

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Aktivitas ekonomi merupakan aspek penunjang dalam keberhasilan dan kemajuan masyarakat di semua negara. Sektor keuangan terutama sektor perbankan menjadi salah satu sektor yang dapat mempengaruhi dan memicu adanya pertumbuhan ekonomi suatu daerah. (Supartoyo et al., 2018). Adanya kontribusi dari sektor keuangan dapat dimaksimalkan dengan cara memberikan kesempatan kepada masyarakat serta pelaku usaha seperti Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) untuk bisa memakai atau menjangkau seluas mungkin terhadap layanan jasa keuangan. Masyarakat dapat mengambil manfaat dengan terbukanya akses terhadap jasa keuangan, yaitu dapat meningkatkan penghasilan mereka melalui pembiayaan untuk kegiatan produktif. (Adriani & Wiksuana, 2018)

Pelaku usaha seperti UMKM juga dapat membantu pertumbuhan dan perkembangan perekonomian di Indonesia. Kehadiran UMKM dapat menyumbang sebagian besar lapangan pekerjaan sehingga membantu mengurangi tingkat pengangguran (Syarvina, 2018). Perlunya diadakan pengembangan UMKM terkait untuk melahirkan lingkungan bisnis yang kompeten, meningkatkan kewirausahaan, pengetahuan masyarakat, meningkatkan pendapatan UMKM. (Kurnyasih & Syahbudi, 2023)

Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Kementerian UKM dan BPS (2020) memperlihatkan bahwasanya hanya sekitar 0,01% atau 5.550 unit usaha saja yang masuk di kategori usaha besar, selebihnya 99,9% atau sekitar 64,19 juta unit usaha di Indonesia yaitu UMKM. Selain itu, UMKM turut serta membantu PDB Indonesia sebanyak 60,5% dan tenaga kerja diserap oleh UMKM sebanyak 96.9% serta porsi investasi nasional sebanyak 60% merupakan kontribusi dari UMKM. Oleh sebab itulah, mereka sangat membutuhkan lembaga perbankan syariah untuk modal usaha maupun tabungan hasil usaha. (Kementerian Keuangan, 2022)

Pada saat krisis ekonomi 1998 dan 2008, UMKM lah yang terbukti paling tahan terhadap krisis, disaat usaha besar dan menengah banyak yang gulung tikar (Suci Yuli Rahmini, 2017). UMKM menjadi perumpamaan yang pas dimana walaupun usaha yang memiliki skala kecil hingga menengah namun memiliki pengaruh yang cukup besar yaitu salah satunya dapat menyerap tenaga kerja, berperan dalam mendistribusikan hasil- hasil pembangunan. Namun sebagian dari pelaku UMKM masih ada yang tergolong kedalam *unbankable* yaitu belum mendapatkan atau sulit untuk mengakses perbankan. Pelaku UMKM yang tidak memiliki akses perbankan diperkirakan sekitar 60 - 70%. (Sarwono & Erwin, 2015)

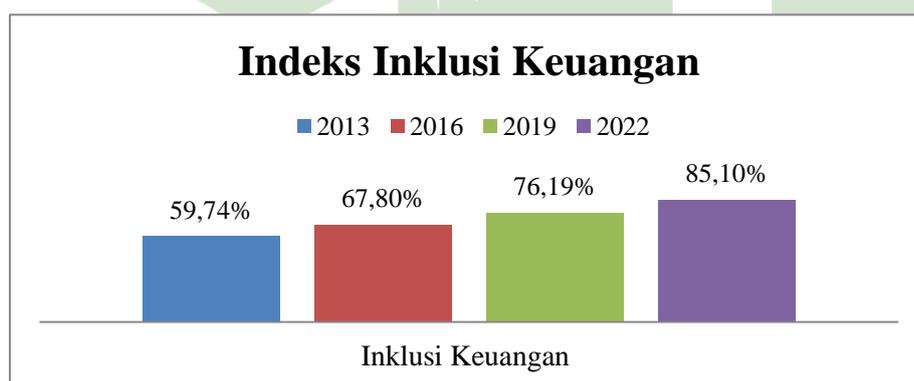
Sebagaimana penelitian sebelumnya yang diteliti oleh (Rosyeni et al., 2022) berjudul “Literasi keuangan dan Inklusi keuangan: Model inklusi keuangan UMKM kerajinan Sulaman di Perdesaan” ditemukan bahwasanya UMKM kerajinan di Sumatera Barat dalam menjalani kegiatan usahanya masih mengalami kesulitan yaitu dalam hal masalah permodalan. Sumber permodalan dari usaha mereka berasal dari dana pribadi maupun keluarga. Padahal para UMKM bisa mengajukan pembiayaan kepada lembaga perbankan syariah. Hal tersebut menandakan bahawa tingkat inklusi keuangan pengelola UMKM masih rendah.

