

MENINGKATKAN PELAYANAN ANGGOTA KOPERASI SYARIAH BMT BUMI MELALUI PENDEKATAN MANAJEMEN KYC (*KNOW YOUR CUSTOMER*)

Didi Zainuddin

Pascasarjana Program Doktorat Ilmu Ekonomi Universitas Borobudur Jakarta

Program Studi Teknik Industri Universitas Indraprasta PGRI

Email: didiza.gadept@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah dengan melakukan pendekatan manajemen KYC (*Know Your Customer*) dapat meningkatkan pelayanan secara lebih maksimal kepada anggotanya. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif, Dalam meningkatkan pelayanannya, selama ini Koperasi Syariah BMT Bumi menggunakan pendekatan secara Syari' dan pendekatan UUD Perkoperasian yang telah ada, dimana pendekatan dalam mengenal pelanggannya (*customer*), koperasi ini menggunakan konsep syariah dan saling menguntungkan atas dasar hukum secara Islam, sehingga koperasi ini bisa terhindar dari hal-hal yang melanggar UU yang berkaitan dengan pencucian uang serta kejahatan lainnya, dan tetap mengedepankan asas *An'Tarodhin* (saling ridho). Pendekatan hasil pemetaan konsep KYC (*Know Your Customer*) untuk diterapkan pada pelaksanaan kegiatan operasional Koperasi BMT Bumi agar anggota yang telah bergabung dapat merasakan keamanan dalam bertransaksi dan menabung dan juga melakukan upaya mendapatkan pinjaman modal usaha/ kebutuhan harian anggota. Setelah dilakukannya penerapan manajemen KYC ini terlihat juga bahwa pelayanan kepada para anggotanya semakin meningkat secara baik dan sesuai harapan anggota berdasarkan prinsip kebersamaan dan kekeluargaan.

Kata Kunci : Meningkatkan Pelayanan, Manajemen, KYC (*Know Your Customer*)

ABSTRACT

This study aims to determine whether the KYC (Know Your Customer) management approach can improve service more optimally to its members. The research method used is qualitative. In improving its services, all this time the BMT Bumi Syariah Cooperative uses the Syari' approach and the existing Cooperative Constitution approach, where the approach in getting to know its customers (customers), this cooperative uses the concept of sharia and mutual benefit on the basis of Islamic law, so that this cooperative can avoid things that violate laws relating to money laundering and other crimes, and continue to promote the principle of An'Tarodhin (mutual pleasure). The approach of mapping the concept of KYC (Know Your Customer) to be applied to the implementation of the operational activities of the Bumi BMT Cooperative so that members who have joined can feel the security in transactions and savings and also make efforts to obtain business capital loans / daily needs of members. After the implementation of the KYC management, it was also seen that the service to its members had improved and according to the expectations of members based on the principles of togetherness and family.

Keywords: Improving Services, Management, KYC (*Know Your Customer*)

PENDAHULUAN

Pada awal berdirinya, BMT ini hanya berbentuk KSM Syariah (Kelompok Swadaya Masyarakat Berlandaskan Syariah) namun memiliki kinerja layaknya sebuah bank. Diklasifikasikannya BMT ke dalam KSM Syariah saat itu semata-mata hanya untuk menghindari jeratan hukum sebagai bank gelap. Hal ini terkait dengan peraturan Bank Indonesia yang memiliki program PHBK Bank Indonesia (Pola Hubungan kerja sama antara Bank dengan Kelompok Swadaya Masyarakat). Menurut Djoni (2010 : 39) Lembaga keuangan terdiri dari dua jenis, yaitu lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan non

bank, perbedaan keduanya yaitu lembaga keuangan bank boleh dan bisa menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan/ tabungan sedangkan lembaga keuangan non bank tidak bisa menghimpun dana dari masyarakat.

