

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Era globalisasi sangat terasa pada dewasa ini dengan segala perkembangannya. Salah satu bidang yang sangat berdampak terhadap globalisasi tersebut ialah bidang ekonomi. Indonesia sendiri sebagai negara berkembang merasakan secara langsung efek dari globalisasi sekarang ini, terutama ekonomi di Indonesia yang mencakup berbagai sektor seperti sektor industri, sektor keuangan, dan sektor jasa. Di dalam sektor keuangan sendiri terdapat lembaga keuangan bank dan Lembaga keuangan bukan bank.

Pengertian lembaga keuangan bank seperti yang diketahui secara umum yaitu sebuah wadah menyimpan maupun meminjam uang, Menurut UU RI NO.10 Tahun 1998 : Bank adalah badan usaha yang bertugas menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Di Indonesia lembaga keuangan bank seperti Bank Sentral, Bank Pembiayaan Rakyat, dan juga Bank Umum. Sedangkan lembaga keuangan bukan bank dalam sebuah keputusan menteri keuangan No. KEP-38/MK/IV/1972 menjelaskan bahwa semua badan (lembaga) yang berkegiatan

keuangan baik secara langsung ataupun tidak langsung guna menghimpun dana dari masyarakat dengan mengeluarkan surat-surat berharga yang selanjutnya akan disalurkan guna pembiayaan investasi perusahaan. Meskipun antara lembaga bank dan bukan bank memiliki kesamaan yaitu menghimpun serta menyalurkan dana dari masyarakat kepada masyarakat, namun beberapa pelayanan dan cara dalam aktivitas sedikit berbeda. Lembaga keuangan bukan bank di Indonesia contohnya yaitu Pegadaian, Perusahaan Asuransi, maupun Koperasi Simpan Pinjam.

Salah satu jenis lembaga keuangan bukan bank yaitu Koperasi. Koperasi sendiri telah terbentuk di Indonesia sejak tahun 1947 dan terus mengalami kemajuan hingga saat ini. Koperasi merupakan salah satu dari lembaga keuangan non bank yang memiliki peran penting dalam mendukung perkembangan ekonomi di Indonesia, hal itulah yang membuat eksistensi koperasi tidak pudar bahkan masih diminati masyarakat Indonesia serta asas gotong royong yang menjadi identitas dari koperasi tersebut yang menjadi nilai plusnya.

Selain koperasi konvensional yang sejak lama hadir di masyarakat, kini mulai muncul koperasi Syariah sebagai pilihan baru bagi masyarakat Indonesia untuk menghimpun maupun menyalurkan dana berdasarkan konsep syariah yang ditawarkan dan menjadi sebuah inovasi baru untuk menarik minat masyarakat.

Terdapat koperasi Syariah yang sudah mulai berdiri di kota-kota besar serta telah memiliki nasabah (mitra) yang jumlahnya hampir sama dengan jumlah nasabah di bank. Salah satu kota besar yang sudah banyak berdiri koperasi syariah yaitu salah satunya Daerah Istimewa Yogyakarta. Di kota Yogyakarta koperasi Syariah lebih dikenal dengan nama Baitul Maal wat Tamwil (BMT) yang dalam operasionalnya sama seperti bank yaitu menghimpun dan menyalurkan dana kepada masyarakat.

BMT yang bisa juga disebut koperasi Syariah adalah Lembaga Keuangan Mikro Syariah yang bertugas menghimpun serta menyalurkan dana kemasyarakat berdasarkan prinsip Syariah (Azra, 2003). Dikarenakan BMT termasuk dalam ruang lingkup koperasi, maka hukum yang mengatur pada Undang-undang Nomor 25 tahun 1992 tentang Perkoperasian dan PP Nomor 9 tahun 1995 tentang pelaksanaan usaha simpan pinjam oleh koperasi. Serta KEP.MEN Nomor 91 tahun 2004 tentang Koperasi Jasa Keuangan Syariah. Peraturan itu menjadi sebuah payung hukum bagi BMT (Lembaga Keuangan Mikro Syariah) dalam melakukan segala kegiatannya.

BMT dalam operasionalnya lebih mengutamakan ekonomi mikro seperti pedagang-pedagang pasar karena tujuan awal berdirinya BMT ialah untuk membantu perekonomian masyarakat mikro atau masyarakat dikalangan menengah ke bawah. Dengan adanya BMT di zaman saat ini sangat membantu para pedagang pasar yang membutuhkan tambahan modal yang

tidak terlalu banyak. Tidak seperti Bank yang memiliki batas minimum untuk melakukan pembiayaan.

Pelaku utama dalam pasar salah satunya penjual atau pedagang, seorang pedagang pasti memerlukan modal usaha untuk membuat usaha maupun mengembangkan usahanya. Namun pedagang masih terkendala dalam hal dana yang kurang memadai untuk membuat serta mengembangkan usahanya. Hadirnya BMT menjadi solusi bagi para pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dengan memberikan modal usaha atau membiayai yang marginnya sangat minim sehingga tidak mempersulit para pedagang saat membayar pinjaman tersebut.

