

SKRIPSI

DAMPAK STRATEGI PEMASARAN PERBANKAN SYARIAH DAN PENINGKATAN AKSES LAYANAN KEUANGAN MIKRO TERHADAP KEPUTUSAN UMKM PADA BPRS AMAN SYARIAH

Oleh:

**NOOR KHOFIFAH
NPM. 2103021027**



**Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JURAI SIWO LAMPUNG
1447 H / 2025 M**

**DAMPAK STRATEGI PEMASARAN PERBANKAN SYARIAH DAN
PENINGKATAN AKSES LAYANAN KEUANGAN MIKRO
TERHADAP KEPUTUSAN UMKM PADA
BPRS AMAN SYARIAH**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

**NOOR KHOFIFAH
NPM. 2103021027**

Pembimbing: Atika Riasari, M.B.A

Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JURAI SIWO LAMPUNG
1447 H / 2025 M**

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (satu) berkas
Hal : **Pengajuan untuk Dimunaqosyahkan**
Saudara Noor Khofifah

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Jurai Siwo Lampung
Di _____
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah Kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya maka skripsi saudara:

Nama : **NOOR KHOFIFAH**
NPM : 2103021027
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul : **DAMPAK STRATEGI PEMASARAN
PERBANKAN SYARIAH DAN PENINGKATAN
AKSES LAYANAN KEUANGAN MIKRO
TERHADAP KEPUTUSAN UMKM PADA BPRS
AMAN SYARIAH**

Sudah dapat kami setujui dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Jurai Siwo Lampung untuk dimunaqosyahkan.

Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, Desember 2025
Pembimbing,



Atika Riasari, M.B.A
NIP. 19880708 201903 2 007

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MENYEBABKAN PEMBIAYAAN BERMASALAH PADA AKAD MURABAHAH BANK AMAN SYARIAH SEKAMPUNG**

Nama : **NOOR KHOFIFAH**

NPM : 2103021027

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi: Perbankan Syariah

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Jurai Siwo Lampung.

Metro, Desember 2025
Pembimbing,



Atika Riasari, M.B.A
NIP. 19880708 201903 2 007



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JURAI SIWO LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan KI. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507, Faksimil (0725) 47290,
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: leinmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No. B-0008/Un.36.3/D/PP.009/01/2025

Skripsi dengan Judul: DAMPAK STRATEGI PEMASARAN PERBANKAN SYARIAH DAN PENINGKATAN AKSES LAYANAN KEUANGAN MIKRO TERHADAP KEPUTUSAN UMKM PADA BPRS AMAN SYARIAH, disusun Oleh: NOOR KHOFIFAH, NPM: 2103021027, Program Studi: Perbankan Syariah telah diujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Hari/Tanggal: Kamis/18 Desember 2025.

TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator : Atika Riasari, M.B.A

(.....)

Penguji I : Carmidah, M.Ak

(.....)

Penguji II : Ani Nurul Imtihanah, M.S.I

(.....)

Sekretaris : Iva Faizah, M.E

(.....)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



ABSTRAK

DAMPAK STRATEGI PEMASARAN PERBANKAN SYARIAH DAN PENINGKATAN AKSES LAYANAN KEUANGAN MIKRO TERHADAP KEPUTUSAN UMKM PADA BPRS AMAN SYARIAH

Oleh:
NOOR KHOFIFAH
NPM. 2103021027

Perbankan syariah memegang peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi, khususnya melalui layanan keuangan mikro bagi UMKM. Meskipun BPRS Aman Syariah telah menerapkan strategi pemasaran yang inovatif dan berbasis prinsip syariah, peningkatan pemanfaatan layanan keuangan mikro oleh UMKM di Kecamatan Sekampung masih rendah, hanya mencapai 1% dalam tiga tahun terakhir, menunjukkan perlunya optimalisasi strategi pemasaran dan peningkatan akses layanan keuangan mikro untuk mendorong keputusan usaha UMKM menggunakan layanan keuangan mikro.

Penelitian ini bertujuan: 1) untuk mengetahui dan menganalisis strategi pemasaran yang dilakukan BPRS Aman Syariah dalam menarik pelaku UMKM untuk menggunakan layanan keuangan mikro, dan 2) untuk mengetahui dan menganalisis dampak peningkatan akses layanan keuangan mikro oleh BPRS Aman Syariah terhadap keputusan pelaku UMKM dalam mengakses produk dan layanan BPRS Aman Syariah. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dan sifat penelitiannya bersifat deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi. Data hasil temuan digambarkan secara deskriptif dan dianalisis menggunakan cara berpikir induktif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) BPRS Aman Syariah menarik minat pelaku UMKM melalui strategi pemasaran dengan pendekatan STP dan bauran pemasaran. Bank membagi pasar berdasarkan jenis usaha dan kondisi ekonomi, menargetkan UMKM yang ingin berkembang sesuai prinsip syariah, serta menampilkan diri sebagai bank dengan layanan cepat, ramah, dan mudah dijangkau. Melalui bauran pemasaran, bank menawarkan produk sesuai kebutuhan UMKM, *margin* bagi hasil ringan, lokasi strategis dengan layanan jemput angsuran, promosi lewat sosialisasi dan media sosial, pelayanan ramah, proses mudah, serta fasilitas nyaman, sehingga meningkatkan kepercayaan dan minat UMKM menggunakan layanan keuangan syariah. 2) Peningkatan akses layanan keuangan mikro oleh BPRS Aman Syariah memberikan dampak positif berupa kemudahan pengajuan pinjaman kecil tanpa agunan besar, fleksibilitas jangka waktu cicilan, proses penilaian sederhana, peningkatan loyalitas nasabah, kemudahan akses kantor strategis, dan kepercayaan terhadap layanan syariah. Dampak negatifnya meliputi risiko peminjaman kurang hati-hati, ketergantungan pada pembiayaan mikro, potensi pembiayaan macet akibat penilaian sederhana, ekspektasi tinggi nasabah baru, serta konsentrasi pelayanan yang menimbulkan ketidakmerataan distribusi modal antar wilayah.

Kata Kunci: Keputusan UMKM, Layanan Keuangan Mikro, Peningkatan Akses, Strategi Pemasaran

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : NOOR KHOFIFAH

NPM : 2103021027

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, Desember 2025
Yang Menyatakan,



Noor Khofifah
NPM. 2103021027

MOTTO

وَأَن لَّيْسَ لِلْإِنْسَنِ إِلَّا مَا سَعَى ٣٩ وَأَن سَعْيَهُ وَسَوْفَ يُرَى ٤٠ ثُمَّ يُحْكَمُ
الْحُكْمَ إِلَّا وَفِي ٤١

Artinya: *Dan bahwasanya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya, dan bahwasanya usaha itu kelak akan diperlihatkan (kepadanya). Kemudian akan diberi balasan kepadanya dengan balasan yang paling sempurna.* (Q.S. An-Najm: 39-41)¹

¹ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an Kemenag RI, 2019), 775

PERSEMBAHAN

Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Dengan penuh rasa hormat dan cinta, karya sederhana ini peneliti persembahkan kepada:

1. Ayahanda Abdul Rahman HF dan Ibunda Siti Aminah, sumber kekuatan, kasih sayang, dan doa yang tiada henti mengalir. Setiap langkah dan pencapaian ini tidak akan berarti tanpa pengorbanan, cinta, serta restu tulus dari Ayah dan Ibu.
2. Kakakku tercinta, Nasita Asfiya, terima kasih atas segala perhatian, motivasi, dan dukungan yang tulus selama proses panjang ini. Kehadiran Kakak selalu membawa semangat baru di saat lelah, dan doa yang tulus menjadi penyemangat untuk terus melangkah.
3. Adikku tersayang, M. Firman Fauzi, terima kasih atas canda tawa dan semangat yang selalu menyegarkan suasana di tengah kesibukan dan keletihan. Doa dan dukunganmu, meski sederhana, begitu berarti bagiku.
4. Almamater Universitas Islam Negeri Jurai Siwo Lampung yang telah memberikan ilmu, bimbingan, dan pendidikan sepanjang perjalanan akademik peneliti. Semoga UIN Jurai Siwo Lampung terus berkembang dan menghasilkan generasi penerus yang berkualitas.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT atas taufik hidayah dan inayah-nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini. Skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Jurai Siwo Lampung dengan tujuan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dalam upaya penyelesaian skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Hj. Ida Umami, M.Pd, Kons, selaku Rektor UIN Jurai Siwo Lampung,
2. Dr. Dri Santoso, M.H., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Jurai Siwo Lampung.
3. Bapak Anggoro Sugeng, M.Sh.Ec, Selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah UIN Jurai Siwo Lampung.
4. Ibu Carmidah, M.Ak, selaku Pembimbing Akademik yang telah membimbing, memberikan arahan, serta mendampingi peneliti dalam proses akademik sejak awal perkuliahan hingga saat ini.
5. Ibu Atika Riasari, M.B.A, selaku Pembimbing Skripsi, terima kasih atas kesabaran, waktu, ilmu, dan bimbingan dalam proses penyusunan skripsi ini. Setiap masukan dan koreksi yang diberikan sangat berarti, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

6. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan UIN Jurai Siwo Lampung yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan.
7. Terimakasih kepada pihak BPRS Bank Aman Syariah yang sudah berkenan membantu terselesaikannya penelitian ini.

Namun peneliti menyadari, bahwa penyusunan skripsi ini belum mencapai kesempurnaan, karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak untuk kesempurnaanya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti ini sendiri dan bagi pembaca pada umumnya.

Metro, Desember 2025
Peneliti,



Noor Khofifah
NPM. 2103021027

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
ORASINALITAS PENELITIAN	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pertanyaan Penelitian	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
D. Penelitian Relevan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
A. Keputusan Pembelian.....	11
1. Pengertian Keputusan Pembelian	11
2. Tahap-Tahap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian .	12
3. Dimensi Keputusan Pembelian.....	13
4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.	14
5. Indikator Keputusan Pembelian	15
B. Strategi Pemasaran Perbankan Syariah.....	16
1. Pengertian Strategi Pemasaran Perbankan Syariah	16
2. Pendekatan <i>Segmentation, Targeting, dan Positioning</i> (STP) dalam Pemasaran Perbankan Syariah	18
3. Strategi Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>) Perbankan Syariah.....	20

C. Akses Layanan Keuangan Mikro	24
1. Pengertian Akses Layanan Keuangan Mikro	24
2. Pilar Keberhasilan Akses Layanan Keuangan Mikro.....	25
3. Macam-macam Akses Layanan Keuangan Mikro	28
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Jenis dan Sifat Penelitian	32
B. Sumber Data.....	33
C. Teknik Pengumpulan Data.....	35
D. Teknik Penjamin Keabsahan Data	37
E. Teknik Analisa Data.....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
A. Gambaran Umum BPRS Aman Syariah	42
1. Sejarah Berdirinya PT. BPRS Aman Syariah.....	42
2. Visi dan Misi PT. BPRS Aman Syariah.....	44
3. Struktur Organisasi PT. BPRS Aman Syariah	45
4. Produk-Produk Bank Aman Syariah Sekampung	46
B. Deskripsi Hasil Penelitian	50
1. Strategi Pemasaran BPRS Aman Syariah dalam Menarik Minat Pelaku UMKM untuk Menggunakan Layanan Keuangan Mikro.....	50
2. Dampak Peningkatan Akses Layanan Keuangan Mikro oleh BPRS Aman Syariah Terhadap Keputusan Pelaku UMKM dalam Mengakses Produk dan Layanan BPRS Aman Syariah	65
C. Pembahasan Hasil Penelitian	86
BAB V PENUTUP.....	110
A. Kesimpulan	110
B. Keterbatasan Penelitian	111
C. Saran	111

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Table	Halaman
1.1. Data Nasabah Akses Layanan Keuangan Mikro (UMKM) di BPRS Aman Syariah Tahun 2022-2024.....	5
1.2. Penelitian Relevan	9

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
4.1. Struktur Organisasi PT. BPRS Aman Syariah.....	45

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Bimbingan (SK Penunjukkan Pembimbing)
2. Alat Pengumpul Data
3. Surat Tugas
4. Surat Izin Riset
5. Surat Balasan Riset
6. Surat Keterangan Bebas Pustaka
7. Surat Keterangan Lulus Uji Plagiasi Turnitin
8. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
9. Dokumentasi Penelitian
10. Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan perekonomian yang semakin kompleks saat ini tentunya tidak terlepas dengan peran serta perbankan. Peranan perbankan dalam memajukan perekonomian suatu negara sangatlah besar. Hampir semua sektor yang berhubungan dengan berbagai kegiatan keuangan selalu membutuhkan jasa bank. Secara sederhana bank diartikan sebagai lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan meyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa-jasa bank lainnya.¹

Indonesia merupakan negara yang mengganut sistem ekonomi kapitalis. Mulai tahun 1992, dengan dikeluarkannya Undang-Undang Perbankan No. 7 Tahun 1992, Indonesia mulai memperkenalkan sistem keuangan dan perbankan ganda yaitu bank konvensional dan bank syariah karena bank boleh beroperasi dengan prinsip bagi hasil.²

Perbedaan kedua bank tersebut yakni terletak pada sisi operasionalnya. Salah satu ciri bank syariah yaitu tidak menerima atau membebani bunga kepada nasabah, akan tetapi menerima atau membebankan bagi hasil serta imbalan lain sesuai dengan akad-akad yang diperjanjikan.³ Oleh karena itu bank syariah harus mampu merancang strategi pemasaran yang efektif agar

¹ Kasmir, *Dasar-dasar Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), 3

² Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), 205

³ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2011), 29

masyarakat mengerti tentang berbagai produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah.⁴

Persaingan antar bank semakin ketat dengan ditandai berdirinya bank-bank syariah dengan sistem pemasaran produk yang beragam. Bagi dunia perbankan yang merupakan badan usaha yang berorientasi profit, kegiatan pemasaran sudah merupakan suatu kebutuhan utama. Tanpa kegiatan pemasaran, jangan harapkan keinginan pelanggannya akan terpenuhi. Oleh karena itu bagi dunia perbankan perlu mengemas kegiatan pemasaran secara terpadu dan terus menerus melalui riset pasar. Pemasaran harus dikelola secara profesional, sehingga kebutuhan dan keinginan pelanggan akan segera terpenuhi pengelolaan pemasaran bank yang profesional inilah yang disebut pemasaran bank. Menurut Kasmir, pemasaran dilakukan dalam rangka menghadapi pesaing yang dari waktu ke waktu semakin meningkat.⁵

Strategi pemasaran perbankan syariah adalah pendekatan bisnis yang sistematis dalam merancang dan menjalankan proses penciptaan, penawaran, serta pertukaran nilai produk dan layanan perbankan kepada nasabah dan pemangku kepentingan, yang keseluruhan aktivitasnya dilandaskan pada prinsip-prinsip muamalah Islam dan dilakukan melalui akad-akad syariah yang sesuai dengan ketentuan hukum Islam.⁶

Strategi pemasaran bank syariah dengan lembaga bank konvensional yang membedakan ialah produknya bukan barangnya, karena bank menjual produk berupa jasa bukan barang seperti perusahaan yang lain. Sehingga

⁴ M. Nur Rianto Al Arif, *Lembaga Keuangan Syariah Suatu Kajian Teoritis Praktis*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2012), 122

⁵ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), 193.

⁶ Fauzan, *Manajemen Pemasaran Syariah*, (Yogyakarta: Bildung, 2019), 27

produk yang dijual sedikit abstrak atau tidak dapat dilihat secara nyata namun tetap dapat dirasakan oleh nasabahnya. Penerapan strategi pemasaran yang diterapkan akan memberikan pengaruh dan minat calon nasabah untuk mengambil dan menggunakan produk yang diminati nasabah.⁷

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan strategis dalam perekonomian Indonesia. Sektor ini tidak hanya menjadi pilar utama penyerapan tenaga kerja, tetapi juga menjadi motor penggerak pertumbuhan ekonomi nasional. Namun demikian, UMKM masih menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam hal akses permodalan dan layanan keuangan yang memadai. Keterbatasan tersebut kerap menjadi penghambat dalam mengembangkan usaha dan meningkatkan daya saing di tengah persaingan pasar yang semakin ketat

Selain strategi pemasaran, peningkatan akses terhadap layanan keuangan mikro menjadi isu penting dalam mendukung inklusi keuangan di Indonesia. UMKM seringkali menghadapi kendala akses terhadap pembiayaan formal karena keterbatasan jaminan, kurangnya literasi keuangan, dan birokrasi yang kompleks.

Layanan keuangan mikro adalah bentuk penyediaan jasa keuangan, terutama dalam bentuk pinjaman kecil atau kredit mikro, yang ditujukan bagi masyarakat miskin atau kelompok yang secara tradisional tidak terjangkau oleh layanan keuangan formal (*unbankable*). Layanan ini dirancang secara khusus untuk menyesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi sosial ekonomi kelompok

⁷ Ananto Triwibowo dan M. Mujib Baidhowi, “Strategi Pemasaran Bank Aman Syariah Dalam Menarik Minat Nasabah Tabungan Haji Mabru”, *Al-Intaj X*, no. 1, (2024), 17

sasaran, dengan tujuan mendorong inklusi keuangan dan pemberdayaan ekonomi.⁸

Akses layanan keuangan mikro merujuk pada kemampuan individu atau kelompok, khususnya yang berpenghasilan rendah atau tidak memiliki akses ke perbankan formal, untuk memperoleh berbagai layanan keuangan yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Tujuan utamanya adalah memberdayakan masyarakat miskin dan usaha mikro agar dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi mereka.⁹

Salah satu lembaga keuangan syariah yang turut berperan dalam mendukung UMKM adalah BPRS Aman Syariah. Sebagai bank pembiayaan rakyat syariah, BPRS Aman Syariah salah satunya memfokuskan layanannya pada pembiayaan mikro dengan pendekatan yang sesuai dengan karakteristik masyarakat menengah ke bawah.

Berdasarkan warancara awal dengan Bapak Prasetya selaku *Account Officer* di BPRS Aman Syariah didapatkan informasi bahwa BPRS Aman Syariah merupakan salah satu lembaga yang berkomitmen untuk mendorong inklusi keuangan bagi masyarakat, khususnya UMKM di Kecamatan Sekampung. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di sektor perbankan, BPRS Aman Syariah memanfaatkan strategi pemasaran yang inovatif dan sesuai dengan prinsip syariah. Pendekatan ini mencakup penggunaan media digital meningkatkan jangkauan pemasaran, penyediaan

⁸ Ahmad Juwaini, *Strategi Pengembangan Keuangan Mikro Syariah di Indonesia*, (Jakarta: Komite Nasional Keuangan Syariah, 2019), 24

⁹ Nurul Sandra Maharani, dkk, "Peran Lembaga Keuangan Mikro Dalam Meningkatkan Akses Pembiayaan Usaha Kecil di Kota Medan", *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika* 18, no. 1, (2024), 1248-1245

produk keuangan yang dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan UMKM Kecamatan Sekampung, dan pemberian layanan yang responsif serta berbasis pada hubungan personal dengan nasabah. Hal ini dibuktikan oleh BPRS Aman Syariah dengan selalu berusaha melakukan pembaruan atau pengenalan produk baru kepada nasabah yang dapat membantu memudahkan proses transaksi nasabah dan terus melakukan eksplorasi terhadap kebutuhan pasar atau nasabah dan berupaya untuk memenuhi terhadap kebutuhan nasabah.¹⁰

Berdasarkan hasil survei awal melalui wawancara dengan Bapak Prasetia selaku *Account Officer* di BPRS Aman Syariah, diperoleh informasi bahwa penggunaan layanan pembiayaan mikro oleh pelaku UMKM mengalami peningkatan sebesar 0,5% hingga 1% dalam kurun waktu tiga tahun terakhir (2022–2024).¹¹ Data tersebut menunjukkan adanya tren positif dalam pemanfaatan produk pembiayaan mikro oleh sektor UMKM. Adapun rincian peningkatan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut yang menyajikan data penggunaan pembiayaan mikro oleh UMKM Metro dalam satuan puluhan untuk periode tahun 2022 hingga 2024.

Tabel 1.1
Data Nasabah Akses Layanan Keuangan Mikro (UMKM) di
BPRS Aman Syariah Tahun 2022-2024

Tahun	Jumlah UMKM yang Menggunakan Pembiayaan Mikro	Persentase Peningkatan	Jumlah Rupiah
2022	23	-	120.000.000
2023	27	0,5%	126.000.000
2024	31	1%	132.000.000

Sumber: Hasil wawancara & Olah Data Peneliti, 2025

¹⁰ Prasetia, Tim AO, BPRS Aman Syariah Sekampung, Tahun 2024

¹¹ Prasetia, Tim AO, BPRS Aman Syariah Sekampung, Tahun 2024

Berdasarkan data pada tabel tersebut, diketahui terdapat peningkatan akses layanan keuangan mikro dari BPRS Aman Syariah terhadap keputusan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Namun demikian, peningkatan tersebut hanya mencapai 1%, sehingga meskipun menunjukkan adanya pergerakan positif, capaian tersebut masih tergolong rendah. Hal ini menunjukkan bahwa optimalisasi layanan keuangan mikro masih menghadapi berbagai kendala. Salah satu faktor penghambatnya banyak pelaku UMKM belum sepenuhnya memahami manfaat dari layanan tersebut.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: “Dampak Strategi Pemasaran Perbankan Syariah dan Peningkatan Akses Layanan Keuangan Mikro Terhadap Keputusan UMKM Pada BPRS Aman Syariah”.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka pertanyaan penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan BPRS Aman Syariah dalam menarik pelaku UMKM untuk menggunakan layanan keuangan mikro?
2. Bagaimana dampak peningkatan akses layanan keuangan mikro oleh BPRS Aman Syariah terhadap keputusan pelaku UMKM dalam mengakses produk dan layanan BPRS Aman Syariah?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis strategi pemasaran yang dilakukan BPRS Aman Syariah dalam menarik pelaku UMKM untuk menggunakan layanan keuangan mikro.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis dampak peningkatan akses layanan keuangan mikro oleh BPRS Aman Syariah terhadap keputusan pelaku UMKM dalam mengakses produk dan layanan BPRS Aman Syariah.

2. Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan atau manfaat yang diharapkan dipenelitian ini adalah:

a. Secara Teoritis

- 1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam memperkaya konsep strategi pemasaran berbasis prinsip syariah, khususnya di sektor perbankan syariah. Temuan lapangan dapat menguatkan teori-teori pemasaran syariah yang sudah ada.
- 2) Hasil penelitian ini diharapkan memperkaya teori akses layanan keuangan mikro dengan menambahkan perspektif empiris dari praktik BPRS. Secara teoritis, penelitian ini dapat menguatkan

kerangka berpikir tentang bagaimana kemudahan akses produk dan layanan keuangan syariah berdampak pada perilaku pengambilan keputusan UMKM dalam memilih lembaga keuangan.

b. Secara Praktis

- 1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran nyata tentang efektivitas strategi pemasaran dan layanan keuangan mikro yang selama ini diterapkan di BPRS Aman Syariah. Hasilnya dapat dijadikan bahan evaluasi untuk meningkatkan kualitas layanan dan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran agar mampu menarik lebih banyak pelaku UMKM sebagai nasabah di BPRS Aman Syariah.
- 2) Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu pelaku UMKM memahami manfaat dan kemudahan dari akses layanan keuangan mikro di perbankan syariah. Dengan informasi yang lebih jelas, diharapkan UMKM semakin terdorong memanfaatkan produk dan layanan BPRS Aman Syariah guna mendukung pengembangan usaha mereka.

D. Penelitian Relevan

Terkait dengan penelitian ini, sebelumnya telah ada beberapa penelitian yang mengangkat tema yang sama, antara lain sebagai berikut:

Tabel 1.2
Penelitian Relevan

No	Penulis, Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Sri Ramadhani, Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Pada BSI (Studi Kasus BSI KCP Kisaran Pada Masyarakat Desa Sei Kamah II). ¹²	Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif deskriptif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang digunakan oleh BSI KCP Kisaran dengan menerapkan metode pemasaran marketing mix 7P. Melalui strategi produk, BSI KCP Kisaran mengembangkan 16 jenis produk tabungan. Melalui strategi harga, BSI KCP Kisaran memasarkan harga relatif lebih murah dibanding kompetitor lainnya.	Sama sama membahas tentang strategi pemasaran	Penelitian relevan Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Sedangkan yang akan diteliti fokus pada strategi Pemasaran Perbankan Syariah dan Peningkatan Akses Layanan Keuangan Mikro terhadap Keputusan Usaha Mikro Kecil Menengah.
2	Muhammad Amri, Strategi Pemasaran BSI Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan Hasanah Card dalam Keputusan UMKM di Kelurahan Ujung Sabbang Kota Parepare ¹³	Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian lapangan (field research)	Strategi BSI KC Parepare dalam meningkatkan jumlah pelanggan Hasanah Card sudah terealisasikan. Strategi pemasaran yang digunakan BSI KC Parepare melalui Marketing Mix (Bauran	Sama sama membahas tentang Strategi yariah dan layanan keuangan	Penelitian relevan Strategi Pemasaran BSI Dalam Meningkat-kan Jumlah Pelanggan Hasanah Card dalam Keputusan UMKM Sedangkan yang akan diteliti fokus

¹² Sri Ramadhani, "Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Pada BSI (Studi Kasus BSI KCP Kisaran Pada Masyarakat Desa Sei Kamah II)", Skripsi, (Sumatera Utara: UIN Syeh Ali Hasan Ahmad Addary, 2023)

¹³ Muhammad Amri, "Strategi Pemasaran BSI Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan Hasanah Card dalam Keputusan UMKM di Kelurahan Ujung Sabbang Kota Parepare", Skripsi, (Sulawesi Selatan: IAIN Parepare, 2024)

No	Penulis, Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
			Pemasaran). BSI KC Parepare membantu masyarakat khususnya pelaku UMKM kelurahan Ujung Sabbang dalam bertransaksi menggunakan kartu kredit berbasis syariah		pada strategi Pemasaran Perbankan Syariah dan Peningkatan Akses Layanan Keuangan Mikro terhadap Keputusan Usaha Mikro Kecil Menengah
3	Zahratul Khairat, Pengaruh Strategi Pemasaran Syariah Terhadap Keputusan Pembelian Suvenir Khas Aceh di Pasar Aceh Kota Banda Aceh ¹⁴	Penelitian menggunakan metode kuantitatif, dimana sampel yang diambil sebanyak 100 responden.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel produk, harga, tempat, promosi dan proses secara simultan dan parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. hasil koefisien determinasi (56%), variabel independen memengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian Sisanya sebesar 44% dijelaskan variabel lain.	Sama sama membahas mengenai strategi pemasaran perbankan syariah terhadap akses layanan keuangan	Penelitian relevan Pengaruh Strategi Pemasaran Syariah Terhadap Keputusan Pembelian Suvenir, sedangkan penelitian ini fokus pada strategi Pemasaran Perbankan Syariah dan Peningkatan Akses Layanan Keuangan Mikro terhadap Keputusan Usaha Mikro Kecil Menengah

¹⁴ Zahratul Khairat, "Pengaruh Strategi Pemasaran Syariah Terhadap Keputusan Pembelian Suvenir Khas Aceh di Pasar Aceh Kota Banda Aceh", Skripsi, (Banda Aceh: UIN Ar-Raniry, 2022)

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Keputusan Pembelian

1. Pengertian Keputusan Pembelian

Menurut Kotler sebagaimana dikutip oleh Wulandari dan Mulyanto, keputusan pembelian merujuk pada proses psikologis yang dilakukan oleh individu dalam mengenali, mengevaluasi, dan memproses informasi yang diperoleh untuk memilih, membeli, dan menggunakan produk atau jasa yang dianggap mampu memenuhi kebutuhan atau keinginannya.¹

Keputusan pembelian adalah sebuah proses yang terjadi ketika seseorang merasakan ketertarikan terhadap suatu produk, yang mendorongnya untuk membuat keputusan guna membeli, mencoba, menggunakan, atau bahkan memiliki produk tersebut. Keputusan pembelian tidak hanya berfokus pada tindakan membeli, tetapi juga pertimbangan mengenai manfaat dan nilai yang dirasakan, serta bagaimana produk tersebut dapat memenuhi harapan atau memecahkan masalah yang dihadapi oleh individu.²

Keputusan pembelian adalah suatu proses yang melibatkan serangkaian tahapan dalam pengambilan keputusan oleh konsumen terkait dengan keputusan untuk membeli suatu produk atau layanan, yang

¹ Anna Wulandari dan Heru Mulyanto, *Keputusan Pembelian Konsumen*, (Bekasi: PT. Kimshafi Alung Cipta, 2024), 9

² Dila Damayanti, dkk., *Keputusan Pembelian dalam Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Widya Wiwaha, 2023), 16

mencakup penentuan barang yang akan dibeli atau bahkan memutuskan untuk tidak melakukan pembelian sama sekali. Tahap keputusan pembelian ini merupakan langkah krusial dalam keseluruhan proses pembelian, di mana konsumen benar-benar melakukan transaksi pembelian setelah melalui pertimbangan dan evaluasi terhadap berbagai alternatif yang ada. Secara lebih luas, pengambilan keputusan ini mencakup kegiatan individu yang terlibat langsung dalam usaha untuk memperoleh dan memanfaatkan barang atau jasa yang ditawarkan.³

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa keputusan pembelian adalah proses evaluasi dan pemilihan produk atau layanan oleh konsumen berdasarkan kebutuhan, preferensi, dan informasi yang tersedia, hingga akhirnya memutuskan untuk membeli.

