

**PENGEMBANGAN POTENSI DIGITAL MARKETING KOPERASI  
(Studi Kasus Pada Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah  
(KSPPS) BTM Kotagede Yogyakarta)**

**KAJIAN KOPERASI**

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana

Konsentrasi Manajemen Pemasaran IKOPIN University

**Disusun Oleh:**

**Muhamad Reihan Fadilla**

**C1190151**



**PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMENN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS KOPERASI INDONESIA**

**2023**

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT. Yang telah melimpahkan rahmat serta karunia sehingga peneliti dapat menyelesaikan Kajian Koperasi yang berjudul **“Pengembangan Potensi Digital Marketing Koperasi (Studi Kasus Pada Koperasi/1 Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) BTM Kotagede Yogyakarta)”**.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa kajian koperasi ini masih jauh dari sempurna karena terbatasnya pengetahuan, kemampuan serta pengalaman yang peneliti miliki. Namun demikian, peneliti berharap semoga ini dapat bermanfaat bagi peneliti sendiri maupun pihak lain yang memerlukan.

Dalam proses penyusunan kajian koperasi ini tidak lepas dari berbagai pengarahan bantuan serta dorongan dari banyak pihak. Untuk itu dalam kesempatan ini peneliti menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. H. Indra Fahmi, Ir., M.Si., Selaku Pembimbing I yang telah sabar memberikan bimbingan, saran serta pengarahan kepada peneliti.
2. Jaka Sudewa, SE., MM., Selaku Pembimbing II yang telah sabar memberikan bimbingan, saran serta pengarahan kepada peneliti.
3. Dr. H. Sugiyanto, SE., M.Sc., Selaku Dosen Penelaah Koperasi yang telah memberi masukan serta nasihat dalam penyusunan kajian.
4. Prof. Agus Pakpahan, Ph.D., Selaku Rektor Universitas Koperasi Indonesia.

5. Dr. Ami Purnamawati, SE., M.Si selaku direktur Program Studi S1 Manajemen.
6. Dr. Heri Nugraha, SE., M.Si., Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Koperasi Indonesia.
7. Kedua orang tua peneliti, terima kasih atas doa serta pengorbanan dan kasih sayangnya selama ini.
8. Seluruh Dosen Universitas Koperasi Indonesia yang telah memberikan bekal ilmu dan pengetahuan.
9. Seluruh staf administrasi, sekretariat, perpustakaan, dan juga segenap karyawan Universitas Koperasi Indonesia yang telah banyak membantu.
10. Rekan-rekan seperjuangan Angkatan 2019 yang telah banyak/membantu peneliti dalam menyelesaikan Skripsi ini.

Rasa hormat dan terima kasih yang mendalam bagi semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu, semoga Allah SWT membalas segala kebajikan yang telah mereka berikan kepada peneliti.

Jatinangor,  
Agustus 2023

Peneliti

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang Penelitian.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Identifikasi Masalah .....</b>	<b>5</b>
<b>1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian .....</b>	<b>6</b>
<b>BAB II KAJIAN TEORI .....</b>	<b>7</b>
<b>2.1 Jatidiri Koperasi .....</b>	<b>7</b>
2.1.1 Definisi Koperasi .....	7
2.1.2 Nilai-Nilai Koperasi .....	10
2.1.3 Prinsip-Prinsip Koperasi .....	12
<b>2.2 Asas, Tujuan, Fungsi dan Peranan Koperasi.....</b>	<b>17</b>
2.2.1 Asas Koperasi Indonesia .....	17
2.2.2 Tujuan Koperasi.....	18
2.2.3 Fungsi Dan Peran Koperasi.....	19
<b>2.3 Digital Marketing.....</b>	<b>20</b>
2.3.1 Strategi Pemasaran Produk Koperasi Berbasis Digital .....	21
2.3.2 <i>Digital Marketing</i> 4P (Product, Price, Place, Promosi) Untuk Koperasi	22
<b>BAB III PEMBAHASAN .....</b>	<b>25</b>
<b>3.1 Kondisi Umum Koperasi .....</b>	<b>25</b>
3.1.1 Sejarah Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) BTM Kotagede Yogyakarta .....	25

3.1.2	Legalitas Koperasi .....	26
3.1.3	Lokasi Koperasi .....	26
3.1.4	Visi dan Misi Koperasi .....	26
3.1.5	Struktur Organisasi Koperasi KSPPS BTM Kotagede .....	27
3.1.6	Tugas-Tugas Perangkat Organisasi Koperasi.....	28
3.1.7	Keanggotaan Koperasi.....	33
3.1.8	Aspek Usaha ( <i>Product</i> ) Koperasi .....	35
3.1.9	Aspek Keuangan ( <i>Price</i> ) Koperasi .....	38
3.1.10	Kinerja Keuangan Koperasi.....	38
3.1.11	Implementasi Jatidiri Koperasi .....	43
3.1.12	Implementasi Nilai Koperasi .....	46
3.1.13	Implementasi Prinsip Koperasi.....	48
<b>3.2</b>	<b>Pembangan Potensi <i>Digital Marketing</i> Koperasi .....</b>	<b>50</b>
3.2.1	<i>Digital Promotion</i> KSPPS BTM Kotagede .....	52
3.2.2	Tempat Pemasaran ( <i>Place</i> ) KSPPS BTM Kotagede .....	53
<b>BAB IV</b>	<b>SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>55</b>
<b>4.1</b>	<b>Simpulan .....</b>	<b>55</b>
<b>4.2</b>	<b>Saran .....</b>	<b>57</b>
	<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>59</b>
	<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>60</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 3.1</b>	<b>Anggota KSPPS BTM Kotagede .....</b>	<b>31</b>
<b>Tabel 3.2</b>	<b>Perkembangan Permodalan KSPPS BTM Kotagede .....</b>	<b>33</b>
<b>Tabel 3.3</b>	<b>Perhitungan Rasio Kas KSPPS BTM Kotagede .....</b>	<b>34</b>
<b>Tabel 3.4</b>	<b>Perhitungan Rasio Solvabilitas KSPPS BTM Kotagede.....</b>	<b>35</b>
<b>Tabel 3.5</b>	<b>Perhitungan Rasio Rentabilitas KSPPS BTM Kotagede .....</b>	<b>36</b>
<b>Tabel 3.6</b>	<b>Implementasi Definisi Koperasi .....</b>	<b>37</b>
<b>Tabel 3.7</b>	<b>Implementasi Nilai Koperasi .....</b>	<b>39</b>
<b>Tabel 3.8</b>	<b>Implementasi Peinsip Koperasi .....</b>	<b>41</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 3.1</b>	<b>Struktur Organisasi KSPPS BTM Kotagede .....</b>	<b>22</b>
<b>Gambar 3.2</b>	<b>Website Koperasi Perekat .....</b>	<b>44</b>
<b>Gambar 3.3</b>	<b>Metode Pemasaran Koperasi Berbasis Sosial Media Instagram.....</b>	<b>44</b>
<b>Gambar 3.4</b>	<b>Aplikasi Kopkar Taspen .....</b>	<b>45</b>
<b>Gambar 3.5</b>	<b>Postingan Instagram KSPPS BTM Kotagede .....</b>	<b>34</b>

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1</b>	<b>Laporan SHU KSPPS BTM Kotagede 2018 .....</b>	<b>61</b>
<b>Lampiran 2</b>	<b>Laporan SHU KSPPS BTM Kotagede 2019 .....</b>	<b>62</b>
<b>Lampiran 3</b>	<b>Laporan SHU KSPPS BTM Kotagede 2020 .....</b>	<b>63</b>
<b>Lampiran 4</b>	<b>Laporan SHU KSPPS BTM Kotagede 2021 .....</b>	<b>64</b>
<b>Lampiran 5</b>	<b>Laporan SHU KSPPS BTM Kotagede 2022 .....</b>	<b>65</b>
<b>Lampiran 6</b>	<b>Surat Akad Pembiayaan .....</b>	<b>66</b>



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi yang sangat pesat di era globalisasi saat ini telah memberikan banyak manfaat dalam berbagai aspek kehidupan. Perkembangan *digital marketing* sejak tahun 1990 telah mengubah banyak strategi bisnis. Banyak pelaku usaha dan perusahaan memanfaatkan *digital marketing* untuk memasarkan produk mereka. Pada era modern seperti sekarang ini, manusia mampu melakukan berbagai kegiatan di dalam rumah maupun di dalam kantor tanpa harus banyak bergerak dengan memanfaatkan fasilitas teknologi digital. Penggunaan teknologi dalam membantu menyelesaikan pekerjaan merupakan hal yang menjadi keharusan dalam era digital saat ini. Dengan pesatnya perkembangan teknologi, *digital marketing* adalah salah satu media pemasaran yang saat ini sedang banyak diminati oleh masyarakat untuk mendukung berbagai kegiatan bisnis yang dilakukan. Selain itu, kemajuan teknologi dapat membuat informasi tersebar secara luas dan cepat, sehingga masyarakat dapat mengetahui berbagai informasi tentang suatu produk, sebelum calon konsumen menentukan dan membeli produk-produk tersebut. Kemajuan teknologi khususnya bidang informasi melahirkan konsep baru dalam bidang pemasaran.

Pemasaran *digital* juga menjadi istilah umum untuk pemasaran produk menggunakan teknologi *website* ataupun *social media* seperti *instagram*, *facebook* dan *whatsapp*, terutama yang berbasis internet.

Iklan dan promosi menggunakan *digital marketing* sangat mudah untuk dijalankan dan memiliki tingkat efisiensi yang tinggi, karena *platform digital* semakin banyak penggunaannya dalam berkegiatan.

Masyarakat beralih melakukan kegiatan pembelian produk secara *online* dari pada pergi ke toko fisik (Sathya, 2017). Tren pemasaran di dunia beralih dari yang semula konvensional (*offline*) menjadi digital (*online*). Istilah *digital marketing* telah tumbuh popularitasnya dari waktu ke waktu, khususnya di Indonesia (Sathya, 2017).

Peran *digital marketing* pada berbagai kegiatan koperasi, sangatlah vital untuk menjalankan usahanya. Koperasi yang memanfaatkan digital marketing hanya perlu membuat penjelasan informasi mengenai produk yang akan mereka tawarkan atau diperjual belikan pada sosial media.

Keberadaan koperasi di Indonesia diperjelas oleh Undang-Undang RI Nomor 25 Tahun 1992 tentang perkoperasian yang dijelaskan pada pasal 1 ayat (1) bahwa:

**“Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang- seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan atas asas kekeluargaan”**

Dari pengertian tersebut dapat dilihat bahwa koperasi sebagai wadah ekonomi rakyat harus dapat berkembang menjadi lembaga ekonomi rakyat yang mandiri dan modern, yang pertumbuhannya berakar dalam masyarakat. Untuk itu perlu ditingkatkan kesadaran dan kemampuan masyarakat untuk berkoperasi.

Peningkatan kemampuan masyarakat untuk berkoperasi dapat dilakukan melalui pendidikan, penyuluhan dan pembinaan pengelolaan koperasi.

Secara khusus, koperasi sebagai badan usaha yang mempunyai misi utama untuk mensejahterakan anggotanya, maka koperasi selalu berusaha memberi kemudahan bagi anggota dalam memenuhi segala kebutuhannya. Kemudahan tersebut terwujud dengan adanya pelayanan yang disediakan Koperasi dengan memanfaatkan teknologi, salah satunya memanfaatkan *digital marketing*.

Pemanfaatan *digital marketing* oleh koperasi dalam penyampaian informasi dan promosi bisa meningkatkan pelayanan lebih baik dan cepat kepada anggota. Selain sebagai upaya untuk meningkatkan efektivitas pelayanan, penggunaan teknologi juga dimanfaatkan oleh koperasi demi menjaga eksistensi kehidupan koperasi yang harus mengikuti perkembangan yang ada, khususnya perkembangan teknologi.

Namun, penggunaan *digital marketing* dalam koperasi masih tergolong rendah dibandingkan dengan industri lain seperti bank BUMN BTPN dengan *brand* “Jenius” sebagai salah satu perusahaan *banking* pertama yang memanfaatkan transformasi *digital*. Oleh karena itu, perlu adanya upaya pengembangan potensi *digital marketing* koperasi guna meningkatkan kinerja dan memberikan manfaat yang lebih bagi anggotanya. Sejalan dengan potensi *digital marketing* pada koperasi agar terus berkemabng mengikuti perkembangan zaman tidak terlepas pada jatidiri koperasi itu sendiri.

Jatidiri koperasi merupakan hal pokok dalam membedakan koperasi dengan badan usaha lainnya. Namun yang terjadi selama ini jatidiri pada koperasi hanyalah menjadi teori dan sekedar perbincangan saja. Kurangnya kemampuan perangkat serta sumber daya organisasi koperasi dalam melaksanakan fungsi serta tanggungjawab, juga minimnya pengetahuan.

Karena jatidiri koperasi merupakan kunci bagi sumber daya manusia koperasi, jatidiri koperasi haruslah ditegakkan kembali sebagaimana mestinya. Ada banyak asumsi yang salah mengenai koperasi, koperasi belum banyak dikenal serta dipahami dalam arti sesungguhnya. Hal ini tidak terlepas dari cara koperasi dalam menjalankan jatidiri koperasi dengan benar.

Maka dari itu sangatlah diperlukan untuk mengkaji dalam mengimplementasikan jatidiri koperasi yang dapat dijadikan teladan bagi koperasi lain yang mungkin belum menerapkan jatidiri koperasi dengan seharusnya. Penerapan jatidiri koperasi dengan benar dapat menjadikan koperasi berkembang dengan maksimal.

Salah satu koperasi yang berkembang di masyarakat adalah Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) BTM Kotagede yang beralamat di Jalan Nyi Pembayun No. 12 Kotagede Yogyakarta Kode Pos 55711. Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) BTM Kotagede Berdiri pada tahun 2009 dengan badan hukum nomor 071/KD/AD/I/2011. Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) BTM Kotagede memiliki visi yaitu **“Menjadi Koperasi Simpan Pinjam dan**

## **Pembiayaan Syariah Yang Terbaik di Kota Yogyakarta“.**

Dalam praktiknya Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) BTM Kotagede belum melakukan digitalisasi. Hal ini bisa disebabkan oleh beberapa faktor yaitu kurangnya pemahaman tentang pentingnya *digital marketing* mungkin masih berfokus pada kepentingan individu atau kelompok kecil sehingga kurang memperhatikan kepentingan yang lebih besar efeknya bagi koperasi.

Berdasarkan uraian tersebut peneliti tertarik untuk mengambil judul kajian koperasi **“Pengembangan Potensi Digital Marketing Koperasi (Studi Kasus Pada Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) BTM Kotagede Yoyakarta)”**.

