

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Lembaga Keuangan Mikro (LKM)

Lembaga Keuangan Mikro (LKM) lahir disebabkan adanya kesenjangan ekonomi yang membuat para pengusaha dikalangan bawah tidak dapat bergabung dalam perbankan. LKM diperuntukan untuk pengusaha atau masyarakat kecil yang ingin mengajukan pembiayaan ataupun penyimpanan dananya.

2.1.1 Pengertian Lembaga Keuangan Mikro (LKM)

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 1 tahun 2013 tentang Lembaga Keuangan Mikro (LKM) adalah lembaga keuangan yang didirikan untuk jasa pengembangan dan pemberdayaan masyarakat dengan melakukan kegiatan pengelolaan simpanan dan pinjamana atau pembiayaan dalam ruang lingkup mikro kepada anggota atau masyarakat dan tidak hanya semata-mata untuk memperoleh keuntungan.

2.1.2 Tujuan LKM

Lembaga Keuangan Mikro (LKM) memiliki beberapa tujuan agar dapat berjalan dengan baik kegiatan yang ada pada LKM. Tujuan dari LKM adalah meningkatkan pendanaan skala mikro, membantu peningkatan produktivitas masyarakat serta pemberdayaan ekonomi, dan meningkatkan penghasilan masyarakat serta mensejahterakan masyarakat kalangan bawah (Otoritas Jasa Keuangan, 2017).

2.1.3 Kegiatan Usaha LKM

Dalam menjalankan operasionalnya, LKM memiliki beberapa kegiatan usaha. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2013, kegiatan usaha yang dilakukan LKM adalah;

1. Melakukan kegiatan pengembangan usaha dan pemberdayaan masyarakat seperti memberikan pinjaman atau pembiayaan untuk usaha berskala mikro, melakukan pengelolaan simpanan dan memberikan jasa konsultasi untuk pengembangan usaha. Kegiatan tersebut dapat dilakukan secara konvensional maupun berdasarkan prinsip syariah.
2. LKM boleh menerapkan kegiatan berbasis *fee* selama tidak bertentangan dengan hukum atau aturan yang berlaku.

2.1.4 Bentuk Badan Hukum LKM

LKM memiliki bentuk badan hukum, sesuai dengan yang terlampir pada Otoritas Jasa Keuangan. Bentuk Badan Hukum LKM adalah koperasi dan perseroan terbatas dimana untuk perseroan terbatas sahamnya paling sedikit harus dimiliki oleh pemerintah daerah kota atau badan usaha milik desa sisanya Warga Negara Indonesia (WNI) dan untuk koperasi kepemilikan WNI maksimal 20 persen.

2.2 Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS)

Berkembangnya *Baitul Mal wat Tamwil* (BMT) di Indonesia membuat koperasi syariah dikenal oleh masyarakat. Sesuai dengan regulasi pemerintah, BMT beberapa kali mengalami perubahan nama badan hukum. Dari yang awalnya Koperasi Serba Usaha (KSU) atau Koperasi Simpan Pinjam (KSP) berubah menjadi

Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS). Kemudian pada tahun 2015 menjadi Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS), regulasi tersebut di terbitkan oleh 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 oleh Koperasi.

2.2.1 Pengertian Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS)

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2012 menjelaskan bahwa koperasi merupakan badan hukum yang didirikan oleh orang-orang atau badan hukum koperasi dengan menggunakan modal dari pemisahaan kekayaan dari anggota untuk melakukan usaha dalam memenuhi kebutuhan di bidang ekonomi, sosial, dan budaya sesuai dengan prinsip koperasi.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1995, koperasi simpan pinjam adalah koperasi yang kegiatan usahanya melakukan simpan pinjam.

Menurut 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, Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah adalah koperasi yang kegiatan usahanya meliputi simpanan, pinjaman, dan pembiayaan sesuai dengan prinsip syariah, termasuk mengelola zakat, *infaq*, *shadaqah*, serta wakaf.

Dari beberapa pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa KSPPS merupakan lembaga keuangan mikro syariah berbadan hukum koperasi yang melakukan kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana, penyaluran dana tersebut berupa pinjaman dan pembiayaan. KSPPS juga menerima zakat, *infaq*, *shadaqah*, dan dana sosial lainnya.