2. Tahap-Tahap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Armstrong sebagaimana dikutip oleh Andrian, dkk, konsumen melalui lima tahap dalam pengambilan keputusan pembelian, yaitu sebagai berikut:

- a. Pengenalan Kebutuhan: Tahap pertama dimulai ketika konsumen menyadari adanya masalah atau kebutuhan yang perlu dipenuhi. Kesadaran ini mendorong konsumen untuk mencari solusi.
- b. Pencarian Informasi: Pada tahap ini, konsumen mulai mencari informasi lebih lanjut mengenai produk atau solusi yang bisa memenuhi kebutuhan mereka. Hal ini bisa dilakukan secara pasif atau aktif dengan mencari berbagai sumber informasi.
- c. Evaluasi Alternatif: Setelah mendapatkan informasi, konsumen mengevaluasi berbagai alternatif yang tersedia. Mereka membandingkan merek atau produk untuk menentukan mana yang paling sesuai dengan preferensi dan kebutuhan mereka.
- d. Keputusan Pembelian: Pada tahap ini, konsumen memutuskan merek atau produk yang akan dibeli. Namun, keputusan ini bisa dipengaruhi

³ Edwin Zusrony, *Perilaku Konsumen di Era Modern*, (Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik, 2021), 35

- oleh faktor lain, seperti situasi atau pengaruh eksternal, meski sudah ada niat pembelian sebelumnya.
- e. Perilaku Pasca Pembelian: Setelah pembelian, konsumen akan mengevaluasi kepuasan mereka terhadap produk yang dibeli. Tindakan selanjutnya, seperti penggunaan produk atau pengembalian barang, akan dipengaruhi oleh tingkat kepuasan atau ketidakpuasan yang dirasakan.⁴

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa proses pengambilan keputusan pembelian menggambarkan perjalanan konsumen dari menyadari kebutuhan hingga melakukan pembelian dan mengevaluasi produk yang telah dibeli.

3. Dimensi Keputusan Pembelian

Dimensi keputusan pembelian menurut Tjiptono sebagaimana dikutip oleh Wulandari dan Mulyanto terdiri dari beberapa aspek penting yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian produk. Berikut adalah uraian tiap dimensi keputusan pembelian:

- a. Pilihan Produk
Keputusan konsumen untuk membeli suatu produk bergantung pada berbagai pertimbangan, seperti kebutuhan terhadap produk tersebut, keberagaman varian yang tersedia, serta kualitas produk. Perusahaan perlu fokus pada calon konsumen yang tertarik pada produk tertentu, serta menyadari alternatif lain yang dipertimbangkan oleh konsumen.
- b. Pilihan Merek
Setelah memilih produk yang diinginkan, konsumen perlu memutuskan merek mana yang akan dipilih. Setiap merek memiliki ciri khas dan keunggulannya masing-masing, yang bisa mempengaruhi keputusan pembelian.
- c. Pilihan Penyalur
Keputusan untuk memilih penyalur atau tempat membeli produk juga menjadi salah satu dimensi yang penting. Konsumen dapat memilih penyalur berdasarkan berbagai pertimbangan, seperti lokasi yang dekat, harga yang lebih terjangkau, atau kelengkapan stok produk.
- d. Waktu Pembelian
Keputusan mengenai waktu pembelian dapat bervariasi antar individu. Beberapa konsumen mungkin membeli produk secara rutin setiap

⁴ Andrian, dkk., *Perilaku Konsumen*, (Malang: Rena Cipta Mandiri, 2022), 117

bulan, sementara yang lain membeli sesuai kebutuhan atau pada waktu tertentu dalam setahun. Faktor-faktor yang mempengaruhi waktu pembelian bisa meliputi promosi musiman, kebutuhan mendesak, atau kebiasaan pribadi.

e. **Jumlah Pembelian**

Keputusan tentang berapa banyak produk yang akan dibeli pada suatu waktu juga merupakan dimensi penting dalam keputusan pembelian. Beberapa konsumen mungkin membeli dalam jumlah besar karena kebutuhan jangka panjang atau karena harga yang lebih ekonomis, sementara yang lain hanya membeli dalam jumlah sedikit sesuai dengan kebutuhan saat itu.

f. **Metode Pembayaran**

Metode pembayaran yang digunakan konsumen juga mempengaruhi keputusan pembelian. Beberapa konsumen mungkin lebih memilih untuk membayar secara tunai, sementara yang lain memilih pembayaran dengan kartu kredit atau metode pembayaran digital lainnya.⁵

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa keputusan pembelian terdiri dari berbagai dimensi, yaitu pilihan produk berdasarkan kebutuhan dan kualitas, pemilihan merek yang memiliki ciri khas dan keunggulannya, pilihan penyalur atau tempat membeli yang mempertimbangkan faktor seperti lokasi dan harga, waktu pembelian yang bergantung pada kebiasaan atau promosi, jumlah pembelian yang disesuaikan dengan kebutuhan atau harga, serta metode pembayaran yang dipilih konsumen, seperti tunai atau digital.

4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Menurut Tjiptono, sebagaimana dikutip oleh Andrian, dkk., ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan dari ikatan emosional yang terjalin setelah pelanggan merasakan nilai tambah dari produk atau jasa yang digunakan. Dimensi nilai yang mempengaruhi keputusan pembelian terdiri dari empat jenis, yaitu:

⁵ Wulandari dan Mulyanto, *Keputusan Pembelian Konsumen*, 28

- a. Nilai emosional: Nilai ini berasal dari perasaan positif atau emosi yang ditimbulkan saat mengonsumsi produk. Jika konsumen merasakan perasaan positif saat membeli atau menggunakan suatu merek, maka merek tersebut memberikan nilai emosional yang kuat.
- b. Nilai sosial: Merupakan nilai yang diperoleh konsumen dari kemampuan produk untuk meningkatkan konsep diri dan status sosial mereka. Produk yang mampu mencerminkan apa yang dianggap baik oleh konsumen akan meningkatkan nilai sosial bagi pemakainya.
- c. Nilai kualitas: Nilai ini terkait dengan manfaat yang diperoleh konsumen melalui pengurangan biaya jangka pendek dan jangka panjang. Produk yang memberikan penghematan dalam biaya akan dianggap memiliki nilai kualitas yang tinggi.
- d. Nilai fungsional: Nilai ini diperoleh dari atribut produk yang memberikan kegunaan fungsional yang langsung kepada konsumen. Produk yang memberikan fungsi atau manfaat praktis yang sesuai dengan kebutuhan konsumen akan meningkatkan nilai fungsionalnya.⁶

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa keputusan pembelian konsumen dipengaruhi nilai-nilai yang dirasakan oleh konsumen setelah menggunakan produk atau jasa. Nilai emosional, sosial, kualitas, dan fungsional semuanya berperan penting dalam menciptakan pengalaman positif bagi konsumen dan mendorong keputusan pembelian yang berulang.

5. Indikator Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Keller sebagaimana dikutip oleh Mardiana dan Sijabat, terdapat empat indikator utama yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen, di antaranya yaitu sebagai berikut:

- a. Kemantapan pada Sebuah Produk

Kemantapan pada sebuah produk mengacu pada tingkat keyakinan konsumen terhadap produk tertentu. Konsumen yang mantap terhadap suatu produk biasanya memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap kualitas, manfaat, dan konsistensi yang ditawarkan oleh produk tersebut. Faktor-faktor seperti reputasi merek, pengalaman positif sebelumnya, dan informasi yang jelas dapat meningkatkan kemantapan ini.

⁶ Andrian, dkk., *Perilaku Konsumen*, 113

b. Kebiasaan dalam Membeli Produk

Kebiasaan membeli produk mencerminkan pola pembelian yang konsisten dari konsumen terhadap produk atau merek tertentu. Kebiasaan ini terbentuk melalui pengalaman yang berulang dan rasa puas terhadap produk tersebut. Konsumen dengan kebiasaan membeli biasanya memiliki preferensi yang jelas terhadap produk yang sudah dikenal.

c. Memberikan Rekomendasi pada Orang Lain

Indikator ini menunjukkan sejauh mana konsumen merekomendasikan produk kepada orang lain, seperti keluarga, teman, atau rekan kerja. Konsumen yang puas cenderung berbagi pengalaman positif mereka, yang pada gilirannya dapat memengaruhi keputusan pembelian orang lain. Rekomendasi ini sering kali dianggap lebih kredibel daripada iklan.

d. Melakukan Pembelian Ulang

Melakukan pembelian ulang merupakan indikator kepuasan konsumen yang kuat. Konsumen yang melakukan pembelian ulang menunjukkan bahwa produk atau layanan telah memenuhi kebutuhan mereka secara konsisten. Pembelian ulang ini sering kali menjadi indikator loyalitas konsumen terhadap merek.⁷

Berdasarkan uraian di atas, dapat diketahui bahwa keempat indikator tersebut memberikan gambaran yang jelas tentang bagaimana konsumen membuat keputusan pembelian. Memahami indikator ini dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan kualitas produk, memperkuat hubungan dengan pelanggan, dan menciptakan pengalaman yang lebih baik untuk mendorong loyalitas serta rekomendasi dari pelanggan.

B. Strategi Pemasaran Perbankan Syariah

1. Pengertian Strategi Pemasaran Perbankan Syariah

Strategi pemasaran adalah wujud rencana yang terarah di bidang pemasaran untuk memperoleh suatu hasil yang optimal. Strategi pemasaran diartikan sebagai serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan

⁷ Dian Mardiana dan Rosdiana Sijabat, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian", *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen* 6, no. 1, (2022), 10

serta aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran dari waktu ke waktu pada masing-masing tingkatan serta lokasinya.⁸

Strategi pemasaran perbankan syariah adalah pendekatan bisnis yang sistematis dalam merancang dan menjalankan proses penciptaan, penawaran, serta pertukaran nilai produk dan layanan perbankan kepada nasabah dan pemangku kepentingan, yang keseluruhan aktivitasnya dilandaskan pada prinsip-prinsip muamalah Islam dan dilakukan melalui akad-akad syariah yang sesuai dengan ketentuan hukum Islam.⁹

Strategi pemasaran perbankan syariah adalah suatu perencanaan taktis yang dilakukan oleh pihak pemasaran bank syariah dengan tujuan untuk mencapai target pasar secara efektif. Strategi ini disusun dengan terlebih dahulu memahami sasaran pasar yang dituju, kemudian menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki bank syariah. Melalui pendekatan ini, bank syariah dapat memanfaatkan potensi internal secara optimal dan menghadapi tantangan eksternal dengan lebih terarah, sehingga tujuan pemasaran dapat dicapai sesuai prinsip-prinsip syariah.¹⁰

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa strategi pemasaran perbankan syariah adalah serangkaian upaya yang dilakukan oleh bank syariah untuk mempromosikan produk dan layanan

⁸ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 83

⁹ Fauzan, *Manajemen Pemasaran Syariah*, (Yogyakarta: Bildung, 2019), 27

¹⁰ Purnama Putra dan Wiwik Hasbiyah, *Teori dan Praktik Pemasaran Syariah*, (Depok: Rajawali Pers, 2018), 175

keuangannya kepada masyarakat dengan tetap berlandaskan prinsip-prinsip syariah.

2. Pendekatan *Segmentation, Targeting, dan Positioning (STP)* dalam Pemasaran Perbankan Syariah

Segmentation, targeting, dan positioning (STP) dalam pemasaran perbankan syariah dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Segmentasi Pasar Perbankan Syariah (*Segmentation*)

Segmentasi pasar merupakan kegiatan membagi suatu pasar menjadi kelompok-kelompok pembeli yang berbeda yang mungkin memerlukan produk atau jasa. Segmentasi pasar bank syariah secara demografik yaitu:

- 1) Berdasarkan golongan umur yaitu masyarakat berumur produktif.
- 2) Berdasarkan agama lebih diutamakan yang beragama Islam.
- 3) Berdasarkan pendapatan, masyarakat yang memiliki pendapatan yang lebih dari kebutuhannya.¹¹

Berdasarkan aspek perilaku bank syariah menetapkan segmen pada masyarakat yang ingin transaksi cepat dan instan, masyarakat yang sibuk dengan pekerjaannya.¹²

b. Pasar Sasaran (*Targeting*) Perbankan Syariah

Setelah selesai melakukan segmentasi pasar, maka diperoleh beberapa segmen yang diinginkan bank syariah. Segmen yang akan menjadi sasaran bank syariah adalah melayani semua pasar dan

¹¹ Putra dan Hasbiyah, 175

¹² Putra dan Hasbiyah, 175

tawaran pasar dalam arti tidak ada perbedaan. Mencari apa yang sama dalam kebutuhan konsumen. Biasanya untuk produk massal seperti tabungan untuk semua kalangan usia, pendapatan dan wilayah. Keuntungan pasar serbasama adalah hemat biaya.¹³

c. Posisi Pasar (*Positioning*) Perbankan Syariah

Penentuan posisi pasar bagi produk atau jasa bagi suatu bank sangat penting. Menentukan posisi pasar yaitu menentukan posisi yang kompetitif untuk produk atau suatu pasar. Produk atau jasa diposisikan pada posisi yang diinginkan oleh nasabah, sehingga dapat menarik minat nasabah untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan.¹⁴

Produk adalah sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang diinginkan oleh nasabah atau konsumen. Dalam hal dunia perbankan syariah di mana produk yang dihasilkan berbentuk jasa. Agar produk yang dibuat laku dipasaran, maka penciptaan produk harusah memerhatikan tingkat kualitas yang sesuai dengan keinginan nasabahnya.¹⁵

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa pendekatan STP dalam pemasaran perbankan syariah mencakup segmentasi pasar berdasarkan usia, agama, pendapatan, dan perilaku konsumen; penetapan target pasar secara luas tanpa membedakan segmen untuk efisiensi biaya; serta *positioning* produk dan jasa secara strategis agar sesuai dengan

¹³ Putra dan Hasbiyah, 176

¹⁴ Putra dan Hasbiyah, 176

¹⁵ Putra dan Hasbiyah, 176

kebutuhan dan keinginan nasabah, dengan fokus pada kualitas layanan yang berbasis nilai-nilai syariah.

3. Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Perbankan Syariah

Bauran pemasaran (*Marketing Mix*) adalah serangkaian dari variabel pemasaran yang dapat dikuasai oleh perusahaan dan digunakan untuk mencapai tujuan dalam pasar sasaran. Sehingga bauran pemasaran dapat diartikan sebagai perpaduan seperangkat alat pemasaran yang sifatnya dapat dikendalikan oleh perusahaan sebagai bagian dalam upaya mencapai tujuan pada pasar sasaran.¹⁶ Menganalogi strategi perbankan syariah berdasarkan konsep *Marketing mix* merupakan keniscayaan untuk mempercepat pengembangan perbankan syariah. Berikut ini ditelaah satu per satu elemen *marketing mix* tersebut:

a. *Product* (Produk)

Sama halnya dengan perbankan konvensional, produk yang dihasilkan dalam perbankan syariah bukan berupa barang, melainkan berupa jasa. Ciri khas jasa yang dihasilkan harus mengacu pada nilai-nilai syariah atau yang diperbolehkan dalam Al-Quran, tetapi agar bisa lebih menarik minat konsumen terhadap jasa perbankan yang dihasilkan, produk tersebut harus tetap melakukan strategi “differensiasi” atau “diversifikasi” agar mereka mau beralih dan mulai menggunakan jasa perbankan syariah.¹⁷

¹⁶ Arif, 14

¹⁷ Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2013),

b. *Price* (Harga)

Price merupakan satu-satunya elemen pendapatan dalam *Marketing Mix*. Menentukan harga jual produk berupa jasa yang ditawarkan dalam perbankan syariah merupakan salah satu faktor penting untuk menarik minat nasabah¹⁸

Menerjemahkan pengertian harga dalam perbankan syariah bisa dianalogikan dengan melihat seberapa besar pengorbanan yang dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan manfaat dalam bentuk jasa yang setimpal atas pengorbanan yang telah dikeluarkan oleh konsumen tersebut. Ketika jasa yang dihasilkan oleh perbankan syariah mampu memberikan sebuah nilai tambah (keuntungan) lebih dari perbankan konvensional pada saat ini, artinya harga yang ditawarkan oleh perbankan syariah tersebut mampu bersaing, bahkan berhasil mengungguli perbankan konvensional.¹⁹

c. *Place* (Tempat/Saluran Distribusi)

Melakukan penetrasi pasar perbankan syariah yang baik tidak akan berhasil jika tidak didukung oleh tempat atau saluran distribusi yang baik pula, untuk menjual jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Menyebarluaskan unit pelayanan perbankan syariah hingga ke pelosok daerah adalah sebuah keharusan jika ingin melakukan penetrasi pasar dengan baik. Jika pelayanan perbankan syariah bisa dilakukan di mana

¹⁸ Umam, 292

¹⁹ Umam, 292

saja di seluruh Indonesia, bisa dipastikan penetrasi pasar perbankan syariah akan lebih cepat.²⁰

d. *Promotion* (Promosi)

Promosi merupakan salah satu faktor pendukung kesuksesan perbankan syariah. Dalam *marketing*, efektivitas sebuah iklan sering digunakan untuk menanamkan *brand image* atau agar lebih dikenal keberadaannya. Ketika *brand image* sudah tetanam di benak masyarakat umum, menjual sebuah produk, baik dalam bentuk barang maupun jasa akan terasa menjadi jauh lebih mudah. Kurangnya sosialisasi atau promosi yang dilakukan oleh perbankan syariah bisa menjadi salah satu penyebab lambanya perkembangan perbankan syariah di Indonesia pada saat sekarang ini. Diperlukan biaya yang tidak sedikit untuk melakukan kegiatan promosi atau sejenisnya.²¹

Elemen-elemen di atas merupakan konsep klasik *marketing mix*, yang dalam perkembangan juga sudah dimasukkan beberapa indikator tambahan terbaru, seperti berikut ini:

e. *People* (Orang)

People bisa diinterpretasikan sebagai sumber daya manusia (SDM) dari perbankan syariah, baik secara langsung maupun tidak langsung yang akan berhubungan dengan nasabah (*costumer*), SDM ini pun sangat berkorelasi dengan tingkat kepuasan para pelanggan perbankan syariah. Menempatkan SDM di tempat yang sesuai dengan

²⁰ Umam, 292

²¹ Umam, 292-293

kapasitasnya, memang memerlukan sebuah strategi manajemen SDM yang cukup baik karena jika strategi yang diimplementasikan keliru, akan berakibat fatal terhadap tingkat kepuasan pelanggan secara jangka panjang.²²

f. *Process* (Proses)

Pada perbankan syariah, proses atau mekanisme, mulai dari melakukan penawaran produk hingga proses menangani keluhan pelanggan perbankan syariah yang efektif dan efisien, perlu dikembangkan dan ditingkatkan. Proses ini akan menjadi salah satu bagian yang sangat penting bagi perkembangan perbankan syariah agar dapat menghasilkan produk berupa jasa yang prosesnya juga bisa diterima dengan baik oleh nasabah perbankan syariah.²³

g. *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

Produk berupa pelayanan jasa perbankan syariah merupakan sesuatu bersifat *in-tangible* atau tidak dapat diukur secara pasti seperti halnya sebuah produk yang berbentuk barang. Jasa perbankan syariah lebih mengarah pada rasa atau semacam testimonial dari orang-orang yang pernah menggunakan jasa perbankan syariah.²⁴

Cara dan bentuk pelayanan kepada nasabah perbankan syariah ini juga merupakan bukti nyata yang seharusnya bisa dirasakan atau dianggap sebagai bukti fisik bagi para nasabahnya, yang suatu hari

²² Umam, 293

²³ Umam, 293-294

²⁴ Umam, 294

nanti diharapkan akan memberikan sebuah testimonial positif kepada masyarakat umum guna mendukung percepatan perkembangan perbankan syariah menuju arah yang lebih baik lagi dari saat ini.²⁵

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa strategi bauran pemasaran perbankan syariah mencakup tujuh elemen utama, yaitu produk berbasis syariah, penetapan harga yang kompetitif dan adil, distribusi layanan yang luas dan mudah diakses, promosi untuk membangun citra positif, sumber daya manusia yang profesional dan ramah, proses pelayanan yang efisien, serta bukti fisik yang meyakinkan melalui pengalaman layanan, semua dirancang untuk menarik dan mempertahankan nasabah serta mempercepat pertumbuhan perbankan syariah.

C. Akses Layanan Keuangan Mikro

1. Pengertian Akses Layanan Keuangan Mikro

Layanan keuangan mikro adalah bentuk penyediaan jasa keuangan, terutama dalam bentuk pinjaman kecil atau kredit mikro, yang ditujukan bagi masyarakat miskin atau kelompok yang secara tradisional tidak terjangkau oleh layanan keuangan formal (*unbankable*). Layanan ini dirancang secara khusus untuk menyesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi sosial ekonomi kelompok sasaran, dengan tujuan mendorong inklusi keuangan dan pemberdayaan ekonomi.²⁶

²⁵ Umam, 294

²⁶ Ahmad Juwaini, *Strategi Pengembangan Keuangan Mikro Syariah di Indonesia*, (Jakarta: Komite Nasional Keuangan Syariah, 2019), 24

Layanan keuangan mikro adalah penyediaan berbagai bentuk layanan keuangan yang mencakup kredit, tabungan, asuransi, dan layanan transfer uang yang dirancang khusus untuk menjangkau masyarakat miskin atau berpenghasilan rendah, termasuk pelaku usaha mikro. Tujuannya adalah untuk memberikan kesempatan yang lebih luas bagi kelompok ekonomi lemah agar dapat mengelola keuangan mereka secara lebih mandiri, memperluas peluang usaha, serta meningkatkan kesejahteraan ekonomi keluarga.²⁷

Akses layanan keuangan mikro merujuk pada kemampuan individu atau kelompok, khususnya yang berpenghasilan rendah atau tidak memiliki akses ke perbankan formal, untuk memperoleh berbagai layanan keuangan yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Tujuan utamanya adalah memberdayakan masyarakat miskin dan usaha mikro agar dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi mereka.²⁸

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa akses layanan keuangan mikro adalah kemampuan individu atau kelompok masyarakat berpenghasilan rendah, termasuk pelaku usaha mikro, untuk memperoleh berbagai layanan keuangan yang dirancang sesuai dengan kondisi sosial ekonomi mereka.

2. Pilar Keberhasilan Akses Layanan Keuangan Mikro

Zeller dan Meyer, sebagaimana dikutip oleh Juwaini mengemukakan bahwa untuk mencapai kesuksesan yang berkelanjutan,

²⁷ Esty Pudyastuti, dkk, "Peran Lembaga Keuangan Mikro dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Kecil Menengah," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 11, no. 4, (2022), 461

²⁸ Nurul Sandra Maharani, dkk, "Peran Lembaga Keuangan Mikro Dalam Meningkatkan Akses Pembiayaan Usaha Kecil di Kota Medan", *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika* 18, no. 1, (2024), 1248-1245

layanan keuangan mikro harus memperhatikan tiga sisi utama yang membentuk sebuah segitiga keberhasilan. Ketiga pilar ini meliputi:

a. Keterjangkauan (*Access*)

Pilar pertama ini menekankan pentingnya layanan keuangan mikro yang dapat dijangkau berbagai lapisan masyarakat, terutama mereka yang tergolong miskin atau rentan. Aksesibilitas ini tidak hanya berbicara tentang jumlah orang yang dapat dijangkau, tetapi juga mencakup tingkat kemiskinan yang ada. Program layanan keuangan mikro harus dapat menyesuaikan diri dengan kebutuhan spesifik kelompok masyarakat yang tidak memiliki akses ke lembaga keuangan formal. Keterjangkauan ini mencakup pengurangan hambatan seperti biaya, jarak, serta proses yang rumit yang sering kali menjadi penghalang bagi orang miskin untuk mengakses layanan keuangan.²⁹

b. Sustainabilitas Keuangan (*Financial Sustainability*)

Pilar kedua adalah keberlanjutan dari sisi finansial. Keberhasilan suatu layanan keuangan mikro tidak hanya terukur dari banyaknya individu yang dilayani, tetapi juga dari bank untuk menutup biaya operasional dalam jangka panjang. Dalam konteks ini, sustainabilitas berarti bank tersebut harus mampu menghasilkan pendapatan yang cukup untuk mendukung operasional dan pertumbuhannya, tanpa bergantung pada subsidi atau bantuan luar

²⁹ Juwaini, *Strategi Pengembangan Keuangan Mikro Syariah di Indonesia*, 25

yang bersifat sementara. Oleh karena itu, bank perlu memiliki model bisnis yang efisien dan terkelola dengan baik untuk memastikan bahwa layanan yang diberikan bisa bertahan dalam jangka panjang.³⁰

c. Dampak (*Impact*)

Pilar ketiga adalah dampak nyata dari layanan keuangan mikro terhadap kualitas hidup nasabah. Layanan keuangan mikro tidak hanya bertujuan memberikan pinjaman atau simpanan, tetapi juga harus memberi dampak positif yang signifikan dalam kehidupan sosial dan ekonomi penerima layanan. Dampak tersebut dapat terlihat dalam peningkatan pendapatan, peningkatan kesejahteraan, akses pendidikan, kesehatan, dan kemampuan untuk merencanakan masa depan. Oleh karena itu, lembaga keuangan mikro harus memantau dan mengevaluasi dampak sosial yang dihasilkan dari program mereka.³¹

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa keberhasilan layanan keuangan mikro terletak pada integrasi dan keseimbangan antara ketiga pilar tersebut. Layanan yang mengutamakan keterjangkauan, diiringi dengan keberlanjutan finansial, serta memberikan dampak positif bagi nasabah, dapat memastikan keberhasilan yang berkelanjutan bagi lembaga dan masyarakat yang dilayani. Dengan memperhatikan ketiga pilar tersebut, layanan keuangan mikro dapat menjadi alat yang efektif dalam memberdayakan masyarakat dan mengurangi kemiskinan.

