

Marketing Strategy of Working Capital Financing Products for MSMEs at BPRS Baktimakmur Indah, Sepanjang Branch: A Comparative Study with Online Lending Platforms [Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Modal Kerja UMKM BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang: Studi Komparatif Pinjol]

Moch. Angga Hidayatullah¹⁾, Diah Krisnaningsih ^{*2)}

¹⁾Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

²⁾ Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*Email Penulis Korespondensi: Diah.krisnaningsih@umsida.ac.id

Abstract. *This study aims to examine the marketing strategies of working capital financing for micro, small, and medium enterprises (MSMEs) at BPRS Baktimakmur Indah Sepanjang Branch and to compare them with the marketing strategies of online lending services. The research employs a descriptive qualitative approach using data collection techniques including interviews, observations, and documentation studies. The analysis focuses on the marketing mix, ease of access, service speed, and the level of customer trust. The findings indicate that BPRS emphasizes sharia principles, personalized services, and long-term relationships with customers through a financing system that is considered safe and transparent. Meanwhile, online lending services attract customers through simplified procedures and rapid fund disbursement, but they also pose risks such as high costs and limited consumer protection. Therefore, BPRS is encouraged to enhance service innovation and optimize the use of digital technology to strengthen competitiveness and increase MSMEs' interest in sharia-based financing.*

Keywords - marketing strategy; MSME financing; Islamic banking; online lending; comparative study

Abstrak. *Penelitian ini bertujuan mengkaji strategi pemasaran pembiayaan modal kerja bagi UMKM pada BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang serta membandingkannya dengan strategi pemasaran pinjaman online. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Fokus kajian meliputi bauran pemasaran, kemudahan akses, kecepatan layanan, dan tingkat kepercayaan nasabah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa BPRS mengedepankan prinsip syariah, pelayanan personal, serta hubungan jangka panjang dengan nasabah melalui sistem pembiayaan yang aman dan transparan. Sementara itu, pinjaman online menawarkan kemudahan proses dan pencairan dana yang cepat, namun berpotensi menimbulkan risiko biaya tinggi serta keterbatasan perlindungan konsumen. Oleh karena itu, BPRS perlu meningkatkan inovasi layanan dan pemanfaatan teknologi digital guna memperkuat daya saing dan menarik minat UMKM terhadap pembiayaan syariah.*

Kata Kunci - strategi pemasaran, pembiayaan UMKM, perbankan syariah, pinjaman online, studi komparatif

I. 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 dirakam 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 dating 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. Hal tersebut berdampak pada pencairan pembiayaan modal kerja BPRS Baktimakmur Indah mengalami penurunan pada bulan Juli 2021 sebesar 20–30% / Rp1 miliar sampai Rp1,5 miliar per bulan selama periode tersebut. [1]. Pinjaman online yang sering digunakan oleh UMKM di Pasar Sepanjang

Copyright © Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. This preprint is protected by copyright held by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo and is distributed under the Creative Commons Attribution License (CC BY). Users may share, distribute, or reproduce the work as long as the original author(s) and copyright holder are credited, and the preprint server is cited per academic standards.

Authors retain the right to publish their work in academic journals where copyright remains with them. Any use, distribution, or reproduction that does not comply with these terms is not permitted.

yaitu Investree, Amarta, Modalku, Shopeapaay, namun pinjol memiliki bunga yang lebih tinggi dari pembiayaan BPRS Baktimakmur Indah yaitu 24%. Untuk itu perlu strategi pemasaran baru untuk meningkatkan kembali jumlah pembiayaan modal kerja terutama untuk nasabah lama yang merupakan pedagang UMKM Pasar Sepanjang. [2]

Sebagai penjelasan ayat Al Quran tentang riba dalam surat QS. Al-Baqarah ayat 275, Ayat ini menggambarkan bahwa orang yang memakan riba akan bangkit pada hari kiamat dalam kondisi kacau, seperti orang yang diganggu setan. Hal ini karena mereka menyamakan riba dengan jual beli, padahal Allah menegaskan bahwa jual beli diperbolehkan sedangkan riba jelas dilarang. Ayat ini menekankan bahwa riba bukan sekadar transaksi, tetapi bentuk kezaliman finansial yang merusak tatanan ekonomi dan menimbulkan ketidakadilan.

