

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. BMT *Mobile*

##### 1. Pengertian BMT *Mobile*

Salah satu produk teknologi layanan BMT adalah BMT *Mobile*. Perkembangan BMT *mobile* di BMT terbilang cukup pesat. Perkembangan ini lantaran layanan BMT *mobile* mampu menjawab kebutuhan masyarakat modern yang mengedepankan mobilitas. BMT *mobile* sama seperti sama seperti *Mobile Banking (M-Banking)* bahkan fiturnya hampir memiliki kesamaan yang dulu di kembangkan oleh perbankan sebagai satu layanan keuangan digital (LKD).<sup>28</sup> BMT *mobile* atau *m-banking* merupakan layanan yang dirancang untuk memberikan kemudahan kepada anggota atau nasabah dalam melakukan sebuah transaksi melalui perangkat *smartphone*. Aplikasi ini dapat diunduh dan diakses anggota atau nasabah yang telah mendaftar pada lembaga yang bersangkutan. Salah satu fitur utama pada aplikasi ini adalah menu transfer dan menu pembayaran yang memberikan solusi bagi pengguna yang menggunakan sistem *cashless*.<sup>29</sup>

Fitur-fitur layanan BMT *mobile* antara lain layanan informasi (saldo, mutasi rekening, dan lokasi cabang terdekat) dan layanan transaksi seperti transfer, pembayaran tagihan (listrik PDAM, internet) pembelian pulsa dan berbagai fitur lainnya. Untuk menggunakan BMT *mobile* anggota

---

<sup>28</sup> Marihot Tua Efendi Hariandja, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2002), 195.

<sup>29</sup> Uly Handayani, dkk, *Mobile Banking Dalam Persepsi Privasi Nasabah* (Aceh: Syiah Kuala University Press, 2024), 3.

harus mendaftarkan diri terlebih dahulu. Anggota dapat memanfaatkan layanan BMT *mobile* dengan cara mengakses menu yang telah tersedia pada aplikasi yang terinstal di ponsel. Pada saat membuka aplikasi tersebut, nasabah harus memasukan user ID dan password untuk login. Kemudian nasabah dapat memilih menu transaksi yang tersedia dan diminta memasukan OTP saat menjalankan transaksi.<sup>30</sup>

Dapat disimpulkan bahwa BMT *mobile* adalah penggunaan aplikasi resmi yang dapat diunduh oleh pengguna melalui aplikasi pada perangkat seluler atau *smartphone* mereka. Proses registrasi sangat penting untuk dilakukan dalam menjamin keamanan, dengan anggota perlu membuah akun dan menggunakan kata sandi atau PIN. Keamanan merupakan aspek kunci dalam BMT *mobile* dengan penerapan enkripsi data, pengamanan dalam transaksi, pemberitahuan dan *alert* digunakan untuk memberi informasi langsung kepada anggota terkait transaksi tertentu atau aktivasi rekening yang mencurigakan, dan perlindungan terhadap akses tidak sah guna melindungi informasi keuangan anggota.

Pelayanan pelanggan juga diperhatikan dalam konsep BMT *mobile*, dengan BMT menyediakan layanan dukungan melalui aplikasi, termasuk layanan chat atau bantuan langsung. BMT terus menerapkan pembaruan dan inovasi. Dengan BMT berusaha untuk mengembangkan fitur baru dalam meningkatkan pengalaman pengguna agar tetap relevan dengan

---

<sup>30</sup> Dewi Sartika Nasution, dkk, *Ekonomi digital* (Mataram: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram), 50-51.

perkembangan teknologi yang terus berlangsung. Dengan demikian BMT memberikan solusi yang modern dan kemudahan anggota dalam mengakses dan pengelolaan keuangan melalui *smartphone*.<sup>31</sup>

Transformasi digital ini mendapat sambutan positif dari para anggotanya. Semua transaksi dapat dilakukan hanya mengandalkan aplikasi semata. Anggota dapat menggunakan aplikasi untuk membayar secara digital di berbagai tempat, baik melalui QR Code, NFC (*Near Field Communication*) atau metode pembayaran digital lainnya. Hal ini lebih efisien dan sejalan dengan tren pembayaran digital yang semakin berkembang.<sup>32</sup>