Kasus diatas bisa saja disebabkan oleh pelaku umkm yang kesulitan melakukan pembiayaan dari perbankan, ketidaktahuan serta kesadaran masyarakat masih rendah khususnya masyarakat di kalangan menengah ke bawah yang tinggalnya di pelosok yang tidak terjangkau sehingga susah untuk mendapatkan akses perbankan, terbatasnya distribusi jasa keuangan, menganggap sama seperti konvensional adanya suku bunga sehingga masyarakat takut membayar bunga tinggi, kesenjangan akses masyarakat miskin terhadap layanan perbankan karena mereka merasa tidak punya uang, tidak memenuhi persyaratan administratif, serta faktor lainnya yang mengakibatkan masyarakat tidak mengetahui jasa perbankan syariah. (Sarwono & Erwin, 2015)

Untuk mencegah hal tersebut, pemerintah membuat program inklusi keuangan agar dapat meningkatkan akses masyarakat khususnya pelaku usaha mikro terhadap sektor perbankan. Inklusi keuangan adalah usaha yang dilakukan agar masyarakat dapat mengakses sistem keuangan sehingga dapat memberantas kemiskinan serta mendorong pertumbuhan ekonomi kearah yang lebih baik dan berkualitas. (Yuni & Nasution, 2022).

Berdasarkan Otoritas Jasa Keuangan atau OJK, Keuangan inklusif ialah masyarakat mendapatkan ketersediaan akses lembaga keuangan sehingga dapat merasakan manfaat layanan jasa dan produk keuangan sesuai dengan keinginan, kemampuan dan kebutuhan masyarakat sehingga terwujudnya kesejahteraan. Inklusif keuangan bertujuan agar tidak ada lagi hambatan yang dirasakan oleh masyarakat ketika mengakses lembaga keuangan. (Rodoni et al., 2016)

Setelah krisis pada tahun 2008, keuangan inklusif atau *financial inclusion* mulai menjadi titik sorot publik. Hal tersebut disebabkan karena banyak masyarakat yang berada pada kelompok *bottom of the pyramid* atau dapat dikatakan mempunyai penghasilan dibawah, tinggal di daerah pelosok sehingga kurang pengetahuan tentang lembaga keuangan. Inklusi keuangan sangat dibutuhkan di Indonesia karena sebagai salah satu indikator untuk mendorong pertumbuhan pendapatan. (Bank Indonesia, 2020)



Gambar 1. 1 Grafik Indeks Inklusi Keuangan

Berdasarkan data pada grafik diatas menunjukkan indeks inklusi keuangan di Indonesia telah terjadi peningkatan dari 59,74% di tahun 2013 menjadi 67,80% pada tahun 2016. lalu meningkat lagi pada tahun 2019 sebesar 76,19% , dan 85,10% pada tahun 2023.

