BAB II

LANDASAN TEORI

A. Keuangan Inklusif

Dalam Strategi Nasional Keuangan Inklusif, keuangan inklusif didefinisikan sebagai hak setiap orang untuk memiliki akses dan layanan penuh dari lembaga keuangan secara tepat waktu, nyaman, informatif, dan terjangkau biayanya, dengan penghormatan penuh kepada harkat dan martabatnya. Layanan keuangan tersedia bagi seluruh segmen masyarakat, dengan perhatiah khusus kepada orang miskin, orang miskin produktif, pekerja migrant, dan penduduk di daerah terpencil.

1. Visi dan Misi Keuangan Inklusif

   Visi keuangan inklusif yaitu mewujudkan sistem keuangan yang dapat diakses oleh seluruh lapisan masyarakat untuk mendorong pertumbuhan ekonomi, penanggulangan kemiskinan, pemerataan pendapatan dan terciptanya stabilitas sistem keuangan di Indonesia. visi keuangan inklusif tersebut dijabarkan dalam beberapa tujuan sebagai berikut:

   a. Menjadikan strategi keuangan inklusif sebagai bagain dari strategi besar pembangunan ekonomi, penanggulangan kemiskinan, pemerataan pendapatan dan stabilitas sistem keuangan.

b. Menyediakan jasa dan produk keuangan yang sesuai dengan ebutuhan masyarakat.

c. Meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai layanan keuangan.

d. Meningkatkan akses masyarakat ke layanan keuangan.

e. Memperkuat sinergi antara bank, lembaga keuangan mikro, dan lembaga keuangan non bank.

Mengoptimalkan peran teknologi informasi dan komunikasi (TIK) untuk memperluas cakupan layanan keuangan.[1]

2. Indikator Keungan Inklusif

Untuk mengetahui sejauh mana perkembangan kegiatan keuangan inklusif diperlukan suatu ukuran kinerja. Dari beberapa referensi, indikator yang dapat dijadikan ukuran sebuah negara dalam mengembangkan keuangan inklusif adalah:

a. Ketersediaan/akses: mengukur kemampuan penggunaan jasa keuangan formal dalam hal keterjangkauan fisik dan harga.

b. Penggunaan: mengukur kemampuan penggunaan aktual produk dan jasa keuangan (a.l. keteraturan, frekuensi dan lama penggunaan).

c. Kualitas: mengukur apakah atribut produk dan jasa keuangan telah memenuhi kebutuhan pelanggan.

[1] Departemen Pengembangan Akses Keuangan dan UMKM Bank Indonesia, Booklet Keuangan Inklusif Tahun 2014, hlm. 6-7

d. Kesejahteraan: mengukur dampak layanan keuangan terhadap tingkat kehidupan pengguna jasa.[2]

Tabel 2. 2
Indikator Keuangan Inklusif yang Digunakan Bank Indonesia

Dimensi	Indikator	Keterangan
Akses	Jumlah akses poin per 10.000 penduduk dewasa di level nasional dan terbagi berdasarkan jenis dan unit administratif	- akses poin: tempat melakukan transaksi *cash in/cash out* (Bank, ATM, agen/UPLK). - Jenis akses poin. - Unit administratif: provinsi dan kabupaten. - Jumlah penduduk dewasa adalah penduduk usia produktif (20 tahun ke atas).
	Persentase jumlah unit administratif yang memiliki minimal 1 (satu) akses poin.	Unit administratif: provinsi dan kabupaten.
	Persentase dari total populasi yang tinggal di suatu unit administratif yang memiliki minimal 1 (satu) akses poin.	Total populasi dalam provinsi dan kabupaten.
	Jumlah akses poin per 10 km^2.	Akses poin: tempat melakukan transaksi *cash in/cash out* (Bank, ATM, agen/UPLK).
Penggunaan	Persentase jumlah penduduk dewasa yang memiliki minimal satu jenis rekening simpanan (untuk negara yang tidak memiliki data ini dapat menggunakan jumlah rekening simpanan per 10.000 penduduk dewasa).	- Jumlah rekening simpanan per 10.000 penduduk dewasa. - Rekening simpanan: giro, tabungan, deposito berjangka.
	Persentase jumlah penduduk yang memiliki minimal sati jenis rekening pinjaman (untuk negara yang tidak memiliki data ini dapat menggunakan jumlah rekening pinjaman per 10.000 penduduk dewasa).	Jumlah rekening pinjaman per 10.000 penduduk dewasa.

Sumber: *alliance for Financial Inclusion Set of Indicators*

[2] *Ibid.*, hlm. 14

3. Strategi Nasional Keuangan Inklusif

a. Kelompok Sasaran Keuangan Inklusif

Keuangan inklusif merupakan strategi pembangunan nasional untuk mendorong pertumbuhan ekonomi melalui pemerataan pendapatan, pengentasan kemiskinan serta stabilitas sistem keuangan. Strategi yang berpusat pada masyarakat ini perlu menyasar kelompok yang mengalami hambatan untuk mengakses layanan keuangan. Strategi keuangan inklusif secara eksplisit menyasar kelompok dengan kebutuhan terbesar atau belum dipenuhi atas layanan keuangan yaitu tiga kategori penduduk (orang miskin berpendapatan rendah, orang miskin bekerja/miskin produktif dan orang hampir miskin) dan tiga lintas kategori (pekerja migran, perempuan dan penduduk daerah tertinggal).[3]

Miskin Berpendapatan Terendah: Kategori ini mencakup merekan yang memiliki akses sangat terbatas atau tanpa akses sama sekali ke semua jenis layanan keuangan. Kategori ini mengacu pada golongan sangat miskin yang mungkin menerima bantuan sosial, serta segmen bawah kategori miskin yang menjadi bagian dari program pemberdayaan masyarakat.

Miskin Bekerja: Kategori ini mencakup orang miskin yang berusaha sendiri, termasuk di dalamnya petani kecil dan marjinal, nelayan, seniman

[3] *Ibid.,* hlm. 8

dan perajin, pedagang kecil, dan pengusaha mikro di sektor informal baik di perkotaan dan pedesaan. Kurangnya sumber daya membatasi kemampuan mereka untuk memperluas produksi atau melakukan perbaikan dalam hal produktivitas dan pendapatan.

Bukan Miskin: Kategori ini meliputi semua penduduk yang tidak memenuhi kriteria untuk masuk dalam kelompok masyarakat miskin berpendapatan terendah dan miskin bekerja.

Pekerja Migran Domestik dan Internasional: Indonesia meripakan negara penerima remitansi ketiga terbesar di wilayah Asia-Pasifik. Sekitar 80% pekerja migran atau lazim di sebut TKI (Tenaga Kerja Indonesia) adalah perempuan dan lebih dari 85% pekerja di sektor informal. TKI biasanya kurang terlayani oleh sektor keuangan, atau memiliki akses yang terbatas ke layanan keuangan. Mereka terutama membutuhkan sarana untuk mengirim uang secara aman, cepat dan murah dari tempat kerja ke rumah, yang seringkali terletak di daerah terpencil dan tertinggal. TKI umumnya berasal dari rumah tangga pertanian yang miskin, yang terletak di daerah perdesaan dengan tingkat pendapatan rendah. Mereka memiliki akses yang terbatas ke produk atau jasa keuangan formal untuk mendukung mereka selama proses tahapan migrasi (yaitu. Pra, selama dan pasca migrasi).

