

PERBANKAN SYARIAH SEBAGAI DAYA PENDORONG USAHA MIKRO KECIL MENENGAH DI INDONESIA

Oleh:

Resanti Lestari¹⁾

E-mail: resanti.lestari@gmail.com

¹⁾Dosen Politeknik Piksi Ganesha Bandung,

¹⁾Mahasiswa Doktor Ilmu Manajemen, Universitas Padjadjaran Bandung

ABSTRACT

Indonesia is a nation that has big potential to continue growing up, despite of its complex problems. One of that big potential is factor of demographic trends held by Indonesia. Based on data of Badan Pusat Statistik (BPS), ratio of productive age group will increase from 67,4% in 2010 (population 237,6 million) to 69,7 % in 2025. This fact can give us illustration and projection such as golden ages that in economy we can called demographic dividend era. Beside of this optimism fact, in the other side Indonesia also face serious employment problem, namely imbalance between employment space and sum of productive labor force, that can raise high rate of open unemployment.

Entrepreneurship is an ideal solution in order decreasing rate of unemployment in Indonesia. Based on data of Ministry of Cooperatives and Small and Medium Enterprises, rate of entrepreneur period of January 2012 is 1.56%. Related with low ratio of entrepreneur in Indonesia, it takes effort to grow people interest on entrepreneurship and grow entrepreneurship capacity that already exist.

Facts on the ground stated that SME-s in Indonesia has many weaknesses, not only structural but also cultural. Also there is a factor that have constraint for growing up of SME-s in Indonesia is venture capital problem. Capital is a stimulus power and leverage power for SME-s units in Indonesia. Based on that explanation, it is necessary continuously implemented of stimulus from policy maker, business expert business practitioners, and also academics to give stimulus power in developing SME-s and to provide stimulus power of SME-s and also find alternative solution related to capital problem. Research on low interest of SME-s business people to acces capital funds from banking financial services need to need to be studied further, also choices of type of bank that give more spaces for entrepreneur also need a concern for policy making

This research was conducted to study various existing research related to understanding preferences of SME-s business people in choosing partner bank for funding the business. Research methodology using descriptive method. The data used are secondary data as a material to determine brand preferences and also bank selection criteria based on the results of existing research, which can be used as a reference for donors productive working capital for the SME-s sector.

From the results of research revealed that there are main reason many business people in choosing its funding partner in Sharia Banking such as : 1) Equal to Islam Value ; 2) Save and Benefit; 3) Near Location; 4) If Any Surplus.

The conclusion that can be taken from the analysis are business peoples in sharia banking industry must actively understanding the preferences and criteria of SME-s business people in accessing venture funding. Authors recommend to make activity that close to the community (business peoples of SME-s) which aims to educate the sharia products and services, also management assistance to businesses that recently evolve, so sharia banking can be a solution for growing SME-s sector up in Indonesia.

Keywords : Micro Small and Medium Enterprises (MSME-s), sharia banking, costumer preferences.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan bangsa yang memiliki potensi besar untuk terus berkembang, terlepas dari permasalahan-permasalahan kompleksnya. Salah satu potensi besar tersebut adalah faktor tren demografi yang dimiliki oleh bangsa Indonesia. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), rasio kelompok usia produktif akan terus meningkat dari 67,4% pada tahun 2010 (Jumlah penduduk 237,6 Juta) menjadi 69,7 % pada tahun 2025. Fakta ini dapat memberikan kita gambaran serta proyeksi berupa masa-masa emas yang dalam ekonomi disebut era bonus demografi (demographic devidend), dimana masa ini dapat mendorong perekonomian Indonesia secara makro. Tingginya jumlah penduduk yang produktif ini biasanya akan diiringi oleh tingginya permintaan agregat suatu negara. Hampir seluruh sektor-sektor ekonomi seperti teknologi, hiburan, pendidikan, konsumsi, perdagangan dan finansial juga akan tumbuh pesat¹. Selain fakta optimisme seperti yang digambarkan di atas juga, Indonesia juga akan dilanda permasalahan pelik seputar pengangguran. Permasalahan pengangguran di Indonesia ini tidak bisa dikurangi hanya dengan mengandalkan pertumbuhan ekonomi yang didorong oleh pembangunan pemerintah maupun pembangunan usaha yang berasal dari investor asing. Maka diperlukan suatu usaha keras dari seluruh pihak untuk pengembangan kewirausahaan dalam masyarakat. Pemerintah sebagai pemegang amanat pembangunan diharapkan dapat menyusun kebijakan-kebijakan yang mendorong berkembangnya kegiatan berwirausaha di berbagai lapisan masyarakat.

