

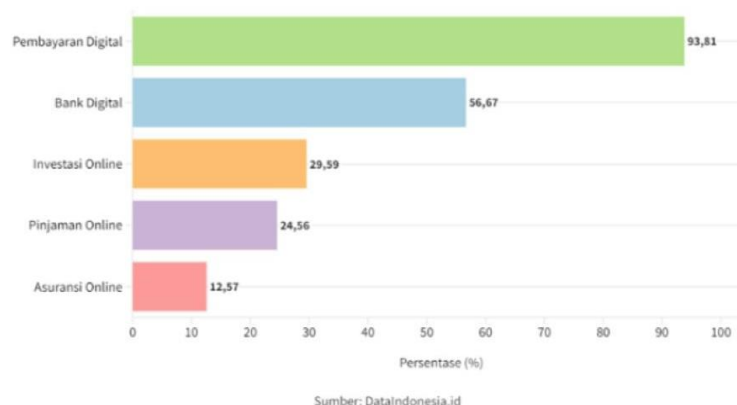
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini start-up fintech di Indonesia terus maju dengan signifikan, menjadi kekuatan utama dalam perubahan industri keuangan secara luas. Perusahaan seperti Temasek dan Google memprediksi ekonomi digital Indonesia akan menjadi yang terbesar di Asia Tenggara. Nilai pasarnya bisa tiga kali lipat dari \$27 miliar pada tahun 2018 menjadi \$100 miliar pada tahun 2025. Dapat dikatakan bahwa start-up fintech memiliki cakupan terbesar untuk pendanaan selain e-commerce. Dan ini terbukti di beberapa perusahaan fintech yang berevolusi menjadi startup unicorn. 362 startup Fintech sekarang terdaftar di Aftech. Awalnya, Fintech hanya beroperasi di dua sektor, *crowdfunding* (*peer to peer lending*) dan pembayaran digital. Kini Fintech berekspansi ke pembiayaan proyek, *crowdfunding* ekuitas, agregator, perencanaan keuangan, dan penilaian kredit inovatif. Menurut data, hingga akhir Q2 2020, dalam empat kategori model bisnis start-up Fintech, pinjaman online paling dominan (44%), diikuti oleh inovasi keuangan digital (24%), diikuti oleh pembayaran digital (17%) dan akhirnya crowdfunding ekuitas (1%) (Soemitra, 2023).

Gambar 1.1 Jenis Fintech Paling Sering Digunakan Masyarakat Indonesia



Sumber: DataIndonesia.id

Perkembangan fintech di Indonesia cukup menggembirakan, khususnya pada *Peer to Peer Lending*. Hingga Desember 2021, tercatat sebanyak 710.000 investor, baik individual maupun institusi, yang berpartisipasi dalam platform ini, dengan penyaluran *Fintech Peer to Peer Lending* yang resmi mencapai angka 270 triliun rupiah (Marginingsih, 2021) .

Kekuatan perkembangan Fintech di Indonesia didukung oleh jumlah penduduk yang besar dan penggunaan ponsel yang tinggi. Selain itu, peluang pengembangan Fintech di Indonesia semakin terbuka dengan meningkatnya jumlah kelas menengah dan tren pembayaran non-tunai. Peningkatan jumlah perusahaan fintech juga signifikan; dari hanya 7% di tahun 2006-2007, angka tersebut melonjak menjadi 78% pada tahun 2017, dengan tercatat sebanyak 135-140 perusahaan. Total nilai transaksi Fintech di Indonesia pada tahun 2017 diperkirakan mencapai Rp 202,77 triliun. Data terbaru menunjukkan bahwa pada tahun 2022, nilai bruto segmen digital payments di Indonesia mencapai sekitar 266 miliar dollar AS (Saraswati & Tisnawati, 2021).

Perkembangan sektor Fintech yang pesat ini didukung oleh regulasi yang dikeluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan, termasuk regulasi Fintech *Peer to Peer* (P2P) pertama pada tahun 2016. Saat ini, Indonesia memiliki lebih dari 300 fintech berlisensi. Terdapat pula empat asosiasi fintech yang berperan sebagai *Self-Regulatory Organizations* (SRO), yaitu Asosiasi P2P (AFPI), Asosiasi *Crowdfunding Sekuritas* (ALUDI), Asosiasi Inovasi Keuangan Digital (AFTECH), serta Asosiasi Fintech Syariah Indonesia (AFSI). Menurut lanskap dan database pada laporan terbaru, fintech syariah di Indonesia menunjukkan pertumbuhan pembiayaan lebih dari 130 persen dari tahun 2020 hingga 2021 (Soemitra, 2023).

