

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Pengembangan Produk

1. Pengertian Strategi Pengembangan Produk

Strategi pengembangan produk secara umum strategi adalah proses perencanaan manajemen yang bertujuan untuk mencapai tujuan jangka panjang organisasi. Strategi melibatkan pengembangan metode dan upaya yang bertahap untuk mencapai tujuan tersebut. Secara khusus strategi merupakan aktivitas yang terus-menerus ditingkatkan berdasarkan harapan pelanggan di masa depan. Ada beberapa definisi strategi dan pengembangan menurut para ahli, diantaranya yaitu:

- a. Menurut Jim Hoy Yam strategi digunakan untuk keunggulan bersaing dan mempertahankan eksistensi keunggulan daya saing. Peran strategi sangat penting dalam dunia bisnis dalam memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya dengan pengorbanan sekecil-kecilnya.²⁰
- b. Menurut Zuriani Ritonga strategi ialah penetapan bersaing jangka panjang. Apapaun yang terjadi adanya strategi yang matang sebagai fungsi utama dan pengaruh jangka panjang pada suatu lembaga

²⁰ Jim Hoy Yam, *Manajemen Strategi Konsep & Implementasi* (Makasar: CV. Nas Media Pustaka, 2018), 3.

untuk mencapai tujuan bersama. Strategi dapat diketahui dengan mengevaluasi faktor internal dan eksternal lembaga.²¹

- c. Menurut Eddy Yunus strategi ialah perencanaan suatu lembaga dalam mengatasi permasalahan yang terjadi agar mencapai suatu tujuan yang dicapai pada jangka waktu panjang.²²
- d. Menurut Kotler dan Armstrong pengembangan produk ialah pengembangan produk dari produk orisinil, peningkatan produk, dan merek baru melalui usaha perusahaan itu sendiri.²³

Strategi pengembangan produk (*produk development strategy*) merupakan sebuah usaha pertumbuhan melibatkan pengembangan produk baru dan menjualnya kepada orang-orang yang telah membeli produk perusahaan yang sudah ada. Pengalaman dengan kelompok konsumen tertentu menjelaskan masalah yang dihadapi konsumen dengan teknologi modern dan cara melayani konsumen dengan lebih baik keuntungan dari strategi pengembangan produk terletak pada sistem distribusi yang ada dan *reputasi* perusahaan dengan pelanggan yang bertujuan untuk memperpanjang umur produk.²⁴ Pengembangan strategi yang dilakukan oleh koperasi seperti:

²¹ Zuriani Ritonga, *Buku Ajar Manajemen Strategi (Teori dan Aplikasi)* (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2020), 16.

²² Eddy Yunus, *Manajemen Strategis* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2016), 3.

²³ Kotler & Gary Armstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2016), 110.

²⁴ Robert D. Hisrich, Michael P. Peters, Dean A. Shepherd, *Entrepreneurship Kewirausahaan* (Jakarta: Salemba Empat, 2008), 633.

- a. Melakukan riset mengenai produk atau kebutuhan dari konsumen yang dapat dikembangkan dan menjadi produk yang dibutuhkan oleh konsumen atau nasabah di masa yang akan datang.
- b. Melakukan modifikasi produk baik dari sisi pelayanan yang lebih cepat dan administrasi yang tidak menghambat kelancaran pelayanan.²⁵

Jika lembaga keuangan syariah atau perusahaan lain tidak memiliki strategi maka perusahaan tersebut akan tetap beroperasi secara lokal dan seolah-olah tidak ada tujuan dimana perusahaan tersebut beroperasi.²⁶

Berikut strategi pengembangan produk yang dicetuskan oleh Basu Swatha dan Irawan meliputi:²⁷

- a. Memperbaiki produk yang telah ada seperti penggunaan teknologi serta fasilitas dalam membuat variasi yang lebih maju.
- b. Memperluas pemasaran produk dengan menawarkan lebih banyak lagi alternatif pilihan untuk anggota mengenai produk yang dimiliki.
- c. Menambah variasi model pada produk lama.
- d. Menirukan strategi pesaing.

²⁵ Andrianto, M. Anang Firmansyah, *Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori dan Praktek)* (Surabaya: Qiara Medika Partner, 2019), 140.