World bank menyatakan bahwa negara yang makmur setidaknya terdapat 2% dari jumlah penduduknya yang berpotensi sebagai wirausaha. Berdasarkan asumsi ideal tersebut, maka kondisi Indonesia masih jauh tertinggal. Berdasarkan data Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah jumlah pengusaha Indonesia Per Januari 2012 sebesar 1.56 %.³ Terkait dengan rendahnya rasio wirausaha di Indonesia ini, maka berbagai upaya dalam konteks praktis dan akademis perlu kita kembangkan dalam upaya menumbuhkan minat serta meningkatkan kapasitas kewirausahaan yang sudah ada. Menurut Suryana (2007:71), esensi dari eksistensi usaha kecil dalam perekonomian antara lain: (1) Sebagai alat untuk memperkokoh perekonomian nasional melalui berbagai keterkaitan usah; (2) usaha kecil

¹ David E. Samuel, RI Lokomotif ekonomi global. 2012 :107-116

berfungsi sebagai transformator antar sektor yang mempunyai kaitan ke depan dan belakang; (3) usaha kecil dapat meningkatkan efisiensi ekonomi, khususnya dalam menyerap sumber daya yang ada; (4) usaha kecil sebagai sarana pendistribusian pendapatan nasional dan alat pemerataan berusaha (wealth creation process), karena jumlahnya tersebar diseluruh tanah air. Terlepas dari potensi keunggulan UMKM seperti dipaparkan di atas, UMKM di Indonesia juga memiliki banyak kelemahan, baik secara struktural maupun kultural. Kelemahan di bidang manajemen, organisasi, teknologi, permodalan, operasional dan teknis di lapangan, terbatasnya akses pasar, kendala perizinan, serta biaya-biaya non-teknis di lapangan yang sulit untuk dihindarkan. Dibutuhkan kerja keras, komitmen serta kesungguhan untuk membenahi dan meminimalisasi kendala-kendala seperti yang dijelaskan di atas.