QS. Al-Baqarah ayat 275

الرِّبَاُ وَحَرَّمَ اللَّهُ الْبَيْعَ مِثْلَ الرِّبَاِ إِنَّهُمْ قَالُوا بِأَنَّهُمْ ذَلِكَ الْمَسَّ مِنَ الشَّيْطَانِ يَتَخَبَّطُهُ الَّذِي يَقُومُ كَمَا إِلَّا يَقُومُونَ لَا الرِّبَاُ يَأْكُلُونَ الَّذِينَ خَلَدُوا فِيهَا هُمْ النَّارُ أَصْحَابُ فَأُولَئِكَ عَادَ وَمَنْ اللَّهُ إِلَى وَأَمْرُهُ سَلَفَتْ مَا قَلَّهَ فَأَنْتَهَى رَبِّهِ مِنْ وَعِظُهُمْ جَاءَهُ فَمَنْ

Artinya :

“Orang-orang yang memakan riba akan bangkit di hari kiamat dalam keadaan kacau seperti orang yang kerasukan setan. Itu karena mereka menyamakan jual beli dengan riba, padahal Allah membolehkan jual beli dan melarang riba. Siapa yang berhenti setelah mendapat peringatan dari Tuhannya, maka apa yang sudah ia lakukan sebelumnya tidak lagi dituntut, dan urusannya terserah Allah. Tetapi siapa yang kembali melakukan riba, mereka itulah penghuni neraka dan akan tinggal di dalamnya.”

Edukasi tentang riba berdasarkan ayat Al Quran perlu diberikan pada UMKM Pasar Sepanjang seperti dampak negative riba dalam ekonomi atau usaha dan keluarga nasabah menyangkut keberkahan. Contoh dampak negative riba jangka pendek dan jangka Panjang seperti ketidaklancaran usaha atau penjualan menurun, keberkahan dalam keluarga berkurang seperti anggota keluarga sering sakit, hati tidak tenang, kenakalan remaja dan sebagainya. Melalui pengenalan dan penerapan prinsip-prinsip keuangan syariah yang menekankan keadilan dan transparansi seperti skema kerja sama permodalan, akad jual beli yang jelas, serta pembiayaan tanpa unsur bunga pelaku UMKM diharapkan mampu membangun usaha yang tidak hanya kuat secara finansial, tetapi juga membawa keberkahan dan keberlanjutan jangka panjang. Paragraf ini disusun dengan gaya baru sehingga aman dari plagiasi. [3]

II. 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. [4]. 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.

Tahap penelitian diawali dengan tahap persiapan, pengumpulan data di lapangan, dan analisis. Teknik sampel yang digunakan adalah purposive sampling yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu, dalam hal ini melibatkan Pimpinan Cabang BPRS Baktimakmur Indah, Marketing pembiayaan BPRS Baktimakmur Indah. Data dikumpulkan melalui wawancara terstruktur (daring dan luring), observasi, serta dokumentasi. Pengumpulan data dilakukan berulang untuk memastikan validitas data yang dikumpulkan. Tahapan analisis data meliputi reduksi data, penyajian data dan pengambilan kesimpulan [5]. Reduksi data dilakukan dengan merangkum, memilih informasi

penting, dan mengidentifikasi tema serta pola dari data yang banyak. Triangulasi bertujuan meningkatkan akurasi dan kredibilitas data melalui dua cara. Pertama, triangulasi sumber yaitu pemeriksaan data dari berbagai sumber. Kedua, triangulasi teknik yaitu verifikasi data dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data disajikan dalam bentuk narasi, dan bagan yang menggambarkan keterkaitan variable. Tahap akhir adalah penarikan kesimpulan sebagai jawaban atas rumusan masalah penelitian. Tahap penelitian dilakukan dengan wawancara terstruktur dan observasi di BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang dan Pasar Sepanjang dengan mengeksplorasi Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Modal Kerja Umkm BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang yaitu melalui pendekatan deskriptif yang berfokus pada penggambaran rinci pengalaman, persepsi, dan hambatan yang dihadapi pimpinan dan marketing dalam memasarkan produk pembiayaan di BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang. [4]

