

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Di era 90-an para ekonom dan praktisi mulai menyadari akan pentingnya kehadiran ekonomi Islam dan penerapannya dalam kehidupan ekonomi masyarakat di Indonesia. Penerapan ekonomi Islam tersebut dimulai dengan berdirinya lembaga keuangan syariah pertama yaitu perbankan syariah bernama Bank Muamalat pada tahun 1992. Kemudian, berkembang di sektor keuangan syariah non-bank seperti Asuransi Syariah bernama PT Syarikat Takaful Indonesia sebagai induk dari PT Syarikat Takaful Keluarga dan PT Asuransi Tafakul Umum pada tahun 1994. Kemudian, terus mengalami perkembangan di sektor Pasar Modal Syariah dengan diterbitkannya produk Reksa Dana Syariah pertama pada tahun 1997 dan lembaga keuangan syariah lainnya (OJK, 2017: 02).

Tolok ukur perkembangan dan kebangkitan industri keuangan syariah adalah indeks literasi keuangan syariah dan indeks inklusi keuangan syariah. Literasi keuangan secara umum diartikan sebagai pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang dapat mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dengan baik (OJK, 2017). Sedangkan inklusi keuangan diartikan sebagai suatu kondisi setiap masyarakat memiliki akses terhadap layanan keuangan secara tepat waktu, nyaman, informatif, dan terjangkau biayanya dengan penghormatan penuh pada harkat dan

martabatnya. Layanan keuangan tersedia bagi seluruh segmen masyarakat, dengan perhatian khusus kepada orang miskin, orang miskin produktif, pekerja migran, dan penduduk di daerah terpencil (Departemen Pengembangan Akses Keuangan dan UMKM BI, 2014:6).

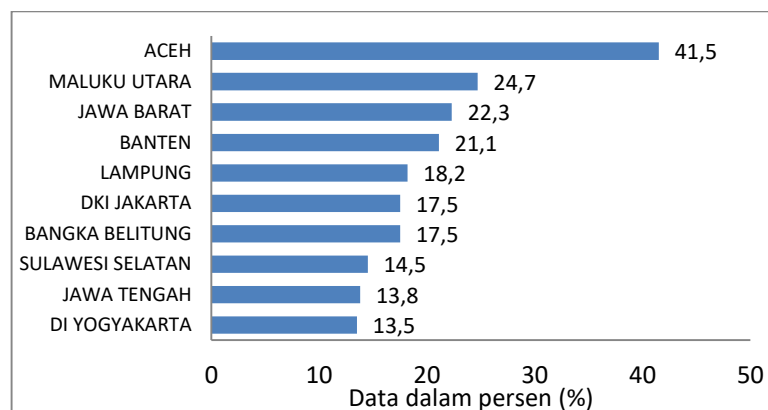
Otoritas Jasa Keuangan (OJK) melakukan Survey Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) pada tahun 2013 dengan responden sebanyak 8.000 orang yang tersebar di 40 wilayah pada 20 Provinsi di Indonesia. Berdasarkan hasil survei tersebut menunjukkan bahwa secara umum indeks literasi keuangan sebesar 21.8 persen dan indeks inklusi keuangan sebesar 59.7 persen.

Survei tersebut dijadikan bahan masukan bagi Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam perencanaan dan pelaksanaan kebijakan serta untuk mengevaluasi efektivitas peningkatan literasi dan inklusi keuangan. Oleh karena itu, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) kembali melakukan Survey Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) pada tahun 2016 dengan menambah jumlah responden menjadi 9680 orang. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) juga memperluas survei tersebut dengan menambah wilayah menjadi 64 Kota/ Kabupaten pada 34 Provinsi di Indonesia. Berdasarkan hasil survei tersebut indeks literasi keuangan sebesar 29,7persen dan indeks inklusi keuangan sebesar 67,8 persen (OJK, 2017: 17 dan 22).

Pada Survey Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) pada tahun 2016 ini tidak hanya melakukan survei indeks inklusi dan indeks literasi secara umum, tetapi juga indeks literasi dan indeks inklusi

keuangan syariah. Berdasarkan survei tersebut didapatkan hasil bahwa indeks literasi keuangan syariah dan indeks inklusi keuangan syariah di Indonesia masih jauh di bawah indeks literasi dan indeks inklusi secara umum. Indeks literasi keuangan syariah sebesar 8,1 persen diartikan bahwa dari 100 orang hanya 8 orang saja yang mengetahui lembaga keuangan syariah. Sedangkan indeks inklusi keuangan syariah sebesar 11,1 persen diartikan bahwa dari 100 orang hanya 11 orang saja yang menggunakan transaksi di sektor jasa keuangan syariah (OJK, 2017: 53).