### **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka masalah yang dapat diidentifikasi yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana pengembangan potensi *digital marketing* yang dilakukan Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) BTM Kotagede.
2. Penerapan jatidiri koperasi

### **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

#### **a) Maksud Penelitian**

1. Maksud penelitian ini adalah untuk mengumpulkan, menganalisis, serta mengolah data dan informasi mengenai *digital marketing* koperasi serta implementasi jati diri pada Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) BTM Kotagede.

#### **b) Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

- 1) Pengembangan potensi *digital marketing* yang dilakukan KSPPS BTM Kotagede
- 2) Penerapan jati diri koperasi.

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **2.1 Jatidiri Koperasi**

*International Cooperative Alliance* (ICA) di Manchester, Inggris 23 September 1995 telah merumuskan Jatidiri Koperasi yang dikenal dengan nama ICIS (*ICA Cooperative Identity Statements*). Isinya ada tiga kesatuan yang tidak terpisahkan yaitu Definisi, Nilai, dan Prinsip Koperasi (Soedjono (1997)) dalam (Sartono & Respati, 2021).

##### **2.1.1 Definisi Koperasi**

Menurut Moh. Hatta koperasi berasal dari kata “ko” yang berarti “bersama”, dan “operasi” yang berarti “bekerja”. Jadi koperasi berarti usaha bersama untuk memperbaiki nasib penghidupan ekonomi dengan berdasar tolong menolong. Perkumpulan yang diberinama koperasi adalah perkumpulan kerjasama dalam mencapai sesuatu tujuan. Dalam koperasi semua anggota sama-sama bekerja untuk mencapai tujuan bersama.

Koperasi menurut ICA (*International Cooperative Alliance*) adalah perkumpulan otonom dari orang-orang yang bersatu dengan sukarela dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan serta aspirasi ekonomi dibidang ekonomi, sosial, dan budaya melalui perusahaan yang dimiliki bersama dan dikendalikan secara demokratis.

Koperasi lahir pada permulaan abad ke-19, sebagai reaksi terhadap sistem liberalisme ekonomi, yang pada waktu itu segolongan kecil pemilik-pemilik

modal menguasai kehidupan masyarakat. Kata koperasi berasal dari bahasa latin *coopere* yang dalam bahasa Inggris disebut *cooperation* dan *cooperative*.

Koperasi berasal dari kata *co* dan *operation* yang mengandung arti bekerja sama untuk mencapai tujuan. Kerjasama adalah adanya dua orang atau lebih yang bekerja bersama-sama untuk mencapai satu atau beberapa tujuan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa koperasi adalah suatu bentuk kerja sama dalam waktu yang relatif lama. Sistem pemikiran *esensialis-nominal* yang dikemukakan oleh Hanel pada tahun 1989.

Dalam hal ini Hanel mengemukakan bahwa ada dua pendekatan dalam mendefinisikan koperasi baik dalam teori maupun praktek. Kedua pendekatan yang dimaksud yaitu, pendekatan *ilmiah esensialis* (pengertian koperasi menurut hukum) dan kedua, pendekatan *ilmiah nominalis* (pengertian koperasi menurut ekonomi). Pendekatan *ilmiah esensial* (legal sense) adalah suatu pendekatan dalam mendefinisikan koperasi selalu bertitik tolak dari prinsip-prinsip koperasi, terutama prinsip-prinsip koperasi yang diterapkan oleh para pelopor koperasi. Pendekatan esensialis beranggapan bahwa prinsip-prinsip koperasi di satu pihak memuat sejumlah nilai, norma, dan tujuan konkrit yang harus ditemukan pada semua koperasi. Di pihak lain, prinsip-prinsip tersebut merupakan prinsip-prinsip pengembangan organisasi dan pedoman-pedoman kerja yang pragmatis, yang hanya berhasil diterapkan pada keadaan-keadaan tertentu.

Pengertian atau definisi koperasi menurut pendekatan ilmiah esensial (pengertian koperasi menurut hukum) : menurut Undang - Undang Nomor 25



Tahun 1992 tentang perkoperasian dalam pasal 1 ayat (1) menyatakan :

"bahwa koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan; ayat (2) Perkoperasian adalah segala sesuatu yang menyangkut kehidupan koperasi; ayat (3) Koperasi Primer adalah Koperasi yang didirikan oleh dan beranggotakan orang seorang; ayat (4) Koperasi Sekunder adalah Koperasi yang didirikan oleh dan beranggotakan Koperasi; ayat (5) Gerakan Koperasi adalah keseluruhan organisasi Koperasi dan kegiatan perkoperasian yang bersifat terpadu menuju tercapainya cita-cita bersama Koperasi".

Dari pengertian-pengertian tersebut koperasi merupakan organisasi ekonomi, tindakan ekonomi dalam koperasi antara lain dalam bentuk usaha untuk meningkatkan usaha koperasi itu sendiri. Dengan demikian sebagai organisasi ekonomi, koperasi melakukan kegiatan ekonomi melalui unit-unit usaha yang diadakannya dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan anggota serta untuk meningkatkan taraf hidup anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya, sehingga kesejahteraan yang merata bagi masyarakat Indonesia yang kita cita-citakan dapat terwujud.

Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 9 Tahun 1995 tentang Pelaksanaan Kegiatan Usaha Simpan Pinjam, kegiatan usaha simpan pinjam adalah kegiatan yang dilakukan untuk menghimpun dana dan menyalurkan kembali dana tersebut melalui usaha simpan pinjam dari dan untuk anggota koperasi yang bersangkutan,

calon anggota koperasi yang bersangkutan, koperasi yang bersangkutan, koperasi lain atau anggotanya.

Sebagai sebuah lembaga keuangan non bank, koperasi adalah suatu usaha yang dimiliki dan diawasi oleh pengguna jasanya serta membagikan keuntungan (manfaat ekonomi) yang diperoleh dari kegiatan bisnis berdasarkan tingkat partisipasi anggotanya (David W. Cobia, 1989).

### **2.1.2 Nilai-Nilai Koperasi**

Nilai-nilai koperasi adalah standar moralitas dan etika yang disepakati berdasarkan tradisi para pendirinya yang dijadikan landasan ideologi koperasi dalam mencapai cita-citanya. Menurut Ibnu Soedjono (2001) dalam Sartono & Respati (2021) koperasi akan berkembang bila dikelola dengan manajemen yang profesional berdasarkan nilai-nilai dalam koperasi.

Nilai-nilai koperasi yang dimaksud adalah sebagai berikut (Kurniawati, 2016):

a. Nilai-nilai yang mendasari kegiatan sehari-hari:

#### **1. Menolong Diri Sendiri**

Bukan dalam bentuk tindakan individual secara terpisah dari tindakan bersama, tetapi melalui kebersamaan atau *joint action*.

#### **2. Tanggungjawab Diri Sendiri**

Yang dimaksud dengan bertanggung jawab adalah segala kegiatan usaha koperasi harus dilaksanakan dengan prinsip profesionalitas dalam kemampuan dan tanggung jawab, efisiensi dan efektifitas yang dapat menjamin terwujudnya nilai tambah yang

optimal bagi koperasi.

### 3. Demokrasi

Dalam koperasi sangat memegang teguh nilai demokrasi yang berarti satu orang satu suara dalam pengambilan keputusan, ini berlaku untuk seluruh anggota koperasi tanpa terkecuali.

### 4. Persamaan

Yang dimaksud dengan persamaan adalah setiap anggota koperasi memiliki hak yang sama dalam melakukan transaksi dan mendapatkan manfaat ekonomi berkoperasi.

### 5. Berkeadilan

Yang dimaksud dengan berkeadilan adalah semua warga negara punya peluang dan kesempatan yang sama sesuai kemampuannya untuk menjadi anggota koperasi.

### 6. Solidaritas

Yang dimaksud solidaritas adalah bagian dari upaya menciptakan keadaan sosial yang teratur. Dalam berkoperasi solidaritas sangatlah dibutuhkan agar dapat menjalin kerjasama yang baik dalam organisasi koperasi.

#### b. Nilai-nilai yang diyakini:

##### 1. Kejujuran

Jujur adalah suatu sikap yang lurus hati, menyatakan yang sebenar- benarnya, tidak berbohong, atau mengatakan hal-hal yang menyalahi apa yang terjadi atau sesuai fakta. Dalam berkoperasi kejujuran adalah hal yang utama karena

agar terciptanya rasa saling percaya satu sama lain antar anggota, pengurus, pengawas, dan segala pihak yang terlibat dalam organisasi koperasi.

## 2. Keterbukaan

Dalam berkoperasi sikap keterbukaan dalam berkomunikasi sangatlah penting, hal ini untuk mencegah terjadinya asimetri informasi antara pengurus, pengawas, dan anggota.

## 3. Tanggungjawab Sosial

Tanggung jawab sosial adalah suatu konsep bahwa organisasi memiliki suatu tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan dalam segala aspek operasional seperti terhadap masalah-masalah yang berdampak pada lingkungan seperti polusi, limbah, keamanan produk dan tenaga kerja.

## 4. Kepedulian Terhadap Orang Lain

Peduli terhadap orang lain adalah suatu sikap yang senantiasa ikut merasakan kondisi orang lain, dan ikut membantu ketika orang lain mengalami kesulitan.

Inti dari norma atau aturan adalah nilai-nilai koperasi, yaitu konsep- konsep yang dipahami, dihayati, dan dianggap bermanfaat, serta disepakati anggota koperasi sebagai pengikat dalam berperilaku kelompok koperasi.

### **2.1.3 Prinsip-Prinsip Koperasi**

Prinsip koperasi menurut *International Cooperative Alliance* (ICA) dalam kongres tahun 1966 adalah pertama, keanggotaan koperasi secara terbuka tanpa adanya pembatasan yang dibuat-buat; kedua, kepemimpinan secara demokratis atas dasar satu orang satu suara; ketiga, modal menerima bunga yang terbatas;

keempat, sisa hasil usaha dibagi tiga; sebagian untuk cadangan, sebagian untuk masyarakat, dan sebagian untuk dibagikan kembali kepada anggota sesuai jasa masing-masing; dan prinsip ini ditambah dengan dua prinsip yang lain yaitu; pertama, semua koperasi harus melaksanakan pendidikan secara terus menerus; dan kedua, gerakan koperasi harus melaksanakan kerjasama yang erat, baik di tingkat regional, nasional maupun internasional (Rohmat, 2016).

Prinsip Koperasi Indonesia merupakan unsur yang penting dari dasar kerja koperasi sebagai badan usaha dan merupakan ciri khas dan jatidiri koperasi yang membedakannya dari badan usaha lainnya. Prinsip koperasi di Indonesia secara lengkap tercantum dalam Undang-Undang No. 1992 BAB II pasal 5 (Sitio & Tamba, 2001), yaitu :

#### A. Keanggotaan Bersifat Sukarela dan Terbuka

Sifat kesukarelaan dalam keanggotaan koperasi mengandung makna bahwa menjadi anggota koperasi tidak boleh dipaksakan oleh siapapun. Sifat kesukarelaan juga mengandung makna bahwa seorang anggota dapat mengundurkan diri dari koperasinya sesuai dengan syarat yang ditentukan dalam Anggaran Dasar Koperasi. Sedang sifat terbuka memiliki arti bahwa dalam keanggotaan tidak dilakukan pembatasan atau diskriminasi dalam bentuk apapun.

Keanggotaan koperasi terbuka bagi siapapun yang memenuhi syarat-syarat keanggotaan atas dasar persamaan kepentingan ekonominya dapat dilayani oleh koperasi.

## B. Pengelolaan Dilakukan Secara Demokratis

Prinsip demokrasi menunjukkan bahwa pengelolaan koperasi dilakukan atas kehendak atau keputusan para anggota. Para anggota itulah yang memegang dan melaksanakan kekuasaan tertinggi dalam koperasi. Pemilihan pengelola koperasi dilaksanakan saat rapat anggota. Pada saat rapat anggota, setiap anggota yang hadir memiliki hak suara yang sama dalam memilih pengurus dan pengawas. Didalam rapat anggota berlaku asas kesamaan derajat, dimana setiap anggota mempunyai satu suara, kekuasaan berada di tangan anggota bukan pada pemilik modal.

## C. Pembagian Sisa Hasil Usaha Dilakukan Secara Adil Sebanding dengan Besarnya Balas Jasa Usaha Masing-Masing

Setiap anggota yang memberikan partisipasi aktif dalam usaha koperasi akan mendapatkan bagian sisa hasil usaha yang lebih besar dari anggota anggota yang pasif. Anggota yang menggunakan jasa koperasi akan membayar nilai jasa tersebut, dan nilai jasa yang diperoleh dari anggota tersebut akan diperhitungkan pada saat pembagian sisa hasil usaha. Transaksi antara anggota dan koperasi ini yang dimaksud dengan jasa usaha.

## D. Pemberian Balas Jasa Yang Terbatas Terhadap Modal

Anggota adalah pemilik koperasi sekaligus sebagai pemilik modal dan pelanggan. Simpanan yang disetorkan oleh anggota kepada koperasi akan digunakan koperasi untuk melayani anggota, termasuk dirinyasendiri.

Apabila anggota menuntut pemberian tingkat suku bunga yang tinggi atas modal yang ditanamkan pada koperasi, hal tersebut akan membebani dirinya sendiri, karena bunga modal tersebut akan menjadi bagian dari biaya pelayanan koperasi terhadapnya. Dengan demikian, tujuan berkoperasi untuk meningkatkan efisiensi dalam mencapai kepentingan ekonomi bersama tidak akan tercapai.

#### E. Kemandirian

Kemandirian pada koperasi dimaksudkan bahwa koperasi harus mampu berdiri sendiri dalam hal pengambilan keputusan usaha dalam organisasi. Dalam kemandirian terkandung pula kebebasan yang bertanggungjawab, otonomi, swadaya, dan keberanian mempertanggungjawabkan segala tindakan atau perbuatan sendiri dalam pengelolaan usaha dan organisasi. Agar koperasi mandiri, peran serta anggota sebagai pemilik dan pengguna jasa sangatlah menentukan. Bila setiap anggota konsekuen dengan keanggotaannya dalam arti melakukan segala aktivitas ekonominya melalui koperasi, dan koperasi mampu menyediakannya, maka prinsip kemandirian ini akan tercapai. Sebagai pemilik, anggota harus berpartisipasi dalam pengambilan keputusan, menyetor modal simpanan pokok dan simpanan wajib sebagai sumber modal koperasi, dan mengendalikan atau mengawasi gerak langkah koperasi agar tetap sesuai dengan kepentingan ekonomi anggota.