Skor *Global Islamic Fintech* (GIFT) Index Indonesia sebesar 61,1 persen pada tahun 2023-2024 menempatkan Indonesia di urutan ketiga, berada di bawah Malaysia dan Arab Saudi. Data juga menunjukkan bahwa saat ini Indonesia memiliki Fintech Syariah terbanyak di dunia pada 2023-

2024. Berdasarkan laporan Salaam Gateway, ada 375 fintech syariah secara global pada 2023. Dari jumlah tersebut, 16,27% atau 61 fintech syariah berasal dari Indonesia (Naqiya, 2024).

Salah satu model bisnis fintech yang menonjol adalah P2P lending, yaitu proses pinjam-meminjam secara langsung berbasis teknologi informasi. Dalam model ini, satu pihak bertindak sebagai pemberi pinjaman sementara pihak lain sebagai penerima pinjaman, yang dipertemukan secara online melalui platform penyelenggara P2P. P2P Syariah merupakan variasi dari P2P lending yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip Islam. Menurut nomenklatur OJK, model ini disebut P2PL Syariah, sedangkan AFSI menyebutnya P2P Syariah tanpa kata "*lending*". Hal ini mengindikasikan bahwa penggunaan kata "*lending*" kurang sesuai untuk P2P Syariah karena kegiatan usahanya lebih diarahkan pada *financing* daripada *lending* (Baihaqi, 2018).

Jumlah fintech syariah yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) lebih sedikit dibandingkan dengan total fintech syariah yang ada karena berbagai faktor. Proses pendaftaran di OJK sangat ketat, dengan persyaratan yang harus dipenuhi oleh fintech, termasuk kepatuhan terhadap regulasi yang berlaku serta prinsip-prinsip syariah. Selain itu, fintech syariah harus memperoleh sertifikasi dari Dewan Syariah Nasional (DSN) atau lembaga terkait lainnya untuk memastikan operasional mereka sesuai dengan prinsip syariah, yang seringkali memerlukan waktu dan penyesuaian pada model bisnis mereka. Beberapa fintech mungkin masih berada dalam tahap pengembangan atau memiliki skala operasional yang kecil, sehingga belum memenuhi syarat untuk pendaftaran. OJK juga mempertimbangkan kelangsungan usaha dan stabilitas finansial fintech tersebut, jika tidak memiliki modal yang cukup atau belum menunjukkan kelangsungan usaha yang stabil, mereka mungkin tidak lolos pendaftaran. Selain itu, transparansi dan tata kelola yang baik menjadi persyaratan penting dalam proses pendaftaran. Faktor-faktor inilah yang menyebabkan hanya sedikit

fintech syariah yang berhasil terdaftar di OJK, meskipun potensinya cukup besar untuk mendukung inklusi keuangan syariah di Indonesia.

Berdasarkan data OJK per 22 April 2022 terdapat 8 Fintech P2PL Syariah yang terdaftar OJK, yakni:

Tabel 1.1 Fintech P2PL Syariah Yang Terdaftar di OJK

No	Nama	Website	Izin/Daftar OJK	Tanggal
1	Investree	https://www.investree.id	KEP-45/D.05/2019	13 Mei 2019
2	Ammana	https://www.ammana.id	KEP-123/D.05/2019	13 Desember 2019
3	Alami	P2p.alamisharia.co.id	KEP-21/D.05/2020	27 Mei 2020
4	Dana	https://www.danasyariah.id	KEP-10/D.05/2021	23 Februari 2021
5	Duha	www.duhasyariah.com	KEP-32/D.05/2021	21 April 2021
6	Qazwa	Qazwa.id	KEP-80/D.05/2021	24 Agustus 2021
7	Papitupi Syariah	www.papitupisyariah.com	KEP-90/D.05/2021	8 September 2021
8	Ethis	Ethis.co.id	KEP-104/D.05/2021	17 September 2021

Sumber: OJK, 2022

Untuk melakukan studi tentang strategi pemasaran terhadap Dana Syariah, pertama-tama melakukan pengamatan awal terhadap delapan fintech syariah yang telah diizinkan oleh Otoritas Jasa Keuangan. Dari delapan fintech syariah tersebut, pengamatan awal hanya difokuskan pada empat di antaranya, yaitu Ammana, Investree, Dana Syariah, dan Duha Syariah. Hal ini disebabkan oleh ketersediaan informasi tentang Tingkat Keberhasilan (TKB) yang tertera pada platform digital mereka, khususnya di situs web. TKB memiliki signifikansi penting karena mencerminkan kemampuan untuk menyelesaikan kewajiban dalam pinjaman antara Pemberi Pinjaman dan Penerima Pinjaman dalam periode waktu hingga 90 hari setelah jatuh tempo. Informasi ini sering disingkat sebagai TKB90 dalam konteks fintech syariah.