²⁶ Nanang Fattah, *Fungsi Kompetisi Inti Dalam Manajemen Strategik* (Bandung: PT Rosdakarya, 2015), 70

²⁷ Basu Swatha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty, 2003), 29-30

- e. Menawarkan produk-produk baru, namun strategi ini membutuhkan waktu dan biaya yang cukup lama.

2. Tujuan Pengembangan Produk

Menurut Buchari Alma tujuan pengembangan produk ialah²⁸:

- a. Untuk memenuhi keinginan anggota yang belum puas

Kepuasan ialah perasaan bahagia atau kecewa yang terjadi ketika membandingkan persepsi atau kesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk sesuai dengan harapan. Anggota akan merasa puas ketika kinerja memenuhi harapan. Kunci loyalitas anggota adalah dengan memberikan nilai kepuasan anggotanya yang tinggi. Untuk memenuhi keinginan anggota yang belum puas bisa dilakukan dengan cara menjaga kualitas produk, memberikan apresiasi, tumbuhkan jiwa kompetitif, menerima pendapat pelanggan, meminta *feedback* secara berkala, menawarkan promo, respons cepat, berikan pelayanan terbaik.²⁹

- b. Untuk menambah omset penjualan

Omset sebuah bisnis erat kaitannya dengan keberhasilan bisnis tersebut bisnis yang sukses adalah bisnis dengan omset penjualan yang tinggi. Maka dari itu harus tahu cara meningkatkan omset penjualan agar usaha juga meningkat dengan cara, mencari tahu keunggulan produk, sasar target pasar yang spesifik, jangkauan lebih banyak dengan digital marketing,

²⁸ Bukhari Alma, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa (Bandung: Alfabeta, 2007), 101.

²⁹ M.Suyanto, Marketing Strategy (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2007), 10-11.

berikan layanan terbaik, kelola hubungan baik dengan pelanggan, minta *feedback* dari pelanggan.³⁰

- c. Untuk meningkatkan keuntungan.

Keuntungan ialah selisih antara pendapatan yang diperoleh dari transaksi selama suatu periode dengan biaya-biaya yang terkait dengan pendapatan tersebut cara meningkatkan keuntungan dengan cara mengoptimalkan pelayanan, menekankan biaya operasional, mengurangi biaya pemeliharaan (*maintenance*), dan mengevaluasi efektivitas karyawan dan jumlah karyawan.³¹

3. Macam-Macam Pengembangan Produk

Produk Menurut D. Mayneed Phelps dan J. Howard Westing dalam dunia bisnis terdapat bentuk pengembangan produk, yaitu:³²

- a. *Initial development* adalah suatu penggunaan produk pada tingkat pemakaian yang lebih tinggi.
- b. *Improvement development* yaitu setiap perubahan barang yang berakibat produk tersebut mampu memenuhi kebutuhan konsumen. Dapat juga diartikan perubahan suatu produk pada bentuk yang lebih disukai oleh konsumen.

³⁰ Camelia, dkk, *Digital Marketing Menembus Market Meningkatkan Omset* (Indramayu: CV. Adanu Abimata, 2023), 3-5.

³¹ Fransiskus Xaverius Lara Aba, *Pengantar Ekonomi Mikro Teori dan Pembahasan* (Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2019), 391.

³² D. Mayneed Phelps dan J. Howard Westing, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 1988), 9.

c. *New use application* adalah penggunaan suatu barang menjadi bermacam-macam barang yang merupakan variasi pengembangan produk karena pembeli dapat memperoleh kegunaan yang lebih banyak dari produk tersebut.

B. Pembiayaan

1. Pengertian Pembiayaan

Pembiayaan atau *financing* yaitu pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga. Dengan kata lain, pembiayaan adalah pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan.³³ Dalam arti sempit pembiayaan dipakai untuk mendefinisikan pendanaan yang dilakukan oleh lembaga pembiayaan seperti bank syariah kepada nasabah. Pembiayaan secara luas berarti *financing* atau pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan.

Menurut Muhammad pembiayaan atau *financing* adalah pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga.³⁴ Menurut Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 Pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau

³³ Veithal Rivai dan Arviyan Arifin, *Islamic Banking Sebuah Teori, Konsep, dan Aplikasi* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2010), 698.

