

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Perbankan Syariah**

###### **a. Pengertian Bank Syariah**

Xiaoqiang Cheng dan Hans Degryse mengatakan bahwa pertumbuhan ekonomi yang cukup tinggi salah satunya didukung oleh sektor keuangan, baik perbankan maupun non-bank. Pembangunan sektor perbankan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi. Hasil penelitiannya membuktikan bahwa pelayanan perbankan seperti pemberian kredit bisa meningkatkan pertumbuhan ekonomi.<sup>1</sup>

Bank merupakan salah satu institusi keuangan yang memiliki dampak signifikan terhadap ekonomi suatu negara. Perkembangan ekonomi negara tumbuh seiring dengan pertumbuhan sektor perbankan. Dalam konteks kebijakan moneter, pembangunan ekonomi, dan stabilitas nasional, perbankan berperan dalam mengumpulkan uang dari rakyat dan membagikan kembali ke rakyat demi menaikkan kesejahteraan rakyat. Bank berlandaskan UU Perbankan Indonesia No. 10 Tahun 1998, ialah perusahaan yang mengumpulkan uang publik

---

<sup>1</sup> Xiaoqiang Cheng dan Hans Degryse, "The Impact of Bank and Non Bank Financial Institutions on Local Economic Growth in China". Journal of Financial Services Research. Vol. 37, Issue 2-3 2010, hlm. 179-199

dengan berbagai metode, seperti tabungan, pinjaman, dan sebagainya untuk menaikkan kualitas hidup masyarakat.<sup>2</sup>

Secara universal, yang dinamakan Bank Islam (*Islamic Bank*) ialah kegiatan operasional dalam bank diatur bersumber pada prinsip syariat Islam. Sekarang ini, terdapat berbagai kategori bank islam yang bisa dipilih, meliputi bank tanpa bunga (*interest free bank*) dan bank syariah (*Shari'a Bank*). Di Indonesia, penyebutkan Bank Islam menggunakan julukan resmi “*Bank Syariah*” atau lengkapnya dikatakan “*Bank bersumber pada prinsip syariah*” secara teknis yudiris.<sup>3</sup>

Bank syariah merujuk kepada ketentuan-ketentuan syariah sebagai landasan utama setiap aktifitas bank. *Islamic Banking Act* 1983 di Malaysia menyimpulkan bahwa bank syariah sebagai perusahaan yang melaksanakan bisnis syariah,. Definisi ini merupakan suatu keharusan tujuan dan operasi perusahaan yang sesuai dengan ajaran agama Islam. Bank Syariah, menurut Wangsawidjaja, ialah bank yang menjalankan operasi perbankan sesuai prinsip syariah.<sup>4</sup>

Bank syariah pada dasarnya ialah organisasi keuangan yang kegiatan utamanya adalah pembiayaan kredit, layanan

---

<sup>2</sup> Kasmir, “*Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*”, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2009), hlm.24

<sup>3</sup> Rani Apriani dan Dr. Hartanto, “*Hukum Perbankan Surat Berharga*”, (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2019), hlm. 69

<sup>4</sup> Muhammad Nafik Hadi Ryandono dan Rofiul Wahyuni, “*Manajemen Bank Syariah*”, (Yogyakarta: UAD Press, 2018), hlm. 37

pembayaran, dan sirkulasi mata uang. Layanan ini tertuang dalam peraturan hukum Syariah, berlandaskan Al-Qur'an dan Hadits. Bank Syariah, yang dipandu oleh Al-Qur'an dan Sunnah, diharuskan untuk menjauhkan diri dari riba dan praktik lain yang melanggar syariat.

b. Fungsi dan Tanggung Jawab Bank Syariah.

Bank yang berprinsip syariah diharapkan mampu membantu perekonomian masyarakat dengan menggunakan dana yang dikembangkan bank syariah. Bank bisa membentuk kemitraan dengan nasabah, yang membuat hubungan antara bank syariah dan konsumen mereka tidak lagi menjadi salah satu kreditur dan debitur.<sup>5</sup>

Bank syariah adalah perantara keuangan sesuai dengan aturan syariah Islam. Di antara tanggung jawab dan fungsi bank syariah diantaranya:

- a. Sebagai media pengumpulan uang dari masyarakat ataupun sektor usaha berupa *mudharabah* dan giro (*wadiah*) serta membagikannya ke mereka yang memerlukan.
- b. Sebagai media berinvestasi di sektor bisnis (dana modal dan dana rekening investasi), memakai instrumen investasi yang berdasarkan syariah.
- c. Menyediakan layanan keuangan dalam kontrak perwakilan ataupun sewa berdasarkan gaji.

---

<sup>5</sup>Ikit, “*Akutansi Penghimpunaan Dana Bank Syariah*”, (Yogyakarta: Deepublish, 2015), hlm. 47

- d. Menyediakan layanan sosial misalnya pinjaman amal, zakat, dan dana sosial lain sejalan dengan prinsip-prinsip Islam.<sup>6</sup>

Selain itu, fungsi bank syariah didefinisikan dalam Pasal 4 UU Nomor 21 Tahun 2008 mengenai Perbankan Syariah, antara lain:

- a. Pengumpulan dan pencairan dana publik menjadi tanggung jawab Bank Syariah dan UUS (Unit Usaha Syariah).
- b. Lembaga Baitul mal, seperti Bank Syariah dan UUS, mampu melakukan tugas sosial seperti menerima uang sedekah, zakat, hibah, infaq, ataupun dana sosial lainnya serta mengarahkan mereka pada kelompok yang mengelola zakat.
- c. Bank syariah maupun UUS mampu mengumpulkan dana sosial yang dihasilkan oleh wakaf tunai, lalu mendistribusikannya kepada pengelola wakaf (*nazhir*) menurut keinginan donatur wakaf (*wakif*).
- d. Metode transmisi kebijakan moneter (mirip dengan bank konvensional).<sup>7</sup>

#### c. Tujuan Bank Syariah

Menurut Sudarsono, berdirinya bank syariah melayani berbagai tujuan, antara lain:

---

<sup>6</sup> Imamul Arifin, “*Membuka Cakrawala Ekonomi*”, (Jakarta: Setia Purna Inves, 2007), hlm.14

<sup>7</sup> Ikit, “*Manajemen Dana Bank Syariah*”, (Yogyakarta: Gava Media, 2018), hlm. 23-24

- 1) Menginstruksikan masyarakat dalam bermuamalat secara syariah terutama di sektor perbankan, supaya menghindari riba dan bentuk usaha ataupun perdagangan lainnya mencakup komponen *gharar* (penipuan), yang tidak hanya dilarang dalam Islam tetapi juga memiliki dampak yang merugikan pada kehidupan ekonomi masyarakat.
- 2) Mewujudkan pemerataan pendapatan melalui kegiatan investasi dan menciptakan keadilan ekonomi, yang membuat kesenjangan diantara pemilik modal dan mereka yang membutuhkan uang. Keadilan Islam mencakup konsep-konsep berikut: keadilan ekonomi dan keadilan sosial.
- 3) Meningkatkan kualitas hidup masyarakat dengan menyediakan lebih banyak kemungkinan bisnis, terutama bagi orang miskin, memungkinkan mereka untuk terlibat dalam operasi ekonomi yang produktif dan mendapatkan kemandirian finansial.
- 4) Strategi utama dalam negara-negara berkembang untuk mengatasi masalah kemiskinan. Upaya Bank Syariah berbentuk pengembangan nasabah, dari perspektif siklus bisnis yang lengkap, sinerginya lebih menonjol, seperti rencana kewirausahaan produsen, pengembangan pedagang, pelatihan konsumen dan pengembangan bisnis dalam memerangi kemiskinan.

- 5) Kegiatan perbankan Islam akan bisa menghindari gangguan-gangguan ekonomi yang berdampak pada inflasi, mencegah kompetisi yang tidak baik diantara lembaga keuangan, serta membebaskan umat Islam dari ketergantungan pada bank konvensional untuk menjaga stabilitas ekonomi dan moneter.<sup>8</sup>

d. Landasan Hukum Perbankan Syariah

a. Landasan Hukum *Syar'i*

Salah satu dalil Al-Quran tentang landasan hukum syariat dalam kegiatan operasional bank syariah adalah bahwa Allah Swt. mengharamkan transaksi ribawi sebagaimana Allah Swt.<sup>9</sup> berfirman:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ  
الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا  
وَإَحْلَلَ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ  
فَأَنْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ  
أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

*“Orang-orang makan (mengambil riba) tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syetan karena tekanan penyakit gil,a keadaan mereka yang demikian itu adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat). Sesungguhnya jual beli itu sama*

<sup>8</sup>Ikit, *Akutansi Penghimpuana Dana Bank Syariah*,....., hlm48-49

<sup>9</sup> La Ode Alimusa, *Manajemen Perbankan Syariah* , (Yogyakarta: Deepublish, 2020), hlm. 35

*dengan riba padahal Allah telah telah menghalalkan jual beli itu dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadaNya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba). Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan) dan urusannya (terserah) kepada Allah, orang yang kembali (mengambil riba). Maka orang-orang itu adalah penghuni-penghuni neraka mereka kekal didalamnya.” (QS. Al-Baqarah: 275)*

Dalam ayat ini menjelaskan mengenai pelaku ekonomi termasuk perbankan syariah dalam menjalankan fungsi dan kegiatannya tidak diperbolehkan menzalimi (memakai harta) nasabah dengan cara batil. Berikut kutipan arti QS. Al-Baqarah ayat 283:

*“.... akan tetapi jika kalian saling percaya, hendaklah orang yang dipercaya itu menepati amanat dan hendaklah taat kepada Allah.”*

Ayat itu menunjukkan bahwa untuk menjaga kepercayaan dan melanjutkan kegiatan ekonomi guna menghindari penipuan, baik bank dan nasabah harus mematuhi otorisasi yang disetujui dalam kegiatan perbankan syariah.<sup>10</sup>

#### b. Landasan Hukum Positif

Di Indonesia, pembentukan lembaga keuangan Islam memiliki landasan hukum untuk menjaga dan mengendalikan semua aktivitas mereka. Mengenai landasan hukum utama yang melindungi atau undang-undang yang menjadi dasar hukum utama, asas atau

---

<sup>10</sup>La Ode Alimusa, *Manajemen Perbankan Syariah*,....., hlm. 36

prinsip perbankan baik konvensional maupun syariah adalah UUD1945 Pasal 33, diantaranya:

- 1) Segala bentuk perekonomian disusun sebagai sebuah usaha bersama berdasarkan atas asas kekeluargaan.
- 2) Semua cabang produksi yang penting bagi negara serta menjadi hajat hidup orang banyak dikuasai oleh negara.
- 3) Bumi dan air serat kekayaan alam yang terkandung di dalamnya dikuasai oleh negara dan dipergunakan untuk kemakmuran rakyat.
- 4) Perekonomian nasional diselenggarakan atas demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efisiensi, keadilan berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, menjaga keseimbangan antara kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional.”<sup>11</sup>

Adapun landasan hukum positif secara spesifik sebagai pedoman operasional perbankan syariah di antaranya:<sup>12</sup>

- 1) PP Nomor 72 Tahun 1992 terkait Bank Bersumber Bagi Hasil memperkuat UU No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan.
- 2) Perubahan atas UU No. 7 Tahun 1992 (UU Nomor 10 Tahun 1998), yang memungkinkan bank konvensional untuk membentuk Unit Usaha Syariah.