Semakin tinggi persentase TKB90 yang tercatat, semakin efektif pelaksanaan transaksi pinjam-meminjam yang dilakukan oleh fintech syariah terkait. Publikasi TKB90 diperlukan untuk mematuhi prinsip transparansi sebagaimana diatur dalam Pasal 29 A dari Peraturan OJK Nomor 77/POJK.01/2016 mengenai Layanan Pinjam-Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi.

TKB90 menjadi parameter utama dalam menilai kinerja fintech syariah tersebut. Tanpa informasi tentang TKB90, investor (pemberi pinjaman) mungkin merasa ragu terhadap kemampuan perusahaan dalam memfasilitasi penyelesaian kewajiban pinjam-meminjam. Investor juga dapat menggunakan informasi TKB90 untuk mengestimasi tingkat pengembalian yang mereka dapatkan saat mendanai pinjaman kepada peminjam. Dalam pengamatan awal, Ethis, Papitupi Syariah, dan Alami tidak mencantumkan kewajiban ini seperti yang diminta oleh Otoritas Jasa Keuangan di situs web mereka, yaitu ethis.co.id, papitusyariah.com, dan alamisharia.co.id.

Selain tidak menyediakan informasi tentang TKB90, Papitupi Syariah juga tidak memiliki blog, yang mana biasanya berfungsi sebagai saluran untuk mendapatkan informasi dan memahami kinerja perusahaan.

Hanya Ethis dan Alami yang memiliki blog, yang dapat diakses melalui ethis.co.id dan alamisharia.co.id. Meskipun Papitupi Syariah telah berdiri sejak 2019, kegiatan perusahaannya tidak dapat diamati seperti yang terjadi pada empat fintech syariah yang diamati. Meskipun halaman informasi di situs web Papitupi Syariah mencantumkan bagian kegiatan, namun tidak ada postingan yang tersedia.

Sementara itu, fintech syariah lainnya, yaitu Qazwa, juga tidak dapat diamati. Situs web mereka (qazwa.id) tidak aktif dan informasi di dalamnya tidak diperbarui. Observasi juga dilakukan dengan mengunjungi situs web resmi semua fintech syariah di Indonesia, yaitu fintechsyariah.id, untuk mencari sumber informasi tentang Qazwa. Namun, di situs tersebut, nama CEO Qazwa tercantum sebagai Brithama Arghandhi, yang berbeda dengan yang tercantum di media online. Pada Republika.com, nama CEO Qazwa tercantum sebagai Dikry Paren.

Duha Syariah memiliki situs web dan menampilkan informasi TKB90. Namun, informasi lain tentang CEO, aktivitas, dan penghargaan tidak tersedia di situs web mereka atau di media digital lainnya, termasuk media sosial. Saat dihubungi melalui nomor WhatsApp (WA) dan email yang tercantum di situs web, respons yang diterima hanya dari admin yang menyatakan bahwa mereka tidak dapat memenuhi permintaan penelitian saat ini. Jawaban serupa juga diberikan oleh Ika Astiza Putri (Customer Service PT. Duha Madani Syariah) melalui email. Dengan demikian, dari observasi terhadap delapan fintech syariah yang resmi berizin di Indonesia, observasi selanjutnya hanya dilakukan pada tiga fintech syariah, yaitu Ammana, Investree, dan Dana Syariah.

Tabel 1.2 Fokus dan Tingkat Keberhasilan Tiga Fintech Syariah

	CEO	Berdiri	Fokus	Pencapaian	TKB90
Ammana	Lutfi Adhian	2017	UMKM	Fintech Syariah Terbaik	97,58%

	CEO	Berdiri	Fokus	Pencapaian	TKB90
				2020 di Anugerah Syariah Republika (ASR)	
Investree	Andrian A.G	2015	UMKM	Fintech Syariah Terbaik 2021 di ASR	97,87%
Dana Syariah Indonesia	Taufuq Aljufri	2017	Property	Fintech Syariah Terefisien di ASR 2021; Fintech Syariah Terinovatif di ASR 2020	99,98%

Sumber : Observasi Awal, 2024

Observasi pada tiga fintech syariah pertama dilakukan secara menyeluruh, termasuk tahun berdiri, Chief Executive Officer (CEO), fokus bisnis, penghargaan, dan tentu saja TKB90. Dalam hal fokus bisnis, terlihat bahwa sektor Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) menjadi fokus kedua fintech syariah, yaitu Ammana dan Investree. Bagi kedua fintech syariah ini, UMKM dianggap sebagai segmen yang menjanjikan. Ammana dan Investree berfokus pada pendanaan bagi para pelaku UMKM. Selama masa Pandemi Covid-19, fintech syariah yang bergerak di sektor UMKM ini

mengalami pertumbuhan yang signifikan. Pada tahun 2020, transaksi fintech syariah di sektor UMKM mencapai US\$ 2,9 miliar (Ardianto, 2020), menandakan pertumbuhan pembiayaan yang berlipat ganda.