³⁴ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah* (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2015), 17.

kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.³⁵

2. Tujuan Pembiayaan

Tujuan pembiayaan secara umum tujuan pembiayaan dibedakan menjadi dua kelompok besar yaitu pembiayaan untuk tingkat makro dan tujuan pembiayaan untuk tingkat mikro. Secara makro pembiayaan bertujuan untuk:

- a. Peningkatan ekonomi umat artinya masyarakat yang tidak dapat akses secara ekonomi, dengan adanya pembiayaan mereka dapat melakukan akses ekonomi. Dengan demikian, dapat meningkatkan taraf ekonominya.
- b. Tersedianya dana bagi peningkatan usaha artinya untuk pengembangan usaha membutuhkan dana tambahan. Dana tambahan ini dapat diperoleh melakukan aktivitas pembiayaan. Pihak yang surplus dana menyalurkan kepada pihak minus dana, sehingga dapat tergulirkan.
- c. Meningkatkan produktifitas artinya adanya pembiayaan memberikan peluang bagi masyarakat usaha agar mampu meningkatkan produktifitasnya.
- d. Membuka lapangan kerja baru artinya dengan dibukanya sektor usaha melalui penambahan dana pembiayaan maka sektor usaha

³⁵ Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Jakarta: Rajawali Press, 2014), 302.

tersebut akan menyerap tenaga kerja. Hal ini berarti menambah atau membuka lapangan kerja baru.

- e. Terjadinya distribusi pendapatan artinya masyarakat usaha produktif mampu melakukan aktifitas kerja berarti mereka akan memperoleh pendapatan dari hasil usahanya. Penghasilan merupakan bagian dari pendapatan masyarakat. Jika ini terjadi maka akan terdistribusi pendapatan.

Adapun secara mikro, pembiayaan diberikan dalam rangka untuk:

- a. Upaya mengoptimalkan laba artinya setiap usaha yang dibuka memiliki tujuan tertinggi, yaitu menghasilkan laba usaha. Untuk dapat menghasilkan laba maksimal maka mereka perlu dukungan dana yang cukup.
- b. Upaya meminimalkan resiko artinya usaha yang dilakukan agar mampu menghasilkan laba maksimal, maka pengusaha harus mampu meminimalisir resiko yang akan timbul. Resiko kekurangan modal usaha dapat diperoleh melalui tindakan pembiayaan.
- c. Pendayagunaan sumber ekonomi artinya sumber daya ekonomi dapat dikembangkan dengan melakukan mixing antara sumber daya alam dan sumber daya manusianya ada sedangkan sumber daya modal tidak ada.
- d. Penyaluran kelebihan dana, artinya dalam kehidupan masyarakat ini tidak ada pihak yang memiliki kelebihan sementara ada pihak yang kekurangan. Dalam kaitannya dengan masalah dana, maka

mekanisme pembiayaan dapat menjadi jembatan dalam penyeimbangan dan penyaluran kelebihan dana dari pihak yang kelebihan (*surplus*) kepada pihak yang kekurangan (minus) dana.³⁶

3. Pembiayaan *Taqsith*

Pembiayaan *taqsith* merupakan jual beli secara mencicil atau disebut juga *al-bai' bitsamanil ajil* atau *al-ba'I ila ajal* yang berarti jual beli dengan porsi dalam jangka waktu tertentu dimana biaya kredit lebih tinggi (bertambah) daripada biaya uang. Pembiayaan *taqsith* ialah transaksi dan perolehan produk yang diberikan di atas terlebih dahulu, sedangkan cicilan dilakukan beberapa waktu kemudian berdasarkan pemahaman yang dibuat menjelang awal. Ahmad Hasan menyatakan bahwa semua transaksi, sewa dan hadiah serta hal-hal lain yang berkaitan dengan urusan duniawi (*Muamalah*) pada hakekatnya halal jika tidak ada dalil yang melarangnya. Soal masalah penjualan dengan pembayaran diangsur (*taqsith*) tidak terdapat satu dalil pun yang mengharamkannya. Adapun unsur-unsur kredit diantaranya.