---

<sup>11</sup> La Ode Alimusa, *Manajemen Perbankan Syariah*,.....,hlm.37

<sup>12</sup> La Ode Alimusa, *Manajemen Perbankan Syariah* ,.....,hlm.38

- 3) Perubahan Aktivitas Usaha Bank Umum Konvensional menjadi Bank Umum Syariah dan Pembukaan Kantor Bank, Peraturan Bank Indonesia No. 4/1/PBI/2002, yang diterbitkan 27 Maret 2002.
- 4) Bank Umum Konvensional menggunakan prinsip syariah. Perubahan atas Peraturan Bank Indonesia No. 6/17/PBI/2004 terkait Bank Perkreditan Rakyat Berdasarkan Prinsip Syariah (Peraturan Bank Indonesia Nomor 8/25/PBI/2006).
- 5) Bank Indonesia menerbitkan Perda 9/19/PBI/2007 terkait Penerapan Pilar Syariah untuk Pengumpulan dan Penyaluran Dana dan Jasa oleh Bank Syariah.
- 6) Perubahan atas Peraturan Bank Indonesia No. 11/2/PBI/2009 terkait Bank Umum Syariah (Peraturan Bank Indonesia Nomor 15/13/PBI.2013).
- 7) Fatwa Nomor 1 Tahun 2004 Majelis Ulama Indonesia (MUI) terkait Bunga (*Bunga/Fa'idah*) memutuskan bunga bank haram karena mengandung riba.
- 8) UU Perbankan Islam No. 21 Tahun 2008.
- 9) Peraturan OJK Nomor 16/PJOK.03/2014, Penilaian Kualitas Aset Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah.
- 10) Peraturan OJK Nomor 24/PJOK.03/2015 mengenai Aktivitas Bank Syariah dan Produk dan Unit Usaha Syariah.

11) Perubahan Aktivitas Usaha Bank Konvensional sebagai Bank Syariah, Peraturan OJK Nomor 64/PJOK.03/2016.<sup>13</sup>

e. Produk Perbankan Syariah

Menurut Peraturan Bank Indonesia No. 7/46/PBI/2005 terkait Pengumpulan dan Penyaluran Dana bagi Bank yang Menjalankan Kegiatan Usaha Sesuai dengan Prinsip Syariah, umumnya produk perbankan syariah, antara lain:<sup>14</sup>

a) Produk Perbankan Syariah Menurut Akad Jual-Beli

1. *Murabahah*

Ialah pembelian dan penjualan komoditas dengan biaya ditambah margin keuntungan tertentu.

2. *Istishna*

Yang dimaksud dengan jual beli barang berupa pesanan untuk menghasilkan barang yang memenuhi standar dan syarat tertentu yang ditentukan dalam perjanjian.

3. *Salam*

Adalah pesanan dengan persyaratan tertentu, dan jumlah barang yang dibeli harus dibayar penuh secara tunai di muka.

---

<sup>13</sup> La Ode Alimusa, “Manajemen Perbankan Syariah” .....hlm.38

<sup>14</sup> Abdul Ghofur Anshori, “Perbankan Syariah Di Indonesia”, (Yogyakarta: Gadjah Mana University Press, 2018), hlm. 65

b) Produk Bank Syariah Menurut Akad Bagi Hasil

1. *Mudharabah*

Ialah penanaman modal oleh pemilik modal (*shahibul maal*) untuk pengurusan dan (*mudharib*) guna menjalankan operasi bisnis tertentu, memanfaatkan mekanisme untung rugi atau cara bagi hasil untuk dibagikan diantara dua belah pihak dalam suatu akad atas nisbah yang disetujui.

a. *Mudharabah Mutlaqah*

Ialah kontrak *mudharabah* diantara *syahibul maal* dan *mudharib*, di mana *mudharib* memiliki kendali penuh atas uang tersebut. Bank syariah memanfaatkan *mudharabah mutlaqah* guna mengumpulkan uang dari masyarakat (*fanding*).<sup>15</sup>

b. *Mudharabah Muqayadah*

Ialah akad *mudharabah* di mana *mudharib* setuju untuk memanfaatkan uang secara eksklusif untuk jenis atau ruang lingkup kegiatan komersial yang sudah mapan. *Mudhrabah muqayadah* digunakan oleh bank syariah untuk memberikan pinjaman kepada masyarakat guna memudahkan bank dalam memantau usaha yang nasabah dijalankan.

---

<sup>15</sup> Abdul Ghofur Anshori, “Perbankan Syariah Di Indonesia”,.....,hlm.66

## 2. *Musyarakah*

Ialah investasi dana ataupun modal oleh pemilik dana atau pemilik modal untuk mencampur uang atau modal dalam bisnis tertentu, dengan pendapatan didistribusikan sesuai dengan rasio yang telah disepakati, dan kerugian yang telah ditetapkan dibagi rata diantara semua pemilik dana atau pemilik modal. Bank syariah menggunakan musyarakah sebagai modal ventura.

### c) Produk Bank Syariah Menurut Akad Sewa-Menyewa

#### 1. *Ijarah atau Sewa Murni*

Merupakan transaksi persewaan upah barang dan jasa melalui biaya sewa atau jasa dalam jangka waktu tertentu.

#### 2. *Ijarah wa Iqtina* atau *Ijarah Muntahiya bi Tamlik* (IMBT)

Perjanjian ini terdiri dari 2 jenis akad yang berbeda: *al-Bai* dan *Ijarah Muntahiya Bittamlik* (IMBT). IMBT adalah sewa yang mencakup sewa (*ijarah*) dan penjualan atau hadiah pada akhir sewa, sedangkan *Al-Bai* ' ialah pengaturan pembelian dan penjualan.

### d) Produk Bank Syariah Berdasarkan Akad Pelengkap yang Bersifat Sosial (*Akad Tabarru*)

#### 1. *Qardh*

Artinya, meminjam tanpa insentif memerlukan keharusan peminjam untuk membayar kembali prinsip pinjaman secara keseluruhan atau dalam angsuran selama jangka waktu tertentu.

## 2. *Hiwalah*

Artinya, utang dialihkan dari debitur kepada orang yang berkewajiban menanggung utang.<sup>16</sup>

## 3. *Wakalah*

Ialah perjanjian yang memberikan otoritas satu pihak atas urusan atau kekuasaan pihak lain secara umum dan khususnya.

## 4. *Kafalah*

Maknanya jaminan yang perusahaan asuransi (*kafil*) berikan pada pihak ketiga guna memastikan bahwa pihak kedua (perusahaan asuransi) memenuhi komitmennya.

## 5. *Wadiah*

Artinya, pemilik uang atau komoditas menitipkan ke orang yang menitipkan dan bertanggung jawab untuk mengembalikannya kapan saja.<sup>17</sup>

## 2. **Keuangan Inklusif**

### a. Pengertian Keuangan Inklusif

Pemerintah Republik Indonesia menciptakan kebijakan melalui pembentukan inisiatif kesetaraan ekonomi tertentu. Inisiatif ini dituangkan pada Peraturan Presiden Republik Indonesia No. 82 Tahun 2016 mengenai Strategi Nasional

---

<sup>16</sup> Abdul Ghofur Anshori, “Perbankan Syariah Di Indonesia”,.....,hlm.67

<sup>17</sup> Abdul Ghofur Anshori, “Perbankan Syariah Di Indonesia”,.....,hlm.68

Keuangan Inklusif. Peraturan OJK No. 76/POJK.07/2016 mengenai Peningkatan Literasi dan Inklusi Keuangan Konsumen dan Masyarakat di Sektor Jasa Keuangan.<sup>18</sup> Demikian tertuang pada Surat Edaran Terbaru Otoritas Jasa Keuangan (OJK) No. 31/SOJK.07/2017 terkait Pelaksanaan Kegiatan Peningkatan Inklusi Keuangan di Sektor Jasa Keuangan.<sup>19</sup>

Keuangan inklusif adalah gambaran dari kebijakan keuangan inklusif negara, yang menyatakan bahwa setiap orang berhak memperoleh layanan komprehensif yang disediakan oleh lembaga keuangan dengan mudah, murah, informatif, dan tepat waktu.<sup>20</sup> Keuangan Inklusif memungkinkan individu menabung demi kebutuhan keluarga, meminjam uang demi tujuan komersial, dan berkontribusi pada bantuan darurat. Inklusi keuangan sangat penting guna menurunkan kemiskinan dan pengurangan ketidaksetaraan, serta data yang baru tersedia mengenai kepemilikan ponsel dan koneksi Internet menawarkan peluang besar dalam satu generasi guna memanfaatkan teknologi untuk meraih tujuan ini.<sup>21</sup>

---

<sup>18</sup> Republik Indonesia, “Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 76/Pojk.07/2016, Tentang Peningkatan Literasi dan Inklusi Keuangan di Sektor Jasa Keuangan Bagi Konsumen Atau Masyarakat”

<sup>19</sup> Republik Indonesia, “Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan (Ojk) Nomor 31/Sojk.07/2017 Tentang Pelaksanaan Kegiatan Dalam Rangka Meningkatkan Inklusi Keuangan di Sektor Jasa Keuangan”

<sup>20</sup> Kementerian Keuangan (2013), “Startegi Nasional Keuangan Inklusif”, [www.fiskal.depkeu.go.id](http://www.fiskal.depkeu.go.id), 29 Januari 2021

<sup>21</sup> Worldbank, “Financial Inclusion” dalam <https://www.worldbank.org/in/news/press-release/2018/04/19/financial-inclusion-on-the-rise-but-gaps-remain-global-findex-database-shows> diakses pada 29 Januari 2021

Otoritas Jasa Keuangan menyatakan, “keuangan inklusif ialah strategi untuk menghilangkan semua hambatan akses masyarakat terhadap layanan keuangan, baik keuangan dan non-keuangan, untuk memberikan manfaat yang signifikan bagi peningkatan kualitas hidup masyarakat, khususnya di daerah dengan wilayah geografis dan keadaan yang beragam, serta daerah yang sulit dijangkau atau wilayah perbatasan”.<sup>22</sup>

Menurut Strategi Literasi Keuangan Nasional Indonesia, faktor-faktor yang paling mempengaruhi keuangan inklusif adalah akses, penggunaan, ketersediaan, serta kualitas produk dan layanan keuangan.

