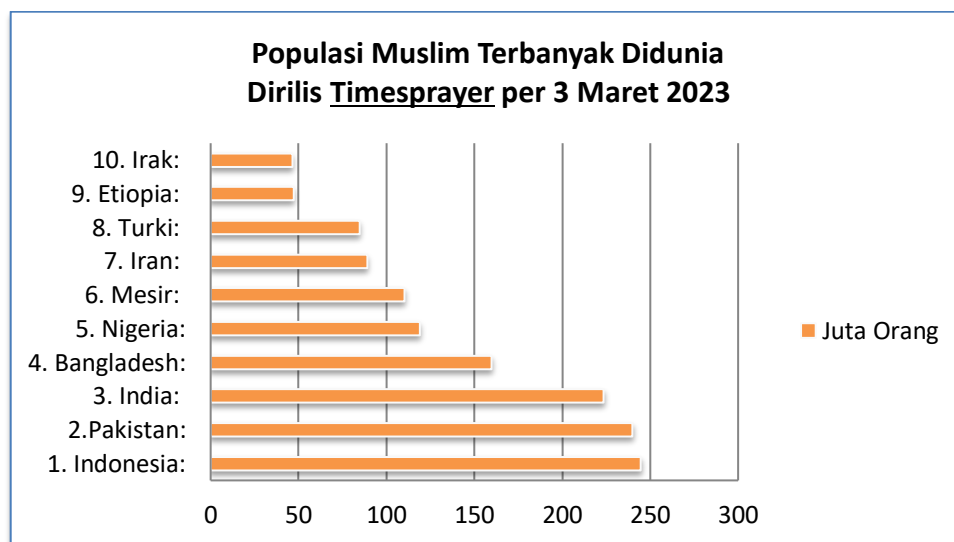


BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sebagai negara muslim terbesar di dunia, Indonesia belum memainkan perannya yang proposional sebagai pemain (produsen) aktif di pasar ekonomi dan keuangan syariah global (Firdausy, C. M. , 2021).



Gambar 1.1
Grafik Populasi Muslim Terbanyak Didunia 2025

The State of the Global Islamic Economy Report 2018/2019 menunjukkan bahwa dari 15 negara besar yang disurvei untuk mengukur total pencapaian perekonomian ekonomi syariah secara global. Indonesia hanya menduduki peringkat ke-10 (sepuluh), selanjutnya pada tahun 2020/2021 menunjukkan peningkatan Indonesia berhasil naik 6 posisi menjadi peringkat 4 dunia. Secara keseluruhan, posisi Indonesia disemua kategori masuk kedalam

peringkat 10 teratas. Pada kategori media dan rekreasi, Indonesia menduduki peringkat ke-5 dan menduduki peringkat ke-6 pada sektor farmasi dan kosmetik yang disebabkan meningkatnya kesadaran masyarakat pada kedua sektor tersebut. Sementara itu, pada kategori makanan halal, Indonesia berhasil menduduki peringkat ke-4 karena adanya peningkatan ekspor ke negara-negara OKI (Hidayat, 2021).

Dalam hal ini menunjukan suatu pencapaian yang membanggakan karena sesungguhnya industri dan keuangan syariah global menawarkan berbagai peluang bisnis yang cukup menjanjikan apabila Indonesia dapat memanfaatkan peluang ini. Dan apabila peluang ini dapat dimanfaatkan, pada gilirannya, diharapkan dapat berkontribusi pula terhadap pertumbuhan dan perkembangan ekonomi nasional. Dalam sektor keuangan syariah di Indonesia telah menunjukan tren pertumbuhan yang signifikan, hal ini menjadi salah satu pilar penting dalam sistem keuangan nasional. Data paling baru yang dirilis oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam siaran pers di Jakarta, 21 Februari 2025 yang dimana perbankan syariah nasional menunjukan hasil yang baik di akhir tahun 2024. Pada Desember 2024, total aset mencapai Rp.980,30 triliun, naik 9,88 persen dari tahun sebelumnya. Bagian pasar juga meningkat menjadi 7,72 persen dari 7,44 persen pada Desember 2023. (OJK, 2025).

