

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum KSPPS Prima Artha

1. Sejarah

Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah atau disingkat. KSPPS Prima Artha berdiri sejak tahun 1998, tepatnya pada tanggal 9 Juni 1998. Koperasi mendapatkan pengesahan pada tanggal 24 Mei 1999 dengan nama Koperasi Serba Usaha Baitul Maal wat Tamwil Prima Artha (KSU BMT Prima Artha) dengan nomor badan hukum No. BH: 66/bh/dk/1999. Pada mulanya koperasi bernama “Maslahah” yang didirikan sebanyak 21 anggota pendiri dengan mengumpulkan modal Rp 1.050.000,-.

Perubahan Anggaran Dasar (PAD) untuk yang pertama kali diadakan pada tanggal 2 Februari 2007, pengesahan dari Kementerian K.UMK RI pada tanggal 10 Agustus 2007 dengan nomor 106/PAD/MENEG.1/VIII/2007. PAD kedua tanggal 25 Juni 2011 dengan No.SK 150/PAD/M.UKM.2/XII/2011. Pada tanggal 24 Januari 2016, diadakan Rapat Anggota khusus yang menghasilkan keputusan perubahan nama dari Koperasi Jasa Keuangan Syariah Prima Artha menjadi Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah dengan nama singkat KSPPS Prima Artha. Akta keputusan perubahan nama tersebut dicatat oleh Kantor

Notaris CH. NUNING NUGRAHA, SH dengan akta nomor 15 tanggal 08 Maret 2016.

Hingga saat ini KSPPS Prima Artha sudah mempunyai 2 (dua) lamtr cabang dan 1 (satu) kantor kas, dengan alamat:

a. Pusat dan Cabang Utama (Sleman)

Jl. Dr. Radjimin No. 40 C Paten, Tridadi, Sleman DIY

Telp. 0274-869862, 0274-865994 Fax. 0274-869852

b. Cabang Seyegan

Pasar Ngino Margoagung Seyegan Sleman DIY Telp. 0274-7018224

c. Kas Minggir

Pasar Balangan Sendangrejo Minggir Sleman DIY Telp. 0274-6820100

Keanggotaan KSPPS Prima Artha Kabupaten Sleman sampai posisi per 31 Desember 2015 berjumlah 2.798 orang, jumlah tersebut mengalami kenaikan dibandingkan dengan tahun 2014 yang berjumlah 2.338 orang dimana terdapat 460 orang anggota masuk dan tidak ada anggota keluar. Sebagai lembaga keuangan yang mumpuni dalam bidangnya KSPPS Prima Artha tidak terlepas dari penilaian yang dilakukan oleh DESPERINDAGKOP pada tahun 2015.

Pada penilaian ini, KSPPS Prima Artha mendapat sertifikat KOPERASI BERKUALITAS yang telah diputuskan oleh Kepala Dinas Perindustrian dan Koperasi pada tanggal 30 September 2015 dan mendapat

peringkat ke 5 dengan nilai 385. Selain itu, perbedaan KSPPS Prima Artha dengan yang lain lebih dominan dilihat dari inovasi produknya, yang belum tentu dimiliki oleh lembaga keuangan lainnya. Terdapat produk simpanan arisan, produk simpanan asuransi yang baru saja di luncurkan serta terdapat pula produk simpanan khusus dengan layanan antar jemput anggota ke bandara dan stasiun. Keberagaman produk ini tentunya dapat menarik banyak nasabah untuk menghimpunkan dananya ke koperasi syariah tersebut.

2. Visi dan Misi

Visi KSPPS Prima Artha

Menjadi koperasi simpan pinjam dan pembiayaan syariah yang handal, professional dan terdepan dalam pelayanan dengan menerapkan prinsip-prinsip syariah.

a. Handal

Selalu meningkatkan pelayanan public, produk, sarana dan prasarana sesuai dengan perkembangan perbankan (serta lembaga keuangan lainnya) dan tuntutan pasar dalam rangka memberikan pelayanan prima.

b. Professional

Dikelola secara akuntabel, transparan, efisiensi, produktif (good corporate governance) dengan prinsip kehati-hatian.

Meningkatkan kualitas sumber daya manusia yaitu sehat, jujur, disiplin, semangat, tanggungjawab, terdidik dan berpengalaman.

c. Terdepan dalam pelayanan

Selalu menjadi pilihan bagi masyarakat karena keagamaannya, keuntungannya dan kecepatannya baik dalam simpanan dan pembiayaan.

Memberikan sarana peningkatan kapasitas usaha para debitur dengan pendampingan dan pemberdayaan.

d. Dengan menerapkan prinsip-prinsip syariah

Selalu mengupayakan dilaksanakannya prinsip-prinsip syariah didalam produk dan pelayanan dalam sebagai menuai keberkahan dan ridho ilahi (mardhatillah).

Misi KSPPS Prima Artha

- a. Menyelenggarakan system kelembagaan yang kuat dan sehat
- b. Menciptakan profesionalisme dalam pengelolaan
- c. Meningkatkan kualitas pelayanan

3. Produk KSPPS Prima Artha

- a. Produk Simpanan

1) Simpanan prima

Adalah simpanan yang setoran dan penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan akad Wadiah (titipan), dan dalam penyimpanannya setiap bulannya akan menerima imbalan bonus.

2) Simpanan Hari Istimewa

Adalah simpanan untuk tujuan mempersiapkan dana di masa mendatang (lebaran, pernikahan, khitan, sekolah, dana pensiun pribadi dll). Setoran dapat dilakukan sewaktu-waktu dengan pengambilan menurut waktu yang telah disepakati (1 tahun). Setiap bulannya penyimpan mendapatkan bagi hasil perputaran dananya.

3) Simpanan Berjangka

Adalah simpanan dengan jangka waktu 3 (tiga), 6 (enam), dan 12 (dua belas) bulan yang penarikannya sesuai dengan jatuh tempo simpanan berjangka. Mengenai bagi hasil, disepakati bersama dan diberikan setiap bulannya.

4) Simpanan Haji

Merupakan tabungan untuk tujuan persiapan biaya perjalanan ibadah haji dengan akad mudharabah yang disetorkan sebulan sekali dan dapat ditarik setelah jangka waktu 3 (tiga) tahun atau setelah terkumpul saldo yang direncanakan di awal pembukaan rekening,

dengan setoran awal minimal Rp 500.000,- dan untuk setoran selanjutnya minimal Rp 200.000,-.

5) Simpanan Pendidikan

Adalah tabungan yang diperuntukkan bagi anggota yang menghendaki perencanaan biaya pendidikan anaknya dari pendidikan dasar hingga perguruan tinggi. Penarikan dalam simpanan ini setelah jangka waktu 3 (tiga) tahun dengan setoran tiap bulannya minimal Rp100.000,-.

6) Modal Penyertaan

Adalah penyertaan modal yang dilakukan anggota untuk menambah permodalan KJKS, dengan jangka waktu 24 (dua puluh empat) bulan dan setiap modal penyertaan akan diberikan sertifikat yang nantinya modal penyertaan tersebut dapat dijadikan jaminan pembiayaan. Modal penyertaan ini akan mendapatkan bagi hasil yang lebih besar dibandingkan dengan Simpanan prima dan simpanan berjangka.

b. Produk Pembiayaan

1) Pembiayaan Murabahah (tujuan usaha atau keperluan lainnya)

Merupakan pembiayaan dimana koperasi membeli barang untuk dijual kepada anggota dengan penegasan harga belinya dan pembeli

membayarinya dengan harga yang lebih sebagai keuntungan koperasi.

2) Kepemilikan Sepeda Motor

Pembiayaan ini bertujuan untuk kepemilikan kendaraan dimana koperasi membeli barang untuk dijual kepada anggota dengan penegasan harga belinya dan pembeli membayarinya dengan harga yang lebih sebagai keuntungan koperasi.

3) Pembiayaan Multijasa

Merupakan pemberian jasa tertentu oleh koperasi kepada anggota dan atas jasanya koperasi berhak atas ujah yang disepakati antara anggota dan koperasi.

4) Pembiayaan Syariah Tanpa Agunan dan Angsuran (BISA TENANG)

Pembiayaan tanpa angsuran dan agunan bertujuan memberikan kesempatan kepada pengusaha dan calon pengusaha yang bermaksud mendirikan usaha dengan modal pinjaman tanpa agunan dengan system bagihasil dan jangka waktu pengembalian modal sesuai kesepakatan, dengan plafon pembiayaan maksimal Rp 15.000.000,-. Proyeksi bagihasil yang dapat dibiayai yang memiliki ekspektasi keuntungan bagihasil selama 2 (dua) tahun rata-rata minimal 7,5%/bulan.