Dengan menggunakan aplikasi BMT *mobile* anggota dapat dengan mudah mengakses berbagai layanan. Salah satu fitur utama adalah kemampuan untuk cek saldo dan melihat mutasi rekening secara *real time*. Transaksi dana juga dapat dilakukan dengan mudah termasuk transfer antar rekening, baik di dalam BMT yang sama maupun bank. Fitur lainnya melibatkan pembayaran tagihan, anggota dapat melakukan pembayaran untuk berbagai tagihan rutin seperti listrik, PDAM, atau tagihan lainnya. BMT *mobile* juga memberikan kemudahan dalam top up dan pembelian, memungkinkan nasabah untuk mengisi pulsa, membeli paket data, atau bahkan melakukan pembelianlainnya. Selain itu, BMT *mobile* menyediakan

---

<sup>31</sup>Uly Handayani, dkk, *Mobile Banking Dalam Persepsi Privasi Nasabah* (Aceh: Syiah Kuala University Press, 2024), 36-37.

<sup>32</sup> Nendy Pratama Agusfianti, dkk, *Pengantar Bisnis Respons Dinamika Era Digital* (Lombok: Seval, 2023), 149.

akses informasi tentang produk investasi dan tabungan. Anggota dapat melihat atau mengelola tabungan melalui perangkat seluler.<sup>33</sup>

## 2. Manfaat BMT *Mobile*

Terdapat beberapa manfaat ketika anggota menggunakan BMT *mobile*.

Manfaat BMT *mobile* bagi anggota yaitu :

- a) Kemudahan dalam transaksi dan pembayaran tagihan.
- b) Praktis dan efisien.
- c) Dapat melakukan transaksi kapan saja dan dimana saja.
- d) Untuk transaksi financial dilengkapi dengan pengamanan berupa OTP (*On Time Password*).<sup>34</sup>
- e) Hemat waktu
- f) Transfer dana, cek saldo, dan lain-lain, semua bisa dilakukan melalui smartphone dan tidak perlu jauh-jauh datang ke kantor BMT.
- g) Dengan menggunakan BMT *mobile* bayar tagihan mudah tanpa mengganggu aktivitas.
- h) Dapat memantau transaksi dan saldo rekening 24jam *hours real time online*.
- i) Bisa memantau transaksi keuangan pribadi secara *real time*, mengelola dana yang keluar maupun masuk ke rekening dengan BMT *mobile*.<sup>35</sup>

---

<sup>33</sup> Uly Handayani, dkk, *Mobile Banking Dalam Persepsi Privasi Nasabah* (Aceh: Syiah Kuala University Press, 2024), 41.

<sup>34</sup> Syafril, *Bank dan Lembaga Keuangan Modern Lainnya* (Jakarta: Kencana, 2020), 116.

<sup>35</sup> Irma Suryani Libis, dkk, *Pratikum Jasa Perbankan Untuk Perguruan Tinggi Vokasi* (Medan: Merdeka Kreasi, 2024), 33-34.

### 3. Kelebihan BMT *Mobile*

Adapun kelebihan dari aplikasi BMT *Mobile* yaitu :

- a) Dengan adanya BMT *Mobile* transaksi dapat dilakukan tanpa harus mengunjungi gerai bank, hanya dengan menggunakan *handphone* anggota dapat menghemat waktu, tenaga, dan biaya.
- b) Dengan adanya BMT *mobile* bertujuan agar anggota tidak ketinggalan jaman dalam menggunakan media elektronik di era digital ini dan para anggota BMT bisa lebih memanfaatkan media *handphone* yang biasanya digunakan untuk berkomunikasi tetapi juga bisa digunakan untuk berbisnis ataupun bertransaksi.
- c) Anggota bisa melakukan transaksi dan pembayaran dalam satu waktu sekaligus.
- d) Dapat melakukan beragam transaksi seperti transfer uang antar BMT dan transfer uang ke Bank.
- e) Pembayaran aplikasi kredit dan pembayaran tagihan umum seperti pembayaran PLN, BPJS, Telepon, PDAM, Pendidikan, Televisi, dan lain sebagainya.
- f) Anggota dapat melakukan pengecekan Pengecekan saldo melalui BMT *Mobile* tanpa harus mencetak buku tabungan ke kantor BMT.
- g) Bisa digunakan untuk berdonasi zakat, infaq, shodaqoh dan wakaf.
- h) Bisa digunakan 24 jam.<sup>36</sup>

---

<sup>36</sup> Erlangga Setyawan, *Voka Preneur Pendekatan Kewirausahaan Berbasis Pembelajaran Vokasi* (Malang, UB Press, 2023), 87.

