

Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan
Modal Kerja UMKM
BPRS Baktimakmur Indah
Cabang Sepanjang: Studi Komparatif Pinjol
Oleh:

Moch. Angga Hidayatullah

Diah Krisnaningsih

Perbankan Syariah

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Januari, 2026



Pendahuluan

Peningkatan layanan pembiayaan digital di masyarakat mulai kalangan bawah, menengah hingga atas marak terjadi di masyarakat seperti layanan pinjaman online baik Syariah maupun konvensional bersaing untuk melayani masyarakat yang membutuhkan dana untuk kebutuhan konsumtif maupun produktif. Berbagai layanan kemudahan untuk nasabah diberikan sebagai bentuk keunggulan pinjol sangat dirakani oleh nasabah. Salah satu keunggulan pinjol yaitu waktu pencairan lebih cepat yaitu 1 hari terlebih untuk nominal > 10 juta rupiah, syarat pengajuan pembiayaan yang lebih sederhana, jaminan lebih mudah yaitu KTP nasabah beserta foto wajah saja. serta nasabah tidak perlu datang ke tempat pencairan pembiayaan. Berbagai kemudahan tersebut menjadikan daya saing tersendiri pinjol dibandingkan dengan layanan pembiayaan bank Syariah terutama untuk nasabah yang membutuhkan permodalan usaha yaitu UMKM seperti UMKM yang ada di suatu pasar. Nasabah UMKM di pasar umumnya adalah nasabah pembiayaan BPRS Baktimakmur Indah dengan skala ritel atau pembiayaan menengah kebawah berkisar > 10 juta rupiah seperti UMKM di pasar Sepanjang, Sidoarjo yang merupakan nasabah dari BPRS Baktimakmur Indah. Pinjol mampu memberikan pembiayaan ritel lebih cepat (pencairan hanya 1 hari), dan syarat yang lebih mudah (foto KTP dan foto nasabah) dibanding BPRS Baktimakmur Indah.

Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

1. Bagaimana strategi pemasaran produk pembiayaan modal kerja UMKM yang diterapkan oleh BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang?
2. Bagaimana perbandingan strategi pemasaran pembiayaan BPRS Baktimakmur Indah dengan layanan pinjaman online (pinjol), khususnya ShopeePay/PayLater?
3. Faktor apa saja yang memengaruhi menurunnya minat UMKM Pasar Sepanjang terhadap pembiayaan modal kerja BPRS Baktimakmur Indah dan beralih ke pinjaman online?
4. Bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) BPRS Baktimakmur Indah dalam memasarkan pembiayaan modal kerja UMKM di tengah persaingan pinjol?
5. Bagaimana peran literasi ekonomi syariah dalam memengaruhi keputusan UMKM memilih pembiayaan BPRS dibandingkan pinjaman online?

Metode

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Menurut Sugiyono (2005) menyatakan bahwa metode deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Sedangkan Menurut Sugiyono (2017: 8) penelitian kualitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jenis sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya hingga tahap implementasinya. Penelitian ini mendalami Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Modal Kerja Umkm, Tempat dan waktu penelitian yaitu BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang waktu pada saat magang tanggal 11 Agustus 2025 sampai 19 September 2025 Sumber data yang dibutuhkan dalam penelitian ini yaitu data primer yang diperoleh langsung dari sumbernya, melalui wawancara terstruktur dengan pimpinan cabang BPRS Baktimakmur Indah, marketing pembiayaan, dan pedagang UMKM Pasar Sepanjang. (Wahidmurni, 2017). Bahan wawancara meliputi strategi pemasaran pembiayaan modal kerja (pimpinan cabang dan marketing pembiayaan), factor mempengaruhi pemilihan produk pembiayaan (UMKM Pasar Sepanjang) sedangkan data sekunder yaitu data pendukung yang relevan dengan penelitian, seperti literasi pembiayaan Syariah, strategi pemasaran bank Syariah, dan brosur pembiayaan modal kerja.

Hasil

Strategi pemasaran diperlukan bagi BPRS Baktimakmur Indah untuk menaikkan kembali jumlah pembiayaan murabahah khususnya bagi UMKM di Pasar Sepanjang Sidoarjo yang mayoritas merupakan penjual di pasar tersebut. Penurunan pembiayaan disebabkan oleh beralihnya kebanyakan UMKM pada pinjaman online shopeepay sehingga BPRS Baktimakmur Indah harus merubah strategi pemasaran dalam berbagai unsur salah satunya kecepatan layanan, kemudahan prasyarat pembiayaan, margin yang bersaing.