Mayoritas masyarakat Indonesia sebagai pelaku UMKM. Pemerintah telah melakukan berbagai inovasi dalam memajukan sektor UMKM dengan berbagai cara salah satunya yaitu Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia meluncurkan produk di bank yang bernama Kredit Usaha Rakyat (KUR) yang telah diluncurkan sejak tahun 2007. Tujuan KUR sendiri merupakan upaya pemerintah guna meningkatkan produktifitas masyarakat pelaku usaha mikro, kecil dan menengah agar melakukan kredit atau pembiayaan modal usaha tanpa khawatir dengan bunga yang tinggi, berawal dari bunga 9% hingga akhirnya pertanggal 1 januari 2018 kini menjadi 7%.pertahun. kur.ekon.go.id.

Dengan adanya KUR menimbulkan dampak positif dan juga negatif yang terjadi. Dampak positifnya bagi UMKM yaitu dapat meningkatkan taraf modal usaha pedagang pasar sedangkan dampak negatif dari KUR bagi Lembaga yang bergerak di sektor mikro akan berpengaruh terhadap nasabah (mitra) Lembaga itu sendiri karena beralih ke KUR. Hal tersebut menjadi sebuah kekhawatiran bagi BMT sendiri yang beroperasi pada sektor ekonomi mikro.

Tabel 1.1 Penyaluran KUR

*plafon dalam Rp Juta

No	Penyalur	Total Penyaluran KUR		
		Plafon	Jml. Debitur	Rasio NPL
1	PT. BRI (Persero)	68.957.242	3.423.824	0,11%
2	PT. Bank Mandiri (Persero)	13.454.608	201.235	0,02%
3	PT. BNI (Persero)	12.863.249	97.461	0,08%
4	PT. BTN (Persero)	68.747	273	0,00%
5	PT. BCA, Tbk	88.121	791	0,00%
6	PT. Bank Bukopin, Tbk	15.375	44	0,00%
7	PT. Bank Maybank Indonesia, Tbk	8.450	22	0,00%
8	PT. Sinarmas, Tbk	104.062	373	0,00%
9	Pt. Bank Permata, Tbk	9.000	39	0,00%
10	PT. BTPN, Tbk	7.927	331	3,98%
11	PT. OCBC NISP, Tbk	2.600	6	0,00%
12	PT. Bank Artha Graha Intl., Tbk	322.045	12.889	5,93%
13	PT. BRI Syariah	549.101	20.476	0,08%
14	PT. BRI Agroniaga, Tbk	6.657	62	0,00%
15	Bank CTBC	90.378	4.873	0,00%
16	PT. BPD Bali	496.326	2.996	0,11%
17	PT. BPD Kalimantan Barat	113.082	1.366	0,02%
18	PT. BPD NTT	150.058	3.004	0,00%

19	PT. BPD Yogyakarta	327.941	4.908	0,10%
20	PT. BPD Sulselbar	73.554	1.33	0,03%
21	PT. BPD Sumut	495.824	3.186	0,00%
22	PT. BPD Sumatera Barat	663.982	5.515	0,00%
23	PT. BPD Sumatera Selatan Babel	92.568	1.453	0,06%
24	PT. BPD Jawa Barat dan Banten, Tbk	114.638	951	0,00%
25	PT. BPD Kalimantan Selatan	116.984	1.253	0,02%
26	PT. BPD Riau Kepri	262.594	1.922	0,11%
27	PT. BPD NTB	28.173	1.128	0,00%
28	PT. BPD Lampung	16.044	473	0,00%
29	PT. BPD Papua	36.606	581	0,00%
30	PT. BPD Bengkulu	24.507	156	0,00%
31	PT. BPD Kalimantan Tengah	16.501	192	0,00%
32	PT. BPD Jambi	12.963	115	0,00%
33	PT. BPD Jateng	390.923	3.021	0,01%
34	PT. BPP Sulawesi Tenggara	5679	44	0,00%
35	PT. BPD Kalimantan Timur dan Utara	101.421	1.219	0,00%
36	Adira Dinamika Finance	412	35	0,00%
37	Mega Central Finance	0	0	0,00%
38	BCA Finance	0	0	0,00%
39	Federal Internasional Finance	0	0	0,00%
40	ITC Multi Finance	0	0	0,00%
41	BFI	0	0	0,00%
42	Koperasi Obor Mas	0	0	0,00%
43	Koperasi Kospin Jasa	0	0	0,00%
	Total	100.088.342	3.797.547	0,11%

Data diatas merupakan data hasil laporan penyaluran KUR pada bulan September 2018 dengan realisasi penyaluran sebanyak Rp.100.008.342.000.000 dan juga total jumlah debitur sebanyak 3.797.547

orang terhitung pada laporan pada bulang September berdasarkan web resmi KUR itu sendiri.