Dalam UU No. 12 tahun 1967, prinsip ini dikemas dalam “Swadaya, Swakerta, dan Swasembada” dan merupakan prinsip yang menggambarkan adanya percaya pada diri sendiri. Swadaya berarti kekuatan atau usaha sendiri,

swakerta mengandung arti mengerjakan atau membuat sendiri, dan swasembada bermakna mencukupi dengan kemampuan sendiri.

#### F. Pendidikan Perkoperasian

Keberhasilan sangat erat hubungannya dengan partisipasi aktif setiap anggotanya. Anggota akan berperan aktif apabila ia mengetahui tujuan dari organisasi koperasi tersebut, manfaat terhadap dirinya, dan cara organisasi mencapai tujuannya. Maka dari itu keputusan seseorang untuk bergabung menjadi anggota koperasi haruslah didasarkan akan pengetahuan yang memadai tentang manfaat berkoperasi. Kepengurusan koperasi dilakukan oleh anggota koperasi yang dipercaya dan mampu mengelola usaha dan organisasinya melalui pemilihan.

Oleh karena itu setiap anggota koperasi harus dibekali pengetahuan yang memadai tentang perkoperasian. Agar anggota koperasi berkualitas baik, berkemampuan tinggi, dan berwawasan luas luas, maka pendidikan adalah mutlak sesuai dengan jatidirinya.

#### G. Kerjasama Antar Koperasi

Koperasi-koperasi ada yang mempunyai bidang usaha yang sama, dan adapula usaha yang berbeda serta tingkatan yang berbeda. Kerjasama antar koperasi dimaksudkan untuk saling memanfaatkan kelebihan dan menghilangkan kelemahan masing-masing, sehingga hasil akhir dapat dicapai secara optimal. Kerjasama antar koperasi dapat dilakukan ditingkat lokal, nasional, dan internasional.



## 2.2 Asas, Tujuan, Fungsi dan Peranan Koperasi

### 2.2.1 Asas Koperasi Indonesia

Undang-Undang RI No. 25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian Indonesia, Tahun 1992 pada BAB I (ketentuan Umum) pasal 1 angka 1, menyebutkan arti koperasi sebagai berikut:

**“Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan atas asas kekeluargaan”.**

Asas kekeluargaan dalam koperasi memberikan arti bahwa segala sesuatu didalam koperasi dikerjakan oleh semua dan untuk semua. Selain itu, karena koperasi timbul dari adanya tujuan yang sama yaitu untuk meningkatkan kesejahteraan anggota, maka usaha koperasi adalah usaha yang berkaitan langsung dengan kepentingan anggota.

Akibat-akibat dari usaha yang dijalankan bersama ini akan ditanggung secara bersama-sama sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang telah disepakati bersama. Keberhasilan usaha koperasi ini akan sangat bergantung kepada para anggota- anggotanya, karena anggota koperasi merupakan pemilik dana sekaligus pengguna jasa koperasi.

Oleh karena itu, partisipasi anggota dalam koperasi akan dapat mengembangkan usaha koperasi. Dengan demikian anggota koperasi merupakan faktor penentu dalam kehidupan koperasi.

Koperasi sebagai badan usaha, maka koperasi harus dikelola secara profesional sehingga usaha koperasi dapat dijalankan dengan efektif dan efisien.

Pengelolaan kegiatan koperasi tersebut diserahkan kepada para pengurus koperasi melalui rapat anggota. Dalam rapat anggota, setiap anggota berhak memilih dan dipilih menjadi pengurus dan pengawas koperasi. Keputusan rapat anggota dilakukan secara musyawarah dan mufakat. Jika hal tersebut tidak tercapai, maka diambilah suara terbanyak, jika dalam keadaan yang memaksa.

Dalam rapat anggota itu pula ditetapkannya anggaran dasar, kebijakan umum dibidang organisasi manajemen, dan usaha koperasi, rencana kerja, rencana anggaran dan belanja koperasi, pembagian sisa hasil usaha dan sebagainya. Terlihat bahwa semua gerak koperasi ditentukan secara bersama-sama oleh anggota dalam suasana kekeluargaan melalui rapat anggota.

Asas kekeluargaan ini diwujudkan dalam ketentuan pembagian sisa hasil usaha. Dalam undang-undang perkoperasian dapat diketahui bahwa yang dimaksud dengan sisa hasil usaha (SHU) koperasi adalah pendapatan koperasi yang diperoleh dalam satu tahun buku dikurangi dengan biaya, penyusutan serta kewajiban lainnya termasuk pajak dalam tahun buku bersangkutan.

Berdasarkan undang-undang perkoperasian dapat diketahui bahwa pembagian sisa hasil usaha koperasi kepada para anggota dilakukan bukan semata-mata hanya atas dasar modal yang dimiliki seorang anggota koperasi tetapi juga atas dasar perimbangan jasa usaha anggota terhadap koperasinya.

### **2.2.2 Tujuan Koperasi**

Tujuan koperasi adalah meningkatkan kesejahteraan anggota pada khususnya, dan pada umumnya bertujuan untuk memajukan kesejahteraan

masyarakat. Lebih luasnya tujuan koperasi adalah ikut membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil, dan makmur berlandaskan Pancasila dan Undang-undang Dasar 1945.

Tujuan tersebut tertuang dalam Undang-undang Nomor 25 Tahun 1992

BAB II Pasal 3, sebagai berikut:

**“Koperasi bertujuan memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil, dan makmur berlandaskan Pancasila dan Undang-undang Dasar 1945”.**

Dengan begitu tujuan koperasi memiliki dua unsur, yang pertama adalah unsur sosial dan kedua unsur ekonomi, yang dimana kedua unsur tersebut tidak dapat dipisahkan satu dengan yang lainnya. Unsur sosial menyatakan ciri koperasi sebagai perkumpulan orang-orang yang mengakui, merasakan, dan menyadari adanya kesamaan kebutuhan dan usaha pemenuhan kebutuhan secara lebih rasional, efisien, dan lebih efektif. Kemudian unsur ekonomi menyatakan ciri koperasi sebagai badan usaha yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan bersama yang ingin dicapai secara bersama-sama.

### **2.2.3 Fungsi Dan Peran Koperasi**

Pada undang-Undang Nomor 25 tahun 1992 ini terdapat pula tujuan dan fungsi koperasi. Adapun tujuan yang tertuang dalam Undang-Undang No. 25 Tahun 1992 BAB II pasal 3 menyebutkan bahwa koperasi itu bertujuan memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil, dan makmur berlandaskan Pancasila dan

Undang- Undang Dasar 1945. Pada BAB III pasal 4 disebutkan secara terperinci fungsi dan peran koperasi sebagai berikut:

1. Membangun dan mengembangkan potensi dan kemampuan ekonomi anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosialnya.
2. Berperan serta aktif dalam upaya mempertinggi kualitas kehidupan manusia dan masyarakat.
3. Memperkokoh perekonomian rakyat sebagai dasar kekuatan dan ketahanan perekonomian nasional dengan koperasi sebagai soko gurunya.
4. Berusaha untuk mewujudkan dan mengembangkan perekonomian nasional yang merupakan usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan dan demokrasi.

### **2.3 Digital Marketing**

Istilah pemasaran digital mengacu pada penggunaan saluran digital untuk memasarkan produk dan layanan untuk menjangkau konsumen. Jenis pemasaran ini melibatkan media sosial, situs *web*, mesin pencari dan saluran serupa lainnya. Pemasaran digital menjadi populer dengan munculnya internet pada tahun 1990-an. Pemasaran digital melibatkan beberapa prinsip yang sama dengan pemasaran tradisional dan sering dianggap sebagai cara baru perusahaan untuk mendekati konsumen dan memahami perilaku mereka.

Perusahaan sering menggabungkan teknik pemasaran tradisional dan digital dalam strategi mereka. Pemasaran digital dan strategi pemasaran koperasi

harus mencakup solusi terintegrasi untuk kehadiran alat digital guna mempertahankan anggota yang lebih memilih dari sebelumnya di pasar yang kompetitif dan memperoleh anggota baru yang sekarang memiliki semua kebebasan untuk memilih dan membandingkan setiap penawaran produk. Pendekatan yang berpusat pada pelanggan fokus pada strategi pemasaran masuk dan menggabungkan saluran pemasaran. Keberhasilan pemasaran produk koperasi secara digital bergantung pada bagaimana koperasi ini mengelola untuk menyeimbangkan alat digital dan layanan mereka sendiri. Situs *web* yang bagus dengan media sosial terintegrasi dan mungkin kampanye iklan adalah suatu keharusan tetapi intinya adalah dalam interaksi, keterlibatan, dan kemampuan untuk menarik minat klien potensial. Pelanggan, baik yang sudah ada maupun potensial, cerdas dan mengharapkan pengalaman terbaik.

Rachmadi (2020) mengatakan bahwa pemasaran digital merupakan produk populer yang menghasilkan media digital. Sementara itu menurut Chaffey (2015) pemasaran digital merupakan penerapan teknologi digital yang membentuk saluran online ke pasar. Hal senada diungkapkan oleh Sawicky (2016) dalam Purwana (2017) yang menjelaskan bahwa pemasaran digital merupakan eksploitasi terhadap teknologi digital untuk menciptakan saluran guna mencapai potensi penerima.

### **2.3.1 Strategi Pemasaran Produk Koperasi Berbasis Digital**

Pemasaran secara tradisional dilakukan melalui media cetak (koran dan majalah) dan iklan siaran (TV dan radio). Saluran ini masih ada sampai sekarang. Namun, saluran pemasaran digital telah berkembang pesat. Berikut merupakan

beberapa strategi pemasaran digital untuk koperasi yang dapat membantu memperluas konsumen (Shetty, 2019:150) yaitu:

1. Menyampaikan pesan merek terpadu di seluruh saluran.
2. Menciptakan situs *web* yang komprehensif & didorong oleh kinerja.
3. Membangun kepemimpinan pemikiran melalui pemasaran konten.
4. Melibatkan konsumen dan anggota secara aktif di media sosial.
5. Melakukan kampanye media sosial seperti instagram untuk koperasi.

### **2.3.2 Digital Marketing 4P (Product, Price, Place, Promosi) Untuk Koperasi**

#### **A. Product (Produk)**

Produk mengacu pada barang dan jasa yang disajikan oleh koperasi. Jadi, produk dapat dikenal sebagai hal yang ditawarkan *marketer* kepada anggota dengan harga tertentu. Dengan demikian, produk adalah elemen utama dari setiap *marketing*. Dalam elemen produk, koperasi akan menemukan bagaimana produknya bisa terpasarkan dengan baik dan tepat. Meminta timbal balik dari anggota koperasi atau melakukan survey kebutuhan potensial anggota mengenai masalah yang dihadapi dan bisa diselesaikan oleh produk koperasi.

#### **B. Price (Harga)**

Harga (*price*) Ini dapat dikenal sebagai nilai yang dibebankan kepada pembeli produk atau layanan apa pun yang ditawarkan pada anggota. Menetapkan harga produk adalah pekerjaan yang sulit. Koperasi harus tahu bahwa ketika menetapkan harga, begitu banyak faktor terhadap anggota.

Contohnya seperti kebutuhan produk, biaya yang terlibat, kemampuan anggota untuk membayar, pembatasan pemerintah, harga yang dikenakan oleh kompetitor untuk produk yang sebanding, dan lainnya dapat mengendalikan proses ini.

Untuk itu, penting bagi koperasi untuk menentukan harga yang sudah diperhitungkan dengan matang untuk mendapatkan *profit* dan bersaing. Hal yang harus koperasi hindari dari *Price* ini adalah *hidden costs*. *Product pricing* (proses penentuan nilai harga) yang memiliki *hidden costs* tentu akan menjadi pertimbangan ketika anggota koperasi ingin menggunakannya.

Koperasi bisa melakukan *pricing research* untuk menemukan harga yang seimbang dan mampu bersaing dengan kompetitor. Mulailah melihat fitur yang bisa didapatkan dengan harga yang mereka miliki dan yang tidak bisa didapatkan. Dengan begitu, koperasi bisa menemukan *pricing* yang baik.

### **C. Place (tempat)**

Koperasi harus memikirkan dimana tempat untuk menjual produknya. Karena, koperasi harus menemukan anggota di tempat yang sesuai dimana mereka dapat dengan mudah membutuhkannya. Namun, jika koperasi dipasarkan melalui digital maka koperasi perlu menentukan di *platform* mana koperasi akan menjual produknya.

Berhubung, setiap anggota memiliki karakteristik yang berbeda-beda di tiap *platformnya*. Semisal, koperasi ingin menjual produknya di sebuah *social media*, maka koperasi perlu memahami, bagaimana sikap anggota di *social media* tersebut. Sehingga, koperasi perlu mengetahui beberapa tempat untuk

berpromosi diharapkan dapat bersaing dengan kompetitor dalam menarik perhatian anggota untuk bertransaksi.

#### **D. Promotion (Promosi)**

Promosi adalah salah satu elemen terkuat di *digital marketing* 4P. Tindakan promosi penjualan mencakup pada hubungan anggota, *campaign*, *content marketing*, *platform* yang digunakan, bahkan hingga orang yang terlibat di dalamnya. Sehingga, sebagai seorang *marketer*, koperasi perlu memutuskan tingkat pengeluaran *marketing* untuk upaya promosi.

Koperasi juga perlu menentukan *distribution channel* untuk memberikan *brand awareness* kepada koperasi. Misalnya, koperasi bisa menggunakan *social media instagram* sebagai etalase dan persebaran *content marketing* yang akan menarik para anggota maupun non anggota mengetahui bahkan tertarik dengan koperasi.

Promosi membantu Koperasi dan *marketer* untuk menunjukkan produk kepada anggota atau non anggota secara efektif dan mendorong mereka untuk mencoba dan mempergunakan layanan koperasi. Tujuan utama dari promosi adalah untuk membuat dan mengembangkan citra suatu produk di lingkungan koperasi. Dengan promosi, koperasi bisa saja mendapatkan banyak anggota baru, dan membuat anggota lama koperasi semakin meningkatkan loyalitasnya.



## **BAB III**

### **PEMBAHASAN**

#### **3.1 Kondisi Umum Koperasi**

##### **3.1.1 Sejarah Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) BTM Kotagede Yogyakarta**

Berdirinya BTM Kotagede berawal dari Unit Simpan Pinjam yang didirikan oleh PRM Prenggan yang diberi nama Al-Makmur, hal ini dilaksanakan dalam rangka menjalankan program kerja PRM Prenggan tahun 1999. Namun dalam perjalanan kegiatannya, USP Al Makmur bisa dikatakan tidak maksimal, dan pada tahun 2009 PRM dan PRA Prenggan menerima tawaran program EL-BUMMI, yang mana program tersebut diprakarsai oleh BMI dan PINBUK, maka terbentuklah BMT EL-BUMMI, yang 75% kepemilikan modal usaha di PRM-PRA Prenggan.