Meskipun terjadi pertumbuhan yang baik dalam pembiayaan sektor UMKM, penyelesaian kewajiban pinjam-meminjam antara Penerima Pinjaman dan Pemberi Pinjaman dalam jangka waktu hingga 90 hari terhitung sejak jatuh tempo, masih menunjukkan tingkat keberhasilan yang rendah.

Dana Syariah membedakan dirinya dari Ammana dan Investree dalam fokus bisnisnya. Dana Syariah memusatkan pembiayaannya pada sektor properti. Meskipun beroperasi di sektor properti, Dana Syariah juga mengalami pertumbuhan pembiayaan yang signifikan, bahkan meningkat hingga 300% (CNBC Indonesia, 2021), sebagaimana yang dialami oleh Ammana dan Investree. Dana Syariah telah menunjukkan kinerja yang kuat dalam menjaga penyelesaian kewajiban pinjam-meminjam antara Penerima Pinjaman dan Pemberi Pinjaman dalam jangka waktu hingga 90 hari terhitung sejak jatuh tempo, dengan tujuan untuk mencegah terjadinya kredit macet. Oleh karena itu, TKB90 yang dimiliki oleh Dana Syariah jauh lebih tinggi dibandingkan dengan kedua fintech syariah yang diamati sebelumnya.

Pemilihan PT. Dana Syariah Indonesia sebagai objek penelitian juga didasari oleh fokusnya yang terkait dengan bidang properti. Bidang properti ini dipilih karena kemampuannya untuk menjelaskan kepada masyarakat bahwa aset properti memiliki karakteristik yang stabil dan nilai yang terus meningkat, yang secara alamiah memberikan keyakinan kepada para pelaku pasar. Selain itu, pemilihan ini juga didorong oleh permasalahan yang muncul dalam pengadaan rumah bagi masyarakat Indonesia.

Data dari Perbankan Indonesia dan Kementerian PUPR bidang perumahan menunjukkan bahwa angka backlog dalam pengadaan rumah cukup stabil. Backlog ini merujuk pada kebutuhan masyarakat akan rumah yang belum terpenuhi, di mana permintaannya melampaui ketersediaan, dan

hal ini menjadi tantangan bagi pengembang dan lembaga pembiayaan. Menurut data Kementerian PUPR pada awal 2021, terdapat 11 juta rumah tangga di Indonesia yang masih belum memiliki rumah layak huni. Angka tersebut terdiri dari 7,6 juta backlog kepemilikan rumah dan 2,3 juta rumah tidak layak huni (Informasi Statistik Infrastruktur PUPR, 2021).

Penyebab dari kondisi ini bervariasi, termasuk kesulitan pengembang dalam memperoleh lahan, kendala dalam memperoleh modal, serta tantangan dalam pemasaran. Selain itu, terdapat kekhawatiran yang berkembang di industri perumahan terkait dengan berbagai faktor.

Salah satu tantangan utama yang sering dihadapi oleh konsumen dalam konteks kepemilikan properti adalah besarnya biaya yang terlibat. Pembelian rumah membutuhkan komitmen finansial yang signifikan. Kebutuhan rumah sebagai aset yang penting sering kali dikontraskan dengan harganya yang tinggi, mengharuskan para calon pembeli untuk mengakumulasi dana dalam periode waktu yang lama. Namun, keterbatasan waktu serta kebutuhan mendesak akan kepemilikan rumah seringkali membuat proses akumulasi dana menjadi tidak memadai. Sebagai hasilnya, solusi jangka pendek yang dapat menghasilkan dana tambahan menjadi suatu kebutuhan yang mendesak (Terate Sari et al., 2022).

Dalam rangka mendapatkan dana tambahan, akses ke lembaga keuangan menjadi penting. Bank dan perusahaan multifinance menyediakan berbagai produk, termasuk Kredit Pemilikan Rumah (KPR), untuk memfasilitasi kepemilikan properti. Namun, kendala muncul ketika sebagian konsumen dianggap tidak memenuhi syarat kelayakan oleh lembaga keuangan. Contohnya adalah para pekerja yang tidak memiliki pendapatan yang stabil setiap bulan, seperti pedagang atau profesional dengan pembayaran yang tidak tetap. Selain itu, pekerjaan dengan risiko tinggi seperti pertambangan atau pelayaran, meskipun memiliki pendapatan bulanan yang teratur, seringkali mendapat penolakan dari lembaga keuangan karena dianggap berisiko tinggi.