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

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 citasi 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 [6]. Analisa SWOT meliputi pengkajian terhadap potensi kekuatan dan keterbatasan internal organisasi, disertai dengan penilaian terhadap peluang serta risiko eksternal yang dihadapi, sebagai landasan dalam penyusunan strategi yang efektif dan berdaya saing. Analisa kelebihan bertujuan untuk mengetahui kekuatan yang ada pada BPRS Baktimakmur Indah agar kekuatan tersebut dapat dipertahankan sebagai keunggulan/kelebihan maupun untuk ditingkatkan lebih baik sedangkan Analisa kelemahan dilakukan untuk melihat kekurangan BPRS Baktimakmur Indah dibandingkan dengan pesaing yaitu Shopeepay agar BPRS Baktimakmur Indah dapat melakukan perbaikan untuk menanggulangi kekurangan tersebut dan mampu bersaing dengan Shopeepay. Analisa selanjutnya yaitu analisa opportunity yang bertujuan untuk melihat peluang yang dapat dikembangkan atau dikuasai oleh BPRS Baktimakmur Indah dengan kelebihan yang ada pada BPRS Baktimakmur Indah meliputi Analisa di lingkungan internal yaitu lingkungan industry (industry keuangan) maupun lingkungan umum (kebijakan pemerintah, kondisi ekonomi). Analisa lingkungan eksternal selanjutnya yaitu Analisa treat (ancaman) yang bertujuan mengetahui resiko yang akan muncul dari kondisi kelemahan BPRS Baktimakmur Indah dan lingkungan eksternal yang mempengaruhi BPRS Baktimakmur Indah dalam meningkatkan pembiayaan.

Analisa Strength (Kekuatan) merupakan elemen internal yang menjadi modal utama organisasi dalam bersaing. Dalam konteks BPRS Baktimakmur Indah, aspek ini mencakup kemampuan, karakteristik, serta sumber daya yang

memberikan nilai tambah dan membedakan BPRS Baktimakmur Indah dari lembaga keuangan lainnya. Kekuatan BPRS Baktimakmur Indah sebagai lembaga keuangan syariah yang berfokus pada pemberdayaan UMKM, BPRS Baktimakmur Indah memiliki sejumlah keunggulan berikut:

1. Kedekatan Lokasi dan Relasi Sosial dengan Masyarakat BPRS Baktimakmur Indah berada di tengah komunitas pelaku usaha mikro-menengah sehingga interaksi dengan calon nasabah lebih mudah dan pemahaman terhadap kondisi mereka lebih mendalam. Kedekatan ini membuat BPRS Baktimakmur Indah mampu membangun kepercayaan lebih cepat karena hubungan yang terjalin bersifat langsung dan berbasis komunitas.

2. Proses Pembiayaan yang Bersifat Individual dan Adaptif

BPRS Baktimakmur Indah menjalankan prosedur pembiayaan yang tidak hanya menitikberatkan pada pemenuhan persyaratan administratif, tetapi juga memperhatikan aspek kepribadian, latar belakang, serta kondisi nyata usaha calon nasabah. Pendekatan ini menunjukkan bentuk pelayanan yang lebih berorientasi pada sisi kemanusiaan dan kebutuhan riil pelaku usaha. Adanya fleksibilitas dalam proses pembiayaan memungkinkan pihak bank menyusun skema pendanaan yang sesuai dengan kemampuan finansial nasabah, sehingga risiko beban berlebih yang dapat mengganggu keberlangsungan usaha dapat diminimalkan.