4. Susunan Pengelola KSPPS Prima Artha

Periode 2013-2018

Direktur	: Abdul Latif
Kepala Cabang Seyegan	: M. Shoqiq, S.Ag
Marketing Landing	: Reny Prasetya S
Marketing Funding	: Mulyani
Kolektor	: Eko Wenang Suhono
Kolektor	: Siti Maimunah
Adm & Lay Agt	: Dwi Putri F
Adm & Lay Agt	: Kholifatun KK
Kepala Cabang Sleman	: Eko Sri R, SE
Marketing Landing	: Neny Fitriana
Marketing Funding	: Siti Jamilah
Kolektor	: Ari Subagya, S.Ag
Akt / Ad. Um	: Endah Yuni L
Kepala Bagian Operasional	: Dyah Nurlina, S.Tp
Akt / Ad. Um	: Tri Rahayu
Staf OPS	: Tukinun
Penjaga	: Winarto

B. Strategi dan Kendala Pengembangan Produk Tabungan Arista Prima

Untuk mengetahui pengembangan produk tabungan arista prima, sebelumnya peneliti melakukan observasi dimana dalam observasi ini diketahui mengenai objek penelitian, gambaran tentang tabungan arista prima yang terdiri dari jumlah anggota yang mengikutinya, mekanismenya dll. Sedangkan untuk mendapatkan informasi lebih mendalam peneliti melakukan wawancara dengan 6 (enam) orang responden. Terdiri dari 2 (dua) pihak internal KSPPS Prima Artha dan 4 (empat) anggota yang mengikuti tabungan arista prima. Dalam hal ini Direktur sebagai responden 1 (R1), Kepala Bagian Cabang sebagai responden 2 (R2) dan 4 (empat) peserta Arista prima sebagai responden 3, 4, 5 dan 6 (R3, R4, R5 dan R6).

1. Pembangkit Gagasan / Latar Belakang

Dalam pengembangan produk ini prima artha sebagai lembaga keuangan syariah, meluncurkan Lini produk baru (*new product line*) yang diberi nama Tabungan Arista Prima. Dinamakan lini produk baru karena tabungan arista ini merupakan produk yang baru bagi lembaga keuangan syariah prima artha, akan tetapi bagi pasar produk tersebut bukan suatu produk lembaga keuangan syariah yang baru lagi karena sebelum prima artha sudah ada lembaga keuangan konvensional ataupun syariah yang mempunyai produk tersebut. Pengembangan produk yang ideal adalah pengembangan produk yang

menghasilkan inovasi yang didasarkan pada *survey market* sesuai *segmentasi*, *target* dan *positioning* lembaga keuangan serta dapat menghasilkan produk yang memiliki salah satu atau lebih dari kriteria unggul dari sisi harga, serta unggul dari sisi keunikan.

Awal gagasan terbentuknya ide untuk mengembangkan produk baru dapat didapat dari berbagai sumber, seperti dari internal atau karyawan sendiri yang mengusulkan, dari anggota atau nasabah, dan bisa juga dari pesaing yaitu sesama lembaga keuangan syariah atau konvensional. Sumber gagasan produk baru yang dikembangkan oleh prima artha ini adalah dari melakukan *mirroring* dari lembaga keuangan konvensional yaitu melihat secara langsung praktek produk arisan ini di jual oleh lembaga keuangan konvensional tersebut. Bisa dikatakan bahwa gagasan pertama dari produk baru ini dari melihat produk pesaingnya sesama lembaga keuangan. Ide ini awalnya merupakan ide dari Direktur prima artha sendiri yang melihat dari pengalaman salah satu keluarganya yang mengikuti produk arisan ini di lembaga keuangan, yang dulunya pertama kali dilihat di kota asalnya yaitu Batang. Salah satu lembaga keuangan yang berada di Kota tersebut mempunyai produk funding dimana setiap nasabah yang menabung dananya di lembaga tersebut mendapatkan suatu hadiah berupa uang dengan nominal tertentu. Lalu, kembalinya beliau di kota Yogyakarta, beliau mengkaji produk arisan tersebut dengan lembaga-lembaga keuangan yang berada di Yogyakarta.

Kajian tersebut meliputi hukum dari produknya, maupun mengenai perhitungan-perhitungan hingga terciptanya suatu produk arisan tersebut. Untuk mengkaji mengenai hukum dari suatu produk, beliau menanyakan mengenai produk ini dengan Dewan pengawas Syariah. Dan untuk perhitungannya, beliau bertanya dengan salah satu sumber daya manusia yang bekerja disalah satu lembaga keuangan dimana lembaga keuangan tersebut juga memiliki produk yang sama. Jadi bisa dikatakan prima artha dalam pengembangan produk selain melihat dari para pesaing mereka yaitu lembaga keuangan konvensional, prima artha juga membandingkan dengan lembaga keuangan syariah untuk dapat mengetahui *standart* produk yang akan mereka kembangkan apa sudah sesuai dengan prinsip Syariah. Sebagaimana pernyataan berikut:

“Waktu saya mudik, ibuk saya itu dapat hadiah arisan, awalnya saya fikir wah gak bener itu, gak bener itu orang nabung kok dapat hadiah kan, ibuk saya itu dapat uang, ya pokoknya dapat uang lah, wah itu judi itu, kemudian coba saya hitung, otak atik otak atik, gak masuk. Piye iki, ya intinya dari melihat produk eee BPR atau Bank Konvensional awalnya itu lalu saya kok melihat lagi, lho kok ini ternyata dipraktekkan sama lembaga keuangan syariah”

Lanjut sang Direktur :

“...akhirnya saya dikenalkan dengan orang dari BPR Danagung yang memang punya produk itu, nah itungan itu secara angka ekonomi, itung-itungan ekonomi masuk. Lalu kami melihat, mengkaji secara eee ini ide sekaligus proses kreatifnya ya menjadi sebuah produk dikaji dengan DPS, apakah ini ada hal yang menyalahi enggak ketentuan syariah, ternyata ditelusuri enggak”.

Produk ini lalu diberinama Tabungan Arista prima. Tabungan arista prima merupakan produk simpanan unggulan KSPPS Prima Artha, yang

menggunakan akad wadiah yad dhamanah, dimana dalam implementasinya produk tabungan ini bersifat terputus dan memberikan hadiah bagi pemenang yang namanya keluar diundian. Dikatakan terputus karena, ketika seorang nama anggota muncul dalam undian dan mendapatkan hadiah maka anggota tersebut sudah tidak di perkenankan untuk membayar uang setoran yang sudah ditentukan lagi dan dapat mengambil simpanannya tersebut. Tabungan ini dapat di tarik atau diambil ketika sudah mencapai 36 (tiga puluh enam) bulan atau 3 (tiga) tahun, kecuali bagi anggota yang namanya keluar undian diperbolehkan mengambil simpanannya sebelum jatuh tempo. Sebagaimana pernyataan Direktur berikut ini :

“Nah.. bentuknya adalah tabungan sebetulnya, dinamakan arisan itu karena disana ada pengundian, nah pengundian itu adalah orang yang berhak untuk menarik jadi aturannya itu 3 tahun ditariknya tapi orang yang diundi, eee yang keluar namanya diundi itu tadi berhak menarik sebelum 3 tahun itu memang sistemnya demikian lalu orang yang keluar namanya itu berhak atas, atas apa, atas hadiah. Secara akadnya itu prima artha akan memberi hadiah kalau namanya keluar”.

Pernyataan tersebut, diperkuat dengan pernyataan kepala bagian cabang sebagai berikut:

“Arista prima, simpanan arista prima itu adalah semacam eee... tabungan tetapi yang disitu mempunyai peluang untuk bisa mendapatkan undian, diikutikan dalam undian, peluangnya kan nanti bisa mendapatkan hadiah yang eee... Rp 400.000,- itu...”.

Seperti dalam pernyataan tersebut, jika anggota yang namanya keluar dalam undian akan mendapatkan hadiah sebesar Rp 400.000 bagi yang ikut dengan setoran senilai Rp 25.000. dan hadiah sebesar Rp 800.000 bagi calon

anggota yang ikut dengan setoran nominal Rp 50.000. Jumlah hadiah yang diberikan dibedakan menurut dengan nominal setoran yang diikuti oleh calon anggota. Dalam tabungan arista prima ini, setiap orang di perbolehkan membuka rekening lebih dari 1 (satu) dengan batas maksimal adalah 10 (sepuluh) rekening.

Pemberian hadiah dengan nominal tersebut juga dibenarkan oleh anggota sebagai R3 berikut :

“Katanya kalau dapat kopyokan, dapat tambahan Rp400.000”

Imbuh R5 sebagai berikut:

“Setahu saya ya Rp400.000 itu”

Prima Artha mengembangkan produk baru simpanan ini bukan hanya untuk menambah inovasi produk simpanan yang dimiliki oleh prima artha, namun ini juga merupakan strategi yang dilakukan yang bertujuan untuk pendanaan yaitu meningkatkan jumlah simpanan dari masyarakat atau anggota. Dimana dalam peningkatan jumlah simpanan ini, koperasi prima artha juga dapat meningkatkan pula fungsinya sebagai lembaga *intermediary*. Jadi pada intinya prima Artha tetap melakukan mirroring dengan lembaga keuangan konvensional dan membandingkan produk-produk lembaga keuangan syariah, cara cepatnya adalah prima artha melihat produk apa yang dijual oleh lembaga keuangan lainnya. Kemudian dari situlah prima artha bisa mengetahui lebih dan kurangnya produk yang dibutuhkan masyarakat saat ini.

