembaga keuangan mikro yang dioperasikan dengan prinsip bagi hasil, menumbuh kembangkan bisnis usaha mikro dalam rangka mengangkat derajat dan martabat serta membela kepentingan kaum fakir miskin, ditumbuhkan atas prakarsa dan modal awal dari tokoh-tokoh masyarakat setempat dengan berlandaskan pada sistem ekonomi yang *salaam*, kedamaian, dan kesejahteraan.

Dari beberapa pengertian penulis dapat menarik suatu pengertian yang menyeluruh bahwa:

⁵²Ahmad Ifham Sholihin, *Buku Pintar Ekonomi Syariah*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.2010, hlm. 174.

1. BMT merupakan kegiatan mengumpulkan atau menghimpun dana dari berbagai sumber (zakat, infak, sadaqah, dll) atau dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan disalurkan kepada masyarakat yang membutuhkan dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat ekonomi rendah.
2. BMT merupakan lembaga dengan kegiatan yang produktif karena menciptakan nilai tambah baru bagi pengusaha kecil atau bawah yang membutuhkan modal agar mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat bawah.

2.3.2. Landasan Hukum BMT berdasarkan Al-Quran

Penguatan hukum BMT bila dikaji melalui aspek filosofis. Menurut Sonny Keraf, pembangunan Indonesia bertujuan untuk mencapai masyarakat adil dan makmur, tetapi dalam kenyataannya sering terjadi berbagai gejolak karena kesenjangan sosial yang besar dalam masyarakat. Sonny Keraf menghubungkan langsung dengan dunia usaha, bahkan kurang mendukung perkembangan bisnis yang sehat. Para pelaku bisnis mempunyai kepentingan langsung yang sangat urgen untuk ikut mengatasi masalah ini, dengan ikut memperjuangkan keadilan social ditengah masyarakat.

Dengan menjadi salah satu sila dari pancasila, yang menjadi pedoman arah dari pembangunan bangsa, penegakkan keadilan social mau tidak mau menjadi suatu keharusan yang tidak bias ditawar – tawar. Perjuangan menegakkan keadilan tidak bias lagi hanya diletakkan pada perjuangan politik ideologis, melainkan juga soal perjuangan ekonomi. Karena itu, yang diharapkan terutama berperan didalamnya, bukan lagi politisi tetapi para praktisi bisnis dengan langkah

– langkah praktisnya. Tentu saja hal ini perlu di tunjang dan diberi kondisi oleh kebijaksanaan politik – ekonomi, tetapi pada tingkat operasionalnya kemauan dan komitmen para praktisi bisnis akan keadilan sosial sangat banyak menentukan tercipta tidaknya keadilan sosial dalam masyarakat.⁵³

Berkaitan dengan masalah keadilan, Al-Qur'an dengan tegas menentukan segala tindakan yang adil dan sifat keadilan. Beberapa ayat Al-qur'an yang menyuruh manusia untuk berlaku adil antara lain⁵⁴:

QS. An-Nahl : 90

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ ۚ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴾

90. Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) Berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkar dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.

QS. An-Nisa : 58

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۚ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ﴾

⁵³ A. Sonny Keraf – Robert Haryono Imam, *Etika Bisnis Sebagai Profesi Luhur*. Penerbit Kanisius, Jakarta, 2000. Hal .101

⁵⁴ Muhammad Nejatullah Siddiqi, *Kegiatan Ekonomi dalam Islam*, Alih Bahasa Anas Sidik. Cet.I, Bumi Aksara. Jakarta, 1991.hlm. 42.

58. Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat.