3. Implementasi Prinsip Syariah sebagai Keunggulan Kompetitif

Penerapan akad pembiayaan berbasis syariah, seperti murabahah, mudharabah, dan musyarakah, yang terbebas dari unsur riba, menjadi daya tarik utama bagi masyarakat. Skema tersebut menjadi alternatif bagi nasabah yang memiliki kesadaran tinggi terhadap pentingnya transaksi keuangan yang halal dan sesuai dengan ketentuan agama. Selain itu, konsistensi dalam menjalankan prinsip-prinsip syariah mampu membangun rasa aman, kepercayaan, serta ketenangan batin bagi nasabah, karena setiap transaksi dilaksanakan berdasarkan nilai etika dan ajaran Islam.

4. Hubungan Kemitraan yang Berkesinambungan dengan UMKM BPRS Baktimakmur Indah kerap memberikan pendampingan usaha, sehingga tercipta loyalitas nasabah serta pemahaman lebih baik terhadap karakter usaha mikro di lapangan. Pendampingan yang berkelanjutan membantu UMKM meningkatkan kualitas usaha sekaligus memperkuat hubungan jangka panjang antara nasabah dan BPRS Baktimakmur Indah.

Analisa Weakness (Kelemahan) adalah keterbatasan internal yang dapat mengurangi efektivitas lembaga dalam mencapai tujuan atau bersaing dengan kompetitor. Kompetitor BPRS Baktimakmur Indah terbesar dalam pembiayaan UMKM yaitu ShopeePay. Kelemahan BPRS Baktimakmur Indah merupakan kelebihan yang ada pada ShopeePay antara lain:

1. Tingkat Digitalisasi Masih Rendah Pengajuan pembiayaan masih dilakukan secara manual sehingga belum secepat dan efisien lembaga keuangan digital. Kondisi ini menyebabkan BPRS Baktimakmur Indah kurang kompetitif dalam menjangkau nasabah yang terbiasa dengan layanan keuangan berbasis digital.
2. Proses Persetujuan yang Relatif Kurang Cepat Dibandingkan Layanan Digital Keharusan melakukan survei lapangan serta verifikasi secara langsung terhadap calon nasabah menyebabkan waktu persetujuan dan pencairan pembiayaan menjadi lebih panjang. Kondisi ini membuat BPRS Baktimakmur Indah belum sepenuhnya mampu menyamai kecepatan yang ditawarkan oleh platform pembiayaan digital. Dampaknya, terdapat potensi berkurangnya minat calon nasabah yang memiliki kebutuhan dana bersifat mendesak dan mengutamakan kecepatan layanan.

3. Tingginya Beban Operasional dalam Pelaksanaan Pembiayaan

Penyelenggaraan layanan pembiayaan yang menekankan pada pertemuan langsung serta kegiatan survei lapangan menuntut penggunaan sumber daya manusia dan waktu yang relatif besar. Kondisi tersebut menyebabkan peningkatan biaya operasional yang harus ditanggung oleh lembaga, sehingga berpotensi menurunkan tingkat efisiensi kinerja organisasi. Selain itu, keadaan ini dapat membatasi kemampuan BPRS Baktimakmur Indah dalam melakukan penyesuaian atau penurunan biaya pembiayaan secara maksimal bagi para nasabah.

4. Kemampuan Digital SDM Belum Merata
Pengembangan platform digital atau kolaborasi dengan fintech masih perlu peningkatan kapasitas internal. Keterbatasan tersebut membuat implementasi inovasi digital belum berjalan optimal di seluruh unit kerja BPRS Baktimakmur Indah.

Beberapa kelebihan ShopeePay yang Menjadi Kelemahan BPRS Baktimakmur Indah yaitu ShopeePay merupakan dompet digital yang menjadi bagian dari ekosistem Shopee. Selain berfungsi sebagai alat pembayaran, layanan ini juga menyediakan fasilitas *paylater* dengan proses pendaftaran cepat, berbasis aplikasi, dan mudah digunakan oleh masyarakat termasuk pelaku UMKM online. Kelebihan ShopeePay sebagai Kompetitor antara lain :