Badan Pusat Statistik (2003) dalam Sri winarni (2006) mengidentifikasi permasalahan umum yang dihadapi oleh UMKM adalah: (1) kurang permodalan; (2) kesulitan dalam pemasaran; (3) persaingan usaha ketat; (4) kesulitan bahan baku; (4) kurang teknis produksi dan keahlian; (6) keterampilan manajerial kurang; (7) kurang pengetahuan manajemen keuangan; dan (8) iklim usaha yang kurang kondusif (perijinan, aturan/perundangan). Salah satu faktor yang merupakan kendala bagi tumbuh kembang UMKM di Indonesia adalah masalah permodalan usaha. Permodalan merupakan daya pendorong dan daya ungkit bagi unit-unit UMKM di Indonesia. Berdasarkan hasil penelitian Suryana (2007:75), keunggulan usaha kecil diciptakan melalui kapabilitas sumberdaya internal yang mengarah pada skill khusus yang bisa menciptakan core product yang unggul, serta kapabilitas untuk mengintegrasikan ide baru, keterampilan dan pengetahuan yang mendorong berpikir kreatif dalam menggunakan financial resources, physical resources, human resources, technological resources, and reputation organization resources. Mendukung pernyataan ini, terdapat hasil penelitian yang dilakukan oleh Kementrian Negara KUKM bekerja sama dengan BPS (2003) yang menyatakan bahwa UKM yang mengalami kesulitan usaha 72.47%, sisanya 27.53% tidak ada masalah. Dari rasio 72.47% yang mengalami kesulitan usaha tersebut, diidentifikasi bahwa permasalahan dan kesulitan yang dihadapi adalah : (1) permodalan, sebesar 51.09%; (2) pemasaran, 34.72%; (3) bahan baku, 8.59%; (4) ketenagakerjaan, 1.09%; (5) distribusi transportasi, 0.22%; dan (6) lainnya sebesar 3.93%. Berdasarkan hasil penelitian ini, maka persentase kesulitan yang dihadapi oleh UMKM di Indonesia yang paling dominan adalah dari faktor permodalan. Lebih lanjut lagi untuk mengatasi permasalahan permodalan ini, diketahui sebanyak 17.50% UMKM menambah modalnya dengan mengakses permodalan dari bank, sisanya 82.50% tidak melakukan pinjaman ke bank, tetapi ke lembaga Non bank seperti Koperasi Simpan Pinjam (KSP), perorangan, keluarga, modal ventura dan lainnya. Berdasarkan paparan hasil penelitian dari Kementrian Negara KUKM dan BPS di atas, maka perlu digalakkannya stimulus dari para pembuat kebijakan, pakar praktisi bisnis, maupun akademisi untuk memberikan daya pendorong pengembangan UMKM maupun mencari alternatif pemecahan masalah terkait permasalahan permodalan. Apabila meninjau dari sudut pandang perbankan, maka penyaluran permodalan usaha pada sektor UMKM tentunya dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik faktor internal maupun faktor eksternal. Faktor internal yang memengaruhi penyaluran kredit dari perbankan antara lain faktor rentabilitas dan profitabilitas yang dihasilkan dari memberikan pembiayaan modal kerja pada sektor UMKM, sedangkan dari faktor eksternal, penyaluran kredit dari perbankan dapat dipengaruhi oleh instrumen moneter dan kebijakan-kebijakan yang ditetapkan oleh pemerintah.

Adapun yang menjadi fokus kajian dalam tulisan ini adalah mengenai faktor peranan perbankan sebagai daya pendorong Usaha Mikro Kecil Menengah di serta beberapa kajian

konseptual dari preferensi nasabah (pelaku usaha UMKM) terkait pemilihan rekanan pendanaan usahanya. Kajian ini lebih lanjut diharapkan dapat menjadi salah satu pertimbangan bagi pemasar perbankan syariah dalam menyusun strategi untuk lebih dekat dan menjalankan fungsinya sebagai lembaga intermediaries bagi sektor riil yang sangat membutuhkan dukungan untuk berkembang, dalam konteks ini adalah sektor UMKM.

PEMBAHASAN

I. Peranan Perbankan Syariah Sebagai Daya Pendorong Usaha Mikro Kecil Menengah di Indonesia

Sesuai arahan RPJMN Prioritas Nasional 2010-2014, salah satu sasaran utama yang menjadi prioritas adalah memperkuat daya saing perekonomian. Dalam hal ini, daya saing perekonomian (makro) sangat ditentukan pula oleh daya saing industri-industri mikro nya. Indonesia akan segera menghadapi implementasi regionalisasi ekonomi (AEC-ASEAN Economic Community, ACFTA- ASEAN China Free Trade Agreement), sehingga upaya peningkatan daya saing wajib dilakukan². Implementasi regionalisasi ekonomi seperti dijelaskan di atas memaksa Indonesia untuk menghadapi persaingan yang semakin tinggi, karena implikasi dari kesepakatan-kesepakatan tersebut adalah semakin terbukanya pasar didalam negeri maupun akses pasar ke luar negeri.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam perekonomian Indonesia memiliki peranan yang sangat penting dalam rangka meningkatkan daya saing perekonomian secara mikro, peranan ini antara lain Sektor UMKM dikenal sebagai sektor yang dapat menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar secara nasional, mengakomodasi peran masyarakat miskin dalam struktur ekonomi, serta merupakan sektor yang berpotensi besar memberikan sumbangan pada PDB. Maka dari itu, merupakan suatu kewajiban bagi pemerintah dan pihak-pihak terkait mengambil posisi terdepan dalam mendorong sektor ini berkembang dengan lebih baik.