Dari mulai penciptaan gagasan, hingga proses komersialisasi tidak ditentukan oleh satu pihak saja, akan tetapi sebelumnya sudah dibicarakan mengenai produk baru ini. Prima Artha mengadakan meeting dengan seluruh pihak internal prima artha, yang terdiri dari bagian kepala cabang, kepala operasional, marketing, hingga divisi kolektor kemudian membahas bersama-sama dengan bagian produk yang nantinya akan mempresentasikan produk tersebut. Bagian produk tersebut akan menjelaskan sebuah produk tersebut mulai dari jangka waktu, jumlah setoran dll. Selain itu, juga merencanakan mengenai cara promosi yang digunakan serta disesuaikan pula dengan SOP yang dimiliki oleh prima artha. Jadi intinya, dalam pembuatan produk baru seluruh divisi terlibat.

2. Potensi dan Sasaran

Potensi adalah suatu *energy* ataupun kemampuan yang dapat dihasilkan dan dikembangkan dibarengi oleh sarana dan prasarana yang memadai. Dalam hal ini potensi yang dimaksud adalah potensi dari koperasi Syariah untuk menghimpun dana dari anggota melalui pengembangan produk tabungan arisan ini. Dalam kenyataan, pasar tidak hanya dilayani oleh satu perusahaan saja, banyak pesaing-pesaing perusahaan yang berusaha merebut untuk dapat memenuhi permintaan pasar. Oleh karena itu, perusahaan perlu meningkatkan kemampuan melayani pasar dan sekaligus juga untuk mengalahkan pesaing-

pesaingnya. Dari keunggulan dan atribut produk baru yang telah dijabarkan diatas maka tidak mustahil jika produk tabungan arista mempunyai potensi yang cukup besar dalam kontribusinya menghimpun dana dari masyarakat, karena tawaran-tawaran hadiah dan bonus yang diberikan oleh anggota jika membuka rekening tabungan tersebut sangat menarik.

Tentu ini yang membuat produk tabungan arista prima ini diminati oleh banyak calon anggota, terutama kaum hawa. Ini dibuktikan dengan pembukaan gelombang arista prima hingga saat ini mencapai 12 (dua belas) gelombang. Terdiri dari 11 (sebelas) gelombang merupakan arista dengan setoran nominal Rp 25.000 dan 1 (satu) gelombang merupakan arista dengan setoran nominal Rp 50.000. Arista dengan nominal Rp 50.000 hanya mencapai 1 (satu) gelombang karena pada dasarnya dengan nominal sekian kurang diminati oleh calon anggota.

Sebagaimana pernyataan kepala bagian cabang berikut:

“Tidak, jadi Rp 50.000,- itu kayaknya nek gak salah hanya ada di gelombang 5 atau 6 ya, ya itu, itupun agak lama karena nominalnya agak besar ya dan peminatnya juga agak-agak susah waktu itu nyari yang Rp 50.000.- itu”.

Dari jumlah rekening yang sudah dibuka tersebut, ini menunjukkan bahwa tabungan arista prima mempunyai jumlah anggota yang potensial. Dari 12 (dua belas) gelombang yang saat ini sudah dibuka oleh prima artha, dengan masing-masing gelombang terdiri dari 325 (tiga ratus dua puluh lima) rekening, dan masing-masing rekening akan menyetorkan uang dengan nominal Rp

25.000,- untuk 11 (sebelas) gelombang serta sisanya Rp 50.000,- maka dalam 1 (satu) bulan akan didapat jumlah dana simpanan hampir mencapai Rp 100.000.000,- dari jenis simpanan arista prima ini.

Dan untuk pengundian hadiah dilakukan setiap tanggal 15, jika tanggal 15 tersebut bertepatan hari minggu atau hari libur maka akan diganti hari berikutnya. Dalam pengundian arista ini, tiap bulannya masing-masing gelombang hanya mengundi 1 (satu) orang pemenang saja. Jadi selama jatuh tempo masing-masing gelombang keluar 36 (tiga puluh enam) orang sebagai pemenangnya. Namun, jika di totalkan seluruhnya, maka selama periode tersebut akan keluar 432 (empat ratus tiga puluh dua) orang sebagai pemenangnya.

Sasaran yang dituju oleh perusahaan tentu sesuai dengan segmentasi pasar yang ditetapkan. Segmentasi pasar adalah proses membagi-bagi pasar menjadi beberapa kelompok pasar yang lebih seragam. Pembagian tersebut dapat ditentukan menurut *geografis* (wilayah), *demografis* (usia, jenis kelamin, pendapatan atau pendidikan serta bisa juga ditentukan oleh sikap dan motivasi. Dalam hal pengembangan produk ini, prima artha melakukan *segmentasi* pasar berdasarkan letak *geografis*, dimana dibagi menjadi beberapa wilayah yaitu beberapa wilayah di sleman kota, seyegan dan minggir hal ini disebabkan karena letak dari kantor pusat dan cabang dari prima artha berada di wilayah

tersebut, sehingga dapat mempermudah prima artha dalam melayani anggotanya.

Namun untuk yang lainnya, prima artha tidak mensegmentasikan pasar selain dari *geografis*. Untuk sasaran yang dituju prima artha sesuai dengan segmentasi pasar yang sudah ditetapkan oleh prima artha. Sasaran pasar adalah pasar yang akan dilayani oleh perusahaan. Dimana selain dari segmentasi pasar kategori letak geografis tersebut, sasaran pasar produk arista prima ini meliputi seluruh kriteria anggota yang tentunya adalah calon anggota yang sudah mempunyai kartu identitas karena syarat yang ditentukan oleh prima artha dalam pembukaan rekening adalah kartu identitas, jadi untuk calon anggota dengan berbagai macam pekerjaan dan pendapatan tidak dipermasalahkan oleh prima artha.

3. Keunggulan

Keunggulan merupakan syarat penting dari suatu produk, agar produk tersebut diminati oleh calon anggota. Keunggulan dari produk ini bukan hanya penerimaan hadiah dari setoran anggota namun terdapat keunggulan lainnya. Jika nama keluar sebagai pemenang, prima artha juga memberikan bonus terhadap pemenang, namun bonus tersebut tidak hanya diberikan kepada pemenang saja, anggota yang namanya tidak keluar sebagai pemenang juga akan diberikan bonus. Jika arista prima ini sudah selesai, bonus yang akan di

dapat bagi yang tidak memenangkan undian adalah sebesar 0,15% tiap bulannya, jika di nominalkan bonus tersebut sebesar Rp 23.000,-.

Sebagaimana pernyataan direktur berikut:

“Dalam bentuk uang, ya kira-kira perbulan bonusnya ya 0,15%. Itu sih hampir sama dengan nabung di bank umum, 0,15% dari saldo rata-rata”.

Pernyataan direktur tersebut dilengkapi oleh pernyataan kepala bagian cabang berikut ini:

“...Cuma dapet Rp 25.000,- x 36 + apa ya semacam bonus, semacam bonus dari kita ya, nominalnya itu kalau gak salah kurang lebihnya sekitar Rp 23.000,-. Jadi nanti per periode itu nanti dia narik Rp 923.000,- itu”

Namun, selain hadiah bagi pemenang dan bonus tersebut, rupanya ada hadiah lain yang diberikan oleh prima artha. Hadiah tersebut juga mempunyai tujuan untuk menarik minat calon anggota untuk membuka rekening arista prima, hadiah tersebut berupa mug atau gelas yang diberikan ketika calon anggota pertama kali membuka rekening arista ini. Namun, itu hanya diterapkan pada awal-awal peluncuran produk arista ini saja, sedangkan untuk saat ini sudah tidak diterapkan lagi. Selain itu, bagi anggota yang sudah tercatat membuka rekening arista prima dan anggota tersebut mengikuti pengundian yang diadakan tiap tanggal 15, maka anggota tersebut berkesempatan untuk mendapatkan dorprice.

Sebagaimana pernyataan oleh R3 dan R5 sebagai berikut:

“Katanya kalau ikut kopyokan itu dapat dorprice, tapi katanya wong gak pernah ikut”.

Dan

“Ouww ya kalau pas awal-awal itu ya, apa itu mug itu lo mbak. Iya”.

Prima Artha memberikan hadiah tersebut digunakan untuk menarik minat calon anggota. Dari berbagai hadiah yang diberikan oleh prima artha, sumber dana hadiah tersebut merupakan biaya promosi dari prima artha tersebut. Jadi nominal uang yang diberikan oleh anggota sebagai setoran tabungan arista tersebut tidak diambil untuk memberikan hadiah, namun dana hadiah bersumber dari dana sendiri dari prima artha yaitu masuk ke dalam biaya promosi, yang sudah dianggarkan oleh prima artha setiap tahunnya. Setiap tahunnya prima artha melaksanakan Rapat Anggota Tahunan. Rapat anggota tahunan adalah alat perlengkapan organisasi yang mempunyai kekuasaan tertinggi dalam koperasi dan minimal dilaksanakan satu kali dalam satu tahun sebagai pertanggung jawaban pengurus kepada anggota.