Belum genap 2 tahun usia EL-BUMMI dalam melaksanakan kegiatannya, Muhammadiyah melalui Muktamar di Malang merekomendasikan pembentukan Lembaga Keuangan Mikro Syari'ah dengan nama Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM). Berdasarkan rekomendasi Muktamar tersebut semakin menguatkan keinginan seluruh pengurus PRM-PRA Prenggan segera menyesuaikan dan melegalisasikan BMT EL-BUMMI menjadi BTM dengan nama BTM Kotagede, dan pada tahun 2011 BTM Kotagede resmi berbadan hukum koperasi dengan nomor SK Walikota No.071/KD/AD/I/2011. Koperasi ini berada dibawah naungan Muhammadiyah yang dibentuk untuk membantu dalam meminimalisir kebiasaan masyarakat Kotagede dalam melakukan pinjaman kepada lintah darat

yang dimana lintah darat ini sangat meresahkan masyarakat Kotagede dalam menagih hutangnya kepada masyarakat. Mulanya anggota dari KSPPS BTM Kotagede berjumlah 46 anggota hingga Tahun 2022 menjadi 1.064 anggota.

### **3.1.2 Legalitas Koperasi**

Koperasi Simpan pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) BTM Kotagede telah memperoleh legalitas dari pemerintah dengan Badan Hukum No. 071/KD/AD/I/2011.

### **3.1.3 Lokasi Koperasi**

Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) BTM Kotagede, beralamat Jalan Nyi Pembayun No. 12 Kotagede Yogyakarta 55711.

### **3.1.4 Visi dan Misi Koperasi**

Adapun visi dan misi dari Koperasi Karyawan Karya Mulia Mandiri yaitu:

Visi:

Menjadi Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah yang terbaik di Kota Yogyakarta.

Misi:

- a. Berkontribusi dalam perkembangan perkoperasian di Kota Yogyakarta
- b. Menciptakan kesejahteraan bagi para anggota yang berkesinambungan
- c. Memberdayakan perekonomian bagi para anggota dan calon anggota, melalui layanan jasa dan akses keuangan, informasi serta jalinan kemitraan yang berkelanjutan dan berkualitas sesuai dengan prinsip syariah.
- d. Mengelola Koperasi dan unit usaha secara profesional dengan menerapkan “*Good Corporate Governace*”

### **3.1.5 Struktur Organisasi Koperasi KSPPS BTM Kotagede**

Koperasi dalam mewujudkan integrasi antar fungsi dan antar formasi jabatan atau orang yang menjalankan roda organisasi koperasi ada struktur organisasi yang jelas, tepat dan efisien, yang mana struktur organisasi didalamnya ada peraturan yang jelas dan tegas di dalam anggaran dasar, anggaran rumah tangga dan peraturan lainnya. Selain itu fungsi struktur organisasi antara lain menciptakan suasana yang teratur sehingga salah satu alat pencapaian tujuan melalui pemisahan fungsi, tugas, wewenang dan tanggung jawab menjadi sangat jelas.

Struktur organisasi Koperasi Karyawan Karya Mulia Mandiri tidak lepas dari Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992. Dalam koperasi tersebut terdapat perangkat koperasi seperti: Rapat Anggota (RA), Pengurus, Pengawas, Penasehat serta bagian-bagian lain yang dibutuhkan. Untuk mengetahui hubungan antara Pengurus dan Pengawas serta bagian lainnya dibuat struktur organisasi yang semua itu di bawah Rapat Anggota.



**Gambar 3.1 Struktur Organisasi KSPPS BTM Kotagede**

*Sumber : Laporan RAT KSPPS BTM Kotagede*

### 3.1.6 Tugas-Tugas Perangkat Organisasi Koperasi

#### 1. Rapat Anggota (RA)

Rapat Anggota merupakan pemegang kekuasaan tertinggi dalam koperasi, yang diselenggarakan setiap tahun dan dihadiri oleh anggota yang pelaksanaannya diatur dalam Anggaran Dasar. Keputusan yang diambil dalam rapat tersebut berdasarkan atas musyawarah mufakat. Apabila tidak diperoleh keputusan dilakukan berdasarkan suara terbanyak. Dalam Rapat Anggota Tahunan, Pengawas dan Pengurus menyampaikan laporan pertanggungjawaban mengenai tugasnya selama masa jabatannya.

Rapat Anggota menetapkan:

- 1) Anggaran Dasar, Anggaran Rumah Tangga, dan perubahan Anggaran Dasar/ Anggaran Rumah Tangga Koperasi.

- 2) Kebijakan umum dibidang organisasi, manajemen dan usaha dan permodalan koperasi.
- 3) Pemilihan, pengangkatan dan pemberhentian pengurus dan pengawas.
- 4) Pembagian SHU.
- 5) Rencana kerja, rencana anggaran pendapatan dan belanja koperasi serta pengawasan dan pengesahaan laporan keuangan.
- 6) Pengesahan pertanggungjawaban pengurus dalam pelaksanaan tugasnya dan pelaksanaan tugas pengawas tambahan ini bila koperasi mengangkat pengawas tetap.
- 7) Penggabungan, peleburan, pembagian, dan pembubaran koperasi.

## 2. Pengawas

Pengawas dipilih dari dan oleh anggota koperasi dalam rapat anggota dan bertanggung jawab kepada anggota. Berikut ini adalah fungsi, tanggung jawab, tugas dan wewenang dari pengawas pada KSPPS BTM Kotagede:

### 1) Fungsi Utama Pengawas

Melakukan Pengawasan terhadap keseluruhan aspek organisasi dan usaha KSPPS BTM Kotagede sehingga benar-benar sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

### 2) Tanggung Jawab

- a. Memastikan produk dan jasa layanan KSPPS BTM Kotagede sesuai dengan aturan Koperasi dan Syari'ah.

- b. Memastikan tata laksana manajemen dan layanan sesuai dengan perkoperasian dan syari'ah.
- c. Terselenggaranya pembinaan anggota yang dapat mencerahkan dan membangun kesadaran bersama sehingga anggota siap dan konsisten dalam bermanajemen dan bermuamalah secara Islami melalui wadah KSPPS BTM Kotagede.

### 3) Tugas-tugas Pokok

- a. Memastikan produk dan jasa layanan Puskopsyah sesuai dengan aturan Koperasi dan Syari'ah.
  - Menelaah dan mensahkan setiap spesifikasi produk penghimpunan maupun penyaluran dana.
  - Mengkomunikasikan kepada Majelis 'Ulama setempat atau kepada DSN usul dan saran pengembangan produk dan jasa layanan Koperasi yang memerlukan kajian dan fatwa 'Ulama.
  - Memberikan penjelasan kepada Pengurus dan Manajemen (Pengelola) tentang berbagai fatwa 'Ulama atau DSN yang relevan dengan bisnis BTM Kotagede
- b. Memastikan tata laksana manajemen dan layanan sesuai dengan perkoperasian dan syari'ah.
  - Menelaah dan mensahkan tata laksana manajemen dan layanan KSPPS BTM Kotagede ditinjau dari kesesuaiannya dengan prinsip muamalah.
  - Membantu manajemen dalam pembinaan aqidah, syariah, dan akhlaq pengelola.

- Mengidentifikasi berbagai bentuk pelanggaran syariah dan dalam interaksi dalam transaksi bisnis/Iserta melaporkannya kepada badan Pengurus.
- c. Terselenggaranya pembinaan anggota yang dapat mencerahkan dan membangun kesadaran bersama sehingga anggota siap dan konsisten dalam bermanajemen dan bermuamalah secara Islami melalui wadah KSPPS BTM Kotagede.
- Membantu pengurus dengan memberikan penjelasan dan atau nasehat diminta atau tidak diminta tentang keadaan anggota pada khususnya dan lembaga pada umumnya ditinjau dari aspek manajemen dan kesyari'ahan. Penjelasan itu dapat disampaikan di dalam maupun di luar Rapat Pengurus.
  - Menelaah sistem pembinaan anggota kurikulum, materi dan penyelenggaraannya sehingga diyakini telah memenuhi unsur tarbiyah (pendidikan) yang sesuai dengan kaidah Islam.
- d. Membantu terlaksananya pendidikan dan pelatihan anggota yang dapat meningkatkan kualitas dan kapasitasnya, serta meningkatkan kualitas aqidah, syariah, dan muamalahnya.
- 4) Wewenang
- a. Meneliti barang, catatan, berkas, bukti-bukti dan dokumen lainnya yang ada pada KSPPS BTM Kotagede
  - b. Mendapatkan keterangan yang diperlukan baik dari pengurus, manajemen (pengelola) dan anggota.
  - c. Memberikan koreksi, saran, dan peringatan kepada pengurus dan manajemen (pengelola) KSPPS BTM Kotagede

- d. Menggunakan fasilitas yang tersedia untuk kelancaran pelaksanaan tugasnya atas persetujuan pengurus.
- e. Melaporkan kepada DSN dan pihak berwenang tentang keadaan ke-syariah-an KSPPS BTM Kotagede.

Dalam hal pengawas yang ada di KSPPS BTM Kotagede terdiri dari dua bagian yaitu Dewan pengawas syariah dan Dewan pengawas manajemen.

1) Pengawas Syariah

- Sutardi, S.H.I., M.EK
- Eko Agus Wibowo, S.Sos.I

2) Pengawas Manajemen

- Putro Sapto Wahyono SIP. MT
- Ruswanto, SH
- Amron Ismadi

3. Pengurus

Pengurus adalah salah satu perangkat organisasi koperasi yang kedudukannya ada dibawah setingkat rapat anggota. Pengurus mempunyai kewenangan untuk mewakili koperasi sebagai badan hukum. Pengurus dipilih dari, oleh dan untuk anggota koperasi dalam rapat anggota untuk masa jabatan paling lama 5 (lima) tahun. Adapun tugas dan wewenang pengurus menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian pasal 30 adalah sebagai berikut:

1) Pengurus bertugas:

- a. Mengelola koperasi dan usahanya



- b. Mengajukan rencana-rencana kerja serta rancangan rencana anggaran pendapatan dan belanja koperasi.
- c. Menyelenggarakan Rapat Anggota.
- d. Mengajukan laporan dan pertanggungjawaban pelaksanaan tugas
- e. Menyelenggarakan pembukuan keuangan dan investasi secara tertib
- f. Memelihara daftar buku anggota dan pengurus.

2) Pengurus berwenang:

- a. Mewakili koperasi di dalam dan di luar pengadilan
- b. Memutuskan penerimaan dan penolakan anggota baru serta pemberhentian anggota sesuai dengan ketentuan dalam Anggaran Dasar.
- c. Melakukan tindakan dan upaya baik kepentingan dan kemanfaatan koperasi sesuai dengan tanggung jawabnya dan keputusan Rapat anggota.

Adapun pengurus KSPPS BTM Kotagede sebagai berikut:

- Ketua : H. Choirul Huda
- Sekretaris 1 : Arkadia Sinthiya Dewi, S.Hut
- Sekretaris 2 : H. Zamawie, Amd. RO
- Bendahara 1 : Sodikun
- Bendahara 2 : Abdul Salam
- Anggota : DR. Hj. Siti Hamidah, M.Pd

### **3.1.7 Keanggotaan Koperasi**

Anggota dalam suatu koperasi merupakan unsur yang paling penting, tanpa adanya anggota koperasi tidak dapat terbentuk sebagaimana yang

diungkapkan dalam pengertian koperasi. Identitas ganda anggota koperasi sebagai pemilik dan pelanggan akan menentukan dimensi partisipasi anggota yang akan menentukan sukses atau tidaknya koperasi.

Partisipasi anggota sebagai pemilik dapat diwujudkan berupa keikutsertaan anggota dalam pengambilan keputusan, kontribusi modal (Simpanan Pokok dan Simpanan Wajib), pengelolaan, serta partisipasi dibidang pengawasan dan pengendalian. Sedangkan partisipasi anggota sebagai pelanggan ditunjukkan dalam pemanfaatan pelayanan (peminjaman, pembelian, maupun pemasaran) yang diselenggarakan oleh koperasi.

Manajemen keanggotaan dikonsepsikan sebagai perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian dari pengadaan, pengembangan, pemberian balas jasa, pengintegrasian, pemeliharaan, dan pemutusan status keanggotaan anggota koperasi agar tujuan dapat terwujud.

Tujuannya untuk memperoleh anggota yang memiliki potensi baik sebagai pemilik dan pelanggan koperasi sesuai dengan persyaratan dan ketentuan koperasi yang bersangkutan, mengoptimalkan partisipasi anggota sebagai pemilik atau pelanggan agar dapat mewujudkan keunggulan partisipasi dalam pelayanan koperasi, meningkatkan rasa tanggung jawab dan rasa memiliki anggota terhadap koperasi dan tercapainya dalam meningkatkan taraf hidup anggota yaitu mensejahterakan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya.

Adapun Persyaratan untuk diterima menjadi anggota BTM Kotagede adalah sebagai berikut:

- Warga Negara Indonesia
- Mempunyai kemampuan penuh untuk melakukan tindakan hukum
- Bertempat tinggal di wilayah Yogyakarta
- Mempunyai profesi atau pekerjaan sebagai pegawai /karyawan /wiraswasta /buruh.
- Menyetorkan simpanan pokok Rp 100.000,- yang disetorkan pada awal keanggotaan.
- Menyetorkan simpanan wajib Rp 10.000,- setiap bulannya

Keanggotaan KSPPS BTM Kotagede sampai dengan 31 Desember 2022 adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.1 Anggota KSPPS BTM Kotagede**

TAHUN	JUMLAH AWAL	MASUK	KELUAR	JUMLAH AKHIR	JENIS KELAMIN	
					LAKI-LAKI	PEREMPUAN
2018	808	164	34	938	341	597
2019	938	112	49	1001	379	622
2020	1001	80	45	1036	386	650
2021	1036	53	42	1047	360	687
2022	1047	63	46	1064	369	695

*Sumber: Laporan RAT KSPPS BTM Kotagede*

Berdasarkan Tabel 3.1 di atas, dapat disimpulkan bahwa perkembangan anggota aktif di KSPPS BTM Kotagede terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahunnya.