Analisis SWOT

Strategi pemasaran harus direncanakan dan disusun secara terstruktur sebagai solusi untuk menaikkan pembiayaan murabahah bagi UMKM Pasar Sepanjang Sidoarjo untuk itu sebelum merumuskan strategi pemasaran maka perlu untuk memahami kelebihan, kelemahan, peluang dan ancaman bagi BPRS Baktimakmur Indah untuk mampu bersaing dengan pinjol Shopeepay dengan cara menganalisa SWOT. Definisi SWOT menurut sitasi SWOT merupakan alat analisis strategis yang digunakan untuk menelaah kondisi internal dan eksternal suatu organisasi melalui identifikasi aspek kekuatan dan kelemahan dari dalam organisasi, serta peluang dan ancaman yang berasal dari lingkungan luar, sehingga dapat memengaruhi keberhasilan pencapaian tujuan organisasi

Hasil

Strength (Kekuatan)

- Memiliki kedekatan kuat dengan pelaku UMKM di wilayah sekitar
- Skema pemberian pembiayaan bersifat luwes dan menyesuaikan kebutuhan nasabah
- Menawarkan produk pembiayaan berbasis prinsip syariah yang bebas riba
- Mampu membangun hubungan jangka panjang melalui pendampingan usaha
- Memahami karakter dan pola usaha mikro secara mendalam

Weakness (Kelemahan)

- Tingkat digitalisasi layanan masih rendah
- Proses pencairan pembiayaan tidak secepat platform digital modern
- Aktivitas pelayanan masih dominan tatap muka sehingga kurang efisien
- Kompetensi SDM di bidang teknologi masih perlu ditingkatkan
- Kurang mampu menandingi kecepatan serta kenyamanan layanan ShopeePay

Opportunity (Peluang)

- Pertumbuhan UMKM kecil dan mikro semakin meningkat dari waktu ke waktu
- Semakin banyak masyarakat tertarik menggunakan produk keuangan berbasis syariah
- Permintaan modal kerja harian di pasar tradisional sangat tinggi
- Lokasi kantor yang dekat dengan pusat aktivitas UMKM memberi keuntungan kompetitif
- Ruang edukasi terkait keuangan syariah masih sangat luas dan potensial

Threat (Ancaman)

- Kehadiran bank syariah besar yang memiliki teknologi digital lebih maju
- Munculnya fintech lending yang menawarkan proses cepat dan mudah
- Popularitas ShopeePay/ShopeePayLater dengan ekosistem digital yang sangat kuat
- Keberadaan koperasi dan lembaga komunitas lokal yang dekat dengan masyarakat
- BPR konvensional yang semakin agresif menargetkan segmen UMKM

Pembahasan

Strategi Pemasaran BPRS Baktimakmur Indah

A. Percepatan Waktu Analisa hingga Pencairan yaitu Satu Hari Agar Bersaing Dengan ShopeePay

Penerapan strategi pencairan dana dalam satu hari pada BPRS Baktimakmur Indah menunjukkan adanya peningkatan ketertarikan pelaku UMKM terhadap produk pembiayaan modal kerja. Temuan penelitian memperlihatkan bahwa percepatan proses pencairan merupakan aspek penting dalam pengambilan keputusan nasabah, mengingat UMKM membutuhkan akses dana yang cepat untuk menjaga kelancaran aktivitas usaha. Melalui penyederhanaan alur verifikasi serta optimalisasi penggunaan sistem administrasi digital, BPRS Baktimakmur Indah mampu meminimalkan hambatan prosedural yang selama ini dianggap memperlambat proses oleh calon nasabah. Upaya ini menjadi langkah strategis bagi BPRS Baktimakmur Indah untuk menyesuaikan pelayanannya dengan kebutuhan UMKM yang kini terbiasa dengan kecepatan layanan pinjaman online seperti ShopeePay.

Pembahasan

B. Sosialisasi Untuk Penguatan Literasi Ekonomi Syariah

Tingkat literasi ekonomi syariah para pelaku UMKM yang menjadi nasabah maupun calon nasabah di wilayah kerja BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang berdasarkan hasil penelitian berada pada kategori cukup, namun belum optimal. Sebagian besar responden memahami konsep dasar seperti larangan riba dan pentingnya akad sebagai landasan transaksi, tetapi pengetahuan mereka terhadap jenis-jenis akad syariah yang lebih spesifik—misalnya murabahah, musyarakah, serta ijarah—masih terbatas. Kondisi tersebut menyebabkan kapasitas UMKM dalam menilai dan membandingkan produk keuangan syariah secara tepat menjadi kurang maksimal, terutama ketika dihadapkan dengan layanan pinjaman digital seperti ShopeePay Later yang menawarkan prosedur praktis dan cepat.

Pembahasan

C. Peningkatan Layanan Dengan Sistem Digital Untuk BPRS Baktimakmur Indah

Peningkatan sistem digital pada BPRS Baktimakmur Indah menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi mampu memperluas akses layanan serta meningkatkan efisiensi proses pembiayaan bagi pelaku UMKM. Ketika dibandingkan dengan pinjaman digital (pinjol) seperti ShopeePay Later, BPRS Baktimakmur Indah masih perlu meningkatkan beberapa aspek, terutama pada kecepatan pelayanan, fleksibilitas plafon pembiayaan, serta kenyamanan tampilan sistem digital. Pinjol memiliki keunggulan berupa aplikasi yang serba terintegrasi, proses persetujuan yang cepat, dan strategi pemasaran yang masif sehingga mudah menarik perhatian UMKM. Meski demikian, BPRS Baktimakmur Indah tetap memiliki diferensiasi kuat, yaitu prinsip pembiayaan syariah, kejelasan biaya, serta kedekatan hubungan dengan nasabah.