2.2.2 Tujuan Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS)

KSPPS pada awal pendiriannya bertujuan untuk meningkatkan kualitas usaha ekonomi, pada khususnya untuk mensejahterakan anggota, dan mensejahterakan masyarakat pada umumnya dengan memberikan pinjaman modal. Untuk mencapai hal tersebut, KSPPS memiliki peran dalam beberapa hal (Ridwan, 2004:131):

1. Mengidentifikasi, mengorganisasi, serta mengembangkan potensi ekonomi anggota dan daerah kerjanya.
2. Meningkatkan kualitas pekerja atau sumber daya manusia (SDM) menjadi lebih profesional dan islami, agar tangguh dalam menghadapi persaingan global.
3. Perantara keuangan, menjadi amil yang bertugas menerima dana zakat, *infaq*, *shadaqah*, dan dana sosial lainnya yang akan disalurkan kepada golongan yang membutuhkan.
4. Perantara keuangan antara pemilik dana, sebagai pemberi modal ataupun penyimpan yang digunakan untuk pengembangan usaha produktif.

5. Membantu para pengusaha kecil untuk mendapatkan modal pinjaman dan membebaskan dari *system* riba.

2.2.3 Produk Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS)

KSPPS memiliki beberapa produk untuk menjalankan kegiatan operasionalnya. Produk KSPPS dibagi menjadi dua, yaitu simpanan dan pembiayaan.

Menurut Ahmad Rodoni dan Abdul Hamid (2008:65) produk simpanan yang ada di KSPPS terdiri dari;

1. Simpanan Berguna

Simpanan yang dapat diambil sewaktu-waktu.

2. Simpanan Pendidik

Simpanan dana pendidik yang dapat disetor kapan saja dan dapat diambil ketika akan melanjutkan pendidikan.

3. Simpanan Hari Raya

Simpanan untuk persiapan hari raya yang penyetorannya dapat dilakukan kapanpun dan dapat diambil 10 hari sebelum hari raya tiba.

4. Simpanan Aqiqah

Simpanan yang mengambilnya 10 hari sebelum hari raya qurban.

Dalam praktiknya di KSPPS pengembalian Simpanan Aqiqah dapat dilakukan paling cepat satu bulan sebelum hari raya qurban.

5. Simpanan *Walimah*

Simpanan untuk anggota yang ingin mengadakan kegiatan *walimah* seperti khitanan, nikah, tasmiyah, dan lain-lain. Dalam praktiknya di KSPPS Simpanan *Walimah* tidak dapat diambil untuk kebutuhan lainnya.

6. Simpanan Ziarah (Simpanan Haji)

Simpanan untuk anggota yang ingin melaksanakan haji.

7. Simpanan *Wadi'ah*

Simpanan yang berupa titipan dari anggota kepada KSPPS, dimana KSPPS wajib menjaga dana tersebut.

8. Deposito

Simpanan berjangka yang dapat diambil ketika jatuh tempo jangka waktu. Bagi hasil sesuai dengan prosentase yang disepakati.

Sedangkan produk pembiayaan menurut Ahmad Rodoni dan Abdul Hamid (2008:66) yang ada di KSPPS yaitu;

1. Pembiayaan *Mudharabah*

Pembiayaan dengan melakukan kerjasama atau perjanjian antara anggota (*mudharib*) dengan KSPPS (*Shahibul Maal*) yang keuntungannya akan dibagi sesuai dengan nisbah yang disepakati, dan kerugian dana ditanggung oleh *shahibul maal* sedangkan *mudharib* menanggung kerugian pelayanan dan tidak mendapat imbal kerja. Pembiayaan *Mudharabah* digunakan sebagai Pembiayaan Modal Usaha bagi anggota yang ingin mengembangkan usahanya.

2. Pembiayaan *Musyarkah*

Pembiayaan dengan melakukan kerjasama atau perjanjian antara anggota dan KSPPS, dimana modal kedua belah pihak dijadikan satu untuk usaha yang dijalankan oleh anggota. Keuntungan dan kerugian ditanggung bersama antara anggota dan KSPPS.

3. Pembiayaan *Murabahah*

Proses jual beli dimana KSPPS melakukan pembelian barang sesuai keinginan anggota. Kemudian menjual barang tersebut kepada anggota dengan harga pokok disertai margin yang telah disepakati antara KSPPS dengan anggota. Pembayaran dilakukan secara ansur sesuai jangka waktu yang telah disepakati.

4. *Qardhul Hasan*

Pembiayaan kabijakan dimana anggota melakukan pembiayaan hanya mengembalikan pokoknya saja. Dalam praktiknya KSPPS memberikan pembiayaan kepada anggota yang kondisi ekonominya rendah dan tidak layak untuk melakukan pembiayaan lainnya. Sehingga anggota tersebut berhak diberikan pembiayaan *Qardhul Hasan*.