Meskipun terus mengalami peningkatan, namun belum juga mencapai target yang dibuat oleh Dewan Nasional Keuangan Inklusif yaitu pada tahun 2024 targer keuangan inklusif di Indonesia sebesar 90%. Hal tersebut menjadi tantangan besar bagi sektor keuangan Indonesia untuk menaikkan dan mendukung keuangan Inklusif agar semakin dikenalnya produk serta layanan jasa bank syariah. (Kementerian Keuangan, 2022)

Oleh karena itu, untuk membantu meningkatkan inklusi keuangan bagi sektor UMKM, keberadaan perbankan syariah menjadi lembaga intermediasi menjalankan aktivitas bisnisnya yaitu mengumpulkan dana dari pihak yang mempunyai kelebihan dana atau surplus dan menyalurkannya dalam bentuk pembiayaan kepada masyarakat yang membutuhkan seperti halnya pelaku UMKM. (Soemitra, 2018)

Berdasarkan Statistik Perbankan Syariah OJK yang berdiri sejak tahun 1992 sampai 2023 perbankan syariah telah mempunyai 13 Bank Umum Syariah (BUS) dengan 1956 jumlah kantor, 20 Unit Usaha Syariah (UUS) dengan 425 kantor serta 173 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) dengan 694 kantor. Pernyataan tersebut menandakan bahwasanya lembaga keuangan syariah terutama sektor perbankan syariah sudah banyak dipercaya oleh masyarakat.

Perbankan syariah memiliki kemampuan untuk membantu menciptakan inklusi keuangan dalam sektor UMKM yaitu melalui pemberian pembiayaan kepada pelaku UMKM (Yanti, 2020). Maka dapat artikan bahwa pembiayaan yang disalurkan oleh bank syariah sangat berarti bagi kegiatan ekonomi dan industri tentunya. Dalam artian perbankan syariah memberikan fasilitas kepada nasabah yang membutuhkan pembiayaan serte mempunyai aturan dan toleransi terhadap keadaan suatu usaha. (Nurbaiti & Muhammad Iqbal Fasa, 2021)

Salah satu lembaga yang melakukan transaksi keuangan yaitu Bank Pembiayaan Rakyat Syariah yang mempunyai tugas yaitu menerapkan prinsip

syariah ketika memberikan pembiayaan kepada masyarakat (Daulay, 2021). Pembiayaan sesuai prinsip syariah yang dimaksud tertera pada UU No 10 Tahun 1998 mengenai perbankan yaitu pembiayaan merupakan penyediaan tagihan atau uang yang dipersamakan dengan itu atas dasar persetujuan antara kedua belah pihak yaitu bank dan pihak lain, yang mana pihak yang diberi pembiayaan wajib mengembalikan tagihannya sesuai waktu yang sudah ditentukan dengan imbalan bagi hasil yang sudah disepakati diawal pembiayaan. (Soemitra, 2018)

BPRS Puduarta Insani Tembung sebagai lembaga keuangan berpotensi dapat membantu pelaku UMKM dengan memberikan jasa penyaluran pembiayaan, yang diharapkan dapat mendorong inklusi keuangan agar lebih meningkat. Adanya Inklusi keuangan dapat membuat produk tabungan serta pembiayaan meningkat sehingga fungsi dari bank sebagai lembaga intermediasi dapat berjalan dengan lancar. (Adriani & Wiksuana, 2018)

Dalam hal menyalurkan pembiayaan, bank juga harus punya strategi yang tepat agar semua bentuk perencanaan yang sudah dibentuk dan disusun dapat berjalan dengan baik sesuai yang diharapkan (Nasution & Syarvina, 2022). Strategi pemasaran dapat dikatakan sebagai salah satu faktor penentu agar kegiatan operasional bank bisa berjalan dengan baik, karena strategi merupakan petunjuk atau arahan yang dapat digunakan oleh bank ketika menjalankan usahanya. (Daulay, 2021) Dengan demikian, BPRS Puduarta Insani Tembung harus mempersiapkan strategi yang tepat dan efektif yang dapat memberikan dampak bagi pelaku UMKM agar mengetahui BPRS dan dapat melakukan pembiayaan kepada BPRS.