Temuan Penting Penelitian

Hasil penelitian mengindikasikan adanya hubungan yang kuat antara tingkat literasi ekonomi syariah dan kecenderungan pelaku UMKM dalam memilih sumber pembiayaan. Pelaku usaha yang memiliki pemahaman yang baik terhadap prinsip serta mekanisme keuangan syariah, seperti nilai keadilan dalam akad, transparansi perhitungan margin, serta orientasi pada keberlangsungan dan keberkahan usaha, cenderung menaruh kepercayaan lebih besar kepada lembaga keuangan syariah, khususnya BPRS. Pemahaman tersebut menumbuhkan keyakinan bahwa pembiayaan syariah memberikan rasa aman serta melindungi nasabah dari praktik denda yang berlebihan maupun beban bunga yang bersifat akumulatif. Sebaliknya, pelaku UMKM dengan tingkat literasi ekonomi syariah yang rendah cenderung lebih mudah tertarik pada layanan pinjaman daring yang menawarkan kemudahan dan kecepatan akses, tanpa mempertimbangkan potensi risiko biaya tinggi serta tekanan keuangan jangka panjang yang dapat ditimbulkan.

Manfaat Penelitian

1. Hasil kajian menggunakan analisis SWOT menunjukkan bahwa BPRS Baktimakmur Indah memiliki sejumlah kekuatan utama, antara lain hubungan sosial yang erat dengan pelaku UMKM, konsistensi penerapan prinsip-prinsip syariah, pola pembiayaan yang menekankan pendekatan personal, serta tersedianya program pendampingan.
2. Peluang yang dimiliki BPRS Baktimakmur Indah masih terbuka luas, seiring dengan pertumbuhan jumlah UMKM mikro, tingginya kebutuhan modal kerja harian di pasar tradisional, serta meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadap sistem keuangan berbasis syariah.
3. Penerapan kebijakan percepatan pencairan pembiayaan dengan target waktu satu hari terbukti mampu meningkatkan ketertarikan pelaku UMKM terhadap produk pembiayaan yang ditawarkan oleh BPRS Baktimakmur Indah.

Referensi

- firmansyah, deri, & dede. (2022). teknik pengambilan sampel umum dalam metodologi. *jurnal ilmiah pendidikan holistik*, 1 (2), 85–114. <https://doi.org/https://doi.org/10.55927/jiph.v1i2.937>
- krisnaningsih, d., fauji, i., maulidiyah, d., & saadah, t. p. (2022). *analisis pembiayaan murabahah bank x cabang syariah surabaya*. 8(03), 3032–3046.
- martianingsih, m. (2021). *strategi pemasaran produk pembiayaan layanan pengurusan haji dalam meningkatkan jumlah nasabah pada bprs metro madani kc. unit ii, tulang bawang*. [http://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/5136/%0ahttp://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/5136/1/skripsi merly martianingsih -1704100223 - s1 pbs.pdf](http://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/5136/%0ahttp://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/5136/1/skripsi%20merly%20martianingsih%20-1704100223%20s1pbs.pdf)
- mira sundari. (2021). *edukasi strategi pemasaran dan pengelolaan keuangan dalam meningkatkan kinerja usaha mikro kecil menengah*. 167–186.
- nawang sari, s., mukhlis, i., ekonomi dan bisnis, f., & negeri malang, u. (2022). msme development strategy through financial technology with increasing capital and the number of consumers as intervening variables strategi pengembangan umkm melalui financial technology dengan peningkatan modal dan jumlah konsumen sebagai variabel inter. *management studies and entrepreneurship journal*, 3(4), 1846–1860. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- putri. (2025). increasing umkm income : working capital , digital marketing , education level , product quality , and production costs peningkatan pendapatan umkm : modal kerja , pemasaran digital , tingkat pendidikan ,. *management studies and entrepreneurship journal*, 6(3), 2974–2986.
- rajindra, mattulada, a., guasmin, anggraeni, r. n., & haryani, s. (2018). kinerja keuangan (umkm) melalui kebijakan pendanaan dan modal kerja di kabupaten donggala. *jurnal sinar manajemen*, 5(2), 126–134.
- sayyid. (2025). *islam dan dampaknya pada praktik perbankan syariah muncul sebagai alternatif yang menawarkan solusi berbasis prinsip syariah melalui akad-akad seperti mudharabah , musyarakah , dan demikian pula , musyarakah melibatkan kerja sama dua pih*. 5(1), 101–113.
- suhartini, a. (2024). strategi perkembangan usaha mikro kecil menengah berbasis syari'ah : antara peluang dan tantangan. *jurnal penelitian dan kajian sosial keagamaan*, 21(01), 364–384. <https://doi.org/10.46781/al-mutharahah.v21i01.823>
- wahidmurni. (2017). pemaparan metode penelitian kualitatif. *jurnal akuntansi*, 11, 1–17.

