BAB II

LANDASAN TEORI

A. Tinjauan Umum Strategi Pemasaran

1. Pengertian Strategi pemasaran

Strategi yaitu keputusan suatu perusahaan atau organisasi yang melakukan suatu hal agar dalam menginginkan pencapaian sesuai rencana agar tujuan tersebut bisa maksimal dan memuaskan sesuai apa yang diharapakan. Dalam artian khusus, strategi merupakan penempatan misi dari suatu organisasi bisnis, kebijakan di sasaranperusahaan dengan mempertimbangkan kemampuan di faktor eksternal maupun internal, merumuskan keputusan untuk mencapai tujuan dari perusahaan secara cepat.[8] tahapan proses strategi memiliki langkahyaitu:

a. Penguraian startegi yaitu proses pengembangan visi misi perusahaan dengan menentukan sumber keahlian unggul dan dasar ketidak mampuan iternal organisasi usaha yang mempondasikan untuk tujuan ke waktu yang lama.
b. Pelaksanaan strategi yaitu proses dimana perusahaan menetapkan sasaran jangka panjang dalam perencanaa suatu peraturan, mendukung dan dorongan karyawan serta penempatan sumber daya

[8] Supriono, *Manajemen strategi dan kebijakan bisnis*, (Yogyakarta:BPFE, 1985), hlm 8.
[9] Thomas sumarsono, *Sistem Penendalian Mnajemen*,(Jakarta: Indeks,2013), hlm 61

yang sesuai secara tepat agar perumusan strategi dapat terlaksana cepat.

c. Evaluasi strategi yaitu proses akhir dari manajemen startegi dimana manajer harus mengetahui alasan-alasam tertentu tidak terlaksananya.[9] Sedangkan Pemasaran sering dimaknai sebagai suatu pengembangan, pertahanan dan penigkatan bersama konsumen dan kemitran lain, melalui pendapatan laba selayaknya hingga tujuan antar pihak dapat tercapai dengan sempurna.[9]

Jadi dapat disimpulkan dari pengertian diatas strategi pemasaran adalah perencanaan secara menyeluruh dengan terarah dan berpaut dalam sistem pemasaran sehingga akan memberikan petunjuk panduan kegiatan dan aktivitas perusahaan guna tercapainya tujuan dari pemasaran perusahaan. Seorang pemasaran juga harus memahami berbagai hal penting dalam pemasaran produknya yaitu: Kebutuhan, keinginan, permintaan, penawaran, dan nilai unggul.

2. Jenis-jenis Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran diperlukan untuk dapat mencapai sasaran penjualan produk juga jasa untuk tawarkan oleh perusahaan. Berikut ini merupakan jenis-jenis strategi yang dapat digunakan oleh pelaku bisnis yaitu antara lain:

a. Pemasaran relasional

[9] Sadono sukirno *et al.*, *Pengantar bisnis*, (Jakarta:Prenada Media,2004 M.), hlm 206-207

sebuah strategi perancangan agar dapat mempertahankan dan menarik nasabah loyal.[10] Cara yang digunakan untuk menjaga kontak dengan pelanggan agar tercipta relasi secara berkelanjutan antara perusahaan dengan pelanggannya yaitu dengan memberikan program langganan berbelanja misalnya dengan memberikan kartu anggota kepada pelanggan, menawarkan pelayanan spesial kepada pelanggan misalnya dengan memberikan potongan harga, dan mengikuti selera pelanggan misalnya pada jasa salon, pelayanan yang diberikan akan mengikuti selera/ permintaan pelanggan.[11]

b. Pemasaran Media Sosial

Pemasaran media sosial merupakan strategi pemasaran yang sangat mudah dilakukan dan berpeluang besar untuk menarik calon konsumen. Melalui pemasaran media sosial, pengiklan dapat langsung berinteraksi dan membangun dialog dengan pelanggan sekaligus sebagai fasilitas untuk membangun merek. Pemasaran media sosial fokus pada penggunaan situs atau aplikasi *social networking* sebagai media pemasarannya misalnya Instagram, facebook, blog, twitter.[12]

c. Iklan berbayar

Iklan berbayar adalah iklan yang memerlukan biaya saat

[10] Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), hal. 72.
[11] Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2000), hal. 242.
[12] Fandy Tjiptono, *Pemasaran Strategik*, (Yogyakarta: Andi Publisher, 2018), hal. 223.