Keuangan inklusif juga dapat dikatakan sebagai suatu keadaan yang mana masing-masing warga masyarakat dapat memperoleh akses bermacam-macam layanan keuangan formal memiliki kualitas tinggi dengan cara cepat, mulus, dan aman yang terjangkau dengan persyaratan dan kapasitasnya untuk berkontribusi pada kemakmuran masyarakat. Layanan keuangan diharuskan mampu diterima di lingkungan masyarakat dalam hal memenuhi persyaratan mereka dan mudah diakses dalam hal memenuhi kebutuhan tersebut dan menerima layanan keuangan.<sup>23</sup>

Berdasarkan berbagai pandangan tersebut di atas tentang keuangan inklusif, diperoleh kesimpulan oleh penulis bahwa

---

<sup>22</sup> Triana Fitriastuti, et . al, “Implementasi Keuangan Inklusif Bagi Masyarakat Perbatasan (Studi Kasus Pada Kutai Timur, Kabupaten Kutai Kartanegara Dan Kota Samarinda, Kalimantan Timur, Indonesia)”, (2015), hlm. 40

<sup>23</sup> Republik Indonesia (SNKI), Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 82 Tahun 2016, hlm. 9

keuangan inklusif ialah metode untuk mencapai tujuan stabilisasi ekonomi pemerintah, mengatasi kemiskinan melalui layanan keuangan, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat, terutama untuk kalangan bawah dalam layanan keuangan.

b. Visi dan Misi Keuangan Inklusif.

Visi nasional untuk keuangan inklusif adalah membangun sistem keuangan yang semua orang bisa mengaksesnya guna memajukan pembangunan ekonomi, mengatasi kemiskinan, menciptakan stabilitas sistem keuangan, dan mendistribusikan pendapatan di Indonesia. Visi keuangan inklusif diantaranya:<sup>24</sup>

- 1) Strategi keuangan inklusif merupakan komponen pembangunan ekonomi yang lebih besar, pengentasan kemiskinan, inisiatif stabilitas sistem keuangan, serta kesetaraan pendapatan. Pengklasifikasian kelompok sebagai miskin atau kurang beruntung telah membatasi akses pada layanan keuangan. Tujuan Keuangan inklusif ialah untuk menyediakan layanan keuangan yang lebih luas bagi setiap masyarakat, tetapi perhatian lebih perlu diberikan kepada kelas bawah.
- 2) Menyediakan layanan keuangan dan produk yang responsif terhadap kebutuhan masyarakat. Melalui berbagai layanan yang lengkap, dalam sebuah rencana keuangan inklusif harus dapat memenuhi beragam persyaratan kelompok masyarakat yang beragam.

---

<sup>24</sup> Bank Indonesia, "*Booklet Keuangan Inklusif*", (Jakarta: Departemen Pengembangan Akses dan UMKM, 2014), hlm. 6

- 3) Pengetahuan publik tentang layanan keuangan harus ditingkatkan. Kendala utama untuk keuangan inklusif adalah kurangnya literasi keuangan. Informasi ini sangat penting agar individu merasa lebih tenang saat berhadapan dengan organisasi keuangan.
- 4) Layanan akses keuangan terhadap harus ditingkatkan. Kendala geografis dan administratif mencegah orang miskin mengakses layanan perbankan. Menyelesaikan masalah ini akan menjadi momen penting dalam hal pelanggaran akses layanan keuangan.
- 5) Dalam membangun dan memastikan hubungan kerjasama internal yang produktif antara bank, lembaga keuangan mikro, dan lembaga keuangan non-bank wajib diperkuat. Selain memberdayakan cabang, pemerintah juga harus memastikan regulasi yang menyebabkan perluasan layanan keuangan formal.
- 6) Kontribusi teknologi informasi dan komunikasi dioptimalkan terhadap pengembangan jangkauan layanan keuangan. Tidak hanya layanan deposito dan kredit, tetapi juga sistem keuangan formal, dapat diperluas melalui penggunaan teknologi. Namun, aturan dan peraturan yang tepat harus dikembangkan untuk mencapai keseimbangan antara cakupan dan risiko.<sup>25</sup>

Berdasarkan pernyataan di atas, dapat dianggap bahwa keuangan inklusif adalah alat utama untuk pengurangan

---

<sup>25</sup> Bank Indonesia, “*Booklet Keuangan Inklusif*”,....., hlm.7

kemiskinan di suatu negara. Meskipun keuangan inklusif sering dikaitkan dengan kelas menengah ke atas, itu dapat diterapkan pada kelompok berpenghasilan rendah. Berdasarkan masalah keuangan Islam, di negara besar seperti Indonesia, distribusi dan cakupannya menantang dan mahal. Bank syariah dengan keterbatasan uang, sistem, barang, dan sumber daya manusia lebih bersedia melakukan bisnis di kota-kota besar karena ada bisnis yang lebih berharga di sana. Situasi ini menghalangi pertumbuhan bank syariah dan kebijakan pemerintah yang mempromosikan pembiayaan inklusif. Dengan menggunakan metode distribusi yang berbeda, bank syariah dapat secara substansial memperluas jangkauan mereka menuju beberapa daerah yang sekarang ini bank syariah layani.

Dua model mendapatkan popularitas di seluruh dunia. Salah satunya konsep perbankan tanpa cabang baru yang melibatkan perusahaan lokal dan kadang-kadang jaringan penyedia telekomunikasi nasional, menyediakan salah satu layanan paling dasar melalui campuran agen lokal dan teknologi ponsel. pelanggan. Dengan menghilangkan hambatan seperti biaya, waktu perjalanan, dan persyaratan dokumentasi, jenis layanan ini dapat membantu meningkatkan cakupan dan meningkatkan inklusi keuangan<sup>26</sup>

---

<sup>26</sup> Syah Amelia Manggala Putri, “*Optimalisasi Laku Pandai Berbasis Masjid Guna Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah Berkelanjutan*”, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol.3 No. 2, (Juli-Desember 2017), hlm. 116

### c. Strategi Nasional Keuangan Inklusif

Kemampuan untuk mengelola dan merencanakan disebut sebagai strategi, dan tujuan strategi ialah untuk memenangkan atau mencapai hasil yang diinginkan.<sup>27</sup>

Pertumbuhan ekonomi terkait erat dengan keterlibatan pemerintah dalam kesetaraan pendapatan dan pengurangan kemiskinan. Distribusi pendapatan yang adil di antara kategori pendapatan adalah salah satu tujuan ekonomi nasional. Guna meraih tujuan pertumbuhan ekonomi, pendanaan internal dan saluran keuangan harus diperluas, serta sistem keuangan domestik stabil. Pemerintah menetapkan sasaran pertumbuhan ekonomi sebanyak 8% untuk tahun 2019 pada Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2015-2019. Usaha dalam RPJMN 2019 untuk menambah akses masyarakat pada layanan keuangan Nawacita menyatakan bahwa agar meraih kemandirian ekonomi melalui mobilisasi sektor strategis ekonomi, tujuannya adalah menambah akses layanan keuangan formal untuk individu dan UMKM menurut konsep pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkeadilan.<sup>28</sup>

Keuangan inklusif adalah pendekatan pembangunan nasional yang bertujuan untuk mennumbuhkan perekonomian negara dengan mengatasi kemiskinan, ketimpangan pendapatan, dan stabilitas sistem keuangan. Strategi yang bergantung kepada

---

<sup>27</sup> Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI, "Kamus Besar Bahasa Indonesia", (Jakarta: Balai Pustaka, 1991), hlm. 964

<sup>28</sup> Republik Indonesia (SNKI), Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 82 Tahun 2016, hlm 9

individu yang menghadapi hambatan terhadap layanan keuangan. Dengan cara eksplisit, strategi keuangan inklusif menetapkan sasaran mereka yang memiliki kebutuhan layanan keuangan tertinggi (tidak terpenuhi), terutama 3 populasi yang berbeda (orang tidak mampu berpenghasilan rendah, pekerja serabutan atau orang tidak mampu yang produktif, dan masyarakat di ambang kemiskinan), serta tiga populasi lintas kategori (pekerja perempuan, pekerja migran, serta penduduk daerah yang kurang beruntung).<sup>29</sup>

### 3. Biaya Promosi

Setiap pengeluaran yang dilakukan untuk memperoleh produk atau layanan dari pihak ketiga dikatakan sebagai biaya. Menjual kembali barang atau jasa diizinkan terlepas dari apakah mereka terkait dengan aktivitas utama perusahaan. Ketika keuntungan dan kerugian dihitung, jumlah beban ini mengurangi pendapatan atau meningkatkan kerugian.<sup>30</sup>

Promosi adalah cara yang digunakan untuk mempromosikan barang. Promosi ialah komponen dari campuran komunikasi, yang mencakup semua informasi yang disampaikan bisnis kepada pelanggan tentang barang-barangnya.<sup>31</sup> Pada saat

---

<sup>29</sup> Bank Indonesia, *Booklet Keuangan Inklusif* (Jakarta: Departemen Pengembangan Akses dan UMKM, 2014), hlm. 9-10

<sup>30</sup> Kuswandi, *"Meningkatkan Laba Melalui Pendekatan Akuntansi Keuangan dan Akuntansi Biaya"*, (Jakarta: PT Gramedia, 2005), hlm. 19

<sup>31</sup> Ricky W. Griffin Dan Ronald J Ebert, *"Bisnis Edisi Kedelapan Jilid 1"*, (Jakarta: Erlangga, 2007), hlm. 364

yang sama, Simomora menyatakan, “promosi sebagai dua prepektif. Pertama pada produsen, promosi merupakan aktifitas yang memberikan informasi barang, merayu konsumen untuk membeli, dan mengingatkan konsumen agar tidak melupakan barang tersebut. Dan yang kedua pada konsumen, promosi ialah pertukaran antara produsen dan konsumen yang melakukan dengan *invitation*, memberikan *value-added* untuk membeli barang dari distributor, pedagang atau konsumen”.<sup>32</sup>

Tujuan promosi didefinisikan dengan jelas, karena pedoman promosi yang benar bergantung pada apa yang ingin dicapai oleh perusahaan. Mempertimbangkan 3 tujuan promosi: untuk mendidik, meyakinkan, atau memikat konsumen potensial, dan untuk mengingatkan mereka tentang bisnis dan bauran pemasarannya. Semua kegiatan ini bertujuan untuk mempengaruhi perilaku pembeli melalui penyediaan informasi lebih lanjut.<sup>33</sup>