5. *Ijarah*

Pembiayaan dengan melakukan sewa atas sesuatu yang dibutuhkan anggota dimana KSPPS mengambil keuntungan yang disepakati oleh anggota dan tidak ada kepemilikan diakhir sewa.

Dalam KSPPS, akad *ijarah* diterapkan dengan cara KSPPS membeli terlebih dahulu apa yang dibutuhkan anggota. Kemudian menyewakannya

dalam waktu tertentu dan harga sesuai dengan kesepakatan antara KSPPS dan anggota.

6. *At-Ta'jir*

Pembiayaan *At-Ta'jir* atau *Ijarah Muntahiyah Bittamlik* (IMBT) adalah pembiayaan sewa dimana diakhir sewa akan adanya pemindah kepemilikan, atau sewa yang dilakukan oleh anggota akan menjadi milik anggota tersebut.

2.3 Akad pada Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS)

Dalam menjalankan operasionalnya Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) memiliki produk yang menerapkan prinsip syariah, yaitu dengan menggunakan akad untuk perproduknya. Akad adalah perjanjian atau kesepakatan tertulis antara KSPPS dan anggota yang memuat hak dan kewajiban bagi kedua belah pihak sesuai prinsip syariah. Adapun jenis-jenis akad yang ada pada KSPPS dengan masing-masing prinsipnya adalah sebagai berikut:

1. Prinsip Simpanan Murni (*Wadi'ah*)

Simpanan murni adalah simpanan yang diperuntukan bagi anggota yang kelebihan dana untuk disimpan dalam bentuk *wadiah*. *Wadiah* adalah titipan yang dapat diambil sewaktu-waktu jika anggota membutuhkan dana tersebut dan KSPPS wajib menjaga dan memelihara titipan tersebut. Akad *wadiah* dibagi menjadi dua, yaitu:

a. *Wadiah Yad Al-Amanah*

Wadiah yad al-amanah adalah titipan murni dari penitip kepada pihak yang menerima titipan tersebut. Pihak yang menerima titipan

harus menjaga dan memelihara titipan dan tidak diperkenankan untuk memaanfaatkan titipan tersebut (Ismail, 2011:60).

b. *Wadiah Yad Dhamanah*

Wadiah Yad Dhamanah adalah titipan murni dari penitip kepada pihak penyimpan atau penerima titipan yang diberi amanah. Pihak yang menerima titipan harus menjaga uang atau barang yang dititipkan dengan baik, pihak yang menerima titipan juga boleh menggunakan atau memanfaatkan uang atau barang titipan tersebut. Pada akad *wadiah* ini boleh memberikan bonus tetapi dengan prinsip tidak boleh diperjanjikan diawal (Ikit, 2018:107).

2. Prinsip Bagi Hasil (*Syirkah*)

Prinsip bagi hasil digunakan untuk pembiayaan modal usaha atau modal kerja dimana dalam pembiayaan tersebut akan ada bagi hasil yang disepakati antara KSPPS dan anggota. Di dalam prinsip bagi hasil terdapat beberapa bentuk produk yaitu:

a. Akad *Mudharabah*

Mudharah adalah akad kerjasama antara dua pihak atau lebih, dimana salah satu pihak (*shahibul maal*) memberikan modal 100% kepada pihak lainnya (*mudharib*), dengan adanya bagi hasil yang telah disepakati antara kedua belah pihak tersebut. Apabila terjadi kerugian maka akan ditanggung oleh *shahibul maal* (Ismail, 2011:83).

Akad *Mudharabah* dibagi menjadi dua jenis, yaitu *Mudhabarah Muthlaqah* dan *Mudharabh Muqayyadah*. *Mudharabah Muthlaqah*

merupakan akad kerjasama dimana *shahibul maal* memberikan kebebasan kepada *mudharib* untuk mengelola dana tersebut sesuai dengan prinsip syariah. Sedangkan *Mudharabah Muqayyadah* merupakan akad kerjasama dimana *shahibul maal* memberikan batasan kepada *mudharib* untuk pengelolaan dana tersebut (Ismail, 2011:86)

b. Akad *Musyarakah*

Musyarakah adalah akad kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk usaha tertentu, dimana masing-masing pihak melakukan kontribusi dana atas usaha tersebut dengan keuntungan dan kerugian ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan antara masing-masing pihak (Ikit, 2018:115).