Perempuan: Di banyak negara berkembang, kerap terdapat perbedaan besar antara aki-laki dan perempuan dalam hal akses,

kebutuhan dan pilihan mereka terhadap jasa keuangan; sehingga dalam mengembangkan akses terhadap layanan keuangan adalah penting untuk mengenali perbedaan-perbedaan tersebut. Di Indonesia, laki-laki dan perempuan memiliki kesempatan yang sama untuk mempunyai rekening tabungan. Namun, motivasi utama laki-laki saat membuka rekening tabungan bank lebih sering adalah untuk memperoleh kredit, sedangkan perempuan menabung demi keperluan mendatang. Dalam hal kepemilikan asuransi, perempuan lebih sering membeli asuransi pendidikan, sementara laki-laki lebih memilih asuransi jiwa, dan pada taraf tertentu juga memiliki asuransi harta benda.

Penduduk Daerah Terpencil: Sekitar 52% penduduk Indonesia hidup di daerah perdesaan dan sekitar 60% persennya tidak memiliki akses ke jasa keuangan formal. Dari sekitar 12,49% penduduk yang berada di bawah garis kemiskinan, sekitar 64% tinggal di daerah perdesaan. Angka-angka ini ditambah dengan kondisi sebara geografis dari kepulauan Indonesia, menunjukkan pentingnya bagi strategi nasional keuangan inklusif untuk memberi perhatian khusus kepada masyarakat di daerah-daerah terpencil. Kesenjangan akses ke jasa keuangan untuk ketagori ini sebagian dapat diatasi dengan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (misalnya, *mobile money* untuk memfasilitasi

transfer dan transaksi pembayaran antar pulau, serta antar perdesaan dan perkotaan).[4]

b. Kerangka Nasional Keuangan Inklusif

World Bank mengungkapkan setidaknya terdapat empat jenis layanan jasa keuangan yang dianggap vital bagi kehidupan masyarakat yakni layanan penyimpanan dana, layanan kredit, layanan sistem pembayaran dan suransi termasuk di dalamnya dana pensiun. Keempat aspek inilah yang menjadi persyaratan mendasar yang harus dimiliki setiapmasyarakat untuk memperoleh kehidupan yang lebih baik. Peningkatan akses masyarakat kepada lembaga keuangan tersebut tentunya merupakan masalah kompleksitas yang memerlukan koordinasi lintas sektoral yang melibatkan otoritas perbankan, jasa keuangan non bank dan kementrian atau lembaga lain yang menaruh perhatian pada upaya pengentasan kemiskinan, sehingga diperlukan kebijakan komprehensif serta menyeluruh dalam suatu Strategi Nasional Keuangan Inklusif.

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

[4] *Ibid.,* hlm. 9-10

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 ketrampilan 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 sibsidi dan bantuan sosial, pemberdayaan masyarakat dan pemberdayaan UMKM.

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

Pilar 4 Kebijakan/Peratran 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 potensional 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 menigkatkan 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 tranparansi 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.[5]

B. Pengertian Bank Syariah

Pengertian perbankan menurut pasal 1 butir Undang-Undang Nomor 7 tahun 1992 adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.[6]

Jenis-jenis perbankan menurut pasal 5 undang-undang nomor 7 tahun 1992 adalah:

1. Bank Umum, yaitu adalah bank yang dapat memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran (pasal 1 undang-undang no 7/1992 tentang perbankan).

---

[5] *Ibid.*, hlm. 11-13
[6] Wiroso, *Produk Perbankan Syariah*, (Jakarta: LPFE Usakti, 2009), hlm. 44

2. Bank Perkreditan Rakyat, adalah bank yang menerima simpanan hanya dalam bentuk deposito berjangka, tabungan dan atau bentuk lain yang dipersamakan dengan hal itu (pasal 1 undang-undang no 7/1992 tentang perbankan).[7]

Sedangkan dalam Undang-Undang Nomor 10 tahun 1998 pasal 1 pengertian bank, bank umum dan Bank Perkreditan Rakyat disempurnakan menjadi:

"Bank badan usaha yang menghimpun dana masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Sedangkan pengertian Bank Umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau "berdasarkan prinsip usaha syariah" yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Serta pengertian Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPR-Syariah) adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran."[8]

Yang dimaksud dengan prinsip syariah dijelaskan pada pasal 1 butir 13 undang-undang tersebut sebagai berikut:

"Prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum iskam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah,antara

---

[7] *Ibid.*
[8] *Ibid.*, hlm. 44-45

lain pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (*mudharabah*), pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (*musharakah*), prinsip jual beli barang dengan dengan memperoleh keuntungan (*murabahah*), atau pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni tanpa pilihan (*ijarah*) atau dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (*ijarah wa iqtina*).”[9]

Sedangkan dalam Undang-Undang Nomor 21 tahun 2008 pasal 1 memberikan penjelasan dan pengertian antara lain sebagai berikut:

1. Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.
2. Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/ atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat.
3. Bank Konvensional adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya secara konvensional dan berdasarkan jenisnya terdiri atas Bank Umum Konvensional dan Bank Perkreditan Rakyat.
4. Bank Umum Konvensional adalah bank konvensional yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

[9] *Ibid.*, hlm. 45

5. Bank Perkreditan Rakyat adalah bank konvensional yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.
6. Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas bank umum syariah dan bank pembiayaan rakyat syariah.
7. Bank umum syariah adalah bank syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.
8. Bank pembiayaan rakyat syariah adalah bank syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.
9. Unit Usaha Syariah, yang selanjutnya disebut UUS adalah unit kerja dari kantor pusat bank umum konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor atau unit yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau unit kerja di kantor cabang dari suatu bank yang berkedudukan di luar negeri yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor cabang pembantu syariah dan/atau unit syariah.[10]

[10] *Ibid.*, hlm. 45-46

C. Bank Umum Syariah

Dalam kelompok ini seluruh unit kerja bank yang bersangkutan dari tingkat yang paling atas samapai dengan tingkat unit kerja yang paling bawah adalah menjalankan kegiatan usaha syariah. Dikategorikan Bank Umum Syariah jika seluruh struktur organisasi bank tersebut tunduk pada ketentuan syariah, baik dari kantor pusat sampai dengan kantor layanan baik bawah dari entitas tersebut seluruhnya melaksanakan kegiatan syariah.

Bank Umum Syariah wajib memiliki Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang ditempatkan dikantor pusat bank dan sesuai fungsinya sebagai pengawas dari aspek syariah pelaksanaan perbankan syariah, maka struktur organisasinya harus dibuat sedemikian rupa sehingga merupakan unit kerja yang independen, tidak dipengaruhi atau tidak diintervensi oleh pengurus (dewan direksi) dan pelaksana bank atau pihak lain. [11]

D. Unit Usaha Syariah

Dalam kelompok ini kategori bank-nya adalah Bank Umum yaitu Bank Umu Konvensional yang memiliki usaha syariah, sehingga sering disebut dengan Unit Usaha Syariah (UUS). Dalam organisasinya pada tingkat direksi dan keatasnya menjadi satu dengan bank konvensional, dan satu tingkat dibawah direksi sampai

---

[11] *Ibid.,* hlm. 52-53

unit kerja paling bawah memiliki pemisahan fungsi menjalankan kegiatan usaha konvensional dan menjalankan kegiatan usaha syariah.

Dikategorikan Cabang Syariah Bank Konvensional (sering disebut dengan Unit Usaha Syariah / UUS) adalah entitas tersebut menjalankan dua kegiatan usaha bank, yaitu kegiatan usaha konvensional dan kegiatan usaha berdasarkan prinsip usaha syariah. Contoh Cabang Syariah dari Bank Konvensional seperti BTN Syariah, Bank Jabar Syariah, Bank BNI Syariah, BRI Syariah (sebelum memisahkan diri dari induknya) dsb.