- a. Kreditur pihak yang memberi kredit (pinjaman)
- b. Debitur pihak yang membutuhkan dana atau pihak yang mendapat pinjaman
- c. Kepercayaan (*trust*), kreditur memberikan kepercayaan kepada pihak yang menerima pinjaman debitur

³⁶ Veithal Rivai dan Arviyan Arifin, *Islamic Banking Sebuah Teori, Konsep, dan Aplikasi*, 710-711

- d. Perjanjian adalah suatu kontrak kesepakatan yang telah dilakukan kreditur dengan debitur
- e. Risiko setiap dana yang disalurkan oleh kreditur selalu mengandung adanya risiko tidak kembalinya dana
- f. Jangka waktu adalah lamanya waktu yang diperlukan oleh debitur untuk membayar pinjamannya kepada debitur
- g. Balas jasa sebagai imbalan atas dana yang disalurkan oleh kreditur maka debitur akan membayar sejumlah uang tertentu sesuai dengan perjanjian.

Karena banyak masyarakat yang tidak mampu memberikan harga total melainkan menggunakan cicilan dan memiliki barang yang diperlukan, maka *Bai'i Taqsith* mendatangkan kemudahan (*taysir*) bagi masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya sesuai dengan peraturan syariah.

4. Dasar Hukum Pembiayaan *Taqsith*

Para ulama telah memperdebatkan hal ini sehingga terdapat perbedaan sudut pandang. Pertama-tama, hukum bisa diikuti (*jaiz*). Mayoritas ulama, termasuk ulama dari Hanafiyah, Malikiyah, Syafi'iyah, dan Hanabilah serta para sahabat *Tabi'in* dan Zaid bin Ali, menganut pandangan ini. Sebagaimana telah dijelaskan dalam ayat Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 282 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ

Artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu *bermu'amalah* tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya³⁷”.

Ayat tersebut menjelaskan bahwa hendaknya dituliskan agar tidak lupa jika tidak ingin membayar muamalah secara tunai dalam jangka waktu tertentu. Kegembiraan dalam pertukaran ialah ada aturannya. Oleh karena itu, pertukaran sah-sah saja jika tergantung pada pemahaman kedua pihak. Dengan kata lain, kontrak batal demi hukum jika salah satu pihak merasa ditipu atau dipaksa. Berdasarkan pedoman sebelumnya jual beli ialah halal karena tidak ada alasan untuk melarangnya. Pada dasarnya hukum *muamalah* adalah halal kecuali ada dalil yang membantahnya. Tidak ada dasar untuk melarang jual beli kredit berdasarkan aturan di atas maka jual beli tersebut halal. Mereka mengizinkan perdagangan melalui kerangka kredit, apakah biaya barang dagangan setara atau lebih tinggi dari biaya uang.

Mereka membutuhkan kejelasan dalam perjanjian, untuk lebih spesifik kepada penjual dan pembeli bahwa kesepakatan dan pembelian akan dilakukan dengan menggunakan akad kredit. Menurut Jumhur Ulama, sistem kredit ini masih dalam kaidah kesopanan, artinya meskipun ada biaya tambahan dalam sistem jual beli kredit, namun pihak yang bertransaksi tidak mendapatkan

³⁷ M. Quraish Shihab, *Al-Quran & Maknanya* (Jakarta: Lentera Hati Group, 2010), 47

cicilan tunai dan tidak dapat dengan cepat memutar transaksi terus. Jadi masuk akal bahwa penundaan angsuran dibayar dengan kenaikan biaya.

5. Rukun dan Syarat Pembiayaan *Taqsith*

Rukun pembiayaan *taqsith* ialah suatu tata cara hukum yang hasilnya berupa peralihan hak atas barang penjual dan pembeli, maka dalam perbuatan hukum ini rukun dan syarat sah jual beli harus dipenuhi, karena rukun dan syarat jual beli, hanya ijab dan qabul, menurut rukun jual beli, hanya keinginan antara dua pihak, tetapi karena hati melibatkan kerelaan apa yang tidak bisa dilihat³⁸, menurut sebagian besar jumhur ulama diperlukan indikator pembiayaan *taqsith* ialah:

- a. Orang yang berakad (penjual dan pembeli).
- b. *Sighat* (ijab dan *qabul*).
- c. Ada barang yang dibeli.
- d. Ada nilai tukar pengganti barang. Meskipun membeli dan menjual secara kredit dengan harga yang lebih tinggi dari harga tunai pada umumnya diperbolehkan syarat-syarat tertentu harus dipenuhi untuk memenuhi syarat.³⁹

Jika akad tidak ditepati maka batal bahkan bisa menjadi riba dan keuntungannya menjadi harta haram. Jual beli dapat dicicil

³⁸ Endang Hidayat, *Fiqh Jual Beli* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015), 227

³⁹ *Kredit dengan Sistem Ba'I Al-Taqsith (Kredit)*, Hukum Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Ekonomi Islam SEBI 2021, 6.

