

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Secara demografis, Indonesia menjadi salah satu negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia yang diprediksi mampu menjadi pusat pengembangan keuangan syariah yang global (Ulfah, 2020). Potensi penduduk yang besar mengakibatkan tingginya tingkat kemiskinan di Indonesia, yaitu mencapai 9,57 % pada September 2022 atau setara dengan 26,36 juta masyarakat Indonesia yang berada di bawah garis kemiskinan (Kemenkeu, 2023). Hal ini menandakan bahwa mayoritas penduduk Indonesia yang beragama islam mengalami kesenjangan ekonomi yang mengakibatkan kemiskinan di Indonesia tinggi (Iqbal & Sihotang, 2023).

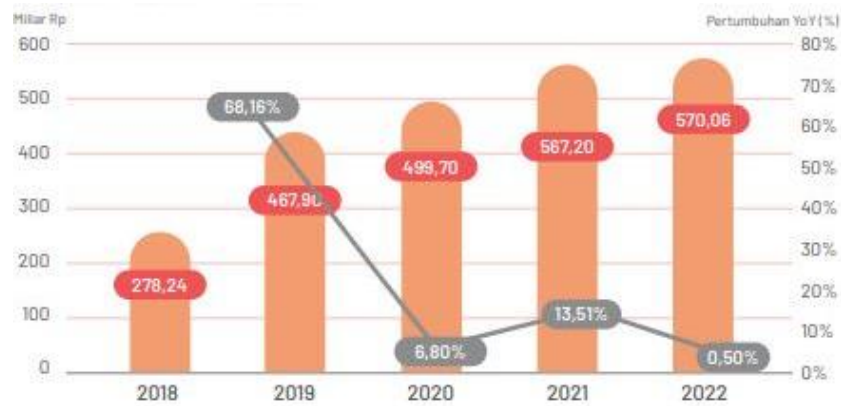
Kemiskinan di Indonesia perlu mendapat perhatian khusus, salah satunya dengan cara memberdayakan masyarakat miskin melalui pendampingan usaha mikro dari lembaga pemerintah yang terjun langsung ke masyarakat untuk membantu meningkatkan perekonomian (Rahman & Widayanti, 2021). Dalam mengembangkan usaha mikro, pemerintah mendukung penuh dengan mengeluarkan regulasi seperti Undang-Undang No 21 Tahun 2008 terkait Lembaga Keuangan Syariah (LKS) yang menjadi patokan dalam memberdayakan kemiskinan di masyarakat (Ulfah, 2020). Hal ini dapat membantu memudahkan menyejahterahkan pelaku usaha mikro dari kemiskinan melalui regulasi yang ditetapkan pada LKS (Fauzi & Widana, 2022).

Pemerintah menerapkan Lembaga Keuangan Syariah berbasis koperasi yang berfungsi menjalankan usaha mikro masyarakat, salah satunya yaitu Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) (Karjuni & Mulasih, 2021). LKMS dalam UU No 1 Tahun 2013 menjelaskan bahwa lembaga keuangan ini didirikan untuk berfokus pada pemberdayaan usaha mikro masyarakat yang dikembangkan melalui pembiayaan ataupun pinjaman dalam skala mikro (Machmud, 2019). Hal ini dapat dijadikan landasan bahwa LKMS memiliki peran yang besar dalam membantu masyarakat untuk menyelesaikan berbagai permasalahan, salah satunya masalah permodalan yang dihadapi oleh para pelaku usaha mikro syariah (Bashori, 2013).

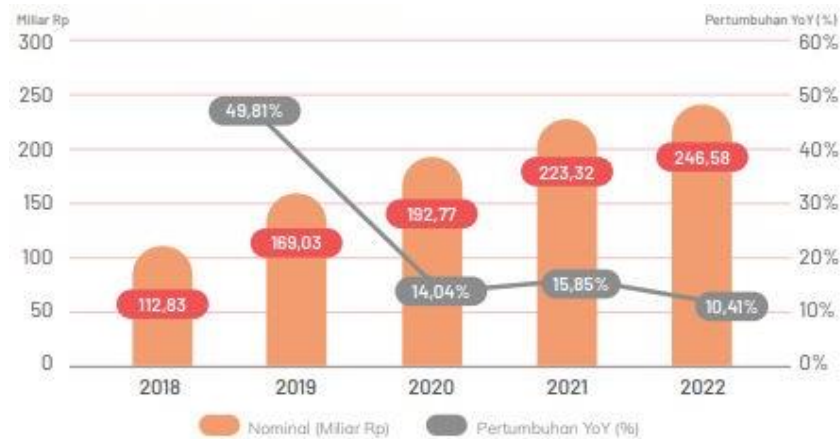
Masyarakat menilai bahwa perkembangan LKMS masih belum mampu untuk mengatasi masalah perekonomian sepenuhnya dikarenakan adanya beberapa faktor yang mempengaruhi, seperti SDM yang kurang profesional, kurangnya jiwa *entrepreneurship* masyarakat, modal yang terbatas, tingkat kepercayaan masyarakat yang rendah, dan kurangnya literasi akademik terkait dengan LKMS dimana lembaga ini sebenarnya mampu untuk mengembangkan perekonomian umat secara syariah dan sistematis. Kompleksitas faktor tersebut menimbulkan banyak persepsi sehingga mempengaruhi tingkat kepercayaan masyarakat terhadap LKMS (Bashori, 2013).