Peran dan fungsi koperasi tersebut sejalan dengan fungsi dan peran *Baitul Maal wa Tamwil (BMT)*. Kesamaan fungsi dan peran koperasi dengan BMT menyebabkan dasar hukum pembentukan BMT berdasarkan acuan UU Koperasi. BMT secara harfiah memiliki arti rumah harta (*baitul maal*) dan sosial (*wa tamwil*) yang dibangun berdasarkan prinsip dan aturan syariah Islam. Selain UU Koperasi, Dasar hukum yang paling utama dan prinsipil BMT adalah Alquran dan Hadist Nabi Muhammad SAW.

Berdasarkan arti BMT secara harfiah tersebut, maka BMT merupakan organisasi yang memiliki tujuan ekonomi dan sosial yang mengacu pada dasar hukum yang sangat prinsipil yaitu Alquran dan Hadist Nabi Muhammad SAW. Itu berarti bahwa kegiatan ekonomi BMT adalah kegiatan pengumpulan dan penyaluran dana dari dan untuk anggota (simpan-pinjam) berdasarkan kesepakatan-kesepakatan yang berprinsip pada aturan Alquran dan Hadist Nabi Muhammad Saw. Kesepakatan-kesepakatan yang lazimnya dijalankan oleh BMT pada umumnya terwujud dalam bentuk produk atau jasa antara organisasi BMT dengan anggota-anggotanya melalui kesepakatan atau akad-akad *murabahah, hiwalah, qordhul hasan* dan *mudharabah*.

Maka dari itu untuk melindungi keberlangsungan usaha BMT ini agar terhindar dari gagal bayar dari anggotanya, BMT BUMi menerapkan KYC (*Know Your Customer*) sebagai landasan untuk pemberian jasa usaha tersebut. Pada prinsipnya *Know Your Customer* (KYC) diterapkan bank dan lembaga usaha lain yang serupa untuk mengetahui identitas nasabah, memantau kegiatan transaksi nasabah termasuk pelaporan transaksi yang mencurigakan dan sudah menjadi kewajiban bank / lembaga untuk menerapkannya. (Sitompul, 2004 :29.) Adapun prinsip mengenal nasabah berarti mengenal nasabah tidak secara harfiah saja tetapi prinsip mengenal nasabah ini menginginkan informasi yang lebih menyeluruh di samping identitas nasabah, yaitu hal yang berkaitan dengan profil dan karakter transaksi nasabah yang dilakukan melalui jasa perbankan/ keuangan.

Prinsip dalam mengenal nasabah (*customer*) pertama kali diatur oleh Peraturan Bank Indonesia (PBI) No. 3/10/PBI/2001 tentang Penerapan Prinsip Mengenal Nasabah (*Know Your Customer Principles*) dan diperbaharui lagi dengan PBI No. 5/21/PBI/2003. Yang dimaksud dengan Prinsip Mengenal Nasabah dalam PBI ini adalah "prinsip yang diterapkan bank untuk mengetahui identitas nasabah, memantau kegiatan transaksi nasabah termasuk pelaporan transaksi yang mencurigakan. Adapun yang dimaksud dengan transaksi yang mencurigakan adalah:

1. transaksi keuangan terdiri dari profil, karakteristik, atau kebiasaan pola transaksi dari nasabah yang bersangkutan;
2. transaksi keuangan oleh nasabah yang patut diduga dilakukan dengan tujuan untuk menghindari pelaporan transaksi yang bersangkutan wajib dilakukan pihak bank sesuai

- dengan ketentuan dalam UU Nomor 15 Tahun 2002 tentang Tindak Pidana Pencucian Uang sebagaimana telah diubah dengan Undang-undang Nomor 25 Tahun 2003; atau
3. transaksi keuangan yang dilakukan atau batal dilakukan dengan menggunakan harta kekayaan yang diduga berasal dari hasil yang kurang jelas atau tindak pidana.” (Pasal 1 butir 2 & 5).