pemasangannya. Iklan berbayar terdiri dari dua kategori yaitu:

1) Iklan *display*

Iklan *display* yaitu iklan dengan bentuk kotak yang menampilkan iklan produk berupa gambar dan teks untuk menarik perhatian khalayak ramai. Contoh iklan *display* yaitu reklame, spanduk, baliho, billboard, banner, dan plakat. Iklan *display* biasa dipasang pada lokasi strategis yang sering dilalui banyak orang dengan memperhatikan etika dan estetika lingkungan serta peraturan daerah setempat.[13]

2) Bayar Per Klik

Bayar per klik adalah metode kerjasama dalam penggunaan peg iklanan intenet, dimana si pihak pemilik situs dibayar atas pengunjungan penggunaan situs tersebut.[14]

B. Produk

1. Pengertian Produk

Produk adalah suatu barang atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen guna untuk memenuhi kebutuhan konsumen tersebut. Dalam operasional BMT ada beberapa produk yang ditawrkan oleh pihak BMT kepada masyarakat seperti *wadiah* atau bisa disebut titipan, *murabahah* (jual beli), *musyarakah* (kerja sama), *mudharabah* , bba.

---

[13] Mirma Respati, *Membuat Iklan Sederhana,* (Yogyakarta: Pt Citra Aji Pratama, 2007), hal. 65.

[14] Mirma Respati, *Membuat Iklan Sederhana*…., hal. 72.

a. *Wadiah* atau titipan dimana nasabah menitupkan dananya di BMT

b. *Mudharabah* adalah akad kerjasama usaha antara kedua belah pihak yaitu *mudharib* dan *shahibul mal*. Dengan pembagian keuantungan serta kerugian ditanggung bersama sesuai kesepakatan awal. Pada pembiayaan dengan akad mudharabahkerjasama yang dilakukan antara BMT sebagai pemilik modal dengan mudharib sebagai pengelola modal. kemudian keuntungan akan dibagi sesuai perjanjian yang berupa persentasedan bukan berupa nilai nominal yang telah ditentukan. Apabila terjadi kerugian maka BMT akan menanggungnya sendiri. Namun apabila kerugian terjadi karena faktor kesengajaan ataupun kelalaian dari *mudharib*, maka kerugian seluruhnya ditanggung oleh *mudharib*

c. *Musyarakah* yaitu kerjasama antara pemilik dana dan penerima dana masing masing memberikan biaya kontribusi dengan ketentuan bagi hasil sesuai kesepakatan. Jenis pembiayaan ini cocok untuk nasabah yangtelah memilih usaha dan bermaksud mengembangkan usahanya, tetapi masih kekurangan dana untuk mengembangkan usaha tersebut.

d. *Murabahah* adalah Akad jual beli barang atas barang tertentu, dimana penjual menyebutkan harga pembelian barang kepada pembeli kemudian menjual kepada pihak pembeli dengan mensyaratkan keuntungan yang diharapkan sesuai dengan jumlah tertentu.

e. *BBA* hampir sama dengan murabahah hanya saja saat membayar barang tersebut dilakukan secara pembelian barang bayar angsuran *(Bai' Bitsaman 'Ajil).* Akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan *(margin)* yang disepakati oleh penjual dan pembeli. Pembiayaan ini sangat cocok bagi nasabah yang membutuhkan asset, namun kekurangan dana untuk melunasinya[15]

C. Pembiayaan

Pembiayaan adalah pendanaan dari suatu pihak kepada pihak yang menbutuhkan biaya dengan maksut investasi . menurut Kasmir Pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara si pemberi biaya dengan pihak lain dan mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu yang telah disepakati dengan imbalan atau bagi hasil. Ada beberapa dari unsur pembiayaan yaitu adanya kedua belah pihak, persetujuan kedua belah pihak yaitu kesepakantan, saling adanya kepercayaan.[16]