#### 4. Kelemahan BMT *Mobile*

Disisi lain banyak manfaat yang didapat dari menggunakan BMT *mobile* juga memiliki kekurangan, yaitu :

- a) Kesalahan operasional (*human error*),
- b) Penipuan
- c) Kejahatan melalui dunia maya (*cyber crime*)
- d) Keamanan merupakan salah satu faktor penyebab resiko tersebut terjadi. Maka dari itu, BMT dan anggotanya dalam menggunakan BMT *mobile* harus saling berhati-hati dalam memanfaatkan fasilitas BMT *mobile*.<sup>37</sup> Penggunaan BMT *mobile* lebih rentan diserang penipuan.
- e) Isu kekurangan BMT *mobile* adalah mengenai konpabilitas. Untuk mengakses BMT *mobile* secara maksimal anggota memerlukan *smartphone*. Bahkan BMT tidak menyediakan BMT *mobile* untuk ponsel lain seperti *iphone*.<sup>38</sup>

#### 5. Strategi Optimalisasi Penerapan BMT *Mobile*

Strategi merupakan penempatan misi perusahaan, penetapan sasaran organisasi dengan mengikat kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan strategi tertentu mencapai sasaran dan memastikan implementasinya dengan tepat, sehingga tujuan dan sasaran perusahaan atau organisasi akan tercapai. Konsep strategi menurut Stoner, Freeman dan

---

<sup>37</sup> Dewi Sartika Nasution, dkk, *Ekonomi digital* (Mataram: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram), 51.

<sup>38</sup> Irma Suryani Libis, dkk, *Pratikum Jasa Perbankan Untuk Perguruan Tinggi Vokasi*, 33-34.

Gilbert Jr, terdapat dua perspektif yang berbeda yaitu strategi didefinisikan sebagai tanggapan atau respon perusahaan terhadap lingkungannya sepanjang waktu. Pada definisi ini, setiap perusahaan pasti memiliki strategi meskipun strategi tersebut tidak pernah dirumuskan secara eksplisit. Pandangan ini diterapkan bagi para manager yang bersifat kreatif, yaitu hanya menanggapi dan menyesuaikan diri terhadap lingkungan secara pasti manakala dibutuhkan.

Dan yang kedua, strategi didefinisikan sebagai program untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi dan mengimplementasikan misi perusahaan. Makna yang terkandung dari strategi ini adalah bahwa manajemen memainkan peran yang aktif, sadar dan rasional dalam merumuskan strategi perusahaan<sup>39</sup>

Dasar pengertian optimalisasi adalah yang terbaik, tertinggi, yang paling menuntungkan, menjadikan paling baik, menjadikan paling tinggi, pengoptimalan proses, cara, perbuatan mengoptimalkan (menjadi paling baik, paling tinggi dan sebagainya). Jadi optimalisasi ialah tentang mencapai hasil yang diharapkan secara efektif dan efisien. Menurut Kamus Pening Bahasa Indoneisa Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan, optimalisasi berasal dari kata optimal yang berarti terbaik dan tertinggi.<sup>40</sup> Optimalisasi dalam hal ini dapat diartikan sebagai suatu tindakan, proses atau metode

---

<sup>39</sup> Martin Amnillah, dkk. *Manajemen Strategi* (Yogyakarta: Selat Media Patners, 2023), 150.

<sup>40</sup> Tim Prima Pena, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Gita Media Press, 2015), 562.

untuk membuat sesuatu (seperti desai, sistem atau keputusan) menjadi lebih baik, lebih lengkap, lebih fungsional dan efisien.

Optimalisasi BMT *Mobile* dalam layanan bertransaksi *online* maka diperlukan sebuah strategi yang tepat, strategi tersebut dilakukan oleh pihak BMT. Penggunaan BMT *Mobile* memanfaatkan teknologi yang berkembang dalam bentuk sistem informasi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa optimalisasi BMT *Mobile* merupakan usaha atau strategi yang digunakan oleh BMT untuk menggunakan aplikasi BMT *Mobile* agar memberikan layanan yang memudahkan, cepat dan efisien dalam memperoleh informasi transaksi finansial dan informasi terkini (*real time*).

