

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS**

#### ***A. Sharia Compliance***

##### **1. Pengertian *Sharia Compliance***

Sistem keuangan berbasis islam secara substansial jelas berbeda dari sistem keuangan berbasis konvensional. Kaitan erat antara aspek konseptual dan praktis dari aktivitas bisnis keuangan dan prinsip-prinsip Islam. Artinya menurut Noman salah satu aspek yang mendasar dalam membedakan industri keuangan syariah dan konvensional adalah terletak pada prinsip syariah atau *sharia compliance*.<sup>1</sup>

Berdasarkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 46/PJOK.03/2017 tentang Pelaksanaan Fungsi Kepatuhan Bank Umum, maka yang dimaksud kepatuhan (*compliance*) adalah nilai, perilaku dan tindakan yang mendukung terciptanya kepatuhan terhadap ketentuan Bank Indonesia

---

<sup>1</sup> Noman, A.M. Imperatives of Financial Innovations for Islamic Banks. *Internasional Journal of Islamic Financial Services*.4. 2003. Hlm 3.

dan peraturan perundang-undangan yang berlaku, termasuk prinsip syariah bagi bank umum, bank syariah dan unit usaha syariah. Sedangkan definisi syariah merupakan komponen ajaran Islam yang mengatur tentang kehidupan seorang muslim baik dalam bidang ibadah (*hablumminAllah*) maupun dalam bidang muamalah (*hablumminannas*) yang merupakan aktualisasi dari akidah yang menjadi keyakinannya.<sup>2</sup>

*Sharia compliance* (kepatuhan syariah) merupakan hal yang wajib yang harus dipenuhi oleh suatu lembaga keuangan yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan syariah. Melalui kepatuhan berimplikasi pada adanya keharusan dalam pengawasan terhadap pelaksanaan kepatuhan tersebut.

*Sharia compliance* dalam operasional bank syariah tidak hanya meliputi produk saja, akan tetapi bisa melalui sistem, teknik dan identitas suatu perusahaan. Oleh karena itu, budaya perusahaan yang meliputi pakaian, dekorasi dan

---

<sup>2</sup> Salinan Draf Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 46 / PJOK.03 / 2017 Tentang Pelaksanaan Fungsi Kepatuhan Bank Umum Hlm 6

*image* perusahaan merupakan salah satu aspek kepatuhan syariah dalam bank syariah maupun lembaga keuangan syariah lainnya. Tujuan *Sharia compliance* menurut Sutedi adalah tidak lain untuk menciptakan suatu moralitas dan spiritual kolektif, yang apabila digabungkan dengan produksi barang dan jasa, maka akan menopang kemajuan dan pertumbuhan jalan hidup yang islami<sup>3</sup>

*Sharia compliance* sebagai bentuk pemenuhan terhadap nilai-nilai syariah di lembaga keuangan syariah yang menjadikan fatwa DSN MUI sebagai alat ukur pemenuhan prinsip syariah, baik dalam bentuk produksi, transaksi dan operasional di koperasi syariah. Melalui peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 46/2/PJOK.03/2017 tentang Pelaksanaan Fungsi Kepatuhan Bank Umum. Pokok-pokok Peraturan Bank Indonesia (PBI) terhadap Pelaksanaan Fungsi Kepatuhan pada Bank Umum, diantaranya:

- a. Fungsi kepatuhan adalah suatu bagian dari pelaksanaan *framework* manajemen resiko. Fungsi kepatuhan

---

<sup>3</sup> Sutedi, A. Perbankan Syariah, Tinjauan dan Beberapa Segi Hukum. (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009). Hlm 52

- melakukan pengelolaan resiko kepatuhan melalui koordinasi dengan stake holder terkait.
- b. Pelaksanaan fungsi kepatuhan bisa menekankan pada peran aktif dari seluruh elemen organisasi kepatuhan seperti direktur, kepala unit dan satuan kerja untuk mengelola resiko kepatuhan
  - c. Menekankan pada terwujudnya budaya kepatuhan dalam rangka mengelola resiko kepatuhan
  - d. Kepatuhan adalah tanggung jawab seluruh personil bagian dari Bank atau Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB)
  - e. Status independensi yang disandang dari elemen organisasi fungsi kepatuhan dimaksudkan untuk meningkatkan efektivitas pelaksanaan tugas dan menghindari konflik kepentingan (*conflict of interest*)<sup>4</sup>.

## 2. Indikator *Sharia Compliance*

Lembaga keuangan syariah memiliki tanggung jawab kepada *stakeholder* untuk menjelaskan dan meyakinkan bahwa produk, jasa dan operasional kegiatannya telah sesuai dengan prinsip syariah, Karena jika tidak terpenuhinya prinsip *sharia compliance* akan menghadapi koperasi syariah pada resiko reputasi dan citra koperasi syariah. Oleh karena itu, proses pengawasan syariah sangatlah penting untuk menilai apakah kinerja

---

<sup>4</sup> Soya Husnul Asyura. *Analisis Penerapan Syariah Compliance terhadap Kepuasan Nasabah Koperasi Syariah Mitra Niaga Aceh Besar*. Skripsi, (UIN AR-RANIRY Banda Aceh, 2019). Hlm 12

industri koperasi syariah sudah sesuai atau belum dengan standar yang berlaku umum.

Menurut Sutedi mayoritas perbankan syariah mengadopsi standar AAOIFI (*Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institution*) sebagai acuan kepatuhan terhadap prinsip syariah. AAOIFI merupakan organisasi internasional Islam yang merumuskan standar dan isu-isu terkait akuntansi, audit, pemerintahan, etika dan standar syariah Islam untuk Lembaga Keuangan Islam (IFI)<sup>5</sup>

Menurut Sutedi menyatakan terhadap beberapa ketentuan yang dapat digunakan sebagai ukuran secara kualitatif untuk menilai ketaatan syariah di dalam lembaga keuangan syariah, antara lain sebagai berikut<sup>6</sup>:

- a. Akad atau kontrak yang digunakan untuk pengumpulan dan penyaluran dana sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dan aturan syariah yang berlaku

---

<sup>5</sup> Sutedi. *Perbankan Syariah, Tinjauan dan Beberapa Segi Hukum*. (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009). Hlm 146

<sup>6</sup> Sutedi, A. *Perbankan Syariah, Tinjauan dan Beberapa Segi Hukum*. (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009). Hlm 146

- b. Dana zakat dihitung dan dibayar serta dikelola sesuai dengan aturan dan prinsip-prinsip syariah.
- c. Seluruh transaksi dan aktivitas ekonomi dilaporkan secara wajar sesuai dengan standar akuntansi syariah yang berlaku
- d. Lingkungan kerja dan *corporate culture* sesuai dengan syariah
- e. Bisnis usaha yang dibiayai tidak bertentangan dengan syariah
- f. Terdapat Dewan Pengawas Syariah (DPS) sebagai pengarah syariah atas keseluruhan aktivitas operasional bank syariah.

Sedangkan kepatuhan syariah menurut Mikail dapat dilihat dari pendekatan halal-haram (*halal & haram code approach*), pendekatan akad (*aqad approach*), pendekatan dokumentasi legal (*legal documentation approach*), pendekatan *maqasid syariah* (*maqasid al-shariah approach*) dan pendekatan laporan keuangan (*financial reporting approach*)<sup>7</sup>.

---

<sup>7</sup> Mikail & Arifin. *A Critical Study on Shariah Compliance and Shariah Based Products in Islamic Banking*. 2013. Hlm 30

Merujuk pada standar yang digunakan bank dalam menilai kepatuhan syariah, maka indikator yang sesuai dengan peneliti digunakan dalam meneliti *sharia compliance* terhadap kepuasan nasabah di BMT adalah kualitas pelayanan, produk, laporan keuangan dan peran DPS.

#### **a. Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan yang dijalankan menggunakan prinsip syariah menurut Othman dapat diukur melalui Model CARTER. Model CARTER merupakan suatu pengukuran kualitas layanan perbankan syariah dengan 6 dimensi yaitu : *compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangible*, *empathy* dan *responsiveness*. Sehingga dapat diketahui bahwa perbedaan pengukuran model CARTER terletak pada dimensi *Compliance*. Dimensi *Compliance* ini memiliki arti kemampuan dari perusahaan untuk memenuhi hukum islam dan beroperasi di bawah prinsip-prinsip ekonomi Islam<sup>8</sup>.