³⁰ Juwaini, 25

³¹ Juwaini, 25

3. Macam-macam Akses Layanan Keuangan Mikro

Agar layanan keuangan mikro dapat berjalan efektif dan memberikan dampak positif bagi masyarakat, maka layanan tersebut harus memiliki karakteristik sehingga dapat dengan mudah diakses oleh masyarakat. Berikut adalah uraian mendalam mengenai macam-macam akses layanan keuangan mikro yang baik:

a. Pinjaman dalam Jumlah Kecil

Salah satu aspek dari layanan keuangan mikro adalah pemberian pinjaman dalam jumlah kecil (*small loans*). Pinjaman ini umumnya disesuaikan dengan kapasitas ekonomi dan kebutuhan usaha dari nasabah yang biasanya berasal dari kalangan ekonomi menengah ke bawah. Jumlah pinjaman yang kecil memudahkan peminjam dalam mengelola dan mengembalikan dana tersebut, serta meminimalisasi risiko gagal bayar. Meskipun jumlahnya kecil, dampak sosial dan ekonomi dari pinjaman ini bisa sangat besar, seperti membantu memulai usaha kecil, menambah modal kerja, atau memenuhi kebutuhan mendesak.³²

b. Jangka Waktu Pendek

Layanan keuangan mikro biasanya menawarkan pinjaman dengan jangka waktu pendek, berkisar antara beberapa minggu hingga beberapa bulan. Jangka waktu yang singkat ini memudahkan pelunasan bagi peminjam karena tidak terlalu lama menanggung beban utang. Selain itu, lembaga keuangan mikro juga dapat memutar dana

³² Juwaini, 24

lebih cepat untuk digunakan oleh peminjam lain. Struktur jangka pendek juga memungkinkan lembaga keuangan mikro melakukan penilaian berkala terhadap kelayakan nasabah untuk menerima pinjaman berikutnya.³³

c. Penilaian Peminjam yang Sederhana

Prosedur penilaian peminjam dalam keuangan mikro bersifat simpel dan disederhanakan. Tidak seperti lembaga keuangan konvensional yang seringkali mensyaratkan berbagai dokumen formal seperti laporan keuangan, agunan, dan histori kredit, lembaga keuangan mikro lebih mengandalkan pendekatan personal, wawancara langsung, kunjungan lapangan, serta rekomendasi dari anggota kelompok atau masyarakat. Tujuannya adalah untuk mengurangi hambatan administratif yang seringkali menghalangi kelompok miskin untuk mengakses pembiayaan.³⁴

d. Pencairan Dana yang Cepat

Kecepatan dalam proses pencairan dana menjadi nilai tambah penting dalam layanan keuangan mikro. Setelah proses penilaian dan persetujuan selesai, dana pinjaman biasanya dapat segera dicairkan dalam waktu singkat. Proses ini penting karena peminjam mikro seringkali membutuhkan dana secara cepat untuk keperluan produktif

³³ Juwaini, 24

³⁴ Juwaini, 24

seperti pembelian bahan baku, pembayaran upah, atau memenuhi pesanan pelanggan.³⁵

e. Pinjaman Berulang Bagi Nasabah yang Tertib Membayar

Layanan keuangan mikro yang baik memberikan kesempatan kepada peminjam yang disiplin dan tepat waktu dalam pembayaran cicilan untuk mendapatkan pinjaman berulang dengan nominal yang lebih besar. Pola ini mendorong peminjam untuk menjaga kedisiplinan dan membangun reputasi keuangan yang baik. Dengan kata lain, sistem ini menciptakan insentif positif dan hubungan jangka panjang antara peminjam dan lembaga penyedia pinjaman.³⁶

f. Lokasi dan Waktu Layanan yang Nyaman

Aksesibilitas menjadi aspek penting dalam keberhasilan layanan keuangan mikro. Lembaga keuangan umumnya hadir di dekat komunitas atau desa, dengan waktu operasional yang fleksibel dan menyesuaikan dengan aktivitas nasabah. Layanan yang tersedia di waktu dan tempat yang strategis membantu mengurangi biaya transportasi dan waktu yang harus dihabiskan oleh peminjam untuk mengakses layanan keuangan. Pendekatan ini menunjukkan komitmen lembaga keuangan dalam menjangkau dan melayani masyarakat secara inklusif.³⁷

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa keberhasilan layanan keuangan mikro tidak hanya diukur dari seberapa besar pinjaman

³⁵ Juwaini, 24

³⁶ Juwaini, 24

³⁷ Juwaini, 24

yang disalurkan, tetapi juga dari sejauh mana layanan tersebut memenuhi prinsip inklusi, kenyamanan, dan kebermanfaatan bagi masyarakat sasaran sehingga dapat mudah diakses. Aspek layanan keuangan mikro seperti pinjaman kecil, jangka pendek, penilaian sederhana, pencairan cepat, insentif bagi peminjam disiplin, serta aksesibilitas lokasi dan waktu, merupakan pilar utama yang mendukung terwujudnya keuangan mikro yang efektif dan berkelanjutan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*field research*).

Penelitian lapangan (*field research*) adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk mempelajari secara intensif tentang keadaan saat ini di lapangan yang dijadikan objek penelitian. Penelitian lapangan mempelajari tentang interaksi di lingkungan suatu unit sosial seperti individu, kelompok, dan lembaga atau masyarakat yang memiliki keunikan atau kekhasan tertentu, baik bersifat positif maupun negatif.¹

Penelitian lapangan pada penelitian ini dilakukan di BPRS Aman Syariah. BPRS Aman Syariah dipilih sebagai objek penelitian karena bank ini telah berperan penting dalam memberikan akses keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah kepada UMKM, khususnya di wilayah Lampung. Selain itu, BPRS Aman Syariah juga telah melaksanakan berbagai strategi pemasaran yang berfokus pada peningkatan layanan keuangan mikro, yang menjadi kunci dalam pemberdayaan UMKM.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, artinya penelitian kualitatif bersifat mendeskripsikan makna data atau fenomena yang dapat

¹ Nurlina T. Muhyiddin, dkk, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Sosial*, (Jakarta: Salemba Empat, 2017), 13

ditangkap oleh peneliti dengan menunjukkan bukti-buktiannya. Pemaknaan terhadap fenomena itu banyak bergantung pada kemampuan dan ketajaman peneliti dalam menganalisisnya.²

Penelitian ini menggunakan sifat penelitian deskriptif kualitatif untuk menggali pemahaman mendalam mengenai dampak strategi pemasaran perbankan syariah dan peningkatan akses layanan keuangan mikro terhadap keputusan UMKM di BPRS Aman Syariah. Pendekatan ini dipilih karena bertujuan untuk menggambarkan fenomena yang terjadi di lapangan secara utuh.

B. Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini dibagi menjadi dua jenis, yaitu:

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data pada pengumpulan data.³ Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh dari pihak-pihak yang memberikan informasi secara langsung kepada peneliti, yaitu: Direktur BPRS Aman Syariah yaitu Bapak Sugiyanto, Karyawan yang menangani bagian pembiayaan UMKM yaitu Ibu Diah Retno Ningsih, dan empat orang nasabah UMKM BPRS Aman Syariah yang datanya diberikan langsung oleh pihak bank.

Teknik pengambilan sumber data penelitian ini menggunakan teknik *quota sampel*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan jumlah

² Zuhri Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Makassar: CV. Syakir Media Press, 2021), 31

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 137

tertentu (kuota) yang sudah ditetapkan.⁴ Pada penelitian ini, empat nasabah yang dijadikan informan ditentukan oleh BPRS Aman Syariah. Peneliti tidak menentukan sendiri kriteria pemilihan nasabah, tetapi menggunakan data sesuai batasan akses yang ditetapkan oleh BPRS Aman Syariah. Keempat nasabah UMKM tersebut yaitu Bapak Nasir, Ibu Muntofiyah, Bapak Ya Arhamar, dan Ibu Sarmini

2. Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.⁵ Sumber data sekunder pada penelitian ini digunakan oleh peneliti untuk membantu dalam proses pengumpulan data, sumber data tersebut dapat berupa brosur dan catatan dari BPRS Aman Syariah yang dapat digunakan saat proses wawancara dengan responden yang menjadi objek utama dari pengambilan data penelitian. Sumber data sekunder yang digunakan oleh peneliti diharapkan dapat mempermudah peneliti dalam penelitian dan dapat melengkapi sumber data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan adalah:

1. Teknik Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data melalui proses tanya jawab lisan yang berlangsung satu arah, artinya pertanyaan datang dari

⁴ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), 184-185

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 137

pihak yang mewawancara dan jawaban yang diberikan oleh yang diwawancara.⁶

Wawancara yang digunakan peneliti adalah wawancara semi terstruktur, di mana dalam pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, di mana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat, dan ide-idenya. Dalam melakukan wawancara, peneliti mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan.⁷

Pada penelitian ini, peneliti mewawancara pihak-pihak yang memiliki informasi yang dibutuhkan, yaitu Direktur BPRS Aman Syariah, Bapak Sugiyanto, yang memberikan informasi langsung terkait kondisi lembaga; Karyawan BPRS Aman Syariah yang menangani bagian pembiayaan UMKM, yaitu Ibu Diah Retno Ningsih, yang telah berpengalaman dalam pengelolaan pembiayaan; serta empat nasabah UMKM BPRS Aman Syariah, yaitu Bapak Nasir, Ibu Muntofiyah, Bapak Ya Arhamar, dan Ibu Sarmini, yang datanya diberikan langsung oleh pihak bank.

2. Teknik Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek, dokumentasi merupakan sebuah cara yang dapat dilakukan oleh peneliti

⁶ Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), 105

⁷ Abdussamad, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 146

yang penelitiannya bersifat kualitatif untuk mendapatkan gambaran dari sudut pandang objek melalui suatu media tulis dan dokumen-dokumen lainnya yang dibuat langsung oleh subjek penelitian. Dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal yang berupa catatan, buku, transkip, surat kabar, *ledger*, agenda dan sebagainya.⁸

Teknik dokumentasi digunakan pada penelitian ini dengan mencatat secara sistematis hasil wawancara dengan pihak terkait, serta pengumpulan dokumen-dokumen yang mencakup data keuangan dan laporan internal BPRS Aman Syariah. Selain itu, dokumentasi juga mencakup arsip-arsip yang berkaitan dengan kebijakan pemasaran dan penerapan layanan keuangan mikro, yang kemudian dianalisis untuk mengidentifikasi dampak dari strategi pemasaran terhadap keputusan UMKM dalam memilih layanan keuangan. Teknik ini sangat penting untuk memastikan bahwa data yang diperoleh bersifat valid dan dapat dipertanggungjawabkan, serta mempermudah penarikan kesimpulan dan rekomendasi yang akurat dalam penelitian ini.

D. Teknik Penjamin Keabsahan Data

Pada penelitian ini untuk mendapatkan keabsahan data dilakukan dengan triangulasi. Triangulasi merupakan teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada, tujuan dari triangulasi bukan untuk mencari kebenaran tentang beberapa fenomena, tetapi lebih pada peningkatan pemahaman peneliti terhadap apa yang telah ditemukan.⁹

⁸ Abdussamad, 149

⁹ Pasaribu, dkk, *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis.*, 147

Menurut Sugiyono, triangulasi dibagi menjadi tiga jenis. Pertama, triangulasi sumber, yaitu pengujian kredibilitas data dengan cara mengecek data yang diperoleh melalui beberapa sumber. Kedua, triangulasi teknik, yaitu menguji kredibilitas data dengan mengecek data kepada sumber yang sama menggunakan teknik yang berbeda. Ketiga, triangulasi waktu, yaitu pengujian data dengan mempertimbangkan waktu pengambilan data, karena kondisi waktu dapat memengaruhi kredibilitas informasi sehingga pengumpulan data perlu disesuaikan dengan keadaan narasumber.¹⁰

Jenis triangulasi yang digunakan untuk memenuhi keabsahan data penelitian ini yaitu triangulasi sumber. Triangulasi dengan sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Data dari beberapa sumber tersebut dideskripsikan, dikategorisasikan, mana pandangan yang sama, mana yang berbeda, dan mana yang spesifik dari berbagai sumber yang digunakan.¹¹

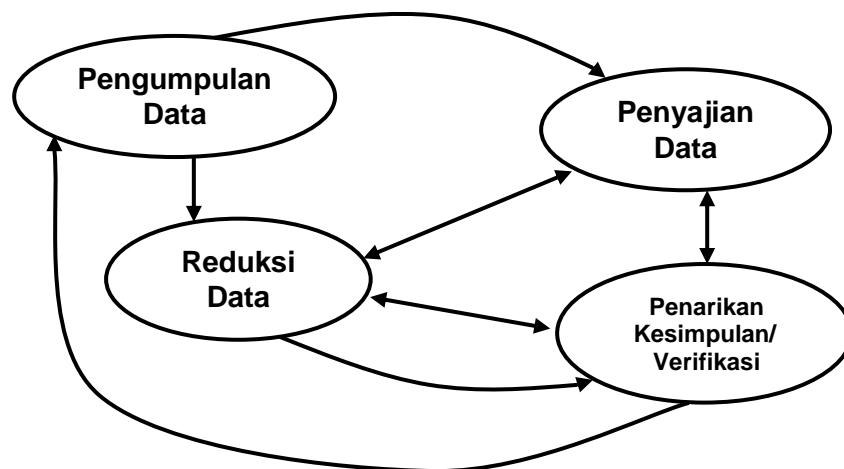
Pada penelitian ini, teknik triangulasi sumber digunakan untuk menguji keabsahan data yang diperoleh dengan cara membandingkan informasi yang didapat dari berbagai sumber yang berbeda, seperti wawancara dengan pihak direktur, karyawan BPRS Aman Syariah, serta nasabah UMKM BPRS Aman Syariah, survei terhadap UMKM, serta data-data lain yang diperlukan dalam penelitian ini. Dengan menggabungkan data dari berbagai sumber ini, peneliti dapat memverifikasi konsistensi temuan yang ada, sehingga memperkuat validitas hasil penelitian.

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 274

¹¹ Sugiyono, 274

E. Teknik Analisa Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lainnya, sehingga dapat mudah difahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.¹² Analisis data yang digunakan adalah analisa data kualitatif. Langkah-langkah analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:



Gambar 3.1 Alur Analisis Data Kualitatif (Miles & Huberman)

1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah mencari, mencatat, dan mengumpulkan semua secara objektif dan apa adanya sesuai dengan hasil observasi dan wawancara di lapangan yaitu pencatatan data dan berbagai bentuk data yang ada di lapangan. Analisis data pada penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu.¹³

12 Sugiyono 244

¹³ Sugiyono, 244

Pada penelitian ini, pengumpulan data dimulai dengan mengumpulkan data yang relevan dengan topik penelitian. Dalam kasus ini, data mencakup hasil wawancara dan dokumentasi terkait dampak strategi pemasaran perbankan syariah dan peningkatan akses layanan keuangan mikro terhadap keputusan UMKM di BPRS Aman Syariah.

2. ***Data Reduction (Reduksi Data)***

Menurut Sugiyono, mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang hal yang tidak perlu. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.¹⁴

Pada penelitian ini, reduksi data dilakukan dengan mengurangi data yang telah terkumpul menjadi unit-unit yang lebih kecil atau lebih terkelompok agar lebih mudah dianalisis. Penyederhanaan data yang dikumpulkan dilakukan dengan cara memfokuskan, memilih pokok-pokok penting, meringkas, dan membuang bagian yang tidak relevan.

3. ***Data Display (Penyajian Data)***

Menurut Miles dan Huberman, sebagaimana dikutip oleh Sugiyono, yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks dan naratif.¹⁵ Pada penelitian ini, tahap penyajian data dimulai dari data yang telah direduksi disajikan

¹⁴ Sugiyono, 247

¹⁵ Sugiyono, 249

dalam bentuk yang mudah dipahami. Teknik penyajian data yang digunakan antara lain dilakukan dengan narasi yaitu menyajikan data dalam bentuk cerita untuk memberikan konteks dan makna yang lebih mendalam. Selain melalui narasi bisa juga melalui tabel yaitu mengatur data dalam bentuk tabel untuk memudahkan perbandingan dan analisis, atau juga dalam bentuk diagram yaitu menggambarkan data dalam bentuk diagram untuk mempermudah visualisasi.

4. Conclusion (Pengambilan Kesimpulan)

Langkah selanjutnya dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman yang adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya.¹⁶

Pada penelitian ini, tahap *conclusion* dilakukan dengan peneliti menginterpretasikan temuan penelitiannya dan menarik kesimpulan yang logis. Peneliti juga melakukan verifikasi kesimpulannya dengan cara membandingkan temuannya dengan penelitian lain yang relevan.

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang ditetapkan sejak awal, tetapi mungkin saja tidak, karena seperti rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah peneliti berada di lapangan.

¹⁶ Sugiyono, 252

Penarikan kesimpulan dalam penelitian kualitatif yang diharapkan adalah merupakan temuan baru yang belum pernah ada.¹⁷

Mengingat penelitian ini bersifat deskriptif maka penarikan kesimpulan dengan menggunakan metode analisis. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode induktif. Cara berpikir induktif adalah cara berpikir yang menarik suatu kesimpulan yang bersifat umum dari pernyataan yang bersifat khusus atau individual. Penalaran secara induktif dimulai dengan mengemukakan pernyataan-pernyataan yang mempunyai ruang lingkup yang khas dan terbatas dalam menyusun argumentasi, yang diakhiri dengan pernyataan yang bersifat umum.¹⁸

Pada penelitian ini, data yang telah diproses dengan langkah-langkah seperti di atas, kemudian ditarik kesimpulan secara kritis dengan menggunakan metode induktif dengan jalan menguraikan atau menginterpretasikan hal-hal yang bersifat khusus pada kesimpulan yang bersifat umum. Setelah itu, kesimpulan yang telah dibuat kemudian diverifikasi dengan cara melihat kembali pada hasil reduksi dan *display* data sehingga kesimpulan yang diambil tidak menyimpang dari permasalahan penelitian.

¹⁷ Pasaribu, dkk, *Metodologi Penelitian*, 118

¹⁸ Pasaribu, dkk, 15

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum BPRS Aman Syariah

1. Sejarah Berdirinya PT. BPRS Aman Syariah

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia didorong oleh empat alasan utama. Pertama, adanya keinginan sebagian masyarakat untuk melakukan transaksi perbankan atau kegiatan ekonomi yang sesuai dengan nilai dan prinsip syariah, terutama bebas dari riba sebagaimana diatur dalam fatwa MUI. Kedua, keunggulan sistem operasional dan produk perbankan syariah yang menekankan moralitas, keadilan, dan transparansi dalam pelaksanaannya. Ketiga, adanya pengawasan dan pembinaan dari Bank Indonesia yang menjaga keberlangsungan perbankan syariah. Keempat, adanya Lembaga Penjamin Simpanan yang memberikan jaminan terhadap dana nasabah.¹

Keempat alasan tersebut juga berlaku di Kabupaten Lampung Timur. Sejumlah tokoh dan praktisi Lembaga Keuangan Mikro Syariah (*BMT*) di Kecamatan Sekampung berinisiatif mendirikan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah dengan nama PT BPRS Aman Syariah. BPRS ini merupakan *community bank*, yaitu bank yang berfokus melayani masyarakat di wilayah operasionalnya dengan memanfaatkan potensi lokal. Karena itu, pendirian PT BPRS Aman Syariah didukung oleh

¹ Dokumentasi, Profil BPRS Aman Syariah Sekampung, 2025

potensi lokal dalam hal permodalan, penghimpunan dana, penyaluran dana, serta pengurus dan pegawai yang berasal dari masyarakat Lampung Timur, khususnya di Kecamatan Sekampung.

Pendirian PT BPRS Aman Syariah berlandaskan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, Peraturan Bank Indonesia (PBI) Nomor 11/23/PBI/2009 tanggal 1 Juli 2009 tentang Bank Pembiayaan Rakyat Syariah, serta Surat Edaran Bank Indonesia Nomor 11/34/DPbS tanggal 23 Desember 2009. Berdasarkan ketentuan PBI tersebut, BPRS hanya dapat berdiri dengan izin dari Bank Indonesia yang terdiri atas izin prinsip dan izin usaha. Salah satu syarat izin prinsip adalah adanya studi kelayakan mengenai peluang pasar dan potensi ekonomi.

PT BPRS Aman Syariah Lampung Timur didirikan melalui Rapat Calon Pemegang Saham pada 17 Maret 2012 yang dihadiri oleh 17 calon pemegang saham. Badan hukum PT diperoleh berdasarkan Akta Pendirian Nomor 15 tanggal 11 Februari 2014 oleh Notaris Abadi Riyantini, S.H., dan disahkan oleh Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia dengan Nomor AHU-10.01982.PENDIRIAN-PT.2014 tanggal 13 Februari 2014. Izin prinsip diterbitkan oleh Otoritas Jasa Keuangan melalui Surat Nomor S-2/PB.1/2014 tanggal 28 Januari 2014, sedangkan izin usaha diterbitkan melalui Surat Nomor S-237/PB.131/2014 tanggal 30 Desember 2014, yang sekaligus menandai dimulainya operasional bank tersebut.²

² Dokumentasi, Profil BPRS Aman Syariah Sekampung, 2025

2. Visi dan Misi PT. BPRS Aman Syariah

Visi dan Misi Bank Aman Syariah Sekampung yaitu sebagai berikut:

a. Visi

Menjadi BPR Syariah terbesar di Lampung yang tumbuh dan berkembang secara sehat dan kuat.³

b. Misi

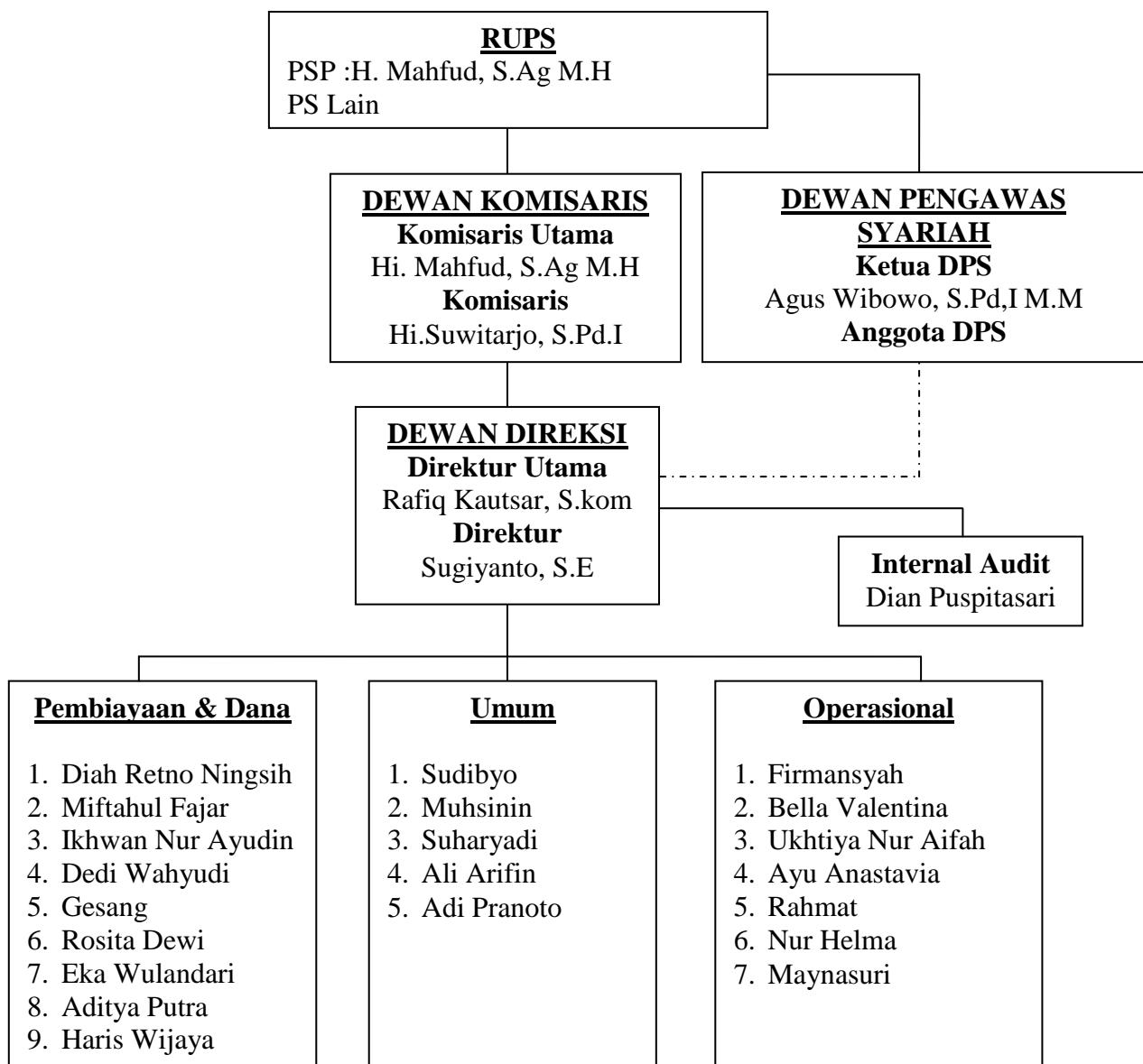
- 1) Meningkatkan perluasan jaringan dengan pembukaan kantor cabang di wilayah Lampung yang strategis.
- 2) Meningkatkan pelayanan secara profesional, Syariah dan Amanah yang memiliki nilai tambah.
- 3) Meningkatkan sumber daya manusia yang mampu bersaing sesuai dengan perkembangan teknologi informasi yang syariah.
- 4) Meningkatkan pengelolaan dengan menerapkan *Good Corporate Governance* (GCG) di seluruh kantor yang ada.
- 5) Meningkatkan fungsi dan peran bank kepada masyarakat secara luas.
- 6) Meningkatkan penerapan bisnis dan operasional dengan menerapkan prinsip prudent.
- 7) Peningkatan permodalan yang seimbang sejalan dengan pertumbuhan asset dan pendapatannya.⁴

³ Dokumentasi, Profil BPRS Aman Syariah Sekampung, 2025

⁴ Dokumentasi, Profil BPRS Aman Syariah Sekampung, 2025

3. Struktur Organisasi PT. BPRS Aman Syariah

Gambar 4.1
Struktur Organisasi PT. BPRS Aman Syariah



4. Produk-Produk Bank Aman Syariah Sekampung

a. Produk Pendanaan

1) Tabungan Khusus Wadiah (TAKWA)

Tabungan ini pada hakekatnya merupakan dana masyarakat, tabungan dengan sistem wadiah ini dapat menampung berbagai aspek kepentingan Baitul Maal dan yang bersifat amanah lainnya, seperti: Zakat, Infaq, Shadaqah, SPP, Uang Infaq Bangunan, Amanah lainnya.

2) Tabungan Mudharabah (TAMBAH)

Tabungan Mudharabah merupakan produk yang ditawarkan kepada masyarakat dengan sistem bagi hasil sesuai dengan nisbah yang telah disepakati oleh bank dan nasabah.

3) Tabungan Haji Mabrur (TAJIMABRUR)

Tabungan Ongkos Naik Haji PT. BPRS Aman Syariah Lampung Timur ini merupakan produk simpanan guna menampung kepentingan kaum muslimin dan muslimat yang berniat menunaikan ibadah haji namun belum cukup untuk membayar lunas sekaligus.

4) Tabungan Qurban Aman Syariah (TAQURBANAS)

Tabungan Qurban ini merupakan produk simpanan guna menampung kepentingan muslimin dan muslimat yang berniat untuk melaksanakan ibadah penyembelihan hewan qurban pada hari Raya Idul Qurban/Idul Adha.⁵

⁵ Dokumentasi, Profil BPRS Aman Syariah Sekampung, 2025

5) Tabungan Pendidikan Aman Syariah (TAPENAS)

Tabungan ini merupakan produk simpanan untuk para pelajar dan mahasiswa atau bagi orang tua yang ingin menyimpan dananya untuk kepentingan pendidikan selama menempuh pendidikan.

6) Tabungan Masa Tua (TAMATU)

Tabungan ini merupakan produk simpanan untuk masyarakat dalam mencukupi kebutuhan dimasa tua nanti.

7) Tabungan Anak Sejahtera (TABANAS)

Tabungan ini merupakan produk simpanan diperuntukan bagi orang tua atau masyarakat dalam membantu anaknya mempersiapkan masa depan yang lebih baik, seperti tabungan untuk membuat rumah, tempat usaha dan penambahan modal usaha sehingga anaknya kelak bisa hidup sejahtera.

8) Tabungan Umroh Makbulah (TAMU)

Tabungan ini merupakan produk simpanan guna menampung kepentingan muslimin dan muslimat yang berniat untuk melaksanakan ibadah umroh.