(harian, mingguan, bulanan atau tahunan) dengan syarat tertentu.

Persyaratannya ialah:

- a. Akad *taqsith* tidak direncanakan untuk melegalkan riba karena transaksi kredit tidak dapat mengakui biaya penjualan dalam uang riil dan keuntungan yang terkait dengan waktu dan premi, karena itu setara dengan riba.
- b. Sebelum terjadi akad jual beli kredit penjual adalah pemilik asli barang.
- c. Penjual kredit tidak dapat mengalihkan kepemilikan barang yang telah dibelinya tetapi belum diterima.
- d. *Riba Ba'i* termasuk barang yang dijual secara kredit yang tidak berupa emas, perak atau mata uang.
- e. Dalam hal pembeli lalai membayar tidak ada syarat yang dibebankan pada kewajiban membayar denda atau kenaikan harga barang. Karena itu juga termasuk riba, yang dilakukan oleh orang-orang jahil pada masa Nabi.⁴⁰

C. Pengertian SHU (Sisa Hasil Usaha)

1. Pengertian SHU(Sisa hasil usaha)

Menurut Partomo dan Soejoedono Sisa Hasil Usaha adalah pendapatan total koperasi dalam satu tahun dikurangi biaya total koperasi dalam tahun yang sama. Sisa hasil usaha koperasi adalah pendapatan koperasi yang diperoleh dalam satu tahun, dikurangi

⁴⁰ Muhammad Sauqi, *Hadist-Hadist Ekonomi Syariah* (Jawa Tengah: CV Penak Persada, 2021), 66-67.

dengan penyusutan dan biaya dari tahun buku yang bersangkutan atau biasa disebut laba bersih. Sedangkan menurut Baswir SHU adalah setelah dikurangi dengan biaya-biaya tertentu, akan dibagikan kepada anggota sesuai dengan pertimbangan jasa masing-masing.

Segala ketentuan mengenai Sisa Hasil Usaha diatur dalam Undang-Undang No. 25 tahun 1992 pasal 45 sebagai berikut⁴¹:

- a. SHU koperasi merupakan pendapatan koperasi yang diperoleh dalam satu tahun buku dikurangi biaya, penyusutan dan kewajiban lainnya termasuk pajak dalam tahun buku yang bersangkutan.
- b. SHU telah dikurangi dana cadangan, dibagikan kepada anggota sebanding jasa usaha yang dilakukan oleh masing-masing anggota koperasi, serta digunakan untuk keperluan pendidikan perkoperasian dan keperluan koperasi sesuai dengan rapat anggota.
- c. Besarnya SHU merupakan modal dana cadangan ditetapkan dalam rapat anggota.
- d. Penetapan besarnya pembagian kepada para anggota dan jenis serta jumlahnya ditetapkan oleh rapat anggota sesuai dengan anggaran dasar SHU Koperasi.

⁴¹ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian, Pasal 45

- e. Besarnya SHU yang diterima oleh setiap anggota akan berbeda, tergantung besarnya partisipasi modal dan transaksi anggota terhadap pembentukan pendapatan koperasi.
- f. Semakin besar transaksi (usaha dan modal) anggota dengan koperasinya, maka semakin besar SHU yang diterima. Berdasarkan beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa sisa hasil usaha merupakan laba bersih yang akan digunakan oleh anggota untuk memenuhi kebutuhannya. SHU disisihkan sebagian untuk cadangan dan dana-dana koperasi yang besarnya ditetapkan dalam rapat anggota. Sebagian lagi sisa hasil usaha ini dibagikan kepada anggota sesuai dengan besarnya kontribusi anggota terhadap pendapatan koperasi.