Namun realitanya, Lembaga Keuangan Mikro Syariah menjadi salah satu acuan serta jawaban terhadap seluruh permasalahan dan tuntutan umat muslim untuk menghindari permodalan yang bebas dari riba. LKMS menyediakan asset dan pembiayaan yang disalurkan kepada masyarakat.

**Gambar 1.1 Perkembangan Asset LKMS**



**Gambar 1.2 Perkembangan Pembiayaan LKMS**



Sumber : OJK (2022)

Berdasarkan data yang tersedia, LKMS mengalami perkembangan pesat yang dibuktikan dengan kenaikan asset dan pembiayaan yang mencapai 5,83% dan 11,89% (Bashori, 2013). Kenaikan ini terjadi karena kebijakan OJK dalam mendukung kinerja dan nasabah keuangan mikro, seperti restrukturisasi kualitas pembiayaan dan program sosial produktif nasabah (OJK, 2022). Hal ini membuktikan bahwa adanya LKMS membantu masyarakat mendapat peluang besar untuk bekerja sama dalam mengembangkan usaha mikro melalui bantuan permodalan, salah satunya dana wakaf (Nuha, 2021).

Dana wakaf di Indonesia mengalami pertumbuhan yang pesat pada tahun ini. Berdasarkan data yang diambil dari Sistem Informasi Wakaf Kemenag tahun 2022, wakaf tanah yang tersebar di Indonesia mencapai 440,5 ribu dengan luas tanah mencapai 57,2 hektar, sedangkan wakaf uang tercatat mencapai 1,4 triliun rupiah. Hal ini menunjukkan bahwa wakaf uang mengalami kenaikan pesat dibandingkan tahun 2018-2021 yang hanya mencapai 855 miliar rupiah (BWI, 2023).

Indonesia memiliki potensi wakaf yang terbilang cukup besar, tetapi pengembangannya hanya berfokus pada pendidikan, kegiatan ibadah dan pemakaman. Lembaga wakaf di Indonesia kurang menunjukkan benefit dari pengelolaan wakaf untuk pemberdayaan masyarakat yang produktif dan investasi nyata jangka panjang (Hikmawan, 2021). Hal ini menjadi perhatian khusus pemerintah dan lembaga wakaf untuk mengembangkan lembaga sosial yang dapat membantu dalam pengelolaan wakaf untuk mengatasi permasalahan ekonomi masyarakat, salah satunya yaitu Bank Wakaf Mikro (Nuha, 2021).

Bank Wakaf Mikro sebagai salah satu bagian dari Lembaga Keuangan Mikro Syariah ditetapkan di Indonesia untuk mengatasi perekonomian masyarakat kalangan bawah. Bank Wakaf Mikro muncul sebagai inovasi baru dari OJK untuk membantu meningkatkan produktifitas masyarakat Indonesia dalam upaya memberdayakan potensi masyarakat dalam mengelola usaha-usaha mikro (Muti'ah & Retnaningdiah, 2020).