### **3.1.8 Aspek Usaha (*Product*) Koperasi**

Untuk meningkatkan pendapatan dan memenuhi kebutuhan anggotanya, KSPPS BTM Kotagede mengembangkan unit usaha yang sesuai dengan kebutuhan anggota. Adapun unit usaha yang dikelola oleh BTM Kotagede adalah

Unit Simpan Pinjam yang khusus melayani anggota koperasi. Kegiatan unit ini adalah mengelola simpanan anggota dan memberikan pinjaman kepada yang membutuhkan dana dalam upaya meningkatkan pendapatan Sisa Hasil Usaha (SHU). Beberapa produk yang ditawarkan KSPPS BTM Kotagede kepada anggotanya adalah sebagai berikut:

1) Simpanan, yang terdiri dari :

- Simpanan Pokok Anggota
- Simpanan Wajib Anggota
- Simpanan Pokok Sendiri
- Simpanan Wajib Khusus
- Simpanan Mandiri Sejahtera
- Simpanan Pendidikan Anak (Sidika)
- Simpanan Idul Fitri (Siduri)
- Simpanan Qurban (Siqur)
- Simpanan Berjangka (Sijaka)

2) Pembiayaan, yang terdiri dari:

- Mudharabah
- Musyarakah
- Murabahah
- Ijarah
- Hawalah
- Qardhul Hasan

3) Sosial, yang terdiri dari:

- Mendukung dakwah Bil Hal Muhammadiyah
- Pemberdayaan jamaah ( anggota ) melalui Qhordul Hasan

Dalam bidang usaha pada KSPPS BTM Kotagede dinilai “Baik” dari segi/1pengelolaan, produk dan layanan.

a) Produk dan Layanan

- Pelaksanaan ketentuan penghimpunan dana dan penyalurannya berasal dari anggota dan calon anggota.
- Pelaksanaan pengembangan produk simpanan sudah sesuai dengan prinsip syari'ah tapi perlu inovasi produk.
- Adapun untuk pengembangan usaha, melihat dari produk yang dihasilkan sudah cukup merepresentasikan kebutuhan anggota untuk saat ini.
- Perhitungan bagi hasil dan perhitungan penetapan distribusi pendapatan sudah sesuai dengan prinsip syari'ah.

Terlihat pada produk KSPPS BTM Kotagede memiliki banyak macam produk usaha seperti pembiayaan syariah, tabungan pendidikan, tabungan qurban, simpanan idul fitri dan masih banyak yang lainnya, namun yang sering dijadikan informasi dan promosi kepada anggota hanya produk pembiayaan dan pinjaman selebihnya kurang diikut sertakan dalam promosi, sehingga dinilai belum merata dalam mempromosikan semua produk KSPPS BTM Kotagede, melalui kedua tempat promosi *instagram* dan *whatsapp* KSPPS BTM Kotagede sering mempromosikan produk-produknya

### 3.1.9 Aspek Keuangan (*Price*) Koperasi

Untuk menentukan harga dan keuntungan bagi koperasi, KSPPS BTM Kotagede selalu menerapkan perjanjian antara anggota dengan pengelola, Contoh dalam akad perjanjian Ijarah dengan berbagai kesepakatan didalamnya agar kedua belah pihak mengetahui rincian harga dan biaya yang harus dikeluarkan atau dibayarkan oleh anggota yang bertransaksi tersebut, begitu pula dengan murabahah dan mudharabah.

Sehingga terhindar dari yang nama nya riba dan *hidden cost*, karena persetujuan keuntungan koperasi sudah terdapat di awal perjanjian antara anggota dan pengelola KSPPS BTM Kotagede yang akhirnya terjadi kesepakatan dan di tandantangani oleh kedua belah pihak, baik anggota yang membutuhkan pembiayaan dengan pengelola koperasi.

### 3.1.10 Kinerja Keuangan Koperasi

Untuk melihat perkembangan permodalan KSPPS BTM Kotagede dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 3.2 Perkembangan Permodalan KSPPS BTM Kotagede**

Tahun	Modal Sendiri (Rp)	N/T (%)	Modal Pinjaman (Rp)	N/T (%)	Total Modal (Rp)	N/T (%)
2018	537.562.613,76	-	449.991.200,00	-	987.553.813,76	-
2019	729.474.630,76	0,36	1.518.392.400,00	2,37	2.247.867.030,76	1,28
2020	810.306.339,76	0,11	1.293.370.600,00	(0,15)	2.103.676.939,76	(0,06)
2021	1.078.875.831,00	0,33	1.134.998.200,00	(0,12)	2.213.874.031,00	0,05
2022	1.126.730.320,00	0,04	976.626.073,00	(0,14)	2.103.356.393,00	(0,05)

Sumber: Laporan RAT KSPPS BTM Kotagede

Berdasarkan data diatas, maka dapat diketahui bahwa KSPPS BTM Kotagede mengalami peningkatan dalam jumlah modal sendiri meskipun besarnya

total modal setiap tahunnya berfluktuatif. Akhir tahun 2022 modal sendiri menunjukkan angka yang tertinggi dan kenaikan tertinggi terjadi pada tahun 2019 karena mengalami kenaikan sebesar 36%. Perbandingan modal sendiri dan modal pinjaman lebih besar modal pinjaman dari pada modal sendiri pada setiap tahunnya, hal ini menunjukkan kurang mandiriya KSPPS BTM Kotagede karena sebagian besar permodalan bersumber dari modal pinjaman.

#### 1. Keadaan Keuangan Koperasi

##### a. Rasio Kas

Perputaran kas merupakan hasil dari kas dibagi dengan hutang lancar. Rasio ini digunakan dengan mengukur kemampuan koperasi dalam membayar kewajiabn jangka Panjang dan pendek dengan kas yang tersedia dan yang disimpan di bank.

Berikut ini adalah tabel perkembangan rasio Kas KSPPS BTM Kotagede:

**Tabel 3.3 Perhitungan Kas Rasio KSPPS BTM Kotagede**

<b>Tahun</b>	<b>Kas Bank (Rp)</b>	<b>Bank (RP)</b>	<b>Hutang Lancar (Rp)</b>	<b>Rasio Kas (%)</b>
2018	150.547.200,00	1.117.107.601,57	3.947.225.831,35	32%
2019	115.027.000,00	1.474.826.094,93	4.425.488.317,17	36%
2020	84.149.400,00	1.759.332.890,19	4.137.348.943,79	45%
2021	82.441.000,00	2.007.179.573,00	4.228.731.886,00	49%
2022	99.767.100,00	1.808.557.483,00	4.222.404.967,00	45%

Dari data tersebut dapat dilihat bahwa rasio kas pada tahun 2018 memperoleh 32% artinya pada tahun 2018 setiap 1 hutang lancar dapat ditanggung dengan 32 kali oleh kas bank koperasi. Pada tahun 2019 rasio kas memperoleh 36% dibanding tahun sebelumnya mengalami kenaikan 4%, artinya setiap 1 hutang

lancar dapat ditanggung oleh 36 kali oleh kas bank. Pada tahun 2020 rasio kas memperoleh 45% dibanding tahun sebelumnya mengalami peningkatan 9%, artinya setiap 1 hutang lancar dapat ditanggung oleh 45 kali oleh kas bank. Pada tahun 2021 rasio kas memperoleh 49% dibanding tahun sebelumnya mengalami peningkatan sebesar 4%, artinya setiap 1 hutang lancar dapat ditanggung oleh 49 kali oleh kas bank. Pada tahun 2022 rasio kas memperoleh 45% dibanding tahun sebelumnya mengalami penurunan sebesar 4%, artinya setiap 1 hutang lancar dapat ditanggung oleh 45 kali oleh kas bank koperasi.

#### b. Rasio Solvabilitas

Rasio solvabilitas adalah rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan koperasi dalam melunasi semua kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang, dengan jaminan aktiva atau kekayaan yang dimiliki koperasi.

Adapun rasio yang dipergunakan dalam perhitungan solvabilitas ini menggunakan *Debt to Total Asset Ratio* (DAR) yaitu perbandingan antara total hutang dengan total aktiva. Rumus untuk menghitung *Debt to Asset Ratio* (DAR) yaitu sebagai berikut :

$$\text{Debt to Asset Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aktiva}}$$

Berikut ini adalah tabel perkembangan rasio solvabilitas KSPPS BTM Kotagede:



**Tabel 3.4 Perhitungan Rasio Solvabilitas KSPPS BTM Kotagede**

<b>Tahun</b>	<b>Total Hutang (Rp)</b>	<b>Total Aktiva (Rp)</b>	<b>DAR (%)</b>
2018	4.397.217.031,35	15.083.897.902,57	86%
2019	5.943.880.717,17	16.797.400.671,32	87%
2020	5.430.719.543,79	16.273.079.435,19	87%
2021	5.363.730.086,00	16.442.605.917,00	83%
2022	5.199.030.767,00	16.325.761.087,00	82%

Berdasarkan data diatas, menunjukkan perkembangan rasio solvabilitas dengan menggunakan *Debt to Asset Ratio* (DAR) dari tahun 2018 sampai dengan tahun 2022 yang mengalami fluktuatif dari tahun ketahunnya. Solvabilitas KSPPS BTM Kotagede pada tahun 2022 adalah 82%. Pedoman penilaian terkait koperasi Berprestasi/Koperasi Award rasio solvabilitas KSPPS BTM Kotagede masuk pada kriteria sangat tidak sehat artinya koperasi belum mampu membiayai kegiatan operasionalnya dengan menggunakan aktiva yang dimilikinya tanpa mengandalkan utang dari pihak lain.

Menurut Bambang Riyanto (2018 : 35), untuk meningkatkan solvabilitas perusahaan bisa dengan melakukan beberapa cara yaitu menambah aktiva tanpa harus menambah hutang atau menambah aktiva dengan jumlah yang relative lebih besar daripada tambahan hutang, mengurangi hutang tanpa harus mengurangi aktiva atau mengurangi hutang dengan jumlah yang relatif lebih besar daripada berkurangnya aktiva.

### c. Rasio Rentabilitas

Rentabilitas merupakan perhitungan antara laba dengan aktiva atau modal yang menghasilkan laba tersebut. Dengan kata lain rentabilitas adalah kemampuan suatu koperasi untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Rasio ini bertujuan untuk mengukur kemampuan koperasi dengan keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktiva yang digunakan sebagai operasinya untuk memperoleh Sisa Hasil Usaha.

Rentabilitas dapat dihitung menggunakan rumus berikut:

$$\text{Return on Asset} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Asset}}$$

Berikut ini adalah tabel perkembangan rasio rentabilitas KSPPS BTM Kotagede:

**Tabel 3.5 Perhitungan Rasio Rentabilitas KSPPS BTM Kotagede**

<b>Tahun</b>	<b>SHU Bersih (Rp)</b>	<b>Total Aktiva (Rp)</b>	<b>ROA (%)</b>
2018	130.478.475,00	5.083.897.902,57	3%
2019	108.539.658,00	6.797.400.671,32	2%
2020	28.046.858,00	6.273.079.435,19	0%
2021	22.939.409,00	6.442.605.917,00	0%
2022	38.568.275,00	6.325.761.087,00	1%

Dari data diatas dapat dilihat ROI pada tahun 2018 memperoleh 3%, ini artinya tingkat pengembalian asset pada koperasi sebesar 3%. Pada tahun 2019 memperoleh 2% jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya mengalami penurunan sebesar 1%, ini artinya tingkat pengembalian asset pada koperasi sebesar 2%. Pada tahun 2020 memperoleh 0% jika dibandingkan dengan tahun

sebelumnya mengalami penurunan sebesar 2%, ini artinya tingkat pengembalian asset pada koperasi sebesar 0%. Pada tahun 2021 memperoleh 0% sama dengan tahun sebelumnya, ini artinya tingkat pengembalian asset pada koperasi sebesar 0%. Pada tahun 2022 memperoleh 1% jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya mengalami peningkatan sebesar 1%, ini artinya tingkat pengembalian asset pada koperasi sebesar 1%.

### **3.1.11 Implementasi Jatidiri Koperasi**

*International Cooperative Alliance* (ICA) di Manchester, Inggris, 23 September 1995 telah merumuskan Jatidiri Koperasi yang dikenal dengan nama ICIS (*ICA Cooperative Identity Statements*).

Isinya ada tiga kesatuan tak terpisahkan yaitu Definisi, Nilai dan Prinsip Koperasi yang di Indonesia disosialisasikan dengan istilah Jatidiri Koperasi (Soedjono, 1997) dalam Sartono & Respati (2021).

Definisi koperasi Indonesia menurut UU No. 25/1992 tentang perkoprasian adalah sebagai berikut:

**“Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang seorang atau badan hukum koperasi, dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat, yang berdasar atas asas kekeluargaan”**

Tabel 3.6 Implementasi Definisi Koperasi

Definisi Koperasi	No	Indikator Definisi Koperasi	Implementasi		Keterangan
			Ya	Tidak	
Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang seorang atau badan hukum koperasi, dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat, yang Berdasar atas asas kekeluargaan	1	Koperasi Sebagai Badan Usaha	√		Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) BTM Kotagede adalah badan usaha yang bergerak dibidang usaha yaitu simpan pinjam dan Pembiayaan. Koperasi telah berbadan hukum dengan nomor badan hukum No. 070/BH/VII/2005.
	2	Beranggotakan Orang Seorang	√		Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) BTM Kotagede adalah koperasi primer yang telah melaksanakan kegiatan organisasinya yaitu/beranggotakan orang seorang diantaranya yaitu pengelola dan pengurus, dengan jumlah anggota pada tahun buku 2022 sebanyak 1064 orang.

3	Melandaskan Kegiatannya Berdasarkan Prinsip-Prinsip Koperasi	√	Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) BTM Kotagede menjalankan kegiatan perkoperasiannya sebagian besar telah menerapkan prinsip-prinsip koperasi, yang akan dijelaskan dalam implementasi prinsip-prinsip koperasi.
4	Koperasi Sebagai Gerakan Ekonomi Rakyat	√	Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) BTM Kotagede dengan baik oleh pengawas dan pengurus dalam menghasilkan SHU. Sampai saat ini koperasi dinilai memberi manfaat ekonomi dan kesejahteraan bagi anggota dan tanggung jawab sosial yang telah diterapkan oleh koperasi diantaranya mengalokasikan dana SHU sebagian kepada dana Zakat sebesar 2,5%.
5	Asas Kekeluargaan	√	Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) BTM Kotagede sudah menerapkan asas kekeluargaan, karena keputusan yang diambil berdasarkan hasil musyawarah dalam rapat anggota tahunan.

Dari penjelasan Tabel 3.6 diatas dapat disimpulkan bahwa Koperasi Karyawan Karya Mulia Mandiri telah menerapkan aspek-aspek pada definisi koperasi menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian Indonesia.