Seperti pernyataan R1 seperti berikut:

“Sumber hadiah merupakan biaya promosi kami, kami punya biaya promosi..... berarti kan kalau Rp400.000 kan dikalikan 10 (sepuluh) dikalikan 12 (dua belas), ya kan, nah itu berapa, nah itu kita anggarkan sebagai biaya promosi. Akan kita gunakan kapan? Akan kita keluarkan manakala nanti tiap bulan ada yang namanya itu, dikeluarkan kepada yang namanya keluar”.

Tambahan dari R2 berikut:

“Masuk ke biaya pemasaran, enjeh. Snack juga itu juga. Banyak iya, banyak inggeh sudah hadiah, hadiah Rp 400.000,- kemudian dorprice , kemudian konsumsi juga harus sedia juga”.

Keunggulan dari suatu produk tidak hanya dilihat dari hadiah yang diterima saja, namun juga dilihat dari layanan yang diberikan oleh lembaga keuangan itu sendiri. Layanan ini berupa pengambilan setoran dapat dilakukan

dengan metode jemput bola, dimana setiap anggota dapat menyetorkan uang tanpa harus repot-repot mendatangi kantor koperasi Syariah prima artha. Selain itu, tabungan arista prima ini dapat dijadikan sebagai jaminan bila terdapat anggota yang ingin mengajukan pembiayaan. Namun layanan tersebut dapat dipenuhi dengan adanya konfirmasi dari anggota, artinya adalah jika internal prima artha yang bertugas jemput bola melakukan komunikasi dengan anggota yang ingin layanan jemput bola ini. Selain itu, untuk layanan jaminan dengan jumlah setoran tabungan arista prima hanya dilayani jika pinjaman atau pembiayaan dengan jumlah yang *relative* kecil karena setoran tabungan yang mengendap dari rekening juga *relative* kecil. Jika pembiayaan tersebut belum dilunasi, konsekuensinya adalah tabungan yang ada di produk arista prima ini juga tidak diperbolehkan diambil sampai pembiayaan lunas.

4. Pemasaran

Strategi pemasaran harus mempertimbangkan 4 (empat) aspek yakni *place* (tempat), *product* (produk), *price* (harga) dan *promotion* (promosi). Sedangkan yang paling mendasar dalam konsep pemasaran pada intinya mengenai *segmentation*, *targeting* dan *positioning*. Ini merupakan tugas dari divisi *marketing funding*. Segmentasi pasar merupakan kegiatan membagi suatu pasar dalam menjadi kelompok-kelompok pembeli yang berbeda yang mungkin memerlukan produk itu. Pembagian ini dapat menjadikan koperasi syariah mudah dalam menentukan anggota yang disasarinya. Namun dalam

pemasaran koperasi prima artha ini, tidak mensegmentasi kan pasar, akan tetapi hanya membedakan atau membagi setoran tabungan menjadi 2 (dua) yaitu sebesar Rp 25.000,- dan Rp 50.000,-. Dalam pemilihan jumlah setoran yang diminati oleh anggota tersebut lebih banyak pada setoran dengan nominal Rp 25.000,- karena anggota lebih dominan yaitu masyarakat dengan ekonomi menengah kebawah.

Dalam mengadakan *launching* produk ini agar diketahui oleh banyak calon anggota, prima artha melakukan strategi pemasaran agar produk tersebut. Karena ini merupakan produk baru sehingga perlu strategi pemasaran yang tepat sehingga dapat mencapai sasaran yang dituju dengan tepat pula. Prima artha melakukan strategi pemasaran dengan cara mensosialisasikan terhadap masyarakat dari berbagai kalangan, dari kalangan menengah keatas ataupun kalangan menengah kebawah. Sosialisasi tersebut berupa mempresentasikan atau mempromosikan produk Arista prima ini di acara perkumpulan ibu-ibu arisan, PKK bahkan prima artha juga melakukan *open table* dengan membuka stand di tempat-tempat yang dinilai dapat menarik minat masyarakat untuk membuka tabungan arista prima, yang pernah diselenggarakan di salah satu pameran yang bertempat di kabupaten Sleman tersebut. Kegiatan ini biasanya diiringi dengan pembuatan spanduk, flayer, brosur dan semua kelengkapan dalam kegiatan promosi.

Dalam mensosialisasikan produknya tersebut, prima artha menjelaskan kepada calon anggota tentang perencanaan-perencanaan yang disiapkan dan menjelaskan secara *detail* tentang produk barunya itu. Seorang marketing harus menguasai komunikasi yang baik untuk dapat meyakinkan calon anggota bahwa setiap anggota yang membuka rekening dari produk barunya tersebut dapat mendapatkan manfaat dan keunggulan yang dimiliki. Untuk melakukan presentasi, prima artha menghadiri acara yang diselenggarakan di salah satu desa, dan menawarkan produknya. Strategi ini cukup ampuh dalam membidik sasarannya. Karena pada sekali presentasi, prima artha sudah menawarkan pada beberapa orang yang tentunya dalam perkumpulan tersebut tidak lah sedikit. Sementara untuk sasaran dari produk arista prima ini, prima artha tidak menargetkan bahwa sasarannya itu kaum hawa dan mayoritas ibu-ibu. Namun ini terjadi sendiri selama alami. Namun tidak dapat dipungkiri bahwa selain kaum hawa juga terdapat juga yang berminat mendaftar sebagai anggota tabungan arista prima ini.

Dalam presentasi ini prima artha juga memberikan *dorprice* agar calon anggota antusias untuk mendengarkan presentasi yang diberikan salah satu dari pihak prima artha. Selain itu, bagi pegawai yang sudah melakukan presentasi akan diberikan uang transport sebagai kompensasinya. Prima artha juga melakukan strategi pemasaran dengan cara membidik orang-orang yang berpengaruh di dalam suatu kelompok sehingga nantinya orang tersebut dapat

berperan dalam pemasaran produk prima artha, karena jika orang yang berpengaruh tersebut menjadi anggota tabungan arista prima, kemungkinan calon anggota lain juga akan ikut membuka rekening tabungan arista.

Seperti pernyataan yang diberikan oleh R1 mengenai strategi pemasaran berikut:

“Kalau biasanya awal itu melakukan presentasi-presentasi, sebetulnya kita tidak seperti itu, caranya mereka ada acara kita datang, kayak marketingnya orang jualan kompor, kadang-kadang kita disitu mencari orang yang bisa berpengaruh, orang berpengaruh ini biasanya kalau orang ini ikut, yang lain ikut. Ada anggaran untuk biaya pemasaran, jadi presentasi itu kan biaya, biaya yang dipakai untuk presentasi ya uang transport tentunya untuk yang presentasi itu kemudian yang menemukan tempat untuk presentasi itu juga dapat fee”

Pernyataan yang di berikan oleh R1 mengenai strategi pemasaran tersebut dibenarkan oleh R3 dan R4 yang merupakan anggota dari tabungan arista prima, dengan pernyataannya sebagai berikut:

“Ya dari pegawai sini, pegawai sini datang ke itu ke tempat arisan RT”

Mengenai sasaran yang dibidik oleh prima artha untuk produk tabungan arista prima ini, tidak dikhususkan pada kaum hawa yaitu ibu-ibu, serta tidak membagi beberapa jenis sesuai dengan kriteria yang mereka inginkan. Namun ini terjadi secara alami. Prima artha juga tidak membagi calon anggota kalangan menengah kebawah dan kalangan menengah keatas. Sehingga tabungan ini diperuntukkan siapa saja akan tetapi terdapat syarat khusus yaitu sudah mempunyai Kartu Tanda Penduduk (KTP) karena salah satu syarat

untuk membuka tabungan ini adalah kartu identitas tersebut. Sebagaimana pernyataan yang diberikan oleh R2 berikut:

“Kebanyakan ibu-ibu, enggak juga. Alamiyah, karena ada bapak-bapak yang pengajuan pembiayaan ditawari ikut juga ada, tapi di prosentase itu kebanyakan ibu-ibu...”

Dari pernyataan R2 tersebut, dilengkapi dengan pernyataan yang diberikan oleh R1 berikut:

“.....Sebetulnya itu alamiah saja mbak, kita tidak anu ke ibuk-ibuk tapi kebanyakan karena kita tahu yang menggemari arisan itu ibu-ibu, yang mengatur keuangan keluarga itu ibu-ibu, bapak-bapak itu nyari uang yang pegang uang ibuk-ibuk”

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh prima artha tidak membedakan antara macam-macam anggota. Semua calon anggota yang akan melakukan pembikaaan pada tabungan arista prima mengalami jenis pemasaran yang sama, tidak dibedakan menurut usia, jenis kelamin ataupun dibedakan berdasarkan jumlah setoran yang akan dibuka.