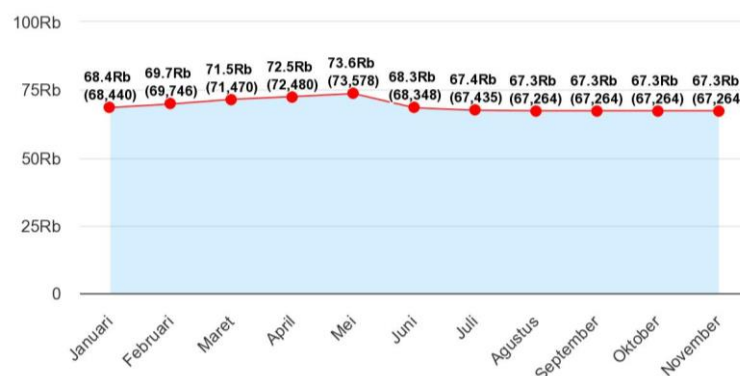
Bank Wakaf Mikro sebagai Lembaga Keuangan Mikro Syariah dapat menjadi alternatif perekonomian Indonesia agar lebih meningkat mengingat

mayoritas masyarakatnya terjun dalam sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Hal ini didasarkan pada fleksibilitas Lembaga Keuangan Syariah yang menjangkau masyarakat menengah kebawah dibanding dengan bank lain yang hanya menjangkau masyarakat menengah ke atas (Balqis & Sartono, 2020). Menurut data Otoritas Jasa Keuangan, saat ini tercatat 62 BWM terbentuk di berbagai pelosok Indonesia dengan jumlah pembiayaan kumulatif 113 milyar dan jumlah nasabah keseluruhan mencapai 67,3 ribu. Hal ini dapat dilihat melalui grafik publikasi dari OJK sebagai berikut :

**Gambar 1.3 Perkembangan Jumlah BWM di Indonesia**



**Gambar 1.4 Jumlah Nasabah BWM di Indonesia**



Sumber : OJK (2023)

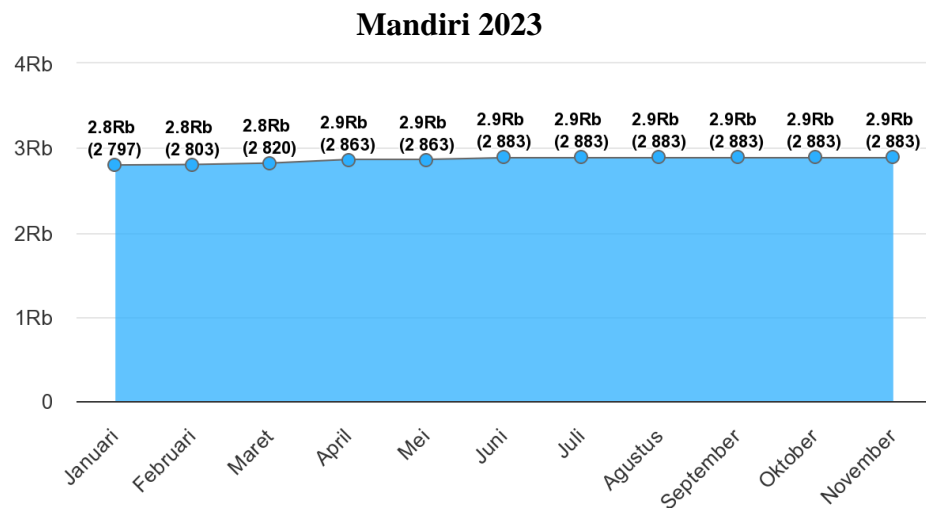
Bank Wakaf Mikro juga diharapkan menjadi solusi masyarakat yang terjun pada dunia perbankan konvensional dan rentenir dimana dalam praktiknya mengandung unsur riba. Tujuannya agar masyarakat paham terkait praktik riba yang diterapkan sehingga mempunyai wawasan dan pengetahuan untuk menghindari hal tersebut. Solusi yang ditawarkan oleh BWM ini diharapkan mampu berjalan sesuai dengan prinsip muamalah berdasarkan syariah dalam agama Islam karena pada hakikatnya Lembaga Keuangan Syariah merupakan lembaga yang wajib menjunjung nilai-nilai syariah agama islam (Balqis & Sartono, 2020).

Kondisi Indonesia saat ini kurang mendukung masyarakat dalam meningkatkan ekonomi keluarga. Hal ini menjadi evaluasi untuk pemerintah dalam meningkatkan kualitas masyarakat Indonesia agar perekonomian bisa adil dan merata, salah satunya dengan menggencarkan, meliterasi, megedukasi dan memaksimalkan potensi BWM agar masyarakat memberikan kepercayaan penuh sehingga nantinya dapat membantu menyelesaikan program pemerintah yang sudah dicanangkan untuk kesejahteraan ekonomi masyarakat, khususnya para pelaku usaha di Bank Wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri Yogyakarta.