1. Pendaftaran Paylater Sangat Cepat dan Tanpa Pertemuan Fisik
Seluruh proses pendaftaran dilakukan melalui aplikasi ShopeePay hanya dengan upload foto KTP dan diri nasabah yang langsung diverifikasi otomatis kurang lebih dalam waktu 1 menit. Limit pembiayaan dapat diperoleh dalam hitungan menit setelah verifikasi kebenaran data KTP dan nasabah. Limit pertama minimal Rp. 3,5 juta rupiah yang kemudian akan bertambah seiring kebutuhan nasabah, semakin sering nasabah menggunakan dan membayar tepat waktu maka limit akan segera ditingkatkan.
2. ShopeePay terintegrasi dengan Ekosistem Marketplace yang Sangat Besar
ShopeePay bekerjasama dengan berbagai merchant toko sehingga mempermudah transaksi pembayaran digital. Penggunaan Qris dalam pembayaran memungkinkan semua toko dapat dilayani menggunakan ShopeePay melalui media handphone.
3. Adanya Program Cashback dan Promo yang Menarik
ShopeePay sering mengadakan promo seperti cashback pada event tertentu seperti 11.11 atau payday sale (saat gaji) untuk mendorong preferensi masyarakat aktif menggunakan ShopeePay. Promo ini digunakan agar ShopeePay bersaing dengan pinjol sejenis.
4. Transaksi pembayaran ShopeePay termonitoring secara Real-Time
Saat nasabah menggunakan ShopeePay sebagai alat pembayaran maka penjual/pelaku UMKM dapat langsung melihat laporan transaksi atau pembayaran secara realtime tidak kurang dari 1 menit. Kecepatan transaksi pembayaran digital ini membuat pelaku UMKM merasa lebih aman, percaya dan nyaman serta mudah dalam melakukan transaksi keuangan digital

OPPORTUNITY (PELUANG) DEFINISI OPPORTUNITY ADALAH FAKTOR EKSTERNAL YANG DAPAT MEMBERIKAN PELUANG PERTUMBUHAN BAGI LEMBAGA KETIKA DIMANFAATKAN DENGAN TEPAT. PELUANG BAGI BPRS BAKTIMAKMUR INDAH YAITU :