Alma dalam majalah Denny Daud menyatakan “promosi ialah semacam komunikasi yang menawarkan pemaparan yang menarik perihal produk serta layanan kepada calon pelanggan. Tujuannya adalah untuk melatih, mempertimbangkan, dan memastikan calon pembeli”. Dalam teori Marwan Asri yang dikutip dari skripsi Geraldly, promosi ini melayani tujuan

---

<sup>32</sup> Monle Lee & Charla Jhonson, “*Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global*”, (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 331

<sup>33</sup> Joseph P. Cannon, William D. Perreault, Jr., E Jerome McCarthy, “*Pemasaran Dasa*”, Edisi 16, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hlm. 76

diantaranya:

- 1) *Informing*, yakni untuk menginformasikan pelanggan potensial tentang produk yang dijual, identitas penjual, identitas produsen, di mana untuk membeli, harga, dll. Informasi yang digunakan dapat diberikan dalam bentuk teks, gambar, teks dan kondisi lain yang sesuai.
- 2) *Peruading*, yakni meyakinkan calon konsumen agar membeli produk ataupun jasa yang disediakan, butuh ditegaskan bahwa bujukan bukan merupakan tindakan wajib yang dilakukan terhadap calon konsumen, sehingga tindakan yang dilakukan cenderung merupakan hal yang buruk.
- 3) *Reminding*, yakni mengingatkan konsumen akan kehadiran produk dan layanan tertentu yang diproduksi dan dipasok oleh bisnis tertentu dan ditawarkan dengan harga dan lokasi tertentu. Terkadang konsumen perlu diingatkan karena tidak mau repot untuk selalu mencari apa yang mereka butuhkan dan di mana mendapatkannya.<sup>34</sup>

Strategi promosi, menurut Moekijat, adalah kegiatan di mana bisnis mempromosikan penjualan dengan menghadirkan pelanggan dengan komunikasi yang menarik.<sup>35</sup> Strategi promosi, di sisi lain, adalah rencana untuk memaksimalkan pemanfaatan komponen promosi seperti iklan, hubungan masyarakat,

---

<sup>34</sup> Denny Daud, "Promosi dan Kualitas Layanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Pembiayaan Pada PT. BESS FINANCE MANADO". Vol. 1, No. 4, 2013. hlm. 52

<sup>35</sup> Moekijat, "Manajemen Pemasaran", (Bandung: Penerbit Mandar Maju, 2000), hlm. 443

penjualan personalia, dan promosi, menurut Lamb dkk.<sup>36</sup>

Menurut deskripsi di atas, strategi promosi adalah tindakan yang dimaksudkan untuk meyakinkan dan mendorong pelanggan untuk menggunakan produk suatu organisasi atau perusahaan, sehingga dapat memaksimalkan realisasi tujuan organisasi atau perusahaan tersebut.

Biaya yang dihabiskan dalam memperkenalkan barang dari produsen ke pelanggan disebut sebagai biaya promosi. Penentuan biaya promosi adalah masalah yang signifikan. Namun, sebelum menghitung biaya yang akan dikeluarkan, jumlah biaya promosi yang terkait dengan pemasaran produk harus ditetapkan sebelumnya. Menurut terjemahan Benjamin Molan tentang Philip Kotler yang menyatakan, “Dalam sejumlah biaya yang dikeluarkan untuk promosi disebut dengan biaya promosi.”<sup>37</sup>

Biaya promosi secara harfiah bisa dimaknai sebagai serangkaian pengorbanan yang dilakukan bisnis selama melaksanakan operasi pemasarannya, terutama dalam pelaksanaan kegiatan promosi. Biaya promosi akan berdampak pada penjualan perusahaan. Makin tinggi biaya promosi yang dikeluarkan oleh bisnis, maka akan besar pula volume penjualan yang diraih perusahaan.

---

<sup>36</sup> Lamb, Hair, dan McDaniel, “Pemasaran”, Buku 1, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hlm. 146

<sup>37</sup> Philip kotler, “Manajemen Pemasaran” (Jilid 1; Jakarta: indeks, 2002), hlm. 17

#### 4. Pembiayaan

##### a. Pengertian Pembiayaan

Dari segi pembiayaan bersumber dari empat kata, “*I Believe, I Trust*”, “saya percaya” atau “saya menaruh kepercayaan”. Pembiayaan adalah kata mengacu pada kepercayaan lembaga keuangan pada seseorang untuk menyelesaikan pekerjaan, seperti *Shahibul Mal*. Modal dipakai secara tepat dan adil, serta kedua belah pihak wajib dijamin kondisi yang jelas dan saling menguntungkan.<sup>38</sup>

Dalam arti sempit, mendefinisikan pembiayaan sebagai dana yang diberikan kepada nasabah oleh lembaga keuangan misalnya bank syariah. Sementara itu, pembiayaan adalah keuangan dalam arti luas, yang mengacu pada dana yang diberikan dari satu pihak ke pihak lainnya guna menunjang perencanaan investasi, baik yang dibuat sendiri ataupun dengan bantuan organisasi. Perbankan syariah, atau aset produktif seperti namanya yang dikenal, adalah hal pembiayaan. Rupiah dan valuta asing dalam bentuk surat berharga syariah, pembiayaan, piutang, penyertaan sementara, qardh, penempatan, komitmen, penyertaan modal, dan kontinjensi dalam rekening administratif, serta Sertifikat Wadi'ah Bank Indonesia, adalah sarana aset yang menguntungkan, sesuai ketentuan Bank Indonesia.<sup>39</sup>

M. Syafi'i Antonio menyatakan salah satu tanggung jawab

---

<sup>38</sup> Veithzal Rivai, “*Islamic Financial Management*”, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 25

<sup>39</sup> Muhammad, “*Manajemen Pembiayaan Bank Syari'ah*”, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2005), hlm. 67

utama bank adalah menawarkan sumber daya keuangan untuk memenuhi persyaratan unit defisit.<sup>40</sup>

## b. Dasar Hukum Pembiayaan

### a. Al-Qur'an

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ  
بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ بِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ  
وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

*“Janganlah kalian saling memakan harta sesama kalian dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan peniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kalian.”*  
(QS. An-Nisa: 29)<sup>41</sup>

Dilarang mengkonsumsi sembarangan atau mencuri barang-barang orang lain, sesuai dengan ayat di atas. Kecuali itu dilakukan dengan cara yang disepakati dua pihak. Selain itu menggunakan kesepakatan secara jelas dan saling menguntungkan untuk mengikat perjanjian para pihak.

Allah SWT berfirman:

بَلَىٰ مَنْ أَوْفَىٰ بِعَهْدِهِ وَاتَّقَىٰ فَإِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَّقِينَ  
*“(Bukan demikian), sebenarnya siapa yang menepati janji (yang dibuatnya) dan bertakwa, maka sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertakwa.”* (QS. Al-Imran :76)<sup>42</sup>

<sup>40</sup> Muhammad Syafi’I Antonio, “Bank Syariah dari Teori ke Praktek”, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), hlm.160.

<sup>41</sup> Al-`Aliyy, *Al-Qur`an dan Terjemahan*, surat An-Nisa :29, hlm.65

<sup>42</sup> Al-`Aliyy, *Al-Qur`an dan Terjemahan*, surat Al-Imran : 76, hlm. 46

Pada ayat tersebut menyatakan bahwa salah satu karakter ketakwaan seseorang, menepati janji kepada sesamanya, berjanji kepada sesamanya, atau berjanji kepada Allah, dan juga menyampaikan amanah kepadanya. Jadi tidak peduli siapa yang meminjamkan anda sejumlah aset untuk jangka waktu tertentu, atau menjualnya kepadamu dengan harga pembayaran yang ditangguhkan, atau seseorang mempercayakannya kepada kamu, hendaklah kamu.

#### c. Tujuan dan Manfaat Pembiayaan

Penyediaan fasilitas pembiayaan melayani fungsi khusus serta terkait erat dengan misi bank yang dibangun. Berikut ini adalah tujuan utama pembiayaan:

- 1) Mencari keuntungan untuk mendapatkan laba atas investasi serta keuntungan pembiayaan. Akibatnya, bank mendapatkannya dalam bentuk bagi hasil dengan imbalan layanan, sementara konsumen hanya menerima hak manajemen keuangan.
- 2) Membantu nasabah korporasi yang membutuhkan modal, dana investasi bank dan modal kerja.
- 3) Membantu pemerintah agar sektor perbankan memberikan lebih banyak pembiayaan dan lebih banyak aliran dana ke masyarakat, yang akan dapat mempengaruhi pertumbuhan semua sektor.<sup>43</sup>

---

<sup>43</sup> Kasmir, *“Dasar-dasar Perbankan”*,(Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003,) hlm.96

Jelas dari tujuan di atas bahwa menyediakan pembiayaan tidak hanya membantu satu pihak, yakni pihak pembiayaan, tetapi juga pihak pemberi pembiayaan.<sup>44</sup> Manfaat pembiayaan dilihat dalam banyak aspek:

1. Kepentingan Debitur
  - a) Membolehkan perluasan serta pengembangan usaha debitur.
  - b) Lamanya pinjaman dapat disesuaikan dengan kebutuhan keuangan debitur. Pembiayaan modal kerja dapat diperpanjang secara berkala dan pembiayaan investasi dapat disesuaikan dengan kapasitas perusahaan terkait.
2. Kepentingan Perbankan
  - a) Menjaga stabilitas usaha sekaligus membantu dalam pemasaran layanan perbankan.
  - b) Meluaskan pangsa pasar industri perbankan nasional di daerah-daerah di mana penawaran dan permintaan uang saat ini tidak merata.
3. Kepentingan Pemerintah
  - a) Pembiayaan bisa dipakai untuk mendorong pembangunan ekonomi dengan cara keseluruhan, termasuk penciptaan lapangan pekerjaan serta menumbuhkan perekonomian nasional.

---

<sup>44</sup> Kasmir, *Dasar-dasar Perbankan*,....., hlm.97

b) Sebagai sumber penghasilan bagi negeri.

#### 4. Kepentingan Masyarakat Luas

a) Diharapkan bahwa dana surplus akan mengalir dari kelebihan dana ke pihak-pihak yang membutuhkan uang sebagai akibat dari prosedur pembiayaan yang lancar.

b) Mendorong daya beli masyarakat.