Peningkatan aset perbankan syariah yang semakin meningkat, ini mencerminkan penerimaan dan kepercayaan masyarakat yang semakin besar terhadap prinsip-prinsip ekonomi islam dalam transaksi keuangan. Ditengah dinamika ini, Salah satu lembaga yang bertanggung jawab untuk memberikan

akses keuangan syariah adalah Bank Perekonomian Rakyat Syariah (BPRS) Ihsanul Amal Gombang Kabupaten Kebumen yang dimana bank pembiayaan rakyat syariah ini berdiri sejak tanggal 11 juni 1994 berdasarkan Akta Notaris Nomor 11 yang diterbitkan oleh Notaris Mustari Sawilin, SH. di Semarang dan mulai beroperasi secara resmi pada tanggal 4 september 1995 bank tersebut melayani berbagai jenis pembiayaan darimulai pembiayaan musyarakah hingga pembiayaan murabahah, pembiayaan murabahah yang ada di BPRS Ihsanul Amal Gombang sangat beragam diantaranya adalah pembiayaan murabahah konsumsi, murabahah modal kerja, murabahah pintas, murabahah multiguna dan masih banyak pembiayaan lainnya (Observasi, Kamis 14, September 2024).

BPRS ini berbeda dengan bank umum syariah lainnya yang memiliki cakupan layanan yang lebih luas, BPRS secara khusus didirikan untuk melayani kebutuhan keuangan masyarakat mikro dan kecil, serta koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM) khususnya di daerah Kebumen. Menurut penjelasan yang disampaikan oleh salah satu karyawan BPES Ihsanul Amal Gombang kondisi pembiayaan paling banyak saat ini adalah pembiayaan murabahah dan nasabah mayoritas berasal dari pelaku UMKM dan cakupan nasabah tersebar hampir diseluruh daerah di Kabupaten Kebumen bahkan sampai keluar Kabupaten. Yang dimana berdasarkan data Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, Kebumen adalah salah satu Kabupaten di Provinsi Jawa Tengah yang memiliki unit usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) terbesar ketiga, setelah Kabupaten Demak dengan

total 20.000 unit. Selain itu, UMKM di Kebumen juga menyerap tenaga kerja sebanyak 1.252 orang laki-laki dan 75 orang perempuan. Banyaknya unit UMKM ternyata masih belum bisa menyerap masalah perekonomian di Kabupaten Kebumen oleh sebab itu peran penting dan krusial bagi lembaga keuangan dalam menyediakan pembiayaan mikro yang menjadikan nantinya usaha mikro kecil dan menengah dapat berkembang dengan maksimal. Salah satunya lembaga keuangan yang ada di Kabupaten Kebumen adalah Bank Perekonomian Rakyat Syariah (BPRS) Ihsanul Amal Gombang Kabupaten Kebumen, yang dimana BPRS Ihsanul Amal Gombang memiliki potensi besar dalam mendorong inklusi keuangan syariah hingga lapisan masyarakat terbawah, dengan fokus yang lebih terarah sesuai dengan prinsip syariah khususnya bagi pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) yang selama ini sulit mengakses pembiayaan dari lembaga keuangan lainnya.

Namun dengan demikian, masih terdapat tantangan besar dalam mengoptimalkan peran BPRS, salah satunya adalah rendahnya tingkat literasi keuangan syariah di kalangan masyarakat. Banyak calon nasabah belum memahami secara menyeluruh prinsip dasar pembiayaan syariah, seperti akad resiko, hingga tanggung jawab dalam pembiayaan. Ketidaktahuan ini yang dapat menghambat pengambilan keputusan untuk mengakses pembiayaan yang sebenarnya sangat dibutuhkan. Selain itu, strategi pemasaran yang dilakukan oleh BPRS juga sering kali belum mampu menjangkau segmen masyarakat secara efektif, terutama pada kelompok yang belum familiar dengan konsep keuangan islam. (Observasi, Kamis 14, September 2024)

Permasalahan tersebut menjadi semakin kompleks ketika data menunjukkan bahwa tingkat penetrasi pembiayaan mikro oleh BPRS masih tergolong rendah dibandingkan potensi pasar yang ada. Oleh itu menjadi penting untuk mengamati hal-hal yang memengaruhi cara nasabah memutuskan untuk memilih atau menggunakan pembiayaan mikro di BPRS, terutama dari segi pemahaman tentang literasi keuangan syariah dan strategi pemasaran yang digunakan..