QS. Al-Araf : 28 – 29

وَإِذَا فَعَلُوا فَحِشَةً قَالُوا وَجَدْنَا عَلَيْهَا آبَاءَنَا وَاللَّهُ أَمَرْنَا بِهَا قُلْ إِنَّ اللَّهَ لَا يَأْمُرُ
بِالْفَحْشَاءِ أَتَقُولُونَ عَلَى اللَّهِ مَا لَا تَعْلَمُونَ ﴿٢٨﴾
قُلْ أَمَرَ رَبِّي بِالْقِسْطِ وَأَقِيمُوا وُجُوهَكُمْ عِندَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَادْعُوهُ مُخْلِصِينَ لَهُ
الدِّينَ كَمَا بَدَأَكُمْ تَعُودُونَ ﴿٢٩﴾

28. dan apabila mereka melakukan perbuatan keji, mereka berkata: "Kami mendapati nenek moyang Kami mengerjakan yang demikian itu, dan Allah menyuruh Kami mengerjakannya." Katakanlah: "Sesungguhnya Allah tidak menyuruh (mengerjakan) perbuatan yang keji." mengapa kamu mengada-adakan terhadap Allah apa yang tidak kamu ketahui?

29. Katakanlah: "Tuhanku menyuruh menjalankan keadilan". dan (katakanlah): "Luruskanlah muka (diri)mu di Setiap sembahyang dan sembahlah Allah dengan mengikhhlaskan ketaatanmu kepada-Nya. sebagaimana Dia telah menciptakan kamu pada permulaan (demikian pulalah kamu akan kembali kepadaNya)".

Menurut Mohammad Nejatullah Siddiqi ayat-ayat Al-Qur'an yang telah diuraikan memberikan tafsiran tentang keadilan sebagai berikut :

1. Keadilan merupakan suatu konsep yang luas mencakup semua aspek kehidupan, sosial, ekonomi, politik dan bahkan rohani.
2. Keadilan menggambarkan keseimbangan, perbandingan dan keharmonisan sebagaimana keadilan juga menggambarkan keadilan dari segi undang-undang dan "pemberian hak bagi yang berhak".

Dalam ayat-ayat lain Allah meyakinkan manusia tentang fakta bahwa pendekatan yang adil menggambarkan sesuatu yang bukan saja memberikan hak kepada yang berhak, tetapi juga semampu mungkin untuk membentuk suatu keseimbangan dan keharmonisan, Al-Qur'an juga menunjukkan bahwa kezaliman merupakan hal yang bertentangan dengan keadilan. Hal ini tergambar dari QS. Yunus 47 yang artinya "*Mereka akan dihukum dengan adil tanpa mengalami penganiayaan.*"⁵⁵

Menurut Nik Mustapha penciptaan keadilan ekonomi merupakan prinsip paling pokok tata sosial Islam. Keadilan ekonomi mengimplikasikan perwujudan sejumlah tujuan, yaitu pelenyapan kemiskinan absolute, kebebasan untuk memutuskan dan berpartisipasi dalam kegiatan ekonomi yang dituntun oleh prinsip-prinsip Islam, dan partisipasi pemerintah diharapkan tampil dibidang-bidang yang amat memerlukan kelengkapan (*complementarity*).⁵⁶

⁵⁵ *Idem.* Hlm.43.

⁵⁶ Nik Mustapha, Nik Hasan dan Mazilan Musa (ed.), *The Economic and Financial Imperative of Globalization: An Islamic Response*. Kuala Lumpur: IIU, 2000, hlm.20.

Upaya melindungi masyarakat miskin atau golongan ekonomi lemah, banyak tindakan yang telah dilakukan pemerintah sebagaimana halnya pemerintah Negara lain yang termasuk kedalam katagori Negara berkembang, untuk mengatasi persaingan yang tidak seimbang dan untuk meningkatkan taraf hidup mereka. Usaha tersebut pada umumnya berkisar pada kebijaksanaan ekonomi makro, dan penerapan teknologi maju pada sektor-sektor tertentu atau pada tempat-tempat yang tidak banyak berkaitan dengan kegiatan ekonomi rakyat. Hasilnya masih banyak yang belum memuaskan dan masih banyak lagi yang harus dilakukan.