Berdasarkan ketentuan di atas dapat diketahui bahwa melalui penerapan prinsip mengenal nasabah diharapkan bank atau lembaga keuangan lainnya secara dini dapat mengidentifikasi transaksi yang mencurigakan, untuk meminimalisir berbagai risiko, seperti risiko operasional (*operasional risk*), risiko hukum (*legal risk*), risiko terkonsentrasinya transaksi (*concentration risk*), dan risiko reputasi (*reputational risk*). Di samping itu, dengan menerapkan prinsip ini, bank atau lembaga keuangan lainnya diharapkan tidak hanya mengenal nasabah secara harfiah saja, tapi bisa mengenal lebih dalam lagi, tidak hanya mengetahui identitas nasabah tapi juga berkaitan dengan profil dan karakter transaksi nasabah, yang dilakukan melalui jasa perbankan (Nindyo Pramono, 2006: 218-219). Adapun prinsip-prinsip yang ditetapkan perbankan dalam memberikan pelayanannya Prinsip Kepercayaan (*Fiduciary Principle*), Prinsip kehati-hatian (*Prudential Principle*), Prinsip Kerahasiaan (*Confidential Principle*) dan Prinsip Mengenal Nasabah (*Know Your Customer Principle*) (Neni Sri 2010)

Berkaitan dengan pembahasannya di atas, pada tahun 2009, PBI No. 5/21/PBI/2003 tentang Penerapan Mengenal Nasabah (*Know Your Customer Principles*), disempurnakan dengan PBI No. 11/28/PBI/2009 tentang Penerapan Program Anti Pencucian Uang dan Pencegahan Pendanaan Terorisme Bagi Bank Umum, yang diperbahari dengan PBI No. 14/27/PBI/2012. PBI ini mengadopsi rekomendasi yang dikeluarkan oleh *Financial Action Task Force* (FATF) terkait dengan upaya pencegahan tindak pidana pencucian uang serta pencegahan pendanaan terorisme yang menggunakan fasilitas dan produk perbankan. Menariknya, dalam Peraturan ini, pemahaman tentang *know your customer* diubah dengan terminologi *customer due diligence* (CDD). Yang dimaksud dengan CDD adalah ‘kegiatan berupa identifikasi, verifikasi, dan pemantauan yang dilakukan Bank untuk memastikan bahwa transaksi tersebut sesuai dengan profil calon nasabah, WIC (*walk in customer*), atau nasabah.

Disamping terminologi CDD, terdapat juga terminologi *enhanced due diligence* (EDD). EDD adalah ‘tindakan CDD lebih mendalam yang dilakukan Bank pada saat berhubungan dengan calon nasabah, WIC, atau nasabah yang tergolong berisiko tinggi, termasuk *politically exposed person*, terhadap kemungkinan pencucian uang dan pendanaan terorisme.” (Pasal 1 butir 7 & 8).

Berdasarkan pembahasan di atas, penerapan yang dilakukan pada BMT BUMi bagaimana pengelola BMT ini mengetahui profil calon nasabah yang akan menyimpan dananya serta sumber dana yang didapat. Adapun untuk pembiayaan yang diberikan Pihak BMT BUMi akan melihat tujuan, kebutuhan dan kemampuan pembayaran nasabah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif, Menurut Sukmadinata (2009) dasar penelitian kualitatif yaitu konstruktivisme yang menggunakan asumsi bahwa kenyataan itu berdimensi jamak, interaktif dan suatu pertukaran pengalaman sosial yang di bisa interpretasikan oleh setiap individu. Penelitinya percaya bahwa kebenaran adalah dinamis dan dapat ditemukan hanya melalui penelaahan terhadap orang-orang melalui interaksi sosial, seperti wawancara, mengamati suatu keadaandalam penelitian tsb.