9) Tabungan Wisata (TAWA)

Tabungan ini merupakan produk simpanan untuk kepentingan wisata atau ziaroh, sehingga pelaksanaan wisata atau ziaroh bisa dijadwalkan kapan saja sesuai dengan dana yang sudah disiapkan.⁶

⁶ Dokumentasi, Profil BPRS Aman Syariah Sekampung, 2025

10) Tabungan Keluarga Samara (TAKASMARA)

Tabungan ini merupakan produk simpanan yang ditawarkan kepada para pemuda yang ingin membangun rumah tagga sakinah, mawwadah warahmah guna mempersiapkan biaya pernikahan yang sudah direncanakan.

11) Tabungan Idul Fitri (TIFI)

Tabungan ini merupakan tabungan yang tujuannya untuk persiapan menjelang idul fitri bagi masyarakat.

12) Deposito *Mudharabah*

Deposito ini yaitu deposito berjangka yang diperuntukkan bagi penyimpanan perorangan, perusahaan badan amal, organisasi sosial, koperasi dan segala lapisan masyarakat.⁷

b. Produk Pembiayaan

1) Pembiayaan Bagi Hasil (*Mudharabah & Musyarakah*)

Pembiayaan untuk pengusaha kecil di pedesaan, tujuan pembiayaan adalah untuk membiayai seluruh usaha yang akan dibiayai (perdagangan/jasa) dan *mudharib* setuju membagi keuntungan dengan proporsi bagi hasil yang disetujui bersama.

Layanan keuangan mikro yang disediakan oleh BPRS Aman Syariah termasuk ke dalam kategori produk pembiayaan bagi hasil (*Mudharabah* dan *Musyarakah*). Jenis pembiayaan ini ditujukan untuk para pengusaha kecil dan mikro, khususnya yang

⁷ Dokumentasi, Profil BPRS Aman Syariah Sekampung, 2025

berada di wilayah pedesaan, dengan tujuan untuk membiayai seluruh kegiatan usaha yang dijalankan, baik dalam sektor perdagangan maupun jasa.

Melalui skema ini, BPRS Aman Syariah berperan sebagai pihak penyedia dana (*shahibul maal*), sedangkan nasabah bertindak sebagai pengelola usaha (*mudharib*). Keuntungan yang diperoleh dari hasil usaha tersebut kemudian dibagi sesuai dengan proporsi bagi hasil yang telah disepakati bersama. Skema pembiayaan ini sejalan dengan prinsip keuangan mikro syariah yang menekankan pada aspek pemberdayaan ekonomi masyarakat kecil melalui sistem yang adil, tidak memberatkan, dan berorientasi pada kemitraan. Dengan demikian, layanan keuangan mikro pada BPRS Aman Syariah berfungsi tidak hanya sebagai sarana pembiayaan usaha, tetapi juga sebagai instrumen untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mendorong pertumbuhan ekonomi berbasis syariah di tingkat akar rumput.

2) Pembiayaan Pemilikan Barang / Jual Beli (Murabahah)

Dalam pembiayaan jenis ini PT. BPRS Aman Syariah Lampung Timur membeli barang yang dibutuhkan nasabah dan kemudian menjualnya dengan harga pokok pembelian ditambah keuntungan harga (harga jual) kepada nasabah tersebut sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak.

3) Pembiayaan *Qardh*

Penyaluran dana pada PT BPRS Aman Syariah yang berupa Pembiayaan *Qordh*.

4) Pembiayaan Multijasa

Dalam pembiayaan jenis ini PT. BPRS Aman Syariah Lampung Timur sebagai penyedia dana untuk kebutuhan nasabah dalam hal yang bersifat multiguna seperti biaya pendidikan, biaya pengobatan, biaya pesta pernikahan/sunatan dan lain-lain dimana bank meminta *ujroh/fee* terhadap dana yang diberikan oleh bank.⁸

B. Deskripsi Hasil Penelitian

1. Strategi Pemasaran BPRS Aman Syariah dalam Menarik Minat Pelaku UMKM untuk Menggunakan Layanan Keuangan Mikro

Penelitian ini menitikberatkan pada dua pendekatan utama dalam strategi pemasaran, yaitu pendekatan *Segmentation, Targeting, dan Positioning* (STP) serta penerapan unsur-unsur bauran pemasaran (*marketing mix*), yang meliputi aspek produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), proses (*process*), dan bukti fisik (*physical evidence*).

Pendekatan *segmentation, targeting, dan positioning* (STP) yang diterapkan di BPRS Aman Syariah Sekampung, yaitu sebagai berikut:

a. *Segmentation*

Penentuan kelompok masyarakat yang menjadi sasaran utama pada layanan keuangan mikro merupakan aspek penting yang perlu

⁸ Dokumentasi, Profil BPRS Aman Syariah Sekampung, 2025

diperhatikan secara cermat. Terkait hal tersebut, Bapak Sugiyanto, selaku Direktur BPRS Aman Syariah, menjelaskan sebagai berikut:

“BPRS Aman Syariah melakukan *mapping* terlebih dahulu terhadap masyarakat di sekitar wilayah operasional. Kami melihat kondisi ekonomi dan jenis usaha yang dijalankan masyarakat. Dari situ, kami bisa menentukan kelompok calon nasabah yang dianggap potensial. Setelah itu baru disusun strategi, apakah kami akan lebih fokus ke pelaku UMKM atau ke usaha yang skalanya lebih besar.”⁹

Sementara itu, Ibu Diah Retno Ningsih selaku karyawan BPRS Aman Syariah menyampaikan sebagai berikut:

“Kami memulai dengan pemetaan wilayah sekitar kantor untuk melihat kondisi ekonomi masyarakat. Dari hasil pemetaan itu, kami bisa tahu kelompok mana yang berpotensi menjadi calon nasabah layanan keuangan mikro. Pemetaan ini juga membantu kami menentukan strategi agar bisa menjangkau pelaku UMKM maupun usaha yang lebih besar dengan tepat.”¹⁰

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat diketahui bahwa BPRS Aman Syariah menentukan segmentasi pasar dengan memetakan kondisi ekonomi dan jenis usaha masyarakat di sekitar wilayah operasionalnya, lalu menggunakan hasil pemetaan tersebut sebagai dasar penyusunan strategi layanan keuangan mikro yang sesuai dengan karakter masyarakat setempat.

b. *Targeting*

Pada penentuan kelompok UMKM yang menjadi sasaran utama, BPRS Aman Syariah memiliki pertimbangan tertentu agar layanan keuangan mikro yang diberikan bisa tepat guna dan sesuai

⁹ Sugiyanto, Direktur BPRS Aman Syariah, wawancara, 02 Oktober 2025

¹⁰ Diah Retno Ningsih, Karyawan BPRS Aman Syariah, wawancara, 02 Oktober 2025

dengan prinsip syariah. Terkait hal tersebut, Bapak Sugiyanto selaku Direktur BPRS Aman Syariah menjelaskan sebagai berikut::

“Dalam memilih kelompok UMKM, kami melihat dari beberapa hal, seperti jenis usahanya, kemampuan usaha tersebut untuk berkembang, dan juga kedisiplinan calon nasabah dalam menjalankan usahanya. Kami lebih mengutamakan usaha yang sudah berjalan beberapa tahun, bukan yang baru akan dirintis. Selain itu, kami juga mempertimbangkan nilai kemanfaatannya bagi masyarakat sekitar, apakah usaha itu bisa membantu membuka lapangan kerja atau memberi dampak ekonomi positif di lingkungan sekitarnya. Dalam prosesnya, kami tetap memperhatikan prinsip 5C untuk menilai kelayakan calon nasabah.”¹¹

Sementara itu, Ibu Diah Retno Ningsih selaku karyawan BPRS Aman Syariah menyampaikan hal serupa sebagai berikut:

“Biasanya kami melihat dulu profil usahanya. Kalau usaha kecil tapi punya potensi berkembang, itu jadi pertimbangan utama. Kami juga melihat karakter nasabah, seperti kejujuran, tanggung jawab, dan kemauan untuk mengikuti aturan pembiayaan syariah. Prinsip 5C juga kami gunakan sebagai panduan, misalnya melihat karakter, kemampuan usaha, dan kondisi keuangan. Jadi tidak hanya soal besarnya usaha, tapi juga niat dan komitmen mereka untuk mengelola dana dengan baik.”¹²

Berdasarkan wawancara di atas, dapat diketahui bahwa BPRS Aman Syariah menentukan kelompok UMKM sasaran layanan keuangan mikro dengan mempertimbangkan jenis dan potensi usaha, karakter serta komitmen pelaku, dan dampak ekonominya bagi masyarakat. Penilaian kelayakan penerima pembiayaan juga berpedoman pada prinsip 5C (Character, Capacity, Capital, Collateral, dan Condition) agar penyaluran dana aman dan sesuai prinsip syariah.

¹¹ Sugiyanto, Direktur BPRS Aman Syariah, wawancara, 02 Oktober 2025

¹² Diah Retno Ningsih, Karyawan BPRS Aman Syariah, wawancara, 02 Oktober 2025

c. *Positioning*

Terkait dengan upaya membangun citra yang kuat di tengah persaingan lembaga keuangan, BPRS Aman Syariah memiliki strategi khusus yang difokuskan pada pelayanan kepada nasabah. Terkait hal ini, Bapak Sugiyanto selaku Direktur BPRS Aman Syariah menjelaskan sebagai berikut:

“Strategi utama kami adalah memberikan pelayanan yang cepat, ramah, dan mudah diakses oleh semua nasabah. Kami berusaha agar proses pembiayaan tidak memakan waktu lama, sehingga nasabah bisa mendapatkan kepastian lebih cepat. Selain itu, kami juga menyediakan layanan *pick up service* untuk menjemput setoran atau angsuran, terutama bagi nasabah yang lokasinya dekat dengan kantor. Dengan pelayanan seperti ini, kami ingin nasabah merasa nyaman dan terbantu tanpa harus repot datang ke bank.”¹³

Sementara itu, Ibu Diah Retno Ningsih selaku karyawan BPRS Aman Syariah menyampaikan hal yang senada sebagai berikut:

“BPRS Aman Syariah berusaha membangun citra melalui pelayanan yang cepat, ramah, dan responsif. Kami ingin menunjukkan bahwa nasabah tidak perlu menunggu lama untuk proses pembiayaan karena semuanya dibuat lebih sederhana dan pasti. Kami juga punya layanan penjemputan angsuran dengan *pick up*, jadi nasabah bisa lebih mudah bertransaksi tanpa harus datang ke kantor. Dari situ kami berharap bisa tampil beda dari lembaga keuangan lain, terutama dalam hal kemudahan dan kecepatan layanan.”¹⁴

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat diketahui bahwa dalam hal *positioning*, BPRS Aman Syariah menempatkan diri sebagai bank yang peduli dan dekat dengan pelaku UMKM melalui pelayanan yang ramah, cepat, dan nyaman. Layanan *pick up service* menjadi

¹³ Sugiyanto, Direktur BPRS Aman Syariah, wawancara, 02 Oktober 2025

¹⁴ Diah Retno Ningsih, Karyawan BPRS Aman Syariah, wawancara, 02 Oktober 2025

pembeda utama yang memperkuat citra sebagai lembaga keuangan yang responsif dan memudahkan nasabah.

Selanjutnya, penelitian ini juga menelaah penerapan unsur-unsur bauran pemasaran (*marketing mix*) sebagai pendekatan taktis dalam mengimplementasikan strategi pemasaran BPRS Aman Syariah dalam menarik minat pelaku UMKM untuk menggunakan layanan keuangan mikro, yaitu sebagai berikut:

a. Produk (*Product*)

Penyesuaian produk layanan keuangan mikro dengan kebutuhan pelaku UMKM menjadi salah satu fokus utama dalam kebijakan BPRS Aman Syariah. Terkait hal tersebut, Bapak Sugiyanto selaku Direktur BPRS Aman Syariah menjelaskan sebagai berikut:

“BPRS Aman Syariah selalu berusaha menyesuaikan produk keuangan mikro dengan kebutuhan pelaku UMKM. Kami juga menindaklanjuti kebijakan dari OJK yang mengharuskan adanya kemudahan bagi pelaku usaha kecil, termasuk dalam hal biaya administrasi agar tidak memberatkan. Ke depan, kami berencana menyediakan pembiayaan skala mikro dan ultra mikro, bahkan di bawah lima juta rupiah, tanpa agunan. Tapi tetap kami perhatikan manajemen risikonya supaya tetap aman untuk nasabah dan bank.”¹⁵

Sementara itu, terkait cara memperkenalkan dan menjelaskan produk kepada pelaku UMKM, Ibu Diah Retno Ningsih selaku karyawan BPRS Aman Syariah menyampaikan:

“Kami biasanya menjelaskan produk secara langsung dan dengan bahasa yang sederhana supaya mudah dipahami. Setiap kali ada produk baru, kami lakukan sosialisasi baik di kantor maupun saat turun ke lapangan. Produk yang kami tawarkan

¹⁵ Sugiyanto, Direktur BPRS Aman Syariah, wawancara, 02 Oktober 2025

juga sudah disesuaikan dengan kebutuhan UMKM, dan untuk biaya administrasi sekarang kami sesuaikan dengan skala usaha, supaya tidak memberatkan nasabah.”¹⁶

Kemudian mengenai kesesuaian produk dengan kebutuhan usaha, Bapak Nasir, salah satu nasabah BPRS Aman Syariah, menyampaikan:

“Produk pembiayaan dari BPRS sangat membantu perkembangan usaha saya. Dana yang saya terima bisa dipakai untuk menambah stok barang, dan proses pembayarannya juga fleksibel sehingga memudahkan kami menyesuaikan dengan hasil usaha.”¹⁷

Sementara itu, Ibu Muntofiyah, nasabah lainnya, mengatakan:

“Produk pembiayaan dari BPRS sudah cocok dengan kebutuhan usaha kecil seperti saya. Dana yang saya peroleh bisa digunakan untuk membeli bahan baku. Cicilannya ringan, dan petugas bank selalu membantu jika ada kendala.”¹⁸

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat dipahami bahwa produk pembiayaan yang disediakan BPRS Aman Syariah telah disesuaikan dengan kebutuhan pelaku UMKM, baik dari sisi jumlah dana, kemudahan administrasi, maupun cara pembayaran, sehingga memberikan dukungan nyata bagi pengembangan usaha nasabah

b. Harga (*Price*)

Penetapan harga atau margin bagi hasil pada layanan keuangan mikro menjadi salah satu hal yang diperhatikan oleh BPRS Aman Syariah agar tetap sesuai dengan kemampuan pelaku UMKM. Terkait

¹⁶ Diah Retno Ningsih, Karyawan BPRS Aman Syariah, wawancara, 02 Oktober 2025

¹⁷ Nasir, nasabah UMKM BPRS Aman Syariah, wawancara, 03 Oktober 2025

¹⁸ Muntofiyah, nasabah UMKM BPRS Aman Syariah, wawancara, 03 Oktober 2025

hal ini, Bapak Sugiyanto selaku Direktur BPRS Aman Syariah menjelaskan sebagai berikut:

“Saat ini margin pemberian untuk UMKM masih sama seperti pemberian umum lainnya. Namun, kami sedang menyiapkan kebijakan baru agar margin bagi hasil bagi pelaku UMKM bisa lebih ringan. Arahan dari OJK juga sudah ada, bahwa margin untuk usaha kecil perlu disesuaikan supaya tidak memberatkan. Meski begitu, besaran margin merupakan informasi yang bersifat rahasia dan hanya diketahui oleh pihak bank bersama nasabah terkait.”¹⁹

Sementara itu, terkait pengalaman dalam menjelaskan harga atau biaya layanan kepada nasabah, Ibu Diah Retno Ningsih selaku karyawan BPRS Aman Syariah menyampaikan:

“Biasanya kami jelaskan langsung ke nasabah saat proses pengajuan pemberian. Kami sampaikan dengan bahasa yang mudah dimengerti, jadi nasabah paham dari awal berapa margin yang dikenakan dan bagaimana sistem bagi hasilnya. Namun, untuk besaran margin secara detail tidak bisa disebarluaskan karena termasuk data rahasia antara bank dan nasabah.”²⁰

Kemudian mengenai penilaian terhadap harga layanan, Bapak Ya Arhamar, salah satu nasabah BPRS Aman Syariah, menyampaikan:

“Menurut saya, biaya pemberian di BPRS masih terjangkau. Cicilannya tidak terlalu memberatkan, dan sistem bagi hasilnya terasa lebih adil. Jadi saya merasa nyaman ambil pemberian di sini.”²¹

Sementara itu, Ibu Sarmini, nasabah lainnya, mengatakan:

“Selama ini marginnya masih bisa saya tanggung. Tidak seperti di bank konvensional yang bunganya tinggi. Di BPRS, penjelasan soal bagi hasil juga jelas, jadi saya tidak merasa dirugikan.”²²

¹⁹ Sugiyanto, Direktur BPRS Aman Syariah, wawancara, 02 Oktober 2025

²⁰ Diah Retno Ningsih, Karyawan BPRS Aman Syariah, wawancara, 02 Oktober 2025

²¹ Ya Arhamar, nasabah UMKM BPRS Aman Syariah, wawancara, 04 Oktober 2025

²² Sarmini, nasabah UMKM BPRS Aman Syariah, wawancara, 04 Oktober 2025

Berdasarkan wawancara di atas, dapat diketahui bahwa para nasabah memahami sistem harga dan margin pemberian yang diterapkan oleh BPRS Aman Syariah. Mereka menilai biaya layanan masih terjangkau dan sesuai kemampuan, sementara rincian margin tetap dijaga kerahasiaannya sebagai bagian dari perjanjian antara bank dan nasabah.

c. Tempat (*Place*)

Penentuan lokasi layanan keuangan mikro menjadi salah satu hal penting agar mudah dijangkau oleh pelaku UMKM. Terkait hal tersebut, Bapak Sugiyanto selaku Direktur BPRS Aman Syariah menjelaskan sebagai berikut:

“Dalam menentukan lokasi layanan, kami selalu mempertimbangkan kemudahan akses bagi pelaku usaha. Kantor pusat BPRS Aman Syariah berada di area yang strategis, dekat dengan pasar dan sentra UMKM. Begitu juga kantor kas kami di Metro, lokasinya memang dipilih di area pasar agar para pelaku usaha sekitar bisa dengan mudah datang dan bertransaksi tanpa harus menempuh jarak jauh.”²³

Kemudian, terkait dengan jangkauan layanan bagi pelaku UMKM yang berada di lokasi jauh atau belum terjangkau, Ibu Diah Retno Ningsih selaku karyawan BPRS Aman Syariah menyampaikan sebagai berikut:

“Kami menyadari bahwa tidak semua pelaku usaha berada di sekitar kantor. Karena itu, kami berusaha aktif menjangkau mereka, salah satunya melalui kegiatan sosialisasi dan kunjungan langsung ke tempat usaha. Selain itu, kantor-kantor kas kami juga ditempatkan di sekitar pasar dan pusat kegiatan

²³ Sugiyanto, Direktur BPRS Aman Syariah, wawancara, 02 Oktober 2025

ekonomi agar mereka bisa dengan mudah mendapatkan layanan keuangan tanpa perlu ke kantor pusat.”²⁴

Adapun dari sisi nasabah, terkait dengan kemudahan menjangkau layanan, nasabah Bapak Nasir mengatakan bahwa:

“Kalau untuk saya pribadi, lokasi kantor BPRS Aman Syariah cukup mudah dijangkau karena dekat dengan tempat usaha saya. Jadi kalau ada keperluan, saya bisa langsung ke sana tanpa perlu jauh-jauh.”²⁵

Sementara itu, nasabah Ibu Muntofiyah mengatakan bahwa:

“Saya merasa sangat terbantu karena selain kantornya dekat, BPRS Aman Syariah juga punya layanan penjemputan angsuran. Jadi kalau sedang sibuk di tempat jualan, petugas bisa datang langsung, tidak perlu saya ke kantor. Itu sangat membantu sekali.”²⁶

Berdasarkan wawancara di atas, dapat diketahui bahwa BPRS Aman Syariah menempatkan lokasi layanan keuangan mikro di area strategis, terutama di sekitar pasar dan sentra UMKM, agar mudah dijangkau oleh pelaku usaha. Selain itu, strategi penjangkauan langsung ke pelaku UMKM dan adanya layanan penjemputan angsuran turut mendukung kemudahan akses bagi nasabah, terutama mereka yang memiliki keterbatasan waktu untuk datang ke kantor.

d. Promosi (*Promotion*)

Penentuan strategi promosi menjadi hal penting bagi BPRS Aman Syariah dalam mengenalkan layanan keuangan mikro kepada pelaku UMKM. Terkait hal tersebut, Bapak Sugiyanto selaku Direktur BPRS Aman Syariah menjelaskan sebagai berikut:

²⁴ Diah Retno Ningsih, Karyawan BPRS Aman Syariah, wawancara, 02 Oktober 2025

²⁵ Nasir, nasabah UMKM BPRS Aman Syariah, wawancara, 03 Oktober 2025

²⁶ Muntofiyah, nasabah UMKM BPRS Aman Syariah, wawancara, 03 Oktober 2025

“Strategi promosi yang kami jalankan salah satunya melalui kegiatan literasi dan inklusi keuangan yang rutin kami adakan setiap bulan. Kami datang langsung ke sekolah, lembaga pelatihan kerja, dan kelompok masyarakat untuk memperkenalkan produk pembiayaan syariah, termasuk layanan bagi pelaku UMKM. Selain itu, kami juga memanfaatkan media sosial seperti *Instagram* dan *Facebook* untuk menyebarkan informasi mengenai produk dan kegiatan BPRS Aman Syariah. Dengan cara ini, kami berharap masyarakat bisa lebih mudah mengenal layanan kami, baik secara langsung maupun melalui media digital.”²⁷

Kemudian, terkait dengan pelaksanaan kegiatan promosi di lapangan, Ibu Diah Retno Ningsih selaku karyawan BPRS Aman Syariah menyampaikan sebagai berikut:

“Promosi biasanya kami lakukan lewat kegiatan literasi dan sosialisasi yang diadakan rutin setiap bulan. Kami menjelaskan tentang produk keuangan mikro yang bisa membantu pelaku usaha kecil. Selain itu, kami juga aktif membagikan informasi melalui media sosial agar lebih banyak orang yang tahu tentang produk kami. Selain itu adapula promosi dari mulut ke mulut, terutama dari nasabah lama yang merekomendasikan kepada rekan atau keluarganya. Beberapa nasabah baru datang karena mendengar pengalaman langsung dari teman mereka.”²⁸

Adapun dari sisi nasabah, terkait dengan cara mereka mengetahui informasi tentang layanan keuangan mikro BPRS Aman Syariah, nasabah Bapak Ya Arhamar mengatakan bahwa:

“Saya pertama kali tahu tentang BPRS Aman Syariah dari media sosial. Waktu itu ada petugas bank yang menjelaskan tentang pembiayaan untuk usaha kecil. Tapi setelah saya tanya-tanya ke teman yang sudah jadi nasabah, mereka bilang pelayanannya bagus dan syaratnya juga mudah. Dari situ saya makin yakin untuk coba.”²⁹

Sementara itu, nasabah Ibu Sarmini mengatakan bahwa:

²⁷ Sugiyanto, Direktur BPRS Aman Syariah, wawancara, 02 Oktober 2025

²⁸ Diah Retno Ningsih, Karyawan BPRS Aman Syariah, wawancara, 02 Oktober 2025

²⁹ Ya Arhamar, nasabah UMKM BPRS Aman Syariah, wawancara, 04 Oktober 2025

“Saya tahu dari teman yang sudah lebih dulu jadi nasabah. Katanya di BPRS Aman Syariah prosesnya cepat dan sesuai prinsip syariah. Setelah itu saya lihat juga di media sosial BPRS, ternyata sering ada kegiatan dan informasi produk. Akhirnya saya tertarik.”³⁰

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat diketahui bahwa strategi promosi BPRS Aman Syariah dilakukan melalui kegiatan literasi, sosialisasi langsung, dan media sosial, namun promosi dari nasabah lama juga cukup efektif dalam menarik nasabah baru karena didorong oleh kepercayaan dan pengalaman positif mereka.

e. Orang (*People*)

Penilaian terhadap aspek *people* atau sumber daya manusia di BPRS Aman Syariah menjadi hal penting dalam menjaga kualitas layanan kepada nasabah, khususnya pelaku UMKM. Terkait hal ini, Bapak Sugiyanto selaku Direktur BPRS Aman Syariah menjelaskan sebagai berikut:

“Kami di BPRS Aman Syariah selalu berupaya menjaga kualitas pelayanan melalui evaluasi rutin terhadap karyawan, terutama yang berhubungan langsung dengan nasabah UMKM. Setiap pagi kami adakan *briefing* untuk membahas hasil kerja hari sebelumnya dan masukan dari nasabah. Kalau ada keluhan atau kendala, langsung kami tindak lanjuti oleh kepala bagian agar tidak berlarut.”³¹

Kemudian, terkait dengan peran dan kesiapan karyawan dalam menjangkau dan melayani kebutuhan UMKM, Ibu Diah Retno Ningsih selaku karyawan BPRS Aman Syariah menyampaikan sebagai berikut:

“Karyawan, punya peran penting karena kami langsung berhadapan dengan nasabah. Setiap hari kami memantau

³⁰ Sarmini, nasabah UMKM BPRS Aman Syariah, wawancara, 04 Oktober 2025

³¹ Sugiyanto, Direktur BPRS Aman Syariah, wawancara, 02 Oktober 2025

kebutuhan nasabah, baik yang baru maupun yang sudah berjalan. Evaluasi dilakukan setiap pagi lewat *briefing* bersama. Di situ kami sampaikan apa saja kendala atau keluhan dari nasabah, lalu dibahas bersama untuk mencari solusi. Jadi, setiap karyawan tahu apa yang harus diperbaiki dan bagaimana meningkatkan pelayanan.”³²

Adapun dari sisi nasabah, terkait dengan sikap dan pelayanan petugas, Bapak Nasir sebagai nasabah BPRS Aman Syariah mengatakan bahwa:

“Petugasnya ramah dan sopan. Kalau saya tanya soal pembiayaan atau ada dokumen yang belum lengkap, mereka mau menjelaskan dengan sabar. Kalau ada masalah, cepat ditangani.”³³

Sementara itu, Ibu Muntofiyah, yang juga merupakan nasabah BPRS Aman Syariah, menyampaikan pendapatnya:

“Saya cukup puas. Mereka tidak hanya sopan, tapi juga tanggap. Waktu saya sedikit bingung isi formulir pembiayaan, langsung dibantu sampai selesai. Jadi rasanya puas.”³⁴

Berdasarkan wawancara di atas, dapat diketahui bahwa BPRS Aman Syariah memperhatikan kualitas sumber daya manusia dalam melayani nasabah UMKM melalui evaluasi rutin lewat briefing harian yang menampung umpan balik nasabah. Karyawan bersikap ramah, sopan, dan tanggap, menunjukkan bahwa pembinaan dan evaluasi manajemen berdampak positif pada kualitas pelayanan.

f. Proses (*Process*)

Perencanaan layanan yang diterapkan BPRS Aman Syariah dalam melayani nasabah UMKM agar prosesnya cepat dan tidak

³² Diah Retno Ningsih, Karyawan BPRS Aman Syariah, wawancara, 02 Oktober 2025

³³ Nasir, nasabah UMKM BPRS Aman Syariah, wawancara, 03 Oktober 2025

³⁴ Muntofiyah, nasabah UMKM BPRS Aman Syariah, wawancara, 03 Oktober 2025

menyulitkan menjadi perhatian penting bagi pihak manajemen. Terkait hal tersebut, Bapak Sugiyanto selaku Direktur BPRS Aman Syariah menjelaskan sebagai berikut:

“Kami sudah menetapkan standar waktu pelayanan melalui *Service Level Agreement* (SLA). Jadi setiap pengajuan pembiayaan dari nasabah kami proses sesuai dengan prosedur yang sudah ditentukan. Kami berusaha agar prosesnya cepat, tapi tetap mematuhi aturan yang berlaku. Semua nasabah kami perlakukan sama tanpa ada yang diprioritaskan secara khusus. Kami juga berupaya agar nasabah tidak merasa rumit dalam melengkapi persyaratan, karena kami bantu menjelaskan satu per satu apa yang dibutuhkan.”³⁵