1. Jenis pembiayaan

Jenis pembiayaan yang didasakan aspek Dibagi mejadi dua jenis yaitu Pembiayaan menurut tujuan Yaitu pembiyaan modal kerja dan investasi Pembiayaan jangka waktu yaitu pembiayaan jangka pendek

[15] Hasbi Ramli, *Teori Dasar Akuntansi Syariah*, (Jakarta: PT renaisan. 2005), hlm 51.
[16] Kasmir, Manajemen Perbankan, (Jakarta:PT RajaGrafindo,2002), hlm. 84.

dilakukan 1 bulanan hingga 1 tahunan dan pembiayaan jangka waktu menengah dilakukan 1 tahun hingga 5 tahun.[17]

2. Fungsi pembiayaan

a. Agar meningkatnya daya guna suatu uang.

b. Agar meningkatkan daya guna suatu barang

c. Agar menimbulkan semangat berusaha

d. Sebagai penjembat dalam meningkatkan suatu pendapatan nasional

3. Prinsip pembiayaan

a. *Character* adalah kriteria yang tercermin dalam diri nasabah Baik bersifat pribadi

b. *Capasity* adalah kemampuan nasabah dalam Hal menjalankan usaha selama ini dalam memahami ketentuan yang ditetapkan pemerintah

c. *Capital* adalah melihat dari mana sumber modal dan penggunaan modal efektif atau tidaknya

d. *Collateral* adalah pemberian jaminan dari calon nasabah non fisik atau fisik

e. *Condition* adalah penilaian pembiayaan dinilai dalam kondisi sekarang dan masa yang akan datang.[18]

---

[17] Muhammad,Manajemen Pembiayaan Bank Syariah, (Yogyakarta: UUP-AMP YKPN, 2005),

[18] Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Mal Wa Tanwil. .....hlm 48*

D. Tinjauan Umum Tentang Petani

1. Pengertian Petani

Petani adalah manusia yang berusaha mempertahankan hidupnya dan mengembangkan usaha dalam masalah penggarapan lahan yang ia punya maupun lahan orang lain yang dia sewa dengan tujuan mencapai hasil panen yang memberikan keuntungan.

2. Jenis-jenis Petani

Secara umum petani dibedakan menjadi beberapa jenis, yaitu :

a. Petani lahan milik sendiri yaitu petani yang saat bercocok tanam dengan lahan yang ia miliki itu dan lahan tersebut adalah miliknya buka sewaan dari lahan orang lain.

b. Petani penyewa lahan yaitu petani yang dalam bercocok tanam menggunakan lahan milik orang lain yang dia sewa dala m jangka waktu tertentu tergantung kesepakatan dari kedua belah pihak yaitu penyewa lahan dan pemilik lahan yang disewakan.

c. Petani penggarap yaitu petani yang hanya bercocok tanam milik orang lain dan dilahan orang lain dan dia diberikan biaya jasa atas jasanya dalam menggarap atau bisa dibilang bekerja di lahan tanam orang itu dan dia dibayar.

E. Inklusi keuangan

1. Pengertian Inklusi Keuangan

Secara definisi, inklusi keuangan telah menjadi diskusi menarik dalam beberapa tahun terakhir. Meskipun jumlah rekening tabungan di dunia lebih besar dari jumlah penduduk dunia namun 2,5 juta masyarakat atau separuh dari masyarakat dewasa masih belum memiliki tabungan atau unbanked. Dalam tataran makro, perkembangan keuangan adalah mengukur kedalaman jasa keuangan seperti proporsi jumlah kredit sektor swasta terhadap Gross Domestic Product (GDP). Oleh karena itu inklusi keuangan terkait langsung dengan pemerataan pembangunan dan penanggulangan kemiskinan suatu negara. Penjabaran atas konsepsi inklusi keuangan dapat mengarah pada peran pentingnya terhadap pembangunan kualitas manusia. Sementara pada tataran mikro, dapat diartikan sebagai upaya membantu masyarakat terhadap jasa keuangan sehingga memiliki peran sebagai mitigasi risiko pada saat terjadi kejutan perekonomian secara khusus.