### 3.1.12 Implementasi Nilai Koperasi

Nilai-nilai koperasi merupakan standar moralitas serta etika yang disepakati berdasarkan tradisi para pendirinya yang kemudian dijadikan landasan ideologi dalam mencapai cita-citanya. Berikut nilai-nilai koperasi pada Koperasi Karyawan Karya Mulia Mandiri.

**Tabel 3.7 Implementasi Nilai Koperasi**

No	Nilai	Implementasi		Keterangan
		Ya	Tidak	
<b>Nilai Dasar</b>				
1	Menolong Diri Sendiri	√		Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) BTM Kotagede adalah UMKM di sekitaran KSPPS BTM Kotagede sehingga adanya KSPPS BTM Kotagede dapat membantu anggota dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari, kemudian unit/simpan pinjam merupakan unit dimana para anggotanya dapat meminjam uang dengan syarat tertentu dan unit Pembiayaan untuk membantu anggota dalam pengadaan barang yang dibutuhkan anggota. Dengan begitu anggota koperasi telah menolong dirinya sendiri dengan meringankan beban dalam memenuhi kebutuhannya.

2	Tanggungjawab Diri Sendiri	√		<p>Nilai tanggungjawab diri sendiri oleh para anggotanya sudah terlaksana, ini terbukti dengan adanya transaksi pembayaran simpanan serta pembiayaan yang artinya anggota koperasi sudah ikut berpartisipasi aktif dalam koperasi.</p> <p>Simpanan Wajib 2018: Rp 537.562.613          Simpanan Wajib 2019: Rp 729.474.630          Simpanan Wajib 2020: Rp 810.306.339          Simpanan Wajib 2021: Rp 1.078.875.831          Simpanan Wajib 2022: Rp 1.126.730.320</p>
3	Demokrasi	√		Dalam rapat anggota setiap anggota memiliki hak suara dan ikut serta dalam pengambilan keputusan.
4	Kesamaan	√		Nilai kesamaan dibuktikan dengan tidak adanya perbedaan perlakuan terhadap anggota yang satu dengan yang lainnya.
5	Keadilan	√		Nilai keadilan sudah diterapkan pada pembagian sisa hasil usaha kepada anggota yang diukur sesuai dengan jasa masing-masing anggota.
6	Solidaritas	√		Nilai solidaritas terlihat saat pembagian SHU anggota disisihkan untuk dana Zakat sebesar 2,5%.
<b>Nilai Etis</b>				
1	Kejujuran	√		Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) BTM Kotagede memiliki nilai kejujuran terhadap sesamapengurus serta anggotanya, dari segi keuangan dan lainnya. Hal ini dibuktikan dengan koperasi selalu membuat buku RAT setiap periode dengan cukup jelas dan transparan terkait seluruh bidang termasuk keuangan.
2	Keterbukaan	√		Nilai keterbukaan dibuktikan dengan semua hal yang berkaitan dengan kegiatan usaha dan keuangan koperasi selalu dicatat dan dilaporkan saat Rapat Anggota Tahunan.
3	Tanggungjawab Sosial	√		Tanggungjawab sosial telah diterapkan diantaranya mengalokasikan dana Zakat sebesar 2,5% dari SHU.

4	Kepedulian Terhadap Orang Lain	√	Kepedulian terhadap orang lain telah diterapkan diantaranya dengan mengalokasikan dana sosial kepada/1Mendukung dakwah Bil Hal Muhammadiyah dan pemberdayaan jamaah ( anggota ) melalui Qhordul Hasan
---	--------------------------------	---	---

Dari penjelasan Tabel 3.7 diatas dapat disimpulkan bahwa Koperasi Karyawan Karya Mulia Mandiri telah menerapkan aspek yang ada dalam nilai-nilai koperasi yang terdiri nilai dasar dan nilai etis.

### 3.1.13 Implementasi Prinsip Koperasi

Prinsip merupakan pedoman bagi koperasi dalam menjalankan kegiatannya, untuk mengukur apakah Koperasi Karyawan Karya Mulia Mandiri menerapkan prinsip koperasi sebagai jatidiri koperasi, dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 3.8 Implementasi Prinsip Koperasi**

No	Prinsip	Implementasi		Keterangan
		Ya	Tidak	
1	Keanggotaan Bersifat Sukarela dan Terbuka	√		Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) BTM Kotagede menerima anggota secara terbuka/dengan mendaftar dan memenuhi persyaratan untuk mendaji anggota KSPPS BTM Kotagede.
2	Pengelolaan Dilakukan Secara Demokratis	√		Koperasi KSPPS BTM Kotagede telah melaksanakan pengelolaannya secara demokratis yaitu setiap anggota memiliki hak suara yang sama dalam mengemukakan pendapat dan ikut seta dalam pengambilan keputusan.



3	Pembagian SHU Dilakukan Secara Adil Sebanding Dengan Besarnya Jasa Masing-Masing Anggota	√		Koperasi melakukan kegiatan pembagian SHU didasarkan pada transaksi dan partisipasi anggota. Setiap anggota yang berpartisipasi aktif akan mendapatkan SHU yang lebih besar daripada anggota yang pasif.
4	Pemberian Balas Jasa Yang Terbatas Terhadap Modal	√		Koperasi memberikan balas jasa yang terbatas terhadap modal, karena modal di koperasi digunakan untuk kemanfaatan anggota dan bukan sekedar untuk mencari keuntungan. Suku bunga koperasi pertahun sebesar 0,9%. Dimana suku bunga tersebut berada dibawah suku bunga pasar.
5	Kemandirian		√	Koperasi KSPPS BTM Kotagede belum dapat mengelola usaha dan organisasinya sendiri ini dibuktikan dengan modal pinjaman lebih besar dari pada modal sendiri.
6	Pendidikan Perkoperasian	√		Koperasi telah menerapkan pendidikan perkoperasian bagi pengurus dan pengawas. Akan tetapi pendidikan perkoperasian belum diterapkan untuk seluruh anggota dikarenakan anggota koperasi adalah para UMKM yang setiap hari harus membuka usahanya sehingga sulit mencari waktu luang.
7	Kerjasama Antar Koperasi	√		Koperasi KSPPS BTM Kotagede dalam pelaksanaanya menerapkan kerjasama dengan beberapa relasi untuk menjalankan usahanya, salah satunya dalam pembiayaan bekerja saam dengan sorum motor Kotagede.

Dari penjelasan Tabel 3.8 diatas dapat disimpulkan bahwa Koperasi Karyawan Karya Mulia Mandiri belum menerapkan semua aspek prinsip koperasi. Aspek prinsip koperasi yang belum diterapkan yaitu keanggotaan bersifat sukarela dan belum melakukan kerjasama antar koperasi.

### 3.2 Pengembangan Potensi *Digital Markering* Koperasi

Adapun pengembangan koperasi berbasis digital untuk meningkatkan upaya pemasaran mereka adalah sebagai berikut:

#### 1. Pemasaran situs *web*

Situs *web* merupakan salah satu saluran yang digunakan dalam pemasaran *online* yang mewakili layanan, produk dan merek. Teknologi penggunaan situs *web* harus cepat, *user friendly*, ramah seluler dan kuota data. Contoh pemasaran produk koperasi berbasis web adalah [www.perekat-cu.org](http://www.perekat-cu.org) seperti pada gambar berikut ini:



**Gambar 3.2 Website Koperasi Perekat**

Tampilan *website* koperasi perekat terlihat jelas dan *straight forward*. Hal ini dilakukan untuk memudahkan pengguna berselancar dengan lebih mudah. Setiap halaman *website* yang berbeda berdasarkan kategorinya.

## 2. Pemasaran Media Sosial

Tujuan utama dari kampanye pemasaran media sosial adalah kesadaran merek dan membangun kepercayaan sosial. Saat pengguna masuk lebih dalam ke pemasaran media sosial, pengguna dapat menggunakannya untuk mendapatkan prospek atau bahkan sebagai saluran penjualan langsung. *Posting* dan *tweet* yang dipromosikan adalah dua contoh pemasaran media sosial. Berikut merupakan contoh promosi I-RAW Bandung yang ada di Instagram:



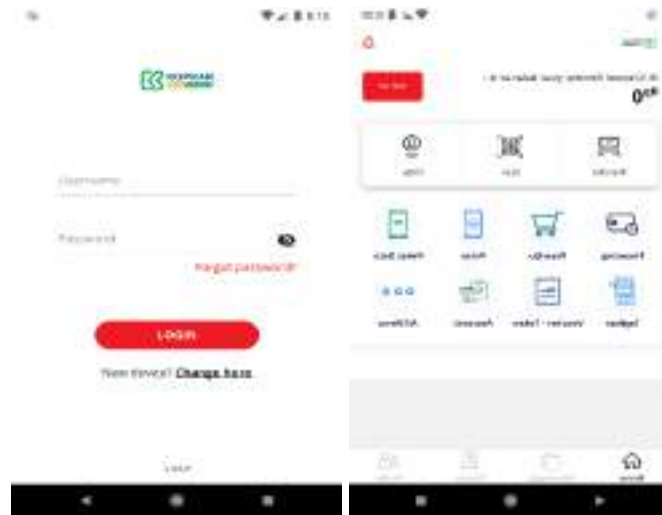
**Gambar 3.3 Metode Pemasaran Produk Koperasi Berbasis Sosial Media Instagram**

## 3. Pemasaran Platform Aplikasi

Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), pada tahun 2021 total pengguna ponsel pintar (*smart phone*) di Indonesia mencapai 167 juta orang atau 67,88% dari total penduduk Indonesia. Hal ini merupakan berita baik untuk memasarkan produk berbasis digital, khususnya *android*. Terdapat banyak aplikasi koperasi berbasis *android* yang terdaftar di playstore.

Hanya dengan mengklik *download*, calon anggota koperasi dapat mendaftarkan diri secara mudah dalam genggaman tangan. Bahkan kebanyakan aplikasi yang digunakan oleh *brand* koperasi berisi semua informasi dan data

yang diperlukan oleh pengguna. Salah satu contoh pemasaran berbasis android adalah Koperasi Karyawan Taspen.



**Gambar 3.4 Aplikasi Kopkar Taspen**

### **3.2.1 Digital Promotion KSPPS BTM Kotagede**

*Digital Promotion* adalah bagian dari pemasaran digital yang kegiatan pemasaran atau promosi sebuah produk menggunakan media digital atau internet. KSPPS BTM Kotagede melakukan digital promosinya menggunakan beberapa *platform* aplikasi seperti *instagram* dan *whatsapp*, seperti membuat informasi melalui status *whatsapp* serta *postingan* di *instagram*, pada promosinya KSPPS BTM Kotagede hanya berfokus kepada anggota namun tidak menutup kemungkinan non anggota pun dapat tertarik terhadap promo yang dilakukan KSPPS BTM Kotagede, contohnya promosi penyediaan hewan qurban yang di promosikan KSPPS BTM Kotagede melalui *instagram*.

### 3.2.2 Tempat Pemasaran (*Place*) KSPPS BTM Kotagede

Dalam tempat pemasaran melalui sosial media KSPPS BTM Kotagede telah menggunakan *instagram* dan *whatsapp* untuk tempat mempromosikan produknya contohnya dalam mempromosikan tabungan qurban dan penyediaan hewan qurban yang ada pada *instagram* @btmkotagede melalui postingan video serta melakukan promosi pengadaan barang melalui status *whatsapp* yang bertujuan untuk menarik anggota supaya lebih aktif bertransaksi sekaligus memberikan informasi jika KSPPS BTM Kotagede dapat melakukan pembiayaan barang apapun sesuai kebutuhan anggota. Contoh *postingan instagram* dan *whatsapp* KSPPS BTM Kotagede, sebagai berikut:



**Gambar 3.5** *Postingan Instagram KSPPS BTM Kotagede*



**Gambar 3.6** *Postingan Whatsapp KSPPS BTM Kotagede*

Dalam hal ini KSPPS BTM Kotagede telah mempunyai tempat untuk melakukan promosi secara digital walaupun baru dua tempat saja *instagram* dan *whatsapp* yang menjadi tempat promosinya akan tetapi KSPPS BTM Kotagede telah menerapkan *digital marketing* dalam koperasinya.

## **BAB IV**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **4.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) BTM Kotagede Yogyakarta mengenai jatidiri koperasi dan Pengembangan Potensi *Digital Marketing* Koperasi dapat diambil kesimpulan terhadap kondisi koperasi bahwa:

1. Hasil analisis menunjukkan bahwa Koperasi Karyawan Karya Mulia Mandiri telah menerapkan aspek-aspek pada definisi koperasi menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian Indonesia.
2. Hasil analisis menunjukkan bahwa Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) BTM Kotagede telah menerapkan aspek yang ada dalam nilai-nilai koperasi yang terdiri dari nilai dasar dan nilai etis.
3. Hasil analisis menunjukkan bahwa Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) BTM Kotagede belum menerapkan semua aspek prinsip koperasi. Aspek prinsip koperasi yang belum diterapkan yaitu Kemandirian.
4. Upaya pengembangan potensi *digital marketing* KSPPS BTM Kotagede dengan mempergunakan pengembangan potensi digital koperasi yaitu *website*, *social media* seperti *instagram* dan *platform* aplikasi untuk menunjang pemasaran dan promosi produk koperasi secara digital, sehingga koperasi tidak kalah saing dengan badan usaha lainnya.

5. KSPPS BTM Kotagede telah penerapan 4P dalam berkoperasi, terlihat dari produk usaha simpanan seperti:

- Simpanan Wajib Khusus
- Simpanan Mandiri Sejahtera
- Simpanan Pendidikan Anak (Sidika)
- Simpanan Idul Fitri (Siduri)
- Simpanan Qurban (Siqur)
- Simpanan Berjangka (Sijaka)

Pembiayaannya sangat bervariasi seperti:

- Mudharabah
- Musyarakah
- Murabahah
- Ijarah
- Hawalah
- Qardhul Hasan

Keuangan (*Price*) sudah sesuai syariah tidak ada riba dan *hidden cost* karena keuntungan koperasi telah disepakati pada awal perjanjian dibuat, dari segi promosi dan *place* KSPPS BTM Kotagede sangat berpotensi untuk mengembangkan *digital marketing* melalui sosial media instagram namun masih perlu adanya pemahaman tentang penggunaan instagram sebagai media promosi yang menguntungkan tidak hanya sebagai media informasi saja.



## 4.2 Saran

Dengan menerapkan jatidiri koperasi dapat membangun koperasi yang mampu bersaing dengan badan usaha lainnya namun tidak meninggalkan ciri khas dari koperasi yaitu adanya prinsip dan nilai yang dijalankan.