#### d. Jenis-Jenis Pembiayaan

Bank syariah memiliki berbagai pilihan pembiayaan dalam akad distribusi produk. Pada dasarnya, ada banyak aspek untuk pembiayaan semacam ini, termasuk:<sup>45</sup>

##### 1. Pembiayaan dalam bentuk tujuan

Pembiayaan yang dibedakan dalam tujuan adalah:

- a) Pembiayaan modal kerja adalah bentuk pembiayaan yang ditujukan guna memperoleh dana pada rencana ekspansi perusahaan.
- b) Pembiayaan investasi mengacu pada metode pembiayaan untuk tujuan membiayai pengembangan produk konsumen atau investasi.

##### 2. Pembiayaan dalam bentuk masa waktu

Pembiayaan yang diklasifikasikan berbentuk masa waktu adalah:

- a) Pembiayaan masa waktu pendek didefinisikan sebagai pembiayaan yang berlangsung dari 1 bulan - 1 tahun.

---

<sup>45</sup> Rivai Veithzal dan Arviyan Arifin, "*Islamic Banking*", (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2010), hlm. 686

- b) Pembiayaan masa waktu menengah, dengan durasi mulai dari 1 – 5 tahun.
- c) Pembiayaan masa waktu panjang didefinisikan sebagai Pembiayaan yang berlangsung > 5 tahun.

Di perbankan syariah, macam pembiayaan akan dihasilkan berbentuk aktiva produktif dan aktiva tidak produktif, antara lain:

Berdasarkan bentuk aktiva produktif

1. Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil diantaranya:

a) Pembiayaan *Mudharabah*

Secara khusus, jenis kesepakatan dalam investasi di mana pemilik uang (*shahibul mal*) menyewa (*mudharib*) guna mengoperasikan perusahaan berdasarkan hukum syariah dan membagi keuntungan dengan kedua belah pihak sesuai kesepakatan.<sup>46</sup>

b) Pembiayaan *Musyarakah*

Artinya, dua atau lebih pihak dengan uang atau produk terlibat dalam jenis transaksi investasi komersial yang sesuai syariah tertentu. Kedua pihak atau lebih membagi hasil usaha menurut kesepakatan yang disepakati, tetapi kerugian pembagiannya didasarkan pada rasio dana masing-masing.<sup>47</sup>

---

<sup>46</sup> A Wangsawidjaja Z, “*Pembiayaan Bank Syariah*”, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2012), hlm.192

<sup>47</sup> A Wangsawidjaja Z, “*Pembiayaan Bank Syariah*”,.....,hlm.196

2. Pembiayaan dengan prinsip jual beli (piutang), antara lain:
  - a) Pembiayaan *Bai' al-Murabahah Bai' al-murabahah* mengacu pada pembelian dan penjualan barang memakai harga pokok mereka dengan laba keuntungan yang disetujui. Penjual berkewajiban menyatakan harga utama barang yang dibelinya serta jumlah keuntungan dalam pembiayaan semacam ini.<sup>48</sup>
  - b) Pembiayaan Salam, juga dikenal sebagai *bai' assalam*, mengacu pada pembelian barang-barang yang akan dikirim nanti, serta pembayaran di muka.<sup>49</sup>
  - c) Pembiayaan *Istishna* ialah perjanjian pembelian dan penjualan antara pembeli dan produsen produk. Produsen produk mendapat pesanan pembeli di bawah akad ini. Produsen produk kemudian mencoba untuk memproduksi atau memperoleh barang-barang yang sudah disetujui sejalan dengan keinginan pelanggan melalui orang lain, serta menjualnya pada pembeli utama.<sup>50</sup>

---

<sup>48</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, "*Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*", (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), hlm.101

<sup>49</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, "*Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*",.....,hlm.108

<sup>50</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, "*Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*",.....,hlm.113

3. Pembiayaan dengan prinsip sewa, diantaranya:

a) Pembiayaan *Ijarah*

Ialah akad sewa di mana barang disewa untuk masa waktu yang spesifik dengan pembayaran sewa.

b) Pembiayaan *Ijarah muntahiya biltamlik/Wa Iqtina*

Ialah akad sewa untuk barang yang berakhir ketika orang yang memberikan kepemilikan mengalihkan sewa barang ke penyewa.

4. Surat Berharga Syariah

Ialah sertifikat investasi yang berpedoman pada prinsip-prinsip hukum Syariah, seperti obligasi Syariah, sertifikat dana syariah, pesanan uang, serta sekuritas syariah lainnya, yang biasanya dipertukarkan di pasar mata uang dan atau pasar modal.

5. Penempatan Penempatan

Artinya, cara modal bank islam diinvestasikan di bank Islam lain ataupun lembaga pembiayaan syariah, seperti giro, tabungan wadiah, deposito tetap, atau jenis deposito lain yang mematuhi prinsip hukum Islam.<sup>51</sup>

6. Penyertaan Modal

Ialah jenis investasi dana bank syariah yang mengambil bentuk saham dalam bisnis keuangan Islam, serta investasi dalam obligasi berkolaborasi dengan pilihan ekuitas atau transaksi spesifik. Dan berdampak pada bank

---

<sup>51</sup> Muhammad, “*Manajemen Dana Bank Syariah*”, (Yogyakarta: Rajawali Pers, 2014), hlm 312

berdasarkan prinsip-prinsip hukum Islam. Perusahaan yang berpartisipasi dalam pembiayaan syariah sudah memiliki saham syariah.<sup>52</sup>

7. Penyertaan Modal Sementara

Ialah semacam investasi dana bank Islam yang mencakup saham di perusahaan keuangan Islam, obligasi konversi dengan opsi ekuitas, dan transaksi tertentu menurut prinsip hukum Islam yang berdampak pada bank. Perusahaan yang menggunakan keuangan syariah sudah memiliki saham yang sesuai syariah.<sup>53</sup>

8. Transaksi Rekening Administratif

Ialah komitmen *off-balance sheet* dan kontinjensi sesuai dengan prinsip Syariah, seperti jaminan bank, penerimaan/pengesahan, *letter of credit* (L/C) yang tidak bisa dibatalkan, penerimaan pesanan uang impor pada futures L/C, siaga L/C, dan jaminan berbasis syariah lainnya.<sup>54</sup>

9. Sertifikat Wadiah Bank Indonesia (SWBI)

Artinya, sertifikat setoran dana jangka pendek yang dikeluarkan Bank Indonesia sejalan dengan prinsip wadiah.<sup>55</sup>

Berikut ini adalah tipe aktiva non-produktif yang terkait kegiatan pembiayaan yang tersedia berbentuk pinjaman:

---

<sup>52</sup> Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, ..... , hlm. 313

<sup>53</sup> Rivai Veithzal dan Arviyan Arifi, "*Islamic Banking*",.....,hlm.689

<sup>54</sup> Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*,.....,hlm.313

<sup>55</sup> Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*,.....,hlm.314

- a. Pembiayaan *Qardh* ialah pembiayaan yang memberikan dana ataupun hutang antar bank syariah dan mengharuskan dari sisi peminjam melunasi pembayaran langsung atau bertahap menurut masa waktu yang spesifik.<sup>56</sup>

## 5. Jumlah Kantor

Kantor merupakan tempat kegiatan manajemen. Dalam proses pengolahan data dan informasi mulai dari penerimaan, pengumpulan, pengolahan, penyimpanan, dan pendistribusian, terdapat ketergantungan sistem antara personel, teknologi, dan prosedur.<sup>57</sup>

Banyaknya kantor bank terkait dengan kenyamanan dan layanan masyarakat. Agar menarik minat publik pada bank, jaringan kantor cabang yang luas dan kantor cabang tambahan harus didirikan untuk menjangkau orang-orang di semua lapisan masyarakat. Semakin banyak kantor bank, semakin banyak peluang yang dimiliki orang untuk menabung dan meningkatkan. Dengan cara ini, masyarakat yang ingin memenuhi kebutuhan industri perbankan akan memperoleh lebih banyak kesempatan. Dengan menyetor atau menyetorkan dana pada suatu lembaga perbankan, sebab letak bank yang jauh dari tempat tinggalnya, mereka menyetorkan uang ke bank tanpa alasan, karena tidak memiliki waktu luang.<sup>58</sup>

---

<sup>56</sup> Rivai Veithzal dan Arviyan Arifi., “Islamic Banking”,.....,hlm.689

<sup>57</sup> Erika Devida, dkk. “Manajemen Perkantoran”, ( Yayasan Kita Menulis, 2021), hlm. 2

<sup>58</sup>Latumaerissa R. Julius. “Mengenal Aspek-Aspek Operasi Bank

Di sisi lain, fakta membuktikan bahwa industri perbankan syariah mampu menjaga stabilitas di tengah merebaknya krisis global. Secara umum, perbankan syariah memainkan peran penting dalam penyediaan layanan berkualitas tinggi bagi perekonomian nasional. Menurut data perbankan syariah OJK, telah menurun dari Januari – Agustus 2016. Bank Umum Syariah (BUS) dan unit usaha syariah (UUS) memiliki 54.329 pekerja pada bulan Agustus. Pada tahun 2016, pertumbuhan jumlah pekerja mencapai titik nadir pada bulan Januari. Sebanyak 55.442 orang dihubungi oleh bank dan Unit Usaha Syariah. Sektor perbankan syariah telah berkembang menjadi 201 bank, menurut statistik yang OJK terbitkan di bulan September 2017. BUS (Bank Umum Syariah), UUS (Unit Usaha Syariah), serta BPRS di antaranya (Bank Pembiayaan Rakyat Syariah). OJK mencontohkan hingga akhir Januari 2019, total aset bank syariah (BUS dan UUS) mencapai Rp477.025 triliun. Peningkatan ini berdampak positif terhadap pertumbuhan jumlah kantor, yaitu jumlah kantor pada tahun 2019 sebanyak 488.800, meningkat 477.325 kantor dibandingkan tahun 2018, diantaranya kantor cabang, kantor cabang pembantu dan kantor kas.<sup>59</sup>

---

*Umum, Edisi Pertama*”, (Jakarta: Penerbit Bumi Aksara, 1999), hlm. 150

<sup>59</sup> Nuhbatul Basyariah, “Pengaruh Jumlah Tenaga Kerja dan Kantor Bank Syariah terhadap Pertumbuhan Aset Bank Syariah di Indonesia”. AT-TAUZI’ : Jurnal Ekonomi Islam. Vol 18 No 1: Juni 2018, hlm. 41

## 6. Nasabah

Nasabah ialah perseorangan, lembaga, perseroan dan yayasan yang mempunyai rekening, yaitu rekening simpanan (pinjaman bank). Oleh karena itu, nasabah adalah seseorang yang terbiasa berurusan sama bank ataupun menjadi nasabah bank.<sup>60</sup> Dalam istilah lain, nasabah ialah pihak atau orang yang memakai dan ingin memanfaatkan bank sebagai nasabah yang dipercayai.