## **B. Peningkatan Jumlah Anggota**

### **1. Pengertian Anggota BMT**

Anggota merupakan kumpulan orang atau badan hukum yang bergabung menjadi anggota yang ada di koperasi sehingga keberhasilan koperasi sangat diperlukan dengan adanya partisipasi dari anggota pada lembaga tersebut.<sup>41</sup> Sedangkan anggota BMT adalah orang-orang yang telah resmi mendaftar sebagai anggota BMT dan dinyatakan diterima oleh badan pengelola BMT tersebut. Anggota BMT berhak untuk mendapatkan sebuah keuntungan dan kerugian yang diperoleh dari lembaga BMT, selain itu anggota memiliki hak untuk memilih dan dipilih sebagai anggota badan

---

<sup>41</sup> Muhammad Syariful, "Strategi Koperasi Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Anggota", *Jurnal Prodres Ekonomi Pembangunan*, Vol. 1, No. 1, 2016, 101.

pengawas. Anggota BMT terdiri dari para pendiri BMT dan para anggota biasa yang mendaftarkan diri setelah BMT tersebut berdiri dan berproses.<sup>42</sup>

## **2. Pengertian Peningkatan Jumlah Anggota**

Menurut Moelino yang dikutip oleh Sawiwati, peningkatan merujuk pada cara atau upaya yang ditujukan untuk memperoleh keterampilan atau kemampuan yang lebih baik. Dalam konteks ini kata meningkatkan mengacu pada proses yang berlangsung dari tingkat paling bawah, selanjutnya tingkat menengah dan tingkat terakhir atau paling akhir. Peningkatan jumlah anggota mengacu pada perubahan jumlah anggota yang dipengaruhi oleh keinginan dan keputusan anggota dalam menggunakan dan memanfaatkan suatu produk atau jasa. Hal ini bisa terjadi melalui penambahan atau kenaikan pihak yang menggunakan jasa pada lembaga keuangan.<sup>43</sup>

Peningkatan jumlah anggota merupakan suatu proses untuk kenaikan atau penambahan jumlah pengguna jasa atau pembelian produk yang ditawarkan oleh lembaga. Jadi dengan meningkatkan jumlah anggota pada suatu lembaga maka akan semakin berkembang lembaga tersebut, selain itu dengan bertambahnya jumlah nasabah dari waktu ke waktu maka hal ini mampu memberikan laba bagi lembaga. Peningkatan jumlah anggota adalah semakin meningkat terkadang bisa menurun juga, hal ini tergantung

---

<sup>42</sup> Andri Soemira, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Kencana 2018), 483.

<sup>43</sup> Herman Kartajaya dan Muhammad Syarir Pula, *Syariah Marketing* (Bandung: Mizan Pustaka, 2006), 43.

pada bagaimana cara atau strategi lembaga dalam mencari dan mempertahankan jumlah anggotanya. Dalam konteks peningkatan jumlah anggota, lembaga keuangan atau perusahaan akan melakukan upaya untuk menarik lebih banyak anggota, baik melalui strategi pemasaran, peningkatan kualitas layanan, pengembangan produk baru atau melalui kegiatan promosi. Tujuan utama dari peningkatan jumlah anggota adalah untuk memperluas basis pelanggan dan meningkatkan pertumbuhan bisnis.<sup>44</sup>

### **3. Faktor-faktor Yang Menyebabkan Peningkatan Jumlah Anggota**

Penyelenggaraan layanan *online* ialah pelaksanaan aplikasi teknologi data yang terus menerus tumbuh serta dimanfaatkan untuk menanggapi kemauan anggota yang menginginkan layanan yang cepat, nyaman, aman, murah dan ada setiap waktu. Menurut nochai menyebutkan terdapat enam faktor yang menyebabkan peningkatan kualitas layanan. Dengan adanya peningkatan kualitas layanan hal ini dapat meningkatkan jumlah anggota. Faktor-faktor tersebut yaitu :<sup>45</sup>

#### a) Pertanggung jawaban keamanan

Pertanggung jawaban keamanan di artikan sebagai tindakan layanan yang tepat baik secara waktu maupun sistem sebagaimana yang telah dijanjikan oleh perusahaan (dalam konteks perusahaan yaitu pihak BMT).