Definisi inklusi keuangan terfokus pada tiga aspek kunci Akses ke produk dan jasa keuangan, kemampuan keuangan (mengelola uang secara efektif, perencanaan untuk masa depan dan mengatasi kesulitan keuangan). Inklusi keuangan juga dapat diartikan sebagai akses penyediaan bagi masyarakat Meskipun Inklusi keuangan diperuntukan untuk semua masyarakat namun kegiatan ini akan lebih fokus kepada masyarakat yang belum mendapat atau terpenuhi dalam pelayanan

keuangan atau keterbatas dalam layanan keuangan seperti masyarakat yang memiliki pendapatan rendah, usaha micro kecil, Inklusi keuangan mempunyai tujuan membangun perekonomian yang lebih luas bagi penduduk, Inklusi keuangan juga mempunyai beberapa manfaat yaitu membantu meningkatkan pemerataan dalam ekonomi, memberikan pemahaman masyarakat bahwa mengantur keuangan dengan benar dan baik itu penting untuk kedepannya, Meskipun Inklusi keuangan diperuntukan untuk semua masyarakat namun kegiatan ini akan lebih fokus kepada masyarakat yang belum mendapat atau terpenuhi dalam pelayanan keuangan atau keterbatas dalam layanan keuangan seperti masyarakat yang memiliki pendapatan rendah, usaha micro kecil. [19]

F. Penelitian Terdahulu

Untuk menghindari plagiarisme maka peneliti akan melampirkan beberapa penelitian terdahulunya dan peneliti perlu menjelaskan tentang topik penelitian.

Khatimah,[20] dalam penelitiannya yang bertujuan untuk menjelaskan tentang implementasi dari efektigitas strategi pemasaran dan dari penerapan kebijakan inklusi keuangannya kepada pengusaha kecil seperti para petani serta strategi lanjutan dalam meningkatkat inklusi keuangan tersebut, metode yang digunakan jenis kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukan

[19] Aditya wardono dkk, Inklusi keuangan dalam persimpangan kohensi sosial dan membangun ekonomi berkelanjutan, jember jawa timur,pustaka abadi, 2018) hal 5-6

[20] Husnul Khatimah, "*Analisis Efektivitas inklusi keuangan pada UMKM di BMT syariah Riyal", Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen dan Kewirausahaan (Optimal)*', Jurnal Studi Islam, Vol.10, No. 2, September 2016.

bahwa BMT riyal cukup dalam membantu meningkatkan inklusi keuangan diwilayah sekitarnya. Perbedaan dari kasus penelitiaan ini adalah fokus penelitian dilakukan pada UMKM bukan hanya petani. Sedangkan persamaan dari penelitjan ini dari segi metode kualitatif juga membahas tentang strategi pihak lembaga BMT dalam menwujudkan suatu Inklusi Keuangan.

Fitriani, [21]dalam penelitiannya yang bertujuan untuk mengembangakan dan meningkatkan taraf hidup petani dan kualitas hasil pertaniannya. Penelitjan ini menggunakan metode kualitatif .hasil dari penelitain ini yaitu penambahan lahan agar para petani akan bisa berkembang dalam usaha, pihak lembaga keuangan harus bisa menjembatani mereka agar bisa dapat membuja mata dan mengolah lahan nya dengan baik. Perbedaan dari penelitjan ini dari segi metode si peneliti terdahulu menggunakan metode kuantitatif. Sedangkan persamaan nya sama sama belum berhasil secara keseluruhan dalam mewujudkan inklusi keuangan.

Maulida,[22]dalam penelitiannya yang mempunyai tujuan pembahasan aspek keuangan syariah atas pengembangan pembaiyaan pertanian. Metode penelitian metode OLS. Penelitian ini menunjukan hasil pembiayaan bermasalah pada sektor tani dan membahas tentang solusi dari segi aspek keuangan syari'ah tentang mengembangkan dalam pembiayaan pertanian.