Kemudian, terkait dengan kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan layanan keuangan mikro mulai dari awal pengajuan hingga pencairan dana, Ibu Diah Retno Ningsih selaku karyawan BPRS Aman Syariah menyampaikan sebagai berikut:

“Kalau dari sisi pelaksanaan, kendala yang sering muncul biasanya di kelengkapan berkas nasabah. Kadang ada dokumen yang belum lengkap atau masih perlu diperbaiki, sehingga prosesnya sedikit tertunda. Tapi kami selalu bantu nasabah agar cepat melengkapi. Selain itu, sistem verifikasi juga membutuhkan waktu karena harus sesuai prosedur. Namun, secara umum prosesnya berjalan lancar dan tetap dalam waktu yang sudah diatur dalam SLA.”³⁶

Adapun dari sisi nasabah, terkait dengan kemudahan dan kejelasan dalam proses pengajuan maupun pencairan layanan keuangan mikro, Bapak Ya Arhamar mengatakan bahwa:

“Prosesnya menurut saya cukup mudah. Waktu saya ajukan pembiayaan, petugasnya langsung menjelaskan langkah-langkahnya dengan jelas. Tidak terlalu banyak syarat yang

³⁵ Sugiyanto, Direktur BPRS Aman Syariah, wawancara, 02 Oktober 2025

³⁶ Diah Retno Ningsih, Karyawan BPRS Aman Syariah, wawancara, 02 Oktober 2025

diminta, dan setelah pengajuan disetujui, pencairannya juga cepat, sesuai dengan waktu yang dijanjikan.”³⁷

Sementara itu, Ibu Sarmini mengatakan bahwa:

“Saya merasa dilayani dengan baik. Dari awal sampai pencairan semuanya dijelaskan dengan jelas. Kalau ada yang belum paham, petugasnya sabar membantu. Waktu pencairan juga tidak lama, jadi sangat membantu kami yang butuh dana cepat untuk usaha.”³⁸

Berdasarkan wawancara di atas, dapat diketahui bahwa BPRS Aman Syariah menjalankan layanan keuangan mikro dengan cepat dan mudah bagi nasabah UMKM sesuai standar SLA. Bank memberikan pelayanan yang adil tanpa membeda-bedakan, dan kendala seperti dokumen tidak lengkap diatasi dengan pendampingan petugas. Nasabah menilai proses pengajuan dan pencairan mudah, cepat, dan jelas, sehingga layanan ini membantu UMKM dalam memperoleh modal usaha.

g. Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

Penilaian terhadap sarana dan fasilitas pendukung layanan keuangan mikro bagi pelaku UMKM menjadi hal yang penting untuk memastikan kenyamanan dan kepercayaan nasabah. Terkait hal tersebut, Bapak Sugiyanto selaku Direktur BPRS Aman Syariah menjelaskan sebagai berikut:

“Kami selalu berusaha memastikan bahwa kantor dan fasilitas yang kami miliki dapat mendukung pelayanan kepada nasabah. Lokasi kantor kami pilih di tempat yang strategis dan mudah dijangkau, sehingga nasabah tidak kesulitan saat ingin datang langsung. Kami juga menjaga agar suasana kantor tetap bersih

³⁷ Ya Arhamar, nasabah UMKM BPRS Aman Syariah, wawancara, 04 Oktober 2025

³⁸ Sarmini, nasabah UMKM BPRS Aman Syariah, wawancara, 04 Oktober 2025

dan nyaman, karena itu berpengaruh pada kepercayaan nasabah terhadap layanan kami.”³⁹

Kemudian, terkait dengan tampilan dan fasilitas pelayanan di kantor, Ibu Diah Retno Ningsih selaku karyawan BPRS Aman Syariah menyampaikan pendapatnya sebagai berikut:

“Kami menyadari bahwa tampilan kantor dan kenyamanan fasilitas sangat penting. Karena itu, kami selalu berusaha menjaga kebersihan ruang pelayanan, ruang tunggu, dan area *teller*. Kami juga berusaha melayani dengan ramah agar nasabah merasa diterima dan percaya dengan layanan yang kami berikan.”⁴⁰

Adapun dari sisi nasabah, terkait dengan tampilan kantor dan fasilitas pelayanan, Bapak Nasir mengatakan bahwa:

“Kantor BPRS Aman Syariah menurut saya cukup nyaman. Ruangannya bersih dan tidak terlalu ramai, jadi enak kalau mau ada keluhan atau mau setor cicilan. Petugasnya juga ramah dan cepat tanggap.”⁴¹

Sementara itu, Ibu Muntofiyah menyampaikan pendapatnya sebagai berikut:

“Saya merasa nyaman kalau datang ke kantor BPRS Aman Syariah. Ruang tunggunya bersih, pelayanannya cepat, dan tempatnya juga mudah dijangkau dari tempat usaha saya. Jadi tidak repot kalau ada keperluan.”⁴²

Hasil wawancara menunjukkan bahwa BPRS Aman Syariah sangat memperhatikan bukti fisik dalam layanan keuangan mikro. Manajemen, karyawan, dan nasabah sepakat bahwa tampilan serta kenyamanan kantor berperan penting membangun kepercayaan. Lokasi

³⁹ Sugiyanto, Direktur BPRS Aman Syariah, wawancara, 02 Oktober 2025

⁴⁰ Diah Retno Ningsih, Karyawan BPRS Aman Syariah, wawancara, 02 Oktober 2025

⁴¹ Nasir, nasabah UMKM BPRS Aman Syariah, wawancara, 03 Oktober 2025

⁴² Muntofiyah, nasabah UMKM BPRS Aman Syariah, wawancara, 03 Oktober 2025

strategis, kebersihan, kerapian, dan pelayanan ramah menjadi faktor utama yang mendukung pengalaman positif bagi nasabah UMKM.

2. Dampak Peningkatan Akses Layanan Keuangan Mikro oleh BPRS Aman Syariah Terhadap Keputusan Pelaku UMKM dalam Mengakses Produk dan Layanan BPRS Aman Syariah

Perkembangan lembaga keuangan mikro berbasis syariah saat ini menjadi salah satu faktor penting dalam mendukung pertumbuhan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). BPRS Aman Syariah sebagai salah satu lembaga keuangan syariah memiliki peran strategis dalam memberikan kemudahan akses layanan keuangan bagi pelaku UMKM. Agar layanan keuangan mikro dapat berjalan dengan baik, BPRS Aman Syariah menyediakan berbagai bentuk akses yang memudahkan nasabah, seperti dijelaskan melalui wawancara dengan pihak-pihak terkait di bawah ini.

a. Pinjaman dalam Jumlah Kecil

Penentuan kebijakan pemberian pinjaman dalam jumlah kecil kepada pelaku UMKM menjadi salah satu hal penting dalam layanan pembiayaan di BPRS Aman Syariah. Terkait hal tersebut, Bapak Sugiyanto, selaku Direktur BPRS Aman Syariah, menjelaskan sebagai berikut:

“Untuk pembiayaan kecil, kami tetap menerapkan prinsip analisa 5C, yaitu *character, capacity, capital, collateral, and condition*. Walaupun jumlah pinjamannya kecil, kami tidak bisa asal memberikan tanpa analisa. Kami tetap menilai karakter dan kemampuan nasabah dengan hati-hati agar tidak

menimbulkan risiko pembiayaan macet. Prinsip kehati-hatian ini berlaku untuk semua nasabah, baik besar maupun kecil.”⁴³

Kemudian, terkait dengan pelaksanaan di lapangan, Ibu Diah Retno Ningsih, selaku karyawan BPRS Aman Syariah, menyampaikan sebagai berikut:

“Kalau di lapangan, pemberian pinjaman kecil juga tetap kami analisa. Biasanya kami lebih fokus ke karakter dan kemampuan nasabah. Kami sering turun langsung ke tempat usaha mereka untuk memastikan usahanya berjalan. Walaupun nilainya kecil, tetap harus hati-hati, karena kalau tidak, bisa menimbulkan masalah pembiayaan di kemudian hari.”⁴⁴

Adapun dari sisi nasabah, terkait dengan kemudahan mendapatkan pinjaman dalam jumlah kecil, Bapak Ya Arhamar mengatakan bahwa:

“Saya merasa cukup mudah mengajukan pinjaman di BPRS Aman Syariah. Prosesnya cepat, tidak banyak syarat, dan tidak perlu agunan besar. Hal ini sangat membantu saya yang usahanya masih kecil.”⁴⁵

Sementara itu, Ibu Sarmini mengatakan bahwa:

“Saya merasakan kemudahan saat mengajukan pembiayaan kecil di BPRS Aman Syariah. Petugasnya ramah dan membantu, jadi saya tidak merasa kesulitan. Modal kecil yang saya dapat sangat membantu untuk menambah stok dagangan.”⁴⁶

Berdasarkan wawancara di atas, dapat diketahui bahwa BPRS Aman Syariah tetap menerapkan prinsip kehati-hatian melalui analisa 5C dalam pemberian pinjaman kecil untuk memastikan kemampuan bayar nasabah dan kelayakan usaha, meskipun nilai pembiayaan

⁴³ Sugiyanto, Direktur BPRS Aman Syariah, wawancara, 02 Oktober 2025

⁴⁴ Diah Retno Ningsih, Karyawan BPRS Aman Syariah, wawancara, 02 Oktober 2025

⁴⁵ Ya Arhamar, nasabah UMKM BPRS Aman Syariah, wawancara, 04 Oktober 2025

⁴⁶ Sarmini, nasabah UMKM BPRS Aman Syariah, wawancara, 04 Oktober 2025

rendah. Proses pengajuan tetap mudah tanpa agunan besar, sehingga membantu pelaku UMKM mengembangkan usahanya.

b. Jangka Waktu Pendek

Penentuan jangka waktu pembiayaan menjadi salah satu hal penting dalam layanan keuangan mikro di BPRS Aman Syariah. Hal ini berkaitan dengan kemampuan pelaku UMKM dalam mengembalikan pembiayaan tanpa memberatkan usaha mereka. Terkait hal tersebut, Bapak Sugiyanto, selaku Direktur BPRS Aman Syariah, menjelaskan sebagai berikut:

“Dalam menentukan jangka waktu pembiayaan, kami selalu melihat kemampuan bayar dan kebutuhan usaha masing-masing nasabah. Jadi, tidak semua nasabah kami beri jangka waktu yang sama. Ada yang tiga bulan, enam bulan, sampai satu tahun, tergantung kondisi usahanya. Tujuannya supaya mereka tidak terbebani dalam pengembalian dan tetap bisa menjalankan usaha dengan lancar.”⁴⁷

Kemudian, terkait dengan proses pemberian pembiayaan yang tidak memakan waktu lama, Ibu Diah Retno Ningsih selaku karyawan BPRS Aman Syariah menyampaikan sebagai berikut:

“Kami berusaha agar proses pencairan dana untuk UMKM bisa cepat. Biasanya, kalau berkas dan persyaratan sudah lengkap, pencairan bisa dilakukan dalam waktu singkat. Kami juga menyesuaikan jangka waktu pembiayaan dengan kemampuan nasabah, supaya tidak memberatkan dan dana yang dipinjam bisa segera digunakan untuk kebutuhan usaha.”⁴⁸

Adapun dari sisi nasabah, terkait dengan pengalaman memilih jangka waktu pembayaran, nasabah Bapak Nasir mengatakan bahwa:

⁴⁷ Sugiyanto, Direktur BPRS Aman Syariah, wawancara, 02 Oktober 2025

⁴⁸ Diah Retno Ningsih, Karyawan BPRS Aman Syariah, wawancara, 02 Oktober 2025

“Waktu saya mengajukan pembiayaan, pihak bank memberikan beberapa pilihan tenor. Saya pilih yang satu tahun karena sesuai dengan perputaran modal usaha saya. Jadi, bayarnya juga tidak terasa berat.”⁴⁹

Sementara itu, nasabah Ibu Muntofiyah mengatakan bahwa:

“Saya merasa jangka waktu pembiayaan di BPRS Aman Syariah cukup memuaskan. Kita bisa pilih sendiri mau berapa lama, disesuaikan dengan kondisi usaha. Hal itu tentu sangat membantu, karena saya bisa menyesuaikan cicilan dengan hasil usaha saya.”⁵⁰

Berdasarkan wawancara di atas, dapat diketahui bahwa BPRS Aman Syariah menyesuaikan jangka waktu pembiayaan dengan kemampuan dan kebutuhan nasabah agar tidak memberatkan pelaku UMKM. Proses pencairan dibuat efisien supaya dana cepat digunakan, sementara fleksibilitas dalam memilih tenor membantu menjaga kelancaran usaha dan kemampuan pembayaran nasabah.

c. Penilaian Peminjam yang Sederhana

Penilaian kelayakan calon peminjam menjadi salah satu bagian penting dalam proses pembiayaan di layanan keuangan mikro. Terkait dengan hal tersebut, Bapak Sugiyanto selaku Direktur BPRS Aman Syariah menjelaskan sebagai berikut:

“Dalam menilai kelayakan peminjam dari kalangan UMKM, kami memang menggunakan sistem penilaian yang sederhana. Tujuannya agar prosesnya tidak berbelit-belit dan bisa lebih cepat membantu pelaku usaha kecil. Tapi meskipun sederhana, kami tetap berpegang pada prinsip 5C, yaitu karakter, kemampuan, modal, jaminan, dan kondisi usaha. Hanya saja, kami lebih menitikberatkan pada karakter dan kemampuan

⁴⁹ Nasir, nasabah UMKM BPRS Aman Syariah, wawancara, 03 Oktober 2025

⁵⁰ Muntofiyah, nasabah UMKM BPRS Aman Syariah, wawancara, 03 Oktober 2025

bayar calon nasabah. Kalau dua hal itu baik, biasanya pemberian juga lancar.”⁵¹

Kemudian, terkait dengan cara penilaian yang dilakukan kepada calon nasabah, Ibu Diah Retno Ningsih selaku karyawan BPRS Aman Syariah menyampaikan sebagai berikut:

“Proses analisis kami buat ringkas, tapi tetap mengikuti prinsip 5C. Misalnya, kami tetap melihat bagaimana karakter nasabah dari kedisiplinannya, bagaimana kemampuan membayar dari catatan usahanya, dan juga kondisi usahanya secara umum. Bedanya, kami tidak terlalu menuntut dokumen yang rumit. Jadi, prosesnya lebih cepat, tetapi tetap aman bagi bank.”⁵²

Adapun dari sisi nasabah, terkait dengan proses penilaian yang dilakukan, Bapak Ya Arhamar mengatakan bahwa:

“Waktu saya mengajukan pemberian, prosesnya mudah. Petugas tidak menanyakan hal-hal yang susah. Mereka lebih banyak menanyakan tentang usaha saya dan bagaimana saya bisa mengangsur. Jadi saya merasa dipermudah, bukan dipersulit.”⁵³

Sementara itu, Ibu Sarmini mengatakan bahwa:

“Petugasnya baik dan menjelaskan dengan jelas. Mereka hanya menanyakan tentang usaha saya dan kemampuan saya mengembalikan pinjaman. Tidak terlalu banyak syarat, jadi saya merasa lebih mudah dan cepat. Tapi tetap ada pengecekan, sepertinya supaya mereka tidak salah pilih nasabah.”⁵⁴

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat diketahui bahwa Proses penilaian kelayakan peminjam di BPRS Aman Syariah dilakukan secara sederhana dan efisien dengan tetap berpedoman pada prinsip 5C. Penilaian menitikberatkan pada karakter dan kemampuan

⁵¹ Sugiyanto, Direktur BPRS Aman Syariah, wawancara, 02 Oktober 2025

⁵² Diah Retno Ningsih, Karyawan BPRS Aman Syariah, wawancara, 02 Oktober 2025

⁵³ Ya Arhamar, nasabah UMKM BPRS Aman Syariah, wawancara, 04 Oktober 2025

⁵⁴ Sarmini, nasabah UMKM BPRS Aman Syariah, wawancara, 04 Oktober 2025

calon nasabah, sementara modal, jaminan, dan kondisi usaha menjadi pelengkap.

d. Pencairan Dana yang Cepat

Terkait dengan kecepatan pencairan dana pemberian bagi UMKM di BPRS Aman Syariah, ketika ditanya mengenai faktor-faktornya, Bapak Sugiyanto, selaku Direktur BPRS Aman Syariah, menjelaskan sebagai berikut:

“Proses pencairan dana di BPRS Aman Syariah sudah kami atur mengikuti jadwal yang ada dalam SLA. Selama semua berkas dari nasabah sudah lengkap dan hasil analisisnya selesai, dana bisa langsung dicairkan. Kami tidak membedakan nasabah satu dengan yang lain. Semua diproses sesuai prosedur agar adil dan transparan.”⁵⁵

Kemudian, terkait dengan tantangan dalam memberikan pemberian yang memiliki jangka waktu pengembalian pendek kepada UMKM, Ibu Diah Retno Ningsih, selaku karyawan BPRS Aman Syariah, menyampaikan sebagai berikut:

“Tantangannya ada pada ketepatan waktu dari sisi nasabah dalam melengkapi berkas dan kesiapan usaha mereka. Tapi secara umum, pencairan dana bisa berjalan cepat. Kalau semua syarat sudah lengkap dan analisis pemberian selesai, dana bisa cair dalam waktu singkat, biasanya tidak sampai seminggu. Kami berusaha tetap mengikuti standar waktu pencairan yang sudah ditetapkan.”⁵⁶

Adapun dari sisi nasabah, terkait dengan kecepatan pencairan dana setelah pemberian disetujui, Bapak Nasir mengatakan bahwa:

“Begini pengajuan saya disetujui, proses pencairannya cepat. Saya tidak perlu menunggu lama, sekitar dua atau tiga hari

⁵⁵ Sugiyanto, Direktur BPRS Aman Syariah, wawancara, 02 Oktober 2025

⁵⁶ Diah Retno Ningsih, Karyawan BPRS Aman Syariah, wawancara, 02 Oktober 2025

sudah bisa cair. Hal ini tentu sangat membantu karena saya butuh tambahan modal cepat untuk usaha.”⁵⁷

Sedangkan Ibu Sarmini mengatakan bahwa:

“Pencairan dana di BPRS Aman Syariah cepat dan tidak ribet. Setelah semua dokumen beres, tinggal tunggu kabar pencairan. Biasanya tiga hingga empat hari sudah bisa cair.”⁵⁸

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat diketahui bahwa proses pencairan dana layanan keuangan mikro di BPRS Aman Syariah berlangsung cepat, teratur, dan sesuai prosedur. Selama berkas lengkap dan analisis pembiayaan selesai, dana segera dicairkan tanpa penundaan. Nasabah merasa puas karena prosesnya sederhana, tidak rumit, dan tepat waktu.

e. Pinjaman Berulang Bagi Nasabah yang Tertib Membayar

Penilaian terhadap nasabah yang tertib membayar menjadi dasar penting bagi BPRS Aman Syariah dalam memberikan pembiayaan ulang. Terkait hal ini, Bapak Sugiyanto selaku Direktur BPRS Aman Syariah menjelaskan sebagai berikut:

“BPRS Aman Syariah selalu memperhatikan riwayat pembayaran nasabah. Kalau nasabahnya punya catatan bagus, selalu bayar tepat waktu, maka saat mengajukan pinjaman berikutnya, prosesnya bisa lebih cepat. Kami sudah punya data dan yakin dengan kedisiplinan nasabah tersebut, jadi tidak perlu evaluasi terlalu panjang seperti pertama kali mengajukan.”⁵⁹

⁵⁷ Nasir, nasabah UMKM BPRS Aman Syariah, wawancara, 03 Oktober 2025

⁵⁸ Sarmini, nasabah UMKM BPRS Aman Syariah, wawancara, 04 Oktober 2025

⁵⁹ Sugiyanto, Direktur BPRS Aman Syariah, wawancara, 02 Oktober 2025

Kemudian, terkait dengan kemudahan bagi nasabah yang sudah tertib membayar untuk mendapatkan pinjaman kembali, Ibu Diah Retno Ningsih selaku karyawan BPRS Aman Syariah menyampaikan:

“Biasanya nasabah yang sudah punya riwayat baik tidak kami perlakukan seperti nasabah baru. Misalnya, syarat administrasinya tidak sebanyak dulu, dan proses verifikasinya juga lebih singkat. Kami percaya karena mereka sudah terbukti bisa menjaga kepercayaan bank.”⁶⁰

Adapun dari sisi nasabah, terkait dengan kemudahan dalam mendapatkan pembiayaan kembali, Bapak Nasir, yang sudah pernah melakukan pinjaman ulang, mengatakan bahwa:

“Waktu saya mau pinjam lagi, prosesnya cepat. Tidak seribet yang pertama. Soalnya pihak bank sudah tahu saya selalu bayar tepat waktu. Jadi cuma melengkapi berkas sedikit, langsung disetujui.”⁶¹

Sementara itu, Ibu Muntofiyah yang juga pernah melakukan pembiayaan ulang menyampaikan hal serupa:

“Saya merasa dipermudah. Dulu waktu awal pinjam banyak yang harus dilengkapi, tapi waktu pinjaman kedua, lebih gampang. Petugas juga bilang karena saya lancar bayar sebelumnya, jadi prosesnya cepat.”⁶²

Sedangkan dari nasabah yang belum pernah melakukan pinjaman ulang, Bapak Ya Arhamar mengatakan:

“Saya baru sekali pinjam, belum pernah mengajukan lagi. Tapi saya dengar dari teman yang sudah pernah, kalau lancar bayarnya memang lebih mudah pas mau pinjam lagi.”⁶³

⁶⁰ Diah Retno Ningsih, Karyawan BPRS Aman Syariah, wawancara, 02 Oktober 2025

⁶¹ Nasir, nasabah UMKM BPRS Aman Syariah, wawancara, 03 Oktober 2025

⁶² Muntofiyah, nasabah UMKM BPRS Aman Syariah, wawancara, 03 Oktober 2025

⁶³ Ya Arhamar, nasabah UMKM BPRS Aman Syariah, wawancara, 04 Oktober 2025

Hal senada juga disampaikan oleh Ibu Sarmini:

“Saya baru pertama kali dapat pembiayaan. Tapi petugas bank sempat bilang, kalau saya nanti lancar bayar sampai selesai, bisa lebih cepat prosesnya kalau mau pinjam lagi.”⁶⁴

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat diketahui bahwa BPRS Aman Syariah memberikan kemudahan bagi nasabah yang tertib membayar, di mana mereka yang memiliki riwayat pembayaran lancar mendapat kepercayaan dan proses pengajuan pembiayaan ulang yang cepat serta sederhana. Bagi nasabah baru, informasi ini menjadi motivasi untuk menjaga kedisiplinan agar dapat menikmati kemudahan serupa di masa mendatang.

f. Lokasi dan Waktu Layanan yang Nyaman

Penentuan lokasi kantor dan waktu layanan menjadi hal penting agar nasabah, tidak terkecuali pelaku UMKM, dapat dengan mudah mengakses layanan keuangan. Terkait hal tersebut, Bapak Sugiyanto selaku Direktur BPRS Aman Syariah menjelaskan sebagai berikut:

“Kami memilih lokasi kantor di area yang dekat dengan aktivitas ekonomi masyarakat. Tujuannya supaya para pelaku usaha bisa datang dengan mudah tanpa harus menempuh jarak jauh. Selain itu, jam layanan kami sesuaikan dengan waktu kerja umum, sehingga mereka bisa datang di sela-sela kegiatan usahanya tanpa harus meninggalkan pekerjaan terlalu lama.”⁶⁵

Kemudian, terkait dengan tanggapan para pelaku UMKM terhadap lokasi dan waktu pelayanan tersebut, Ibu Diah Retno Ningsih selaku karyawan BPRS Aman Syariah menyampaikan:

⁶⁴ Sarmini, nasabah UMKM BPRS Aman Syariah, wawancara, 04 Oktober 2025

⁶⁵ Sugiyanto, Direktur BPRS Aman Syariah, wawancara, 02 Oktober 2025

“Selama ini, para nasabah UMKM saya rasa cukup terbantu dengan lokasi kantor kami yang strategis, karena berada di tengah-tengah kegiatan usaha mereka. Banyak dari mereka yang ke sini setelah buka usaha di pagi hari atau menjelang siang.”⁶⁶

Adapun dari sisi nasabah, terkait dengan kenyamanan lokasi dan jam operasional, Bapak Nasir menyampaikan:

“Lokasi kantornya dekat dengan tempat usaha saya di pasar. Kalau mau setor atau ambil uang, tinggal naik motor sebentar. Waktunya juga pas, jadi saya bisa urus keperluan bank tanpa harus tutup toko.”⁶⁷

Sementara itu, Ibu Muntofiyah juga menambahkan:

“Saya senang karena kantornya tidak jauh dan pegawainya melayani di jam yang sesuai dengan kegiatan kami. Biasanya saya datang pagi sebelum toko ramai, jadi tidak mengganggu jualan.”⁶⁸

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat diketahui bahwa BPRS Aman Syariah menempatkan kantornya di lokasi strategis yang mudah dijangkau pelaku UMKM, terutama di sekitar pasar, serta menyesuaikan jam operasional dengan waktu kerja mereka agar layanan perbankan dapat diakses dengan mudah dan nyaman.

Kemudian terkait dengan dampak peningkatan akses layanan keuangan mikro oleh BPRS Aman Syariah terhadap keputusan pelaku UMKM dalam memilih dan menggunakan produk maupun layanan mikro yang ditawarkan, keputusan pelaku UMKM dalam hal ini dapat dilihat melalui beberapa tahapan seperti pengenalan kebutuhan, pencarian

⁶⁶ Diah Retno Ningsih, Karyawan BPRS Aman Syariah, wawancara, 02 Oktober 2025

⁶⁷ Nasir, nasabah UMKM BPRS Aman Syariah, wawancara, 03 Oktober 2025

⁶⁸ Muntofiyah, nasabah UMKM BPRS Aman Syariah, wawancara, 03 Oktober 2025

informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian

a. Pengenalan Kebutuhan

Nasabah BPRS Aman Syariah menyampaikan bahwa mereka mulai membutuhkan layanan dari BPRS Aman Syariah karena memerlukan tambahan modal untuk mengembangkan usaha. Mereka mencari lembaga keuangan yang aman, terpercaya, dan sesuai dengan prinsip syariah. Terkait hal ini, Bapak Nasir menjelaskan:

“Awalnya saya butuh tambahan modal buat usaha warung. Saya cari tempat yang bisa bantu tapi tidak pakai bunga, jadi saya pilih ke BPRS Aman Syariah karena sesuai syariah.”⁶⁹

Sementara itu, Ibu Muntofiyah menyampaikan bahwa kebutuhan muncul karena ingin menambah stok barang dagangan, namun terkendala modal.

“Saya jualan sembako di rumah, terus butuh modal buat nambah stok. Saya pilih ke BPRS Aman Syariah karena prosesnya jelas dan tidak memberatkan.”⁷⁰

Hal yang sama diungkapkan oleh Bapak Ya Arhamar, yang memerlukan dana tambahan untuk memperluas usaha kecilnya.

“Saya butuh dana buat nambah alat usaha. Saya dengar di BPRS Aman Syariah bisa pembiayaan tanpa riba, jadi saya coba ke sana.”⁷¹

Sedangkan Ibu Sarmini menuturkan bahwa ia membutuhkan bantuan pembiayaan untuk memperlancar usaha warung makan miliknya.