Salah satu upaya yang merupakan daya pendorong terhadap perkembangan sektor UMKM adalah memberikan kemudahan akses pemberian modal usaha bagi sektor UMKM. Sebagaimana pendapat Sri Winarni bahwa strategi pengembangan UMKM di Indonesia adalah melalui peningkatan aksesibilitas kredit perbankan (Infokop nomor 29 tahun XXII. 2006).

Kecondongan dan dukungan pada sektor UMKM ini juga diutarakan oleh Edy Setiadi selaku Direktur Direktorat Perbankan Syariah Bank Indonesia, bahwa fokus peran perbankan syariah saat ini adalah membantu sektor UMKM. Perbankan syariah menyadari sektor UMKM adalah sektor terbesar di masyarakat Indonesia. Ada sekitar 52 juta unit UMKM yang aktif di Indonesia. Sebanyak 9 persen diantaranya bergerak di sektor mikro. Membiayai sektor ini sama artinya dengan perbankan syariah membiayai sektor produktif, yaitu sektor yang memang disarankan bagi perbankan syariah. Terkait dengan pendanaan modal kerja tersebut, bank syariah menyalurkannya baik melalui pembiayaan langsung maupun tidak langsung. Beberapa perbankan syariah memanfaatkan baitul maal wat tamwil (BMT) untuk menyalurkan pembiayaan. Saat ini ada sekitar 100 ribu BMT yang menjadi

² Titissari Rumbogo, Perencanaan Pembangunan Indonesia 2025-2050 : QUO VADIS?. 2012:1-11

perpanjangan tangan bank syariah untuk menjangkau nasabah-nasabah mikro. Hal ini selain untuk mempermudah akses juga menjadi efisiensi perbankan syariah.³

Terkait dengan upaya pemerintah mendorong sektor UMKM dari sisi kebijakan finansial, Agus Martowardojo selaku Gubernur Bank Indonesia menyatakan bahwa pemerintah mendorong sektor UMKM dari sisi kebijakan finansial adalah ditetapkannya kebijakan Bank Indonesia berupa penetapan rasio kucuran kredit perbankan ke sektor UMKM minimal sebesar 20 %. Namun secara nasional, total kredit perbankan ke sektor UMKM baru sebesar 18.8 persen dari total kredit perbankan nasional. Kredit ke sektor UMKM secara nasional baru mencapai Rp. 583.85 triliun dari total kredit perbankan nasional yang mencapai Rp. 3.105 triliun per Juli 2013.⁴ Berdasarkan data laporan Bank Indonesia mengenai outstanding total pemberian kredit perbankan untuk sektor UMKM, maka berikut perbandingan total kredit perbankan untuk sektor UMKM di Indonesia dari tahun 2011-2013.

Tabel: 1
Total Kredit Perbankan Untuk Sektor UMKM di Indonesia Tahun 2011-2013

Tahun	Total Kredit Sektor UMKM (Dalam Triliun Rupiah)	Prosentasi Pertumbuhan
2011	419.42	20.5 %
2012	504.41	
2013	583.59	16.7 %

Sumber : Olahan Penulis berdasarkan Data Statistik Perbankan Indonesia-Vol. 11, No. 8, Juli 2013