5. Resiko

Dari setiap produk yang dikembangkan, tentunya mempunyai resiko yang harus dihadapi bahkan dihindari dari koperasi Syariah. Resiko dari pengembangan produk arista prima ini, resiko tersebut berasal dari beberapa segi. Pertama adalah dari setoran anggota, sebagian anggota tidak setiap bulannya menyetorkan nominal yang ditentukan diawal, sehingga jumlah setoran yang harus diterima oleh prima artha tidak penuh. Karena kendala tersebut nantinya juga berpengaruh kepada jumlah pembiayaan yang di sebar

oleh prima artha juga akan berkurang dan prima artha mengalami potensi kerugian karena hal itu. Terdapat juga anggota yang sudah mengikuti tabungan arista prima namun ditengah jalan berhenti dan tidak meneruskan setorannya.

Ini disebabkan selain dari *factor internal* dari prima artha juga disebabkan karena karakter dari nasabahnya tersebut. Disebut factor internal prima artha karena dalam pertama kali mempresentasikan dan menawarkan produknya ke nasabah, prima artha kurang detail dalam menjelaskan sehingga anggota juga kurang jelas dalam menangkap system dari arisan prima ini. Disis lain, karakter anggota juga mempengaruhi kendala ini, karena terdapat anggota yang hanya “ikut-ikutaan” dengan anggota yang lain. Karena dalam penawaran produk prima artha ini dilakukan di perkumpulan suatu acara maka jika satu anggota yang masuk dalam perkumpulan tersebut berhenti akan mempengaruhi anggota yang lain untuk berhenti juga, sehingga merembet ke anggota yang lainnya. Dapat dilihat dari laporan ketertiban setoran sebagai berikut:

Tabel 4.1 Ketertiban Setoran Arista Prima 31 Desember 2016 cabang Sleman

	Penuh / Lebih	Blm Masuk	Undian	Berhenti	Total Rek	Total tdk Masuk	%
Gel 1					203	0	0.00%
Gel 2					147	0	0.00%
Gel 3	84	27	19	15	145	42	28.97%
Gel 4	107	36	19	32	194	68	35.05%
Gel 5	113	37	15	44	209	81	38.76%
Gel 6	108	18	20	21	167	39	23.35%
Gel 7	118	38	12	30	198	68	34.34%

Gel 8	96	35	9	23	163	58	35.58%
Gel 9	82	74	9	7	172	81	47.09%
Gel 10	84	43	5	9	141	52	36.88%
Gel 11	126	30	6	1	163	31	19.02%
Gel 12	158	8	1	0	167	8	4.79%

Dilihat dari table diatas bahwa, sampai 31 desember 2016 tiap gelombang ada anggota yang tidak menyetorkan tabungan arista serta anggota yang berhenti. Ada 1 (satu) gelombang yaitu gelombang 5 (lima) dengan jumlah anggota yang berhenti mencapai 44 (empat puluh empat) anggota. Diikuti urutan kedua yaitu gelombang 4 (empat) mencapai 32 (tiga puluh) anggota. Jumlah rekening di table diatas tidak sesuai dengan jumlah rekening penuh yaitu 325 (tiga ratus dua puluh lima) tiap gelombang karena KSPPS Prima Artha ini dibagi menjadi 2 (dua) cabang, sehingga jumlah rekening yang tersedia juga dibagi menjadi 2 (dua).

Selain dari segi setoran, kendala juga di alami dari segi pemasaran. Karena produk arista prima ini sudah mencapai 12 (dua belas) gelombang maka prima artha dalam melakukan jangkauan pemasarannya semakin sulit. Jangkauan dari prima artha ini sudah disasar semua, sehingga jika nanti akan melakukan pemasaran di luar jangkauan atau segmentasi pasar dari prima artha sendiri juga akan mengalami kendala yang lain. Kendala tersebut muncul karena prima artha melakukan layanan “jemput bola” dalam pengambilan setoran. Maka akan membuat prima artha tambah kwalahan dalam penarikan setoran tersebut, pada prakteknya saat ini prima artha sudah kwalahan karena

selain kekurangan tenaga kerja untuk melakukan “jemput bola” , juga berdampak ketidak *efektivan* waktunya. Sehingga saat ini prima artha sudah mengambil kebijakan bahwa tabungan arista ini diberhentikan sampai gelombang 12 (dua belas) saja dan hanya melanjutkan yang sudah ada.

Sebagaimana pernyataan R1 berikut:

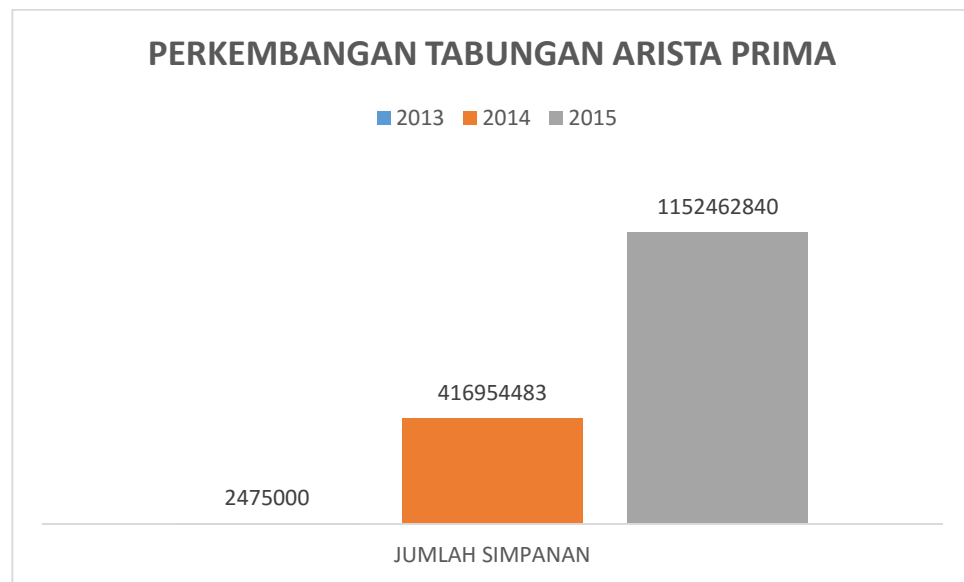
“.....Nah Cuma kemarin, kita sekarang ini menstop, tidak membuka arisan baru, karena arisan ini kan harus kita datangi, itu yang bikin waktu kita habis, sehingga kita mencoba mendapatkan uang itu tetapi akhirnya kita kurang waktu untuk membuang uang itu dalam pembiayaan. Sehingga ini kita batasi, maka dari situ sekarang kita punya produk-produk dengan inovasi-inovasi yang baru, nabung tapi dapat asuransi dan itu gratis dan bukan diambilkan dari tabungannya....”.

C. Pengembangan Produk dalam Meningkatkan Kinerja DPK, Likuiditas dan Rentabilitas

Namun terlepas dari kendala-kendala tersebut, produk arista prima ini mempunyai pengaruh terjadinya peningkatan jumlah Dana Pihak Ketiga (DPK). Hingga tahun ketiga ini, jumlah simpanan tabungan arista prima mencapai 1 Milyar lebih. Dari perkembangan jumlah simpanan Arista prima tersebut juga mempengaruhi perkembangan DPK. Peningkatan jumlah dana pihak ketiga dari tabungan arista prima ini yang tadinya sebesar 0 rupiah dan hingga tahun ketiga ini mencapai 1 milyar lebih ini karena respon masyarakat mengenai jenis tabungan ini sangat besar sehingga masyarakat berbondong-

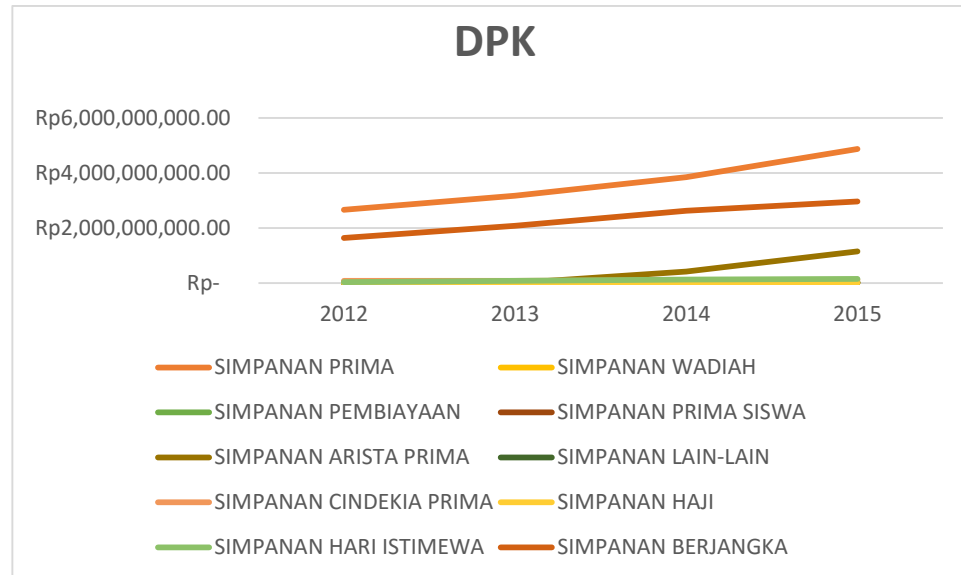
bondong untuk membuka tabungan dan menghimpunkan dananya pada jenis tabungan arista prima ini.