---

<sup>8</sup> Othman, A. Q. & Lynn O. (2001). *The Multi Dimensionality of CARTER Model to Measure Customer Service Quality (SQ) in Islamic*

- a. *Compliance* merupakan kemampuasn suatu perusahaan dalam melakukan operasional berdasarkan prinsip-prinsip syariah, seperti prinsip tauhid, prinsip keseimbangan, prinsip kehendak bebas dan prinsip pertanggung jawaban.
- b. *Assurance* merupakan jaminan, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan kesopanan, pengetahuan dan keramahan serta kemampuan melaksanakan tugas secara spontan yang dapat menjamin kinerja yang baik sehingga menimbulkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan
- c. *Reliability* merupakan kinerja yang dapat diandalkan dan akurat yakni suatu kemampuan perusahaan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk pelanggan dan tanpa kesalahan

- d. *Tangible* merupakan penampilan unsur fisik yakni kemampuan perusahaan untuk menunjukkan eksistensinya pada pihak eksternal meliputi fasilitas fisik maupun teknologi.
- e. *Empathy* merupakan akses mudah, komunikasi yang baik dan pemahaman kepada pelanggan yakni suatu perusahaan dapat memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu dalam pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan
- f. *Responsiveness* merupakan suatu kebijaksanaan untuk memberikan layanan yang cepat kepada pelanggan, tidak membiarkan konsumen menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas yang

menyebabkan persepsi negative dalam kualitas pelayanan.

## **b. Produk**

Salah satu produk yang terdapat pada BMT adalah Pembiayaan. Pembiayaan atau *financing* adalah pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga.

Produk pembiayaan pada BMT berupa:

### **1. *Mudharabah***

*Mudharabah* adalah akad kerja sama suatu usaha antara dua pihak dimana pihak pertama (*malik, shahib al-mal*) menyediakan seluruh modal, sedang pihak kedua (*'amil, mudharib*) bertindak selaku pengelola dan keuntungan usaha dibagi diantara mereka sesuai kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak<sup>9</sup>.

---

<sup>9</sup> Sulaeman Jajuli. *Produk Pendanaan Bank Syariah*. (Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2016). Hlm143

*Mudharabah* adalah transaksi penanaman dana dari pemilik dana (*shahibul maal*) kepada pengelola dana (*mudharib*) untuk melakukan kegiatan usaha tertentu yang sesuai syariah, dengan pembagian hasil usaha antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang telah disepakati sebelumnya.

Tabungan *mudharabah* adalah simpanan dana nasabah pada Bank Syariah yang bersifat investasi dan penarikannya tidak dapat dilakukan setiap saat namun berdasarkan kesepakatan dan terhadap investasi tersebut lembaga keuangan dipersyaratkan untuk memberikan bagi hasil sesuai nisbah yang disepakati dimuka

Secara teknis, *mudharabah* adalah akad kerjasama usaha antara dua pihak yaitu pihak pertama (*shahibul maal*) menyediakan seluruh modal sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola. Keuntungan usaha secara *mudharabah* dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak. Landasan syariah, antara lain Al-quran surat Al-Muzzammil ayat 20 yaitu:

وَأَقْرِضُوا اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا وَمَا تَقَدَّمُوا لِنَفْسِكُمْ مِنْ خَيْرٍ  
تَجِدُوهُ عِنْدَ اللَّهِ هُوَ خَيْرًا وَأَعْظَمَ أَجْرًا وَاسْتَغْفِرُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ  
عَفُورٌ رَحِيمٌ ٢٠

Artinya: *dan berikan pinjaman kepada Allah pinjaman yang baik. Kebaikan apa saja yang kamu perbuat untuk dirimu niscaya kamu memperoleh (balasan)-Nya di sisi Allah sebagai balasan yang paling baik dan yang paling besar pahalanya. Mohonlah ampunan kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang*<sup>10</sup>.

Selain surat Al-Muzammil ayat 20 ada juga penjelasan mengenai *mudharabah* pada surat Al-Jumuah ayat 10 dan surat Al-Baqarah ayat 198. Dari Al-Hadits riwayat Thabrani dan Ibnu Majah serta ijma' para sahabat. Secara umum, *mudharabah* terbagi kepada dua jenis, yaitu *mudharabah mutlaqah* dan *mudharabah muqayyadah*. *Mudharabah mutlaqah* adalah bentuk kerja sama antara *shahibul mal* dengan *mudharib* yang cakupannya sangat luas dan dibatasi oleh spesifikasi jenis usaha, waktu dan daerah bisnis.

---

<sup>10</sup> Departemen Agama RI, *Alhidayah Al Quran Tafsir Per Kata Tajwid Kode Angka* (Tangerang Selatan: Kalim, 2011). Hlm.130

Adapun *mudharabah muqayyadah* adalah *mudharib* dibatasi dengan batasan jenis usaha, waktu dan tempat usaha. Adanya pembatasan ini mencerminkan kecenderungan umum *shahibul mal* dalam memasuki jenis dunia usaha.<sup>11</sup>

## **2. *Ba'i al-Murabahah***

Menurut definisi ulama fiqh, *murabahah* adalah akad jual beli atas barang tertentu. Dalam perbankan Islam, *murabahah* merupakan akad jual beli antara lembaga keuangan selaku penyedia barang dengan nasabah yang memesan untuk membeli barang dari transaksi tersebut, lembaga keuangan mendapatkan keuntungan jual beli yang disepakati bersama.

*Murabahah* juga merupakan jasa pembiayaan oleh lembaga keuangan melalui transaksi jual beli dengan nasabah dengan cicilan. lembaga keuangan membiayai pembelian barang yang dibutuhkan oleh nasabah dengan membeli barang tersebut dari

---

<sup>11</sup> Dadang Husen Sobana. *Manajemen Keuangan Syari'ah*. (Bandung: Pustaka Seta, 2018). Hlm 76

pemasok kemudian menjualnya kepada nasabah dengan menambahkan biaya keuntungan (*cost-plus profit*) dan ini dilakukan melalui perundingan terlebih dahulu antara lembaga keuangan dengan pihak nasabah yang bersangkutan. Pemilik barang akan dialihkan kepada nasabah secara proporsional sesuai dengan cicilan yang sudah dibayar. Dengan demikian, barang yang dibeli berfungsi sebagai agunan sampai seluruh biaya dilunasi.<sup>12</sup>

### **3. *Ba'i as-Salam***

Ba'i as-salam secara etimologi berarti salaf (pendahuluan) yang bermakna akad atau penjualan/pembuatan sesuatu yang disepakati dengan kriteria tertentu dalam tempo (tanggungan) dan pembayarannya disegerakan. *Ba'i salam* adalah suatu pembiayaan yang berkaitan dengan jual beli barang, pembayarannya dilakukan dimuka bukan berdasarkan *fee* melainkan berdasarkan keuntungan (margin).

---

<sup>12</sup> Dadang Husen Sobana. *Manajemen Keuangan Syari'ah*. (Bandung: Pustaka Seta, 2018). Hlm 74

Dengan kata lain, *bai'salam* adalah suatu jasa *free-paid purchase of goods*.<sup>13</sup>

#### 4. *Ba'i al-Istishna*

Ba'i al-istishna merupakan sebuah akad untuk sesuatu yang bertanggung dengan syarat mengerjakannya. Menurut fatwa DSN MUI, dijelaskan bahwa *bai' al-istishna'* adalah akad jual beli dalam bentuk pemesanan tertentu yang disepakati antara pemesan (pembeli dan penjual)<sup>14</sup>

Menurut ulama Fiqh, *Istishna'* sama dengan jual beli *salam* dari segi objek pesanannya, yang mana sama-sama harus dipesan terlebih dahulu dengan ciri-ciri atau kriteria khusus yang dikehendaki pembeli. Perbedaannya yaitu pembayaran pada jual beli *As-salam* diawali sekaligus, sedangkan pembayaran pada *bai' al-istishna* dapat diawal, ditengan, dan diakhir sesuai dengan perjanjian.<sup>15</sup>

---

<sup>13</sup> Dadang Husen Sobana. *Manajemen Keuangan Syari'ah*. (Bandung: Pustaka Seta, 2018). Hlm 74

<sup>14</sup> Adiwarmanto A. Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqh dan Keuangan*, Edisi ketiga (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2006).Hlm 124

<sup>15</sup> Muhammad Ayyub, *Keuangan Syariah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2009) Hlm 408.