Namun ketika peneliti melakukan pra riset di PT BPRS Puduarta Insani Tembung, peneliti menemukan fenomena bahwasanya jumlah pembiayaan yang diberikan oleh BPRS Puduarta Insani mengalami penurunan selama 5 tahun terakhir. Lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 1. 1 Jumlah Pembiayaan yang diberikan BPRS  
Puduarda Insani Tembung Periode 2019-2023**

Tahun	Jumlah Pembiayaan		
	Mudharabah	Murabahah	Ijarah
2019	-	48.368.338.069	18.000.000
2020	200.000.000	43.703.388.204	35.380.000
2021	-	46.857.591.372	37.420.000
2022	-	40.880.259.303	-
2023	-	37.055.432.370	15.000.000

*Sumber : Wawancara BPRS Puaduarda Insani (23 Juli 2024)*

Dapat dilihat dari Tabel 1.1 diatas bahwasanya pembiayaan yang pada PT BPRS Puduarda Insani Tembung menggunakan akad mudharabah hanya ada pada tahun 2020 yaitu sebesar Rp.200.000.000. Pembiayaan menggunakan akad murabahah mengalami penurunan dari tahun 2019 yang berjumlah Rp. 48.368.338.069 menjadi Rp. 43.703.388.204 pada tahun 2020. Kemudian sempat terjadi kenaikan pada tahun 2021 yang berjumlah Rp. 46.857.591.372, lalu mengalami penurunan kembali tahun 2022 yang berjumlah Rp.40.880.259.370 menjadi Rp.37.300.432.370 pada tahun 2023. Sedangkan pembiayaan pada akad ijarah mengalami fluktuasi atau dalam keadaan naik turun yaitu pada tahun 2019 sebesar Rp.18.000.000 naik menjadi Rp. 35.380.000, lalu mengalami kenaikan lagi sebesar Rp. 37.420.000, kemudian mengalami penurunan di tahun 2023 sebesar Rp.15.000.000. Pada tahun 2020 tidak ada pembiayaan menggunakan akad Ijarah.

Berdasarkan tabel 1.1 diatas juga dapat dikatakan bahwa pembiayaan akad murabahah banyak digunakan karena prosesnya lebih mudah daripada pembiayaan menggunakan akad mudharabah dan ijarah, yang mana akad mudharabah dan ijarah seharusnya dipakai pada pembiayaan modal kerja yang dibutuhkan oleh sektor UMKM. Walaupun pembiayaan akad murabahah banyak diminati, tetapi tetap juga mengalami penurunan pembiayaan diikuti dengan pembiayaan akad ijarah mengalami fluktuasi serta pembiayaan akad mudharabah yang hanya ada satu transaksi pada tahun 2020 saja. Permasalahan tersebut disebabkan karena strategi pemasaran yang kurang efektif, padahal pihak BPRS

telah melakukan berbagai promosi seperti memberikan brosur, promosi melalui web dan juga sosial media, sosialisasi kepada masyarakat namun masih juga terbilang kurang efektif.

Selain itu tantangan yang dihadapi oleh PT BPRS Puduarta Insani Tembung sebagaimana wawancara oleh bapak Heri Amri selaku Pegawai Marketing, pak Heri mengatakan “tantangan yang kami hadapi masalah persaingan terberat dengan program pemerintah yaitu produk Kredit Usaha Rakyat dari bank konvensional, lalu adanya pinjaman online ilegal seperti pegadaian yang sedang ramai sekarang jadi masyarakat hanya perlu menggadaikan barangnya tanpa adanya persyaratan yang dibuat”

Penulis akan mengkaji dimana letak kesalahan dalam melakukan perumusan strategi pemasaran agar produk pembiayaan dapat dijangkau oleh sektor mikro sehingga jumlah pembiayaan dapat terus meningkat dan dapat mendukung keuangan inklusif.

Penelitian sebelumnya (Jazul, 2016) (Daulay, 2021) (Firmansyah & Fadilah, 2022), melakukan penelitian strategi pemasaran produk pembiayaan bank syariah menggunakan teknik Analisis SWOT, berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti menggunakan analisis SOAR yang terdiri dari kekuatan dan peluang yang ada pada perusahaan untuk menghasilkan aspirasi dan hasil di masa yang akan datang.