Survei yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2016 tersebut melibatkan 34 provinsi. Dari 34 provinsi di Indonesia, indeks literasi keuangan syariah tertinggi adalah Provinsi Jawa Timur sebesar 29,4 persen dan indeks inklusi keuangan syariah tertinggi adalah Provinsi Aceh sebesar 41,5 persen. Berikut ini 10 besar provinsi dengan indeks inklusi keuangan syariah tertinggi di Indonesia:



Sumber: SNLIK Revisit 2017

**Gambar 1. 10 Provinsi dengan Indeks Inklusi Keuangan Syariah Tertinggi di Indonesia**

Berdasarkan gambar di atas, dapat disimpulkan bahwa Provinsi Aceh memiliki persentase tertinggi indeks inklusi keuangan syariah yakni sebesar 41,5 persen. Berdasarkan persentase indeks inklusi keuangan syariah tertinggi tersebut maka indeks inklusi keuangan syariah di Indonesia tergolong rendah terutama pada Provinsi DI Yogyakarta yang menduduki posisi ke-10.

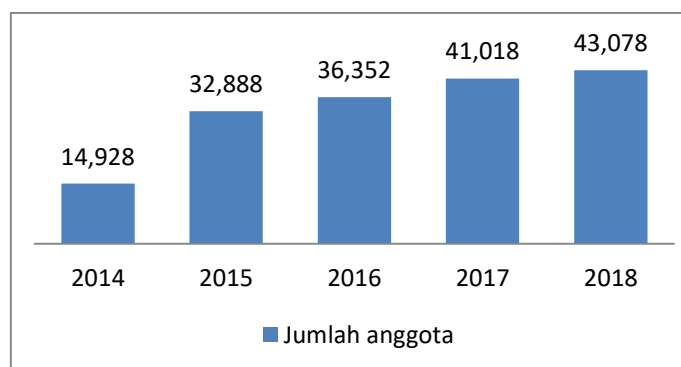
Berdasar pada hasil survei di tahun 2016 industri keuangan syariah yang mendominasi hasil yang tinggi adalah perbankan syariah. Sedangkan industri lainnya seperti pasar modal, pegadaian syariah, asuransi syariah, lembaga pembiayaan masih rendah. BMT merupakan lembaga keuangan syariah yang fungsinya sama dengan perbankan syariah yaitu menghimpun dana dari masyarakat kemudian menyalurkan kembali pada masyarakat.

Keberadaan BMT cukup menjangkau masyarakat khususnya menengah ke bawah sebagai sasaran pasar pada umumnya. Lembaga ini hadir di tengah-tengah masyarakat tersebut untuk membantu dalam meningkatkan dan mengembangkan perekonomian masyarakat. BMT memiliki peran yang penting seperti menjauhkan masyarakat dari praktik non Islami, melakukan pembinaan dan pendanaan usaha kecil, melepaskan ketergantungan pada rentenir, dan menjaga keadilan ekonomi masyarakat melalui distribusi yang merata (Huda, 2010: 364-365).

Keberadaan BMT ini sangat dibutuhkan oleh masyarakat menengah ke bawah yang tidak terjangkau oleh perbankan syariah karena persyaratan yang lebih detail terkait prospek usahanya. Perbankan syariah

sangat berhati hati untuk memberikan pembiayaan kepada masyarakat menengah ke bawah sehingga masyarakat tersebut tidak mampu terlayani.

BMT sebagai lembaga keuangan mikro syariah terus berupaya untuk mempromosikan lembaga dan produk-produknya kepada masyarakat yang menjadi sasaran pasarnya. BMT Bina Ihsanul Fikri merupakan salah satu BMT yang cukup besar asetnya dan memiliki ciri khas terkait persebaran kantor cabangnya yang tersebar di setiap kabupaten di Provinsi DI Yogyakarta. Persebaran kantor cabang BMT Bina Ihsanul Fikri ini dapat meningkatkan inklusi keuangan syariah karena adanya kemudahan masyarakat untuk mengakses dan menggunakan produk-produk keuangan syariah serta dapat membantu perekonomian masyarakat menengah ke bawah sebagai sasaran pasarnya. Persebaran kantor cabang tersebut berdampak pada peningkatan jumlah anggota dari tahun ke tahun. Berikut ini peningkatan jumlah anggota di BMT Bina Ihsanul Fikri dari tahun 2014 sampai 2018.