Grafik 4.1 Perkembangan Tabungan Arista Prima



Pada tahun 2013 dilihat dari table tersebut belum terlihat adanya perkembangan yang bagus dengan nominal Rp 2.475.000,- karena pada akhir tahun tepatnya bulan Desember merupakan tahun pertama peluncuran produk tabungan arista prima sehingga jumlah simpanan belum begitu terlihat. Pada tahun 2014 terjadinya perkembangan sudah mulai terlihat dimana jumlah simpanan arista prima yaitu Rp 416.954.483,- sedangkan perkembangan paling signifikan terjadi pada tahun 2015 dimana jumlah simpanan tabungan arista prima mencapai Rp 1.152.462.840.

Grafik 4.2 Kinerja DPK



Perkembangan jumlah simpanan arista prima diiringi pula dengan perkembangan jumlah simpanan dana pihak ketiga. Secara keseluruhan mulai dari tahun 2012-2015 jumlah simpanan dana pihak ketiga mengalami kenaikan yang *signifikan*. Namun kenaikan pada jumlah simpanan dana pihak ketiga ini tidak di dominasi oleh jumlah simpanan tabungan arista prima. Karena masih terdapat jenis simpanan lainnya yang lebih mendominasi. Kenaikan pada simpanan dana pihak ketiga ini di dominasi pada 3 (tiga) jenis produk simpanan yaitu simpanan prima, simpanan berjangka dan simpanan arista prima.

Simpanan arista prima dari tahun 2012 hingga 2015 terus mengalami kenaikan, dimana jumlah simpanan pada tahun 2015 mencapai Rp 4.869.352.598 kenaikan simpanan prima juga dipengaruhi oleh simpanan

anggota yang sudah mendapatkan undian pada tabungan arista prima dialihkan ke rekening simpanan prima. Begitu juga dengan simpanan dengan jumlah nominal tertinggi kedua yaitu simpanan berjangka, simpanan ini dari tahun 2012 hingga 2015 juga mengalami kenaikan walau kenaikan tidak sebesar kenaikan yang dialami oleh simpanan prima, dengan nominal terakhir pada tahun 2015 sebesar 2.967.200.000, serta peringkat ketiga yaitu tabungan arista prima dengan kenaikan yang melonjak tajam tiap tahunnya dengan nominal pada tahun ketiga setelah produk baru ini diluncurkan yaitu sebesar Rp 1.152.462.840.

Kenaikan pada dana pihak ketiga juga diikuti dengan kenaikan jumlah simpanan pada arista prima, namun tidak hanya simpanan arista prima saja yang mengalami kenaikan, simpanan prima dan 4 (empat) jenis simpanan lainnya juga mengalami kenaikan. Ini berarti bahwa kenaikan kinerja dana pihak ketiga tidak mutlak dipengaruhi oleh simpanan arista prima tetapi juga dipengaruhi oleh kenaikan simpanan jenis lainnya yang ada.

Tabel 4.2 Kontribusi Simpanan Arista Prima

SIMPANAN	2012	2013	2014	2015
SIMPANAN PRIMA	59.09%	57.77%	53.51%	52.21%
SIMPANAN WADIAH	0.54%	0.50%	0.34%	0.26%
SIMPANAN PEMBIAYAAN	0.72%	0.23%	0.20%	0.21%
SIMPANAN PRIMA SISWA	0.30%	0.18%	0.07%	0.15%
SIMPANAN ARISTA PRIMA	0.00%	0.05%	5.80%	12.36%

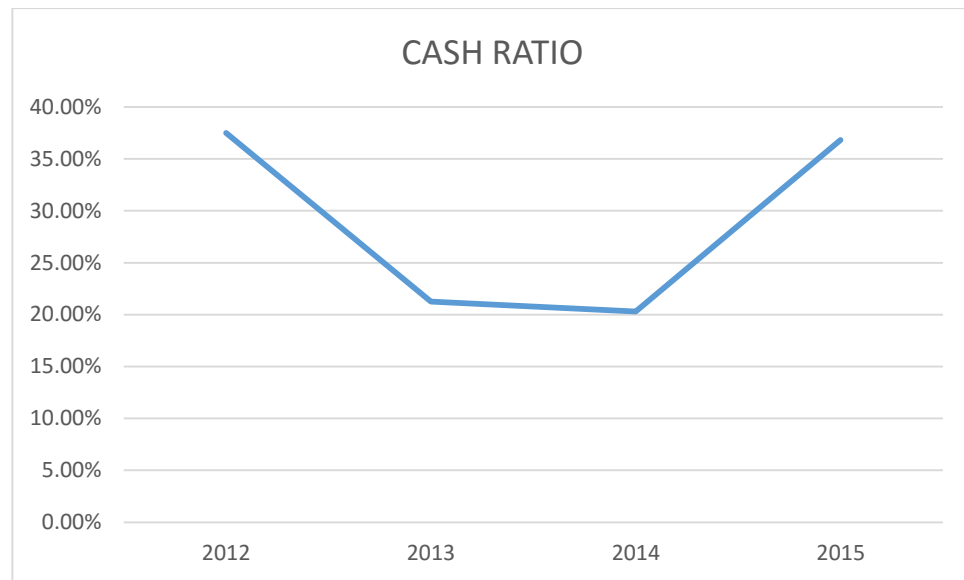
SIMPANAN LAIN-LAIN	0.44%	0.35%	0.26%	0.23%
SIMPANAN CINDEKIA PRIMA	1.75%	1.57%	1.42%	1.19%
SIMPANAN HAJI	0.00%	0.00%	0.02%	0.02%
SIMPANAN HARI ISTIMEWA	0.77%	1.47%	1.82%	1.56%
SIMPANAN BERJANGKA	36.40%	37.88%	36.57%	31.82%
TOTAL	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

Dapat dilihat pada table diatas, tahun 2013 tabungan arista prima hanya menyumbang 0.05% karena akhir tahun 2013 merupakan peluncuran pertama produk ini. Namun pada tahun 2014 dan 2015 sumbangsih tabungan arista prima masuk dalam urutan ketiga dari seluruh jenis simpanan, yang masing-masing dengan nilai 5.80% dan 12.36%. Arista mengungguli jumlah simpanan dari jenis yang lainnya akan tetapi masih dibawah dari jumlah simpanan prima dan tabungan berjangka. Ini disebabkan karena dari tahun 2012-2015 jumlah simpanan di dominasi oleh simpanan prima dan simpanan berjangka. Bahkan pada simpanan prima mencapai 50% lebih dari seluruh jenis simpanan yang ada di prima artha.

Semakin besar jumlah simpanan dana pihak ketiga yang diperoleh oleh koperasi Syariah prima artha, maka harus kita lihat kinerja dari kinerja Likuiditas. Rasio Likuiditas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan bank dalam melunasi kewajiban yang harus segera dibayar dengan harga likuid yang dimiliki oleh bank. Untuk mempertahankan likuiditas, koperasi atau lembaga keuangan lainnya harus membuat anggaran

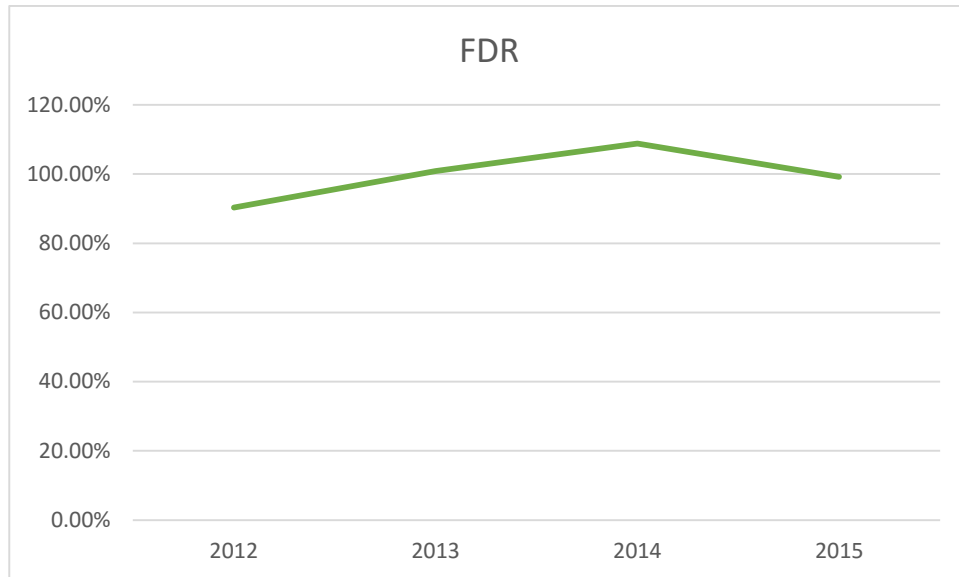
kas untuk merencanakan posisi likuiditasnya. Rasio likuiditas koperasi syariah terdiri dari cash rasio dan financing to deposit ratio (FDR).