Demikian pula, profesi tertentu seperti pramugari juga sering mengalami kesulitan dalam mendapatkan persetujuan kredit karena dianggap memiliki risiko yang lebih tinggi oleh lembaga keuangan. Mengantisipasi permasalahan ini, pemerintah melalui Otoritas Jasa Keuangan telah memulai inisiatif untuk memperkenalkan segmen baru dalam industri keuangan, dikenal sebagai fintech (financial technology). Fintech menawarkan solusi inovatif, salah satunya adalah *layanan peer-to-peer finance*.

Dengan potensinya yang cukup besar dalam mengubah lanskap keuangan global, PT. Dana Syariah Indonesia memiliki peran penting dalam pemberdayaan ekonomi umat. Perusahaan ini dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat dengan memperkenalkan produk dan layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah. Namun, untuk memaksimalkan potensi tersebut, PT. Dana Syariah Indonesia dihadapkan pada sejumlah permasalahan.

Salah satu masalah utama yang masih menjadi kendala dalam pengembangan PT. Dana Syariah Indonesia adalah membangun kepercayaan dan kredibilitas di antara masyarakat. Ini menjadi masalah utama karena keberhasilan fintech syariah sangat bergantung pada kepercayaan konsumen terhadap platform dan layanannya. Kendala utama bagi lembaga keuangan dalam membangun kepercayaan dan kredibilitas masyarakat adalah reputasi, transparansi, keamanan, kualitas layanan, kepatuhan regulasi, integritas bisnis, dan kemampuan dalam mengatasi krisis. Reputasi yang baik, transparansi dalam operasional, keamanan data, layanan berkualitas, serta kepatuhan terhadap regulasi merupakan faktor utama dalam membangun kepercayaan. Integritas bisnis dan kemampuan dalam menghadapi tantangan eksternal juga penting untuk mempertahankan kepercayaan masyarakat (Amarullah, 2021).

Keterbatasan akses kepada sumber dana produktif menjadi kendala dalam pemberdayaan fintech syariah secara cepat dan berkesinambungan. Fintech syariah seringkali bergantung pada sumber dana yang cukup untuk

mendukung operasinya, terutama untuk menyediakan pembiayaan kepada para pelaku usaha. Jika akses kepada sumber dana produktif terbatas, maka fintech syariah akan kesulitan dalam memenuhi permintaan pembiayaan dari masyarakat, yang pada gilirannya dapat menghambat pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis fintech syariah (Soemitra, 2023).

Selain permodalan dan kepercayaan, fintech syariah juga dihadapkan pada tantangan dalam hal kualitas sumber daya manusia (SDM). SDM dianggap sebagai aset terpenting yang memegang peran kunci dalam mendukung pengembangan fintech syariah yang berdaya saing dan berkualitas tinggi. Namun, kualitas SDM dalam industri fintech syariah masih dinilai rendah, yang tercermin dari minimnya pengembangan kewirausahaan dan rendahnya tingkat produktivitas serta daya saing fintech syariah (Hiyanti et al., 2020).

Menurut data yang disampaikan oleh Kementerian Keuangan, Sri Mulyani mengungkapkan bahwa setiap tahun terdapat sekitar 40.000 lulusan dari program pendidikan ekonomi dan keuangan syariah. Meskipun jumlah lulusan ini sangat besar, namun terdapat permasalahan ketidaksesuaian antara kebutuhan pasar dan sumber daya manusia yang dihasilkan. Sri Mulyani menyatakan bahwa 90 persen tenaga kerja di sektor keuangan syariah bukan berasal dari lulusan program studi ekonomi Islam dan keuangan syariah, melainkan dari program studi lainnya. Hal ini disebabkan oleh kurangnya kompetensi teknis yang dimiliki oleh para lulusan tersebut, yang dibutuhkan oleh industri. Dari sudut pandang dunia usaha, lebih mudah dan ekonomis untuk memanfaatkan tenaga kerja yang sudah ada dan memberikan pelatihan tambahan mengenai ekonomi syariah. Selain itu, banyak tenaga kerja yang direkrut berasal dari lembaga keuangan konvensional karena mereka memiliki pemahaman industri, pemahaman konsumen, dan pengalaman yang memadai (Prabu Prakoso, 2020).