Saat memahami apa yang dipikirkan nasabah, harus terlebih dahulu memahami poin-poin berikut:

- 1) Mengenali tujuan dan sasaran yang ingin dicapai atau diraih konsumen.
- 2) Mengenali metode mereka untuk menilai dan mengutamakan tujuan dan target ini.
- 3) Apa yang dapat kami capai dengan barang yang hendak kami tawarkan guna memberikan bantuan kepada mereka mengatasi masalahnya dan bagaimana kami akan sampai di sana.<sup>61</sup>

Beberapa sifat nasabah antara lain:

- 1) Nasabah adalah raja  
 Staf *Customer Service* bertanggung jawab memperlakukan Nasabah sebagai raja, yang berarti bahwa raja berkewajiban memenuhi keseluruhan kebutuhannya.

---

<sup>60</sup> M. Nur Rianto Al Arif. “*Dasar- Dasar Pemasaran Bank Syariah*”. (Bandung: Alfabeta.2010), hlm. 189

<sup>61</sup> Bill Stinnet. “*Think Like Your Customer*”. (Jakarta: Alex Media Komputindo), hlm. 3

2) Ingin memenuhi kebutuhannya

Nasabah datang ke bank untuk memenuhi keinginannya, baik dalam bentuk informasi, pengisian aplikasi, maupun pengaduan.

3) Tidak ingin dibantah atau tersinggung

Nasabah paling tidak suka ditolak atau dibantah, ini adalah hukum alam. Semua upaya pelayanan dijalankan lewat diskusi yang santai dan rileks.

4) Nasabah ingin diperhatikan

Nasabah yang berkunjung ke bank sebagian besar ingin diperhatikan.

5) Nasabah menjadi sumber pendapatan bagi bank

Transaksi nasabah adalah sumber pendapatan utama bank.

## **B. Hubungan Antar Variabel**

### **1. Hubungan Antara Biaya Promosi dengan Jumlah Nasabah Pembiayaan**

Tidak dapat dipungkiri bahwa perbankan yang mampu bertahan didunia di bisnis dan digital dengan pesaingannya ketat adalah perbankan yang dapat menghasilkan jumlah nasabah termasuk nasabah pembiayaan karena dengan jumlah nasabah pembiayaan tinggi secara tidak langsung banyak pendapatan yang dihasilkan. Dengan meningkatkan jumlah nasabah perlu biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perbankan yaitu biaya promosi.

Dalam teori Fandy Tjiptono mengatakan bahwa

promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran yaitu aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Dan apabila biaya promosi besar atau dinaikkan maka penjualan pun mengalami kenaikan, sehingga jumlah nasabah pembiayaan pada perbankan juga meningkat karena banyaknya nasabah atau calon nasabah yang tertarik dengan produk dan jasa layanan di perbankan syariah. Dapat dikatakan bahwa biaya promosi memiliki hubungan erat dengan jumlah nasabah pembiayaan serta memiliki peran penting bagi perbankan syariah. Karena dapat dikatakan bahwa suksesnya bank itu dilihat dari bank tersut dapat menarik nasabah baru sebanyak-banyaknya dan dapat mempertahankan nasabah yang ada agar tetap setia pada bank tersebut.<sup>62</sup>

Berdasarkan pemikiran tersebut, maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>1</sub> : Diduga ada pengaruh secara parsial dari variabel biaya

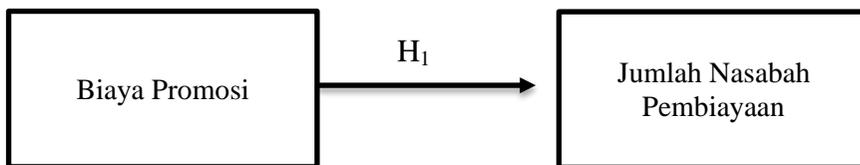
---

<sup>62</sup> Ervin, “*Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Pendapatan pada PT. Bank BNI Syariah*”, (Skripsi, Jurusan PerbankanSyariah, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, IAIAN Antasari Banjarmasin, 2016), hlm. 7

promosi (X) terhadap jumlah nasabah pembiayaan (Y) pada Bank Umum Syariah Indonesia.

**Gambar 2.1**

**Hubungan antara Biaya Promosi dengan Jumlah Nasabah Pembiayaan**



**2. Hubungan Antara Pembiayaan dengan Jumlah Nasabah Pembiayaan**

Secara teoritis mengatakan bahwa pembiayaan memiliki hubungan erat pada jumlah nasabah pembiayaan. Hal ini sejalan dengan teori Antonio bahwa pembiayaan terdiri dari pembentukan mekanisme dalam penyaluran dana unruk memenuhi tuntutan semua pihak dalam unit defisit.<sup>63</sup> Hal ini membuktikan bahwa jika pembiayaan meningkat maka jumlah nasabah pembiayaan pun meningkat. Karena bank syariah lebih fokus pada pembiayaan produktif, salah satunya dengan banyaknya calon nasabah yang ingin membuka usaha yang berkerja sama dengan bank.

Berdasarkan pemikiran tersebut, maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

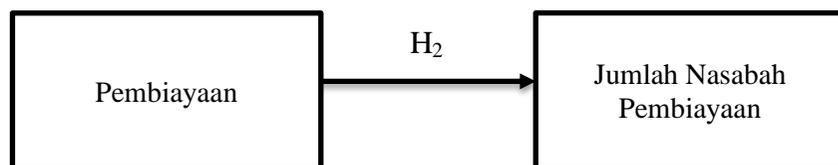
---

<sup>63</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), hlm.160

$H_2$  : Diduga ada pengaruh secara parsial dari variabel pembiayaan (X) terhadap jumlah nasabah pembiayaan (Y) pada Bank Umum Syariah Indonesia.

**Gambar 2. 2**

**Hubungan antara Pembiayaan dengan Jumlah Nasabah Pembiayaan**



**3. Hubungan Antara Jumlah Kantor dengan Jumlah Nasabah Pembiayaan**

Kantor bank syariah merupakan titik kontak bagi nasabah dan calon nasabah. Dalam kegiatan administrasi harus dilakukan di mana personil, teknologi, dan prosedur semua bekerja untuk memproses data dan informasi dari penerimaan ke penyimpanan untuk distribusi dengan cara sistematis. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah kantor memiliki hubungan erat dengan jumlah nasabah pembiayaan karena dengan jumlah kantor meningkat jumlah nasabah pun ikut meningkat dilihat dari sisi faktor kedekatan lokasi kantor bank syariah dengan pusat kegiatan ekonomi dan tempat tinggal nasabah atau calon nasabah diharapkan dapat mempermudah akses nasabah terhadap bank syariah dalam menunjang kegiatan perbankan.<sup>64</sup>

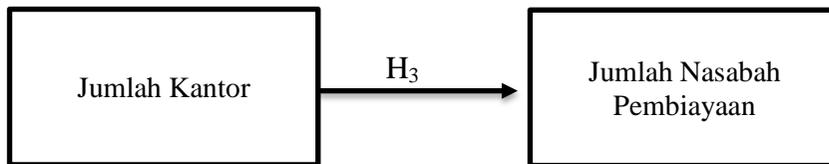
<sup>64</sup> Ali Mustofa, "Analisis Pengaruh Jumlah Kantor Bank Umum

Berdasarkan pemikiran tersebut, maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

$H_3$  : Diduga ada pengaruh secara parsial dari variabel jumlah kantor (X) terhadap jumlah nasabah pembiayaan (Y) pada Bank Umum Syariah Indonesia.

**Gambar 2. 3**

**Hubungan antara Jumlah Kantor dengan Jumlah Nasabah Pembiayaan**



**C. Penelitian Terdahulu yang Relevan**

**Tabel 2. 1**

**Penelitian Terdahulu yang Relevan**

No	Peneliti	Persamaan	Perbedaan	Kesimpulan
1.	Muhammad Khozin Ahyar "Analisis Pengaruh Inklusi Perbankan	<ul style="list-style-type: none"> <li>Data sekunder yang diterbitkan oleh OJK</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Metode VAR (<i>Vector Autoregression</i>)</li> <li>Variabel depended yaitu</li> </ul>	Dari hasil uji VAR menyatakan bahwa kantor BUS dan UUS berpengaruh

---

*Syariah (JKBUS), Sertifikat Bank Indonesia Syariah (SBIS), dan Dana Pihak Ketiga (DPK) Terhadap Pembiayaan Bagi Hasil Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia Periode 2015-1018", (Tesis, Program Studi Ekonomi Syariah, IAIN Ponorogo, 2019), hlm. 16*

	<p><i>Syariah terhadap Pembiayaan UMKM Sektor Halal di Indonesia</i>".</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variabel independent yaitu jumlah kantor BUS dan USS (X1).</li> </ul>	<p>pembiayaan UMKM (Y)</p>	<p>terhadap pembiayaan UMKM dikarenakan nilai uji t (-2,99912) pada variable tersebut lebih besar dari dua. Kemudian pembiayaan UMKM juga berpengaruh terhadap kantor BUS dan UUS dikarenakan nilai uji t (2,56636) yang lebih dari dua.</p>
2.	<p>Bagja Sumantri "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Pembiayaan Terhadap Minat</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analisis pendekatan kauntitatif.</li> <li>• Menggunakan uji normalitas, uji multikolinearitas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variabel independent yaitu kualitas pelayanan (X1) dan produk pembiayaan (X2).</li> </ul>	<p>Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah dengannilai</p>

<p><i>dan Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Syariah”.</i></p>	<p>.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variabel depended yaitu minat menjadi nasabah (Y1) dan keputusan menjadi nasabah (Y2).</li> <li>• Analisis jalur AMOS versi 21.</li> </ul>	<p>probabilitas (0,028&gt;0,05).          Produk pembiayaan berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah dengan nilai probabilitas (0,000&lt;0,05).          Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah dengan nilai probabilitas (0,000&lt;0,05).          Produk pembiayaan berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah dengan nilai probabilitas</p>
---	----------	---	---