Banyak yang mempertanyakan aspek syariah dari Unit Usaha Syariah, karena sumber dana modal dalam pendirian Unit Usaha Syariah (Cabang Syariah) tersebut berasal dari pendapatan bank konvensional, yang sebagian berasal dari bunga yaitu pendapatan yang diharamkan dalam syariah. Perlu diketahui bahwa pendapatan bank konvensional tidak hanya dari bunga saja tetapi juga memiliki pendapatan lain sebagai upah / *fee* bank dalam menjalankan jasa layanan yang dilakukan. Oleh karena itu asumsi yang dipergunakan bahwa dana yang dipergunakan untuk mendirikan cabang syariah pada bank konvensional adalah dana yang berasal dari dana yang halal (bukan pendapatan bunga). Bagaimana bisa memilah pendapatancbank konvensional tentang hal tersebut? Jika dilihat dari fisik dana (uangnya) memang tidak dapat dibedakan karena seluruhnya pendapatan tersebut (baik bunga dan non bunga) dalam bentuk yang sama (uangnya bergambar sukarno hatta, tidak ada perbedaan uang halal dan haram),

tapi jika dilihat dari segi pencatatan akuntasi jelas dapat dibedakan. Hal yang sama juga tidak dapat diketahui asal usul modal dalam pendirian bank syariah.

Kemurnian syariah tidak didasarkan pada sumber modal yang dipergunakan dalam mendirikan bank syariah, tetapi kemurnian syariah dilihat dari implementasi ketentuan syariah yang telah ditetapkan atau proses pelaksanaan kegiatan bank syariah itu sendiri (termasuk Cabang Syariah Bank Konvensional atau BPR-syariah). Kemurnian syariah dapat dilihat dari kesesuaian pelaksanaan Fatwa Dewan Syariah Nasional dan kesesuaian pelaksanaan ketentuan syariah lainnya.

Dalam Undang-Undang Nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah kedudukan, fungsi dan kegiatan usaha dari Unit Usaha Syariah diatur tersendiri sebagaimana layaknya fungsi dan kegiatan usaha dari Bank Umum Syariah, walaupun secara organisasi Unit Usaha Syariah merupakan bagian dari Bank Umum yang menjalankan kegiatan usaha konvensional.

Bagi bank umum konvensional yang membuka kantor cabang syariah, selain wajib memiliki DPS juga diwajibkan membentuk Unit Usaha Syariah (UUS). UUS merupakan satuan kerja di kantor pusat bank umum yang berfungsi sebagai kantor induk atau koordinator bagi kantor-kantor cabang syariah yang kedudukannya satu tingkat di bawah Direksi. Yang dimaksud satu tingkat di bawah direksi adalah Unit Usaha Syariah tersebut bertanggung jawab langsung ke Dewan Direksi, apapun bentuknya (Tim, Divisi, Urusan, dsb.).[12]

---

[12] *Ibid.*, hlm. 54-55

E. Pembiayaan

Pengertian 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 *ujrah*, tanpa imbalan, atau bagi hasil.[13]

Pembiayaan atau *financing* adalah pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga.[14] Menurut UU No. 7 Tahun 1992 tentang perbankan sebagaimana telah diubah menjadi UU No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan dalam Pasal 1 Nomor (12): "Pembiayaan berdasarkan prinsip syariah adalah pembiayaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah

---

[13] Binti Nur Asiyah, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, (Yogyakarta: Kalimedia, 2015), hlm. 1-2
[14] *Ibid.*, hlm. 2

jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil." Dan Nomor 13: "Prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah, antara lain pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (*mudharabah*), pembiayaan berdasarkan prinsip enyertaan modal (*musyarakah*), prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (*murabahah*), atau pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni tanpa pilihan (*ijarah*), atau dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (*ijarah wa iqtina*).[15]

1. Tujuan Pembiayaan

   Secara umum tujuan pembiayaan dibedakan menjadi dua kelompok yaitu tujuan pembiayaan untuk tingkat makro dan tujuan pembiayaan untuk tingkat mikro.[16] Secara makro dijelaskan bahwa pembiayaan bertujuan:

   a. Peningkatan ekonomi umat, artinya masyarakat yang tidak dapat akses secara ekonomi, dengan adanya pembiayaan mereka dapat melakukan akses ekonomi.

   b. Tersedianya dana bagi peningkatan usaha, artinya untuk pengembangan usaha membutuhkan dana tambahan. Dana tambahan ini dapat diperoleh

[15] *Ibid.*, hlm. 2-3
[16] Muhammad, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, …, hlm. 17

melalui aktivitas pembiayaan. Pihak yang surplus dana menyalurkan kepada pihak yang minus dana, sehingga dapat digulirkan.

c. Meningkatkan produktivitas, artinya adanya pembiayaan memberikan peluang bagi masyarakat agar mampu meningkatkan daya produksinya.

d. Membuka lapangan kerja baru, artinya dengan dibukanya sektor-sektor usaha melalui penambahan dana pembiayaan, maka sektor usaha tersebut akan menyerap tenaga kerja.

e. Terjadinya distribusi pendapatan, artinya masyarakat usaha produktif mampu melakukan aktivitas kerja, berarti mereka akan memperoleh pendapatan dari hasil usahanya.

Adapun secara mikro, pembiayaan bertujuan untuk:

a. Upaya memaksimalkan laba, artinya setiap usaha yang dibuka memiliki tujuan tertinggi, yaitu menghasilkan laba usaha. Setiap pengusaha menginginkan mampu mencapai laba maksimal. Untuk dapat menghasilkan laba maksimal maka mereka perlu dukungan yang cukup.

b. Upaya meminimalkan risiko, artinya usaha yang dilakukan agar mampu menghasilkan laba maksimal, maka pengusaha harus mampu meminimalkan risiko yang mungkin timbul. Risiko kekurangan modal usaha dapat diperoleh melalu tindakan pembiayaan.

c. Pendayagunaan sumber ekonomi, artinya sumber daya ekonomi dapat dikembangkan dengan melakukan *mixing* antara sumber daya alam dengan sumber daya manusia serta sumber daya modal. Jika sumber daya

alam dan sumber daya manusianya ada, dan sumber daya modal tidak ada, maka dipastikan diperlukan pembiayaan. Dengan demikian, pembiayaan pada dasarnya dapat meningkatkan daya guna sumber-sumber daya ekonomi.

d. Penyaluran kelebihan dana, artinya dalam kehidupan masyarakat ada pihak yang kelebihan dana, sementara ada pihak yang kekurangan dana. Dalam kaitan dengan masalah dana, maka mekanisme pembiayaan dapat menjadi jembatan dalam penyeimbangan dan penyaluran kelebihan dana dari pihak yang kelebihan (surplus) kepada pihak yang kekurangan (minus) dana.[17]

Tujuan pembiayaan yang lain terdiri dari dua fungsi yang saling berkaitan dari pembiayaan:

a. *Profitability* yaitu tujuan untuk memperoleh hasil dari pembiayaan berupa keuntungan yang diraih dari bagi hasil yang diperoleh dari usaha yang dikelola bersama nasabah.

b. *Safety* yakni keamanan dari prestasi atau fasilitas yang diberikan harus benar-benar terjamin sehingga tujuan *profitability* dapat benar-benar tercapai tanpa hambatan yang berarti.[18]

---

[17] *Ibid*., hlm. 18

[18] Rivai dan Veithsal, *Islamic Management: Teori, Konsep dan Aplikasi Panduan Praktis untuk Lembaga Keuangan, Nasabah, Praktisi, dan Mahasiswa*, (Jakarta: Rajawali Press, 2008), hlm. 6