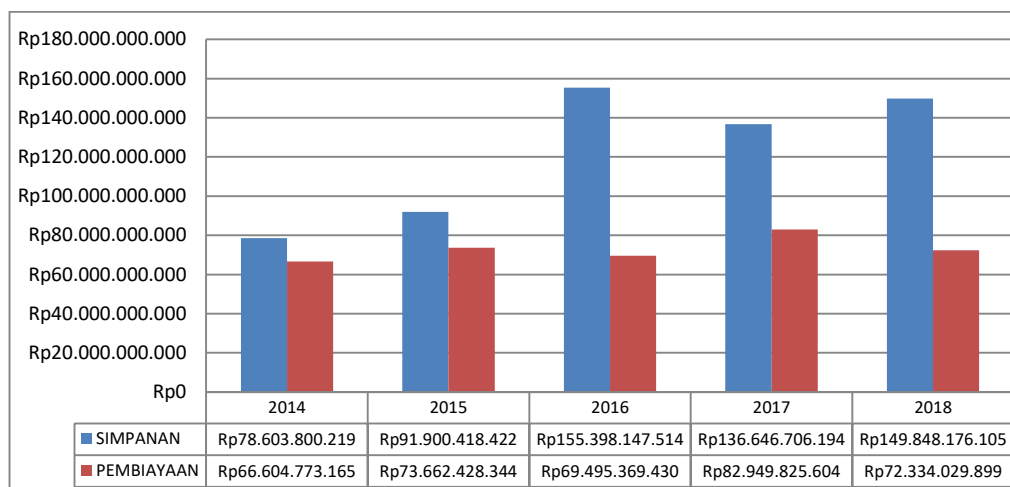


Sumber: Laporan Tahunan BMT BIF tahun 2014-2018

**Gambar 1. 2 Peningkatan Jumlah Anggota BMT BIF Tahun 2014-2018**

Berdasarkan gambar di atas terlihat peningkatan jumlah anggota dari tahun ke tahun. Pada tahun 2014 jumlah anggota sebanyak 14.928 orang. Pada tahun 2015 jumlah anggota naik menjadi 32.888 orang. Pada tahun 2016 jumlah anggota naik menjadi 36.352 orang. Pada tahun 2017 jumlah anggota naik menjadi 41.018 orang. Pada tahun 2018 jumlah anggota naik menjadi 43.078 orang.

Peningkatan jumlah anggota dari tahun ke tahun tersebut juga berdampak pada meningkatnya jumlah simpanan dan pembiayaan BMT Bina Ihsanul Fikri. Berikut ini perkembangan jumlah simpanan dan pembiayaan:



Sumber: Laporan Tahunan BMT BIF tahun 2014-2018

### **Gambar 1. 3 Perkembangan jumlah simpanan dan pembiayaan di BMT BIF dari tahun 2014-2018**

Berdasarkan gambar di atas, terjadi kenaikan dan penurunan baik simpanan maupun pembiayaan dalam jangka waktu lima tahun mulai dari tahun 2014 sampai tahun 2018. Peningkatan jumlah simpanan dan pembiayaan diartikan bahwa BMT telah melakukan serangkaian cara dan

strategi untuk mempromosikan produk-produknya agar semakin dikenal dan digunakan oleh masyarakat secara luas. Akan tetapi, penurunan simpanan dan pembiayaan berkaitan dengan tidak tercapainya target-target pengumpulan dan pembiayaan anggota dan kurang maksimalnya penggunaan media-media promosi serta kurangnya penguatan SDM untuk pertumbuhan jumlah simpanan dan pembiayaan di BMT Bina Ihsanul Fikri.