Berdasarkan data di atas, tampak bahwa pertumbuhan kredit untuk sektor UMKM Per Juli 2013 hanya sebesar 16.7 persen atau melambat jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya, yaitu tahun 2012 yang mencapai angka 20.5 persen. Berdasarkan klasifikasi UMKM terdapat usaha dengan skala mikro, kecil dan menengah. Menurut Data Statistik Perbankan Indonesia-Vol. 11, No. 8, Juli 2013, tercatat bahwa sektor usaha mikro mengalami perlambatan pertumbuhan yang sangat tinggi dari 22,3 % di tahun 2012 menjadi 7.86 persen pada bulan Juli 2013. Sedangkan sektor usaha menengah melambat dari 32.33 persen pada tahun 2012 menjadi 23.41 persen pada Juli 2013, sedangkan untuk usaha kecil Bank Indonesia mencatat pertumbuhan dari 5.58 persen di tahun 2012 menjadi 8.89 persen pada Juli 2013.⁵

Permasalahan permodalan dari UMKM di Indonesia seperti yang telah dijelaskan berdasarkan data di atas perlu mendapatkan perhatian dari para praktisi, pembuat kebijakan, pemerhati bisnis maupun dari para akademisi untuk memberikan dukungan berdasarkan kapabilitas masing-masing. Penelusuran mengenai rendahnya minat para pelaku UMKM untuk mengakses dana permodalan dari jasa keuangan perbankan perlu dikaji lebih lanjut, serta pilihan jenis perbankan yang memberikan ruang lebih leluasa bagi para pelaku usaha juga perlu menjadi pembahasan lebih lanjut sebagai stimulus untuk mengembangkan jasa

³<http://berita.plasa.msn.com/bisnis/republika/pembiayaan-mikro-perbankan-syariah-70-persen>.
Diakses 12 Oktober 2013

⁴[HTPP://www.tempo.co/read/news/2013/09/13/087512954/Kembangkan-UKM-Agus-Marto-Gandeng-Jokowi](http://www.tempo.co/read/news/2013/09/13/087512954/Kembangkan-UKM-Agus-Marto-Gandeng-Jokowi),
Diakses 30 September 2013

⁵<http://www.merdeka.com/uang/per-juli-kredit-sektor-umkm-berbasis-impor-merosot-tajam.html>, diakses 30
September 2013

perbankan di masa akan datang, sehingga produk dan layanan perbankan dapat sesuai dengan kebutuhan, keinginan, harapan serta karakteristik dari pelaku usaha UMKM di Indonesia.

Perilaku pelaku usaha UMKM dalam mengambil keputusan untuk menjadi debitur layanan perbankan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik internal maupun eksternal. Faktor internal perilaku nasabah dipengaruhi oleh karakteristik individu meliputi budaya, sosial, pribadi dan psikologis yang terdiri dari motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap. Sedangkan faktor eksternal nasabah dapat dipengaruhi oleh berbagai strategi pemasaran yang dikembangkan oleh pemasar jasa perbankan. Terkait permodalan usaha bagi sektor UMKM, akses permodalan melalui lembaga perbankan syariah cukup menguntungkan apabila dibandingkan dengan permodalan dari lembaga perbankan konvensional. Pernyataan ini berdasarkan asumsi bahwa nilai ekuivalen rate pada perbankan syariah berkisar antara 10%-13% dan mengikuti pasar. Nilai ini tidak berbeda jauh dari perbankan konvensional, namun ekuivalen rate yang ditawarkan perbankan syariah tersebut lebih menguntungkan karena nilainya lebih fix atau tidak terpengaruh fluktuasi seperti tingkat suku bunga dari lembaga keuangan konvensional. Asumsi kedua adalah dari sisi akad yang ditawarkan seperti sistem bagi hasil, sehingga faktor ini diyakini tidak memberatkan kedua belah pihak, baik pihak bank maupun pihak pelaku usaha. Asumsi yang ketiga berupa adanya pendampingan melalui pendekatan manajemen, teknologi dan spiritual dari pihak perbankan syariah.