Yang dimana tingkat literasi keuangan syariah yang tinggi akan membekali nasabah dengan kemampuan untuk memahami secara global fitur, manfaat, risiko, dan implikasi dari produk pembiayaan mikro syariah. Nasabah yang literat akan mampu membedakan antara berbagai jenis akad, memahami perhitungan margin keuntungan atau bagi hasil, serta menyadari konsekuensi dari keterlambatan pembiayaan atau wanprestasi sesuai dengan prinsip syariah. Sebaliknya, rendahnya literasi keuangan syariah ini dapat menyebabkan nasabah rentan terhadap informasi yang salah, kurang mampu membandingkan produk pembiayaan yang berbeda, dan pada akhirnya membuat keputusan yang kurang tepat bahkan merugikan. Beberapa studi menunjukkan korelasi negatif antara rendahnya literasi keuangan syariah dengan tingkat partisipasi dalam produk keuangan formal dan kualitas pengelolaan keuangan. Dalam konteks syariah, kurangnya pemahaman tentang prinsip halal dan haram juga dapat mempengaruhi preferensi dan pilihan nasabah terhadap produk pembiayaan (Adiyanto, 2021).

Strategi pemasaran BPRS perlu mempertimbangkan karakteristik unik dalam segmen nasabah mikro, yang mungkin memiliki tingkat pendidikan dan pemahaman keuangan yang beragam. Komunikasi pemasaran yang efektif harus mampu menyampaikan pesan secara jelas dan mudah dipahami, menggunakan saluran yang relevan dengan target pasar, serta menonjolkan nilai-nilai syariah yang menjadi keunggulan produk BPRS. Elemen-elemen bauran pemasaran (*marketing mix*) seperti produk (variasi dan kesesuaian dengan kebutuhan), harga (tingkat margin atau bagi hasil yang kompetitif dan adil), tempat (kemudahan akses dan jangkauan layanan), promosi (kampanye edukasi, sosialisasi produk, dan penawaran yang menarik), orang (kualitas sumberdaya manusia dan pelayanan), proses (kemudahan dan kecepatan pelayanan), serta bukti fisik (citra kantor, materi promosi, dan testimoni nasabah) semua berkontribusi dalam membentuk persepsi dan mempengaruhi keputusan nasabah untuk mengambil pembiayaan mikro di BPRS (Dewianawati, 2023).

Meskipun terdapat sejumlah penelitian yang mengkaji pengaruh literasi keuangan secara umum terhadap pengambilan keputusan keuangan, serta penelitian mengenai efektivitas strategi pemasaran lembaga keuangan syariah, kajian yang spesifik menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah dan pemasaran secara bersamaan terhadap pengambilan keputusan nasabah melakukan pembiayaan mikro di BPRS masih relatif terbatas. Kesenjangan penelitian ini menjadi krusial untuk diatasi mengingat karakteristik unik dari produk keuangan syariah yang didasarkan pada prinsip-prinsip agama, serta

kekhasan segmen nasabah mikro yang dilayani oleh BPRS. Pemahaman yang mendalam tentang bagaimana tingkat literasi keuangan syariah berinteraksi dengan berbagai elemen strategi pemasaran BPRS dalam memengaruhi keputusan nasabah akan memberikan wawasan yang sangat berharga.

Peneliti memilih lokasi penelitian di BPRS Ihsanul Amal Gombang Kabupaten Kebumen dikarenakan BPRS tersebut itu merupakan entitas perbankan syariah yang fokus pada penyaluran pembiayaan berskala mikro kepada masyarakat. Hal ini yang menjadikan BPRS tersebut menjadi objek studi yang ideal karena secara langsung merepresentasikan fenomena yang ingin diteliti, ketersedianya data-data nasabah produk pembiayaan mikro serta data terkait upaya pemasaran yang dilakukan BPRS akan menjadi sumber utama selain itu, pemilihan lokasi di Gombang, Kabupaten Kebumen yang mungkin relatif terjangkau, dan dapat mempermudah proses pengumpulan data melalui survei atau wawancara dengan nasabah dan staf BPRS. Dan juga masih kurang/rendahnya tingkat pengetahuan masyarakat Kabupaten Kebumen tentang literasi keuangan syariah oleh sebab itu pemilihan lokasi studi di BPRS Ihsanul Amal Gombang, Kabupaten Kebumen dianggap ideal dan cocok untuk diteliti.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara empiris pengaruh literasi keuangan syariah dan 7P BPRS Ihsanul Amal Gombang terhadap keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan mikro. Secara spesifik, penelitian ini akan menguji apakah tingkat pemahaman nasabah terhadap prinsip-prinsip keuangan syariah dan efektivitas berbagai elemen pemasaran

BPRS Ihsanul Amal Gombang secara signifikan mempengaruhi keinginan dan keputusan mereka untuk mengajukan dan menggunakan fasilitas pembiayaan mikro syariah.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam memperkaya khasanah ilmu pengetahuan dibidang perilaku konsumen keuangan syariah dan pengambilan keputusan dalam konteks pembiayaan mikro. Lebih lanjut, secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan implikasi manajerial yang signifikan bagi manajemen BPRS Ihsanul Amal Gombang dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif dan merancang program edukasi literasi keuangan syariah yang lebih tepat sasaran. Dengan demikian, BPRS Ihsanul Amal Gombang dapat meningkatkan penyaluran pembiayaan mikro yang sehat dan berkelanjutan, sekaligus memberdayakan masyarakat mikro dan kecil sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi islam. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi bahan pertimbangan bagi regulator dalam merumuskan kebijakan yang mendukung peningkatan literasi keuangan syariah dan pengembangan sektor BPRS di Indonesia.