				(0,005<0,05). Minat menjadi nasabah berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah dengan nilai probabilitas (0,017<0,05).
3.	Budi Gautama Siregar <i>"Pengaruh Promosi dan Lokasi Usaha Terhadap Peningkatan Jumlah Nabah Produk Giro Wadi'ah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan"</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variabel independent yaitu promosi (X1).</li> <li>• Analisis regresi linear berganda.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variabel independen yaitu lokasi (X2), dan variable independen yaitu peningkatan jumlah nasabah produk giro wadi'ah (Y).</li> <li>• Metode pengumpulan data dengan kuesioner.</li> </ul>	Dari hasil analisis regresi mengatakan bahwa variabel lokasi memiliki nilai koefisien sebesar 0,839), dan variabel promosi sebesar 0,018 hal ini menyatakan bahwa kedua variabel tersebut secara parsial berpengaruh positif terhadap

				variabel jumlah nasabah produk giro wadi'ah. Dan dari hasil uji t mengatakan juga bahwa secara simultan masing-masing variabel berpengaruh positif terhadap jumlah nasabah produk giro wadi'ah dengan besaran pengaruhnya yaitu 45,954.
4.	Debby Daud <i>“Promosi dan Kualitas Layanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Pembiayaan Pada PT. Bess</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variabel independent yaitu promosi (X1).</li> <li>• Analisis regresi linear berganda.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variabel independen yaitu kualitas pelayanan (X2) dan variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y).</li> </ul>	Variabel promosi secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian karena hasil regresi $0,029 < 0,05$ . Dan variabel kualitas pelayanan secara

	<i>Finance Manado</i> ".			<p>parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian karena hasil regresi <math>0,002 &lt; 0,05</math>. Kemudian secara simultan juga variabel independen (promosi dan kualitas pelayanan) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dengan nilai sig. <math>0,000 &lt; 0,05</math>.</p>
5	Dede Aji Mardani "Peran Perbankan Syariah Dalam Mengimplementas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analisis data kuantitatif.</li> <li>• Data sekunder.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analisis data kualitatif dengan analisis Straruss dan Corbin.</li> </ul>	<p>Pertumbuhan industri perbankan dibuktikan dengan naiknya harta, Dana Pihak</p>

	<p><i>i-kan Keuangan Inklusif Di Indonesia”.</i></p>			<p>Ketiga (DPK), yang meningkat 15% menjadi 45% setiap tahun. Pembiayaan juga tumbuh pada tingkat 50,05% setiap tahun. Analisis skala keuangan Rasio pembiayaan pada DPK (FDR) di perbankan syariah pun begitu bagus, ada dalam kisaran 87% hingga 100%. Rasio keseluruhan modal minimum Bank Syariah (CAR) dinilai bagus, karena 15% atau lebih tinggi.</p>
--	--	--	--	--

6	<p>Prastowo</p> <p>“ <i>Analisis Regional Keuangan Inklusi Perbankan Syariah Terhadap Ketimpangan Pendapatan Di Indonesia</i>”.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keuangan Inklusif.</li> <li>• Data sekunder.</li> <li>• Data Jumlah Kantor BUS</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analisis regresi data panel.</li> <li>• Sampel 33 Provinsi.</li> </ul>	<p>Hasil regresi model 1 dan 2 menunjukkan variable keuangan inklusi pada perbankan syariah tidak signifikan sedangkan model 3 dan 4 keuangan inklusi pada perbankan syariah memiliki hubungan negative.</p>
7	<p>Sadari, Abdulruhman Hakim</p> <p>“<i>Revitalisasi Keuangan Inklusif Dalam Sistem Perbankan Syariah Di Era Financial Technology</i>”.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analisis data kuantitatif.</li> <li>• Data sekunder</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analisis data kuantitatif.</li> <li>• Data primer.</li> </ul>	<p>Di era teknologi keuangan, keuangan inklusif berkembang pesat di berbagai bidang keuangan dan lembaga keuangan, termasuk pembayaran untuk startup, pinjaman, perencanaan</p>

				<p>keuangan (keuangan pribadi), investasi ritel, dan pembiayaan (<i>Crowdfunding</i>), pengiriman uang, penelitian keuangan, dll. Keberadaan banyak perusahaan fintech telah mendorong berkembangnya layanan perbankan syariah yang sederhana dan murah, serta efektif dan efisien.</p>
8	<p>Arief Rachman Hakim Rangkuti, Ibdalsyah dan Abrista Devi <i>“Pengaruh Keuangan Inklusif</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kuantitatif asiosiatif.</li> <li>• Data sekunder dari OJK</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Metode menggunakan data panel dengan aplikasi Eviews.</li> </ul>	<p>Keuangan inklusif memiliki pengaruh terhadap konsumsi nasional secara signifikan dan positif dilihat dari</p>

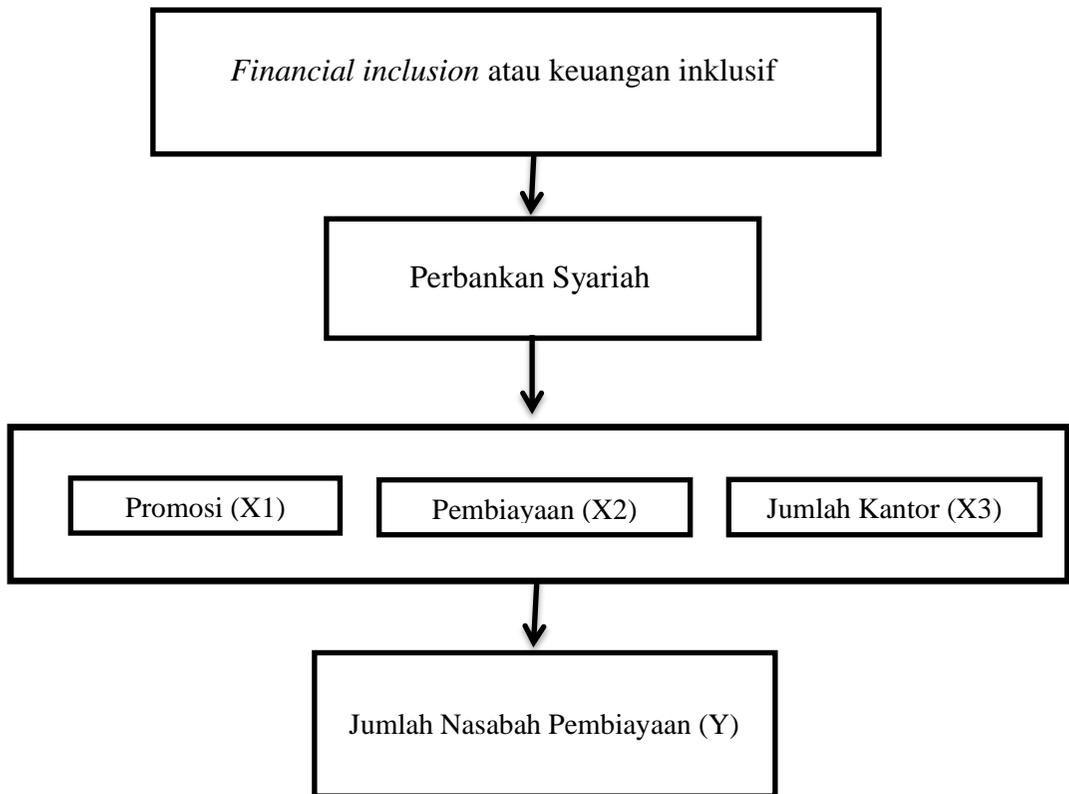
	<p><i>dan Bank Syariah Terhadap Konsumsi Nasional Indonesia”</i></p>			<p>hasil uji t dengan nilai probabilitasnya sebesar <math>0,0000 &lt; 0,05</math>. Daan bank syariah juga sama dengan niali probabilitas sebesar <math>0,046 &lt; 0,05</math>.</p>
--	--	--	--	--

Penulis berfokus terutama pada biaya promosi (X1), pembiayaan (X2), jumlah kantor (X3), dan variabel terikat, seperti jumlah nasabah pembiayaan. Riset ini dilaksanakan di Bank Umum Syariah dan bersumber pada data Statistik Perbankan Syariah dirilis OJK. Data itu menjadi data time series triwulan dari Januari 2014 hingga Desember 2019, serta metode analisis data memakai aplikasi (*Software*) *Statistical Products and Service Solutions* (SPSS) versi 16.

#### D. Kerangka Pemikiran Teoritis

Gambar 2. 4

#### Kerangka Berpikir



Keuangan inklusif menjadi tren isu setelah krisis 2008 terutama dampak krisis kepada kelompok *in the bottom of the pyramid* (pendapatan rendah yang tidak teratur, tinggal di daerah terpencil orang cacat, buruh yang tidak memiliki dokumen identitas legal, dan masyarakat pinggiran) yang umumnya *unbanked* yang tercatat sangat tinggi di luar Negara maju sebagai

salah satu yang mendasari isu ini. Menurut penelitian Chiba (2009) dalam buku Imam Mukhlis bahwa inklusi keuangan merupakan pembangunan yang inklusif. Hal tersebut inklusi keuangan berperan untuk menurunkan kemiskinan.<sup>65</sup>

Kerangka kerja umum keuangan inklusif dibangun di atas enam pilar sebagai berikut:

**Pilar 1 Edukasi Keuangan:** Bertujuan meningkatkan pengetahuan dan kesadaran masyarakat luas tentang produk-produk dan jasa-jasa keuangan yang ada dalam pasar keuangan formal, aspek perlindungan konsumen dan pemahaman manajemen risiko. Ruang lingkup edukasi keuangan meliputi pengetahuan dan kesadaran tentang ragam produk dan jasa keuangan, pengetahuan dan kesadaran tentang risiko terkait dengan produk keuangan, perlindungan nasabah, dan keterampilan mengelola keuangan.

**Pilar 2 Fasilitas Keuangan Publik:** Strategi pada pilar ini mengacu pada kemampuan dan peran pemerintah dalam penyediaan pembiayaan keuangan publik baik secara langsung maupun bersyarat guna mendorong pemberdayaan ekonomi masyarakat. Beberapa inisiatif dalam pilar ini meliputi subsidi dan bantuan sosial, pemberdayaan masyarakat dan pemberdayaan UMKM.

---

<sup>65</sup> Imam Mukhlis, *Ekonomi Keuangan dan Perkembangan: Teori dan Praktik*, (Jakarta: Salemba Empat, 2015, hlm 167.

**Pilar 3 Pemetaan Informasi Keuangan:** Bertujuan untuk meningkatkan kapasitas masyarakat terutama yang sebenarnya dikategorikan tidak layak untuk menjadi layak atau dari *unbankable* menjadi *bankabel* oleh institusi keuangan normal, terutama kaum miskin produktif serta usaha mikro kecil. Inisiatif yang dilakukan di pilar ini meliputi peningkatan kapasitas (melalui penyediaan pelatihan dan bantuan teknis), sistem jaminan alternatif (lebih sederhana namun tetap memperhatikan risiko terkait), penyediaan layanan kredit yang lebih sederhana, dan identifikasi nasabah potensial.