---

<sup>44</sup> Aisyah Binti Nur, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah* (Yogyakarta: Kalimedia 2015), 30.

<sup>45</sup> Purnomo, Risma, dan Ramayani Yusuf, "Layanan SMS Banking Dan Internet Banking Bank Syariah Untuk Meningkatkan Customer Experience," *Jurnal Ekbis* 8 (2020), 3.

b) Efisiensi transaksi

Kemampuan anggota dalam mengakses aplikasi guna menemukan fitur-fitur, produk yang disediakan perusahaan.

c) Bantuan kepada pelanggan

Layanan berupa bantuan kepada pelanggan dimulai dari titik awal, dapat diartikan bahwa pihak perusahaan wajib memberikan layanan kepada pelanggan bahkan sebelum pelanggan menentukan keputusan. Perusahaan harus bisa membuat pelanggan paham apa yang ingin dilakukan serta keuntungan atau resiko apa yang akan terjadi. Dalam layanan *online*, perusahaan harus mengerti dan memaklumi bahwa tidak semua orang paham internet, sehingga kepuasan pelanggan dapat diukur dari apakah pelanggan bisa melakukan transaksi tanpa adanya masalah, jika terdapat masalah maka pihak perusahaan siap sedia untuk membantu.

d) Keamanan layanan

Keamanan layanan ialah sebagaimana pelanggan harus terbebas dari resiko, bahaya dan kerugian. Meskipun transaksi yang dilakukan secara *online*, pelanggan wajib mendapatkan kepastian sekuritas mulai dari fisik, finansial dan kepercayaan diri.

e) Kemudahan dalam penggunaan

Kemudahan dalam penggunaan ini diantaranya alamat URL yang mudah untuk diingat, *website* yang mudah diakses, navigasi yang mudah untuk dimengerti, serta konten yang tepat secara tata letak dan

aturan dalam penggunaan.

f) Perfoma

Perfoma merupakan karakteristik produk yang didasari oleh kebutuhan fungsional, bukan dari preferensi tidak langsung. Perusahaan harus menyediakan layanan *online* yang berkualitas baik dari kecepatan, ketepatan, daya guna dan fitur-fitur yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan.<sup>46</sup>

#### 4. Indikator Peningkatan Jumlah Anggota

Menurut teori dari Kotler menyatakan bahwa indikator peningkatan jumlah anggota di tentukan berdasarkan puas atau tidaknya konsumen terhadap layanan yang diberikan perusahaan itu sendiri. Kepuasan anggota yang akan menentukan peningkatan dari jumlah konsumen. Adapun indikator dalam peningkatan jumlah anggota ialah :<sup>47</sup>

a) *Re-purchase* (membeli kembali)

Hal ini lebih mengacu pada perilaku anggota dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus menerus terhadap barang atau jasa suatu lembaga. Tingkat kepuasan terdapat lembaga akan mempengaruhi anggota untuk membeli kembali.<sup>48</sup>

---

<sup>46</sup> Sri Ismulyaty, Nurmaini, dan May Roni, “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pengguna Internet Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (Bsi Kalirejo),” *Nisbah: Jurnal Perbanka Syariah* 8, no. 1 (2022), 66–75.  
<https://doi.org/10.30997/jn.v8i1.6117>.

<sup>47</sup> M Fachmi dan Ikrar Putra Setiawan, *Strategi Meningkatkan Kepuasan Anggota* (Malang: Pustaka Learning Center, 2020), 37-38.