2. Fungsi Pembiayaan

Pembiayaan yang diselenggarakan oleh Bank Syariah secara umum berfungsi untuk:

a. Meningkatkan daya guna uang

Para penabung menyimpan uangnya di bank dalam bentuk giro, tabungan dan deposito. Uang tersebut dalam presentase tertentu ditingkatkan kegunaannya oleh bank guna suatu usaha peningkatan produktivitas. Para pengusaha menikmati pembiayaan dari bank untuk memperluas atau memperbesar usahanya baik untuk peningkatan produksi, perdagangan maupun untuk usaha-usaha rehabilitasi ataupun memulai usaha baru. Secara mendasar melalui pembiayaan terdapat suatu usaha peningkatan produktivitas secara menyeluruh. Dengan demikian dana yang mengendap di bank (yang diperoleh dari para penyimpan uang) tidaklah diam dan disalurkan untuk usaha-usaha yang bermanfaat, baik kemanfaatan bagi pengusaha maupun masyarakat.

b. Meningkatkan daya guna barang

Produsen dengan bantuan pembiayaan bank dapat mengubah bahan mentah menjadi bahan jadi sehingga *utility* bahan tersebut meningkat. Contoh peningkatan *utility* kelapa menjadi kopra dan selanjutnya menjadi minyak kelapa. Produsen dengan bantuan pembiayaan juga dapat memindahkan barang dari suatu tempat yang kegunaannya kurang ke tempat yang lebih bermanfaat.

c. Meningkatkan peredaran uang

Pembiayaan yang disalurkan melalui rekening-rekening Koran pengusaha menciptakan pertambahan peredaran uang giral dan sejenisnya seperti cek, bilyet giro, wesel, promes, dsb. Melalui pembiayaan, peredaran uang kartal maupun giral akan lebih berkembang, karena pembiayaan menciptakan suatu kegairahan berusaha sehingga penggunaan uang akan bertambah, baik secara kualitatif maupun kuantitatif. Hal ini selaras dengan pengertian bank selaku "*Money creator"*. Penciptaan uang selain dengan cara substitusi; penukaran uang kartal yang disimpan di giro dengan uang giral, maka ada juga *exchange of claim* yaitu bank memberikan pembiayaan dalam bentuk uang giral. Di samping itu dengan cara transformasi yaitu bank membeli surat-surat berharga dan membayarnya dengan uang giral.

d. Menimbulkan kegairahan berusaha

Pembiayaan yang diterima pengusaha dari bank kemudian digunakan memperbesar volume usaha dan produktivitasnya.

e. Stabilitas ekonomi

Dalam ekonomi yang kurang sehat, langkah-langkah stabilitas diarahkan pada usaha-usaha:

1) Pengendalian inflasi
2) Peningkatan ekspor
3) Rehabilitasi prasarana

4) Pemenuhan kebutuhan pokok rakyat untuk menekan arus inflasi dan untuk usaha pembangunan ekonomi maka pembiayaan memegang peranan penting.

f. Jembatan untuk meningkatkan pendapatan nasional

Para usahawan memperoleh pembiayaan untuk meningkatkan usahanya. Peningkatan usaha berarti peningkatan profit. Bila keuntungan ini secara kumulatif dikembangkan lagi dalam arti kata dikembalikan lagi ke dalam struktur permodalan, maka peningkatan akan berlangsung terus menerus. Dengan pendapatan yang terus meningkat berarti pajak perusahaan pun akan terus bertambah. Di lain pihak, pembiayaan yang disalurkan untuk merangsang pertambahan kegiatan ekspor akan menghasilkan pertambahan devisa Negara. Di samping itu dengan makin efektifnya kegiatan sewa sembada kebutuhan-kebutuhan pokok, berarti akan dihemat devisa keuangan Negara, akan diarahkan pada usaha-usaha kesejahteraan ataupun ke sektor-sektor lain yang lebih berguna.[19]

3. Jenis-Jenis Pembiayaan di Bank Syariah

a. Pembiayaan Modal Kerja Syariah

Secara umum pembiayaan modal kerja syariah adalah pembiayaan jangka pendek yang diberikan kepada perusahaan untuk membiayai kebutuhan modal kerja usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah.

[19] Muhammad, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, …, hlm. 8-11

Jangka waktu pembiayaan modal kerja maksimum 1 (satu) tahun dan dapat diperpanjang sesuai dengan kebutuhan. Perpanjangan fasilitas pembiayaan modal kerja dilakukan atas dasar hasil analisis terhadap debitur dan fasilitas pembiayaan secara keseluruhan.[20]

Fasilitas pembiayaan modal kerja dapat diberikan kepada seluruh sektor/subsektor ekonomi yang dinilai prospek, tidak bertentangan dengan syariah Islam dan tidak larang oleh ketentuan perundang-undangan yang berlaku serta dinyatakan jenuh oleh Bank Indonesia. Pemberian fasilitas pembiayaan modal kerja kepada debitur/calon debitur dengan tujuan untuk mengeliminasi risiko dan mengoptimalkan keuntungan bank.

Berdasarkan akad yang digunakan dalam pembiayaan syariah, jenis pembiayaan modal kerja syariahdibagi menjadi lima macam:

1) Pembiayaan Modal Kerja *Mudharabah*
2) Pembiayaan Modal Kerja *Istishna'*
3) Pembiayaan Modal Kerja *Salam*
4) Pembiayaan Modal Kerja *Murabahah*
5) Pembiayaan Modal Kerja *Ijarah*[21]

b. Pembiayaan Investasi Syariah

---

[20] Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, edisi ketiga, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2009), hlm. 233
[21] *Ibid.*, hlm. 234

Investasi adalah penanaman dana dengan maksud untuk memperoleh imbalan/manfaat/keuntungan di kemudia hari, mencakup hal-hal antara lain:

1) Imbalan yang diharapkan dari investasi adalah berupa keuntungan dalam bentuk finansial atau uang.
2) Badan usaha umumnya bertujuan untuk memperoleh keuntungan berupa uang, sedangkan badan sosial dan badan-badan pemerintah lainnya lebih bertujuan untuk memberikan manfaat sosial dibandingkan dengan keuntungan finansialnya.
3) Badan-badan usaha yang mendapatkan pembiayaan investasi dari bank harus mampu memperoleh keuntungan finansial agar dapat hidup dan berkembang serta memenuhi kewajibannya kepada bank.