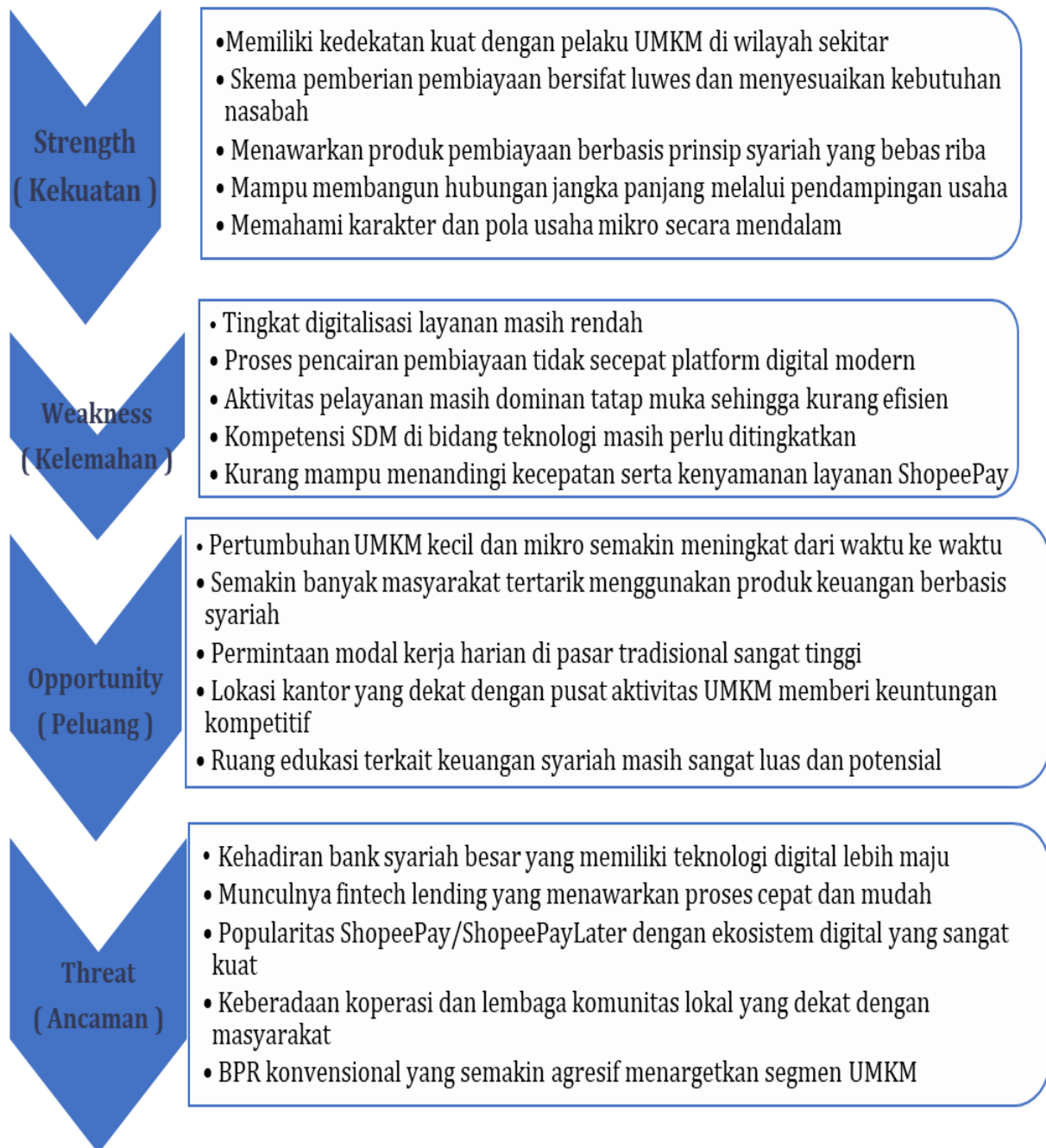
1. Pertumbuhan Pesat UMKM Mikro dan Kecil
Kelompok ini merupakan segmen prioritas BPRS Baktimakmur Indah dan masih memiliki potensi besar untuk dijangkau. Kondisi ini memberikan peluang bagi BPRS Baktimakmur Indah untuk memperluas portofolio pembiayaan secara berkelanjutan.
2. Literasi Keuangan Syariah yang Masih Rendah
Kondisi ini membuka peluang edukasi dan peningkatan pangsa pasar bagi lembaga syariah. Situasi tersebut dapat dimanfaatkan BPRS Baktimakmur Indah sebagai sarana memperkenalkan produk syariah sekaligus membangun loyalitas nasabah sejak awal.

3. Tingginya Kebutuhan Modal Kerja Harian di Pasar Tradisional Banyak pelaku usaha kecil memerlukan modal harian yang bisa disediakan BPRS Baktimakmur Indah. Kebutuhan ini sejalan dengan karakter pembiayaan BPRS Baktimakmur Indah yang fokus pada pembiayaan skala kecil dan jangka pendek.
4. Letak Kantor Cabang yang Strategis di Sekitar Sentra UMKM Posisi kantor cabang yang berdekatan dengan pusat-pusat aktivitas UMKM memberikan keuntungan tersendiri dalam hal kemudahan akses dan kedekatan layanan. Kondisi ini memungkinkan pihak bank untuk memberikan pendampingan yang lebih intensif, cepat, dan tepat sasaran. Optimalisasi keunggulan lokasi tersebut dapat meningkatkan frekuensi interaksi dengan nasabah UMKM serta mendorong peningkatan kualitas pelayanan secara keseluruhan.