---

[21] Hanik fitria, "*Kontribus fitech dalam meningkatkan keuangan inklusif pada pertanian*", Jurnal el Barka: Journal of Islamic Economics and Business', Vol 01, No. 01 Januari – Juni 2018.

[22] Sri Maulinda, "*Masalah dan Solusi Model Pengembangan Pembiayaan Pertanian dari Aspek Keuangan Syari'ah*", Jurnal CAKRAWALA: Jurnal Studi Islam, Vol. XII, No. 2, 2017.

Dari Hasil penelitian yang dilakukan peneliti variabel pembiayaan bermasalah pada sektor pertanian berpengaruh negatif signifikan terhadap profitabilitas, Perbedaan dari studi kasus penelitian dari segi metode peneliti terdahulu menggunakan metode Ordinary Least Square (OLS) dikombinasikan pendekatan eksploratif deskriptif lalu dikembangkan dengan menggunakan studi pustaka sedangkan penelitian yang akan dilakukan sekarang penulis menggunakan metode kualitatif, sedangkan Persamaan dari penelitian ini diterapkannya konsep pembiayaan untuk petani melalui Koperasi Keuangan Syariah atau Baitul Maal bi Tamwil (BMT) menggunakan dengan menggunakan berbagai produk pembiayaan untuk pengembangan inklusi keuangan petani.

Kurnia M.[23] dalam penelitiannya bertujuan mengetahui peran dari inklusi Keuangan dalam meningkatkan kesejahteraan dari UMKM dan dampak dari peran adanya Inklusi keuangan anggota KSPPS BMT Amanah Ummah Surabaya. metode penelitian yang digunakan yaitu purposeful sampling, Hasil penelitian menunjukkan adanya kemudahan akses pembiayaan ke KSPPS BMT Amanah Ummah. Perbedaan dari studi kasus penelitian adalah dari metode peneliti terdahulu menggunakan metode purposeful sampling sedangkan penelitian sekarang penulis menggunakan metode kualitatif, Persamaan penelitian ini persyaratan mudah jika ingin jadi anggora baru, lokasi kantor juga mudah jangkauan.

[23] Eva Yuni Kurnia M, *Implementasi program Inklusi Keuangan Dalam meningkatkan kesejahteraan pengusaha kecil pada KSPP BMT amanah Ummah Surabaya*, (Surabaya: Skripsi tidak diterbitkan, 2019), hlm 6, dalam digilib.uinsby.ac.id, diakses 11 oktpber 2020.

Jubaya dan Wulandari,[24] dalam penelitiannya yang bertujuan untuk identifikasi dari peran KSM Jaya Amanah dalam implementasinya menerapkan inklusi keuangan di Kecamatan Pacet, Kabupaten Bandung. metode yang digunakan peneliti yaitu data sekunder. Hasil penelitian menunjukan dengan bahwa beberapa upaya telah dilakukan KSM Jaya Amanah dalam mengimplementasikan inklusi keuangan bagi para petani dengan adanya program RPP yang fokus memberikan akses keuangan bagi petani yang dianggap unbankable. Perbedaan terdapat dalam jenis metode penelitian. Persamaan dari penelitian ini adalah pihak BMT yang diteliti sama sama strategi dalam pembiayaan nasabah untuk menciptakan inklusi keuangan yang baik.

Riadho,[25] dalam penelitiannya yang bertujuan mengetahui strategi pemasaran pembiayaan pertanian yang digunakan oleh lembaga keuangan mikro syariah kepada para petani miskin, dimana dari pembiayaanpembiayaan tersebut diharapkan dapat memberi manfaat terhadap kesejahteraan petani dan peningkatan hasil pangan untuk pasokan yang cukup terhadap kebutuhan pangan masyarakat Indonesia dan perbaikan ekonomi yang berkesinambungan untuk negara Indonesia. Metode menggunakan data kualitatif. Hasil penelitian menunjukan LKM Talang Emas telah menerapkan dengan baik fungsi pemasaran pembiayaan.

---

[24] Selvi jubaya dan Eliana Wulandari, "*Peran Rumah Pembiayaan Pertanian KSM Jaya Amanah Dalam mengimplementasika Inklusi Keuangan Petani*", Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis. Januari 2020. 6(1): 190-200.