## 5. *Al-Ijarah*

Secara etimologi, *ijarah* disebut juga *al-ajru* (upah) atau *al-iwadh* (ganti). *Ijarah* disebut juga sewa, jasa atau imbalan. Menurut syara', *ijarah* adalah salah satu bentuk kegiatan muamalah dalam memenuhi kebutuhan hidup manusia, seperti sewa-menyewa dan mengontrak atau menjual jasa. Menurut Sayid sabiq, *ijarah* adalah jenis akad untuk mengambil manfaat dengan jalan penggantian<sup>16</sup>

Menurut ulama fiqih Imam Hanafi, *ijarah* adalah transaksi terhadap suatu manfaat dengan imbalan. Menurut ulama Syafi'I, *ijarah* adalah transaksi terhadap suatu manfaat yang dituju, tertentu, bersifat mubah, dan dapat dimanfaatkan dengan imbalan tertentu. Sementara menurut ulama Maliki dan Hambali, *ijarah* adalah pemilikan manfaat sesuatu yang dibolehkan dalam waktu tertentu dengan suatu imbalan.

---

<sup>16</sup> Dadang Husen Sobana. *Manajemen Keuangan Syari'ah*. (Bandung: Pustaka Seta, 2018). Hlm 75

Berdasarkan definisi dari para ulama mazhab tersebut, terdapat kesamaan pandangan bahwa adanya unsur penting dalam pembiayaan ijarah, yaitu adanya manfaat pada barang yang disewakan, bersifat jasa dan adanya *imbalan* atas nilai yang disepakati dalam transaksi tersebut.

### **c. Pendekatan Laporan Keuangan**

Laporan keuangan merupakan salah satu instrumen informasi yang dapat dipublikasikan secara umum. fungsi laporan keuangan adalah bertujuan untuk menginformasikan kekuatan keuangan, kinerja, dan perubahan posisi keuangan secara faktual sehingga tercapai karakteristik sebuah laporan keuangan yaitu dapat dipahami, relevan, andal, dan dapat dibandingkan. penerapan syariah compliance perlu melalui pendekatan laporan keuangan dengan menjelaskan produk yang dipergunakan. Konsep laporan keuangan yang ada pada koperasi syariah yaitu berlandaskan PSAK 100-101. PSAK 100 berisi Kerangka Dasar Penyusunan dan

Penyajian Laporan Keuangan Syariah (KDPPLKS) dan PSAK 101 berisi penyajian laporan keuangan syariah<sup>17</sup>

PSAK 100 yang berisi Kerangka Dasar Penyusunan dan Penyajian Laporan Keuangan Syariah (KDPPLKS) merupakan pengaturan akuntansi yang memberikan konsep yang mendasari penyusunan dan penyajian laporan keuangan atas transaksi syariah. Berbeda dengan Kerangka Konseptual Pelaporan Keuangan (KKPK) pada SAK umum yang mengacu kepada transaksi konvensional, KDPPLKS memberikan konsep dasar paradigm, asas transaksi syariah dan karakteristik transaksi syariah. Berdasarkan KDPPLK Syariah, transaksi syariah berasaskan pada prinsip<sup>18</sup>:

- a. Persaudaraan (*ukhuwah*)
- b. Keadilan (*'adalah*)
- c. Kemaslahatan (*masalahah*)
- d. Keseimbangan (*tawazun*)

---

<sup>17</sup> Mikail & Arifin. *A Critical Study on Shariah Compliance and Shariah Based Products in Islamic Banking*. (2013).Hlm 13

<sup>18</sup> Ikatan Akuntan Indonesia. *Kerangka Dasar SAK Syariah*. Tersedia di <http://iaiglobal.or.id/v03/standar-akuntansi-keuangan/tentang-6-kerangka-dasar-sak-syariah> diakses pada 9 Juli 2021

e. Universalisme (*syumuliyah*).

Beberapa karakteristik transaksi syariah yang disebutkan dalam KDPPLK Syariah diantaranya:

- a. Tidak mengandung unsur riba
- b. Tidak mengandung unsur kezaliman
- c. Tidak mengandung unsur *maysir*
- d. Tidak mengandung unsur *gharar*
- e. Tidak mengandung unsur haram

Sedangkan PSAK 101 berisi penyajian laporan keuangan syariah meliputi:

### **1. Neraca**

Pos neraca memberi informasi tentang keuangan perusahaan pada saat tertentu. Dengan neraca, pemakai laporan keuangan akan dapat (a) menilai likuiditas dan kelancaran operasi perusahaan atau organisasi (b) menilai struktur pendanaan perusahaan (c) menganalisis komposisi kekayaan dan potensi jasa perusahaan dan (d) mengevaluasi potensi jasa atau sumber ekonomi yang dikuasai perusahaan.

## **2. Laporan Laba Rugi**

Laporan ini memberikan tentang keberhasilan manajemen dalam mengelola perusahaan. Keberhasilan diukur dengan kemampuan menghasilkan laba yaitu selisih antara semua penghasilan (pendapat dan untung) dan semua biaya yang diperkirakan telah mendatangkan penghasilan tersebut.

## **3. Laporan Arus Kas**

Laporan ini memberikan informasi tentang kegiatan manajemen selama satu periode dalam mengelola kas. Melalui laporan arus kas, pemakai laporan dapat mengevaluasi kegiatan manajemen dalam operasi (*operating*), investasi (*investing*) dan pendanaan (*financing*).

## **4. Laporan Perubahan Ekuitas**

Laporan ini merupakan penghubung antara laporan laba-rugi dan neraca. Laba rugi dan transaksi modal neto akan masuk dalam laporan perubahan modal

sehingga angka akhir akan diperoleh. Pemasukan angka laba dan perubahan modal neto ke akun modal akan merupakan suatu proses yang disebut tutup buku.

### **5. Laporan Sumber Penggunaan Dana dan Zakat**

Laporan ini merupakan informasi keuangan yang berisi rekapitulasi penerimaan zakat yang dikelola entitas syariah sebagai pelaksana fungsi Baitul Maal. Penerimaan zakat bisa berasal dari individu dari dalam entitas syariah seperti pemilik, manajemen, dan karyawan. Individu diluar entitas syariah juga bisa menyalurkan kewajiban zakatnya melalui entitas syariah yang menyelenggarakan fungsi Baitul Maal. Oleh karena dana zakatnya memiliki kekhususan dalam pengelolaan, maka penyalurannya juga perlu diatur sesuai dengan ketentuan syariah. Penyaluran dana zakat bisa dilakukan oleh entitas syariah atau melalui Organisasi Pengelola Zakat ( OPZ ). Zakat seperti Badan Amil Zakat ( BAZ ) dan Lembaga Amil

Zakat ( LAZ ). Zakat disalurkan kepada Mustahiq ( Golongan penerima Zakat ) antara Lain : fakir, miskin, amil, riqab, gharim, sabilillah, ibnu sabil, dan muallaf.

## **6. Laporan Sumber dan Penggunaan Dana Kebajikan**

Laporan ini berisi informasi penerimaan dana kebajikan dari beberapa komponen yang mungkin diterima oleh entitas syariah seperti Infaq, shadaqoh, hasil pengelolaan dana waqaf sesuai dengan ketentuan perundang–undangan yang berlaku (UU Nomor 41 Tahun 2004 tentang wakaf ), pengembalian dana kebajikan produktif, denda dan pendapatan non halal lainnya.

## **7. Catatan atas Laporan Keuangan**

Catatan atas laporan harus disajikan secara sistematis setiap pos dalam Neraca, Laporan laba rugi dan Laporan arus Kas, Laporan Perubahan ekuitas,

Laporan sumber dan Penggunaan dana Zakat, laporan sumber dan pengguna dana kebajikan, harus berkaitan dengan informasi yang terdapat dalam catatan atas laporan Keuangan. Catatan atas laporan keuangan mengungkapkan:

- a. Informasi tentang dasar penyusunan laporan keuangan dan kebijakan akuntansi yang dipilih dan diterapkan terhadap peristiwa dan transaksi yang penting
- b. Informasi yang diwajibkan dalam pernyataan standar Akuntansi Keuangan tetapi tidak disajikan di Neraca, Laporan laba rugi, Laporan Arus Kas, Laporan Perubahan Ekuitas, Laporan Sumber dan penggunaan Dana Zakat, dan Laporan Penggunaan Dana Kebajikan
- c. Informasi tambahan yang tidak disajikan dalam laporan keuangan tetapi diperlukan dalam rangka penyajian secara wajar
- d. Aplikasi Penyajian Laporan Keuangan Syariah

sesuai dengan PSAK 101 berikut merupakan gambaran yang terdapat dalam praktik perbankan syariah. Hal ini bisa dipahami mengingat bahwa perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia lebih maju dibandingkan lembaga-lembaga keuangan syariah lainnya. Kemajuan ini didorong dengan adanya Bank Indonesia yang serius mengembangkan Perbankan Syariah di Indonesia yang diharapkan bisa menjadi ikon implementasi ekonomi Islam. Adapun komponen laporan keuangan syariah pada perbankan syariah adalah sebagai berikut :