Investasi dalam aktiva lancar maupun investasi dalam aktiva tetap dilakukan dengan harapan bahwa perusahaan akan dapat memperoleh kembali dana yang telah diinvestasikan. Investasi dalam aktiva lancar diharapkan akan dapat diterima kembali dalam waktu dekat dan secara sekaligus (paling lama satu tahun), sebaliknya dalam investasi aktiva tetap dana yang tertanam baru akan kembali secara keseluruhan dalam waktu beberapa tahun dan kembalinya secara berangsur-angsur melalui penyusutan. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa, pembiayaan investasi adalah pembiayaan jangka menengan atau jangka panjang untuk pembelian barang-barang modal yang diperlukan untuk:

1) Pendirian proyek baru, yakni pendirian atau pembangunan proyek/pabrik dalam rangka usaha baru.
2) Rehabilitas, yakni penggantian mesin/peralatan lama yang sudah rusak dengan mesin/peralatan baru yang lebih baik.
3) Modernisasi, yakni penggantian menyeluruh mesin/peralatan lama dengan mesin/peralatan baru yang tingkat teknologinya lebih baik/tinggi.
4) Ekspansi, yakni penambahan mesin/peralatan yang telah ada dengan mesin/peralatan baru dengan teknologi sama atau lebih baik/tinggi.
5) Relokasi proyek yang sudah ada, yakni pemindahan lokasi proyek/pabrik secara keseluruhan (termasuk sarana penunjang kegiatan pabrik, seperti laboratorium dan gudang) dari suatu tempat ke tempat lain yang lokasinya lebih tepat/baik.[22]

c. Pembiayaan Konsumtif Syariah

Pembiayaan Konsumtif yang diberikan untuk tujuan di luar usaha dan umumnya bersifat perorangan. Menurut jenis akadnya dalam produk pembiayaan syariah, pembiayaan konsumtif dapat dibagi menjadi lima bagian:

1) Pembiayaan Modal Kerja *Murabahah*
2) Pembiayaan Modal Kerja *Ijarah Muntahiyah Bit Tamlik*

[22] *Ibid.*, hlm. 234-235

3) Pembiayaan Modal Kerja *Ijarah*

4) Pembiayaan Modal Kerja *Istishna'*

5) Pembiayaan Modal Kerja *Qardh* + *Ijarah*[23]

d. Pembiayaan Sindikasi

Pembiayaan Sindikasi adalah pembiayaan yang diberikan oleh lebih dari satu lembaga keuangan bank untuk satu objek pembiayaan tertentu. Pembiayaan sindikasi biasanya diperlukan kepada nasabah korporasi karena nilai transaksinya sangat besar. Sindikasi mempunyai tiga bentuk, yakni:

1) *Lead Syndication*, yakni sekelompok bank yang secara bersama-sama membiayai suatu proyek dan dipimpin oleh satu bank yang bertindak sebagai *leader*. Modal yang dimiliki oleh masing-masing bank dilebur menjadi satu kesatuan, sehingga keuntungan dan kerugian menjadi hak dan tanggungan bersama, sesuai proporsi modal masing-masing.

2) *Club Deal*, yakni sekelompok bank yang secara bersama-sama membiayai satu proyek, tapi antara bank yang satu dengan yang lain tidak mempunyai hubungan kerja sama bisnis dalam arti penyatuan modal. Masing-masing bank membiayai suatu bidang yang berbeda

[23] *Ibid*., hlm. 235

dalam proyek tersebut. Dengan demikian masing-masing bank akan memperoleh keuntungan sesuai dengan bidang yang dibiayai.

3) *Sub Syndication*, yakni bentuk sindikasi yang terjadi antara suatu bank dengan salah satu bank peserta sindikasi lain dan kerja sama bisnis yang dilakukan keduanya tidak berhubungan secara langsung dengan peserta sindikasi lainnya.

e. Pembiayaan Berdasarkan *Take Over*

Pembiayaan *Take Over* adalah pembiayaan yang timbul sebagai akibat dari *take over* terhadap transaksi non syariah yang telah berjalan yang dilakukan oleh bank syariah atas perintah nasabah. Dalam pembiayaan *take over* ini bank syariah mengklasifikasikan hutang nasabah menjadi dua macam:

1) Hutang pokok plus bunga

Dalam memberikan *take over* hutang pokok plus bunga bank syariah memberikan jasa *qardh*, karena jasa *qardh* tidak terbatas untuk menalangi hutang termasuk yang berbasis bunga.

2) Hutang pokok

Dalam memberikan *take over* hutang pokok saja bank syariah memberikan jasa *hiwalah* (pengalihan hutang). Terkait akad yang digunakan disesuaikan dengan apakah *take over* dengan jasa *hiwalah* tadi berupa pembiayaan modal, investasi atau konsumsi.

f. Pembiayaan *Letter of Credit*

Pembiayaan *Letter of Credit* adalah pembiayaan yang diberikan dalam rangka memfasilitasi transaksi impor dan ekspor nasabah. Pada umumnya, pembiayaan L/C dapat menggunakan beberapa akad, yaitu:

1) Pembiayaan L/C Impor

Berdasarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) No. 34/DSN-MUI/IX/2002, akad yang digunakan untuk pembiayaan L/C impor adalah *wakalah bil ujrah; wakalah bil ujrah* dengan *qardh*; *murabahah: salam, istishna'* dan *murabahah; musyarakah; dan wakalah bil ujrah* dan *hiwalah*.

2) Pembiayaan L/C Ekspor

Berdasarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) No. 35/DSN-MUI/IX/2002, akad yang digunakan untuk pembiayaan L/C ekspor adalah *wakalah bil ujrah; wakalah bil ujrah* dengan *qardh*; *wakalah bil ujrah* dan *mudharabah*; *musyarakah; ba'i* dan *wakalah*.[24]

F. Promosi

Kata promosi merupakan kata adopsi dari bahasa Inggris yaitu *promote*, yang juga mengadopsi dari bahasa Yunani yaitu *promore*. Secara sederhana promosi dapat diartikan upaya menyampaikan suatu pesan tentang hal yang kurang dikenal

[24] *Ibid*., hlm 252

sehingga menjadi dikenal oleh publik.[25] Promosi menurut Kotler dan Amstrong merupakan kegiatan yang mengkomunikasikan manfaat dari sebuah produk dan membujuk target konsumen untuk membeli produk tersebut.[26]

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.[27]

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 dengan keinginan dan kebutuhannya.[28]

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

---

[25] Didih Suryadi, *Promosi Efektif Menggugah Minat dan Loyalitas Pelanggan*, (Yogyakarta: Tugu Publisher, 2006), hlm. 61
[26] Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2012), hlm. 76
[27] Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service, Quality dan Satisfation*, (Yogyakarta: ANDI, 2007), hlm. 219
[28] Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), hlm. 120

barang maupun jasa agar mendorong calon konsumen untuk membeli dan menggunakan barang atau jasa yang ditawarkan.

1. Tujuan Promosi

Perusahaan perlu menetapkan tujuan promosi yang akan membantu tercapainya tujuan perusaan secara lebih luas. Program-program promosi dapat didasarkan atas satu atau lebih tujuan berikut ini:[29]

a. Memberikan Informasi

Tujuan dasar dari semua kegiatan promosi adalah memberikan informasi kepada konsumen potensial tentang produk yang ditawarkan, dimana konsumen dapat membelinya dan berapa harga yang ditetapkan. Konsumen memerlukan informasi-informasi tersebut dalam pengambilan keputusan pembeliannya.

b. Meningkatkan Penjualan

Kegiatan promosi juga merupakan salah satu cara meningkatkan penjualan. Perusahaan dapat merancang promosi penjualan dengan memberikan kupon belanja, sampel produk dan sebagainya. Untuk membujuk konsumen mencoba produk yang ditawarkan dengan harga yang lebih murah atau dengan tambahan keuntungan yang lain.

[29] Kismono, *Pengantar Bisnis*, (Yogyakarta: BPFE, 2001), hlm. 374

c. Menstabilkan Penjualan

Pada saat pasar lesu, perusahaan perlu melakukan kegiatan promosi agar tingkat penjualan perusahaan tidak mengalami penurunan yang berarti.

d. Memposisikan Produk

Perusahaan perlu memposisikan produknya dengan menekankan keunggulan produknya dibandingkat produk pesaing. Strategi yang tepat seperti iklan dapat membantu perusahaan.

e. Membentuk Citra Produk

Promosi dapat memberikan kesan tersendiri bagi calon konsumen untuk produk yang diiklankan, sehingga pemasar menciptakan promosi sebaik-baiknya misalnya untuk promosi iklan (*advertising*) dengan menggunakan warna, ilustrasi, bentuk atau *layout* yang menarik.[30]

2. Indikator Promosi

Bauran promosi merupakan alat komunikasi yang terdiri dari kombinasi alat-alat promosi yang digunakan oleh perusahaan. Pada umumnya alat-alat promosi tersebut memiliki hubungan yang erat, sehingga diantaranya tidak dapat dipisahkan, karena bersifat saling mendukung dan melengkapi.