Bank Wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri mendapat izin usaha dari LKMS dimana pembiayaannya berprinsip pada bagi hasil. BWM ini sudah berdiri sejak tahun 2017 dan merupakan BWM pertama yang didirikan di Yogyakarta, tepatnya di pondok pesantren Al Munawwir Krapyak dengan jumlah nasabah kumulatif tercatat sebanyak 2,9 ribu dan jumlah pembiayaan

kumulatif sebesar 4,4 milyar. BWM Almuna Berkah Mandiri merupakan BWM dengan jumlah nasabah dan pembiayaan tertinggi di Yogyakarta (OJK, 2023).

**Gambar 1.5 Jumlah Nasabah Kumulatif BWM Almuna Berkah**



Sumber : OJK (2023)

Dari data tersebut dapat dikatakan bahwa masyarakat cukup antusias untuk menjadi nasabah BWM Almuna Berkah Mandiri. Khususnya masyarakat di sekitar pondok pesantren Al-Munawwir Krapyak Yogyakarta dan juga masyarakat atau para pembatik di daerah Bantul Yogyakarta. Oleh karena itu, penulis ingin mengetahui bagaimana promosi, inklusi keuangan, dan inovasi produk sebagai variable X dapat mempengaruhi masyarakat untuk memutuskan menjadi nasabah BWM.

Dalam mengambil keputusan untuk menjadi nasabah BWM, terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi masyarakat, salah satunya yaitu promosi (*branding*) untuk memperkenalkan konsep ataupun produk sehingga mendapat kepercayaan dari masyarakat (Karjuni & Mulasih, 2021). Perkembangan teknologi di era sekarang ini jauh lebih memudahkan BWM

melakukan *branding* produk, seperti melalui *digital content*, *digital media*, *digital platforms*, dan masih banyak konsep *branding* lainnya yang memanfaatkan *digital marketing*. Dengan menyusun konsep branding yang mengikuti *trend* maka masyarakat akan tertarik untuk mengenal lebih dekat bagaimana BWM menjalankan perannya sebagai suatu inovasi terbaru LKMS.

Selain itu, inklusi juga menjadi salah satu faktor yang menarik keputusan masyarakat. BWM harus meningkatkan inklusi keuangan dengan melakukan edukasi dan literasi terkait dengan pemahaman lembaga keuangan syariah terkait produk yang ditawarkan sehingga masyarakat akan menarik banyak pelaku usaha mikro yang membutuhkan modal dan pembinaan. BWM diharapkan mampu mengoptimalkan perannya sebagai LKMS dengan memaksimalkan inklusinya untuk kesejahteraan nasabah (Hanif et al., 2022).

Dalam praktiknya, para pelaku UMKM memiliki keterbatasan akses peminjaman modal karena tidak adanya kemampuan untuk mengakses lembaga keuangan yang ada di sekitar. Hal ini menjadi salah satu faktor pemicu masyarakat mencari sumber peminjaman modal kepada pihak-pihak informal dengan bunga yang tinggi. Oleh karena itu, pemerintah berupaya meningkatkan inklusi keuangan dengan memberdayakan pesantren untuk membangun perekonomian masyarakat melalui BWM. Dapat dikatakan bahwa BWM menjadi salah satu akses permodalan bagi para pelaku UMKM yang mempunyai keterbatasan dalam membayar bunga dan administrasi lainnya (Hanif et al., 2022).



Faktor lain yang dapat mempengaruhi yaitu adanya inovasi produk yang dapat meningkatkan kualitas BWM. Inovasi merupakan jiwa sebuah kelembagaan yang harus selalu ditingkatkan dan dikembangkan demi keberlangsungan usahanya. Oleh karena itu, inovasi produk yang dilakukan BWM akan meningkatkan kinerja nasabah. Inovasi yang dilakukan harus menciptakan keterampilan ataupun produk baru yang memiliki instrument dan segmentasi pasar berbeda, tetapi bahan bakunya sama sehingga dapat meningkatkan nilai jual produk yang sesuai dengan permintaan pasar (Fauzi & Widana, 2022).

Gautama Siregar (2018) meneliti tentang pengaruh produk dan promosi terhadap keputusan masyarakat menjadi nasabah Bank Sumut Syariah. Dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif bersumber data primer dengan menggunakan angket sebanyak 99 nasabah, diperoleh hasil yang menunjukkan fakta bahwa produk dan promosi mempengaruhi keputusan masyarakat menjadi nasabah.