**Pilar 4 Kebijakan/Peraturan yang Mendukung:** Pelaksanaan program keuangan inklusif membutuhkan dukungan kebijakan baik oleh pemerintah maupun Bank Indonesia guna meningkatkan akses layanan jasa keuangan. Inisiatif untuk mendukung pilar ini antara lain meliputi kebijakan mendorong sosialisasi produk jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat, menyusun skema produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat, mendorong perubahan ketentuan dengan tetap memperhatikan prinsip kehati-hatian secara proporsional, menyusun peraturan mekanisme penyaluran dana bantuan melalui perbankan, memperkuat landasan hukum untuk meningkatkan perlindungan konsumen jasa keuangan, dan menyusun kajian yang berkaitan dengan keuangan inklusif untuk menentukan arah kebijakan secara berkelanjutan.

**Pilar 5 Fasilitas Intermediasi dan Saluran Distribusi:**

Bertujuan untuk meningkatkan kesadaran lembaga keuangan akan keberadaan segmen potensial di masyarakat dan memperluas jangkauan layanan jasa keuangan dengan memanfaatkan metode distribusi alternatif. Beberapa aspek pada pilar ini meliputi fasilitas forum intermediasi dengan mempertemukan lembaga keuangan dengan kelompok masyarakat produktif (layak dan *unbankable*) untuk mengatasi masalah informasi yang asimetris, peningkatan kerja sama antar lembaga keuangan untuk meningkatkan skala usaha, eksplorasi berbagai kemungkinan produk, layanan, jasa dan saluran distribusi inovatif dengan tetap memberikan perhatian pada prinsip kehati-hatian.

**Pilar 6 Perlindungan Konsumen:** Bertujuan agar masyarakat memiliki jamina rasa aman dalam berinteraksi dengan institusi keuangan dalam memanfaatkan produk dan layanan jasa keuangan yang ditawarkan. Komponen yang berada pada pilar ini meliputi transparansi produk, penanganan keluhan nasabah, mediasi, dan edukasi konsumen. Keenam pilar tersebut selanjutnya dijabarkan kedalam program-program yang telah disesuaikan dengan kategori penduduk yang dilaksanakan oleh Bank Indonesia dan Kementrian terkait.<sup>66</sup>

---

<sup>66</sup> Departemen Pengembangan Akses Keuangan dan UMKM Bank Indonesia, Booklet Keuangan Inklusif Tahun 2014, hlm. 11-13

Bank Syariah menurut Undang-undang Nomor 21 tahun 2008 adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat. Pengertian bank syariah atau bank Islam adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah Islam.<sup>67</sup>

Perkembangan bank syariah di Indonesia semakin meningkat dilihat dari sisi jumlah pemain industri perbankan syariah yang sudah tersebar dari pusat hingga ke daerah sehingga bisa dijangkau oleh semua lapisan masyarakat. Dalam implementasi keuangan inklusif melalui perbankan syariah akan menjadi suatu hal yang mustahil tanpa adanya sinergisitas dari pihak-pihak yang berkepentingan, yaitu pemerintah yang dalam hal ini diwakili oleh kementerian keuangan, Bank Indonesia sebagai regulator, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) selaku pihak yang mengawasi perbankan dan lembaga keuangan, dan masyarakat itu sendiri. Sebagai sebuah komitmen nasional, maka pengimplementasian keuangan inklusif memerlukan koordinasi yang melibatkan seluruh pemangku kepentingan (pemerintah, swasta serta masyarakat umum). Dukungan kementerian/lembaga, partisipasi swasta serta masyarakat sipil sangat penting. Perbankan syariah sebenarnya sudah lama

---

<sup>67</sup> Ikit, *Akuntansi Penghimpun Dana Bank Syariah*, (Yogyakarta: Deepublish, 2015), hml. 44

menerapkan keuangan inklusif melalui produk-produknya, tetapi hal itu belum optimal.

Pengimplementasian keuangan inklusif menjadi hal yang urgen dalam rangka pengentasan kemiskinan dan membutuhkan sebuah lembaga keuangan yang langsung bersentuhan dengan masyarakat terutama kelas menengah ke bawah. Perbankan syariah merupakan salah satu lembaga keuangan yang langsung bersentuhan dengan masyarakat karena didukung oleh produk-produknya yang langsung bersentuhan dengan sektor riil.<sup>68</sup>

Menurut Fandy Tjipto, promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.<sup>69</sup>

Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai

---

<sup>68</sup> Novia Nengsih, Tesis: “*Peran Perbankan Syariah Dalam Mengimplementasi Financial Inclusion Di Indonesia* “ (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2015), hlm. 22-23

<sup>69</sup> Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service, Quality dan Satisfation*, (Yogyakarta: ANDI, 2007), hlm. 219

dengan keinginan dan kebutuhannya.<sup>70</sup>

Berdasarkan pengertian di atas dapat dijelaskan bahwa promosi merupakan cara komunikasi yang dilakukan oleh pihak penjual atau perusahaan untuk memberikan penjelasan yang meyakinkan kepada calon konsumen tentang suatu barang maupun jasa agar mendorong calon konsumen untuk membeli dan menggunakan barang atau jasa yang ditawarkan.

Pembiayaan menurut Kamus Pintar Ekonomi Syariah diartikan sebagai penyediaan dana atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berupa transaksi bagi hasil dalam bentuk mudharabah dan musyarakah; transaksi sewa menyewa dalam bentuk ijarah atau sewa beli dalam bentuk ijarah muntahiyah bit tamlik; transaksi jual beli dalam bentuk piutang murabahah, salam, dan istishna'; transaksi pinjam meminjam dalam bentuk piutang *qardh*; dan transaksi sewa menyewa jasa dalam bentuk ijarah untuk transaksi multi jasa, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank syariah serta atau UUS dan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai dan atau diberi fasilitas dana untuk mengembalikan dana tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan ujarah, tanpa imbalan, atau bagi hasil.<sup>71</sup>

---

<sup>70</sup> Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), hlm. 120

<sup>71</sup> Binti Nur Asiyah, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, (Yogyakarta: Kalimedia, 2015), hlm. 1-2

Dalam peraturan Bank Indonesia No.15/13/PBI/2013 tentang bank syariah menyebutkan bahwa kantor cabang atau disingkat KC adalah kantor bank yang bertanggung jawab kepada kantor pusat bank yang bersangkutan, dengan alamat tempat usaha yang jelas sesuai dengan lokasi KC tersebut melakukan usahanya. Dalam peraturan tersebut menyebut adanya tingkatan kantor bank, antara lain:

- a. Kantor wilayah atau karwil adalah kantor bank yang membantu kantor pusat bank yang bersangkutan melakukan fungsi administrasi dan koordinasi terhadap beberapa kantor cabang di suatu wilayah tertentu.
- b. Kantor cabang, adalah kantor bank yang bertanggung jawab kepada kantor pusat bank yang bersangkutan, dengan alamat tempat usaha yang jelas sesuai dengan lokasi KC tersebut melakukan usahanya.
- c. Kantor kas, adalah kantor bank yang kegiatan usahanya membantu KC atau KCP induknya, kecuali melakukan penyaluran dana, dengan alamat tempat usaha yang sesuai dengan lokasi KK tersebut melakukan usahanya.
- d. Kantor fungsional, adalah kantor bank yang melakukan kegiatan operasional atau non operasional secara terbatas dalam satu kegiatan fungsional.
- e. Kegiatan pelayanan kas, adalah kas dalam rangka melayani pihak yang telah menjadi nasabah bank meliputi kas keliling, payment point, dan perangkat perbankan elektronik

- f. Layanan syariah, kegiatan penghimpunan dana atau pemberian jasa perbankan lainnya berdasarkan prinsip syariah, tidak termasuk kegiatan penyaluran dana, yang dilakukan di jaringan kantor BUK untuk dan atas nama bank.<sup>72</sup>

Menurut Djaslim Saladin dalam bukunya "Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran Bank" yang dikutip dari "Kamus Perbankan" menyatakan bahwa "Nasabah atau mitra adalah orang atau badan yang mempunyai rekening simpanan atau pinjaman pada bank".<sup>73</sup>

Komaruddin dalam "Kamus Perbankan" menyatakan bahwa "Nasabah adalah seseorang atau suatu perusahaan yang mempunyai rekening koran atau deposito atau tabungan serupa lainnya pada sebuah bank".<sup>74</sup>

## E. Hipotesis

Sugiyono menyatakan, "Hipotesis adalah tebakan atau jawaban sementara untuk pertanyaan penelitian. Bersifat tidak selamanya, karena hasil yang diberikan hanya berlandaskan teori buku yang signifikan, bukan berlandaskan fakta pengalaman yang

---

<sup>72</sup> Ummu Rosidah, *Pengaruh Tingkat Keuntungan, Equivalent Rate, Jumlah Kantor, dan Inflasi terhadap Dana Pihak Ketiga Perbankan Syariah di Indonesia Periode 2015-2017*, (Surakarta: Skripsi Tidak diterbitkan, 2018), hlm. 21-22

<sup>73</sup> Saladin Djaslim, *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran Bank*, Jakarta : CV Rajawali, 1994, hlm. 84.

<sup>74</sup> Komarudin, *Kamus Perbankan*, Jakarta : CV Rajawali, 1994, hlm. 102.

diperoleh melalui pengumpulan data”.<sup>75</sup> Dalam arti lain, hipotesis adalah respons atau hipotesis sementara yang harus diuji.<sup>76</sup> Hipotesis ini akan menentukan hipotesis diterima atau ditolak.

Hipotesis penelitian ini akan menguji apakah variabel independen memiliki pengaruh pada variabel dependen. Hipotesis berikut disajikan pada riset ini, berdasarkan kerangka teoritis dan penelitian empiris yang terkait dengan penelitian ini:

H<sub>0</sub> : Diduga Bank Umum Syariah Indonesia, diyakini bahwa biaya promosi variabel, pembiayaan, dan jumlah kantor tidak memiliki pengaruh simultan pada jumlah nasabah pembiayaan.

H<sub>1</sub> : Diduga ada pengaruh secara parsial dari variabel promosi terhadap jumlah nasabah pembiayaan pada Bank Umum Syariah Indonesia.

H<sub>2</sub> : Diduga ada pengaruh secara parsial dari variabel pembiayaan terhadap jumlah nasabah pembiayaan pada Bank Umum Syariah Indonesia.

H<sub>3</sub> : Diduga ada pengaruh secara parsial dari variabel jumlah kantor terhadap jumlah nasabah pembiayaan pada Bank Umum Syariah Indonesia.

---

<sup>75</sup> Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*” (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm.64

<sup>76</sup> Syofian Siregar, “*Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*”, (Jakarta: Kencana, 2014), hlm.38

H<sub>4</sub> : Diduga ada pengaruh secara simultan dari variabel biaya promosi, pembiayaan dan jumlah kantor terhadap jumlah nasabah pembiayaan pada Bank Umum Syariah Indonesia.