Dari permasalahan diatas, peneliti mencoba menelaah lebih jauh bagaimana strategi pemasaran yang digunakan oleh BPRS Puduarta Insani agar dapat mendukung keuangan inklusif bagi sektor mikro. Sehingga penulis mengangkat judul “**Analisis SOAR Strategi Pemasaran Perbankan Syariah dalam Mendukung Keuangan Inklusif Bagi Sektor Mikro (Studi Kasus BPRS Puduarta Insani Tembung)**”

## **B. Identifikasi Masalah**

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

- 1 Pembiayaan yang disalurkan BPRS mengalami penurunan selama lima tahun terakhir. Penurunan jumlah pembiayaan yang disalurkan oleh BPRS Puduarta

Insani Tembung disebabkan strategi pemasaran yang kurang efektif, padahal pihak BPRS telah melakukan berbagai promosi seperti memberikan brosur, promosi melalui web dan juga sosial media, sosialisasi kepada masyarakat namun masih juga terbilang kurang efektif.

- 2 Sebagian dari pelaku UMKM masih ada yang tergolong *unbankable* yaitu belum tersentuh oleh dunia perbankan yaitu sekitar 60 - 70%
- 3 Indeks inklusi keuangan belum mencapai target yang dibuat oleh Dewan Nasional Keuangan Inklusif yaitu pada tahun 2024 sebesar 90%. Hal tersebut menjadi tantangan besar bagi sektor keuangan Indonesia, terutama BPRS untuk menaikkan dan mendukung keuangan Inklusif agar produk pembiayaan lembaga keuangan syariah semakin dikenal khususnya bagi sektor UMKM.

### **C. Fokus Penelitian**

Untuk menghindari pembahasan masalah penelitian yang terlalu luas dan mengetahui lebih jelas masalah penelitian, maka peneliti menentukan fokus penelitian. Peneliti mengambil bagian terpenting dalam mengkaji strategi pemasaran BPRS dalam menyalurkan pembiayaan kepada UMKM untuk mendukung keuangan inklusif menggunakan Analisis SOAR.

### **D. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana kekuatan, dan peluang yang ada pada perusahaan dapat menghasilkan aspirasi dan hasil dalam menentukan strategi pemasaran pembiayaan BPRS Puduarta Insani Tembung dalam mendukung keuangan inklusif bagi sektor UMKM berdasarkan Analisis SOAR?
2. Bagaimana strategi pemasaran BPRS Puduarta Insani Tembung dalam memberikan pembiayaan kepada UMKM untuk mendukung keuangan inklusif?

### **E. Tujuan Penelitian**

- 1 Menganalisis peluang dan kekuatan yang ada pada perusahaan untuk menghasilkan aspirasi dan hasil dalam menentukan strategi pemasaran pembiayaan BPRS Puduarta Insani Tembung dalam mendukung keuangan inklusif bagi sektor UMKM berdasarkan Analisis SOAR

- 2 Menjelaskan strategi pemasaran yang dilakukan BPRS Puduarta Insani Tembung dalam memberikan pembiayaan kepada umkm untuk mendukung keuangan inklusif bagi sektor mikro

## **F. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi memberikan pemikiran, pengetahuan yang bermanfaat bagi perkembangan perekonomian di Indonesia yang lebih merata dan ke arah yang lebih baik. Lalu juga bisa sebagai acuan di bidang perbankan syariah mengenai aspek kekuatan, peluang, aspirasi dan hasil dari strategi pemasaran dalam mendukung keuangan inklusif bagi sektor mikro, serta bisa bermanfaat untuk peneliti selanjutnya sebagai sumber referensi.

### **2. Manfaat Praktis**

#### **a. Bagi Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan manfaat serta menambah pengetahuan bagi calon sarjana atau akademisi lainnya dalam mendalami perbankan syariah.

#### **b. Bagi Bank Syariah**

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi rujukan bagi peneliti dibidang perbankan syariah khususnya tentang strategi pemasaran perbankan syariah dalam mendukung keuangan inklusif bagi sektor mikro melalui Analisis SOAR