Bauran promosi terdiri atas 5(lima) alat-alat promosi, yaitu:[31]

---

[30] Swasta Basu, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2000), hlm. 245-246

[31] Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, …, hlm. 432

a. Periklanan (*advertising)*

Periklanan yaitu semua bentuk presentasi dan promosi non personal yang dibayar oleh sponsor untuk mempresentasikan gagasan, barang atau jasa. Periklanan dianggap sebagai manajemen citra yang bertujuan menciptakan dan memerlihara cipta dan makna dalam benak konsumen. Bentuk promosi yang digunakan mencakup *broadcast, print, internet, outdoor*, brosur, koran dan bentuk lainnya.

b. Promosi Penjualan (*sales promotion*)

Promosi penjualan yaitu insentif-insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan suatu produk atau jasa. Bentuk promosi yang digunakan mencakup *discounts, coupons, displays, demonstrations, contests, sweepstakes,* dan *events*.

c. Penjualam Pribadi (*personel selling*)

Penjualan perseorangan yaitu presentasi personal oleh tenaga penjualan dengan tujuan menghasilkan penjualan dan membangun hubungan dengan konsumen. Bentuk promosi yang digunakan mencakup *presentations, trade shows,* dan *incentive programs*.

d. Hubungan Masyarakat (*public relation*)

Hubungan masyarakat adalah suatu usaha dari rancangan pragram guna memperbaiki, mempertahankan, atau melindungi perusahaan ataupun citra roduk.

e. Penjualan Langsung (*direct marketing*)

Penjualan langsung yaitu hubungan langsung dengan sasaran konsumen dengan tujuan untuk memperoleh tanggapan segera dan membina hubungan yang abadi dengan konsumen. Bentuk promosi yang digunakan mencakup *catalogs, telephone marketing, kiosks, internet, mobile marketing,* dan lainnya.

G. Jumlah Kantor

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:

1. 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.
2. 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.
3. 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.

4. Kantor fungsional, adalah kantor bank yang melakukan kegiatan operasional atau non operasional secara terbatas dalam satu kegiatan fungsional.
5. Kegiatan pelayanan kas, adalah kas dalam rangka melayani pihak yang telah menjadi nasabah bank meliputi antar lain:
    a. kas keliling
    b. *payment point*
    c. perangkat perbankan elektronik
6. 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.[32]

H. Kajian Penelitian Terdahulu

Dede Aji Mardani melakukan penelitian dengan tujuan untuk menganalisis peran perbankan syariah dalam mengimplementasikan *financial inclusion* di Indonesia. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif (*mixed method*) menggunakan strategi eksplorasi sekuensial yang melibatkan pengumpulan dan analisis data kualitatif pada tahap pertama, yang kemudian diikuti oleh pengumpulan dan analisis data kuantitatif pada tahap kedua berdasarkan hasil-hasil pada tahap pertama. Analisis data

[32] Ummu Rosidah, *Pengaruh Tingkat Keuntunga, 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

kualitatif menggunakan teknik analisis yang dikembangkan oleh Straruss dan Corbin dengan tiga langkah besar, yaitu *open coding, axial coding* dan *selective coding*. Analisis data kuantitatif menggunakan analisis perbandingan laporan keuangan pada tahun 2010-2014 dan analisis rasio keuangan berupa CAR, ROA, ROE, NPF, dan FDR. Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa perbankan syariah memiliki potensi besar dalam mengimplementasikan *financial inclusion*, terlihat dari peningkatan aset, DPK naik 15% sampai 45% per tahun, pembiayaan juga mengalami kenaikan yang signifikan mencapai 50,05% per tahun. Analisis rasio keuangan juga menunjukkan kinerja dan kondisi keuangan perbankan syariah baik. Rasio pembiayaan terhadap DPK (FDR) perbankan syariah juga sangat baik berada pada batas yang ditetapkan BI yaitu 87% - 100%. Kecukupan modal minimum perbankan syariah (CAR) cukup baik yaitu 15% bahkan lebih. Tingkat *income* yang dihasilkan dari aset dan ekuitas juga cukup baik (ROA/ROE). Angka pembiayaan bermasalah rendah yaitu di bawah 5% bahkan di pembiayaan mikro bank syariah pernah mencapai NPF 0%. Beban operasional atas pendapatan operasional (BOPO) masih tergolong tinggi karena perbankan syariah gencar melakukan ekspansi ke berbagai wilayah di Indonesia. Hasil analisis perbandingan antarlaporan keuangan dan analisis rasio mengindikasikan bahwa kinerja dan kondisi keuangan perbankan syariah baik. Hal ini menjadikan perbankan syariah mampu menjadi garda depan pengimplementasian keuangan inklusif di Indonesia. Pengimplementasian keuangan inklusif melalui perbankan syariah juga akan didukung oleh produk-produk perbankan syariah yang melakukan operasional

berdasarkan prinsip Islam dan mengemban misis sosial kemasyarakatan. [33] Persamaan penelitian Dede dengan penelitian sekarang yaitu sama-sama bertujuan untuk menganalisis peran perbankan syariah dalam mengimplementasikan keuangan inklusif di Indonesia dan menggunakan pendekatan kuantitatif. Perbedaannya ada pada pendekatan yang digunakan, selain dengan pendekatan kuantitatif, penelitian yang dilakukan Dede juga menggunakan pendekatan kualitatif. Selain itu, periode penelitiannya juga berbeda, penelitian Dede dilakukan pada periode tahun 2010-2014, sedangkan penelitian sekarang pda periode 2014-2018. Perbedaan juga terdapat pada objek penelitian kuantitatifnya yang mana penelitian Dede menggunakan analisis perbandingan laporan keuangan pada tahun 2010-2014 dan analisis rasio keuangan berupa CAR, ROA, ROE, NPF, dan FDR; sedangkan penelitian sekarang menggunakan data statistik perbankan syariah berupa data jumlah pembiayaan, biaya promosi, jumlah kantor, dan jumlah nasabah pembiayaan yang tercermin dalam jumlah rekening pembiayaan perbankan syariah.

Achmad Rifa'I melakukan penelitian dengan tujuan untuk melihat peran Bank Pembiayaan Rakyat Syariah melakukan tugasnya dalam pembiayaan UMKM sebagai upaya untuk mencapai keuangan inklusif. Metodologi penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Analisis data kualitatif

[33] Dede Aji Mardani, *Peran Perbankan Syariah dalam Mengimplementasikan Keuangan Inklusif di Indonesia*, Al-Afkar, *Journal for Islamic Studies*, Vol. 1, No. 1, Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Tasikmalaya Jawa Barat, Januari 2018

yang digunakan menggunakan teknik analisis *open coding, axial coding* dan *selective coding*. Data yang digunakan adalah data sekunder. Berdasarkan hasil penelitian ini menggunakan tiga indikator keuangan inklusif Bank Indonesia yaiti *access, usage* dan *quality* menunjukkan bahwa Bank Pembiayaan Rakyat Syariah sejauh ini telah berhasil menjaga dan meningkatkan kapasitasnya dalam memberikan akses, menyalurkan pembiayaan dan rasio keuangan.[34] Persamaan penelitian Achmad dengan penelitian sekarang adalah sama-sama bertujuan untuk menganalisis peran perbankan syariah dalam mengimplementasikan keuangan inklusif dan menggunakan metode penelitian deskriptif dengan data sekunder. Perbedaan penelitian Achmad dengan penelitian sekarang terletak pada pendekatan penelitiannya dimana penelitian Achmad menggunakan pendekatan kualitatif, sedangkan penelitian sekarang menggunakan pendekatan kuantitatif. Selain itu, objek penelitian Achmad adalah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah, sedangkan penelitian sekarang adalah Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah. Perbedaan selanjutnya terdapat pada variabel yang diteliti dimana penelitian sekarang menggunakan variabel pembiayaan, promosi, jumlah kantor, dan jumlah nasabah; sedangkan penelitian Achmad menggunakan varabel pembiayaan UMKM.