[25] Wira Noer Riadho, "*Strategi Pemasaran Pembiayaan Pertanian*", Jurnal Al-Iqtishad: Vol. II, No.1, Januari 2010.

Perbedaan dari studi kasus penelitian adalah pada peneliti terdahulu berfokus pada implementasi inklusi keuangan sedangkan peneliti yang sekarang berfokus pada strategi pemasaran produk pembiayaan pada petani agar dapat mewujudkan inklusi keuangannya. persamaan dari penelitian ini adalah penerapan beberapa produk untuk para petani dalam menunjang inklusi keuangannya agar terwujud..

Prayoga[26] dalam penelitiannya yang bertujuan menjelaskan penggunaan videografi akan memberikan peluang karena jarang sekali orang yang menggunakan cara seperti ini, sehinggakepercayaan masyarakat pun akan bertambah yakin.. Metode menggunakan data primer juga sekunder. Hasil penelitian ini saat menjalankan strategi belum Perbedaan dari studi kasus penelitian adalah pada metode peneliti terdahuly menggunakan data primer dan sekunder sedangkan peneliti yang sejarang menggunakan peneliatian kualititatif deskriptif. persamaan penelitian ini adalah sama sama belum optimal menjalankan pemasaran karna banyak masyarakat kecil termasuk petani masih belum tersentuh pembiayaan dilembaga keuangan BMT.

Sa'adah,[27] penelitian ini bertujuan mengkaji strategi pemasaran buah naga agar dapat meningkatkan pendapatan masyarakat di Desa Sri Pendowo Bangunrejo Lampung Tengah. Metode ini menggunakan Penelitian ini

---

[26] Adistiar Prayoga, "*Desain Strategi Pembiayaan Pertanian di Perdesaan Jawa Timur berbasis daya saing BMT*", Journal of Halal Product and Research (JHPR) Vol. 01 No.02, MeiNovember 2018.

[27] Umi Sa'adah, *Analisis Strategi Pemasaran dalam meningkatkankan pendapatan Petanu dalam Prespektif Ekonomi Islam*, (Lampung: Skripsi tidak diterbitkan, 2017), hlm 17, dalam http://repository.radenintan.ac.id, diakses pada 11 oktober 2020.

menggunakan metode deskiptif kualitatif, Perbedaan dari studi kasus penelitian adalah pada peneliti terdahulu yaitu pemasaran di desa sri pendowo kab lampung belum menggunakan syariat islam Sedangkan pemasaran yang ditetapkan BMT istiqomah dan pahlawan sudah sesuai dengan prinsip islam tapi masih banyak sekali dari kelompok tani yang belum tersentuh karena kurangnya dalam berstrategi pemasaran dan kurangnya pemahaman masyarakat. Persamaan dari penelitian ini adalah pihak BMT yangditeliti sama sama berstrategi dalam pembiayaan nasabah untuk menciptakan pendapatan kedepannya lebih meningkat dan inklusi keuangan terwujud.

Wijaya M,[28] penelitian ini bertujuan mengetahui mekanisme serta fungsi inklusi keuangan KJKS Satmakura Halal cabang Curup dalam pemberdayaan masyarakat. penelitian menggunakan metode kualitatif. Hasil penelitian ini yaitu KJKS Satmakura Halal cabang Curup belum baik saat menjalankan mekanisme inklusi keuangan, hal ini bisa kita lihat pada mekanisme yang dijalankan oleh KJKS Satmakura Halal cabang Curup yang mengatakan bahwa mereka dalam menjalankan kegiatannya secara transparan, akuntabel, professional dan bertanggung jawab, seperti yang sudah ditetapkan oleh kantor pusat KJKS Satmakura Halal, sedangkan yang terjadi di lapangan kenyataannya adalah mereka tidak bisa menjalankannya.

[28] Harianto Winaya M, *Fungsi Inklusi Keuangan Lembaga Keuangan Micro syariah dalam Pemberdayaan Masyarakat*, (Yogyakarta: Skripsi tidak diterbitkan, 2016), hlm 18, dalam , diakses pada 11 oktober 2020.