Besarnya SHU yang diterima oleh setiap anggota akan berbeda, tergantung besarnya partisipasi modal dan transaksi anggota terhadap pembentukan pendapatan koperasi. Semakin besar transaksi (usaha dan modal) anggota dengan koperasinya, maka semakin besar SHU yang akan diterima. Dalam proses perhitungannya, nilai SHU anggota dapat dilakukan apabila beberapa informasi dasar diketahui sebagai berikut:

- a. SHU total koperasi pada satu tahun buku
- b. Bagian (persentase) SHU anggota
- c. Total simpanan seluruh anggota

- d. Total seluruh transaksi usaha (volume usaha atau omzet) yang bersumber dari anggota
- e. Jumlah simpanan per anggota
- f. Omzet atau volume usaha per anggota
- g. Bagian (persentase) SHU untuk simpanan anggota
- h. Bagian (persentase) SHU untuk transaksi usaha anggota.

Pembagian yang dilakukan SHU koperasi berbeda dengan pembagian SHU pada perusahaan-perusahaan lainnya, terutama yang berbentuk perseroan terbatas. Pembagian dalam SHU koperasi dilakukan secara adil dan sebanding dengan besarnya jasa usaha dalam masing-masing anggota, sedangkan dalam badan usaha bukan koperasi misalnya keuntungan perseroan misalnya dibagikan kepada para pemegang saham sesuai dengan perimbangan relative pemilikan saham. Dari cara pembagian SHU tersebut dapat dilihat koperasi merupakan badan usaha yang mencerminkan kerjasama orang-orang yang tidak hanya mementingkan akumulasi modal semata, badan usaha yang menjunjung tinggi persamaan derajat diantara anggota terlepas dari jumlah penyertaannya.

Pendapatan koperasi dalam penerimaan koperasi atas kontribusi anggota koperasi digunakan oleh koperasi membayar untuk segala pengeluaran untuk memutar kembali roda organisasi koperasi agar mampu mencapai tujuannya. Dan tugas koperasi mengurus pendapatan tersebut seefisien mungkin dan hasil seoptimal

mungkin. Berdasarkan pasal 45 ayat 1 UU No. 25 tahun 1992, perhitungan akhir periode atau tahun digambarkan dalam penerimaan pendapatan koperasi dan alokasi penggunaan biaya-biaya untuk koperasi dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{SHU} = \text{Pendapatan} - (\text{Biaya} + \text{Penyusutan} + \text{Kewajiban Lain} + \text{Pajak})$$

Karena komponen-komponen yang berada diatas yang di dalam tanda kurung di kategorikan sebagai biaya, maka rumus di atas diserhanakan dalam:

$$\text{SHU} = \text{TR} - \text{TC}$$

Keterangan:

SHU = Sisa Hasil Usaha

TR (*Total Revenue*) = Pendapatan total koperasi dalam satu tahun

TC (*Total Cost*) = Biaya total dalamsatu tahun yang sama Dari persamaan diatas akan ada tiga kemungkinan terjadi yaitu:

- a. Jumlah pendapatan koperasi akan lebih besar dari pada jumlah biaya-biaya koperasi sehingga terdapat selisih yang disebut SHU
- b. Jumlah pendapatan koperasi akan lebih kecil dari pada jumlah biaya-biaya koperasi, sehingga terdapat selisih yang disebut SHU minus atau negatif
- c. Jumlah pendapatan koperasi akan sama dengan jumlah biaya-biaya koperasi sehingga terjadi SHU nihil atau seimbang.

Pendapatan yang diperoleh koperasi adalah penerimaan koperasi atas kontribusi anggota koperasi bagi pengeluaran biaya-biaya koperasi, maka jika SHU negatif maka terjadi kontribusi anggota koperasi terhadap pengeluaran untuk biaya koperasi lebih kecil dari pendapatan koperasi. Dan jika SHU positif berarti kontribusi anggota koperasi pada pendapatan koperasi melebihi kebutuhan akan biaya riil koperasi, kelebihan tersebut dikembalikan oleh koperasi kepada para anggotanya.⁴²: Rumus pembagian SHU menurut UU No. 25 tahun 1992 pasal 5 ayat 1 mengatakan bahwa, pembagian SHU kepada anggota dilakukan tidak semata-mata berdasarkan modal yang dimiliki seseorang dalam koperasi, tetapi juga berdasarkan pertimbangan jasa usaha anggota terhadap koperasi.