Grafik 4.3 Cash Rasio



Perhitungan *Cash Ratio (CR)* tahun 2012 ke tahun 2013 mengalami penurunan dari 37.50% menjadi 21.27%. Mengalami penurunan lagi pada tahun 2014 sebesar 0,98% sehingga pada tahun 2014 mencapai 20,29%. Namun pada tahun 2015 mengalami kenaikan mencapai 36.83%. Perhitungan *Cash Rasio (CR)* secara rata-rata selama 4 (empat) periode diketahui berada pada kriteria likuid dari sisi *cash ratio* dengan rata-rata 28.97%. Hal ini disebabkan karena nilai *Cash Rasio* berada pada kisaran 26%-34%..

Grafik 4.4 Financing to Deposit Ratio



Kemudian untuk perhitungan *Financing to Deposit Ratio* (FDR) secara rata-rata selama tiga periode melebihi dengan standar yang ditentukan yaitu sebesar 99,80%, dimana dalam skor berada dikisaran 76%-100% sehingga masuk ke dalam kategori cukup likuid. Namun, jika dilihat dari setiap periode maka periode yang dinyatakan dalam kriteria likuid karena nilai FDR lebih dari 100% periode tersebut yaitu tahun 2013 dan 2014. Untuk periode 2015, terjadi penurunan kriteria tingkat likuiditas sehingga dinyatakan dalam keadaan cukup likuid. Ini disebabkan karena kurangnya kemampuan lembaga dapat melempar atau mengalokasikan dana simpanan ke dalam pembiayaan.

Selain rasio *Likuiditas*, pengukuran tingkat *Rentabilitas* juga diperlukan karena mengingat jumlah simpanan dana pihak ketiga yang diperoleh prima artha mengalami kenaikan yang signifikan. Karena pada dasarnya jumlah

simpanan yang diperoleh oleh lembaga keuangan akan di salurkan ke *Learning Asset* atau aset yang menghasilkan. Sehingga rasio *Rentabilitas* yang akan dijadikan tolak ukur kemampuan prima artha dalam menghasilkan keuntungan.

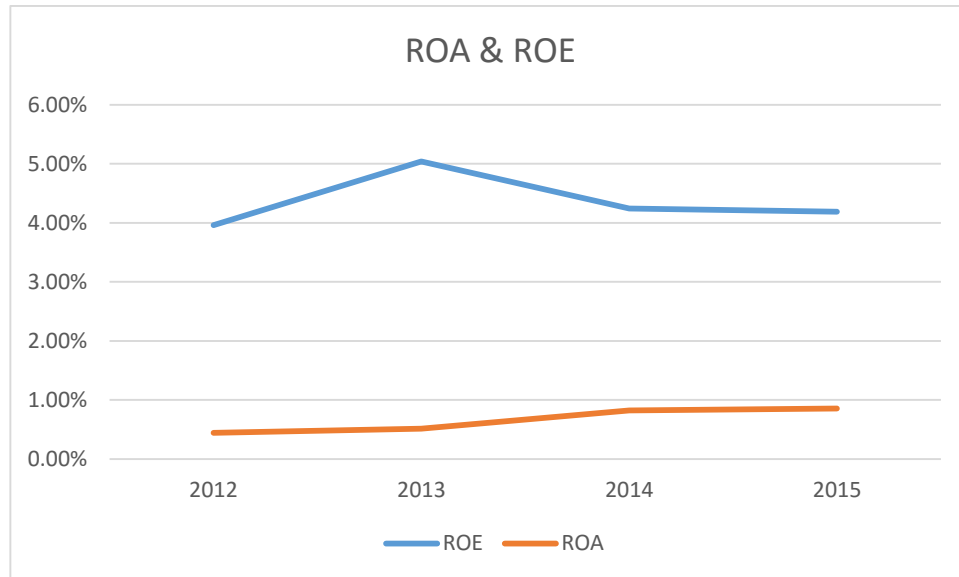
Sebenarnya untuk respon dari calon anggota dengan diluncurkannya produk Arista prima ini cukup baik yang dibarengi sikap calon anggota yang sangat antusias untuk membuka rekening Arista prima. Namun karena layanan yang diberikan oleh prima artha merupakan layanan jemput bola dalam sebagian setorannya, sehingga prima artha tidak mempunyai waktu yang lebih untuk melempar atau menyalurkan simpanan yang sudah di peroleh ke aset yang mengahasilkan atau pembiayaan.

Sebagaimana pernyataan R1 berikut:

“Nah Cuma kemarin, kita sekarang ini menstop, tidak membuka arisan baru, karena arisan ini kan harus kita datangi, itu yang bikin waktu kita habis, sehingga kita mencoba mendapatkan uang itu tetapi akhirnya kita kurang waktu untuk membuang uang itu dalam pembiayaan”.

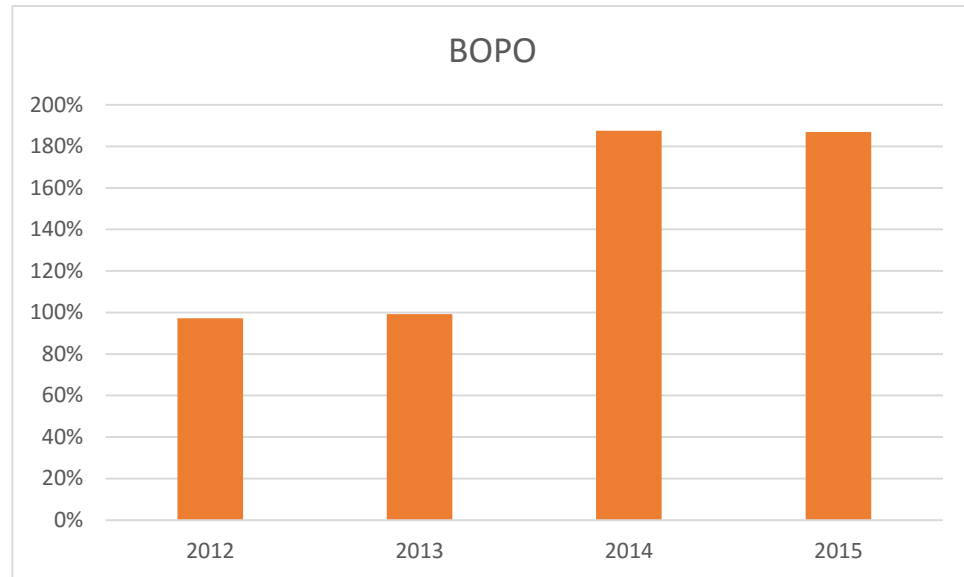
Untuk itu, perhitungan mengenai *Rasio Rentabilitas* sangat diperlukan, untuk mengetahui tingkat kempuan prima artha dalam menghasilkan keuntungan dari simpanan dana pihak ketiga yang disalurkan untuk pembiayaan.

Grafik 4.5 ROA dan ROE



Perhitungan *Return on Equity (ROE)* dan *Return on Asset (ROA)* dilihat dari skor rata-rata ataupun dilihat dari skor masing-masing periode berada pada dibawah standar penilaian. Sehingga dari mulai tahun 2012-2015 ROE ataupun ROA prima artha masuk dalam kategori rendah yaitu dibawah 5% dengan rata-rata nilai ROE dan ROA yaitu sebesar 4,36% dan 0,66%. Ini disebabkan karena tidak adanya kemampuan manajemen koperasi dalam menghasilkan *income* atau pendapatan dari pengelolaan *equity* maupun dari pengelolaan *asset* dimana jumlah jumlah operating income diperoleh dari jumlah pendapatan bagihasil atau ujhroh.

Grafik 4.6 Rasio Kemandirian Operasional



Rasio BOPO merupakan rasio kemandirian operasional dimana pendapatan usaha dibandingkan dengan biaya operasional. Pada tahun 2012 dan 2013 kriteria kemandirian operasional dinyatakan dalam kondisi rendah karena nilai rasio yang dihasilkan kurang dari 100%. Namun pada tahun 2014 mengalami kenaikan dimana kenaikan tersebut hampir 100% dari nilai rasio sebelumnya. Untuk tahun 2014 dan 2015 rasio kemandirian operasional ini dinyatakan dalam kondisi Tinggi karena nilai rasio melebihi standar yang ditentukan yaitu 100% walaupun pada tahun 2015 terjadi penurunan nilai rasio, penurunan tersebut tidak besar hanya sebesar 0,55%. Sedangkan dilihat dari nilai rasio rata-rata masih masuk dalam kriteria tinggi dimana nilai rata-rata sebesar 142,66%.