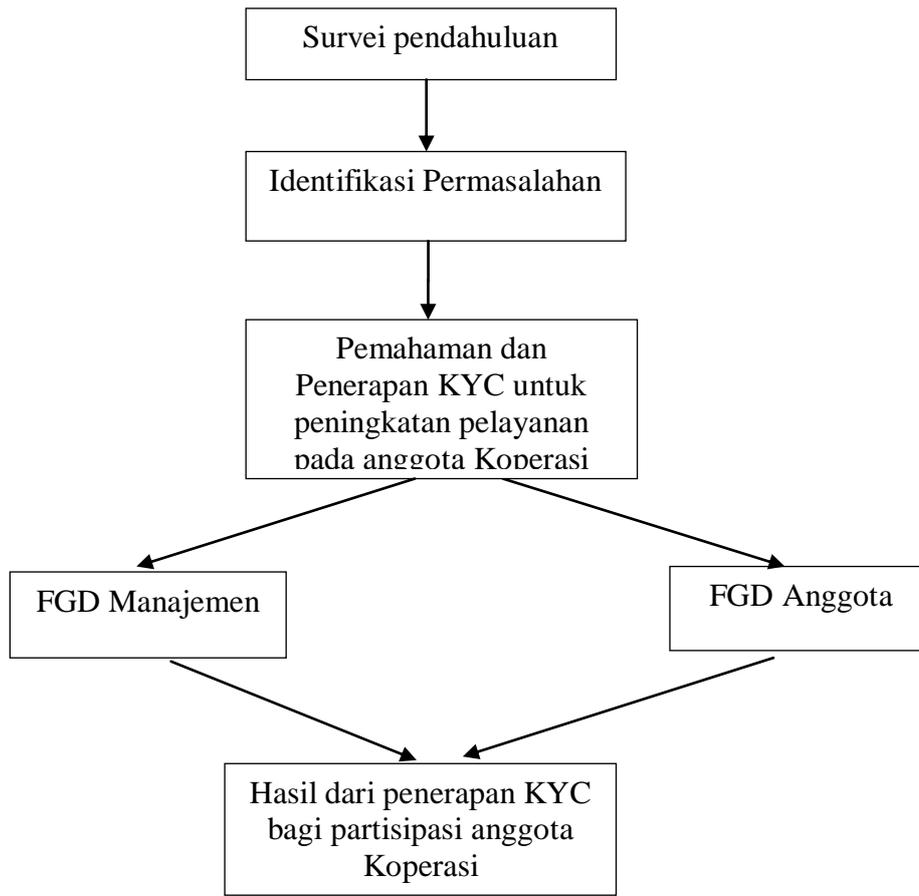
Sugiyono (2011), metode penelitian kualitatif yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat post positivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah dan mengutamakan makna. Makna yang diungkap berkisar pada persepsi orang mengenai peristiwa yang dialami. Akan tetapi penelitian kualitatif ada pada proses bukan pada hasil. Data dan informasi yang diperlukan berkenaan dengan pertanyaan apa, mengapa, dan bagaimana untuk mengungkap proses bukan hasil suatu kegiatan dari objek yang diteliti. Dan pendekatan penelitian menggunakan penelitian Empiris dimana penelitian ini ingin mengungkap fakta yang didapat dilapangan melalui pengamatan dan pengalaman langsung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan Penelitian ini bertempat di Koperasi Syariah BMT Bina Usaha Muhajirin (BMT BUMi) yang beralamat di Jalan Pelangi II Blok 53 Perumahan Pondok Mekarsari Permai, Kelurahan Mekarsari, Kecamatan Cimanggis, Depok, Jawa Barat. Anggota Koperasi Syariah BMT Bina Usaha Muhajirin (BMT BUMi). Pada penelitian ini dilakukan melalui 5 pendekatan dalam penerapan manajemen berbasis KYC (*KNOW YOUR CUSTOMER*) sebagai berikut:

1. Pendekatan survei pendahuluan pada anggota koperasi syariah BMT menggali informasi awal persoalan-persoalan secara umum yang dihadapi oleh Koperasi Syariah BMT umumnya yang terkait dengan anggotanya dalam hal pelayanan kepada anggota.
2. Pendekatan identifikasi masalah kepegawaian Koperasi BMT Bumi dalam melaksanakan pelayanan.
3. Pendekatan dan pemahaman konsep KYC(*KNOW YOUR CUSTOMER*) untuk meningkatkan pelayanan kepada anggota.
4. Pendekatan *Focus Grup Discussion* (FGD) interaktif secara langsung kepada pengelola/ manajemen Koperasi BMT Bumi dan pihak anggota sebagai customer.
5. Pendekatan hasil pemetaan konsep KYC(*KNOW YOUR CUSTOMER*) untuk diterapkan pada pelaksanaan kegiatan operasional Koperasi BMT Bumi.