Secara filosofis, orientasi dasar ekonomi Islam dilandaskan pada asas ketuhanan (*tauhid*), yaitu adanya hubungan dari aktivitas ekonomi, tidak saja dengan sesama manusia, tetapi juga dengan Tuhan sebagai pencipta. Dari landasan tauhid ini timbul prinsip-prinsip dasar bangunan kerangka sosial, hukum dan tingkah laku, yang diantaranya adalah prinsip khilafah, keadilan (*'adalah*), kenabian (*nubuwwah*), persaudaraan (*ukhuwwah*), kebebasan yang bertanggung jawab (*Al huriyah wal mas'uliyah*). Disamping itu, ada nilai-nilai instrumental, yaitu larangan riba zakat, kerjasama ekonomi, jaminan sosial dan peran Negara.⁵⁷

Sebagaimana halnya falsafah setiap lembaga keuangan syariah, falsafah BMT adalah mencari keridhaan Allah untuk memperoleh kebajikan didunia dan

⁵⁷ Law Office of Renny and Darus. *Naskah Akademik Rancangan Undang-undang tentang Perbankan Syariah*, Jakarta. 2002.hlm. 60.

akhirat. Oleh karena itu setiap kegiatan lembaga keuangan yang dikhawatirkan menyimpang dari tuntutan agama, harus⁵⁸ :

Menjauhkan diri dari unsur riba, caranya :

- 1) Menghindari penggunaan yang menetapkan dimuka secara pasti keberhasilan suatu usaha (QS.Luqman : 34)
- 2) Menghindari penggunaan sistem presentasi untuk pembebanan biaya terhadap utang atau pemberian imbalan terhadap simpanan yang mengandung unsure melipat gandakan secara otomatis uang/simpanan tersebut hanya karena berjalannya waktu (QS.Ali Imran : 130)
- 3) Menghindari penggunaan sistem perdagangan/penyewaan barang ribawi dengan imbalan barang ribawi lainnya dengan memperoleh kelebihan baik kualitas maupun kuantitas (HR. Muslim bab Riba No.1551 s.d. 1567)
- 4) Menghindari penggunaan sistem yang menetapkan dimuka tambahan atas utang yang bukan atas prakarsa yang mempunyai utang secara sukarela (HR. Muslim bab Riba No. 1569 s.d. 1572)
- 5) Menerapkan sistem bagi hasil dan perdagangan, dengan mengacu pada Al-Quran surat Al Baqarah ayat 275 dan surat An Nisa ayat 29, maka setiap transaksi kelembagaan syariah harus dilandasi atas bdasar sistem bagi hasil dan perdagangan atau transaksinya didasari oleh adanya pertukaran antara uang dengan barang, sehingga akan mendorong produksi barang/jasa,

⁵⁸ Muhammad, *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam*, Fakultas Ekonomi UGM Yogyakarta, 2005. hlm.133.

mendorong kelancaran arus barang/jasa, dapat dihindari adanya penyalahgunaan kredit, spekulasi dari inflasi.

Filosofi dari adanya peraturan bagi LKM⁵⁹ adalah mengakui, melindungi, memfasilitasi dan mendorong LKM agar dapat berkembang, sehingga dapat melayani pengusaha mikro lebih banyak.

2.3.3. Fungsi BMT

Sebagai lembaga yang melayani usaha kecil maupun para UKM, BMT mempunyai beberapa fungsi, antara lain:

1. Mengidentifikasi, memobilisasi, mengorganisasi, mendorong dan mengembangkan potensi serta kemampuan potensi ekonomi anggota muamalat (Pokusma) dan daerah kerjanya;
2. Meningkatkan kualitas SDM anggota menjadi lebih profesional dan islami sehingga semakin utuh dan tangguh dalam menghadapi persaingan global dunia ini;
3. Menggalang dan memobilisasi potensi masyarakat dalam rangka meningkatkan kesejahteraan anggota;
4. Menjadi perantara keuangan (*financial intermediary*) antara *aghiya* sebagai *shahibul maal* dengan dhu'afa sebagai mudharib, terutama untuk dana-dana sosial seperti zakat, infaq, sadaqah, wakaf, hibah, dll.