Fauzi & Widana (2022) dalam penelitiannya menganalisis inovasi produk dan pendekatan desain evolusi sosial pada nasabah BWM. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data berdasarkan observasi, studi pustaka, dan wawancara. Penelitian ini menunjukkan fakta bahwa kesejahteraan masyarakat pada BWM di pondok pesantren dapat dioptimalkan dengan melakukan inovasi produk yang melibatkan beberapa pemerintah, seperti lembaga LPPOM-MUI dan setifikasi halal.

Dwi Puspasari et al. (2020) dalam penelitiannya meneliti terkait pengaruh literasi dan inklusi keuangan terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan kredit pada bank BRI Jotang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik *purposive sampling* pada 100 responden yang diolah menggunakan SPSS dengan teknik analisis regresi linear berganda. Penelitian ini menunjukkan fakta bahwa literasi dan inklusi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan kredit.

Berdasarkan fakta-fakta yang dipaparkan pada latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk mencoba menganalisis bagaimana promosi, inklusi, dan inovasi produk mempengaruhi keputusan masyarakat menjadi nasabah pada Bank Wakaf Mikro dengan mengadopsi judul “Pengaruh Promosi, Inklusi, dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Wakaf Mikro Almuna Berkah Mandiri Krapyak Yogyakarta”. Hal ini juga selaras dengan fakta bahwa LKMS BWM mampu menginovasikan produk yang *flexible* dengan mematuhi regulasi LKMS sehingga mampu meningkatkan inklusi dan produktivitas keuangan syariah yang optimal.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan konteks di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah promosi, inovasi produk, dan inklusi keuangan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan masyarakat menjadi nasabah bank wakaf mikro?

2. Apakah promosi, inovasi produk, dan inklusi keuangan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan masyarakat menjadi nasabah bank wakaf mikro?

### **C. Tujuan Penelitian**

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini didasarkan pada permasalahan yang telah diangkat, antara lain:

1. Mengetahui promosi, inovasi produk dan inklusi keuangan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan masyarakat menjadi nasabah bank wakaf mikro
2. Mengetahui promosi, inovasi produk dan inklusi keuangan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan masyarakat menjadi nasabah bank wakaf mikro

### **D. Manfaat Penelitian**

Dalam penelitian ini kami berharap dapat memberikan pengetahuan serta wawasan terkait promosi, inovasi produk dan inklusi keuangan yang mempengaruhi keputusan masyarakat menjadi nasabah Bank Wakaf Mikro, serta dapat memberikan kontribusi wacana ilmiah pengembangan ilmu pengetahuan. Penelitian ini memiliki dua manfaat yaitu:

## **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan serta wawasan terkait promosi, inovasi produk dan inklusi keuangan yang mempengaruhi keputusan masyarakat menjadi nasabah bank wakaf mikro.

## **2. Manfaat Praktis**

### **1) Bagi Mahasiswa**

Dalam penelitian ini kami berharap dapat memberi sumber informasi mahasiswa tentang seberapa penting promosi, inovasi produk, dan inklusi keuangan dalam mempengaruhi keputusan masyarakat menjadi nasabah BWM dengan harapan mahasiswa kedepannya bisa mengetahui lebih luas tentang bank wakaf mikro.

### **2) Bagi Lembaga Keuangan Syariah**

Dalam penelitian ini kami berharap dapat menjadi sumber informasi dan pertimbangan dalam meningkatkan indikator promosi, inovasi produk, dan inklusi keuangan yang dapat mempengaruhi keputusan masyarakat menjadi nasabah Bank Wakaf Mikro.

## **E. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan digunakan untuk memudahkan pembahasan pada setiap bab penelitian. Adapun sistematika penulisan skripsi ini terdiri dari lima bagian, yaitu :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini memaparkan terkait latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini memaparkan terkait kajian teori, tinjauan pustaka, kerangka berpikir, serta hipotesis yang dijadikan sebagai acuan untuk mendukung riset penelitian ini.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini memaparkan jenis penelitian, populasi dan sampel, definisi operasional variable, teknik dan instrument pengumpulan data, uji validitas dan reabilitas, serta teknik analisis data.

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini memaparkan terkait hasil pengumpulan data, profil responden hasil uji validitas dan reabilitas, uji asumsi klasik berupa normalitas, multikolinearitas, serta heterokedasitas, analisis linier berganda, uji parsial, simultan, dan koefisien determenasi.

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini memaparkan terkait dengan kesimpulan dan saran dari hasil penelitian.