Adapun untuk meningkatkan peranan perbankan syariah untuk sektor UMKM, perbankan syariah juga menjalin program kemitraan dengan usaha yang belum bankable, linkage program dengan lembaga keuangan mikro sebagai upaya memperluas pelayanan pendanaan. Adapun produk layanan perbankan syariah yang menjadi acuan untuk di akses bagi sekor UMKM antara lain :

Tabel: 2
Alternatif Layanan Perbankan Syariah Bagi Sektor UMKM

Jenis Layanan	Keterangan
Bagi hasil Al-Musyarakah (Joint Venture)	konsep ini diterapkan pada model partnership atau joint venture. Keuntungan yang diraih akan dibagi dalam rasio yang disepakati sementara kerugian akan dibagi berdasarkan rasio ekuitas yang dimiliki masing-masing pihak. Perbedaan mendasar dengan mudharabah ialah dalam konsep ini ada campur tangan pengelolaan manajemennya sedangkan mudharabah tidak ada campur tangan.
Al-Mudharabah	Merupakan bentuk layanan perbankan syariah berupa perjanjian antara penyedia modal dengan pengusaha. Setiap keuntungan yang diraih akan dibagi menurut rasio tertentu yang disepakati. Resiko kerugian ditanggung penuh oleh pihak Bank kecuali kerugian yang diakibatkan oleh kesalahan pengelolaan, kelalaian dan penyimpangan pihak nasabah seperti penyelewengan, kecurangan dan penyalahgunaan.

Sumber : Olahan Penulis

Berdasarkan dua jenis layanan perbankan syariah yang berpotensi tinggi membantu pelaku usaha sektor UMKM di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pembiayaan dari lembaga perbankan syariah sangat mendukung kegiatan ekonomi dan industri. Artinya, perbankan syariah memiliki aturan dan toleransi terhadap kondisi usaha serta memfasilitasi kebutuhan pengusaha dan nasabah akan sarana pembiayaan. Salah satu produk unggulan untuk pembiayaan usaha mikro, kecil dan menengah dalam perbankan syariah adalah al-mudharabah. Mudharabah adalah suatu bentuk perniagaan dimana si pemilik modal menyetorkan modalnya kepada pengusaha/pengelola untuk diniagakan dengan keuntungan akan dibagi bersama sesuai dengan kesepakatan dari kedua belah pihak sedangkan kerugian, jika ada, akan ditanggung oleh si pemilik modal. Dalam sistem mudharabah, penentuan bagi hasil berpedoman kepada untung rugi si peminjam. Besarnya jumlah bagi hasil yang disetorkan kepada lembaga syariah, diketahui setelah berusaha atau sesudah ada hasil keuntungannya. Karena sistem mudharabah adalah bagi hasil dan berpedoman pada untung rugi, sehingga hal ini dirasa sangat cocok untuk pembiayaan usaha mikro kecil dan menengah bagi para pelaku usaha kecil karena tidak merasa terbebani. Menurut hasil penelitian Moch Ridlo Darajat (2007)⁶ produk pembiayaan mudharabah sebagai core product bank syariah merupakan tulang punggung bank syariah dalam melaksanakan fungsi intermediasinya. Dalam hal pemberian imbalan kepada mudharib (debitur) berupa nisbah bagi hasil yang disepakati kedua belah pihak. Nisbah bagi hasil dikatakan rasional bagi kedua belah pihak jika pertimbangan mudharib mengakomodasi pertimbangan bank (kreditur) dalam penetapan besarnya nisbah bagi hasil. Produk mudharabah dengan sistem bagi hasilnya mempunyai kontribusi bagi pembiayaan usaha mikro, kecil dan menengah untuk mengembangkan usahanya. Dengan tetap hidup dan berkembangnya usaha kecil secara langsung juga akan tetap memberikan lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Maka usaha mikro, kecil dan menengah ikut berperan dalam mengurangi pengangguran dan kemiskinan.