Laporan posisi Keuangan

$$\text{Aset} = \text{Kewajiban} + \text{Dana Syirkah Temporer} + \text{Ekuitas}$$

#### **d. Peran Dewan Pengawas Syariah (DPS)**

Dewan Pengawas Syariah (DPS) adalah badan independen yang ditempatkan oleh Dewan Syariah Nasional (DSN) pada Perbankan dan Lembaga

Keuangan Syariah. Anggota Dewan Pengawas Syariah harus terdiri atas para pakar di bidang syariah muamalah yang juga memiliki pengetahuan di bidang ekonomi Perbankan. Persyaratan anggota DPS ditetapkan oleh DSN. Dewan Pengawas syariah merupakan pihak yang berafiliasi dengan lembaga keuangan syariah dan merupakan bagian dari lembaga keuangan syariah tersebut, yang melakukan pengawasan terhadap prinsip syariah dalam kegiatan usaha lembaga keuangan syariah.

Dengan demikian maka setiap lembaga keuangan syariah baik itu dalam bentuk perbankan maupun koperasi syariah harus mempunyai dewan Pengawas Syariah. Pengawasan syariah oleh Dewan Pengawas Syariah (DPS) merupakan bagian tak terpisahkan dari kepatuhan syariah. Dalam konteks ini, regulasi tentang pengawasan syariah, tentu saja mencakup di dalamnya keberadaan dewan syariah (*sharia board*), yang adalah bagian penting dari kerangka aturan-aturan regulasi sebagai kepatuhan syariah. Dalam melaksanakan tugas

Dewan Pengawas Syariah wajib mengikuti Fatwa DSN yang merupakan otoritas tertinggi dalam mengeluarkan Fatwa mengenai kesesuaian produk dan jasa BMT dengan ketentuan dan prinsip syariah.

Tugas utama Dewan Pengawas Syariah adalah mengawasi kegiatan usaha Koperasi Syariah atau BMT agar tidak menyimpang dari ketentuan dan prinsip syariah yang telah difatwakan oleh DSN. Peran Dewan Pengawas Syariah juga adalah mengawasi kegiatan usaha Lembaga Keuangan Syariah agar sesuai dengan ketentuan dan prinsip syariah yang telah difatwakan oleh Dewan Syariah Nasional (DSN). Dalam menjalankan tugasnya, Dewan Pengawas Syariah dituntut untuk mengikuti Fatwa-fatwa DSN-MUI, mengawasi kegiatan usaha Lembaga Keuangan Syariah agar tidak menyimpang dari ketentuan dan prinsip syariah yang telah difatwakan oleh Dewan Syariah Nasional (DSN) dan melaporkan kegiatan usaha dan perkembangan lembaga keuangan yang diawasinya secara rutin kepada

DSN-MUI, sekurang-kurangnya dua kali dalam satu tahun <sup>19</sup>

Peran Dewan Pengawas Syariah (DPS) terhadap Lembaga Keuangan Syariah (LKS): 1) Melakukan pengawasan atas perencanaan dan operasional lembaga keuangan syariah. 2) Memberi nasihat dan saran kepada Lembaga Keuangan Syariah mengenai hal-hal yang terkait dengan syariah. 3) Memberikan opini syariah. 4) Mediator hubungan antara Koperasi Syariah dengan Dewan Syariah Nasional terutama dalam setiap upaya pengembangan produk dan jasa yang perlu mendapatkan fatwa dari Dewan Syariah Nasional. Pada Keputusan Menteri Koperasi dan UKM No. 91 tahun 2004 menyebutkan tugas Dewan Pengurus Syariah melakukan pengawasan pelaksanaan usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah atau Unit Jasa hasil pengawasannya kepada pejabat (Pasal 32). Pada UU No.25 tentang koperasi, tugas pengawas adalah melakukan pengawasan terhadap

---

<sup>19</sup> Arifin, Z. *Penelitian Pendidikan Metode dan Paradigma Baru*. (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2012). Hlm 65

pelaksanaan dan pengelolaan Koperasi dan membuat laporan tertulis tentang hasil pengawasannya sesuai Pasal 39 ayat (1). Dalam rangka melaksanakan tugasnya, pengawas memiliki kewenangan meneliti catatan yang ada pada koperasi dan mendapatkan segala keterangan yang diperlukan sesuai Pasal 39 ayat (2).

## **B. Citra BMT**

### **1. Pengertian Citra**

Citra merupakan hasil evaluasi dalam diri seseorang berdasarkan pengertian dan pemahaman terhadap rangsangan yang telah diolah, diorganisasikan dan disimpan dalam benak seseorang. Citra dapat diukur melalui pendapat, kesan atau respon seseorang dengan tujuan untuk mengetahui secara pasti apa yang ada dalam pikiran setiap individu mengenai objek suatu objek, bagaimana mereka memahaminya dan apa yang mereka sukai atau tidak sukai dari objek tersebut. Citra terdiri dari 3 hal yaitu : 1) Menyampaikan suatu pesan

tunggal yang memantapkan karakter produk dan usulan nilai. Menyampaikan pesan ini dengan cara yang berbeda sehingga tidak dikelirukan dengan pesan serupa dari pesaing. 3) Mengirimkan kekuatan emosional sehingga dapat membangkitkan hati maupun pikiran pembeli.<sup>20</sup>

## **2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Citra**

Citra pada dasarnya adalah persepsi konsumen yang dalam pembentukannya dipengaruhi oleh tiga faktor: 1) Kecenderungan-kecenderungan yang ada pada diri individu 2) Unsur-unsur yang terdapat pada bauran promosi 3) Situasi pada saat mengetahui, mendengar, melihat, memperhatikan dan memahami pengaruh tersebut. Proses pembentukan citra dalam benak konsumen adalah: 1) Konsumen mengetahui dan menyeleksi informasi mengenai suatu objek. Proses ini dikenal dengan istilah stimulasi. Penyeleksian stimulasi

---

<sup>20</sup> Kotler, Philip dan Kevin Lane. *Manajemen Pemasaran, Edisi 12*, Terjemahan Benyamin Molan. (PT Indeks, 2012). Hlm 296

tergantung pada pengalaman konsumen yang mempengaruhi harapan mereka dan motivasi sesuai kebutuhan itu berupa kebutuhan, keinginan dan minat. 2) Setelah menyeleksi, konsumen mengatur persepsi mereka yang dipengaruhi harapan dan motivasi mereka. Pada tahap ini konsumen mengelompokkan dan menarik kesimpulan, sehingga stimulasi yang mereka terima menjadi bentuk utuh yang dapat dipahami dan mudah diingat. 3) Pada tahap berikutnya, konsumen menginterpretasikan persepsi. Kedekatan interpretasi mereka dengan kenyataan tergantung pada kejelasan stimulasi yang diterima, pengalaman masa lalu dan motivasi minat pada saat ini.

### **3. Indikator Pembentukan Citra**

Indikator-indikator yang dapat mempengaruhi Citra menurut Aaker dan Biel diantaranya<sup>21</sup> :

- a. Citra Perusahaan / Lembaga (*Corporate Image*)

---

<sup>21</sup> Aaker, A. D., dan A.L. Biel. *Brand Equity and Advertising: Advertising Role In Building Strong Brand*. Lawrence Erlbaum Associates Inc. Hillsdale. 2009. Hlm. 7

Bagaimana pandangan anggota/nasabah/pelanggan terhadap perusahaan/ lembaga yang memproduksi suatu barang atau jasa meliputi popularitas, kredibilitas, jaringan perusahaan dan pemakai

b. Citra Produk (*Produk Image*)

Bagaimana pandangan anggota/nasabah/pelanggan terhadap perusahaan/ lembaga yang memproduksi suatu barang atau jasa meliputi atribut dari produk, manfaat bagi konsumen/ anggota/ nasabah/ pelanggan, serta jaminan.

c. Citra Pemakai (*User Image*)

Bagaimana pandangan anggota/nasabah/pelanggan terhadap perusahaan/ lembaga yang memproduksi suatu barang atau jasa meliputi pemakai itu sendiri dan status sosialnya.