3. Prinsip Jual Beli (*Tijarah*)

Prinsip jual beli ini menerapkan sistem dimana KSPPS akan membeli barang yang dibutuhkan anggota kemudian menjual barang tersebut kepada anggota. Menurut Ikit (2018:121) bentuk produk dari prinsip jual beli yaitu:

a. Akad *Murabahah*

Murabahah adalah akad jual beli barang yang dilakukan dengan menyertakan harga pokok barang harga pokok dan margin keuntungan yang disepakati antara kedua belah pihak.

b. *Akad Salam*

Salam adalah akad jual beli barang dengan kriteria tertentu dengan pembayaran dilakukan di awal namun barang diterima dikemudian hari.

c. *Bai' al-Istishna*

Bai' al-Istishna atau akad *Istishna* adalah akad jual beli dalam bentuk pemesanan barang dengan kriteria dan persyaratan tertentu antara kedua belah pihak (penjual dan pembeli).

4. Prinsip Sewa (*Ijarah*)

Prinsip sewa digunakan untuk anggota yang membutuhkan barang tanpa harus memilikinya ataupun memilikinya yaitu dengan cara menyewa barang tersebut. Prinsip sewa dibagi menjadi dua jenis, yaitu:

a. *Akad Ijarah*

Akad Ijarah (Sewa Murni) merupakan akad pemindahan hak guna atas suatu barang dengan pembayaran sewa tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan barang (Ikit, 2018:135).

b. *Bai' al Takjiri* atau *Ijarah Muntahiya Bil Tamlik* (IMBT)

Bai' al Takjiri atau IMBT adalah akad sewa (*ijarah*) dengan adanya perjanjian perpindahan kepemilikan barang yang di sewakan (*ijarah*) pada waktu tertentu (Ikit, 2018:136).

5. Prinsip Jasa (*Al-Ajr Wahumullah*)

Dalam KSPPS terdapat beberapa akad yang menggunakan prinsip jasa yaitu terdiri dari:

1. *Al Wakalah*

Al Wakalah adalah melimpahan kekuasaan oleh pihak tertentu kepada pihak lain dalam menjalankan suatu amanat. KSPPS akan bertindak sebagai pihak yang mendapat kuasa dari anggota untuk mewakilkan urusannya.

2. *Al Kafalah*

Al Kafalah adalah jaminan yang diberikan oleh penjamin kepada pihak lain untuk memenuhi kewajiban pihak yang ditanggung. KSPPS akan bertindak sebagai penjamin dan bertanggung jawab untuk memenuhi kewajiban anggota. Pada KSPPS, *Kafalah* digunakan untuk memenuhi kebutuhan anggota dalam melakukan pembayaran sekolah, rumah sakit, ataupun pernikahan.

3. *Al Hawalah*

Al Hawalah merupakan pengalihan hutang dari pihak yang berhutang menjadi tanggungan pihak yang melakukan pembayaran utang. Dalam hawalah terdapat pihak pemberi jaminan, pihak penerima jaminan, dan pihak penerima pinjaman dari penerima jaminan.

4. *Ar-Rahn*

Rahn merupakan akad penyerahan barang sebagai jaminan atas pembiayaan. Dalam praktiknya *rahn* merupakan gadai. Anggota akan memberikan sebuah agunan atau jaminan kepada KSPPS sebagai jaminan atas pembiayaan yang diberikan, kemudian anggota akan

melakukan pembayaran kembali kepada KSPPS disertai dengan *fee* yang telah disepakati. *Fee* yang dimaksud bukanlah bunga, *fee* ini berasal dari sewa tempat dan biaya untuk pemeliharaan agunan.

2.4 Strategi Pemasaran

Dalam melakukan pemasaran diperlukannya strategi pemasaran, agar produk-produk yang ingin dipasarkan dapat tercapai sesuai dengan apa yang diharapkan.

2.4.1 Pengertian Strategi Pemasaran

Ada beberapa pengertian strategi dan pemasaran menurut para ahli;

1. Strategi adalah suatu rencana yang digunakan untuk mencapai tujuan seperti memberikan kepuasan kepada masyarakat (Basu Swastha DH dan Irawan, 2003:67).
2. Pemasaran adalah kegiatan yang dilakukan untuk memuaskan dan keinginan dengan proses pertukaran (Murti Sumarni, 2002:6).
3. Menurut Kotler (1996) di dalam buku Manajemen Pemasaran Bank oleh Murti Sumarni (2002:6) menyebutkan bahwa pemasaran adalah proses sosial dan manajerial antara individu dengan kelompok lain agar memperoleh apa yang mereka butuhkan melalui penawaran ataupun pertukaran yang memiliki nilai.
4. Menurut Fajar Laksana (2008:4) menjelaskan bahwa pemasaran adalah kegiatan apapun yang melakukan proses penawaran produk guna memenuhi kebutuhan ataupun keinginan pelanggan.
5. Menurut William J. Stanto di dalam buku Manajemen Pemasaran *Modern* oleh Basu Swastha DH dan Irawan (2003:5) menyatakan bahwa pemasaran

adalah sistem dari seluruh kegiatan-kegiatan bisnis untuk membuat rencana, penentuan harga, promosi dan penyaluran barang dan jasa guna memuaskan pembeli.