Dalam hal ini skema penerapannya dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 1. Pendekatan Metode Penerapan penelitian.

Untuk melaksanakan penerapan manajemen konsep KYC (*KNOW YOUR CUSTOMER*) pada Koperasi syariah BMT Bumi, dilakukan survey pendahuluan menggali informasi awal persoalan-persoalan secara umum yang dihadapi oleh Koperasi Syariah BMT umumnya yang terkait dengan anggotanya dalam hal pelayanan kepada anggota.

1. Mengidentifikasi kebutuhan yang diharapkan anggota (*customer*) Koperasi.

No	Kebutuhan Anggota	SKALA		
		Sangat Penting	Sedang	Tidak Terlalu Penting
1.	Mendapat pelayanan kebutuhan konsumsi harian	√		
2.	Mendapat pelayanan modal usaha	√		
3.	Mendapat pelayanan simpanan uang	√		
4.	Mendapat pelayanan melakukan distribusi barang produksi anggota	√		
5.	Mendapat pelayanan Bagi hasil dari simpanan		√	

	dan pinjaman	
6.	Mendapat pelayanan penyuluhan pendidikan berkoperasi	√
7.	Mendapat pelayanan kesempatan yang sama dalam berkontribusi positif bagi perkembangan usaha koperasi/ diri sendiri	√
8.	Mendapat pelayanan menggunakan fasilitas milik koperasi	√

Tabel 1. Data Identifikasi Kebutuhan Anggota Koperasi

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa kebutuhan anggota (*customer*) koperasi sebenarnya dapat dikatakan sangat beragam, ada yang telah optimal dalam memberikan pelayanannya dan ada yang sudah dilaksanakan namun belum optimal. Hal ini mengingat sumber daya koperasi yang masih terbatas. Hal ini dilihat dari sisi anggota (*customer*) nya. Dengan demikian perlu dilakukan penelaahan terhadap sisi manajemen koperasi dalam melakukan pelayanan.

2. Pendekatan Identifikasi masalah kepegawaian Koperasi BMT Bumi dalam melakukan pelayanan kepada anggota (*customer*) dengan cara mewawancarai calon anggota yang akan bergabung dengan menanyakan data pribadi, jumlah penghasilan, sumber penghasilan serta tujuan untuk bergabung menjadi anggota, sehingga koperasi dapat mengidentifikasi calon anggota.
3. Pendekatan dan pemahaman konsep KYC (*KNOW YOUR CUSTOMER*) untuk meningkatkan pelayanan kepada anggota (*customer*) berupa:
 - a. Kecerdasan yang handal dalam pelayanan
 - b. Keahlian materi dan tata kelola customer
 - c. Mampu memberikan informasi-informasi seputar pelayanan yang tersedia
 - d. Penyaringan dan target pelayanan yang diberikan
 - e. Pencarian pengetahuan jati diri sebagai pemberi layanan
 - f. Integrasi pada bidang pekerjaan pelayanan dan manajemen pelayanan
4. Pendekatan *Focus Grup Discussion* (FGD) interaktif secara langsung kepada pengelola/ manajemen Koperasi BMT Bumi dan pihak anggota sebagai *customer*.

Tabel 2. Hasil *Focus Grup Discussion* (FGD) pada manajemen/ pengelola koperasi dan anggota (*customer*) koperasi

Nomor	Kebutuhan Anggota	Grup Manajemen/ Pengelola	Grup Anggota (Customer)
1.	Mendapat pelayanan kebutuhan konsumsi harian	Sudah	Sudah, namun belum lengkap
2.	Mendapat pelayanan modal usaha	Sudah	Sudah
3.	Mendapat pelayanan simpanan uang dan bagi hasilnya	Sudah	Sudah
4.	Mendapat pelayanan melakukan distribusi barang produksi	Sudah, namun belum lengkap	Sudah, namun belum lengkap