Dengan pemaparan latar belakang yang lebih rinci ini, diharapkan bagi pembaca dapat memahami secara global konteks, signifikansi, dan urgensi penelitian mengenai “ **Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan 7P terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan Mikro di BPRS Ihsanul Amal Gombang Kabupaten Kebumen**”.

B. Pembatasan Masalah

Adapun setelah pemaparan judul skripsi dan latar belakang diatas maka dengan ini peneliti akan memaparkan beberapa poin penting yang menjadi batasan-batasan masalah yang relevan diantaranya sebagai berikut:

1. Fokus pada Pembiayaan Mikro: Penelitian ini secara rinci akan membatasi diri pada pengaruh literasi keuangan syariah dan pemasaran terhadap pengambilan keputusan untuk melakukan pembiayaan mikro. Jenis produk atau layanan BPRS Ihsanul Amal Gombang lainnya (seperti tabungan atau investasi) tidak akan menjadi fokus utama dalam penelitian ini.
2. Populasi Nasabah Pembiayaan Mikro BPRS Ihsanul Amal Gombang: Penelitian ini akan membatasi populasi penelitian pada nasabah yang telah atau sedang menggunakan fasilitas pembiayaan mikro di BPRS Ihsanul Amal Gombang. Calon nasabah atau nasabah dengan produk BPRS lainnya tidak termasuk dalam lingkup penelitian ini.
3. Variabel Literasi Keuangan Syariah: Penelitian ini akan mengukur literasi keuangan syariah berdasarkan pemahaman nasabah terhadap prinsip-prinsip dasar keuangan syariah yang relevan dengan produk pembiayaan mikro. Aspek literasi konvensional di luar prinsip syariah tidak akan menjadi fokus utama kecuali relevansinya secara langsung terhadap pemahaman produk syariah.
4. Variabel Pemasaran: Penelitian ini akan membatasi aspek pemasaran yang diteliti pada strategi dan taktik pemasaran yang secara langsung diterapkan oleh BPRS Ihsanul Amal Gombang dalam menawarkan produk

pembiayaan mikro. Aspek pemasaran secara umum atau praktis pemasaran di industri lain tidak termasuk dalam batasan penelitian ini.

5. Variabel Pengambilan Keputusan: Penelitian ini akan fokus pada proses dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk memilih dan menggunakan fasilitas pembiayaan mikro di BPRS Ihsanul Amal Gombang. Aspek keputusan terkait produk atau layanan BPRS lainnya tidak akan dipertimbangkan.
6. Lokasi Penelitian: Penelitian ini akan secara spesifik dilakukan di BPRS Ihsanul Amal Gombang dan kemungkinan cabang-cabang (jika relevan dan terjangkau). Hal ini membatasi generalisasi temuan penelitian pada konteks BPRS Ihsanul Amal Gombang saja.
7. Periode Waktu Penelitian: Penelitian ini akan dibatasi oleh periode waktu pengumpulan data yang ditentukan oleh peneliti. Perubahan kondisi atau kebijakan di luar periode ini tidak akan tercakup dalam penelitian.

Dengan adanya pembatasan masalah ini, diharapkan penelitian ini menjadi lebih terfokus, mendalam dan relevan dengan konteks BPRS Ihsanul Amal Gombang serta isu pembiayaan mikro.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti merumuskan beberapa masalah didalam penelitian ini diantaranya:

1. Apakah literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan mikro di BPRS Ihsanul Amal Gombang?
2. Apakah strategi pemasaran yang dilakukan BPRS Ihsanul Amal Gombang itu dapat mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah untuk melakukan pembiayaan mikro?
3. Apakah literasi keuangan syraiah dan 7P itu saling bersinergi dalam mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah dalam konteks pengambil pembiayaan mikro di BPRS Ihsanul Amal Gombang?

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan dan kegunaan dari penelitian ini adalah:

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh literasi keuangan syariah terhadap pengambilan keputusan nasabah melakukan pembiayaan mikro di BPRS Ihsanul Amal Gombang.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh 7P terhadap pengambilan keputusan nasabah melakukan pembiayaan mikro di BPRS Ihsanul Amal Gombang.