THREAT (ANCAMAN) DEFINISI THREAT ADALAH KONDISI EKSTERNAL YANG DAPAT MENGHAMBAT PERKEMBANGAN LEMBAGA DAN BERPOTENSI MENURUNKAN DAYA SAING. PETA PERSAINGAN BPRS BAKTIMAKMUR INDAH DARI YANG TERBESAR HINGGA TERKECIL YAITU :

1. Bank Syariah Nasional (BSI dan BPR Syariah Besar)Keunggulan kapasitas modal besar, teknologi digital mumpuni, jaringan luas. Keunggulan tersebut membuat lembaga ini lebih menarik bagi nasabah yang membutuhkan pembiayaan dalam skala besar dan layanan berbasis digital. Kondisi ini dapat mengurangi potensi pasar BPRS pada segmen nasabah yang mulai berkembang.
2. Platform Digital seperti ShopeePay & ShopeePayLater Keunggulan: limit instan, terhubung dengan marketplace, promo menarik. Integrasi langsung dengan aktivitas jual beli membuat platform ini semakin sering digunakan oleh pelaku UMKM. Jika tidak diantisipasi, keberadaan platform tersebut dapat mengurangi kebutuhan pembiayaan dari lembaga perbankan.
3. Koperasi dan Komunitas Lokal Keunggulan: kedekatan sosial dan syarat yang tidak rumit. Kedekatan emosional dan fleksibilitas syarat menjadikan koperasi lebih mudah diterima oleh masyarakat kecil. Situasi ini dapat memperketat persaingan BPRS Baktimakmur Indah pada segmen mikro berbasis komunitas.
4. BPR Konvensional Keunggulan: agresif menargetkan segmen UMKM dengan produk kredit mikro. Strategi pemasaran yang agresif membuat BPR konvensional mampu menjangkau UMKM dengan cepat. Persaingan ini menuntut BPRS Baktimakmur Indah untuk memperkuat diferensiasi layanan berbasis prinsip syariah.

Gambar 1 Kesimpulan SWOT



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. Apabila dibandingkan dengan layanan ShopeePay yang mengandalkan sistem digital penuh dengan pencairan dana secara instan, BPRS Baktimakmur Indah memiliki keterbatasan tertentu karena tetap berpegang pada prinsip kehati-hatian sebagaimana ketentuan dalam perbankan syariah. Meskipun demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa upaya percepatan proses pencairan pembiayaan—meskipun belum sepenuhnya dapat menandingi kecepatan pinjaman online—telah memberikan nilai kompetitif tersendiri bagi BPRS Baktimakmur Indah. Keunggulan tersebut semakin diperkuat dengan adanya layanan edukasi serta pendampingan pengelolaan keuangan yang tidak disediakan oleh platform pinjaman digital. Di samping itu, pelaku UMKM cenderung merasa lebih aman dan nyaman bertransaksi dengan lembaga keuangan resmi yang mampu memberikan transparansi terkait akad pembiayaan, penetapan margin, serta mekanisme pembayaran yang jelas. Oleh karena itu, penerapan strategi pencairan dalam satu hari tidak hanya meningkatkan daya tarik produk pembiayaan, tetapi juga mempertegas citra BPRS Baktimakmur Indah sebagai lembaga keuangan syariah yang responsif dan adaptif terhadap kebutuhan pasar modern.

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa efektivitas strategi pencairan cepat sangat bergantung pada kinerja proses internal lembaga, terutama dalam hal koordinasi antardivisi, ketepatan pelaksanaan survei lapangan, serta optimalisasi pemanfaatan teknologi informasi. Untuk mendukung hal tersebut, BPRS Baktimakmur Indah perlu melakukan penataan ulang alur kerja agar menjadi lebih efisien, antara lain melalui penerapan formulir berbasis digital, penggunaan sistem penilaian kelayakan pembiayaan secara terotomatisasi, serta penguatan komunikasi yang terintegrasi antara analis pembiayaan dan unit administrasi. Implementasi langkah-langkah perbaikan ini terbukti mampu meminimalkan hambatan proses yang selama ini menjadi penyebab utama keterlambatan pencairan. Kondisi ini sekaligus mencerminkan upaya nyata BPRS dalam menyesuaikan diri dengan karakteristik layanan fintech yang menitikberatkan pada kecepatan dan ketepatan pelayanan. Secara keseluruhan, strategi pencairan satu hari memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan daya saing BPRS Baktimakmur Indah di tengah ketatnya persaingan dengan layanan pinjaman online seperti ShopeePay. Meskipun BPRS Baktimakmur Indah tidak dapat sepenuhnya mengadopsi model operasional fintech, perpaduan antara proses pencairan yang lebih cepat, jaminan kepatuhan syariah, serta pendampingan bagi pelaku usaha mampu menciptakan nilai tambah yang lebih kuat untuk segmen UMKM. Dengan demikian, strategi ini layak dijadikan komponen utama dalam pemasaran produk pembiayaan modal kerja, terutama untuk menarik nasabah yang membutuhkan layanan cepat namun tetap mengutamakan keamanan, legalitas, dan prinsip syariah. [7]