Pada aspek sumber daya, rendahnya tingkat inklusi keuangan syariah adalah disebabkan minimnya tingkat literasi keuangan syariah di masyarakat Indonesia. Banyak masyarakat yang belum memahami prinsip-

prinsip keuangan syariah dan bagaimana fintech syariah beroperasi. Permasalahan yang biasa disebutkan antara lain karena tidak tahu prosedur, prosedur sulit, tidak ada agunan, modal awal tinggi, tidak berminat, dan proposal untuk memperoleh pinjaman ditolak (Hiyanti et al., 2020). Karena akses peminjam kepada lembaga masih kurang, sebagian mereka menggunakan kredit informal sebagai model usaha. Kredit informal didapat dari keluarga, teman, atau rentenir. Masyarakat cenderung lebih nyaman meminjam uang dari sumber informal daripada dari bank atau lembaga karena keakraban antara peminjam dengan pemilik capital sudah dibangun sejak lama. Hal ini menghambat adopsi layanan fintech syariah karena ketidakpercayaan atau ketidakpahaman.

Meskipun pangsa pasar keuangan syariah telah mengalami peningkatan, masih terdapat kesenjangan yang signifikan dengan pangsa pasar keuangan konvensional (Kementerian Komunikasi dan Informatika RI, 2022). Menurut Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2022, indeks literasi keuangan konvensional sebesar 65,08% dan inklusi keuangan mencapai 73,5%. Sementara untuk indeks literasi keuangan syariah sebesar 39,11% dan indeks inklusi keuangan syariah sebesar 12,88%(OJK, 2023). Hal tersebut menunjukkan bahwa banyak individu yang sudah mengetahui layanan fintech hanya saja masih membutuhkan lebih banyak informasi valid untuk bisa mengaksesnya dengan aman. Kesenjangan ini juga memperlihatkan tingginya risiko terkait dengan pinjaman online ilegal yang merugikan banyak masyarakat.

Selain itu, program kriteria dan persyaratan infrastruktur penunjang juga menjadi kendala dalam pengembangan fintech syariah ke masyarakat. Keharusan memiliki Dewan Pengawas Syariah bagi setiap perusahaan fintech syariah memberatkan beberapa pihak yang ingin mendirikan karena membutuhkan biaya yang besar. Hal ini menjadi tantangan terutama bagi startup yang umumnya belum memiliki modal yang cukup besar. Oleh karena itu, Ronald mendorong pemerintah untuk memfasilitasi perkembangan fintech di Indonesia, terutama yang berbasis syariah. Salah

satu alternatif yang diajukan adalah memungkinkan satu orang Dewan Pengawas untuk mengawasi beberapa fintech syariah, sehingga mereka dapat memenuhi infrastruktur yang sesuai dengan regulasi Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Masalah selanjutnya adalah tentang kebijakan yang belum mencakup keamanan nasabah. Keamanan nasabah mencakup berbagai aspek, termasuk tetapi tidak terbatas pada, perlindungan data pribadi, keamanan transaksi, dan respons yang cepat terhadap potensi ancaman keamanan. Kebijakan yang belum menyeluruh dalam mencakup aspek-aspek tersebut dapat meninggalkan celah bagi potensi kebocoran data, penyalahgunaan informasi pribadi, atau serangan siber lainnya yang dapat membahayakan kepentingan nasabah serta merusak reputasi perusahaan (Palinggi & Allolinggi, 2020).

Menurut informasi yang dirilis oleh perusahaan keamanan siber Surfshark, terdapat 1,04 juta akun yang mengalami pelanggaran data pengguna di Indonesia pada kuartal kedua tahun 2022. Jumlah tersebut mengalami peningkatan sebesar 143% dibandingkan dengan kuartal sebelumnya, yang mencatatkan sebanyak 430,1 ribu akun. Surfshark juga mencatatkan bahwa selama periode Januari hingga Maret 2022, terdapat tiga akun yang mengalami kebocoran data setiap menitnya di Indonesia. Angka ini meningkat menjadi delapan akun per menit pada periode April hingga Juni 2022 (Surfshark, 2022).

Oleh karena itu, pengembangan kebijakan yang komprehensif dalam menjaga keamanan nasabah menjadi suatu kebutuhan yang mendesak bagi perusahaan dalam menghadapi kompleksitas dan dinamika lingkungan bisnis saat ini, terutama dalam era digitalisasi di mana ancaman terhadap keamanan data semakin meningkat.