Berdasarkan implementasi jatidiri yang telah diuraikan, terdapat prinsip koperasi yang belum diterapkan yaitu kemandirian, maka saran yang dapat diberikan untuk Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) BTM Kotagede Yogyakarta adalah diharapkan bisa menjadi koperasi yang mandiri dengan modal sendiri. Walaupun koperasi itu bukan kumpulan modal tetapi modal itu sebagai pendorong dan penunjang untuk aktivitas bisnis yang dijalankan oleh koperasi. Dengan kekuatan modal yang berasal dari modal sendiri diharapkan aset yang dimiliki akan menjadi lebih besar. Dan bila didorong oleh sumber daya manusia yang mampu menempatkan atau menggunakan dana tersebut secara efektif dan efisien diharapkan manfaat yang akan diperoleh oleh anggota baik secara langsung maupun tidak langsung akan terasa manfaatnya.

Dalam pengembangan potensi *digital marketing* Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) BTM Kotagede Yogyakarta dirasa masih kurang maksimal perlu adanya *digital marketing specialist* untuk mengelola semua *platform* digital agar koperasi masuk kedalam koperasi yang bersistem digital dengan lebih cepat melayani anggota, menarik perhatian anggota maupun non anggota, membuat banyak jalinan kerjasama dengan berbagai pihak dan memperluas target pasar serta dapat menerapkan Segmenting, Targeting dan Positioning (STP Marketing) dalam pengelolaan koperasi sehingga terasa menjadi

koperasi yang lebih *modern*. Semua pengurus dan pengelola harus paham mengenai pentingnya digital marketing agar menjadi nilai tambah bagi koperasi KSPPS BTM Kotagede.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bambang, Riyanto. 2015. Dasar-dasar Pembelanjaan, Edisi 4, Yogyakarta: BPF
- Iwan Mulyana. Kemandirian Koperasi Pada Era Society 5.0 Dalam Mewujudkan Koperasi Yang Bermartabat. IKOPIN University. (62-64)
- Kurniawati, T. (2016). 'Peran Nilai dan Prinsip Perkoperasian di Indonesia'. 4(1),1-23
- Laporan RAT KSPPS BTM Kotagede Yogyakarta 2018-2022
- Rachmadi, Tri. 2020. The Power Of Digital Marketing. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Rohmat, AB. (2016). 'Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Koperasi Dalam Undang- Undang Koperasi (Studi Pada Undang-Undang No. 25 Tahun 1992 dan Undang-Undang No. 17 Tahun 2012)'. *Jurnal Pembaharuan Hukum*, 2(1),138
- Sartono, S & Respati, H. (2021). 'Analisis Pengaruh Budaya Organisasi dan Sistem Tanggung Renteng Terhadap Perilaku Anggota Yang Berdampak Kepada keamanan Usaha di Koperasi Setia Budi Wanita Malang'. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen dan Kewirausahaan*. 5(1), 58-66
- Sir Kalifatullah Ermaya, Sofwan Azhar. Strategi Pemasaran Produk Koperasi Berbasis Digital. IKOPIN University. (107-112)
- Sitio, A & Tamba, H. (2001). *Koperasi Teori dan Praktik*. Erlangga
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian Indonesia. (1992). Undang-Undang RI No.25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian Indonesia.25, 1-57

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Laporan SHU KSPPS BTM Kotagede 2018

#### 4. Perhitungan Sisa Hasil Usaha per Desember 2018

NO	PERKIRAAN	TARGET	REALISASI	PCT.
<b>A.</b>	<b>PENDAPATAN</b>			
	Bagi hasil Pembiayaan	838.361.777	607.110.609	-27,58%
	Jasa Bank	37.625.000	27.917.221	-25,00%
	Administrasi pelayanan	60.500.000	21.548.490	-64,38%
	Pendapatan lain	39.460.000	34.982.750	-11,35%
	<b>JUMLAH PENDAPATAN</b>	<b>975.946.777</b>	<b>691.559.070</b>	<b>-29,14%</b>
<b>B.</b>	<b>BEBAN USAHA</b>			
	<b>Operasional Utama</b>			
	- Bagi hasil simpanan sukarela	36.547.604	27.136.275	-25,75%
	- Bagi hasil simpanan berjangka	58.925.584	67.177.143	14,00%
	- Bagi hasil pada pihak ketiga	70.652.200	57.236.000	-18,99%
	- Administrasi pembiayaan	20.000.000	5.000.000	-75,00%
	<b>Sub total</b>	<b>186.125.388</b>	<b>156.549.418</b>	<b>-15,89%</b>
	<b>Organisasi</b>			
	- Organisasi	37.050.000	43.036.050	16,16%
	- RAT	31.000.000	30.198.000	-2,59%
	- Pajak	9.035.760	5.998.049	-33,62%
	- Capacity Building	17.250.000	1.000.000	-94,20%
	<b>Sub total</b>	<b>94.335.780</b>	<b>80.232.099</b>	<b>-14,95%</b>
	<b>Administrasi dan Umum</b>			
	- Tenaga Kerja	184.500.000	156.186.800	-15,35%
	- Penyusutan	42.000.000	19.695.707	-53,11%
	- Admin. Kantor + ATK	26.350.000	22.009.000	-16,47%
	BPJS Ketenagakerjaan	12.000.000	5.933.900	-50,55%
	- Pemeliharaan kantor/inventaris	21.115.320	5.030.000	-76,18%
	- Kerumahahtanggaan	21.800.000	14.244.353	-34,66%
	- Sewa Gedung	10.999.992	10.999.992	0,00%
	<b>Sub total</b>	<b>318.765.312</b>	<b>234.099.752</b>	<b>-26,56%</b>
	<b>Operasional Lainnya</b>			
	- Listrik dan telephon	12.000.000	10.095.105	-15,87%
	- Koran dan internet	8.400.000	1.311.750	-84,38%
	- Pemasaran	24.000.000	11.476.500	-52,18%
	- Material dan lain-lain	19.800.000	12.007.982	-39,35%
	- THR	29.500.000	16.467.204	-44,18%
	<b>Sub total</b>	<b>93.700.000</b>	<b>51.358.541</b>	<b>-45,19%</b>
	<b>Non Operasional</b>			
	- Cadangan Kerugian Piutang	33.275.000	20.201.003	-39,29%
	<b>JUMLAH BEBAN</b>	<b>726.201.479</b>	<b>542.440.813</b>	<b>-25,30%</b>
<b>C.</b>	<b>SISA HASIL USAHA (A-B)</b>	<b>249.745.298</b>	<b>149.118.257</b>	<b>-40,29%</b>
<b>D.</b>	<b>PAJAK [ C x 10 % ]</b>	<b>24.974.530</b>	<b>14.911.826</b>	<b>-40,29%</b>
<b>E.</b>	<b>ZAKAT [ C x 2,5% ]</b>	<b>6.243.632</b>	<b>3.727.956</b>	<b>-40,29%</b>
<b>F.</b>	<b>SHU Bersih</b>	<b>218.527.135</b>	<b>130.478.475</b>	<b>-40,29%</b>

## Lampiran 2 Laporan SHU KSPPS BTM Kotagede 2019

### 4. Perhitungan Sisa Hasil Usaha per Desember 2019

NO	PERKIRAAN	TARGET	REALISASI	PCT.
<b>A.</b>	<b>PENDAPATAN</b>			
	Bagi hasil Pembiayaan	1.056.699.368	599.951.899	-43,22%
	Jasa Bank	34.350.000	49.005.685	42,67%
	Administrasi pelayanan	75.950.000	18.257.613	-75,96%
	Pendapatan lain	62.250.000	29.443.850	-52,70%
	<b>JUMLAH PENDAPATAN</b>	<b>1.229.259.368</b>	<b>696.659.047</b>	<b>-43,33%</b>
<b>B.</b>	<b>BEBAN USAHA</b>			
	<b>Operasional Utama</b>			
	- Bonus simpanan sukarela	31.136.708	26.776.415	-14,00%
	- Bagi hasil simpanan berjangka	69.606.000	105.714.608	51,88%
	- Bagi hasil pada pihak ketiga	120.693.500	34.775.000	-71,19%
	- Administrasi pembiayaan	13.500.000	1.102.500	-91,83%
	<b>Sub total</b>	<b>234.936.208</b>	<b>168.368.523</b>	<b>-28,33%</b>
	<b>Organisasi</b>	<b>127.071.699</b>	<b>96.844.287</b>	<b>-23,79%</b>
	Administrasi dan Umum	351.650.090	251.660.548	-28,43%
	Operasional Lainnya	161.108.000	46.051.435	-75,14%
	<b>Non Operasional</b>			
	- Cadangan Kerugian Piutang	68.160.000	15.688.931	-76,98%
	<b>JUMLAH BEBAN</b>	<b>942.917.817</b>	<b>572.613.724</b>	<b>-39,27%</b>
<b>C.</b>	<b>SISA HASIL USAHA (A-B)</b>	<b>286.341.551</b>	<b>124.045.323</b>	<b>-56,68%</b>
<b>D.</b>	<b>PAJAK ( C x 10 % )</b>	<b>28.634.155</b>	<b>12.404.532</b>	<b>-56,68%</b>
<b>E.</b>	<b>ZAKAT ( C x 2,5% )</b>	<b>7.158.539</b>	<b>3.101.133</b>	<b>-56,68%</b>
<b>F.</b>	<b>SHU Bersih</b>	<b>250.548.857</b>	<b>108.539.658</b>	<b>-56,68%</b>

### 5. Sisa Hasil Usaha

Perhitungan pembagian Sisa Hasil Usaha BTM Kotagede tahun 2019 berdasarkan keputusan RAT Tahun 2013. Berikut tabel perhitungan Sisa Hasil Usaha :

SHU 2019 (setelah dikurangi pajak dan zakat)		108.539.658
ALOKASI	PERSENTASE	NOMINAL
ANGGOTA	48%	52.099.036
CADANGAN MODAL	12%	13.024.759
PENGAWAS	12%	13.024.759
PENGURUS		
PENGELOLA		
PENDIDIKAN	8%	8.683.173
DANA SOSIAL	10%	10.853.966
PEMBANGUNAN LINGKUNGAN	10%	10.853.966
<b>TOTAL</b>		<b>108.539.658</b>

### Lampiran 3 Laporan SHU KSPPS BTM Kotagede 2020

#### 3. Perhitungan Sisa Hasil Usaha per Desember 2020

NO	PERKIRAAN	TARGET	REALISASI	PCT.
<b>A.</b>	<b>PENDAPATAN</b>			
	Bagi hasil Pembiayaan	912.431.355	487.457.614	-46,58%
	Jasa Bank	45.800.000	39.035.198	-14,77%
	Administrasi pelayanan	58.050.000	17.802.037	-69,33%
	Pendapatan lain	34.850.000	18.045.500	-48,22%
	<b>JUMLAH PENDAPATAN</b>	<b>1.051.131.355</b>	<b>582.340.349</b>	<b>-46,50%</b>
<b>B.</b>	<b>BEBAN USAHA</b>			
	<b>Operasional Utama</b>			
	- Bonus simpanan sukarela	35.203.231	20.484.410	-41,81%
	- Bagi hasil simpanan berjangka	103.594.800	92.064.043	-11,13%
	- Bagi hasil pada pihak ketiga	28.125.000	16.625.000	-40,89%
	- Administrasi pembiayaan	7.500.000	-	-100,00%
	<b>Sub total</b>	<b>174.423.031</b>	<b>129.173.453</b>	<b>-25,94%</b>
	<b>Organisasi</b>			
	- Organisasi	66.000.000	54.047.400	-18,11%
	- RAT	45.000.000	27.546.500	-38,79%
	- Pajak	5.255.657	2.849.781	-45,78%
	- Capacity Building	12.000.000	100.000	-99,17%
	<b>Sub total</b>	<b>128.255.657</b>	<b>84.543.681</b>	<b>-34,08%</b>
	<b>Administrasi dan Umum</b>			
	- Tenaga Kerja	210.000.000	166.320.200	-20,80%
	- Penyusutan	65.250.000	56.738.173	-13,04%
	- Admin. Kantor + ATK	21.250.000	10.712.600	-49,99%
	- BPJS Ketenagakerjaan	9.000.000	5.240.431	-41,77%
	- Pemeliharaan kontrol/inventaris	36.000.000	5.801.500	-83,88%
	- Kerumahaan	18.000.000	17.105.564	-4,97%
	- Sewa Gedung			
	- Pengadaan Tanah	43.936.200		-100,00%
	<b>Sub total</b>	<b>403.436.200</b>	<b>261.918.468</b>	<b>-35,08%</b>
	<b>Operasional Lainnya</b>			
	- Listrik dan telepon	18.000.000	9.513.972	-47,14%
	- Pemasaran	15.000.000	2.953.500	-80,31%
	- Material dan lain-lain	17.650.000	10.737.872	-39,16%
	- THR	25.233.330	15.369.001	-39,09%
	<b>Sub total</b>	<b>75.883.330</b>	<b>38.574.345</b>	<b>-49,17%</b>
	<b>Non Operasional</b>			
	- Cadangan Kerugian Piutang	62.250.000	16.076.860	-74,17%
<b>C.</b>	<b>JUMLAH BEBAN</b>	<b>844.248.218</b>	<b>538.286.797</b>	<b>-37,19%</b>
<b>D.</b>	<b>SISA HASIL USAHA (A-B)</b>	<b>206.883.137</b>	<b>32.853.552</b>	<b>-84,51%</b>
<b>E.</b>	<b>PAJAK ( C x 10 % )</b>	<b>20.688.314</b>	<b>3.205.355</b>	<b>-84,51%</b>
<b>F.</b>	<b>ZAKAT ( C x 2,5% )</b>	<b>5.172.078</b>	<b>801.339</b>	<b>-84,51%</b>
<b>G.</b>	<b>SHU Bersih</b>	<b>181.022.745</b>	<b>28.846.858</b>	<b>-84,51%</b>