Table 4.3 Cost Of Fund

BULAN				total	BONUS 1	BONUS 2
	TOTAL FUNDING	TOTAL CAIR	TOTAL ENDAP	hadiah		
1	105625000	325000	105300000	5200000		
2	105300000	975000	209625000	5200000		
3	104975000	1950000	312650000	5200000		
4	104650000	3250000	414050000	5200000		
5	104325000	4875000	513500000	5200000		
6	104000000	6825000	610675000	5200000		
7	103675000	9100000	705250000	5200000		
8	103350000	11700000	796900000	5200000		
9	103025000	14625000	885300000	5200000		
10	102700000	17875000	970125000	5200000		
11	102375000	21450000	1051050000	5200000		
12	102050000	25350000	1127750000	5200000		
13	101725000	29575000	1199900000	5200000		
14	101400000	34125000	1267175000	5200000		
15	101075000	39000000	1329250000	5200000		
16	100750000	44200000	1385800000	5200000		
17	100425000	49725000	1436500000	5200000		
18	100100000	55575000	1481025000	5200000		
19	99775000	61750000	1519050000	5200000		
20	99450000	68250000	1550250000	5200000		
21	99125000	75075000	1574300000	5200000		
22	98800000	82225000	1590875000	5200000		
23	98475000	89700000	1599650000	5200000		
24	98150000	97500000	1600300000	5200000		
25	97825000	105625000	1592500000	5200000		
26	97500000	114075000	1575950000	5200000		
27	97175000	122850000	1550250000	5200000		
28	96850000	131950000	1515150000	5200000		
29	96525000	141375000	1470300000	5200000		
30	96200000	151125000	1415375000	5200000		
31	95875000	161200000	1350050000	5200000		
32	95550000	171600000	1274000000	5200000		
33	95225000	182325000	1186900000	5200000		

34	94900000	193375000	1088425000	5200000		
35	94575000	204750000	978250000	5200000		
36	94250000	216450000	856050000	5200000		
TOTAL	3597750000	2741700000	41089425000	187200000		
RATA2	99937500	76158333.33	1141372917	5200000	73117000	13294000

$$COF \frac{Rata - rata Biaya}{Rata - rata Endap Funding} = \frac{182611000}{1141372917} \times 100\% = 16,0\%$$

Jadi, dalam menghimpun dana anggota, biaya dana yang harus dikeluarkan adalah 5,1% dari jumlah dana yang dihimpun. Biaya dana ini merupakan biaya dana dengan periode 3 (tiga) tahun masa simpanan dana tersebut. Ini merupakan hasil dari COF selama 3 (tahun), jika dihitung tiap tahunnya maka COF tabungan arista prima ini sebesar :

$$\frac{16,0\%}{3} = 5,33\%$$

Dari hasil COF tahunan ini, dapat dilihat bahwa biaya yang dikeluarkan untuk menghimpun dana dengan jenis simpanan tabungan arista prima ini masih dalam kriteria efisien. COF yang tinggi ini bukan dipengaruhi oleh bonus yang diberikan kepada anggota, akan tetapi dipengaruhi oleh biaya yang keluar untuk pemberian hadiah tunai tersebut.

Strategi lembaga keuangan untuk mengembangkan produk simpanan baru adalah ketika perusahaan lembaga keuangan tersebut mampu meluncurkan produk simpanan dengan biaya yang murah dan likuiditas yang rendah atau bisa dikatakan jangka waktu yang cukup lama. Akan tetapi dari tabungan arista prima ini mempunyai biaya yang relative tinggi seperti jenis

simpanan deposito akan tetapi tingkat likuiditasnya seperti simpanan tabungan.

Table 4.4 Perbandingan Jenis Simpanan

Simpanan	Tahun	Likuiditas
Arista Prima	5.33%	3 tahun
Deposito 3	7.20%	3 bulan
Deposito 6	8.40%	6 bulan
Deposito 12	10.80%	12 bulan
Simpanan prima	2.40%	Tidak Ditentukan

Jika dibandingkan dengan hasil rate simpanan lain yang masuk dalam kategori 3 (tiga) besar penyumbang dana pihak ketiga terbanyak memang simpanan prima lah yang mempunyai biaya dana lebih murah jika dibandingkan simpanan lain karena dalam simpanan prima ini anggota hanya mendapatkan bonus akan tetapi tingkat likuiditasnya sangat tinggi karena mekanisme dari simpanan prima ini seperti giro pada perbankan. Sedangkan deposito merupakan dana mahal dengan likuiditas relative rendah. Sedangkan untuk simpanan arista prima ini *rate* lebih rendah daripada deposito dengan tingkat likuiditas lebih rendah dari simpanan prima dan deposito.

Seperti yang sudah dibahas diatas bahwa simpanan arista prima ini menyumbang dana pihak ketiga dengan posisi ketiga dari berbagai jenis simpanan lainnya. Jika dilihat dari sudut bagihasil dimana dalam simpanan prima ini memiliki keunggulan undian hadiah, dan bonus sebesar 0,15%, dengan jangka waktu 3 (tiga) tahun. Jenis simpanan yang menyumbang dana

pihak ketiga posisi pertama dan kedua adalah simpanan prima dan simpanan berjangka (deposito). Memang dalam praktiknya bonus yang diberikan dalam simpanan prima lebih besar daripada simpanan arista prima yaitu sebesar 0,2%, namun tingkat likuiditasnya jika dibandingkan maka akan lebih rendah likuiditas yang dimiliki oleh simpanan arista prima dimana dalam simpanan ini mempunyai tingkat likuiditas 3 (tiga) tahun. Sedangkan simpanan prima mempunyai likuiditas yang tinggi karena mekanismenya seperti giro pada perbankan. Nominal simpanan yang ada di tabungan tersebut dapat diambil sewaktu-waktu dan dengan saldo minimal Rp 5.000,0.

Kedua adalah simpanan berjangka atau dalam perbankan biasa disebut dengan deposito. Seperti dalam lembaga keuangan perbankan, dalam koperasi syariah prima artha ini simpanan berjangka juga digolongkan dalam simpanan dengan jangka waktu 3 (tiga) bulan, 6 (enam) bulan dan 12 (duabelas) bulan. Bagi hasil yang diberikan pun berbeda-beda sesuai dengan jangka waktu yang dipilih. Jika jangka waktu tiga bulan maka bagi hasil yang diberikan setara dengan 0,6%, jangka waktu enam bulan maka setara dengan 0,7% dan yang terakhir adalah jangka waktu dua belas bulan setara dengan 0,9%. Margin bagi hasil tersebut dihitung ketika saldo sebesar Rp 1.000.000,-. Bagi hasil tersebut tergolong tinggi jika dibandingkan dengan bonus dan bagi hasil simpanan lainnya akan tetapi jika dibandingkan dengan simpanan arista prima likuiditas tabungan arista prima lebih rendah dibandingkan dengan deposito. Namun jika

dilihat dari bagi hasil atau bonus yang diberikan sama-sama tergolong tinggi karena dalam tabungan arista prima tersedia hadiah Rp 400.000,- dan Rp 800.000,- sesuai dengan jumlah setoran yang diberikan.

Jika dibandingkan dengan produk simpanan tabungan dari lembaga keuangan lainnya seperti BMT Mitra Usaha Umat, yang memiliki jenis simpanan tabungan SIMADE, dimana dalam simpanan tabungan tersebut mempunyai strategi semakin lama jangka waktu yang diberikan maka semakin tinggi pula bagi hasil/bonus yang akan didapat oleh anggota. Pada tabungan SIMADE dengan jangka waktu 1 tahun akan di dapat bagi hasil sebesar 40%:60% dimana 40% adalah untuk anggota dan sisanya untuk BMT. Bagi hasil yang diberikan berdasarkan jumlah pendapatan yang diterima oleh pihak BMT dalam mengelola dana simpanan tersebut. Jangka waktu simpanan SIMADE ini paling lama mencapai 15 tahun, dan untuk bagi hasilnya yaitu 55% untuk anggota dan 45% untuk BMT.

Dibandingkan pula dengan produk deposito yang terdapat di BMT Bina Ihsanul Fikri, bagi hasil yang diberikan dihitung dengan deposito per Rp 1.000.000. Dalam deposito dengan jangka waktu 3 (tiga) bulan anggota mendapatkan bagi hasil sebesar 30%, jika dinominalkan maka sebesar Rp 6.518 tiap bulannya. Dan jika sudah memasuki jatuh tempo yaitu 3 (bulan) maka bagi hasil yang di dapat dengan jumlah nominal per Rp 1.000.000 yaitu kurang lebih sebesar Rp 19.554. Tiap besaran bagi hasil juga akan naik diikuti

dengan bertambah lamanya jangka waktu, seperti dalam jangka waktu 6 (enam) bulan yaitu sebesar 40% dan terakhir dengan jangka waktu 12 (dua belas) bulan yaitu sebesar 50% jika dinominalkan yaitu sebesar Rp 10.863.

Dari perbandingan dengan jenis produk simpanan yang di miliki oleh lembaga keuangan mikro lainnya, maka disimpulkan bahwa tabungan arista prima merupakan jenis simpanan yang paling besar biayanya. Jumlah biaya yang dikeluarkan tinggi jika seorang menang dalam undian, akan tetapi biaya untuk orang sisanya yang tidak menang undian rendah yaitu diberikan bonus kurang lebih sebesar Rp 23.000 per tiga tahun atau selama jangka waktu yang ada.