## **C. Kepuasan Anggota**

### **1. Pengertian Kepuasan Anggota**

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara

kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Akan tetapi jika kinerja memenuhi harapan, maka pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Setiap perusahaan pasti menetapkan target untuk mencapai setiap tujuannya. Salah satunya dalam pencapaian kepuasan konsumen atau anggota. Selain untuk mengetahui sampai di mana kepuasan konsumennya atau anggotanya, pasti juga ingin menggunakannya untuk bahan evaluasi ke depannya. Dalam era globalisasi saat ini persaingan bisnis makin ketat, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada pelanggannya, seperti pemberian mutu yang

baik, harga lebih murah, penyerahan produk yang lebih cepat, dan pelayanan yang lebih baik dari pesaingnya.

Kepuasan adalah indikator utama untuk retensi pelanggan di masa depan, karena dapat memberikan jaminan bahwa pelanggan tidak akan mengubah pilihan layanan atau penyedia produk sepanjang mereka puas dengan pembelian mereka, sehingga kepuasan pelanggan merupakan prasyarat untuk dapat menciptakan loyalitas nasabah. Jadi prinsip dasar dari pemasaran adalah perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan melalui suatu hubungan dan meningkatkan kinerja perusahaan mereka<sup>22</sup>.

## **2. Kepuasan Anggota dalam Perspektif Islam**

Bagi seorang muslim menjalankan usaha (bisnis) merupakan ibadah, sehingga usaha itu harus dimulai dengan niat yang suci kemudian diikuti dengan cara yang benar, tujuan yang benar, serta pemanfaatan hasil

---

<sup>22</sup> Nguyen Minh Tuan. *Effects of Service Quality and Price Fairness on Student Satisfaction. (International Journal of Business and Social Science.3(9,2012), Hlm. 132-150.*

usaha secara benar pula. Oleh sebab itu dalam memasarkan sebuah produk, seorang muslim wajib memiliki sikap jujur karena sikap jujur akan melahirkan kepercayaan konsumen/pelanggan. Kepercayaan konsumen akan melahirkan kesetiaan konsumen/pelanggan<sup>23</sup>.

Sebagaimana disebutkan Allah dalam firman-Nya berikut: Artinya: Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu.

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا  
مِّنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا  
عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ١٥٩

Artinya: *Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri*

---

<sup>23</sup> Umar. Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa. (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003) Hlm 209

*dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawaralah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertakwalah kepada Allah, sungguh Allah mencintai orang yang bertawakal (Q.S Ali Imran : 159)<sup>24</sup>*

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap produk atau jasa yang seharusnya sesuai syariah dengan kenyataan yang diterima. Sebagai pedoman untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen, maka sebuah perusahaan barang atau jasa harus melihat kinerjanya yang berkaitan dengan sifat jujur dan amanah. Tujuan setiap pemasaran adalah menimbulkan kepuasan bagi konsumen. Jika konsumen puas terhadap barang tersebut atau terhadap pelayanan toko tersebut, konsumen akan melakukan pembelian ulang. Jika konsumen tidak puas, dia tidak akan melakukan pembelian ulang dan akan memberikan reaksi negatif serta menginformasikan reaksi negatif itu kepada keluarga, sahabat, sehingga

---

<sup>24</sup> Departemen Agama RI, *Alhidayah Al Quran Tafsir Per Kata Tajwid Kode Angka* (Tangerang Selatan: Kalim, 2011). Hlm.138

pemasaran produk tersebut tidak mencapai sasaran. Hal ini dapat menimbulkan kegagalan bagi perusahaan<sup>25</sup>.

Preferensi konsumsi dan alokasi anggaran seorang muslim itu mencakup 4 pilihan, yaitu pilihan pertama terdiri dari kebutuhan duniawi (*wordly needs*) dan kebutuhan ibadah (*cause of Allah*) pilihan kedua terdiri dari konsumsi masa sekarang (*present consumption*) dan konsumsi masa depan (*future consumption*), pilihan ketiga terdiri dari kebutuhan daruriyyah (*essentials*), kebutuhan hajiyyah (*complimentarities*) dan kebutuhan tahsiniyyah (*amelioratories*) dan pilihan keempat terdiri dari berbagai pilihan bebas (*choice between substitutes*). Preferensi konsumsi dalam Islam mencakup pilihan tersebut di atas, sedangkan ekonomi konvensional hanya membatasi pada pilihan kedua dan keempat saja dan mengabaikan pilihan kesatu dan ketiga. Hal ini disebabkan oleh konsep rasionalitas dalam ekonomi konvensional yang digerakkan oleh motif *self-interest*

---

<sup>25</sup> Perdiana, N. Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan. (Bandung: Pustaka Setia, 2013) Hlm 205

sehingga motif tersebut akan mempengaruhi proses keputusan konsumen<sup>26</sup>.

### 3. Pengukuran Kepuasan

Menurut Kenedy dan Young, kepuasan dapat diukur dengan 3 indikator yaitu:

- a. Menyampaikan hal positif berkenaan pelayanan yang diberikan perusahaan ke orang lain (*say positif thing*).
- b. Melakukan penggunaan jasa perusahaan secara kontinyu (*continue purchasing*). Pengalaman yang baik dan citra positif dari perusahaan atas pelayanan yang didapat oleh nasabah akan berdampak pada sikap kesetiaan pada perusahaan.
- c. Merekomendasikan perusahaan ke orang lain (*recommend friend*). Pengukuran terhadap kepuasan nasabah akan terbentuk dari sikap nasabah yang mengajak teman-temannya untuk

---

<sup>26</sup> Rahmawaty, A. Ekonomi Mikro Islam. (Kudus: Nora Media Enterprise, 2011). Hlm 79

ikut bergabung pada perusahaan yang telah memberikan layanan yang menjadi suatu pengalaman dari nasabah<sup>27</sup>

Koperasi syariah perlu melakukan pemantauan dan pengukuran terhadap kepuasan nasabahnya, karena hal ini telah menjadi hal yang esensial bagi setiap perusahaan. Langkah tersebut dapat memberikan umpan baik dan masukan bagi keperluan pengembangan dan implementasi strategi kepuasan pelanggan. mengemukakan metode-metode yang dapat dipergunakan setiap perusahaan untuk memantau dan mengukur kepuasan pelanggan, salah satunya yaitu dengan survei nasabah (*costumer survey*). Kepuasan nasabah koperasi dapat diukur melalui persepsi mereka sendiri terhadap kepuasannya.<sup>28</sup>

Pengukuran kepuasan pelanggan melalui metode survei ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, di

---

<sup>27</sup> Supranto, J. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan (untuk meningkatkan pangsa pasar)*. (Jakarta: Rineka Cipta, 2011). Hlm 10

<sup>28</sup> Wood, I. *Layanan Pelanggan*. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009) Hlm

antaranya: 1) *Directly reported satisfaction* yaitu pengukuran dilakukan secara langsung melalui pertanyaan. 2) *Derived dissatisfaction* yaitu pertanyaan yang diajukan menyangkut 2 hal utama, yakni besarnya harapan pelanggan terhadap atribut tertentu dan besarnya kinerja yang telah mereka rasakan atau terima. 3) *Problem analysis* yaitu pelanggan yang dijadikan responden diminta untuk mengungkapkan 2 hal pokok, yaitu: masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari manajemen perusahaan dan saran-saran untuk melakukan perbaikan. 4) *Importance-performance analysis* yaitu dalam teknik ini responden diminta meranking berbagai elemen dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen tersebut<sup>29</sup>

Selain itu juga, responden diminta meranking seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen tersebut. Peningkatan kepuasan nasabah sangat dibutuhkan dalam persaingan pasar yang semakin tajam.

---

<sup>29</sup> *Ibid....* Hlm 51

Oleh karena itu, banyak perusahaan akan selalu berupaya memantau kepuasan nasabah yang sangat berpengaruh yang memiliki dampak yang signifikan pada perusahaan. Seperti tingkat kepuasan nasabah dapat dinilai dari kinerja yang dirasakan atau diterima dari produk dan jasa atau servis pendukung, serta standar yang digunakan pelanggan untuk mengevaluasi kinerja itu.

Menurut Assaur peningkatan kepuasan nasabah sangat dibutuhkan dalam persaingan pasar yang semakin tajam. Oleh karena itu, banyak perusahaan akan selalu berupaya memantau kepuasan nasabah yang sangat berpengaruh yang memiliki dampak yang signifikan pada perusahaan. Seperti tingkat kepuasan nasabah dapat dinilai dari 31 kinerja yang dirasakan atau diterima dari produk dan jasa atau servis pendukung, serta standar yang digunakan pelanggan untuk mengevaluasi kinerja itu<sup>30</sup>.