⁶⁹ Nasir, nasabah UMKM BPRS Aman Syariah, wawancara, 03 Oktober 2025

⁷⁰ Muntofiyah, nasabah UMKM BPRS Aman Syariah, wawancara, 03 Oktober 2025

⁷¹ Ya Arhamar, nasabah UMKM BPRS Aman Syariah, wawancara, 04 Oktober 2025

“Saya butuh modal buat usaha warung, buat beli bahan dan peralatan. Di BPRS Aman Syariah bisa bantu dengan cara yang halal, jadi saya tertarik.”⁷²

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat diketahui bahwa nasabah membutuhkan pembiayaan karena ingin mengembangkan usaha namun terbatas modal. Mereka memilih BPRS Aman Syariah karena sistem syariahnya tanpa bunga dan prosesnya mudah, menunjukkan bahwa kebutuhan muncul dari dorongan memperkuat usaha sesuai prinsip syariah.

b. Pencarian Informasi

Nasabah mengetahui informasi tentang BPRS Aman Syariah melalui teman, keluarga, atau tetangga yang sudah lebih dulu menjadi nasabah. Selain itu, ada juga yang mengetahui dari kegiatan sosial dan promosi yang dilakukan pihak BPRS di lingkungan sekitar. Terkait hal ini, Bapak Nasir menyampaikan:

“Saya pertama kali tahu tentang BPRS Aman Syariah dari media sosial. Selain itu, saya tahu BPRS Aman Syariah dari teman yang juga nasabah. Dia cerita kalau di sini bisa pembiayaan tanpa bunga, jadi saya tertarik dan datang langsung ke kantornya.”⁷³

Sementara itu, Ibu Muntofiyah mengetahui informasi tentang BPRS Aman Syariah dari tetangganya yang sudah lebih dulu menggunakan layanan pembiayaan.

“Saya dengar dari teman yang pernah ambil pembiayaan di BPRS Aman Syariah. Katanya bagus dan cepat prosesnya, jadi saya coba datang untuk tanya-tanya.”⁷⁴

⁷² Sarmini, nasabah UMKM BPRS Aman Syariah, wawancara, 04 Oktober 2025

⁷³ Nasir, nasabah UMKM BPRS Aman Syariah, wawancara, 03 Oktober 2025

⁷⁴ Muntofiyah, nasabah UMKM BPRS Aman Syariah, wawancara, 03 Oktober 2025

Bapak Ya Arhamar mengetahui BPRS Aman Syariah melalui kegiatan sosial di lingkungan tempat tinggalnya.

“Saya pertama kali tahu waktu ada acara pengajian, kebetulan ada petugas dari BPRS Aman Syariah yang sosialisasi tentang pembiayaan usaha. Dari situ saya jadi tahu lebih banyak.”⁷⁵

Sedangkan Ibu Sarmini mengetahui informasi tersebut dari anggota keluarganya yang lebih dulu menjadi nasabah.

“Saya tahu dari adik saya, dia duluan jadi nasabah di sini. Katanya pelayanannya baik dan bisa bantu modal usaha, makanya saya ikut daftar juga.”⁷⁶

Hasil wawancara menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah mengenal BPRS Aman Syariah melalui rekomendasi dari orang terdekat dan kegiatan sosial, karena informasi langsung dan pengalaman nyata membuat mereka tertarik. Ini membuktikan bahwa hubungan sosial masih menjadi cara paling efektif menarik calon nasabah.

c. Evaluasi Alternatif

Nasabah mengaku sempat mempertimbangkan lembaga keuangan lain sebelum akhirnya memilih BPRS Aman Syariah. Namun, setelah dibandingkan, mereka merasa BPRS Aman Syariah lebih sesuai dengan kebutuhan mereka. Terkait hal ini, Bapak Nasir menjelaskan:

“Awalnya saya sempat lihat ke bank lain juga, tapi setelah tahu sistemnya pakai bunga, saya urungkan niat saya. Di BPRS

⁷⁵ Ya Arhamar, nasabah UMKM BPRS Aman Syariah, wawancara, 04 Oktober 2025

⁷⁶ Sarmini, nasabah UMKM BPRS Aman Syariah, wawancara, 04 Oktober 2025

Aman Syariah tidak pakai bunga, jadi saya lebih memilih BPRS Aman Syariah.”⁷⁷

Sementara itu, Ibu Muntofiyah mengatakan bahwa ia sempat membandingkan dengan koperasi di sekitar tempat tinggalnya, tetapi merasa lebih cocok dengan BPRS Aman Syariah.

“Saya pernah ditawari koperasi juga, tapi di sana bunganya tinggi, seperti koperasi Mekar, dan lain sebagainya. Kalau di BPRS Aman Syariah, sistemnya syariah dan cicilannya lebih ringan. Jadi saya pilih ke BPRS Aman Syariah.”⁷⁸

Bapak Ya Arhamar mengaku sempat mendengar tentang beberapa lembaga pembiayaan lain, namun memilih BPRS Aman Syariah karena merasa lebih aman dan jelas.

“Saya sempat tanya-tanya ke tempat lain, tapi di sana banyak potongan administrasi yang saya sendiri tidak paham. Kalau di BPRS Aman Syariah, semuanya dijelaskan dari awal, jadi saya lebih yakin.”⁷⁹

Sedangkan Ibu Sarmini menyampaikan bahwa ia tidak banyak mempertimbangkan lembaga lain karena sejak awal sudah tertarik dengan sistem syariah yang diterapkan.

“Saya tidak banyak bandingkan ke tempat lain. Dari awal saya memang mau yang syariah, jadi langsung pilih ke BPRS Aman Syariah.”⁸⁰

Hasil wawancara menunjukkan bahwa meskipun beberapa nasabah sempat membandingkan lembaga keuangan lain, mereka akhirnya memilih BPRS Aman Syariah karena dianggap aman, tanpa

⁷⁷ Nasir, nasabah UMKM BPRS Aman Syariah, wawancara, 03 Oktober 2025

⁷⁸ Muntofiyah, nasabah UMKM BPRS Aman Syariah, wawancara, 03 Oktober 2025

⁷⁹ Ya Arhamar, nasabah UMKM BPRS Aman Syariah, wawancara, 04 Oktober 2025

⁸⁰ Sarmini, nasabah UMKM BPRS Aman Syariah, wawancara, 04 Oktober 2025

bunga, dan sesuai prinsip syariah. Kepercayaan dan kesesuaian dengan keyakinan menjadi alasan utama dalam keputusan tersebut.

d. Keputusan Pembelian

Nasabah memutuskan untuk menggunakan layanan di BPRS Aman Syariah karena merasa yakin dengan sistem syariahnya yang aman dan bebas riba. Terkait hal ini, Bapak Nasir menyampaikan:

“Saya akhirnya pilih BPRS Aman Syariah karena sistemnya syariah, jadi tidak ada bunga. Saya lebih tenang, dan prosesnya juga cepat. Cocok buat usaha kecil seperti saya.”⁸¹

Sementara itu, Ibu Muntofiyah mengatakan bahwa keputusannya diambil karena merasa yakin dan percaya dengan penjelasan dari pihak BPRS.

“Saya memutuskan ke BPRS Aman Syariah karena dari awal dijelaskan dengan baik. Tidak ada yang disembunyikan, semuanya jelas. Itu yang membuat saya percaya.”⁸²

Bapak Ya Arhamar menuturkan bahwa keputusan memilih BPRS Aman Syariah didasari oleh keyakinan bahwa sistem syariah lebih berkah dan tidak memberatkan.

“Saya pilih BPRS Aman Syariah karena yakin sistem syariah itu lebih berkah. Saya juga lihat cicilannya ringan dan tidak ada tambahan yang aneh-aneh.”⁸³

Sedangkan Ibu Sarmini mengaku memutuskan menjadi nasabah karena pengalaman baik dari keluarga yang sudah lebih dulu menggunakan layanan BPRS Aman Syariah.

⁸¹ Nasir, nasabah UMKM BPRS Aman Syariah, wawancara, 03 Oktober 2025

⁸² Muntofiyah, nasabah UMKM BPRS Aman Syariah, wawancara, 03 Oktober 2025

⁸³ Ya Arhamar, nasabah UMKM BPRS Aman Syariah, wawancara, 04 Oktober 2025

“Saya akhirnya ke BPRS Aman Syariah karena adik saya duluan di sini dan dia bilang bagus. Setelah saya coba sendiri, memang benar, prosesnya cepat dan pegawainya ramah.”⁸⁴

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat diketahui bahwa keputusan nasabah memilih BPRS Aman Syariah terutama didorong oleh kepercayaan pada sistem syariah yang dianggap aman dan sesuai ajaran agama, serta didukung oleh kemudahan proses, kejelasan informasi, dan pengalaman positif dari orang terdekat.

e. Perilaku Pasca Pembelian

Setelah menggunakan layanan dan produk dari BPRS Aman Syariah nasabah menilai prosesnya mudah, pegawainya ramah, dan sistem pembiayaannya sesuai dengan prinsip syariah sehingga memberikan rasa tenang dan percaya. Terkait hal ini, Bapak Nasir menyampaikan:

“Saya puas karena selama pembiayaan tidak pernah ada masalah. Prosesnya jelas, tidak ada biaya tambahan, dan pegawainya juga cepat membantu kalau ada yang perlu ditanyakan.”⁸⁵

Sementara itu, Ibu Muntofiyah mengatakan bahwa ia merasa puas karena semua proses berjalan lancar dan sesuai dengan yang dijanjikan di awal.

“Saya senang karena dari awal dijelaskan dengan baik dan hasilnya memang sesuai. Tidak ada yang mengecewakan, malah terasa ringan dan mudah dijalankan.”⁸⁶

Bapak Ya Arhamar juga menyampaikan hal serupa. Ia merasa puas karena pelayanan dan prosesnya cepat serta tidak memberatkan.

⁸⁴ Sarmini, nasabah UMKM BPRS Aman Syariah, wawancara, 04 Oktober 2025

⁸⁵ Nasir, nasabah UMKM BPRS Aman Syariah, wawancara, 03 Oktober 2025

⁸⁶ Muntofiyah, nasabah UMKM BPRS Aman Syariah, wawancara, 03 Oktober 2025

“Saya puas, soalnya waktu ajukan pembiayaan prosesnya cepat, dan cicilannya sesuai kemampuan. Tidak ada bunga, jadi dalam perasaan juga tenang.”⁸⁷

Sedangkan Ibu Sarmini menuturkan bahwa kepuasan yang ia rasakan datang dari pengalaman positif selama menjadi nasabah dan kemudahan dalam berurusan.

“Saya puas karena dari awal sampai selesai dilayani dengan baik. Kalau ada yang belum paham, dijelaskan pelan-pelan. Itu yang bikin saya nyaman di sini.”⁸⁸

Hasil wawancara menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah merasa puas dengan produk BPRS Aman Syariah karena proses pembiayaan lancar, informasi jelas, dan penerapan sistem syariah yang memberi rasa aman serta tenang, sehingga menciptakan pengalaman positif bagi nasabah.

Selanjutnya, terkait dengan dampak peningkatan akses layanan keuangan mikro oleh BPRS Aman Syariah terhadap keputusan pelaku UMKM dalam memilih dan menggunakan produk maupun layanan mikro, dapat dilihat melalui beberapa hal yaitu kemantapan pada sebuah produk, kebiasaan dalam membeli produk, memberikan rekomendasi kepada orang lain, serta melakukan pembelian ulang.

a. Kemantapan pada Sebuah Produk

Nasabah BPRS Aman Syariah menyatakan bahwa mereka merasa yakin dan mantap terhadap produk yang ditawarkan. Mereka percaya bahwa produk-produk yang ada sesuai dengan prinsip syariah

⁸⁷ Ya Arhamar, nasabah UMKM BPRS Aman Syariah, wawancara, 04 Oktober 2025

⁸⁸ Sarmini, nasabah UMKM BPRS Aman Syariah, wawancara, 04 Oktober 2025

dan memberikan manfaat nyata tanpa unsur riba. Terkait hal tersebut, Bapak Nasir menyampaikan:

“Saya merasa mantap dengan produk BPRS Aman Syariah karena sistemnya jelas dan sesuai syariah. Saya yakin uang yang saya gunakan dan hasilnya itu halal. Itu yang membuat perasaan saya tenang.”⁸⁹

Sementara itu, Ibu Muntofiyah juga merasa yakin dengan produk yang ditawarkan, terutama karena sudah merasakan sendiri hasil dan keuntungannya.

“Saya sudah pakai produk pembiayaan dari BPRS Aman Syariah beberapa kali. *Alhamdulillah* selalu lancar dan tidak memberatkan. Jadi saya percaya, produknya memang bagus dan sesuai kebutuhan.”⁹⁰

Hal yang sama diungkapkan oleh Bapak Ya Arhamar, yang menilai bahwa produk-produk di BPRS Aman Syariah memberikan rasa aman karena tidak mengandung riba dan dijalankan secara terbuka.

“Produk-produknya aman, tidak ada bunga. Semua dijelaskan di awal, jadi saya tahu apa yang saya jalani. Hal itulah yang membuat saya yakin untuk mengajukan pembiayaan dari BPRS Aman Syariah.”⁹¹

Sedangkan Ibu Sarmini menilai bahwa kemampuan terhadap produk BPRS Aman Syariah muncul karena sudah terbukti membantu usaha kecil seperti miliknya.

“Produk pembiayaan di sini cocok untuk usaha kecil seperti saya. Cicilannya ringan dan tidak ribet. Saya sudah beberapa kali pakai dan hasilnya bagus, jadi saya percaya penuh.”⁹²

⁸⁹ Nasir, nasabah UMKM BPRS Aman Syariah, wawancara, 03 Oktober 2025

⁹⁰ Muntofiyah, nasabah UMKM BPRS Aman Syariah, wawancara, 03 Oktober 2025

⁹¹ Ya Arhamar, nasabah UMKM BPRS Aman Syariah, wawancara, 04 Oktober 2025

⁹² Sarmini, nasabah UMKM BPRS Aman Syariah, wawancara, 04 Oktober 2025

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat diketahui bahwa kemantapan nasabah terhadap produk BPRS Aman Syariah muncul karena kepercayaan pada sistem syariah, pengalaman positif dalam penggunaan produk, serta manfaat yang dirasakan langsung. Nasabah yakin produk ini sesuai dengan prinsip syariah dan membantu mengelola keuangan serta usaha dengan aman dan berkah.

b. Kebiasaan dalam Membeli Produk

Nasabah BPRS Aman Syariah mengaku sudah terbiasa menggunakan produk keuangan dari lembaga tersebut, terutama untuk kebutuhan modal usaha. Mereka merasa nyaman karena prosesnya mudah dan tidak memberatkan. Terkait hal ini, Bapak Nasir menyampaikan:

“Saya sudah dua kali ambil pembiayaan di BPRS Aman Syariah. Kalau butuh tambahan modal, saya ke sini lagi karena prosesnya cepat dan tidak ribet. Jadi sudah jadi langganan.”⁹³

Sementara itu, Ibu Muntofiyah juga mengatakan bahwa ia menggunakan produk dari BPRS Aman Syariah karena sudah merasa cocok dengan sistem dan hasilnya.

“Sudah pernah pakai dua kali. Waktu usaha butuh tambahan modal, saya kembali ke BPRS Aman Syariah lagi. Karena sudah tahu caranya dan hasilnya juga bagus.”⁹⁴

Hasil wawancara menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah cenderung kembali menggunakan produk BPRS Aman Syariah karena merasa percaya, nyaman, prosedurnya mudah, hasilnya memuaskan,

⁹³ Nasir, nasabah UMKM BPRS Aman Syariah, wawancara, 03 Oktober 2025

⁹⁴ Muntofiyah, nasabah UMKM BPRS Aman Syariah, wawancara, 03 Oktober 2025

dan pengalaman sebelumnya membuat mereka yakin untuk terus menggunakan layanan tersebut.

c. Memberikan Rekomendasi pada Orang Lain

Nasabah BPRS Aman Syariah mengaku sering menyarankan teman atau keluarga untuk menggunakan produk dari BPRS Aman Syariah. Mereka merasa puas dengan pengalaman yang sudah dirasakan, sehingga tidak ragu untuk merekomendasikannya kepada orang lain. Terkait hal ini, Bapak Nasir menyampaikan:

“Saya pernah menyarankan teman yang butuh modal usaha supaya coba ke BPRS Aman Syariah. Saya bilang di sini cepat prosesnya dan sistemnya syariah, jadi lebih aman.”⁹⁵

Sementara itu, Ibu Muntofiyah juga sering mengajak orang di sekitarnya untuk ikut menabung di BPRS Aman Syariah.

“Saya sudah beberapa kali cerita ke tetangga dan keluarga. Saya bilang kalau mau nabung atau ambil pembiayaan, di sini enak, pelayanannya baik dan tidak berbelit.”⁹⁶

Hal yang sama diungkapkan oleh Bapak Ya Arhamar, yang merasa bahwa pengalamannya sendiri menjadi alasan kuat untuk merekomendasikan BPRS Aman Syariah kepada orang lain.

“Saya sudah pernah merasakan sendiri, jadi saya percaya. Makanya kalau ada teman tanya soal pinjaman atau tabungan syariah, saya arahkan ke BPRS Aman Syariah.”⁹⁷

Sedangkan Ibu Sarmini menuturkan bahwa ia juga pernah menceritakan pengalamannya kepada keluarga yang memiliki usaha kecil.

⁹⁵ Nasir, nasabah UMKM BPRS Aman Syariah, wawancara, 03 Oktober 2025

⁹⁶ Muntofiyah, nasabah UMKM BPRS Aman Syariah, wawancara, 03 Oktober 2025

⁹⁷ Ya Arhamar, nasabah UMKM BPRS Aman Syariah, wawancara, 04 Oktober 2025

“Saya pernah kasih tahu saudara yang punya warung kecil. Saya bilang di sini bisa bantu modal tanpa bunga, prosesnya juga cepat. Akhirnya mereka coba dan cocok juga.”⁹⁸

Hasil wawancara menunjukkan bahwa nasabah merasa puas dan percaya terhadap BPRS Aman Syariah, sehingga mereka bersedia merekomendasikannya kepada orang lain karena pengalaman positif dan keyakinan pada sistem syariah yang aman.

d. Melakukan Pembelian Ulang

Sebagian nasabah BPRS Aman Syariah mengaku sudah pernah kembali mengajukan pembiayaan setelah menyelesaikan pembiayaan sebelumnya, sementara sebagian lainnya belum karena baru pertama kali menjadi nasabah. Terkait hal ini, Bapak Nasir menyampaikan:

“Saya sudah dua kali ambil pembiayaan di BPRS Aman Syariah. Waktu pertama sudah lunas, terus saya ajukan lagi karena butuh tambahan modal. Prosesnya cepat, tidak ribet, dan pegawaiya juga membantu.”⁹⁹

Sementara itu, Ibu Muntofiyah yang juga pernah melakukan pembiayaan ulang menyampaikan hal serupa:

“Dulu saya sudah pernah selesai satu pembiayaan, dan karena cocok, saya ambil lagi. Di sini prosesnya gampang dan cepat cair, jadi saya tidak ragu.”¹⁰⁰

Sementara itu, Ibu Sarmini mengatakan bahwa ia belum pernah mengajukan pembiayaan ulang karena baru pertama kali menggunakan produk dari BPRS Aman Syariah.

⁹⁸ Sarmini, nasabah UMKM BPRS Aman Syariah, wawancara, 04 Oktober 2025

⁹⁹ Nasir, nasabah UMKM BPRS Aman Syariah, wawancara, 03 Oktober 2025

¹⁰⁰ Muntofiyah, nasabah UMKM BPRS Aman Syariah, wawancara, 03 Oktober 2025

“Saya baru sekali ambil pembiayaan di sini. Tapi kalau nanti butuh lagi, *insyaallah* saya akan ajukan ke sini lagi, karena sejauh ini saya puas.”¹⁰¹

Begitu juga dengan Bapak Ya Arhamar, yang baru pertama kali menjadi nasabah pembiayaan di BPRS Aman Syariah.

“Ini baru pertama kali saya ambil pembiayaan di sini. Kalau nanti sudah selesai dan butuh tambahan lagi, saya pasti ajukan pinjaman lagi ke BPRS Aman Syariah, karena pelayanannya bagus dan prosesnya cepat.”¹⁰²

Hasil wawancara menunjukkan bahwa dua nasabah telah melakukan pembiayaan ulang karena puas dan percaya pada sistem BPRS Aman Syariah, sedangkan dua lainnya masih yang pertama. Nasabah sama-sama memiliki pandangan positif dan berniat kembali menggunakan produk pembiayaan tersebut di masa depan.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Strategi Pemasaran BPRS Aman Syariah dalam menarik Minat Pelaku UMKM untuk Menggunakan Layanan Keuangan Mikro

Sebagai upaya memperluas jangkauan layanan keuangan berbasis syariah, BPRS Aman Syariah berperan penting dalam mendukung pertumbuhan pelaku UMKM melalui layanan keuangan mikro. Di tengah persaingan industri perbankan yang semakin ketat, strategi pemasaran menjadi kunci bagi BPRS Aman Syariah untuk tidak hanya memperkenalkan produknya, tetapi juga membangun kepercayaan dan minat pelaku usaha agar mau beralih ke layanan keuangan mikro. Berdasarkan hasil penelitian, dalam strategi pemasaran layanan keuangan

¹⁰¹ Sarmini, nasabah UMKM BPRS Aman Syariah, wawancara, 04 Oktober 2025

¹⁰² Ya Arhamar, nasabah UMKM BPRS Aman Syariah, wawancara, 04 Oktober 2025

mikro, BPRS Aman Syariah menitikberatkan pada dua pendekatan utama dalam strategi pemasaran, yaitu pendekatan STP serta penerapan unsur-unsur bauran pemasaran (*marketing mix*).

a. *Segmentation*

BPRS Aman Syariah memetakan kondisi ekonomi dan jenis usaha masyarakat di wilayah operasionalnya untuk menentukan calon nasabah potensial layanan keuangan mikro. Melalui ini, BPRS Aman Syariah dapat menyusun strategi yang tepat guna menjangkau pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah serta menyesuaikan produk dan layanan sesuai kebutuhan dan kemampuan mereka.

Langkah segmentasi yang dilakukan BPRS Aman Syariah sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Putra dan Hasbiyah, yang menjelaskan bahwa segmentasi pasar perbankan syariah dapat dilakukan berdasarkan demografi dan perilaku masyarakat.¹⁰³ Dalam hal ini, BPRS Aman Syariah memfokuskan pada masyarakat produktif dengan kegiatan usaha aktif dan pendapatan yang memungkinkan untuk melakukan transaksi keuangan. Selain itu, pendekatan perilaku juga tampak melalui target terhadap masyarakat yang membutuhkan layanan cepat dan mudah dalam aktivitas usaha mereka. Dengan demikian, strategi segmentasi yang diterapkan sudah sesuai dengan prinsip segmentasi pasar dalam perbankan syariah.

¹⁰³ Purnama Putra dan Wiwik Hasbiyah, *Teori dan Praktik Pemasaran Syariah*, (Depok: Rajawali Pers, 2018), 175

b. *Targeting*

BPRS Aman Syariah menargetkan kelompok UMKM yang berpotensi berkembang, memiliki karakter baik, dan memberi manfaat ekonomi bagi lingkungan. Pemilihan dilakukan berdasarkan prinsip 5C, dengan tujuan mendukung keberlanjutan serta nilai sosial. Sasaran utamanya adalah UMKM yang sudah berjalan, berkomitmen pada prinsip syariah, dan mampu memberi dampak ekonomi positif bagi masyarakat.

Pendekatan *targeting* yang dilakukan BPRS Aman Syariah sejalan dengan teori Putra dan Hasbiyah mengenai pasar sasaran perbankan syariah, di mana lembaga keuangan syariah berupaya melayani seluruh lapisan pasar tanpa membeda-bedakan secara berlebihan, melainkan mencari kesamaan kebutuhan di antara konsumen.¹⁰⁴ Dalam hal ini, BPRS Aman Syariah tidak membatasi diri hanya pada skala usaha tertentu, melainkan menyesuaikan layanan pembiayaan agar dapat diterima oleh berbagai kelompok UMKM dengan kebutuhan yang serupa. Pendekatan ini juga memberikan efisiensi dalam pelayanan dan memperluas jangkauan pasar, sehingga tujuan penyediaan layanan keuangan mikro yang inklusif dan berprinsip syariah dapat tercapai.

c. *Positioning*

BPRS Aman Syariah berkomitmen menjadi lembaga keuangan syariah dengan layanan cepat, ramah, dan mudah diakses. Bank ini tidak hanya menawarkan produk pembiayaan, tetapi juga

¹⁰⁴ Putra dan Hasbiyah, 176

memperhatikan kenyamanan nasabah melalui fasilitas seperti *pick up service* untuk setoran dan angsuran. Upaya ini memudahkan pelaku usaha kecil serta membangun citra bank yang dekat dengan masyarakat dan mendukung kebutuhan sektor UMKM.

Strategi tersebut sejalan dengan teori yang dikemukakan Putra dan Hasbiyah, di mana produk atau jasa harus diposisikan sesuai keinginan nasabah agar mampu menarik minat dan kepercayaan mereka.¹⁰⁵ Dalam hal ini, BPRS Aman Syariah menempatkan pelayanannya sebagai produk utama yang bernilai lebih bagi nasabah. Pelayanan yang cepat dan ramah mencerminkan upaya bank untuk menjaga kualitas jasa sesuai dengan harapan masyarakat. Dengan demikian, positioning yang dibangun bukan hanya menciptakan diferensiasi dari lembaga keuangan lain, tetapi juga memperkuat daya saing bank melalui komitmen terhadap kemudahan dan kepuasan nasabah.

Selanjutnya, BPRS Aman Syariah juga menerapkan unsur-unsur bauran pemasaran (*marketing mix*) sebagai pendekatan taktis dalam mengimplementasikan strategi pemasaran BPRS Aman Syariah dalam menarik minat pelaku UMKM untuk menggunakan layanan keuangan mikro, yaitu sebagai berikut:

a. Produk (*Product*)

Produk layanan keuangan mikro BPRS Aman Syariah disesuaikan dengan kebutuhan UMKM melalui kemudahan

¹⁰⁵ Putra dan Hasbiyah, 176

administrasi, fleksibilitas pembayaran, dan nominal pembiayaan yang sesuai kemampuan usaha kecil. Strategi ini menunjukkan kepedulian bank terhadap kondisi ekonomi masyarakat, sehingga produk dapat membantu pengembangan usaha. Informasi produk juga disampaikan secara langsung dan sederhana untuk memudahkan pemahaman calon nasabah serta membangun hubungan yang lebih dekat dengan masyarakat.

Upaya yang dilakukan BPRS Aman Syariah sejalan dengan teori yang dikemukakan Umam, bahwa produk dalam perbankan syariah merupakan jasa yang harus mengacu pada prinsip-prinsip syariah dan tetap menarik minat nasabah melalui strategi *differensiasi* atau *diversifikasi*.¹⁰⁶ Penyesuaian produk pembiayaan mikro dan ultra mikro, termasuk rencana pemberian tanpa agunan, mencerminkan bentuk diversifikasi produk untuk memperluas jangkauan layanan. Dengan demikian, BPRS Aman Syariah tidak hanya menjaga kepatuhan terhadap prinsip syariah, tetapi juga berinovasi agar produknya lebih relevan dan kompetitif di tengah kebutuhan pelaku UMKM yang beragam.

b. Harga (*Price*)

BPRS Aman Syariah menetapkan margin bagi hasil dengan menyesuaikan kemampuan pelaku UMKM agar tetap terjangkau dan tidak memberatkan. Bank menjaga keseimbangan antara keuntungan

¹⁰⁶ Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2013), 291

dan kemampuan nasabah, serta menyampaikan biaya layanan secara terbuka. Transparansi ini menunjukkan komitmen bank untuk memberikan layanan yang adil dan menjaga kepercayaan nasabah terhadap sistem bagi hasil.

Kebijakan penetapan harga tersebut sejalan dengan teori yang dikemukakan Umam, dimana harga merupakan elemen pendapatan penting dalam *marketing mix* dan menjadi tolak ukur pengorbanan konsumen untuk memperoleh manfaat jasa.¹⁰⁷ Dalam hal ini, BPRS Aman Syariah mampu memberikan nilai tambah bagi nasabah melalui sistem bagi hasil yang dianggap lebih adil dibandingkan bunga pada bank konvensional. Dengan demikian, harga yang ditawarkan tidak hanya kompetitif, tetapi juga mencerminkan prinsip keadilan dan kebermanfaatan sesuai dengan nilai-nilai perbankan syariah.

c. Tempat (*Place*)

BPRS Aman Syariah menempatkan unit layanan keuangan mikro di lokasi strategis seperti pasar dan sentra UMKM agar mudah dijangkau oleh pelaku usaha. Penentuan lokasi tersebut menunjukkan perhatian terhadap kemudahan akses nasabah dalam melakukan transaksi. Selain itu, adanya kegiatan sosialisasi, kunjungan langsung ke pelaku usaha, dan layanan penjemputan angsuran memperluas jangkauan layanan bagi masyarakat yang berada jauh dari kantor pusat maupun memiliki keterbatasan waktu.