- c. Untuk mengetahui bagaimana Literasi Keuangan Syariah dan 7P yang diterapkan BPRS Ihsanul Amal Gombang berdampak pada keputusan nasabah untuk mengambil pembiayaan mikro.

2. Kegunaan penelitian

a. Teoritis

Penelitian ini bertujuan untuk memperluas pengetahuan ekonomi Islam di bidang analisis perilaku konsumen. Hasilnya dapat digunakan sebagai wawasan dan sumber referensi untuk memperluas pengetahuan ini dan memfasilitasi peneliti masa depan dalam menyelidiki pengaruh literasi keuangan syariah dan 7P terhadap keputusan pembiayaan nasabah.

b. Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi lebih kepada BPRS Ihsanul Amal Gombang khususnya bagian manajemen pemasaran mengenai pengaruh literasi keuangan syariah dan 7P terhadap keputusan nasabah untuk melakukan pembiayaan mikro di BPRS Ihsanul Amal Gombang sehingga dapat menjadi sumbangan yang positif terkait manajemen

E. Penegasan Istilah

Untuk menghindari adanya penafsiran yang salah tentang istilah yang digunakan dalam penulisan judul proposal di atas, maka peneliti merasa perlu untuk memberikan penegasan terlebih dahulu pada istilah-istilah yang tercantum dalam judul. Adapun penjelasannya sebagai berikut:

1. Pengaruh

Pengaruh menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengaruh adalah daya yang ada atau muncul dari sesuatu, bisa berasal dari orang atau benda yang turut membentuk sifat, keyakinan, atau tindakan seseorang. Jadi, pengaruh bisa diartikan sebagai sesuatu yang memiliki kekuatan atau daya, baik dari perilaku, orang, benda, atau hal lainnya, yang bisa menyebabkan perubahan pada sesuatu, serta mempengaruhi lingkungan sekitarnya.

2. Literasi Keuangan Syariah

Literasi keuangan adalah suatu rangkaian proses atau kegiatan untuk meningkatkan pengetahuan (Knowledge), keterampilan (skill), dan keyakinan (confidence) konsumen atau masyarakat agar mereka mampu mengelola keuangan pribadi dengan lebih baik lagi. Literasi keuangan syariah dalam penelitian ini adalah tingkat pengetahuan dan pemahaman nasabah mengenai prinsip-prinsip keuangan syariah, produk-produk pembiayaan syariah, serta manfaat dari risikonya. Ini mencakup pemahaman tentang konsep seperti riba, gharar, maysir, akad-akad syariah (murabahah, mudharabah, dll), serta kesadaran akan pentingnya kesesuaian transaksi dengan syariah islam.

3. Pemasaran

Pemasaran adalah proses yang mencakup perencanaan dan pelaksanaan konsep, penetapan harga, melakukan promosi, serta mengatur distribusi produk dan layanan agar bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah. Dalam konteks ini, pemasaran berfokus pada strategi yang dilakukan oleh BPRS Ikhsanul Amal Gombang untuk memperkenalkan,

mempromosikan, serta menarik perhatian nasabah terhadap produk pembiayaan mikro syariah yang ditawarkan.

4. Pengambilan keputusan nasabah

Pengambilan keputusan nasabah merupakan suatu proses mental yang dilakukan oleh nasabah dalam memutuskan pilihan diantara alternatif terbaik yang ditawarkan BPRS Ikhsanul Amal Gombang dari berbagai pilihan yang tersedia, dengan tetap mematuhi prinsip-prinsip syariah. Proses ini melibatkan identifikasi kebutuhan pembiayaan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, hingga akhirnya keputusan untuk menggunakan pembiayaan mikro syariah.

5. Pembiayaan mikro dalam perbankan syariah

Pembiayaan mikro dalam perbankan syariah adalah bentuk pembiayaan yang diberikan kepada individu atau kelompok usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dengan menerapkan prinsip-prinsip syariah seperti larangan riba, gharar, (ketidak jelasan), dan maysir (spekulasi).

6. BPRS Ihsanul Amal Gombang

BPRS Ihsanul Amal Gombang adalah salah satu lembaga keuangan yang beroperasi dengan prinsip syariah, menyediakan berbagai layanan keuangan, termasuk pembiayaan mikro untuk masyarakat. BPRS ini berfokus pada pemberdayaan ekonomi masyarakat dengan menawarkan produk yang sesuai dengan nilai-nilai syariah.