

ABSTRAK
STRATEGI PENGELOLAAN DAN DISTRIBUSI DANA DI BANK WAKAF MIKRO ALMUNA
BERKAH MANDIRI YOGYAKARTA TAHUN 2019

Mutmainnah
37.2016.41.31.081

Suatu strategi sangat diperlukan oleh suatu lembaga untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Dengan adanya manajemen strategi, maka akan tercipta suatu proses pengambilan keputusan yang mengarah pada pengembangan strategi yang efektif. Bank Wakaf Mikro merupakan lembaga keuangan mikro syariah yang baru didirikan oleh Presiden melalui Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sebagai program pemberdayaan masyarakat sekitar pesantren. Nama Bank Wakaf Mikro hanya merupakan branding untuk menarik minat masyarakat, karena Bank Wakaf Mikro tidak menghimpun dana dari masyarakat melainkan hanya menyalurkan dana saja. Tetapi sesuai dengan hukum, Bank Wakaf Mikro merupakan koperasi jasa dimana kegiatan usahanya bergerak di bidang pembiayaan sesuai pola syariah. Untuk menjalankan program-programnya, Bank Wakaf Mikro membutuhkan strategi terutama dalam pengelolaan dan pendistribusian dana. Penelitian ini ingin ditujukan untuk mengetahui strategi pengelolaan dan distribusi dana di Bank Wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri Yogyakarta tahun 2019.

Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, dokumentasi dan wawancara secara langsung serta didukung dengan sumber-sumber referensi sekunder yang terkait. Teknik analisis datanya menggunakan analisis deskriptif pendekatan SWOT.

Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Bank Wakaf Mikro merupakan salah satu Lembaga Keuangan Mikro Syariah yang melakukan pengelolaan dana dengan cara memberikan pembiayaan mikro tanpa agunan kepada masyarakat melalui Kelompok Usaha Masyarakat Sekitar Pesantren Indonesia (Kumpi) dan sistem tanggung renteng sebagai pola dalam pembiayaan serta pendampingan usaha melalui pembentukan Halaqah Mingguan (Halmi). Dalam pendistribusiannya, Bank Wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri menggunakan akad qardh dan jualah dengan melakukan tahapan-tahapan seperti identifikasi kelompok sasaran, sosialisasi konsep Kumpi, uji kelayakan anggota Kumpi, pra PWK (Pelatihan Wajib Kelompok), PWK (Pelatihan Wajib Kelompok) dan UPK (Uji Pengesahan Kelompok), Halaqah Mingguan (Halmi) atau pencairan dana pertama, pendampingan usaha dan pengawasan, dan terakhir adalah Halaqah Mingguan atau pembayaran cicilan. Kemudian hasil perhitungan analisis SWOT yang menunjukkan skor IFAS dari kekuatan 2,63 dan kelemahan 0,79 sedangkan skor EFAS dari peluang 2,63 dan ancaman 1,13. Dan strategi yang diterapkan adalah strategi SO (*Strength & Opportunity*), yaitu strategi yang berusaha memanfaatkan peluang dengan kekuatan yang dimiliki oleh Bank Wakaf Mikro. Dengan cara memberikan perhatian dan pendampingan lebih terhadap klaster batik sebagai salah satu keunggulan Bank Wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri, mengoptimalkan penggunaan website Bank Wakaf Mikro Almuna untuk membantu memasarkan produk-produk nasabah, dan mengoptimalkan Halmi Akbar untuk pengembangan usaha para nasabah. Dengan Halmi Akbar akan memperkuat ukhuwah antar nasabah dan akan terjalin kerjasama yang baik antar pihak Bank Wakaf Mikro dengan seluruh nasabah Bank Wakaf Mikro.

Penulis menyadari bahwa pembahasan ini masih sangat jauh dari kesempurnaan dan membutuhkan kajian lebih mendalam. Besar harapan semoga penelitian ini bermanfaat bagi peneliti khususnya, para pembaca pada umumnya, dan Bank Wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri untuk menjadi lebih baik lagi, serta berguna bagi peneliti yang ingin mengembangkan penelitian ini.