---

<sup>30</sup> Assaur, S. Manajemen Pemasaran. (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2012). Hlm 56

#### 4. Indikator Kepuasan

Menurut Minkiewicz et al., bahwa ada beberapa indikator untuk mengukur kepuasan konsumen, antara lain:

1. Rasa senang berdasarkan pengalaman Hal ini dapat ditunjukkan dengan perasaan senang atas pengalaman seorang pelanggan ketika menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan oleh badan usaha tertentu.
2. Sesuai dengan harapan Hal ini merupakan harapan-harapan pelanggan atas produk atau jasa. Jika harapan-harapan tersebut dapat dipenuhi, maka pelanggan akan merasa puas.
3. Senang dengan keputusannya Jika pelanggan merasa keputusannya untuk memilih produk dan jasa tersebut tepat dan benar, maka pelanggan akan senang dan puas.
4. Persepsi kinerja perusahaan Suatu kepercayaan tingkat tinggi yang ada pada seorang pelanggan, akan membuat sebuah persepsi dalam dirinya tentang kinerja secara keseluruhan sebuah badan usaha tertentu. Persepsi tersebut akan membuat seorang pelanggan dengan senang hati memberitahu orang lain atas kepuasan yang didapatkannya.<sup>31</sup>

---

<sup>31</sup> Fajar, R., & Irawati, W. Pengaruh Perceived Entertainment dan Norma Subjektif terhadap Word of Mouth dengan Kepuasan sebagai Permediasi pada Konsumen Mobile Shopping Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*.3(4.), 2018, Hlm 90-103

## D. Konsep Dasar BMT

### 1. Pengertian

Menurut Andri Soemitro bahwa BMT adalah kependekan kata Balai Usaha Mandiri Terpadu atau Baitu Mal wat tamwil, yaitu Lembaga Lembaga Keuangan Mikro (LKM) yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah. BMT sesuai namanya terdiri dari dua fungsi utama, yaitu:

1. Baitul tamwil (rumah pengembangan harta), melakukan kegiatan pengembangan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha mikro dan kecil dengan antara lain mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonomi. Dalam pengertian ini BMT menjalankan fungsi yang sama dengan Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS).
2. Baitul mal (rumah harta), menerima titipan dana zakat, infak dan sedekah serta mengoptimalkan distribusinya sesuai dengan peraturan dan amantnya<sup>32</sup>

Baitul Mal wat Tamwil (BMT) adalah balai usaha mandiri terpadu yang siinya berintikan *bayt al-mal wa al-tamwil* dengan kegiatan mengembangkan usaha-usaha

---

<sup>32</sup> Andri Soemitro. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Edisi ke-2 Cetakan ke-6. (Jakarta-Kencana, 2018) Hlm 473.

produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil bawah dan kecil dengan antara lain mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonominya. Selain itu, baitul mal wat tamwil juga bisa menerima titipan zakat, infak dan sedekah, serta menyalurkan sesuai dengan peraturan dan amanatnya.<sup>33</sup>

Dengan demikian keberadaan BMT dapat dipandang memiliki dua fungsi utama, yaitu sebagai media penyalur pendayagunaan harta ibadah, seperti zakat, infak, sedekah dan wakaf, serta dapat pula berfungsi sebagai institusi yang bergerak dibidang investasi yang bersifat produktif sebagaimana layaknya bank. Pada fungsi kedua ini dapat dipahami bahwa selain berfungsi sebagai lembaga keuangan, BMT juga berfungsi sebagai lembaga ekonomi. Menurut Pinbuk pusat bahwa BMT bertugas menghimpun dana dari masyarakat (anggota BMT) yang mempercayakan dananya disimpan di BMT

---

<sup>33</sup> Andri Soemitro. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Edisi ke-2 Cetakan ke-6. (Jakarta-Kencana, 2018) Hlm 474

dan menyalurkan dana kepada masyarakat (anggota BMT) yang diberikan pinjaman oleh BMT. Sedangkan sebagai lembaga ekonomi, BMT berhak melakukan kegiatan ekonomi, seperti mengelola kegiatan perdagangan, industry dan pertanian<sup>34</sup>.

Secara umum profil BMT dapat dirangkum dalam butir-butir berikut:

- a. Tujuan BMT yaitu meningkatkan kualitas usaha ekonomi untuk kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya.
- b. Sifat BMT yaitu memiliki usaha bisnis yang bersifat mandiri, ditumbuhkembangkan dengan swadaya dan dikelola secara professional serta berorientasi untuk kesejahteraan anggota dan masyarakat lingkungannya.
- c. Visi BMT yaitu menjadi lembaga keuangan yang mandiri, sehat dan kuat, yang kualitas ibadah anggotanya meningkat sedemikian rupa sehingga

---

<sup>34</sup> Ibid.... Hlm 474

mampu berperan menjadi wakil pengabdian Allah, memakmurkan kehidupan anggota pada khususnya dan umat manusia pada umumnya.

- d. Misi BMT, yaitu mewujudkan gerakan pembebasan anggota dan masyarakat dari belenggu rentenir, jerat kemiskinan dan ekonomi *ribawi*, gerakan pemberdayaan meningkatkan kapasitas dalam kegiatan ekonomi riil dan kelembagaannya menuju tatanan perekonomian yang makmur dan maju dan gerakan keadilan membangun struktur masyarakat madani yang adil dan berkemakmuran berkemajuan serta makmur maju berkeadilan berlandaskan syariah dan ridha Allah
- e. Fungsi BMT, yaitu:
  1. Mengidentifikasi, memobilisasi, mengorganisir, mendorong dan mengembangkan potensi serta kemampuan

ekonomi anggota, kelompok usaha anggota muamalah (Pokusma) dan kerjanya

2. Mempertinggi kualitas SDM anggota dan Pokusma menjadi lebih professional dan islami sehingga semakin utuh dan tangguh menghadapi tantangan global
  3. Menggalang dan mengorganisir potensi masyarakat dalam rangka meningkatkan kesejahteraan anggota.
- f. Prinsip-prinsip utam BMT, yaitu:
1. Keimanan dan ketakwaan pada Allah SWT dengan mengimplementasikan prinsip-prinsip syariah dan muamalah Islam ke dalam kehidupan nyata
  2. Keterpaduan (*Kaffah*) dimana nilai-nilai spiritual berfungsi mengarahkan dan menggerakkan etika dan moral yang dinamis, proaktif, progresif, adil dan berakhlak mulia
  3. Kekeluargaan (koperatif)

4. Kebersamaan
  5. Kemandirian
  6. Profesionalisme
  7. Istiqomah, konsisten, kontinuitas/berkelanjutan tanpa henti dan tanpa pernah putus asa. Setelah mencapai suatu tahap, maju ketahap berikutnya, dan hanya kepada Allah berharap.<sup>35</sup>
- g. Ciri-ciri utama BMT, yaitu:
1. Berorientasi bisnis, mencari laba bersama, meningkatkan pemanfaatan ekonomi paling banyak untuk anggota dan lingkungannya
  2. Bukan lembaga social tetapi dapat dimanfaatkan untuk mengefektifkan penggunaan zakat, infak dan sedekah bagi kesejahteraan orang banyak
  3. Ditumbuhkan dari bawah berlandaskan peran serta masyarakat di sekitarnya

---

<sup>35</sup> Andri Soemitro. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Edisi ke-2 Cetakan ke-6. (Jakarta: Kencana, 2018) Hlm 475

4. Milik bersama masyarakat kecil atau bawah dari lingkungan BMT itu sendiri, bukan milik orang seorang atau orang dari luar masyarakat itu.

Disamping ciri-ciri utama diatas, BMT juga memiliki ciri-ciri khusus, yaitu<sup>36</sup>:

1. Staf dan karyawan BMT bertindak aktif, dinamis, berpandangan produktif, tidak menunggu tetapi menjemput nasabah, baik sebagai penyeter dana maupun sebagai penerima pembiayaan usaha.
2. Kantor dibuka dalam waktu tertentu dan ditunggu oleh sejumlah staf yang terbatas, karena sebagian besar staf harus bergerak di lapangan untuk mendapatkan nasabah penyeter dana, memonitor, dan menyupervisi usaha nasabah.
3. BMT mengadakan pengajian rutin secara berkala yang waktu dan tempatnya, biasanya dimadrasah,

---

<sup>36</sup> Pinbuk Perwakilan Sumatera Utara, Cara Pembentukan BMT, Hlm 1-

masjid atau mushola ditentukan sesuai dengan kegiatan nasabah dan anggota BMT.