## Lampiran 4 Laporan SHU KSPPS BTM Kotagede 2021

### 3. Perhitungan Sisa Hasil Usaha per Desember 2021

NO	PERKIRAAN	TARGET	REALISASI	PCT.
<b>A</b>	<b>PENDAPATAN</b>			
	Bagi Hasil Pembiayaan	707.651.647	367.783.244	-48%
	Jasa Bank	54.000.000	36.529.606	-32%
	Administrasi Pelayanan	34.300.000	21.050.981	-39%
	Pendapatan Lain	18.000.000	26.576.349	48%
	<b>JUMLAH PENDAPATAN</b>	<b>813.951.647</b>	<b>451.940.180</b>	<b>-44%</b>
<b>B</b>	<b>BEBAN USAHA</b>			
	<b>Operasional Utama</b>			
	Bonus Simpanan Sukarela	31.793.434	14.457.516	-55%
	Bagi Simpanan Berjangka	89.569.800	65.560.300	-27%
	Bagi Hasil Pada Pihak Ketiga	15.000.000	-	-100%
	Administrasi Pembiayaan	-	-	-
	<b>Total Beban Operasional Utama</b>	<b>136.363.234</b>	<b>80.017.816</b>	<b>-41%</b>
	<b>Organisasi</b>			
	Organisasi	60.500.000	52.246.300	-14%
	RAT	33.000.000	7.118.500	-78%
	Pajak	4.069.758	2.811.980	-31%
	Capacity Building	1.800.000	-	-100%
	<b>Total Beban Organisasi</b>	<b>99.369.758</b>	<b>62.176.780</b>	<b>-37%</b>
	<b>Administrasi Dan Umum</b>			
	Tenaga Kerja	180.000.000	164.083.300	-9%
	Penyusutan	90.000.000	57.690.821	-58%
	Administrasi Kantor dan ATK	21.250.000	11.069.100	-48%
	BPJS Ketenagakerjaan	9.600.000	7.416.391	-23%
	Pemeliharaan Kantor / Inventaris	36.000.000	11.422.664	-68%
	Kerumahahtangaan	18.000.000	11.306.587	-37%
	Sewa Gedung	5.000.000	4.500.000	-10%
	Pengadaan Tanah	43.936.200	-	-100%
	<b>Total Beban Administrasi dan Umum</b>	<b>403.786.200</b>	<b>247.488.863</b>	<b>-39%</b>
	<b>Operasional Lainnya</b>			
	Listrik dan Telefon	18.000.000	13.371.173	-26%
	Pemasaran	4.000.000	934.000	-77%
	Materai dan lain-lain	8.400.000	15.295.606	82%
	THR	17.166.665	3.600.000	-79%
	<b>Total Beban Operasional Lainnya</b>	<b>47.566.665</b>	<b>33.200.779</b>	<b>-30%</b>
	<b>Non Operasional</b>			
	Cadangan Kerugian Piutang	42.000.000	2.839.475	-93%
	<b>Total Beban Non Operasional</b>	<b>42.000.000</b>	<b>2.839.475</b>	<b>-93%</b>
<b>C</b>	<b>JUMLAH BEBAN</b>	<b>729.085.857</b>	<b>425.723.713</b>	<b>-42%</b>
<b>D</b>	<b>SISA HASIL USAHA (A-B)</b>	<b>84.865.790</b>	<b>26.216.468</b>	<b>-69%</b>
<b>E</b>	<b>PAJAK ( C x 10% )</b>	<b>8.486.579</b>	<b>2.621.647</b>	<b>-69%</b>
<b>F</b>	<b>ZAKAT ( C x 2,5% )</b>	<b>2.121.645</b>	<b>655.412</b>	<b>-69%</b>
<b>G</b>	<b>SHU Bersih ( D-E-F )</b>	<b>74.257.566</b>	<b>22.939.409</b>	<b>-69%</b>

## Lampiran 5 Laporan SHU KSPPS BTM Kotagede 2022

### 3. Perhitungan Sisa Hasil Usaha per 31 Desember 2022

NO	PERKIRAAN	RENCANA 2022	REALISASI 2022	PCT
A.	PENDAPATAN			
	Bagi hasil Pembiayaan	691.235.527	384.097.999	56%
	- Jasa Bank	42.000.000	35.056.597	83%
	- Administrasi pelayanan	34.300.000	21.128.267	62%
	- Pendapatan lain	18.000.000	37.402.065	208%
	<b>JUMLAH PENDAPATAN</b>	<b>785.535.527</b>	<b>477.684.928</b>	<b>61%</b>
B.	BEBAN USAHA			
	Operasional Utama			
	- Bagi hasil simpanan sukarela	31.507.722	14.462.380	46%
	- Bagi hasil simpanan borjangka	89.569.800	57.325.996	64%
	- Bagi hasil pada pihak ketiga	15.000.000	3.090.000	21%
	- Administrasi pembiayaan	-	-	-
	Sub total	<b>136.077.522</b>	<b>74.878.376</b>	<b>55%</b>
	Organisasi			
	- Organisasi	60.500.000	55.826.500	92%
	- BAF	18.000.000	13.000.000	72%
	- Pajak	8.927.678	2.114.916	24%
	- Capacity Building	1.800.000	-	0%
	Sub total	<b>89.227.678</b>	<b>70.941.416</b>	<b>80%</b>
	Administrasi dan Umum			
	- Tenaga Kerja	180.000.000	153.803.800	85%
	- Penyusutan	520.000.000	24.829.916	5%
	- Admisi Kantor + ATK	21.250.000	12.662.663	60%
	- BPJS	9.600.000	7.647.000	80%
	- Pemeliharaan Kantor/Inventaris	36.000.000	10.849.500	30%
	- Kebutuhan lainnya	38.000.000	12.313.792	33%
	- Sewa Gedung	-	500.000	-
	- Pengadaan Tanah	43.936.200	22.110.191	50%
	Sub total	<b>428.786.200</b>	<b>244.716.862</b>	<b>57%</b>
	Operasional lainnya			
	- Listrik dan telepon	12.000.000	14.417.529	120%
	- Pemasaran	4.000.000	5.105.800	128%
	- Material dan lain-lain	8.400.000	17.959.627	214%
	- THR	17.166.665	5.587.290	33%
	Sub total	<b>41.566.665</b>	<b>43.070.246</b>	<b>104%</b>
	Non Operasional			
	- Cadangan Kerugian Piutang	40.500.000	-	0%
	<b>JUMLAH BEBAN</b>	<b>731.158.065</b>	<b>433.606.900</b>	<b>59%</b>
C.	SISA HASIL USAHA (A-B)	54.377.462	44.078.028	81%
D.	ZAKAT ( C x 2,5% )	5.437.746	1.101.951	20%
E.	PAJAK (C x 10% )	5.437.746	4.407.803	81%
F.	SHU Bersih	43.501.970	38.568.275	89%



## Lampiran 6 Surat Akad Pembiayaan

### AKAD PEMBIAYAAN IJARAH

Nomor: 5104/ IJR /23/2/2023

Dari Abu Hurairah R.A. bahwa Nabi Muhammad SAW pernah bersabda:

“ *Barang siapa meminjam dari saudaranya dengan tekad mengembalikannya, maka Allah/I akan membantu melunasinya. Dan barang siapa meminjam dengan niat tidak mengembalikannya maka Allah akan membuatnya bangkrut*” (Hadist).

Dengan memohon Petunjuk dan Ridha Allah SWT, pada hari ini **Kamis, tanggal dua puluh lima bulan November tahun dua ribu dua puluh dua (25 November 2022)** kami yang bertanda tangan di bawah ini:

**Nama : Choirul Huda**  
**Jabatan : Ketua Pengurus KSPPS BTM Kotagede**  
**Alamat : Prenggan, KG. II/970, RT/RW. 027/006, Prenggan, Kotagede, Yogyakarta**  
**NIK : 3471143110710002**

Dalam hal ini bertindak dalam jabatannya selaku Ketua Pengurus, dari dan oleh karenanya untuk dan atas nama serta sah mewakili kepentingan KSPPS BTM Kotagede, berkedudukan di Jl. Nyi Pembayun No 12 A, Prenggan, Kotagede Yogyakarta, selanjutnya disebut **pihak I.**

**Nama : Much. Turmudi**  
**Pekerjaan : Wiraswasta**  
**Alamat : Jl Mondorakan 97 RT 45 RW 09 Prenggan Kotagede Yogyakarta**  
**NIK : 3471141208690002**

**TTL : Temanggung, 12 Agustus 1969**

Untuk dan atas nama diri sendiri dan telah mendapat persetujuan dari suami/istri, selanjutnya disebut **pihak II.**

Bahwa Pihak I dan Pihak II telah setuju dan mufakat untuk menandatangani dan melaksanakan Akad Pembiayaan *Ijarah* dengan kesepakatan akan hal-hal berikut :

1. Pihak I setuju untuk memberikan pembiayaan *Ijarah* kepada pihak II sebesar Rp.12.000.000,- (**Dua Belas Juta Rupiah**) yang akan digunakan untuk biaya sewa tanah temanggung.

2. Bukti pembayaran harus dilampirkan.
3. Pihak II mengakui dengan sebenarnya telah menerima amanah pembiayaan tersebut diatas sebagai hutang kepada pihak I dan berjanji akan digunakan secara sungguh-sungguh serta sanggup untuk membayar lunas dan penuh sebagaimana mestinya dalam jangka waktu **5 (Lima) bulan** dengan cara pengembalian **angsuran** dan harus **lunas** pada tanggal **23 Juli 2023**
4. Pihak II berjanji serta dengan ini mengikatkan diri untuk menerima fasilitas *Ijarah* tersebut dan karenanya memiliki hutang kepada Pihak I Sejumlah Harga Sewa sebesar **Rp. 13.200.000,- (Tiga Belas Juta Dua Ratus Ribu Rupiah)** yang ditetapkan berdasarkan harga perolehan **sebesar/Rp. 12.000.000,- (Dua Belas Juta Rupiah)** ditambah *ujrah* sebesar **Rp. 1.200.000,- (Satu Juta Dua Ratus Ribu Rupiah)**
4. Adapun besarnya angsuran yang harus dibayar pihak II kepada pihak I sebagai berikut :
 

<b>a. Angsuran Pokok</b>	<b>:</b>	<b>Rp. 2.400.000,-</b>	
<b>b. Ujrah</b>	<b>:</b>	<b>Rp. 240.000,-</b>	
<b>c. SWA</b>	<b>:</b>	<b>Rp. 10.000,-</b>	<b>+</b>
<b>/1 Total Angsuran</b>	<b>:</b>	<b>Rp. 2.650.000</b>	
5. Sebagai administrasi sebelum pencairan pembiayaan sebagai berikut:
 

<b>a. Biaya Administrasi</b>	<b>:</b>	<b>Rp. 120.000,-</b>
<b>b. Biaya Materai</b>	<b>:</b>	<b>Rp. 70.000,-</b>
<b>Total Angsuran</b>	<b>:</b>	<b>Rp. 190.000,-</b>
6. Pihak I berhak untuk mendebet Rekening Tabungan/Simpanan milik pihak II yang ada pada pihak Pihak I untuk angsuran dan pelunasan pembayaran kembali pembiayaan yang dimaksud nomor 4 diatas.
7. Apabila pihak II tidak menyelesaikan pembayaran kembali pembiayaan sebagaimana yang telah dijadwalkan sesuai angsuran yang telah ditetapkan, maka Pihak I akan menempuh jalan musyawarah untuk

mufakat guna menyelesaikan kewajiban Pihak II dengan jangka waktu 14 (Empat belas) hari sejak tanggal pembayaran angsuran wajib dilakukan.

8. Apabila dalam jangka waktu yang telah disepakati tersebut pada nomor 7 diatas, pihak II belum dapat menyelesaikan kewajibannya, maka pihak I berhak menjual didepan umum dan atau meminta kepada **Pengadilan Agama** yang berkedudukan di wilayah Kota Yogyakarta untuk menyita atau mengeksekusi agunan yang diserahkan oleh pihak II atau mengambil tindakan hukum berdasarkan peraturan perundangan yang berlaku untuk menyelesaikan pembayaran kembali pembiayaan tersebut.
9. Untuk menjamin pembayaran kembali fasilitas pembiayaan Pihak II kepada Pihak I, maka dengan ini Pihak II berjanji, menyatakan dan/isepakat menjaminkan kepada Pihak I bahwa:

- a. Pihak II menyerahkan agunan kepada Pihak I berupa :

**1 (satu) unit Sepeda Motor Honda Tahun 2018 dengan ciri-ciri sebagai berikut :**

No BPKB : O 07852085  
No Polisi : AB 3109 RA  
Merk : Honda  
Type : D1B02N26L2 A/T  
Jenis : Sepeda Motor  
Isi Silinder : 108 CC  
Th Pembuatan : 2018

No Rangka : MH1JFZ125JK457247

No Mesin : JFZ1E2458860

Bahan Bakar : Bensin

Warna : Hitam

Nama Pemilik : Sifana Dwi Pratiwi

Alamat : Jl. Mondorakan 97 RT 45 RW 09 Prenggan  
Kotagede Yogyakarta

Harga : Rp. 15.000.000,-

Taksiran Harga : Rp. 12.000.000,-

Tanggal Faktur : 13 April 2018

- b. Obyek agunan menjadi milik Pihak I, sedang obyek fisik agunan tersebut tetap berada pada dan kekuasaan Pihak II selaku peminjam

pakai. Obyek agunan hanya dapat dipergunakan Pihak II menurut sifat dan peruntukannya.

- c. Pihak II berkewajiban untuk memelihara obyek agunan tersebut dengan sebaik-baiknya dan dilarang menjual, mengalihkan atau menghilangkan sebagian atau seluruhnya dari obyek agunan tersebut, apabila sebagian dan atau seluruhnya dari objek agunan hilang, rusak atau diantara obyek agunan tersebut ada yang tidak dapat dipergunakan lagi, maka Pihak II wajib untuk mengganti bagian dan atau seluruhnya dari obyek agunan yang sejenis dan atau nilainya setara dengan yang digantikan serta dapat disetujui Pihak I. Akad pembiayaan ini mengikat sampai kepada seluruh ahli waris pihak ke II.
10. Jika hasil penjualan barang agunan ternyata tidak mencukupi untuk menutup seluruh kewajibannya, maka pihak ke II berkewajiban menyelesaikan kewajiban dengan menyerahkan agunan baru yang nilainya mencukupi atau melunasinya secara tunai. Namun jika hasil penjualan barang agunan melebihi seluruh kewajibannya, maka pihak I berkewajiban mengembalikan sisa penjualannya kepada pihak ke II.
  11. Kedua belah pihak sepakat untuk mengakhiri perjanjian ini apabila pihak II telah mengembalikan seluruh jumlah pembiayaan Pihak I termasuk seluruh kewajiban yang harus dibayar pihak II kepada pihak I atau pihak lain yang terkait dari akibat perjanjian ini.
  12. Demikian akad pembiayaan ini dibuat dan ditandatangani dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun, hal-hal yang belum tercantum dan diatur dalam akad ini maka akan dimusyawarahkan bersama.

Yogyakarta, 23 Februari

Pihak I

Pihak II

Menyetujui

Choirul Huda  
Ketua Pengurus

Much Turmudi  
Anggota

Luluk Faekoh Nurdewi  
Affah  
Istri