Kata Kunci : *Strategi, Pengelolaan, Distribusi, Bank Wakaf Mikro*

الملخص العربي

استراتيجية إدارة وتوزيع الأموال في مصرف الأوقاف الصغرى «المنى بركة منديري» يوكياكرتا عام ٢٠١٩

مطمئنة

١٨٠١,٣١٤,٦١٠٢,٧٣

هناك حاجة إلى استراتيجية من قبل مؤسسة لتحقيق الأهداف المتوقعة. مع إدارة الاستراتيجيات، سيتم إنشاء عملية صنع القرار التي تؤدي إلى تطوير استراتيجيات فعالة. مصرف الأوقاف الصغرى هو مؤسسة إسلامية جديدة للتمويل الأصغر أسسها رئيس الجمهورية من خلال هيئة الخدمات المالية (OJK) كبرنامج لتمكين المجتمع حول المعاهد. إن اسم مصرف الأوقاف الصغرى هو مجرد علامة تجارية لجذب المصلحة العامة، لأن مصرف الأوقاف الصغرى لا يجمع الأموال من المجتمع بل توزع الأموال فحسب. ولكن وفقاً للقانون، فإن مصرف الأوقاف الصغرى هو عبارة عن جمعية تعاونية للخدمات حيث تقوم أنشطتها التجارية بالتمويل وفقاً للأتماط الشرعية. لإدارة برامج، يحتاج مصرف الأوقاف الصغرى إلى استراتيجية خاصة في إدارة وتوزيع الأموال. يهدف هذا البحث إلى معرفة استراتيجية إدارة وتوزيع الأموال في مصرف الأوقاف الصغرى المنى بركة منديري عام ٢٠١٩.

منهجية البحث المستخدمة هي طريقة وصفية نوعية. يتم جمع البيانات عن طريق المراقبة والتوثيق والمقابلات وتدعمها المصادر المرجعية الثانوية ذات الصلة. تستخدم طريقة تحليل البيانات تحليلاً وصفيًا لنهج القوة والضعف والفرص والتحديات.

تشير نتائج هذه الدراسة إلى أن مصرف الأوقاف الصغرى هو أحد مؤسسات التمويل الأصغر المتوافقة مع الشريعة الإسلامية التي تقوم بإدارة الأموال من خلال توفير التمويل الأصغر بدون ضمانات للمجتمع من خلال مجموعات المجتمع المعاهد الإندونيسية (Kumpi) ونظام المسؤولية المشتركة كمنظ في التمويل ومساعدة الأعمال من خلال تشكيل الحلقة الأسبوعية. في توزيعه، يستخدم مصرف الأوقاف الصغرى المنى بركة منديري عقد القرض والجعالة ويتم تنفيذه أيضاً من خلال تنفيذ مراحل مثل تحديد المجموعة المستهدفة، ومفهوم مجموعات المجتمع المعاهد الإندونيسية التنشئة الاجتماعية، واختبار الأهلية لعضو مجموعات المجتمع المعاهد الإندونيسية، وقبل التدريب الإلزامي (PWK)، والتدريب الإلزامي (PWK) واختبار المصادقة الجماعية (UPK)، الحلقة الأسبوعية أو أول صرف للأموال، المساعدة والإشراف التجاري، والأخير هو الحلقة الأسبوعية أو الأقساط. ثم تظهر نتائج حساب تحليل نقاط القوة والضعف والفرص والتحديات (SWOT). نقاط IFAS للقوة ٢,٦٣ وللضعف ٠,٧٩، بينما احتمالات EFAS هي الفرص ٢,٦٣ والتحديات ١,١٣. والاستراتيجية المعتمدة هي التزام العوض على النتيجة المقررة القوة والفرصة، وهي استراتيجية تسعى إلى استغلال الفرص بقوة مصرف الأوقاف الصغرى. بطريقة إعطاء المزيد من الاهتمام والمساعدة لمجموعة الباتيك كأحد مزايا مصرف الأوقاف الصغرى المنى. الاستفادة المثلى من استخدام موقع مصرف الأوقاف الصغرى المنى للمساعدة في تسويق منتجات العملاء. تحسين الحلقة الأسبوعية أكبر لتطوير الأعمال للعملاء. مع الحلقة الأسبوعية الأكبر سيعزز الأخوة بين العملاء وسيقام تعاون جيد بين مصرف الأوقاف الصغرى وجميع عملاء مصرف الأوقاف الصغرى.

تدرك الباحثة أن هذه المناقشة لا تزال بعيدة جداً عن الكمال وتتطلب مزيداً من الدراسة. ومن المأمول أن يكون هذا البحث مفيداً للباحثين على وجه الخاص، والقراء بشكل عام، وأن يكون مصرف الأوقاف الصغرى المنى بركة منديري أحسن، ومفيداً للباحثين الذين يرغبون في تطوير هذا البحث.

الكلمات الرئيسية: الاستراتيجية، الإدارة، التوزيع، مصرف الأوقاف الصغرى