<sup>48</sup> Ratih Hurroyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen* (Bandung: Alfabeta , 2010), 130.

b) *Word of mouth*

Kesediaan pelanggan dalam merekomendasikan produk yang telah dimanfaatkan kepada orang lain. Menarik pelanggan baru untuk lembaga kepada orang-orang di sekitarnya. Anggota yang mendapat manfaat dan merasa puas atas hasil yang diterima, mereka akan merekomendasikan kepada orang lain sehingga jumlah anggota pada lembaga akan mengalami peningkatan.

c) Menciptakan keputusan pembeli pada lembaga yang sama membeli produk lain dari lembaga yang sama

Dimana keadaan ini akan menciptakan hasrat beli pada lembaga yang sama namun dengan produk yang berbeda. Kecenderungan ini akan menimbulkan loyalitas konsumen akan suatu perusahaan.<sup>49</sup>

## C. *Baitul Maal Wa Tamwil*

### 1. Pengertian *Baitul Maal Wa Tamwil*

*Baitul Mal Wa Tamwil* (BMT) merupakan lembaga keuangan syariah yang didirikan untuk menggabungkan konsep *maal* dan *tamwil* menjadi satu kegiatan kelembagaan. Untuk mengumpulkan dan mendistribusikan dana untuk zakat, infaq dan shodaqoh (ZIS) secara efektif dengan konsep *maal* diciptakan dan dimasukkan ke dalam kehidupan komunitas muslim. Sedangkan dengan gagasan *tamwil* dikembangkan

---

<sup>49</sup> M Fachmi dan Ikrar Putra Setiawan, *Strategi Meningkatkan Kepuasan Anggota* (Malang: Pustaka Learning Center, 2020), 37-38.

untuk usaha komersial yang menguntungkan dengan porsi masyarakat menengah kebawah (mikro). Tujuan kehadiran BMT ialah untuk meredam ambisi masyarakat muslim dalam menghadapi praktik ekonomi yang berbasis riba dan menyediakan pembiayaan untuk pemberdayaan usaha kecil dan menengah. BMT merupakan lembaga keuangan mikro syariah yang dipandang telah menguntungkan masyarakat secara finansial karena fokus pada ekonomi kerakyatan, terutama di kota-kota kecil yang *unbankable* dan menolak adanya riba. Karena dengan adanya BMT di satu sisi mengemban tugas ekonomi syariahan dan disisilain mengambang ekonomi kerakyatan melalui peningkatan ekonomi mikro. Maka dari itu saat ini BMT berkembang cukup pesat dibandingkan dengan lembaga keuangan mikro tradisional lainnya.

*Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT) berupaya untuk meningkatkan kualitas ekonomi usaha kecil dengan melakukan promosi tabungan dan membantu pembiayaan masyarakat kecil dan menengah. BMT termasuk *bait al-maal wa at-tamwil* yang mencakup tindakan untuk membangun perusahaan dan investasi yang menguntungkan.<sup>50</sup> Dalam bahasa Indonesia, BMT merupakan Balai Usaha Mandiri Terpadu yang mengacu pada organisasi bisnis ekonomi rakyat kecil yang terdiri dari individu atau badan hukum dengan tujuan membangun dan mengembangkan tatanan ekonomi

---

<sup>50</sup> Maulana Syarif Afwa dan Sulistyowati, "Perkembangan Lembaga Keuangan Mikro Syariah Di Tengah Persaingan Lembaga Keuangan Syariah Bank dan Non Bank (Studi Kasus (KSPPS) BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional Cabang Kota Metro )" *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi* 3, no. 2 (2023), 58–59.

<https://doi.org/10.55606/jebaku.v3i2.1729>.

dalam konteks kesejahteraan masyarakat. Masyarakat yang menekankan keadilan dalam kesejahteraan masyarakat yang terlibat dalam kegiatan. BMT dipandang sebagai organisasi ekonomi yang didirikan sesuai dengan norma syariah dan prinsip koperasi.<sup>51</sup>

BMT adalah lembaga ekonomi atau keuangan syariah non bank yang bersifat informal karena lembaga ini berdiri oleh Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM) yang berbeda dengan lembaga keuangan perbankan dan lembaga keuangan formal lainnya. Selain berfungsi sebagai lembaga keuangan, BMT juga bisa berfungsi sebagai lembaga ekonomi. Sebagai lembaga keuangan, ia bertugas menghimpun dana dari masyarakat (anggota BMT) dan menyalurkan kepada masyarakat lainnya (anggota BMT). Selain itu, BMT sebagai lembaga ekonomi ia berhak untuk melakukan kegiatan ekonomi seperti perdagangan, industri dan pertanian.<sup>52</sup>

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2012 tentang Koperasi (Geng Republik Indonesia, 2012 No. 212) Pasal 1 No. 1 menyatakan bahwa koperasi adalah badan hukum yang didirikan oleh individu atau badan hukum koperasi dengan asset yang terpisah. Anggota menyumbang modal untuk mengelola perusahaan yang memenuhi aspirasi dan kebutuhan bersama di bidang ekonomi, sosial, budaya dan menghotmati nilai dan prinsip kerjasama.<sup>53</sup>

---

<sup>51</sup> Ibid., 58-59.