¹⁰⁷ Umam, 292

Upaya BPRS Aman Syariah ini sejalan dengan teori yang dikemukakan Umam bahwa penetrasi pasar perbankan syariah tidak akan berhasil tanpa didukung oleh tempat atau saluran distribusi yang baik.¹⁰⁸ Dengan menempatkan unit layanan di wilayah yang dekat dengan kegiatan ekonomi masyarakat dan memperluas akses hingga ke pelosok melalui berbagai strategi pelayanan, BPRS Aman Syariah telah menerapkan prinsip distribusi yang baik untuk mempercepat pertumbuhan pasar perbankan syariah.

d. Promosi (*Promotion*)

BPRS Aman Syariah mempromosikan layanan melalui literasi keuangan, sosialisasi langsung, dan media sosial untuk memperluas informasi tentang produk keuangan mikro syariah. Selain itu, rekomendasi dari nasabah lama turut menarik nasabah baru karena kepercayaan terhadap pengalaman positif, sehingga membantu membangun citra baik dan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap layanan keuangan syariah.

Pendekatan promosi yang diterapkan oleh BPRS Aman Syariah sejalan dengan teori yang dikemukakan Umam, bahwa promosi menjadi faktor penting dalam membentuk *brand image* dan memperkuat posisi lembaga keuangan syariah di masyarakat.¹⁰⁹ Melalui kegiatan promosi yang konsisten, baik secara tatap muka

¹⁰⁸ Umam, 292

¹⁰⁹ Umam, 292-293

maupun melalui media digital, BPRS Aman Syariah tentu dapat menanamkan citra lembaga yang terpercaya dan mudah diakses.

e. **Orang (People)**

BPRS Aman Syariah menunjukkan perhatian yang kuat terhadap kualitas sumber daya manusia melalui evaluasi rutin dan briefing harian yang membahas umpan balik nasabah. Upaya ini membantu menjaga konsistensi pelayanan, terutama dalam menghadapi kebutuhan nasabah UMKM. Sikap ramah, sopan, dan tanggap dari para karyawan mencerminkan penerapan pembinaan yang efektif, sehingga pelayanan menjadi lebih cepat dan tepat.

Penerapan tersebut sejalan dengan teori yang dikemukakan Umam, bahwa sumber daya manusia merupakan unsur penting dalam menentukan tingkat kepuasan nasabah.¹¹⁰ Penempatan karyawan sesuai kapasitas dan pembinaan berkelanjutan di BPRS Aman Syariah menjadi strategi manajemen SDM yang tepat.

f. **Proses (Process)**

BPRS Aman Syariah menerapkan proses layanan keuangan mikro yang cepat, mudah, dan sesuai prosedur melalui penerapan *Service Level Agreement* (SLA). Setiap pengajuan pembiayaan diproses dengan standar waktu yang jelas dan tanpa perbedaan perlakuan antar nasabah. Bank juga memberikan pendampingan

¹¹⁰ Umam, 293

kepada nasabah dalam melengkapi dokumen agar proses tetap berjalan lancar.

Penerapan proses tersebut sejalan dengan teori yang dikemukakan Umam, bahwa proses pada perbankan syariah perlu dikembangkan agar efektif dan efisien dalam memberikan layanan kepada nasabah.¹¹¹ BPRS Aman Syariah telah menjalankan prinsip ini dengan menjaga keseimbangan antara kecepatan layanan dan kepatuhan terhadap prosedur. Dengan demikian, proses pelayanan yang diterapkan mampu meningkatkan kepercayaan dan kepuasan nasabah terhadap layanan perbankan syariah.

g. Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

BPRS Aman Syariah menunjukkan perhatian tinggi terhadap bukti fisik melalui penyediaan fasilitas yang bersih, nyaman, dan mudah dijangkau. Upaya menjaga kebersihan ruang pelayanan, keramahan petugas, serta penataan ruang yang rapi mencerminkan komitmen lembaga dalam menciptakan lingkungan pelayanan yang mendukung kenyamanan dan kepercayaan nasabah, khususnya pelaku UMKM.

Hal ini sejalan dengan teori Umam yang menyatakan bahwa pelayanan jasa perbankan syariah bersifat tidak berwujud (*intangible*), sehingga bukti fisik seperti suasana kantor, fasilitas, dan cara pelayanan menjadi elemen penting yang dirasakan langsung oleh

¹¹¹ Umam, 293-294

nasabah.¹¹² Pengalaman positif dari nasabah atas bukti fisik tersebut dapat menjadi bentuk kesaksian nyata yang memperkuat citra dan kepercayaan masyarakat terhadap BPRS Aman Syariah.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dipahami bahwa Strategi pemasaran BPRS Aman Syariah dalam menarik minat pelaku UMKM menggunakan layanan keuangan mikro dilakukan melalui pendekatan *STP* dan *7P*. Dalam *STP*, bank melakukan *Segmentasi* berdasarkan jenis usaha dan kondisi ekonomi masyarakat, *Targeting* pada UMKM yang berpotensi berkembang dan berkomitmen pada prinsip syariah, serta *Positioning* sebagai lembaga yang memberikan layanan cepat, ramah, dan mudah diakses. Sementara itu, penerapan *7P* meliputi *Product* yang fleksibel sesuai kebutuhan UMKM, *Price* berupa margin bagi hasil terjangkau, *Place* melalui lokasi strategis dan layanan jemput angsuran, *Promotion* lewat literasi, sosialisasi, dan media sosial, *People* dengan karyawan ramah dan tanggap, *Process* layanan cepat dan sesuai prosedur, serta *Physical Evidence* berupa fasilitas yang nyaman dan rapi, sehingga seluruh strategi mendukung minat dan kepercayaan UMKM terhadap layanan keuangan mikro syariah.

2. Dampak Peningkatan Akses Layanan Keuangan Mikro oleh BPRS Aman Syariah Terhadap Keputusan Pelaku UMKM dalam Mengakses Produk dan Layanan BPRS Aman Syariah

BPRS Aman Syariah menyediakan berbagai bentuk akses yang memudahkan nasabah sebagai berikut:

¹¹² Umam, 294

a. Pinjaman dalam Jumlah Kecil

BPRS Aman Syariah menerapkan kebijakan pemberian pinjaman dalam jumlah kecil dengan tetap berpegang pada prinsip analisa 5C untuk menjaga kualitas pembiayaan. Langkah ini menunjukkan penerapan prinsip kehati-hatian dalam menilai kemampuan dan karakter nasabah agar risiko gagal bayar dapat diminimalkan. Meskipun nilai pinjaman relatif kecil, proses analisa tetap dilakukan secara menyeluruh untuk memastikan bahwa dana yang diberikan tepat sasaran dan sesuai dengan kapasitas usaha penerima.

Kebijakan tersebut sejalan dengan teori Juwaini yang menjelaskan bahwa pinjaman dalam jumlah kecil bertujuan untuk menyesuaikan kemampuan ekonomi nasabah serta mempermudah pengelolaan dan pengembalian dana.¹¹³ Dengan menerapkan prinsip ini, BPRS Aman Syariah mampu memberikan akses pembiayaan yang ringan tanpa agunan besar, sekaligus mendukung pelaku usaha kecil dalam memperluas kegiatan usahanya dan meningkatkan keberlanjutan ekonomi mereka.

b. Jangka Waktu Pendek

BPRS Aman Syariah menetapkan jangka waktu pembiayaan berdasarkan kemampuan dan kebutuhan usaha nasabah agar tidak menimbulkan beban dalam pelunasan. Proses pencairan dana

¹¹³ Ahmad Juwaini, *Strategi Pengembangan Keuangan Mikro Syariah di Indonesia*, (Jakarta: Komite Nasional Keuangan Syariah, 2019), 24

dilakukan secara cepat setelah persyaratan terpenuhi sehingga dana segera dapat dimanfaatkan untuk kegiatan usaha. Fleksibilitas dalam menentukan tenor membantu nasabah menyesuaikan kewajiban pembayaran dengan perputaran modal usaha mereka.

Penerapan kebijakan tersebut sejalan dengan teori Juwaini yang menjelaskan bahwa layanan keuangan mikro umumnya menggunakan jangka waktu pendek untuk memudahkan pelunasan dan mempercepat perputaran dana.¹¹⁴ Dengan sistem ini, BPRS Aman Syariah dapat menjaga kelancaran pengembalian pembiayaan sekaligus memberi kesempatan bagi nasabah lain untuk memperoleh pembiayaan baru.

c. Penilaian Peminjam yang Sederhana

Proses penilaian peminjam di BPRS Aman Syariah dilakukan dengan cara yang sederhana dan cepat, namun tetap memperhatikan prinsip kehati-hatian melalui penerapan unsur 5C. Fokus utama penilaian terletak pada karakter dan kemampuan bayar calon nasabah, sedangkan aspek modal, jaminan, dan kondisi usaha menjadi pelengkap untuk memastikan kelayakan pembiayaan. Pendekatan ini memudahkan pelaku usaha kecil dalam mengakses pembiayaan tanpa harus memenuhi persyaratan administratif yang rumit.

Penerapan sistem penilaian tersebut sejalan dengan teori yang dikemukakan Juwaini, yang menyatakan bahwa lembaga keuangan mikro menerapkan prosedur penilaian yang disederhanakan. Lembaga

¹¹⁴ Juwaini, 24

keuangan mikro lebih mengandalkan pendekatan personal, wawancara langsung, kunjungan lapangan, serta rekomendasi dari anggota kelompok atau masyarakat. Tujuannya adalah untuk mengurangi hambatan administratif yang seringkali menghalangi kelompok miskin untuk mengakses pembiayaan.¹¹⁵ Dengan mengutamakan pendekatan personal dan informasi langsung dari calon peminjam, BPRS Aman Syariah mampu menjaga keseimbangan antara kemudahan layanan dan keamanan pembiayaan.

d. Pencairan Dana yang Cepat

Proses pencairan dana di BPRS Aman Syariah berlangsung cepat dan teratur, selama berkas lengkap dan analisis pembiayaan selesai, dana dapat segera dicairkan dalam waktu singkat. Hal ini membuat nasabah mudah mengakses modal untuk kebutuhan usaha tanpa harus menunggu lama, sehingga layanan pembiayaan menjadi efisien dan praktis.

Kecepatan pencairan ini sesuai dengan teori yang dikemukakan Juwaini, bahwa dalam layanan keuangan mikro, proses pencairan dana yang cepat sangat penting karena peminjam membutuhkan dana segera untuk kegiatan produktif seperti pembelian bahan baku atau pembayaran upah.¹¹⁶ Dengan demikian, BPRS Aman Syariah mampu memenuhi kebutuhan modal nasabah secara tepat waktu.

¹¹⁵ Juwaini, 24

¹¹⁶ Juwaini, 24

e. Pinjaman Berulang Bagi Nasabah yang Tertib Membayar

BPRS Aman Syariah memberikan kemudahan bagi nasabah yang tertib membayar dengan mempercepat proses pengajuan pembiayaan ulang dan menyederhanakan persyaratan administrasi. Sistem ini memberikan kepercayaan pada nasabah yang memiliki riwayat pembayaran lancar sehingga mereka dapat memperoleh pinjaman berikutnya dengan lebih cepat dan mudah.

Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan Juwaini, bahwa layanan keuangan mikro yang baik mendorong peminjam disiplin untuk menjaga reputasi keuangan, sekaligus menciptakan insentif positif dan hubungan jangka panjang antara peminjam dan lembaga penyedia pinjaman.¹¹⁷

f. Lokasi dan Waktu Layanan yang Nyaman

BPRS Aman Syariah menempatkan kantor pada lokasi yang mudah dijangkau oleh pelaku UMKM dan menyesuaikan jam operasional dengan kegiatan usaha mereka, sehingga nasabah dapat mengakses layanan keuangan dengan cepat dan praktis. Penentuan lokasi di sekitar pusat aktivitas ekonomi dan jam layanan yang fleksibel membantu pelaku usaha mengurus kebutuhan perbankan tanpa mengganggu kegiatan usahanya.

Pendekatan ini sesuai dengan teori Juwaini yang menyatakan bahwa aksesibilitas layanan keuangan, baik dari segi lokasi maupun

¹¹⁷ Juwaini, 24

waktu, penting untuk memudahkan masyarakat dalam memperoleh layanan.¹¹⁸ Kehadiran kantor di tempat strategis dan penyesuaian waktu operasional mencerminkan upaya lembaga keuangan dalam memberikan layanan yang inklusif dan efisien bagi nasabah.

Keputusan pelaku UMKM dalam memilih dan menggunakan produk atau layanan mikro melalui tahapan pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, serta perilaku setelah pembelian.

a. Pengenalan Kebutuhan

Nasabah BPRS Aman Syariah menyadari adanya kebutuhan untuk memperoleh tambahan modal guna mengembangkan usaha mereka. Kesadaran ini mendorong mereka mencari lembaga keuangan yang aman, terpercaya, dan sesuai prinsip syariah, sehingga proses pemenuhan kebutuhan dapat dilakukan tanpa bunga dan prosedur yang jelas.

Kebutuhan nasabah tersebut sejalan dengan teori yang dikemukakan Kotler dan Armstrong sebagaimana dikutip oleh Andrian, yaitu tahap di mana konsumen menyadari adanya masalah atau kekurangan yang harus dipenuhi.¹¹⁹ Kesadaran ini menjadi pemicu bagi nasabah untuk mencari solusi pembiayaan yang sesuai dengan prinsip syariah dan kondisi usaha mereka.

¹¹⁸ Juwaini, 24

¹¹⁹ Andrian, dkk., *Perilaku Konsumen*, (Malang: Rena Cipta Mandiri, 2022), 117

b. Pencarian Informasi

Nasabah mengenal BPRS Aman Syariah melalui rekomendasi dari orang terdekat dan kegiatan sosial di lingkungan sekitar. Cara ini memudahkan mereka memperoleh informasi secara langsung dan praktis, sehingga tertarik untuk mencoba layanan pemberian yang ditawarkan.

Temuan ini sesuai dengan teori Kotler dan Armstrong sebagaimana dikutip oleh Andrian, yang menyatakan bahwa pada tahap pencarian informasi, konsumen aktif mencari data dari berbagai sumber untuk memenuhi kebutuhan mereka.¹²⁰ Interaksi sosial dan promosi yang dilakukan BPRS Aman Syariah membantu nasabah mendapatkan informasi yang relevan dan memudahkan pengambilan keputusan.

c. Evaluasi Alternatif

Nasabah memilih BPRS Aman Syariah setelah mempertimbangkan beberapa alternatif lembaga keuangan, karena sistem syariah yang diterapkan sesuai dengan kebutuhan mereka, aman, dan bebas bunga. Faktor kepercayaan dan kemudahan dalam memahami mekanisme layanan menjadi pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan.

Proses evaluasi ini sesuai dengan teori Kotler dan Armstrong sebagaimana dikutip oleh Andrian, yang menyebutkan bahwa

¹²⁰ Andrian, dkk, 117

konsumen membandingkan berbagai alternatif untuk menentukan pilihan yang paling sesuai dengan preferensi dan kebutuhan mereka.¹²¹

Dengan demikian, keputusan nasabah mencerminkan pertimbangan rasional terhadap fitur dan keuntungan yang ditawarkan oleh BPRS Aman Syariah dibandingkan lembaga lain.

d. Keputusan Pembelian

Keputusan nasabah memilih BPRS Aman Syariah dipengaruhi oleh keyakinan terhadap sistem syariah yang aman dan bebas riba, serta kemudahan proses layanan dan kejelasan informasi. Faktor pengalaman positif dari orang terdekat juga turut mendorong keputusan tersebut.

Hal ini sejalan dengan teori Kotler dan Armstrong, yang menyebutkan bahwa keputusan pembelian tidak hanya dipengaruhi oleh niat awal, tetapi juga oleh faktor eksternal seperti situasi dan pengaruh lingkungan.¹²² Dengan demikian, kombinasi keyakinan pribadi dan pengaruh lingkungan mendorong nasabah untuk memilih layanan BPRS Aman Syariah.

e. Perilaku Pasca Pembelian

Setelah menggunakan layanan dan produk BPRS Aman Syariah, nasabah merasa puas karena proses pemberian berjalan lancar, pegawai ramah, dan sistem sesuai prinsip syariah sehingga menimbulkan rasa tenang dan percaya. Kepuasan ini mendorong

¹²¹ Andrian, dkk, 117

¹²² Andrian, dkk, 117

nasabah untuk tetap menggunakan produk dan layanan, serta menimbulkan pengalaman positif selama berinteraksi dengan bank.

Kondisi tersebut sejalan dengan teori *post-purchase behavior* Kotler dan Armstrong sebagaimana dikutip oleh Andrian, yang menyatakan bahwa setelah pembelian, konsumen mengevaluasi kepuasan mereka terhadap produk atau layanan. Tingkat kepuasan yang dirasakan akan memengaruhi keputusan penggunaan kembali atau loyalitas terhadap produk¹²³, seperti yang terlihat pada nasabah BPRS Aman Syariah.

Keputusan pelaku UMKM dalam memilih dan menggunakan produk maupun layanan mikro, dapat dilihat melalui beberapa hal sebagai berikut:

a. Kemantapan pada Sebuah Produk

Nasabah BPRS Aman Syariah menunjukkan kemantapan terhadap produk yang ditawarkan karena adanya kepercayaan pada sistem syariah dan pengalaman positif dalam penggunaan produk. Produk yang jelas, aman dari riba, serta memberikan manfaat nyata membuat nasabah merasa yakin dalam mengelola keuangan dan usaha mereka.

Hal ini sejalan dengan teori yang dikemukakan Mardiana dan Sijabat, bahwa kemantapan pada sebuah produk muncul dari keyakinan konsumen terhadap kualitas, manfaat, dan konsistensi

¹²³ Andrian, dkk, 117

produk. Reputasi produk yang baik, pengalaman positif, dan informasi yang jelas dapat meningkatkan tingkat kemantapan tersebut.¹²⁴

b. Kebiasaan dalam Membeli Produk

Nasabah BPRS Aman Syariah menunjukkan pola penggunaan produk yang konsisten, terutama untuk kebutuhan modal usaha, karena merasa nyaman dengan proses yang mudah dan hasil yang memuaskan. Kebiasaan ini tercermin dari kecenderungan mereka untuk kembali menggunakan layanan yang sama ketika membutuhkan tambahan pembiayaan.

Temuan ini sesuai dengan teori yang dikemukakan Mardiana dan Sijabat, bahwa kebiasaan membeli terbentuk melalui pengalaman berulang dan kepuasan terhadap produk. Konsumen yang sudah familiar cenderung memiliki preferensi jelas terhadap produk yang mereka kenal, sehingga mempermudah keputusan pembelian berikutnya.¹²⁵

c. Memberikan Rekomendasi pada Orang Lain

Nasabah BPRS Aman Syariah menunjukkan kecenderungan untuk merekomendasikan produk kepada keluarga, teman, dan rekan. Rekomendasi ini muncul karena pengalaman positif yang dirasakan, termasuk kemudahan layanan dan keyakinan pada sistem syariah yang aman. Dengan berbagi pengalaman, nasabah membantu orang lain

¹²⁴ Dian Mardiana dan Rosdiana Sijabat, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian”, *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen* 6, no. 1, (2022), 10

¹²⁵ Mardiana dan Sijabat, 10

mempertimbangkan produk BPRS Aman Syariah sebagai pilihan yang terpercaya.

Fenomena ini sesuai dengan teori yang dikemukakan Mardiana dan Sijabat bahwa konsumen yang puas cenderung memberikan rekomendasi kepada orang lain. Rekomendasi dari konsumen dianggap lebih kredibel daripada iklan, sehingga berpotensi memengaruhi keputusan orang lain dalam memilih produk atau layanan.¹²⁶

d. Melakukan Pembelian Ulang

Beberapa nasabah BPRS Aman Syariah telah melakukan pemberian ulang setelah menyelesaikan pemberian sebelumnya, menunjukkan bahwa layanan dan proses yang diberikan memenuhi kebutuhan mereka. Sebagian nasabah lain baru pertama kali menggunakan produk pemberian, namun memiliki niat untuk kembali mengajukan di masa mendatang karena pengalaman yang memuaskan.

Temuan ini sesuai dengan teori yang dikemukakan Mardiana dan Sijabat bahwa pembelian ulang merupakan indikator kepuasan konsumen dan loyalitas terhadap produk. Konsumen yang kembali menggunakan layanan menunjukkan bahwa kebutuhan mereka terpenuhi secara konsisten, sehingga mereka cenderung mempertahankan hubungan dengan penyedia produk tersebut.¹²⁷

¹²⁶ Mardiana dan Sijabat, 10

¹²⁷ Mardiana dan Sijabat, 10

Berdasarkan uraian di atas, dapat diklasifikan dampak peningkatan akses layanan keuangan mikro oleh BPRS Aman Syariah terhadap Keputusan Pelaku UMKM menjadi 2 aspek yaitu dampak positif dan dampak negatif.

a. Dampak Positif

- 1) Kemudahan pengajuan pinjaman kecil memberikan kesempatan bagi pelaku UMKM untuk memperoleh modal tanpa harus menyiapkan agunan besar. Pelaku usaha merasa terbantu karena prosesnya cepat dan persyaratan tidak rumit sehingga dapat segera digunakan untuk kegiatan operasional. Penilaian yang menekankan karakter dan kemampuan bayar meminimalkan risiko pembiayaan macet serta menumbuhkan kepercayaan nasabah terhadap lembaga keuangan.
- 2) Fleksibilitas jangka waktu pembiayaan membantu pelaku UMKM menyesuaikan cicilan dengan kapasitas usaha. Pilihan tenor yang beragam memungkinkan pembayaran dilakukan tanpa mengganggu kelancaran usaha sehingga stabilitas operasional tetap terjaga. Kecepatan pencairan dana menambah efisiensi penggunaan modal, memungkinkan nasabah segera menambah stok atau peralatan usaha.
- 3) Proses penilaian peminjam yang sederhana memudahkan UMKM yang memiliki keterbatasan dokumen atau administrasi. Fokus pada karakter dan kemampuan bayar mempersingkat waktu

evaluasi sekaligus menjaga keamanan pembiayaan. Pelaku UMKM merasa nyaman karena prosedur tidak berbelit, meminimalkan tekanan psikologis saat mengajukan pinjaman.

- 4) Kemudahan bagi nasabah tertib membayar meningkatkan loyalitas dan motivasi untuk menjaga disiplin pembayaran. Proses pengajuan pembiayaan ulang yang lebih cepat dan ringan menjadi insentif bagi pelaku UMKM untuk memanfaatkan layanan secara berkelanjutan. Pengalaman positif ini juga mendorong nasabah baru mengikuti jejak yang sama, menciptakan budaya tertib bayar.
- 5) Penempatan kantor di lokasi strategis dan penyesuaian jam operasional mempermudah akses layanan. Pelaku UMKM dapat mengurus pembiayaan tanpa mengganggu aktivitas usaha, mengurangi biaya waktu dan tenaga untuk mendapatkan layanan keuangan. Kenyamanan lokasi dan jam layanan meningkatkan kepuasan nasabah sekaligus mendorong penggunaan rutin produk BPRS Aman Syariah.
- 6) Peningkatan akses ke layanan keuangan syariah membangun kepercayaan nasabah terhadap sistem yang aman dan halal. Keyakinan pada prinsip syariah membuat pelaku UMKM mantap menggunakan produk, rutin melakukan pembelian ulang, dan merekomendasikan kepada orang lain. Kepuasan nasabah mencerminkan keberhasilan lembaga dalam menumbuhkan loyalitas dan pengulangan transaksi.

b. Dampak Negatif

- 1) Kemudahan pengajuan pinjaman kecil dapat mendorong perilaku peminjaman yang kurang hati-hati. Beberapa pelaku UMKM mungkin mengajukan pembiayaan tanpa perencanaan matang sehingga risiko gagal bayar meningkat meskipun prosedur tetap menerapkan prinsip 5C.
- 2) Fleksibilitas jangka waktu dan pencairan cepat bisa menimbulkan ketergantungan pada pembiayaan mikro. Nasabah mungkin mengandalkan pinjaman untuk kebutuhan operasional rutin, mengurangi inisiatif mencari sumber modal mandiri atau efisiensi internal usaha.
- 3) Proses penilaian sederhana, meski efisien, berpotensi menimbulkan risiko bagi bank jika karakter atau kemampuan bayar calon nasabah tidak terdeteksi secara optimal. Kelemahan ini bisa berdampak pada pembiayaan macet dan kerugian lembaga.
- 4) Kemudahan bagi nasabah tertib membayar dapat memicu ekspektasi yang tinggi bagi pelaku UMKM baru. Mereka mungkin merasa pembiayaan akan selalu diberikan dengan prosedur mudah tanpa mempersiapkan usaha secara matang, sehingga muncul risiko moral hazard.
- 5) Penempatan kantor di lokasi strategis mendorong konsentrasi pelayanan di area tertentu. UMKM dari daerah lain masih menghadapi keterbatasan akses, sehingga distribusi modal menjadi

tidak merata. Hal ini dapat memperkuat disparitas perkembangan usaha antar wilayah.

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa peningkatan akses layanan keuangan mikro oleh BPRS Aman Syariah memberikan dampak positif berupa kemudahan pengajuan pinjaman kecil tanpa agunan besar, fleksibilitas jangka waktu cicilan, proses penilaian sederhana, peningkatan loyalitas nasabah, kemudahan akses kantor strategis, dan kepercayaan terhadap layanan syariah. Dampak negatifnya meliputi risiko peminjaman kurang hati-hati, ketergantungan pada pembiayaan mikro, potensi pembiayaan macet akibat penilaian sederhana, ekspektasi tinggi nasabah baru, serta konsentrasi pelayanan yang menimbulkan ketidakmerataan distribusi modal antar wilayah.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. BPRS Aman Syariah menarik minat pelaku UMKM dengan strategi pemasaran melalui pendekatan STP dan bauran pemasaran. Dalam STP, bank membagi pasar berdasarkan jenis usaha dan kondisi ekonomi, menargetkan UMKM yang mau berkembang dan sesuai prinsip syariah, serta menempatkan diri sebagai bank dengan layanan cepat, ramah, dan mudah dijangkau. Melalui bauran pemasaran, bank menawarkan produk yang sesuai kebutuhan UMKM, *margin* bagi hasil yang ringan, lokasi mudah dijangkau dengan layanan jemput angsuran, promosi lewat sosialisasi dan media sosial, pegawai yang ramah, proses cepat dan mudah, serta fasilitas yang nyaman, sehingga membuat UMKM tertarik dan percaya menggunakan layanan keuangan mikro syariah.
2. Peningkatan akses layanan keuangan mikro oleh BPRS Aman Syariah memberikan dampak positif berupa kemudahan pengajuan pinjaman kecil tanpa agunan besar, fleksibilitas jangka waktu cicilan, proses penilaian sederhana, peningkatan loyalitas nasabah, kemudahan akses kantor strategis, dan kepercayaan terhadap layanan syariah. Dampak negatifnya meliputi risiko peminjaman kurang hati-hati, ketergantungan pada pembiayaan mikro, potensi pembiayaan macet akibat penilaian sederhana,

eksppektasi tinggi nasabah baru, serta konsentrasi pelayanan yang menimbulkan ketidakmerataan distribusi modal antar wilayah.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada ketersediaan data. Informasi mengenai nasabah hanya dapat diperoleh dari data yang diberikan oleh pihak BPRS Aman Syariah. Peneliti tidak memiliki akses terhadap seluruh nasabah, sehingga tidak dapat memilih sendiri narasumber yang dianggap paling sesuai dengan kebutuhan penelitian. Pemilihan nasabah UMKM sebagai informan sepenuhnya ditentukan oleh BPRS Aman Syariah. Peneliti mengikuti daftar yang telah disiapkan oleh pihak bank tanpa dapat menambahkan atau mengganti informan lain. Kondisi tersebut menyebabkan informasi yang diperoleh kurang mewakili seluruh nasabah karena hanya bersumber dari nasabah yang dapat diakses melalui bank.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka peneliti dapat memberikan beberapa saran sebagai berikut:

2. BPRS Aman Syariah, disarankan untuk mempersempit *targeting* dengan tidak lagi menyanggar seluruh UMKM dan masyarakat secara umum, tetapi memilih mikro-segmen berbasis data seperti kelompok profesi, komunitas usaha, atau pedagang pasar tertentu sehingga pemasaran lebih terarah dan efektif.
3. BPRS Aman Syariah sebaiknya menambah strategi dalam segmentasi, tidak hanya demografis dan agama, tetapi juga perilaku usaha, siklus bisnis, dan tingkat risiko, agar bank dapat memahami kebutuhan dan pola pembiayaan nasabah secara lebih tepat.