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran adalah suatu rencana yang dibuat untuk melakukan segala kegiatan baik itu penawaran ataupun pertukaran guna memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat.

2.4.2 Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Suatu perusahaan ataupun lembaga keuangan harus menyusun suatu rencana untuk memasuki pangsa pasar yang telah dipilih dengan mengupayakan adanya empat komponen yang terdiri dari produk, harga, distribusi, dan promosi. Empat komponen tersebut membentuk menjadi bauran pemasaran.

Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) adalah komponen pemasaran yang berguna untuk mencapai tujuan pemasaran, yang menentukan tingkat keberhasilan pemasaran dan ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen (Murti Sumarni, 2002:246).

Menurut Basu Swastha DH dan Irawan (2003:79) komponen dari *marketing mix* terdiri dari:

1. Strategi produk (*Product*)

Penentuan terkait bentuk penawaran secara fisik, logo produk, kemasan, garansi, dan *service* sesudah penjualan. Sebelum melakukan hal tersebut, sebaiknya melakukan analisa terhadap kebutuhan dan keinginan pasarnya.

2. Strategi harga (*Price*)

Menentukan harga pokok dengan mempertimbangkan biaya, *profit*, praktek persaingan, dan perubahan keinginan pasar. Serta menetapkan jumlah potongan, *mark up*, *mark down*, dan lain-lain.

3. Strategi distribusi (*Place*)

Dalam distribusi (tempat) terdapat tiga aspek pokok yaitu; sistem transportasi perusahaan, sistem penyimpanan, dan pemilihan saluran distribusi.

4. Strategi promosi (*Promotion*)

Melakukan promosi melalui beberapa cara seperti periklanan, personal *selling*, promosi penjualan, dan publisitas.

Komponen tersebut dapat mempengaruhi tanggapan masyarakat yang nantinya akan memberikan kepuasan dalam pemenuhan kebutuhan atau keinginan masyarakat.

2.4.3 Strategi Pemasaran Syariah

Pemasaran menurut perspektif syariah adalah segala macam bentuk kegiatan penciptaan nilai yang memiliki manfaat untuk masyarakat yang membutuhkannya, manfaat tersebut dilandasi atas kejujuran, keadilan, keterbukaan, dan keikhlasan sesuai dengan prinsip perjanjian transaksi bisnis islam. Menurut M. Syakir Sula di dalam buku Strategi Pemasaran Asuransi Syariah (Abdullah Amrin, 2007:2) pemasaran syariah adalah strategi yang mengarahkan proses ciptaan, penawaran, dan perubahan nilai, dari seseorang kepada pemilik

usaha (*stakeholder*), dan segala prosesnya menggunakan peraturan syariah dengan akad-akad yang berlaku.

Pemasaran syariah memiliki beberapa prinsip yang harus ada ketika seseorang, perusahaan ataupun suatu lembaga melakukan pemasara syariah. Prinsip tersebut terdiri dari ikhtikar (bersungguh-sungguh), adanya manfaat, amanah (jujur), nasiah (nasiha atau peringatan). Strategi pemasaran syariah juga menggunakan sistem *marketing mix* klasik, seperti menurut Abdullah Amrin (2007:59) bahwa *marketing mix* klasik pada pemasaran syariah terdiri dari;

1. Produk atau jasa dengan memperhatikan kehalalan, mutu, manfaat, serta melakukan jual beli yang tidak mengandung unsur *gharar*.
2. Harga disesuaikan dengan mekanisme pasar, penentuan harga dengan melihat seberapa banyak permintaan dan penawaran. Sesuaikan harga produk dengan harga dipasaran. Sehingga tidak ada pihak yang merasa terdzalimi.
3. Melakukan penentuan tempat yang mudah dijangkau, dilihat, dan diamati oleh konsumen.
4. Melakukan promosi dengan memperhatikan nilai kejujuran dan tidak mengandung unsur penipuan. Produk harus ditawarkan sesuai dengan kondisi produk, tidak boleh melebih-lebihkan sedangkan produk tersebut tidak sesuai dengan apa yang dijelaskan.