4. Manajemen BMT diselenggarakan secara professional dan islami, dimana:
  - a. Administrasi keuangan, pembukuan dan prosedur ditata dan dilaksanakan dengan sistem akuntansi sesuai dengan standar akuntansi Indonesia yang disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah
  - b. Aktif, menjemput bola, berjangsa, berprakarsa, proaktif, menemukan masalah dengan tajam dan menyelesaikan masalah dengan bijak, bijaksana yang memenangkan semua pihak
  - c. Berpikir, bersikap dan berperilaku *ahsanu amal* (*service excellence*).

## **2. Landasan Hukum BMT**

Menurut Cahyadi secara yuridis Lembaga Keuangan Mikro (LKM) dapat digolongkan menjadi 2 (dua) yaitu

LKM formal dan LKM informal. LKM formal adalah LKM yang memiliki landasan hukum dan legitimasi dari instansi yang berwenang, sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan yang ada, seperti koperasi dengan segala variannya seperti Koperasi Simpan Pinjam (KSP) dan Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS). Sedangkan, LKM Informal dibentuk tanpa ada landasan hukum dan legitimasi dari instansi yang berwenang sebagaimana diatur dalam perundang-undangan. Bentuk dari LKM ini antara lain Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM), Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) serta BMT<sup>37</sup>

Pernyataan tersebut bukan tanpa alasan karena sampai saat ini keberadaan BMT belum mempunyai payung hukum yang jelas. Ketidakjelasan badan hukum BMT pada saat ini memang menjadi permasalahan yang masih belum bisa diatasi, namun merujuk pada Surat

---

<sup>37</sup> Thalys Noor Cahyadi. 2012. Pengawasan dan Perlindungan Hukum atas Dana Masyarakat yang Disimpan di Baitul Maal Wat Tamwil (*Studi pada Koperasi Serba Usaha Syariah Baitul Mall Wat Tamwil ISRA*). Jogjakarta: Tesis. 2012. Hlm 27

Keputusan Bersama (SKB) antara Menteri Keuangan, Menteri Dalam Negeri, Meneg Koperasi dan UKM bersama Gubernur Bank Indonesia Nomor 351.1/KMK/010/2009, Nomor 900-639a tahun 2009, Nomor 01/SKB/M.KUKM/IX/2009 dan Nomor 11/43a/KEP.GBI/2009/2009 tentang strategi Pengembangan Lembaga Keuangan Mikro dapat memilih menjadi Bank Perkreditan Rakyat (BPR) atau Koperasi atau Badan Usaha Milik Desa (BUMdes) atau lembaga keuangan lainnya dan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Pada ketentuan ini disepakati untuk melakukan:

1. Bank Indonesia memberikan konsultasi kepada LKM yang akan menjadi BPR/S sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam pendirian dan perizinan BPR/S
2. Departemen Dalam Negeri, bersama-sama dengan pemerintah daerah melakukan pembinaan terhadap LKM yang akan menjadi BUMDes

3. Kementerian Koperasi dan UKM bersama-sama dengan pemerintah daerah memfasilitasi, memberdayakan dan membina LKM yang akan menjadi koperasi
4. Departemen Keuangan memberikan konsultasi kepada LKM yang kegiatan usahanya menyerupai lembaga keuangan yang berada di dalam pembinaan dan pengawasan Departemen Keuangan menjadi lembaga keuangan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Berdasarkan SKB tersebut BMT dituntut memilih sendiri ingin menggunakan payung hukum yang mana BPR/S, BUMDes atau koperasi. Jika BMT memilih badan hukum koperasi maka BMT harus tunduk pada ketentuan Undang-undang Nomor 17 tahun 2012 tentang perkoperasian, serta perundang-undangan lainnya yang terkait dengan perkoperasian. Khusus untuk BMT sendiri jika ingin berbentuk koperasi maka BMT harus menjadi Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS). Namun,

semenjak keluarnya Peraturan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor 16/Per/M.KUKM/IX/2015 Tentang Pelaksanaan Kegiatan Usaha Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Oleh Koperasi atau bisa disebut KSPPS, maka Undang-undang yang berkaitan dengan KJKS tidak berlaku lagi. Peraturan tersebut tercantum dalam BAB XI tentang Ketentuan Peralihan pasal 36 ayat 7.

KSPPS adalah koperasi yang kegiatan usahanya meliputi simpanan, pinjaman dan pembiayaan sesuai prinsip syariah, termasuk mengelola zakat, infaq/sedekah dan wakaf (Peraturan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor 16/Per/M.KUKM/IX/2015 Tentang Pelaksanaan Kegiatan Usaha Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Oleh Koperasi).

Ada beberapa dasar hukum yang dapat dijadikan landasan hukum untuk BMT yang akan menjadi koperasi seperti :

1. Undang-undang Nomor 17 Tahun 2012 tentang Perkoperasian.
2. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 1994 tentang Persyaratan dan Tata Cara Pengesahan Akte Pendirian dan Perubahan Anggaran Dasar Koperasi.
3. Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 1994 tentang Pembubaran Koperasi oleh Pemerintah.
4. Peraturan Pemerintah Nomor 9 Tahun 1995 tentang Pelaksanaan Kegiatan Usaha Simpan Pinjam Koperasi.
5. Keputusan Menteri Negara Koperasi dan UKM RI Nomor 104.1/Kep/M.KUKM/X/2002 tentang Petunjuk Pelaksanaan Pembentukan, Pengesahan Akta Pendirian dan Perubahan Anggaran Dasar Koperasi.
6. Peraturan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor 16/Per/M.KUKM/IX/2015 Tentang Pelaksanaan

Kegiatan Usaha Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah oleh Koperasi.

7. Peraturan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor 14/Per/M.KUKM/IX/2015 Tentang Pedoman Akuntansi Usaha Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Oleh Koperasi.
8. Peraturan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor 10/Per/M.KUKM/IX/2015 Tentang Kelembagaan Koperasi.
9. Peraturan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor 11/Per/M.KUKM/IX/2015 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Pemupukan Modal Penyertaan Pada Koperasi.

#### **E. Penelitian yang Relevan**

Berikut penelitian-penelitian tentang *Shariah Compliance* dan Citra BMT yang telah dilakukan serta perbedaan penelitian ini dengan yang lainnya:

**Tabel 2. 1**  
**Penelitian Terdahulu**

<b>No.</b>	<b>Peneliti</b>	<b>Metode Penelitian</b>	<b>Hasil</b>	<b>Persamaan</b>	<b>Perbedaan</b>
1.	Soya Husnul Asyura (2019), Analisis Penerapan <i>Shariah Compliance</i> Terhadap Kepuasan Nasabah Koperasi Syariah Mitra Niaga Aceh Besar	Metode Kuantitatif	Hasil uji R square ditemukan bahwa shariah compliance memiliki pengaruh sebesar 0.542%. Hal ini menyatakan bahwa syariah compliance mempengaruhi kepuasan nasabah sebesar 54,2%, hal ini membuktikan bahwa pengaruh shariah compliance terhadap kepuasan nasabah dalam	<b>Variabel</b> <b>Bebas:</b> <i>Shariah</i> <i>Cpliance</i> <b>Variabel</b> <b>Terikat:</b> Kepuasan nasabah	<b>Lokasi</b> <b>penelitian:</b> Studi pada Koperasi Syariah Mitra Niaga Aceh Besar <b>Variabel</b> <b>Bebas:</b> Citra Koperasi

			<p>kategori sedang dan sisanya sebesar sebesar 45.8% % dipengaruhi variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini. Hasil uji t ditemukan bahwa t hitung &gt; t tabel (10.496 &gt; 1,98552), maka <math>H_0</math> ditolak dan <math>H_a</math> diterima, dari hasil ui t nilai signifikasi lebih kecil dari 0.05 (0.000 &lt; 0.05) berarti terdapat pengaruh yang erat antara <i>sharia</i></p>		
--	--	--	---	--	--