D. Pengertian Koperasi Syari'ah

Koperasi syari'ah adalah koperasi yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah di Indonesia prinsip syariah merujuk pada ajaran dan aturan yang ditetapkan oleh Allah SWT dan harus diikuti oleh seluruh umat Manusia. Oleh karena itu, koperasi syariah harus menjalankan operasionalnya sesuai dengan aturan *muamalah* yang telah ditetapkan oleh syariat. Dalam Konteks ini koperasi syariah tidak mungkin menjalankan operasionalnya secara konvensional⁴³.

⁴² Titik Sartika Pratomo, Abd. Rachaman Soejoedono, *Ekonomi Skala Kecil/Menengah & Koperasi*(Bogor: Ghalia Indonesia, 2004),84.

⁴³ Sukmayadi, *Koperasi Syariah dari Teori untuk Praktek, Cetakan ke-I* (Bandung, Penerbit Alfabeta, 2020), 9-10.

Nilai plus utama koperasi syariah terletak pada sistem bagi hasil yang ditawarkan dalam koperasi syariah hubungan antara peminjam dan pemberi pinjaman berubah menjadi hubungan kemitraan. Jumlah pembagian keuntungan tidak ditentukan sebelumnya, melainkan didasarkan pada keuntungan atau kerugian yang diperoleh.

Dengan demikian pembagian keuntungan dapat *berfluktuasi* tergantung pada hasil usaha yang diperoleh oleh pengelola dana. Ini berbeda dengan sistem bunga konvensional yang telah ditetapkan sebelumnya dan cenderung tetap dalam setiap periode pembayaran. Penerapan sistem bagi hasil pada koperasi syariah dianggap lebih adil karena tidak membebankan jumlah tambahan kepada peminjam jika usaha mengalami kerugian. Dengan menggunakan sistem ini, diharapkan tercapai pemerataan pendapatan dan keadilan sosial. Selain itu sistem bagi hasil juga mendorong masyarakat untuk lebih giat berusaha dan melakukan kegiatan produkti⁴⁴.

E. Hubungan Pembiayaan Taqsith dalam Meningkatkan Jumlah Sisa Hasil Usaha (SHU)

Pembiayaan *Taqsith* yang merupakan produk pembiayaan berbasis syariah memiliki hubungan yang erat dengan peningkatan jumlah Sisa Hasil Usaha (SHU) di koperasi memberikan akses modal yang lebih mudah dan sesuai dengan prinsip syariah bagi anggota koperasi. Dengan adanya modal yang cukup, anggota dapat melakukan investasi dalam usaha mereka seperti

⁴⁴ Ibid,158.

membeli peralatan, memperluas kapasitas produksi atau meningkatkan kualitas produk hal ini berpotensi meningkatkan pendapatan.

Peningkatan pendapatan dan SHU ketika anggota koperasi berhasil meningkatkan pendapatan mereka melalui pembiayaan *Taqsith*, maka SHU yang dihasilkan oleh koperasi juga akan meningkat. SHU merupakan selisih antara total pendapatan dan total biaya yang dikeluarkan. Dengan meningkatnya pendapatan dari usaha anggota SHU yang dibagikan kepada anggota koperasi juga akan meningkat. Pembiayaan *Taqsith* tidak hanya berfokus pada aspek finansial, tetapi juga pada pemberdayaan anggota. Dengan memberikan pelatihan dan pendampingan kepada anggota dalam mengelola usaha mereka, koperasi dapat memastikan bahwa anggota memanfaatkan pembiayaan dengan efektif. Pemberdayaan ini akan berkontribusi pada keberhasilan usaha dan peningkatan SHU.

Secara keseluruhan pembiayaan *Taqsith* berperan penting dalam meningkatkan jumlah Sisa Hasil Usaha (SHU) di koperasi. Dengan memberikan akses modal yang lebih baik meningkatkan produktivitas, memungkinkan *diversifikasi* usaha, dan memberdayakan anggota, produk pembiayaan ini dapat mendorong pertumbuhan ekonomi anggota koperasi dan meningkatkan kinerja keuangan koperasi secara keseluruhan.