5.	anggota Mendapat pelayanan Bagi hasil dari simpanan dan pinjaman	Sudah	Sudah
6.	Mendapat pelayanan penyuluhan pendidikan berkoperasi	Sudah	Sudah, namun belum lengkap
7.	Mendapat pelayanan kesempatan yang sama dalam berkontribusi positif bagi perkembangan usaha koperasi/ diri sendiri	Sudah	Sudah
8.	Mendapat pelayanan menggunakan fasilitas milik koperasi	Sudah	Sudah, namun belum lengkap

5. Pendekatan hasil pemetaan konsep KYC (*Know Your Customer*) untuk diterapkan pada pelaksanaan kegiatan operasional Koperasi BMT Bumi agar anggota yang telah bergabung dapat merasakan keamanan dalam bertransaksi dan menabung dan juga melakukan upaya mendapatkan pinjaman modal usaha/ kebutuhan harian anggota.

SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan diatas, ditarik kesimpulan bahwa dalam aktivitasnya koperasi BMT Bumi menggunakan prinsip *character, collateral, condition, capital, capacity, constrain and cash flow* dalam memberikan pembiayaan kepada anggota serta memperhatikan *person, personality, purpose, prospect, and payment* agar terhindar dari kredit macet yang telah dibiayai BMT. Serta lebih menekankan kepada prinsip pendekatan kekeluargaan kepada anggota (customer) sehingga dengan adanya BMT Bumi ini banyak warga sekitar yang merasa terbantu dalam hal memenuhi kebutuhan hidup anggotanya. Disisi lain penerapan transaksi berbasis syariah pun tetap dilaksanakan sehingga konsep Baitul Maal Wat Tamwiil tetap Bisa diterapkan dalam BMT Bumi ini, dimana anggota yang menggunakan jasa pembiayaan yang ditawarkan oleh BMT Bumi memiliki rasa tanggung jawab dan merasa diuntungkan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Dengan ini penulis mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT atas segala limpahan karunia-Nya yang sangat besar, serta ucapan terimakasih kepada kedua Orang tua, istri dan anak ku tercinta, teman sejawat dan khususnya kepada seluruh staff dan anggota Koperasi Syariah BMT Bumi yang telah mengizinkan penelitian ini berlangsung, serta kepada semua pihak yang terlibat dalam penulisan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Antonio, Muhammad Syafii. (2011). *Bisnis dan Kewirausahaan*. Ensiklopedia Leadership dan Manajemen Muhammad Saw, The Super Leader Super Manager. Tazkia Publishing. Jakarta

- Anonimous. (2010). *Manajemen Usaha Kecil*. Modul 3. Bahan Pelatihan untuk Calon Wirausaha. Direktorat Pembinaan Kursus dan Kelembagaan. Kementerian Pendidikan Nasional. Jakarta.
- Bank Indonesia. (2015). *Profil Bisnis UMKM*. Bank Indonesia Bekerjasama dengan Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia (LPPI), Jakarta.
- Bhanot, Sandeep. (2009). Importance of Soft Skills for an Employee and for The Organization. *Journal of Management*. August 2009. Vol 6 (1) 18-22 College of Management Studies. Mumbai, India.
- Cimatti, Barbara. (2016). Definition, Development, Assesment of Soft Skills and They Role for The Quality of The Organizations and Enterprise. *International Journal for Quality Research* (10).1. Page 97-130. Italy.
- Djoni.s. Gazali dan Rachmadi usman. (2010). *Hukum Perbankan*. Jakarta: Sinar Grafika
- Imaniyati, Neni Sri. (2010). *Pengantar hokum Perbankan Indonesia*, Bandung :Refika Aditama.
- Kemenkopdan UKM.(2014). *Statistik UMKM 2012-2013*. Jakarta.
- Rivai Zainal, Veihzal *et al.* (2017). *Islamic Marketing Management*. Meembangkan Bisnis dengan Hijrah ke Pemasaran Islami Mengikuti Praktik Rasulullah SAW. Penerbit Bumi Aksara. Jakarta
- Syakir Sula, Muhammad dan Kartajaya, Hermawan, (2006). *Syariah Marketing*. Penerbit Mizan. Jakarta.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. (2006). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono.(2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Undang-Undang Koperasi No. 12 Tahun 1992