			<i>compliance</i> terhadap kepuasan nasabah.		
2	Arman Maulana, Siti Rosmayati (2020), Pengaruh Citra Koperasi Syariah Terhadap Partisipasi Anggota Koperasi Syariah BMT Itqan	Metode Kuantitatif	Dengan bantuan SPSS diperoleh nilai sebesar $r =$ 0,919. Hasil perhitungan koefisien korelasi ( $r_{xy}$ ) menunjukkan hasil sebesar 0.919, sehingga dapat disimpulkan bahwa antara variabel citra koperasi dengan loyalitas anggota mempunyai hubungan yang sangat kuat. Nilai $r_{xy} > 0$ , artinya	<b>Variabel</b> <b>Bebas:</b> <i>Citra</i> <i>Koperasi</i> <b>Variabel</b> <b>Terikat:</b> Partisipasi Anggota	<b>Lokasi</b> <b>penelitian:</b> Studi pada Koperasi Syariah BMT Itqan <b>Variabel</b> <b>Bebas:</b> <i>Shariah</i> <i>compliance</i>

			terjadi hubungan yang positif, berarti semakin baik citra koperasi yang diberikan maka semakin tinggi pula loyalitas anggota.		
3	Orin Verawati Ramadani, Abd Rahman Kadir, Abdullah Sanusi (2018), Analisis Pengaruh <i>Shariah Compliance</i> dan <i>Assurance</i>	Metode Kuantitatif	Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan diolah dengan alat bantu SPSS 20 terbukti, bahwa dimensi <i>Compliance</i> dan <i>Assurance</i> berpengaruh secara positif dan signifikan. Artinya bahwa kepuasan	<b>Variabel Bebas:</b> <i>Shariah Compliance Assurance</i>  <b>Variabel Terikat:</b> Kepuasan Nasabah	<b>Lokasi penelitian:</b> Studi pada Koperasi Syariah BMT Itqan  <b>Variabel Bebas:</b> <i>Citra Koperasi</i>

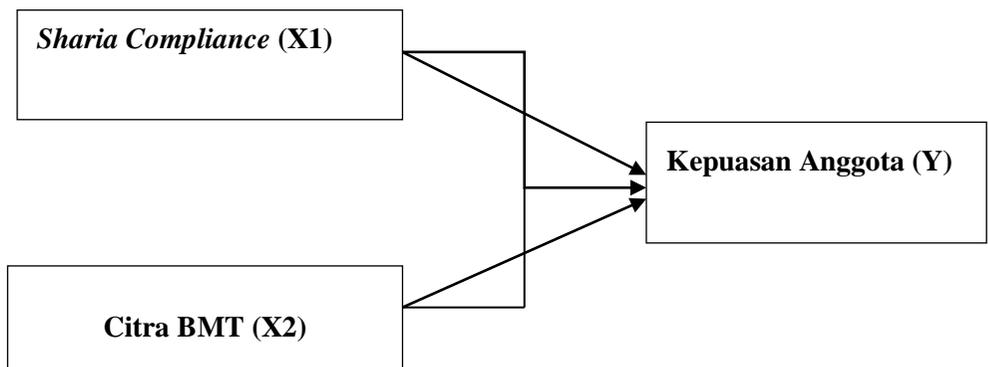
	terhadap Kepuasan Nasabah BMT Barokatul Umah di Kabupaten Merauke		nasabah akan meningkat, jika dimensi <i>Copliance</i> dan <i>Assurance</i> lebih ditingkatkan lagi.		
4	Iin Emy Prastiwi (2018), Peangaruh Persepsi Anggota pada <i>Shariah</i> <i>Compliance</i> , Komitmen Agama dan Atribut Produk Islam	Metode Kuantitatif	Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas maka dapat disimpulkan: (1) persepsi anggota pada sharia compliance berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa	<b>Variabel</b> <b>Bebas:</b> <i>Shariah</i> <i>Compliance</i> <i>Assurance</i> , Komitmen Agama, Atribut Produk Islam <b>Variabel</b> <b>Terikat:</b>	<b>Lokasi</b> <b>penelitian:</b> Studi pada Koperasi Syariah Amanah Ummah Sukoharjo <b>Variabel</b> <b>Bebas:</b> <i>Citra</i>

	<p>terhadap Customer's Trust yang Berdampak pada Keputusan Menggunakan Jasa Lembaga Keuangan Syariah (Studi pada BMT Amanah Ummah Sukoharjo)</p>		<p>lembaga keuangan syariah sebesar arah positif; (2) komitmen agama berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa lembaga keuangan syariah sebesar arah negatif; (3) atribut produk Islam berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa lembaga keuangan syariah dengan arah positif</p>	<p>Keputusan menggunakan Jasa Lembaga Keuangan Syariah</p>	<p><i>Koperasi</i></p>
--	--	--	---	--	------------------------

## F. Kerangka Berfikir

Berdasarkan telaah teori-teori diatas dan hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini maka peneliti mengajukan model empirik atau kerangka pemikiran penelitian dapat digambarkan sebagai berikut:

**Gambar 2. 1**  
**Kerangka Berfikir**



Keterangan Gambar:

$X_1$  = Variabel *Sharia Compliance*

$X_2$  = Variabel Citra BMT

Y = Variabel Kepuasan Angggota

## G. Hipotesis

Berdasarkan deskripsi teori, hasil penelitian yang relevan dan kerangka pemikiran diatas, dapat ditarik hipotesis dari masalah penelitian yang dirumuskan sebagai berikut:

## **1. Pengaruh Variabel *Sharia Compliance* dengan Variabel Kepuasan Anggota**

*Sharia Compliance* merupakan syarat mutlak yang harus dipenuhi oleh lembaga keuangan yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan syariah. Arti penting kepatuhan berimplikasi pada keharusan pengawasan pelaksanaan kepatuhan tersebut. *Sharia Compliance* merupakan pemenuhan terhadap nilai-nilai syariah di lembaga keuangan mikro syariah Baitul Mal wat Tamwil (BMT) yang menjadikan fatwa DSN MUI sebagai alat ukur pemenuhan prinsip syariah, baik dalam kualitas pelayanan, produk, pendekatan laporan keuangan dan peran dewan pengawas syariah. Jika setiap lembaga keuangan mikro syariah Baitul Mal wat Tamwil (BMT) memenuhi komponen *Sharia Compliance* maka berdampak pada kepercayaan anggota dan meningkatkan kepuasan anggota lembaga keuangan mikro syariah.<sup>38</sup>

---

<sup>38</sup> Sutedi, A. Perbankan Syariah, Tinjauan dan Beberapa Segi Hukum. (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009). Hlm 145

Berdasarkan hasil penelitian diatas maka hipotesis yang diajukan adalah:

**H<sub>0</sub> : Tidak terdapat pengaruh yang positif antara X<sub>1</sub> dan Y.**

**H<sub>a</sub> : Terdapat pengaruh yang positif antara X<sub>1</sub> dan Y.**

## **2. Pengaruh Variabel Citra BMT dengan Variabel Kepuasan Anggota**

Citra akan terbentuk setelah berjalannya aktivitas dari setiap lembaga keuangan mikro syariah dan setelah aktivitasnya dapat dinikmati oleh anggota maka secara alami citra akan terbentuk dengan sendirinya. Lembaga keuangan mikro syariah Baitul Mal wat Tamwil (BMT) memberikan manfaat kepada anggota maka citranya akan baik, dengan adanya citra yang baik bagi BMT maka dapat meningkatkan kepuasan anggota, sehingga BMT akan berkembang dan dapat memenuhi kebutuhan para anggota sehingga anggota dapat meningkat.<sup>39</sup>

---

<sup>39</sup> Fandy Tjiptono. Pemasaran Jasa, Edisi Revisi. (Yogyakarta: Penerbit Andi Offset, 2010). Hlm 117

Berdasarkan hasil penelitian diatas maka hipotesis yang diajukan adalah:

**H<sub>0</sub> : Tidak terdapat pengaruh yang positif antara X<sub>2</sub> dan Y.**

**H<sub>a</sub> : Terdapat pengaruh yang positif antara X<sub>2</sub> dan Y.**

### **3. Pengaruh Variabel *Sharia Compliance* dan Citra BMT dengan Variabel Kepuasan Anggota**

*Sharia Compliance* yang terpenuhi dan citra BMT yang dimiliki oleh lembaga keuangan mikro syariah Baitul Mal wat Tamwil (BMT) dapat memberikan manfaat bagi setiap anggota, anggota akan merasa senang dan menambah kepercayaan pada lembaga keuangan mikro syariah Baitul Mal wat Tamwil (BMT) sehingga kepuasan anggota dapat tercipta.

Berdasarkan hasil penelitian diatas maka hipotesis yang diajukan adalah:

**$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh yang positif antara  $X_1, X_2$  dan  $Y$ .**

**$H_a$  : Terdapat pengaruh yang positif antara  $X_1, X_2$  dan  $Y$ .**