⁵⁹ Setyo Budiantoro. RUU Lembaga Keuangan Mikro : Jangan jauhkan Lembaga Keuangan dari Masyarakat. Artikel – Th. II – No.8 – Nopember 2003

5. Menjadi perantara keuangan (*financial intermediary*) antara pemilik dana (*shahibul maal*), baik sebagai pemodal maupun penyimpan dengan pengguna dana (*mudharib*) untuk mengembangkan usaha produktif.⁶⁰

2.3.4. Ciri-ciri BMT

Sebagai lembaga keuangan informal, BMT memiliki ciri-ciri sebagai berikut :

- a. Berorientasi bisnis, mencari laba bersama, meningkatkan pemanfaatan ekonomi paling banyak untuk anggota dan masyarakat;
- b. Bukan lembaga sosial, tetapi bermanfaat untuk mengefektifkan pengumpulan dan penyaluran dana zakat, infaq dan sadaqah;
- c. Ditumbuhkan dari bawah berlandaskan peran serta masyarakat disekitarnya;
- d. Milik bersama, masyarakat bawah bersama dengan orang kaya di sekitar BMT, bukan milik perseorangan atau orang dari luar masyarakat. Atas dasarnya ini BMT tidak dapat berbadan hukum perseroan.⁶¹

2.3.5. Status dan Badan Hukum BMT

BMT adalah sebuah organisasi informal dalam bentuk kelompok simpan pinjam (KSP) atau kelompok swadaya masyarakat (KSM), dan secara prinsip

⁶⁰ Muhammad Ridwan. "Manajemen Baitul Maal Wat Tamwil. Yogyakarta: UII Press, 2004. hlm. 131.

⁶¹ *Idem*. hlm. 132.

BMT memiliki sistem operasi yang tidak jauh berbeda dengan sistem operasi BPR Syari'ah. Namun ruang lingkup dan produk yang dihasilkan berbeda. Berbeda dengan badan hukum yang dapat disandang oleh BMT sebagai berikut:

- a. Dalam bentuk koperasi, dalam hal ini apabila BMT dari awal telah ada kesiapan. Maka BMT langsung didirikan dengan badan hukum koperasi. Dalam hal ini ada beberapa alternatif yang bisa diambil :
 - a) Sebagai koperasi serba usaha untuk perkotaan;
 - b) Sebagai Koperasi Unit Desa (KUD) dengan ketentuan yang diatur oleh menteri koperasi dan pengusaha kecil tanggal 20 maret, dimana:
 - Apabila disuatu wilayah telah ada KUD dan berjalan dengan baik, maka BMT dapat menjadi unit desa otonom (UDO) atau tempat pelayanan koperasi (TPK), dan apabila KUD tersebut belum berfungsi dengan baik, maka KUD tersebut dapat difungsikan sebagai BMT.
 - Dan apabila didaerah tersebut belum ada KUD, maka dapat didirikan KUD BMT. Dalam pendirian KUD diperlukan minimal 20 orang anggota.
- b. KSM (kelompok Swadaya masyarakat) atau prakoperasi, dalam bentuk KSM ini BMT akan mendapatkan sertifikasi operasional dari Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil (PINBUK) yang mendapat pengakuan dari Bank Indonesia (BI) sebagai lembaga pengembangan swadaya masyarakat yang mendukung program hubungan bank dengan KSM.

KSM juga dapat berfungsi sebagai prakoperasi dengan tujuan mempersiapkan segala sesuatu supaya BMT bisa menjadi koperasi.

- c. Koperasi pondok pesantren (KOPPONTREN), dalam hal ini panitia pendirian BMT dapat berkonsultasi dengan departemen agama dan departemen koperasi kabupaten/kota setempat.⁶²

2.3.6. Produk-produk BMT

Secara fungsional, operasional BMT adalah hampir sama dengan BPR Syari'ah. Yang membedakan hanyalah pada sisi lingkup dan struktur, dilihat dari fungsi pokok operasional BMT ada dua fungsi pokok dalam kaitan dengan kegiatan perekonomian masyarakat. Kedua fungsi tersebut adalah:

- Fungsi pengumpulan dana (*funding*)
- Fungsi penyaluran dana (*financing*)

Dari kedua fungsi tersebut sebagai lembaga keuangan Islam baik itu BMI, BPRS maupun BMT memiliki dua jenis dana yang dapat menunjang kegiatan operasionalnya, yaitu:

- Dana bisnis
- Dana ibadah

Dana bisnis sebagai input dana dapat ditarik kembali oleh pemiliknya, tetapi dana ibadah sebagai input dana tidak dapat ditarik kembali oleh yang beramal, kecuali dana ibadah untuk pinjaman.