Ayu Sulistyorini melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh biaya promosi terhadap peningkatan jumlah nasabah pada KSP Sendang

---

[34] Achmad Rifa'I, *Peran Bank Pembiayaan Rakyat Syariah dalam Mengimplementasikan Keuangan Inklusif Melalui Pembiayaan UMKM*, HUMAN FALAH, Vol. 4, No. 2, Juli-Desember 2017

Artha Mandiri Kecamatan Wungu Kabupaten Madiun. Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan metode desain penelitian deskriptif korelatif. Sampel dalam penelitian ini menggunakan sampel *purposive* teknik sampling dengan pertimbangan khusus. Sedangkan teknik wawancara yang digunakan dalam pengumpulan data dan dokumentasi. Untuk menganalisis data menggunakan uji korelasi dan uji regresi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya promosi memiliki hubungan dan pengaruh positif pada peningkatan jumlah pelanggan.[35] Persamaan penelitian Ayu dengan penelitian sekarang adalah bertujuan untuk mengetahui pengaruh biaya promosi terhadap peningkatan jumlah nasabah, menggunakan metode penelitian kuantitatif, menggunakan sampel *purposive* teknik sampling, dan menggunakan uji korelasi dan uji regresi. Perbedaan penelitian Ayu dengan penelitian sekarang adalah penelitian sekarang menambahkan dua variabel bebas yaitu pembiayaan dan jumlah kantor. Penelitian sekarang tidak menggunakan uji korelasi, tetapi menggunakan uji asumsi klasik. Kemudian lokasi penelitian yang dilakukan Ayu yaitu pada KSP Sendang Artha Mandiri Kecamatan Wungu Kabupaten Madiun, sedangkan penelitian sekarang pada Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah di Indoensia.

Budi Gautama Siregar melakukan penelitian dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh yang ditimbulkan oleh promosi dan lokasi keberadaan bank dalam meningkatkan jumlah nasabah pada giro wadi'ah pada PT. Bank Sumut Syariah

---

[35] Ayu Sulistyorini, *Pengaruh Biaya Promosi terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah pada KSP Sendang Artha Mandiri Kec. Wungu Kab. Madiun*, EQUILIBRIUM, Vol. 0, No. 1, Januari 2015

Cabang Padang Sidimpuan dan untuk menentukan faktor mana yang lebih dominan diantara dua faktor tersebut. Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif yang pada analisis datanya dilakukan dengan menggunakan analisis regresi berganda, asumsi tes klasik, dan koefisien determinan. Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa lokasi bank berpengaruh potif dan signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah untuk produk giro wadi'ah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padang Sidimpuan, sedangkan promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padang Sidimpuan pada produk giro wadi'ah. Kemudian lokasi bank merupakan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah pada giro wadiah.[36] Persamaan penelitian budi dengan penelitian sekarang yaitu sama-sama merupakan penelitian kuantitatif dengan teknik analisis data menggunakan uji regresi berganda, uji asumsi klasik dan uji koefisien determinasi. Lalu terdapat kesamaan pada variabel yaitu menggunakan promosi pada variable bebas dan jumlah nasabah pada variabel terikat. Perbedaan penelitian ini terletak pada objek penelitiannya yang mana penelitian ini melakukan penelitian pada PT. bank sumut syariah cabang padang sidimpuan, sedangkan penelitian sekarang melakukan penelitian pada BUS dan UUS di indonesia. selanjutnya terdapat perbedaan pada variabel bebas, pada penelitian ini

[36] Budi Gautama Siregar, *Pengaruh Promosi dan Lokasi Usaha terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Produk Giro Wadi'ah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan*, Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial dan Keislaman, Vol. 02, No. 2, Desember 2016

juga menggunakan lokasi bank yang tidak ada pada penelitian sekarang. Kemudian pada variabel terikat penelitian ini fokus pada jumlah nasabah giro wadiah, sedangkan pada penelitian sekarang fokus pada jumlah nasabah pembiayaan.

Rahma Hidayanti melakukan penelitian dengan tujuan mengetahui pengaruh BI rate, inflasi dan jumlah kantor cabang terhadap simpanan mudharabah. Sampel dalam penelitian ini adalah bank umum syariah di Indonesia sebanyak 10 BUS. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diambil dari neraca laporan keuangan tahunan yang di publikasikan Bank Indonesia periode tahun 2011 hingga 2014 serta statistik perbankan syariah yang di publikasikan Bank Indonesia. Penelitian ini termasuk kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini adalah BI rate tidak berpengaruh terhadap simpanan mudharabah. Selanjutnya tingkat inflasi tidak berpengaruh terhadap simpanan mudharabah. Kemudian terdapat pengaruh antara jumlah kantor cabang terhadap simpanan mudharabah.[37] Persamaan penelitian Rahma dengan penelitian sekarang adalah sama-sama menggunakan variabel bebas berupa jumlah kantor, menggunakan penelitian kuantitatif dan analisis regresi linier berganda, serta menggunakan sampel bank umum syariah di Indonesia. Perbedaannya yaitu pada penelitian Rahma menggunakan variabel bebas BI rate dan inflasi yang tidak ada di penelitian sekarang. Kemudian pada variabel terikat penelitian ini menggunakan simpanan

[37] Rahma Hidayanti, *Pengaruh BI Rate, Inflasi dan Jumlah Kantor Cabang terhadap Simpanan Mudharabah pada Bank Umum Syariah Tahun 2011-2014*, (Surabaya: Jurnal Tidak Diterbitkan)

mudharabah, sedangkan pada penelitian sekarang menggunakan jumlah nasabah pembiayaan.