II. Pemahaman Preferensi Pelaku Usaha UMKM dalam Pemilihan Bank Rekanan Pembiayaan Modal Kerja Produktif

Dalam rangka peranannya membantu perkembangan sektor UMKM di Indonesia, maka perbankan syariah perlu memberikan positioning khusus yaitu berupa image sebagai lembaga keuangan yang pro terhadap sektor UMKM, selain itu perbankan syariah juga perlu berupaya memahami karakteristik dari nasabahnya yang merupakan pelaku usaha sektor UMKM. Sejalan dengan hal ini, terdapat beberapa hasil penelitian yang dapat digunakan sebagai rujukan untuk memahami preferensi nasabah sektor produktif menggunakan layanan perbankan, antara lain kajian yang dilakukan oleh Kerjasama Riset Bank Indonesia dan Research Center On Development Studies Research Institute Diponegoro University Semarang yang memberikan hasil bahwa alasan utama para pelaku usaha UMKM dalam memilih rekanan pendanaan usahanya di Bank Syariah diantaranya adalah : 1) Sesuai dengan nilai Islam (Equal to Islam Value); 2) keamanan dan manfaat (Save and Benefit); 3) lokasi yang dekat (Near Location); 4) Menguntungkan (If Any Surplus). Selain itu terapat pula temuan Khaliq (2011:74-82), yang mengadakan kajian preferensi dalam memilih merek pada

⁶ Darajat, Moch Ridlo. (2007). Mempelajari Rasionalitas Penetapan Nisbah Bagi Hasil Produk Pembiayaan Mudharabah (Studi Kasus PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Bogor. Bogor: Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor

islamic banking yaitu diantaranya adalah disebabkan oleh faktor-faktor berikut ini: (1) Convenience and location factor, (2) Charges for transactions; (3) Charges for transactions; (4) Brand choice. Sedangkan berdasarkan penelitian dari Hayat (2011:14-27), pemasar perlu melakukan suatu kajian, bahwa pada kondisi apakah bank syariah dapat sukses berkompetisi dengan bank konvensional, hal ini dapat dilakukan melalui pemahaman mendalam mengenai perilaku konsumen berkenaan dengan perbankan syariah. Sejalan dengan pendapat Sheth (1983:23), “An individual’s personal values and beliefs about what to look for when shopping various products and services reflect that shopper’s personality and may be determined by such personal traits as sex, age, race and religion”. Sheth berpendapat bahwa nilai personal mengenai pilihan barang atau jasa dapat merefleksikan personalitas dari seseorang, sebagai contoh merefleksikan jenis kelamin, umur, suku bangsa dan agama. Lebih lanjut Hayat (2011:14-27) menyatakan bahwa preferensi pemilihan bank dan dorongan perilaku nasabah dalam jasa keuangan banyak menggunakan faktor analisis varimax rotation and kaiser normalization yang dikembangkan oleh Hegazy (1995); Jalaluddin and Metwally, (1999); Al-Sultan (1999); Gerrard and Cunningham (1997). Dari berbagai kajian mengenai faktor pendorong dalam pemilihan bank syariah, Hayat (2011:14-27) mengembangkan tiga kriteria faktor penentu bagi nasabah dalam memilih bank syariah. Faktor-faktor tersebut akan dijelaskan dalam tabel 3 berikut:

Tabel : 3
Customer Selection Criteria in Islamic banking

No	Customer Selection Criteria	Indicator
1	Product features	1) Profitability (potential of high return) 2) Low service charges 3) Your privacy and confidentiality 4) Bank offers a variety of financing options
2	Service quality	1) Ease of accessing banking services 2) Expertise and professional competence of 3) bank’s consulting staff/advisor 4) Good repute among commercial banks 5) Friendly and responsive attitude of bank staff
3	Customer subjective norms	1) Religious reasons only 2) Profitability (potential of high return)

Sumber : Hayat (2011:14-27)