Berdasarkan pemaparan mengenai latar belakang permasalahan tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Strategi *Integrated Marketing Communication* (IMC) Untuk Meningkatkan Inklusi Keuangan Syariah Masyarakat (Studi Kasus BMT Bina Ihsanul Fikri)”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pemaparan mengenai latar belakang permasalahan di atas, berikut ini beberapa rumusan masalah:

1. Bagaimana penerapan strategi *Integrated Marketing Communication* (IMC) oleh BMT untuk meningkatkan inklusi keuangan syariah masyarakat?
2. Apa sajakah faktor-faktor yang menghambat penerapan strategi *Integrated Marketing Communication* (IMC) oleh BMT untuk meningkatkan inklusi keuangan syariah masyarakat?

3. Bagaimanakah solusi yang tepat untuk mengatasi kendala penerapan strategi *Integrated Marketing Communication* (IMC) di BMT untuk meningkatkan inklusi keuangan syariah masyarakat?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, berikut ini beberapa tujuan dari penelitian:

1. Untuk menganalisis bagaimana penerapan strategi *Integrated Marketing Communication* (IMC) oleh BMT untuk meningkatkan inklusi keuangan syariah masyarakat.
2. Untuk menganalisis faktor-faktor yang menghambat penerapan strategi *Integrated Marketing Communication* (IMC) oleh BMT untuk meningkatkan inklusi keuangan syariah masyarakat.
3. Untuk menganalisis solusi yang tepat untuk mengatasi kendala penerapan strategi *Integrated Marketing Communication* (IMC) di BMT untuk meningkatkan inklusi keuangan syariah masyarakat.

### **D. Manfaat Penelitian**

#### **a. Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan bagi penulis dan pembaca dalam memahami *Integrated Marketing Communication* (IMC) dan inklusi keuangan syariah. Kegunaan lain dari penelitian ini adalah dapat membantu peneliti selanjutnya untuk mendapatkan informasi-informasi yang berkaitan dengan penelitian



yang membahas mengenai *Integrated Marketing Communication* (IMC) dan inklusi keuangan syariah.

b. Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada pihak BMT BIF untuk mengetahui sejauh mana penggunaan berbagai media promosi yang selama ini digunakan untuk dapat meningkatkan inklusi keuangan syariah masyarakat. Oleh karena itu, dengan mengetahui respon dari masyarakat mengenai penerapan strategi dalam meningkatkan inklusi keuangan syariah menjadikan suatu pertimbangan untuk pihak BMT dalam membuat kebijakan berkaitan dengan kegiatan promosi agar lebih baik lagi.

**E. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan ini diperlukan untuk memberikan gambaran awal berkaitan dengan isi dari penelitian agar hasilnya tersusun sistematis. Dalam sistematika penulisan ini akan diuraikan menjadi lima bab sebagai berikut:

**BAB I PENDAHULUAN:** Pada bab ini akan menguraikan beberapa sub bab seperti: Pertama latar belakang masalah yang berisi permasalahan yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Kedua rumusan masalah yang berisi beberapa pertanyaan berkaitan dengan permasalahan yang akan dipecahkan. Ketiga tujuan penelitian yang berisi uraian dari apa yang akan dicari dalam penelitian dan untuk dipecahkan masalahnya. Keempat manfaat penelitian yang berisi manfaat yang akan

didapat meliputi manfaat teoritis dan praktis. Kelima adalah sistematika pembahasan yang berisi kerangka bab penelitian dengan tujuan memberikan gambaran awal terkait penelitian.

**BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI:** Pada bab ini akan menguraikan tinjauan pustaka yang berisi penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan ini. Kemudian landasan teori yang menguraikan tentang teori-teori dan konsep yang relevan dengan masalah yang akan diteliti. Dalam bab ini juga menjelaskan mengenai definisi *Integrated Marketing Communication* (IMC), Inklusi Keuangan Syariah, dan BMT.

**BAB III METODOLOGI PENELITIAN:** Pada bab ini menguraikan metode penelitian yang digunakan untuk memecahkan permasalahan. Pada bab metode penelitian ini berisi beberapa sub bab meliputi jenis penelitian, objek dan subyek penelitian, sumber data penelitian, teknik pengumpulan data, teknik kebasahan data, dan teknik analisa data.

**BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN:** Pada bab ini akan menguraikan semua hasil yang didapat dalam penelitian yang berisi pembahasan hasil penelitian dan pembahasan hasil rumusan masalah yang sudah dirumuskan.

**BAB V PENUTUP:** Pada bab terkahir ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang membangun bagi pihak-pihak terkait.