4. BPRS Aman Syariah disarankan memperbaiki *positioning* dari sekadar citra sebagai bank syariah kecil menjadi mitra spesialis pembiayaan UMKM pada sektor tertentu sehingga nilai pembeda dengan bank konvensional maupun lembaga keuangan lain lebih jelas di mata calon nasabah.
5. BPRS Aman Syariah disarankan menyempurnakan strategi promosi dari konten umum dan bersifat religius ke promosi berbasis edukasi praktis, studi kasus keberhasilan nasabah, serta kegiatan komunitas usaha agar calon nasabah mendapatkan gambaran langsung manfaat pembiayaan pada layanan keuangan mikro bagi bisnisnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Zuhri. *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: CV. Syakir Media Press, 2021.
- Al Arif, M. Nur Rianto. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- . *Lembaga Keuangan Syariah Suatu Kajian Teoritis Praktis*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2012.
- Ascarya. *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers, 2015.
- Damayanti, Dila, dkk. *Keputusan Pembelian dalam Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Widya Wiwaha, 2023.
- Fathoni, Abdurrahmat. *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Rineka Cipta, 2011.
- Fauzan. *Manajemen Pemasaran Syariah*. Yogyakarta: Bildung, 2019.
- Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana, 2011.
- Juwaini, Ahmad. *Strategi Pengembangan Keuangan Mikro Syariah di Indonesia*. Jakarta: Komite Nasional Keuangan Syariah, 2019.
- Kasmir. *Dasar-dasar Perbankan*. Jakarta: Rajawali Pers, 2015.
- . *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Rajawali Pers, 2014.
- Khairat, Zahratul. “Pengaruh Strategi Pemasaran Syariah Terhadap Keputusan Pembelian Souvenir Khas Aceh di Pasar Aceh Kota Banda Aceh.” Skripsi. Banda Aceh: UIN Ar-Raniry, 2022.
- Maharani, Nurul Sandra, dkk. “Peran Lembaga Keuangan Mikro Dalam Meningkatkan Akses Pembiayaan Usaha Kecil di Kota Medan.” *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika* 18, no. 1 (2024).
- Mardiana, Dian, dan Rosdiana Sijabat. “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.” *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen* 6, no. 1 (2022): 10.
- Muhyiddin, Nurlina T., dkk. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Sosial*. Jakarta: Salemba Empat, 2017.

Pasaribu, Benny S., dkk. *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Tangerang: Media Edu Pustaka, 2022.

Putra, Purnama, dan Wiwik Hasbiyah. *Teori dan Praktik Pemasaran Syariah*. Depok: Rajawali Pers, 2018.

Ramadhani, Sri. "Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Pada BSI (Studi Kasus BSI KCP Kisaran Pada Masyarakat Desa Sei Kamah II)." Skripsi. Sumatera Utara: UIN Syeh Ali Hasan Ahmad Addary, 2023.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.

Triwibowo, Ananto, dan M. Mujib Baidhowi. "Strategi Pemasaran Bank Aman Syariah Dalam Menarik Minat Nasabah Tabungan Haji Mabrur." *Al-Intaj* 10, no. 1 (2024): 17.

Umam, Khaerul. *Manajemen Perbankan Syariah*. Bandung: CV. Pustaka Setia, 2013.

Wulandari, Anna, dan Heru Mulyanto. *Keputusan Pembelian Konsumen*. Bekasi: PT. Kimshafi Alung Cipta, 2024.

Zusrony, Edwin. *Perilaku Konsumen di Era Modern*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik, 2021.

Amri, Muhammad. "Strategi Pemasaran BSI Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan Hasanah Card dalam Keputusan UMKM di Kelurahan Ujung Sabbang Kota Parepare." Skripsi. Sulawesi Selatan: IAIN Parepare, 2024.

Pudyastuti, Esty, dkk. "Peran Lembaga Keuangan Mikro dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Kecil Menengah." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 11, no. 4 (2022): 461.

LAMPIRAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. K. Hajar Dewantara 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id, e-mail: iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-1190/ln.28.3/D.1/TL.00/04/2024
Lampiran : -
Perihal : PEMBIMBING SKRIPSI

Metro, 26 Maret 2024

Kepada Yth,
Atika Riasari (Dosen Pembimbing Skripsi)
Di-
Tempat

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka menyelesaikan studinya, maka kami mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk membimbing mahasiswa dibawah ini:

Nama : Noor Khofifah
NPM : 2103021027
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Strategi Pemasaran Perbankan Syariah Dalam Peningkatan Akses Layanan Keuangan Mikro Terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah Kota Metro

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Dosen Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal sampai dengan penulisan skripsi, dengan tugas untuk mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi skripsi Bab I s.d Bab IV
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK Pembimbing Skripsi ditetapkan oleh Fakultas
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah/skripsi yang ditetapkan oleh IAIN Metro
4. Banyaknya halaman skripsi antara 60 s.d 120 halaman dengan ketentuan sebagai berikut:
 - a. Pendahuluan \pm 1/6 bagian
 - b. Isi \pm 2/3 bagian
 - c. Penutup \pm 1/6 bagian

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Wakil Dekan Bidang Akademik dan
Kelembagaan FEBI

Putri Swastika

OUTLINE

DAMPAK STRATEGI PEMASARAN PERBANKAN SYARIAH DAN PENINGKATAN AKSES LAYANAN KEUANGAN MIKRO TERHADAP KEPUTUSAN UMKM PADA BPRS AMAN SYARIAH

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

NOTA DINAS

PERSETUJUAN

PENGESAHAN

ABSTRAK

ORISINILITAS PENELITIAN

MOTTO

PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Pertanyaan Penelitian
- C. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- D. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Keputusan Pembelian
 - 1. Pengertian Keputusan Pembelian
 - 2. Tahap-Tahap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian
 - 3. Dimensi Keputusan Pembelian
 - 4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian
 - 5. Indikator Keputusan Pembelian

- B. Strategi Pemasaran Perbankan Syariah
 - 1. Pengertian Strategi Pemasaran Perbankan Syariah
 - 2. Pendekatan *Segmentation, Targeting, dan Positioning* (STP) dalam Pemasaran Perbankan Syariah
 - 3. Strategi Pertumbuhan (*Growth Strategies*) dalam Pemasaran Perbankan Syariah
 - 4. Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Perbankan Syariah
- C. Akses Layanan Keuangan Mikro
 - 1. Pengertian Akses Layanan Keuangan Mikro
 - 2. Pilar Keberhasilan Akses Layanan Keuangan Mikro
 - 3. Macam-macam Akses Layanan Keuangan Mikro

BAB III METODE PENELITIAN

- A. Jenis dan Sifat Penelitian
- B. Sumber Data
- C. Teknik Pengumpulan Data
- D. Teknik Penjamin Keabsahan Data
- E. Teknik Analisa Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Gambaran Umum BPRS Aman Syariah
 - 1. Sejarah Berdirinya PT. BPRS Aman Syariah
 - 2. Visi dan Misi PT. BPRS Aman Syariah
 - 3. Struktur Organisasi PT. BPRS Aman Syariah
 - 4. Jumlah Karyawan PT. BPRS Aman Syariah
- B. Deskripsi Hasil Penelitian
 - 1. Dampak Strategi Pemasaran BPRS Aman Syariah dalam menarik Minat Pelaku UMKM untuk Menggunakan Layanan Keuangan Mikro
 - 2. Dampak Peningkatan Akses Layanan Keuangan Mikro oleh BPRS Aman Syariah Terhadap Keputusan Pelaku UMKM dalam Mengakses Produk dan Layanan BPRS Aman Syariah
- C. Pembahasan Hasil Penelitian

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Metro, Mei 2025

Mahasiswa Ybs.

Mengetahui,
Pembimbing



Atika Riasari, M.B.A
NIP. 19880708 201903 2 007


Noor Khofifah
NPM. 2103021027

ALAT PENGUMPULAN DATA

DAMPAK STRATEGI PEMASARAN PERBANKAN SYARIAH DAN PENINGKATAN AKSES LAYANAN KEUANGAN MIKRO TERHADAP KEPUTUSAN UMKM PADA BPRS AMAN SYARIAH

A. Wawancara

1. Wawancara kepada Manager BPRS Aman Syariah

- a. Bagaimana BPRS Aman Syariah menentukan kelompok masyarakat mana yang ingin dijangkau dalam layanan keuangan mikro?
- b. Bagaimana pertimbangan BPRS Aman Syariah dalam memilih kelompok UMKM yang akan menjadi sasaran utama layanan keuangan mikro?
- c. Bagaimana strategi BPRS Aman Syariah untuk membangun citra yang kuat dan berbeda dari bank lain di mata pelaku UMKM?
- d. Bagaimana kebijakan BPRS Aman Syariah dalam menyediakan produk layanan keuangan mikro yang sesuai dengan kebutuhan UMKM?
- e. Bagaimana pertimbangan BPRS Aman Syariah dalam menetapkan harga atau margin bagi hasil pada layanan keuangan mikro untuk UMKM?
- f. Bagaimana kebijakan BPRS Aman Syariah memilih lokasi layanan keuangan mikro agar mudah diakses oleh pelaku UMKM?
- g. Bagaimana strategi promosi yang dijalankan BPRS untuk mengenalkan layanan keuangan mikro kepada pelaku UMKM?
- h. Bagaimana BPRS Aman Syariah mengevaluasi karyawan dalam melayani nasabah UMKM?
- i. Bagaimana perencanaan yang diterapkan BPRS Aman Syariah dalam melayani nasabah UMKM agar berjalan cepat dan tidak menyulitkan nasabah UMKM dalam mengakses layanan keuangan mikro?

- j. Bagaimana BPRS Aman Syariah mengevaluasi sarana yang digunakan dalam mendukung layanan keuangan mikro bagi UMKM?
- k. Bagaimana kebijakan yang diambil oleh BPRS Aman Syariah untuk memberikan pinjaman dalam jumlah kecil kepada pelaku UMKM?
- l. Bagaimana perencanaan jangka panjang BPRS Aman Syariah untuk menyediakan pinjaman dengan jangka waktu yang pendek agar lebih sesuai dengan kemampuan UMKM?
- m. Apa saja alasan BPRS Aman Syariah memilih sistem penilaian yang sederhana dalam menilai kelayakan peminjam dari kalangan UMKM?
- n. Faktor apa saja yang mempengaruhi kecepatan pencairan dana pinjaman bagi UMKM di BPRS Aman Syariah?
- o. Bagaimana BPRS Aman Syariah melakukan evaluasi terhadap pemberian pinjaman berulang kepada nasabah yang selalu membayar tepat waktu?
- p. Bagaimana BPRS Aman Syariah menentukan lokasi kantor dan waktu layanan agar mudah dijangkau dan sesuai dengan kebutuhan UMKM?

2. Wawancara kepada Karyawan BPRS Aman Syariah

- a. Bagaimana pelaksanaan pembagian segmen pelaku UMKM yang menjadi target BPRS Aman Syariah pada produk layanan keuangan mikro?
- b. Bagaimana pelaksanaan pemilihan sasaran yang diprioritaskan oleh BPRS Aman Syariah dalam melayani UMKM pada produk layanan keuangan mikro?
- c. Apa saja tantangan yang dihadapi dalam menjaga citra dan posisi BPRS Aman Syariah di tengah persaingan dengan bank lain?
- d. Bagaimana cara BPRS Aman Syariah memperkenalkan dan menjelaskan produk-produk kepada para pelaku UMKM agar mudah dipahami dan sesuai dengan kebutuhan mereka?
- e. Bagaimana pengalaman karyawan dalam menjelaskan harga atau biaya layanan keuangan mikro kepada nasabah UMKM agar mudah dipahami dan diterima?

- f. Bagaimana karyawan BPRS Aman Syariah menjangkau para pelaku UMKM yang berada di lokasi-lokasi yang jauh atau belum tersentuh layanan keuangan mikro di BPRS Aman Syariah?
- g. Bagaimana bentuk promosi yang dilakukan karyawan BPRS Aman Syariah kepada pelaku UMKM agar tertarik menggunakan layanan keuangan mikro?
- h. Bagaimana peran dan kesiapan karyawan dalam menjangkau dan melayani kebutuhan UMKM pada layanan keuangan mikro di BPRS Aman Syariah?
- i. Bagaimana kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan layanan keuangan mikro mulai dari awal pengajuan hingga pencairan dana kepada UMKM?
- j. Bagaimana pandangan karyawan terhadap pentingnya tampilan kantor dan fasilitas pelayanan terhadap kepercayaan UMKM untuk menggunakan layanan keuangan mikro di BPRS Aman Syariah?
- k. Bagaimana pengalaman karyawan di lapangan saat menawarkan pinjaman dengan jumlah kecil kepada pelaku UMKM?
- l. Bagaimana karyawan BPRS Aman Syariah menjalankan proses pemberian pembiayaan yang tidak memakan waktu lama bagi UMKM?
- m. Bagaimana BPRS Aman Syariah menilai atau memeriksa kelayakan calon nasabah UMKM dengan cara yang sederhana?
- n. Bagaimana tantangan yang dihadapi dalam memberikan pembiayaan dengan waktu pengembalian yang pendek kepada UMKM?
- o. Bagaimana BPRS Aman Syariah memberikan kemudahan bagi nasabah yang sudah tertib membayar untuk bisa meminjam lagi?
- p. Menurut anda, bagaimana tanggapan dari para pelaku UMKM terhadap lokasi dan waktu pelayanan BPRS Aman Syariah?

3. Wawancara Kepada Nasabah BPRS Aman Syariah

- a. Bagaimana kesesuaian produk layanan keuangan mikro yang ditawarkan oleh BPRS Aman Syariah dengan kebutuhan usaha

Bapak/Ibu?

- b. Bagaimana Bapak/Ibu menilai harga atau biaya dari layanan keuangan mikro di BPRS Aman Syariah dengan kemampuan usaha Bapak/Ibu?
- c. Bagaimana Bapak/Ibu merasakan kemudahan dalam menjangkau BPRS Aman Syariah untuk mendapatkan layanan keuangan mikro?
- d. Bagaimana Bapak/Ibu mengetahui informasi tentang layanan keuangan mikro yang ditawarkan oleh BPRS Aman Syariah?
- e. Bagaimana Bapak/Ibu menilai sikap dan pelayanan dari petugas BPRS Aman Syariah saat melayani kebutuhan Bapak/Ibu?
- f. Bagaimana Bapak/Ibu merasakan kemudahan dan kejelasan dalam proses pengajuan maupun pencairan layanan keuangan mikro di BPRS Aman Syariah?
- g. Bagaimana pendapat Bapak/Ibu terhadap tampilan kantor, fasilitas, dan lingkungan BPRS Aman Syariah saat datang ke sana?
- h. Bagaimana kemudahan mendapatkan pinjaman dalam jumlah kecil di BPRS Aman Syariah?
- i. Bagaimana pengalaman Bapak/Ibu dalam memilih jangka waktu pembayaran pembiayaan pada layanan keuangan mikro di BPRS Aman Syariah?
- j. Bagaimana Bapak/Ibu merasakan proses penilaian atau pengecekan saat mengajukan pembiayaan pada layanan keuangan mikro di BPRS Aman Syariah?
- k. Bagaimana kecepatan pencairan dana yang Bapak/Ibu rasakan setelah pembiayaan disetujui oleh BPRS Aman Syariah?
- l. Bagaimana pendapat Bapak/Ibu tentang kemudahan mendapatkan pembiayaan kembali setelah menyelesaikan pembiayaan sebelumnya dengan baik?
- m. Bagaimana kenyamanan Bapak/Ibu terkait lokasi dan jam operasional layanan di BPRS Aman Syariah?
- n. Apa yang membuat Bapak/Ibu merasa membutuhkan layanan dari BPRS Aman Syariah untuk usaha Bapak/Ibu?

- o. Bagaimana cara Bapak/Ibu pertama kali mengetahui informasi tentang BPRS Aman Syariah?
- p. Sebelum memilih BPRS Aman Syariah, apakah Bapak/Ibu sempat mempertimbangkan lembaga lain? Jika ya, apa yang Bapak/Ibu bandingkan?
- q. Apa alasan utama Bapak/Ibu akhirnya memutuskan untuk menggunakan layanan di BPRS Aman Syariah?
- r. Setelah menggunakan layanan BPRS Aman Syariah, apakah Bapak/Ibu merasa puas? Bisa dijelaskan alasannya?
- s. Apakah Bapak/Ibu merasa yakin dan mantap untuk terus menggunakan layanan dari BPRS Aman Syariah ke depannya?
- t. Apakah Bapak/Ibu biasanya menggunakan layanan dari BPRS Aman Syariah secara rutin atau hanya sesekali?
- u. Apakah Bapak/Ibu pernah menyarankan teman atau keluarga untuk juga menggunakan layanan BPRS Aman Syariah?

B. Dokumentasi

1. Dokumentasi Profil BPRS Aman Syariah.
2. Dokumentasi arsip-arsip yang berkaitan dengan strategi pemasaran dan penerapan layanan keuangan mikro di BPRS Aman Syariah.
3. Dokumentasi laporan BPRS Aman Syariah yang memuat jumlah nasabah UMKM dan tren penyaluran pembiayaan.

Metro, Juni 2025

Mengetahui,
Pembimbing

Mahasiswa Ybs.



Atika Riasari, M.B.A
NIP. 19880708 201903 2 007



Noor Khofifah
NPM. 2103021027

Nomor : B-1432/ln.28/D.1/TL.00/06/2025
Lampiran : -
Perihal : IZIN RESEARCH

Kepada Yth.,
Pimpinan BPRS Aman Syariah
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-1433/ln.28/D.1/TL.01/06/2025,
tanggal 26 Juni 2025 atas nama saudara:

Nama : NOOR KHOFIFAH
NPM : 2103021027
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : S1 Perbankan Syari`ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada Pimpinan BPRS Aman Syariah bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di BPRS Aman Syariah, dalam rangka meyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "DAMPAK STRATEGI PEMASARAN PERBANKAN SYARIAH DAN PENINGKATAN AKSES LAYANAN KEUANGAN MIKRO TERHADAP KEPUTUSAN UMKM PADA BPRS AMAN SYARIAH".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Bapak/Ibu untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 26 Juni 2025
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Zumaroh S.E.I, M.E.Sy
NIP 19790422 200604 2 002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: B-1433/ln.28/D.1/TL.01/06/2025

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : **NOOR KHOIFAH**
NPM : **2103021027**
Semester : **8 (Delapan)**
Jurusan : **S1 Perbankan Syari'ah**

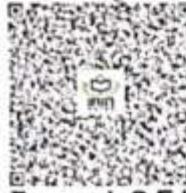
- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survei di BPRS Aman Syariah, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka meyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "DAMPAK STRATEGI PEMASARAN PERBANKAN SYARIAH DAN PENINGKATAN AKSES LAYANAN KEUANGAN MIKRO TERHADAP KEPUTUSAN UMKM PADA BPRS AMAN SYARIAH".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 26 Juni 2025

Mengetahui,
Pejabat Setempat

Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Zumaroh S.E.I, M.E.Sy
NIP 19790422 200604 2 002



Lampung Timur, 25 September 2025
No. : 1/5 -3/OPS-BAS/2025
Lampiran : -

Kepada Yth.
Institut Agama Islam Negeri Metro
Di Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iring Mulyo Metro Timur
Kota Metro

Perihal : Pemberian Izin Research

Ref : Surat Nomor B-1432/In.28/D.1/TL.00/06/2025 tanggal 26 juni 2025 perihal Izin Research

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Semoga kita senantiasa dalam keadaan sehat wal'afiat dan mendapat taufiq serta hidayah dari Allah SWT. *Aamiin yaa Robbal'alamin.*

Menunjuk referensi tersebut diatas, dengan ini kami beritahukan bahwa kami menyetujui permohonan izin research di BPRS Aman Syariah dalam rangka penyelesaian tugas akhir/skripsi, atas nama Saudara:

Nama	:	Noor Khofifah
NPM	:	2103021027
Jurusan/Prodi	:	S1 Perbankan Syariah
Judul	:	Dampak Strategi Pemasaran Perbankan Syariah dan Peningkatan Akses Layanan Keuangan Mikro Terhadap Keputusan UMKM Pada BPRS Aman Syariah

Demikian kami sampaikan. Atas perhatian diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

PT. BPRS AMAN SYARIAH
Kantor Pusat





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Noor Khofifah
NPM : 2103021027
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Dampak Strategi Pemasaran Perbankan Syariah Dan Peningkatan Akses Layanan Keuangan Mikro Terhadap Keputusan UMKM Pada BPRS Aman Syariah** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi Turnitin dengan **Score 19%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 10 Desember 2025
Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah



Anggoro Sugeng, SEI., M.Sh.Ec
NIP.199005082020121011



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JURAI SIWO LAMPUNG
UNIT PERPUSTAKAAN
NPP: 1807062F0000001

Jalan Ki. Hajar Dewantara No. 118, Iringmulyo 15 A, Metro Timur Kota Metro Lampung 34112
Telepon (0725) 47297, 42775; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id; e-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-959/Un.36/S.U.1/OT.01/12/2025

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Universitas Islam Negeri Jurai Siwo Lampung menerangkan bahwa :

Nama : NOOR KHOFIFAH
NPM : 2103021027
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Universitas Islam Negeri Jurai Siwo Lampung
Tahun Akademik 2025/2026 dengan nomor anggota 2103021027.

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Universitas Islam Negeri Jurai Siwo Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainnmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Noor Khofifah
NPM : 2103021027

Fakultas/Prodi : FEBI/PBS
Semester/TA : VII/ 2024

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	20 mei 2024	- Bob 1 Doto - Bob II Teori - Bob III sumber doto dijelaskan	✓
	28 oct 2024	- Bob 1 Doto - Bob II Teori - Bob III jelaskan populasi yg	✓
	26 NOV 2024	- Bob 1 LBM ditambahkan Doto UMKM nya.	✓
	23 Des 2024	- ACC seminar proposal	✓

Dosen Pembimbing

Mahasiswa Ybs,

Atika Riasari, MBA

NIP. 19880708 201903 2 007

Noor Khofifah

NPM. 2103021027



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. K.H. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, faksimili (0725) 47290, website: www.syarikh.metrouniv.ac.id, E-mail: ayarah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Noor Khofifah
NPM : 2103021027

Fakultas / Jurusan : FEBI / S1 PBS
Semester / TA : VIII / 2024-2025

No	Hari / Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Senin / 7 APR 25	<ul style="list-style-type: none">- Landasan teori : teori reputasi pembelioran UMKM. Pola teori reputasi pembelioran dan kriter. tindaklanjut indikator & proses.- strategi pemasaran perbankan syariah yg dilakukan di BERS Amal syariah, seharusnya ada dipembahasan. brn landasan teori.- unsur strategi pemasaran Bank syariah : Stp diimplementasikan teori siapa	
2.	Rabu / 20 Mei 25	<ul style="list-style-type: none">- ACC Outline- APD dasar pembuatan di landasan teori mou pokok teori apc soal untuk analisis penelitian	

Dosen Pembimbing



Atika Riasari, M.B.A

NIP. 19880708 201903 2 007

Mahasiswa Ybs.



Noor Khofifah

NPM. 2103021027



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. K.H. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id; E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Noor Khofifah
NPM : 2103021027

Fakultas / Jurusan : FEBI / S1 PBS
Semester / TA : VIII / 2024-2025

No	Hari / Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Jumat / 30 Mei 24	<ul style="list-style-type: none">- Perbaiki APD- tambahan pertanyaan terkait to hop - to hop proses pengombinan reputasi pembelahan- pertanyaan wawancara perlu dipilih 100% tidak semua harus sama tapi disesuaikan dg siapa & informasi apa yg dibutuhkan.	
2.	rabu / 18 Juni 24	<ul style="list-style-type: none">- ACC APD	

Dosen Pembimbing



Atika Riasari, M.B.A.
NIP. 19880708 201903 2 007

Mahasiswa Ybs.



Noor Khofifah
NPM. 2103021027



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JURAI SIWO LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. K.H. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507, faksimili (0725) 47296, website: www.syariah.metrouniv.ac.id, E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Noor Khofifah
NPM : 2103021027

Fakultas / Jurusan : FEBI / S1 PBS
Semester / TA : IX / 2025-2026

No	Hari / Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	10 NOV 25	<ul style="list-style-type: none">- Deskripsi hasil penelitian tidak bisa memfokus dulu mentah.- Hasil wawancara harus dronaisis menegun-nokon teori.- Hasil wawancara dan soal-saunya norosumber tidak bisa memperkuat kesimpulan data populasi	
2.	19 NOV 25	<ul style="list-style-type: none">- Masih sama seperti yang kemarin, hanya karmatnya tidak menggunakan karmat offisif dan dikutip.	

Dosen Pembimbing


Atika Riasari, M.B.A
NIP. 19880708 201903 2 007

Mahasiswa Ybs.


Noor Khofifah
NPM. 2103021027



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JURAI SIWO LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507, faksimili (0725) 47298, website: www.syariah.metrouniv.ac.id E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Noor Khofifah
NPM : 2103021027

Fakultas / Jurusan : FEBI / SI PBS
Semester / TA : IX / 2025-2026

No	Hari / Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	27 Nov 25	<ul style="list-style-type: none">- perbaiki fondasi teori dan akses keuangan mikro di BPKS diperbaiki dan ke akhirnya.- pembahasan jangka hanya positif bagi horus odo yang sesuai lapangan- soal horus berkaitan dengan hasil penelitian- indikasi kelembahan di lapangan dibahas di pembahasan	
2.	9 Des 25	<ul style="list-style-type: none">- Acc munogosoh.	

Dosen Pembimbing


Atika Riasari, M.B.A
NIP. 19880708 201903 2 007

Mahasiswa Ybs.


Noor Khofifah
NPM. 2103021027

FOTO DOKUMENTASI



Foto 1. Wawancara dengan Ibu Diah Retno Ningsih, Karyawan BPRS Aman Syariah



Foto 2. Wawancara dengan Bapak Nasir, nasabah UMKM BPRS Aman Syariah



Foto 3. Wawancara dengan Bapak Ya Arhamar, nasabah UMKM BPRS Aman Syariah



Foto 4. Wawancara dengan Ibu Muntofiyah, nasabah UMKM BPRS Aman Syariah



Foto 5. Wawancara dengan Ibu Sarmini, nasabah UMKM BPRS Aman Syariah

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Peneliti bernama lengkap Noor Khofifah dilahirkan di Labuhan Maringgai pada tanggal 30 Agustus 2003. Peneliti merupakan anak kedua dari tiga bersaudara, putri dari pasangan Bapak Abdul Rahman HF dan Ibu Siti Aminah.

Pendidikan dasar ditempuh oleh peneliti di SD Negeri 1 Labuhan Maringgai, yang berhasil diselesaikan pada tahun 2015. Setelah itu, peneliti melanjutkan pendidikan ke jenjang menengah pertama di SMP Plus Al-Ittihad Cianjur dan menamatkannya pada tahun 2018. Kemudian, peneliti melanjutkan ke pendidikan menengah atas di SMA Negeri 1 Cilaku dan berhasil menyelesaikannya pada tahun 2021. Pada tahun yang sama, peneliti meneruskan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi di IAIN Metro, yang kemudian pada tahun 2025 IAIN Metro beralih status menjadi Universitas Islam Negeri (UIN) Jurai Siwo Lampung, pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Perbankan Syariah, dimulai sejak Semester pertama pada Tahun Akademik 2021/2022.