KESIMPULAN

Upaya mengurangi jumlah pengangguran terbuka di Indonesia salah satunya adalah dengan menggerakkan jiwa kewirausahaan di masyarakat. Terkait dengan hal tersebut, maka dibutuhkannya dukungan yang tinggi pada perkembangan sektor UMKM secara nasional. Permasalahan yang dihadapi UMKM secara nasional sangatlah kompleks, baik kultural maupun struktural. Secara struktural perlu diupayakan perbaikan sarana, infrastruktur fisik maupun non fisik agar sektor tersebut mampu memproduksi dan berkinerja dengan efisien. Upaya dukungan lainnya yaitu dari sisi permodalan usaha yang banyak menjadi kendala utama bagi sektor UMKM ini mengembangkan usahanya. Perbankan syariah merupakan layanan perbankan yang dirasa sesuai dengan karakteristik pelaku usaha UMKM, kesesuaian ini

ditinjau dari pelaksanaan prinsip bagi hasil serta adanya pendampingan usaha. Namun, untuk membuat perbankan syariah memberikan dukungan yang maksimal ini, perlu dukungan faktor internal maupun eksternal yang berupa jaminan profitabilitas, rentabilitas dari sektor UMKM sendiri serta kebijakan-kebijakan yang dibuat pemerintah.

Selain dukungan dari pemerintah berupa kebijakan khusus sebagai stimulus pada sektor UMKM ini, diperlukan pula peningkatan pengetahuan dan keahlian bankir syariah pada dunia UMKM disemua sektornya, terutama pemahaman preferensi para pelaku usaha dalam pemilihan bank yang dipilihnya sebagai rekanan pembiayaan modal kerjanya. Dari kajian hasil penelitian terungkap bahwa terdapat berbagai alasan utama para pelaku usaha UMKM dalam memilih rekanan pendanaan usahanya di bank syariah, diantaranya adalah: Sesuai dengan nilai Islam (*Equal to Islam Value*); keamanan dan manfaat (*Save and Benefit*); menguntungkan (*If Any Surplus*); *Convenience and location factor*; *Charges for transactions*; *Brand choice*; *Product features*; *Service quality*.

DAFTAR PUSTAKA

David E. Samuel. 2012. “,RI Lokomotif ekonomi global”. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta. Hal : 107-116.

Darajat, Moch Ridlo. (2007). Mempelajari Rasionalitas Penetapan Nisbah Bagi Hasil Produk Pembiayaan Mudharabah (Studi Kasus PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Bogor. Bogor: Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor.

Hayat M. Awan;Khuram, Shahzad Bukhari. 2011. Customer’s criteria for selecting an Islamic bank: evidence from Pakistan. *Journal of Islamic Marketing*.Vol.2 No. 1, pp. 14-27.

Khaliq, Ahmad; Ghulam, Ali Rustam; Dent, Michael M, 2011, Brand preference in Islamic Banking. *Journal of Islamic Marketing*. Vol. 2 No. 1, 2011 pp. 74-82.

Kerjasama Riset Bank Indonesia dan Research Center On Development Studies Research Institute Diponegoro University Semarang, 2000.

Sheth, N.J. (1983), “An integrative theory of patronage preferences and behavior”, in Darden, W.R. and Lusch, R.F. (Eds), *Patronage Behavior and Retail Management*, North-Holland, New York, NY, pp. 9-28.

Titissari Rumbogo. 2012. “Perencanaan Pembangunan Indonesia 2025-2050 : QUO VADIS?.” Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta. Hal : 1-11.

Referensi Online :

<http://berita.plasa.msn.com/bisnis/republika/pembiayaan-mikro-perbankan-syariah-70-persen>.Diakses 12 Oktober 2013.

<http://www.tempo.co/read/news/2013/09/13/087512954/Kembangkan-UKM-Agus-Martogandeng-Jokowi>, Diakses 30 September 2013.

<http://www.merdeka.com/uang/per-juli-kredit-sektor-umkm-berbasis-impor-merosot-tajam.html>, diakses 30 September 2013.