⁶² Muhammad. *Lembaga-lembaga Keuangan Umat Kontemporer*, Yogyakarta: UII Press, 2000. hlm.114.

Sesuai dengan fungsi dan jenis dana yang dapat dikelola oleh BMT tersebut diatas, selanjutnya melahirkan berbagai macam jenis produk pengumpulan dan penyaluran dana oleh BMT. Sebagai gambaran ringkas tentang produk-produk BMT tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

- Produk Pengumpulan Dana BMT

Pelayanan jasa simpanan berupa simpanan yang diselenggarakan oleh BMT adalah bentuk simpanan yang terikat dan tidak terikat atas jangka waktu dan syarat-syarat tertentu dalam penyertaan dan penarikannya. Berkaitan dengan itu, jenis simpanan yang dapat dikumpulkan oleh BMT adalah sangat beragam sesuai dengan kebutuhan kemudahan yang dimiliki simpanan tersebut.⁶³

Adapun akad yang mendasari berlakunya simpanan di BMT adalah :

- a) Simpanan *Wadi'ah* adalah titipan dana yang tiap waktu dapat ditarik pemilik atau anggota dengan cara mengeluarkan semacam surat berharga pemindah bukuan/transfer dan perintah membayar lainnya. Simpanan yang berakad *wadi'ah* ada dua : *Wadi'ah amanah* dan *Wadi'ah yadhomanah*.
- b) Simpanan *Mudharabah* adalah simpanan pemilik dana yang penyetorannya dan penarikannya dapat dilakukan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati sebelumnya. Pada simpanan *mudharabah* tidak diberikan bunga sebagai pembentukan laba bagi BMT tetapi diberikan bagi hasil.

⁶³ *Idem*. hlm.117-118.

Selain kedua jenis simpanan tersebut, BMT juga mengelola dana ibadah seperti Zakat, infaq, dan sadaqah (ZIS) yang dalam hal ini BMT dapat berfungsi sebagai amil.⁶⁴

- Produk Penyaluran Dana

BMT bukan sekedar lembaga keuangan non bank yang bersifat sosial. Namun, BMT juga sebagai lembaga bisnis dalam memperbaiki perekonomian umat, sesuai dengan itu maka dana yang dikumpulkan dari anggota harus disalurkan dalam bentuk pinjaman kepada anggotanya.

Orientasi pembiayaan yang diberikan BMT adalah untuk mengembangkan dan atau meningkatkan pendapatan anggota dan BMT. Sasaran pembiayaan ini adalah semua sektor ekonomi, seperti pertanian, industri rumah tangga, perdagangan dan jasa. Ada berbagai jenis pembiayaan yang dikembangkan oleh BMT, semua itu mengacu pada dua jenis akad, yaitu : Akad *syirkah* dan Akad jual beli.

Dari kedua akad ini dikembangkan sesuai dengan kebutuhan yang dikehendaki oleh BMT dan anggotanya. Diantaranya pembiayaan yang sudah umum dikembangkan oleh BMT maupun lembaga keuangan Islam lainnya, adalah:

- 1) Pembiayaan *ba'i bi tsaman ajil* (BBA), pembiayaan berakad jual beli adalah suatu perjanjian pembiayaan yang disepakati antara BMT dengan anggotanya, dimana BMT menyediakan dananya untuk sebuah investasi

⁶⁴ *Idem*. hlm.117-119.

dan atau pembelian barang modal dan usaha anggotanya yang kemudian proses pembayarannya dilakukan secara mengangsur. Jumlah kewajiban yang harus dibayar oleh peminjam adalah jumlah atas harga barang modal dan *mark-up* yang disepakati.