<sup>52</sup> Nurul Huda, dkk, *Baitul Mal Watamwil Secara Tinjauan Teoris* (Jakarta: Amzah, 2016), 35.

<sup>53</sup> Elsa Rizki Aprilia dan Sulistyowati, "Implementasi Akad Mudarabah Pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah Di Kecamatan Purbalingga Kabupaten Purbalingga Salam Perspektif Fikih" *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah* 9, no. 1 (2022), 218.

<https://doi.org/10.21274/an.v9i1.5346>.

## 2. Fungsi, Tujuan, Visi dan Misi *Baitul Maal Wa Tamwil*

Secara konseptual BMT memiliki dua fungsi, yaitu *baitul mal* dan *baitul tamwil* yaitu :

- a) *Baitul mal* berfungsi menerima titipan ZIS (zakat, infak dan sedekah) serta mengoptimalkan distribusinya dengan memberi santunan kepada yang berhak sesuai dengan peraturan dan amanat yang diterima.
- b) *Baitul tamwil* berfungsi melakukan kegiatan pengembangan usaha-usaha produktif dan investasu dalam meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha mikro dan kecil, terutama mendorong kegiatan menabung dan menjunjang pembiayaan kegiatan ekonomi.

Sebagai salah satu lembaga perekonomian umat, BMT memiliki beberapa tujuan, antara lain :

- a) Meningkatkan dan mengembangkan potensi umat dalam program pengetasan kemiskinan, khususnya pengusaha kecil.
- b) Memberikan sumbangan aktif terhadap upaya pemberdayaan dan peningkatan kesejahteraan umat.
- c) Menciptakan sumber pembiayaan dan penyediaan modal bagi anggota dengan prinsip syariah.
- d) Mendorong sikap hemat dan gemar menabung.
- e) Menumbuhkan usaha-usaha yang produktif.
- f) Membantu para pengusaha lemah untuk mendapatlan modal pinjaman dan membebaskan dari sistem riba.

- g) Menjadi lembaga keuangan alternative yang dapat menompang percepatan pertumbuhan ekonomi nasional.
- h) Meningkatkan kualitas dan kuantitas kegiatan usaha, di samping meningkatkan kesempatan kerja dan penghasilan umat.<sup>54</sup>

Selain fungsi dan tujuan BMT juga memiliki visi dan misi. Visi BMT adalah mewujudkan kualitas masyarakat disekitar BMT yang selamat, damai, dan sejahtera dengan mengembangkan lembaga dan usaha BMT serta POKUSMA (Kelompok Usaha Muamalah) yang maju berkembang, terpercaya, aman, nyaman, transparan dan berkehati-hatian. Misi BMT adalah mengembangkan POKUSMA dan BMT yang maju dan berkembang, terpercaya, aman, nyaman, transparan, dan berkehati-hatian sehingga mewujudkan kualitas masyarakat di sekitar BMT yang selamat, damai, dan sejahtera.

Untuk mencapai tujuan, visi dan misi BMT ada beberapa yang harus dilakukan oleh BMT, yaitu :

- a) Mengembangkan kegiatan simpan pinjam dengan prinsip bagi hasil.
- b) Mengembangkan lembaga dan bisnis Kelompok Usaha Muamalah yaitu kelompok simpan pinjam yang khas binaan BMT,
- c) Jika BMT telah berkembang, memprakarsa pengembangan Badan Usaha Sektor Riil (BUSRIL) dari sejumlah POKUSMA sebagai badan usaha pendamping.<sup>55</sup>

---

<sup>54</sup> Ahmad Rodoni, *Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Zikrul, 2008), 63.

<sup>55</sup> Nurul Huda, dkk, *Baitul Mal Watamwil Secara Tinjauan Teoris* (Jakarta: Amzah, 2016), 37-38.