Anggota atau calon angggota tidak mendapatkan akses dan layanan dari KJKS secara tepat waktu, baik sebagai anggota yang menabung dan juga anggota atau calon anggota yang mengajukan pembiayaan. Perbedaan dari penelitian ini peneliti terdahulu fokus penelitainya lebih kepada fungsi inklusi keuangan sedangkan peneliti yang sekarang berfokus pada stategi pemasaran dalam mewujudkan inklusi keuangan para petani. Persamaan dari penelitian dapat dilihat pada pemberdayaan dalam inklusi keuangan tersebut agar bisa terwujud dan bisa mengurangi kemiskinan.

G. Kerangka Konseptual

Kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang teori berhubungan dengan berbagai faktor yang diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Suatu penelitian yang baik tentunya mempunyai sebuah paradigma penelitian, paradigma penelitian diartikan sebagai pola pikir yang menunjukan antara variable yang akan diteliti sekaligus menunjukan jenis dan jumlah rumusan masalah yang perlu dijawab melalui penelitian. [29]

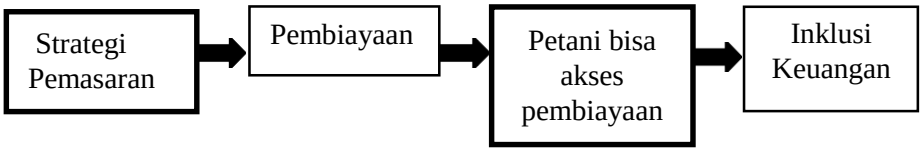
Menurut Evi stelyana,[30] inklusi keuangan merupakan hak akses bagi masyarakat terutama masyarakat miskin, bertujuan agar bisa menggunakan sistem layanan keuangan. Berikut kerangka penelitian yang diangkat dalam penelitian ini:

---

[29] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hal.60.

[30] Murniati Mukhisin Dkk, *strategi nasional Pengembangan Materi edukasi Untuk Meningkatkan Literasi ekonomi Dan Keuangan Syariah* (Jakarta: Komite Nasional Keuangan Syariah, 2019) hal. 3.

Gambar 2.1



Berikut landasan teori dan kajian dari penelitian terdahulu yang mendukung dari kerangka konseptual diatas :

a. Analisis Strategi Pemasaran terhadap petani dalam mewujudkan inklusi keuangan didukung oleh teori Supriono,[31] didukung penelitian terdahulu Riadho,[32] Prayoga,[33] wati,[34] Sa'adah,[35].Produk pembiayaan pada Petani dalam mewujudkan Inklusi Keuangan didukung oleh teori evi stelyana Dkk,[36]dan didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh khatimah,[37] Fitriani,[38] Maulida,[39] Kurnia M,[40] Jubaya dan Wulandari[41] Wijaya M[42].

---

[31] Supriono, *Manajemen strategi dan kebijakan bisnis..... ,hlm 8*
[32] Wira Noer Riadho, "*Strategi Pemasaran Pembiayaan .... ,*
[33] Adistiar Prayoga, "*Desain Strategi Pembiayaan Pertanian..... ,*
[34] Ira Wati, *Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan.....,*
[35] Umi Sa'adah, *Analisis Strategi Pemasaran .....hlm 76*
[36] Evi Steelyana, *Perempuan dan Perbankan: Sebuah Tinjauan Tentang Peran Inklusi Keuangan*
[37] Khatimah, "*Analisis Efektivitas inklusi keuangan ….,*
[38] Hanik fitria, "*Kontribus fitech dalam meningkatkan keuangan inklusif..... ,*
[39] Sri Maulinda, "*Masalah dan Solusi Model Pengembangan …,*
[40] Eva Yuni Kurnia M, *Implementasi program Inklusi Keuangan*
[41] Selvi jubaya dan Eliana Wulandari, "*Peran Rumah Pembiayaan Pertanian ..... ,*
[42] Harianto Winaya M, *Fungsi Inklusi Keuangan Lembaga Keuangan.....*