Pengaruh dari adanya KUR tersebut menyebabkan tingkat minat nasabah atau mitra BMT menjadi tidak tetap, padahal sebuah minat atau ketertarikan yang dimiliki nasabah atau mitra yang menjadi hal penting untuk memajukan sebuah BMT. Menurut (Amstrong, Phillip Kotler, 2003) untuk memahami dan mengenal bagaimana perilaku konsumen tidaklah mudah. Seorang pelanggan bisa bertindak sesuai kebutuhan dan keinginan mereka sendiri. Seperti yang diketahui ada dua jenis nasabah yaitu pertama, nasabah yang bersifat emosional dan kedua nasabah yang bersifat rasional.

Hasil observasi yang dilakukan di beberapa BMT ditemukan masalah terkait mitra yang berpindah atau menggunakan keduanya baik pembiayaan di BMT maupun melakukan pinjaman KUR di Bank Konvensional. Terlebih lagi pada BMT UMY yang memiliki *branding* yang cukup kuat dibandingkan BMT lainnya di Yogyakarta, lembaga BMT UMY memiliki slogan “Transaksi Syar’i Tanpa Riba” yang menjadi nilai tambah terhadap promosi *branding* yang mereka lakukan. Keberanian lembaga BMT UMY memakai slogan tersebut membuat daya tarik tersendiri bagi mitra maupun calon mitra yang ingin menggunakan produknya.

Branding sebaik itu masih kurang menjamin mitra BMT UMY tetap loyal atau tidak berminat menggunakan produk lain, pada kenyataannya masih

ada beberapa mitra terutama pedagang pasar melakukan perpindahan produk ke KUR atau sedang ada pembiayaan di BMT UMY dan melakukan pinjaman KUR di Bank konvensional. Melihat dari segi rasionalitas memang produk KUR sendiri lebih unggul dibandingkan produk pembiayaan di BMT, namun dalam segi normalitas pembiayaan di BMT sangat unggul dari nilai religiusitasnya.

Pengaruh minat memperbesar kemungkinan mitra berpindah menggunakan produk lain yang dianggap lebih menguntungkan dan terpercaya seperti KUR yang dinaungi oleh bank-bank besar konvensional. Beberapa faktor dalam mempengaruhi minat konsumen seperti produk yang sudah ada dipasaran akan diminati masyarakat apabila memiliki keunggulan dibandingkan kompetitornya. Lokasi yang terjangkau dengan masyarakat guna memudahkan melakukan transaksi membuat para konsumen mau menggunakan produk tersebut. Meskipun kepuasan mitra telah ditingkatkan seperti keuntungan-keuntungan produk, dan layanan yang diberikan BMT sudah memuaskan, hal tersebut bisa dijadikan tolak ukur minat mitra dikarenakan ketertarikan berasal dari psikologi para mitra BMTnya itu sendiri. Terutama para pedagang pasar yang lebih mencari modal usaha dengan margin serendah-rendah guna meringankan pembayaran setiap bulannya.

Setelah mengetahui permasalahan diatas, minat mitra BMT berubah-ubah akibat pengaruh dari berbagai aspek, dalam hal ini perlu identifikasi

masalah yang lebih terarah agar fokus utama analisis masalah tidak melebar topik pembahasannya. Dengan alasan tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan topik “Pengaruh KUR terhadap minat pedagang pasar yang melakukan pembiayaan di BMT”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang serta identifikasi masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka penulis merumuskan masalah yaitu:

1. Bagaimana minat pedagang pasar sebagai mitra pembiayaan Baitul Maal wat Tamwil (BMT) melakukan pinjaman KUR dilihat dari faktor kualitas produk, lokasi, dan pelayanan?
2. Adakah pengaruh Kredit Usaha Rakyat (KUR) terhadap minat pedagang pasar melakukan pembiayaan di Baitul Mal wat Tamwil?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Mengetahui minat pedagang sebagai mitra BMT dalam melakukan pinjaman KUR di bank dari faktor kualitas produk, pelayanan, dan lokasi.
2. Pengaruh atau tidaknya KUR terhadap minat pedagang pasar melakukan pembiayaan di BMT.

D. Manfaat Penelitian

Harapannya dengan adanya penelitian ini dapat bermanfaat untuk berbagai pihak, yaitu:

1. Bagi Pembaca

Dapat memberikan informasi serta pengetahuan untuk para pembaca dalam mengambil keputusan serta kebijakan melakukan pembiayaan di BMT setelah adanya KUR.

2. Bagi Lembaga BMT

Dapat bermanfaat dalam membantu mengembangkan BMT untuk menjadi lebih baik dalam bidang pemasaran dan kualitas didalamnya agar dapat bersaing dengan lembaga keuangan konvensional, serta hasil penelitian nantinya dapat membantu berkontribusi baik berupa praktis, teoritis, maupun kebijakan.