Religiusitas adalah faktor pendorong utama dalam memahami pemasaran Islam. Pemasaran Islam merupakan konsep lama tetapi baru diperkenalkan dan dikembangkan akhir-akhir ini. Dengan adanya kerangka halal dan haram dalam konsep pemasaran Islam, kebijakan yang dibuat oleh

suatu perusahaan akan menghasilkan output atau produk yang dapat memuaskan pelanggan (Rafiki, 2021).

Sejumlah studi menunjukkan pentingnya religiusitas dalam kegiatan ekonomi. Kegiatan ekonomi yang sering melibatkan kalangan profesional tanpa memperhatikan nilai-nilai religius kerap dianggap sebagai penyebab kerusakan berbagai tatanan kehidupan dalam masyarakat. Hussnain misalnya melakukan penelitian tentang hubungan religiusitas dan pemasaran di Pakistan, menemukan bagaimana religiusitas mampu memaksimalkan nilai stakeholder dan kesejahteraan masyarakat dengan menerapkan strategi dan pengembangan yang di atur oleh Al-Qur'an dan Sunnah (Hussnain, 2011). Hal yang sama juga yang ditemukan oleh Putri Catur yang menjelaskan bahwa aspek religiusitas berpengaruh pada minat penggunaan *fintech syariah* untuk kegiatan donasi dan masyarakat (Lestari, 2022). Hal yang sama juga dilakukan oleh Ahmad Rafiki dimana pengusaha mikro yang memiliki religiusitas tinggi umumnya lebih sejahtera dibandingkan dengan pengusaha mikro dengan religiusitas rendah (Rafiki, 2021).

Pendidikan tentang literasi keuangan syariah, religiusitas, strategi pemasaran Islami yang baik merupakan salah satu indikator keberhasilan dalam kemajuan perkembangan fintech berbasis syariah secara efektif, efisien dan keseluruhan. Hal tersebut, secara psikologis, akan melahirkan energi yang dapat mendorong dan menggerakkan kerja-kerja produktif untuk mencapai kemajuan di masa depan. Memperkuat pendidikan dan mental spiritual SDM serta menyusun strategi pemasaran Islami yang baik berarti memperkuat kontribusi, kemampuan dalam menopang bisnis yang dijalankan. Hal ini sangat penting mengingat dalam bisnis, seberapa canggihnya teknologi yang digunakan, seberapa banyaknya sumber dana yang ada serta tanpa adanya sumber daya yang mendukung maka bisnis atau perusahaan tidak akan ada artinya.

Kehadiran PT. Dana Syariah Indonesia, diharapkan memberi arah baru dalam pengembangan ekonomi Islam umumnya dan masyarakat awam

secara khusus. Hal ini dikarenakan fintech dan syariah secara teoritis sangat berbeda dengan fintech konvensional. Fintech dana syariah sesuai dengan namanya mengedepankan prinsip-prinsip syariah dalam operasionalnya, diantaranya menggunakan bagi hasil yaitu sebuah bentuk pengembalian dari kontrak investasi, berdasarkan suatu periode tertentu dengan karakteristik yang tidak tetap dan tidak pasti besar kecilnya perolehan tersebut. Karena perolehan itu sendiri bergantung pada hasil usaha yang telah terjadi. Fintech Dana Syariah pada umumnya mengaplikasikannya dengan sistem *profit sharing* maupun *revenue sharing*. Penerapan prinsip ini akan mampu membantu pendana maupun penerima pendanaan selama ini tidak mau mengambil kredit ke fintech konvensional karena suku bunga yang tinggi.

Selain bebas dari bunga, operasional Dana Syariah menekankan prinsip-prinsip syariah yang mencerminkan semangat religius dan merupakan bentuk pengamalan agama bagi para penganutnya. Secara ideologis, Islam mengatur segala aspek kehidupan manusia, termasuk dalam kegiatan ekonomi, dengan menekankan bahwa usaha yang dilakukan harus halal, bebas dari unsur ketidakpastian (*gharar*), perjudian (*maysir*), bunga (*riba*), dan bahwa tujuan menjalankan usaha atau kegiatan ekonomi tidak hanya untuk mencari keuntungan, tetapi juga untuk memperoleh keridhaan Allah. Selain itu, ada keyakinan bahwa semua perbuatan dan usaha manusia diawasi oleh Allah Swt dan akan dipertanggungjawabkan pada Hari Akhir.

Dengan pandangan ini, memilih dana syariah sebagai sarana untuk memperoleh pembiayaan bagi usaha yang dikembangkan tidak hanya dimaksudkan untuk mengembangkan usaha tetapi juga sebagai bentuk ketaatan kepada Allah dalam melaksanakan kegiatan ekonomi sesuai dengan panduan-Nya. Pemahaman dan pengamalan ekonomi syariah ini, dalam tataran pengalaman, menimbulkan rasa tenteram dalam hati dan perasaan bahagia karena menjadikan Allah Swt sebagai tujuan dalam berbagai kegiatan kehidupan, termasuk kegiatan ekonomi, seperti mengaplikasikan prinsip-prinsip syariah dalam pembiayaan dan pengembangan usaha.