Nur ‘Aini Ulfa, melakukan penelitian dengan tujuan untuk mengkaji pengaruh variabel ekuivalen nisbah bagi hasil tabungan, nisbah bagi hasil deposito dan frekuensi pencairan pembiayaan murabahah terhadap jumlah nasabah baru pada BMT As-Salam Kras Kediri. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian analisis asosiatif. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekuivalen nisbah bagi hasil tabungan dan ekuivalen nisbah bagi hasil deposito berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap jumlah nasabah baru. sedangkan frekuensi pencairan pembiayaan murabahah berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah nasabah baru. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama bertujuan mengetahui pengaruh frekuensi pembiayaan yang disalurkan terhadap jumlah nasabah, kemudia juga sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif, jenis penelitian asosiatif dan teknik analisis regresi linier berganda, serta menggunakan jumlah nasabah sebagai variabel terikat dan menggunakan pembiayaan sebagai salah satu variabel bebas. Perbedaannya terletak pada komponen variabelnya, penelitian ini menggunakan variabel ekuivalen nisbah bagi hasil tabungan, variabel nisbah bagi hasil deposito dan frekuensi pencairan pembiayaan murabahah yang tidak terdapat di penelitian sekarang, sedangkan penelitian sekarang menggunakan pembiayaan, promosi, jumlah kantor, dan jumlah nasabah. Perbedaan selanjutnya terletak pada objek penelitian yaitu

penelitian ini dilakukan pada nasabah BTM As-Salam Kras Kediri, sedangkan objek penelitian sekarang adalah nasabah Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah di Indonesia.[38]

Almira Ulfa Nugraheni dan Dina Fitrisia Septiani melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh *equivalent rate*, profitabilitas dan jumlah kantor terdahap dana pihak ketiga (DPK) pada BPR Syariah di Indonesia. periode penelitian ini yaitu pada Januari 2013 sampai dengan Desember 2015. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier berganda. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *equivalent rate*, profitabilitas dan jumlah kantor, sedangkan variabel terikatnya adalah dana pihak ketiga dengan objek penelitian BPR Syariah di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *equivalent rate* secara parsial memiliki hubungan tidak signifikan terhadap dana pihak ketiga BPR Syariah selama periode penelitian. Profitabilitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap dana pihak ketiga BPR Syariah selama periode penelitian. Pertumbuhan jumlah kantor secara parsial memiliki hubungan positif signifikan terhadap dana pihak ketiga BPR Syariah selama periode penelitian. Dengan demikian, ketika pertumbuhan jumlah kantor naik maka DPK BPRS di Indonesia pada periode tersebut juga akan mengalami kenaikan.[39]

---

[38] Nur ‘Aini Ulfa, *Pengaruh Ekuivalen Nisbah Bagi Hasil Tabungan, Nisbah Bagi Hasil Deposito dan Frekuensi Pencairan Pembiayaan Murabahah terhadap Jumlah Nasabah Baru pada BMT As-Salam Kras Kediri*, Jurnal An-Nisbah, Vol. 03, No. 01, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung, Oktober 2016

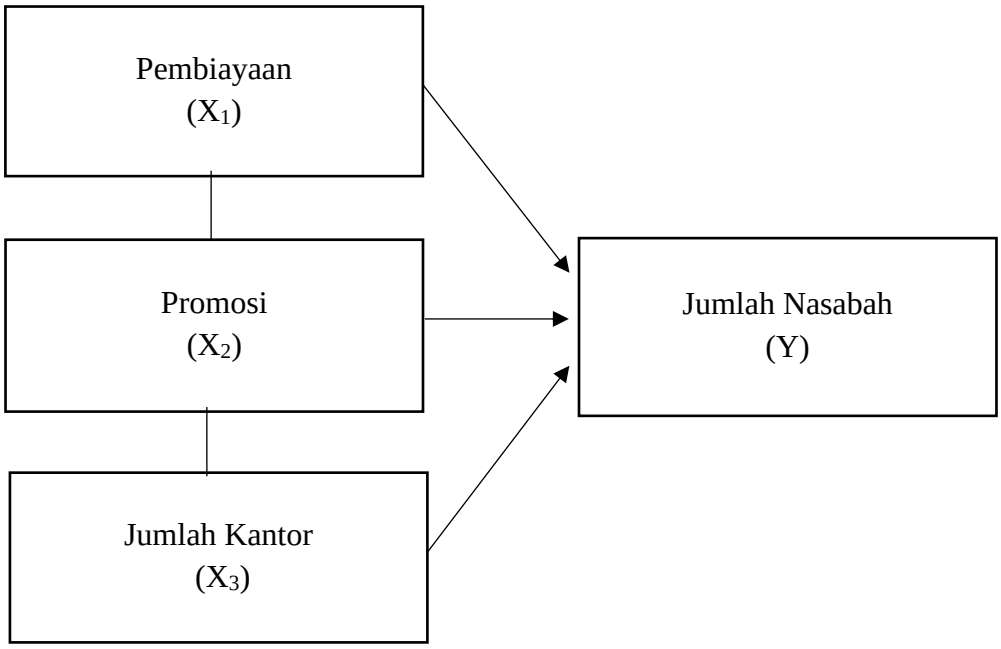
[39] Almira Ulfa Nugraheni & Dina Fitrisia Setiarini, *Pengaruh Equivalent Rate, Profitabilitas dan Jumlah Kantor terhadap Dana Pihak Ketiga BPRS di Indonesia (Periode Tahun 2013-2015)*, Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan, Vol. 4, No. 11, November 2017

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sekarang adalah sama-sama bertujuan untuk mengetahui pengaruh jumlah kantor terhadap jumlah nasabah dan sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier berganda. Perbedaannya terletak pada variabel penelitian, pada penelitian ini menggunakan *equivalent rate* dan profitabilitas sebagai variabel bebas lainnya, sedangkan penelitian sekarang menggunakan pembiayaan dan biaya promosi sebagai variabel bebas tambahan. Selanjutnya objek penelitian ini adalah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah, sedangkan penelitian sekarang adalah Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah. Penelitian ini dilakukan pada periode tahun 2013 sampai 2015, sedangkan penelitian sekarang dilakukan pada periode tahun 2014-2018. Kemudian perbedaan juga terletak pada variabel terikat dimana penelitian ini menggunakan data jumlah dana pihak ketiga sedangkan enelitian sekarang menggunakan jumlah nasabah pembiayaan sebagai variabel terikat.

I. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual disusun agar mempermudah dalam memahami hubungan antara variabel yang diteliti. Penyusunan kerangka konseptual mengacu pada landasan teori dan hasil dari penelitian terdahulu. Oleh karena itu, pada penelitian ini dikembangkan kerangka konseptual sebagai berikut:

Gambar 2. 1
Kerangka Konseptual Penelitian



Sumber: Data Diolah Peneliti

Sesuai dengan kerangkan konseptual di atas dapat dijelaskan bahwa pada penelitian ini pembiayaan ditetapkan sebagai variabel bebas yang pertama dilambangkan dengan X_1, selanjutnya variabel promosi sebagai variabel bebas yang kedua dilambangkan dengan X_2 dan jumlah kantor ditetapkan sebagai variabel bebas yang ketiga dilambangkan dengan X_3. Sedangkan jumlah nasabah ditetapkan sebagai variabel terikat dilambangkan dengan Y.

J. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan hasil rumusan dari kerangka pemikiran yang telah disusun dengan baik. Hipotesis merupakan jawaban sementara dari rumusan

masalah peneliti. Dengan adanya hipotesis, peneliti berusaha untuk membuktikan hubungan antara variabel-variabel yang terkait dalam penelitian yang akan dilakukan. Dari hasil penelitianlah akan diketahui benar tidaknya jawaban dari permasalahan yang diajukan. Melalui penelitian, mungkin saja hipotesis tersebut tidak dapat dibuktikan, namun demikian tidak berarti bahwa dengan tidak terbuktinya atau tidak terjawabnya masalah penelitian berarti bahwa penelitian tersebut gagal.[40]

Berdasarkan latar belakang dan landasan teori yang telah diuraikan di atas, peneliti membuat hipotesis sebagai jawaban sementara untuk masalah penelitian sebagai berikut:

$H_{1:}$ Ada pengaruh signifikan antara pembiayaan (X_1) terhadap jumlah nasabah (Y).

H_2: Ada pengaruh signifikan antara promosi (X_2) terhadap jumlah nasabah (Y).

H_3: Ada pengaruh signifikan antara jumlah kantor (X_3) terhadap jumlah nasabah (Y).

[40] Amri Amir, et. al, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Penerapannya*, (Bandung: IPB Press, 2009), hlm. 98