- 2) Pembiayaan *murabahab* (MBA), pembiayaan berakad jual beli . yang pada dasarnya merupakan kesepakatan antara BMT sebagai pemberi modal dan anggotanya sebagai peminjam. Prinsip yang digunakan adalah sama seperti pembiayaan *ba'I bi tsaman ajil* (BBA), hanya saja proses pengembaliannya dibayar pada saat jatuh tempo pengembaliannya.
- 3) Pembiayaan *mudharabah* (MDA), pembiayaan dengan akad *syirkah*. Adalah suatu perjanjian pembiayaan antara BMT dan anggota dimana BMT menyediakan dana untuk penyediaan modal kerja, sedangkan peminjam berupaya mengelola dana tersebut untuk pengembangan usahanya. Jenis usaha yang dimungkinkan untuk diberikan pembiayaan adalah usaha-usaha kecil seperti pertanian, industri rumah tangga dan perdagangan.
- 4) Pembiayaan *musyarakah* (MSA), pembiayaan dengan akad *syirkah*. Adalah penyertaan BMT sebagai pemilik modal dalam suatu usaha yang mana resiko dan keuntungan ditanggung bersama secara berimbang dengan porsi penyertaan.
- 5) Pembiayaan *qardh hasan* (QH), pembiayaan dengan akad ibadah. Adalah perjanjian pembiayaan antara BMT dengan anggotanya, hanya saja anggota yang dianggap layak yang dapat diberi pinjaman ini. Kegiatan

yang dimungkinkan untuk diberikan pembiayaan ini adalah anggota yang terdesak dalam melakukan kewajiban-kewajiban non usaha atau pengusaha yang menginginkan usahanya bangkit kembali yang oleh karena ketidak mampuannya untuk melunasi kewajiban usahanya.⁶⁵

II.4. Tinjauan (*review*) Penelitian Terdahulu

No	Nama Penulis/ Tahun/ Judul	Isi Skripsi	Beda dengan Penulis
1	Abdullah Maharazi/2007/ “Peranan Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil (PINBUK) dalam Pengembangan Lembaga Keuangan Mikro Baitul Maal wat Tamwil (BMT)”	Pada skripsi ini terdapat analisis SWOT terhadap penguatan BMT	Sedangkan pada penelitian ini, analisis SWOT yang dilaksanakan lebih fokus terhadap asset pada BMT Dana Ukhuwah.
2	Lia Sukriyah/2010/ “Analisis Faktor- faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan BMT Berkah Madani Cimanggis	Pada skripsi ini terdapat beberapa analisis, diantaranya analisis laporan keuangan, analisis karakteristik, analisis risiko, analisis <i>value and attitude</i> nasabah BMT terhadap bisnis, analisis sistem <i>support</i> bisnis dan analisis SWOT Skripsi ini pula menjelaskan hubungan beberapa variabel yang mempengaruhi keberhasilan BMT.	Sedangkan pada penelitian ini hanya menggunakan analisis SWOT saja, Dan penelitian ini pula menggunakan metode deskriptif analisis
3	Maria Ulfah/ “Analisa	Skripsi ini berisi tentang evaluasi dan prospek perkembangan/pertumbuhan	Sedangkan penelitian ini tentang evaluasi

⁶⁵ *Idem*. hlm. 119-120.

	Perkembangan Aset, DPK, dan Pembiayaan Perbankan Syariah.”	asset, DPK dan Pembiayaan Metode penelitiannya menggunakan ARIMA (<i>Auto Regressive Integrated</i>)	peningkatan dan penurunan asset, baik produk simpanan maupun pembiayaan yang telah dikaji.
4	Siti Muyasarah/ 2010/Analisis SWOT terhadap Produk Asuransi Unit Link (Studi Kasus pada PT. Asuransi Takaful Keluarga)/ UIN Syarif Hidayatullah Jakarta	Pada skripsi ini terdapat analisis SWOT terhadap produk- produk unit link pada PT. Asuransi Takaful Keluarga. Lebih menekankan pada manfaat produk dari asuransi itu sendiri.	Pada skripsi ini hamper sama membahas analisis swot hanya pada penyampaiannya lebih menekankan pada asset lancar (<i>current asset</i>). hanya sekilas membahas produk.