Selain menerapkan sistem bagi hasil dan pengamalan ajaran agama, prinsip syariah lainnya dalam operasional Dana Syariah adalah bahwa semua penyaluran pembiayaan harus didasarkan pada aktivitas ekonomi nyata. Contohnya meliputi transaksi jual beli dan pembelian barang modal melalui skema murabahah, kerjasama dalam pengembangan usaha melalui mekanisme mudharabah dan musyarakah, penyewaan peralatan yang diperlukan untuk pengembangan usaha (*ijarah*), serta pemberian bantuan tanpa bunga (*qardhul hasan*).

Berbagai tantangan dan peluang telah diuraikan. Menarik untuk diteliti lebih lanjut apakah PT. Dana Syariah mampu menjalankan fungsinya terhadap perekonomian masyarakat. Mampukah Dana Syariah Indonesia meningkatkan inklusi keuangan syariah. Untuk menjawab pertanyaan ini, penelitian ini akan menganalisis beberapa aspek kunci, termasuk efektivitas operasional Dana Syariah dalam menjalankan kegiatan sehari-hari sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dan dampaknya pada perekonomian serta kesejahteraan masyarakat. Studi ini juga akan menyelidiki tingkat penerimaan dan kepercayaan masyarakat terhadap produk dan layanan yang ditawarkan oleh Dana Syariah Indonesia, serta faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat untuk menggunakan layanan keuangan syariah.

Selain itu, penelitian akan mengeksplorasi upaya Dana Syariah dalam meningkatkan literasi dan inklusi keuangan syariah di kalangan masyarakat melalui program edukasi dan sosialisasi, serta menilai dampak sosial dan ekonomi yang dihasilkan dari operasionalnya, seperti peningkatan akses ke layanan keuangan, penciptaan lapangan kerja, dan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi lokal.

Akhirnya, berbagai tantangan yang dihadapi oleh Dana Syariah Indonesia, termasuk regulasi, persaingan dengan lembaga keuangan konvensional, dan kesadaran masyarakat, akan dianalisis. Metode penelitian yang digunakan mencakup studi kasus, wawancara dengan pihak terkait, dan analisis data sekunder dari laporan keuangan dan dokumen resmi

lainnya. Dengan pendekatan ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai strategi pemasaran PT. Dana Syariah dalam meningkatkan inklusi keuangan syariah masyarakat.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, masalah pokok penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran Fintech Syariah di PT. Dana Syariah Indonesia dalam meningkatkan inklusi keuangan syariah?
2. Bagaimana keadaan lingkungan internal dan eksternal di PT. Dana Syariah Indonesia dalam meningkatkan inklusi keuangan syariah saat sekarang ini?
3. Bagaimana penerapan strategi pemasaran Fintech Syariah PT. Dana Syariah Indonesia dalam meningkatkan inklusi keuangan syariah di masa mendatang berdasarkan analisis SWOT?
4. Apa saja strategi pemasaran prioritas yang perlu dilakukan dalam rangka meningkatkan inklusi keuangan syariah masyarakat?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk :

1. Mengetahui efektivitas strategi pemasaran yang digunakan oleh PT. Dana Syariah Indonesia dalam meningkatkan inklusi literasi keuangan syariah.
2. Menyajikan keadaan lingkungan internal dan eksternal PT. Dana Syariah Indonesia dalam meningkatkan inklusi keuangan syariah saat ini.
3. Mengetahui strategi pemasaran PT. Dana Syariah Indonesia dalam meningkatkan inklusi keuangan syariah di masa mendatang berdasarkan analisis SWOT.

4. Memberikan usulan alternatif strategi pemasaran prioritas dalam meningkatkan inklusi keuangan syariah

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat signifikan baik secara teoritis maupun praktis. Berikut adalah beberapa kontribusi yang diharapkan:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini akan memberikan kontribusi penting bagi pengembangan teori pemasaran keuangan syariah dengan memperdalam pemahaman tentang aplikasi strategi pemasaran dalam konteks P2P Lending Syariah.

2. Secara Praktis:

Selain itu, penelitian ini juga akan memberikan wawasan praktis bagi PT. Dana Syariah Indonesia dalam meningkatkan efektivitas strategi pemasaran P2P Lending Syariah untuk mendukung literasi dan inklusi keuangan syariah di masyarakat.