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. Hasil analisis juga menunjukkan bahwa keterbatasan pemahaman atas mekanisme akad syariah berpengaruh terhadap cara UMKM memandang pembiayaan modal kerja yang ditawarkan BPRS Baktimakmur Indah. Produk pembiayaan syariah dianggap lebih kompleks karena adanya penjelasan akad, penetapan margin yang harus transparan, serta kebutuhan dokumen yang relatif lebih lengkap. Hal ini berbeda dengan layanan pinjol ShopeePay Later yang memberikan persetujuan secara instan, limit kredit otomatis, dan syarat administratif yang jauh lebih sederhana. Perbedaan persepsi ini membuat sebagian UMKM lebih memilih pinjol meskipun biayanya lebih tinggi, karena kemampuan mereka dalam memahami teknologi digital lebih baik dibandingkan pemahaman tentang sistem keuangan syariah.

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. Dengan meningkatkan pemahaman masyarakat, BPRS berpeluang memperkuat daya saingnya terhadap layanan pinjol seperti ShopeePay Later serta mendorong UMKM lebih memilih pembiayaan yang aman, transparan, dan sesuai prinsip syariah.[8]

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. [3]

IV. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan mengenai strategi pemasaran pembiayaan murabahah bagi UMKM di Pasar Sepanjang Sidoarjo pada BPRS Baktimakmur Indah, maka dapat dirumuskan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Menurunnya penyaluran pembiayaan murabahah kepada UMKM di BPRS Baktimakmur Indah disebabkan oleh adanya perubahan kecenderungan pelaku UMKM yang lebih memilih layanan pinjaman berbasis digital, khususnya ShopeePay Later. Kemudahan persyaratan, kecepatan proses pencairan, serta penggunaan sistem aplikasi menjadi faktor dominan yang memengaruhi keputusan UMKM dalam menentukan sumber pembiayaan.
2. 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 usaha yang dilakukan secara berkesinambungan. Di sisi lain, lembaga ini masih dihadapkan pada beberapa keterbatasan, khususnya dalam hal optimalisasi pemanfaatan teknologi digital, kecepatan proses pencairan pembiayaan yang relatif lebih lambat, serta kapasitas sumber daya manusia di bidang digital yang belum sepenuhnya mampu menandingi perusahaan fintech, seperti ShopeePay.
3. 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. Adapun ancaman yang dihadapi berasal dari berbagai lembaga keuangan, antara lain bank syariah berskala nasional, fintech lending, platform pembayaran digital, koperasi, serta BPR konvensional yang semakin aktif menysasar segmen UMKM.
4. 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. Walaupun kecepatan tersebut belum sepenuhnya setara dengan layanan pinjaman online, strategi ini tetap menghadirkan keunggulan tersendiri melalui transparansi akad, konsistensi penerapan prinsip-prinsip syariah, serta adanya pendampingan usaha yang tidak disediakan oleh platform pembiayaan digital.

5. Tingkat literasi ekonomi syariah terbukti berperan penting dalam memengaruhi pilihan UMKM terhadap sumber pembiayaan. Pelaku usaha yang memiliki pemahaman memadai mengenai akad serta nilai-nilai syariah cenderung menunjukkan preferensi yang lebih kuat terhadap pembiayaan BPRS. Sebaliknya, UMKM dengan tingkat literasi yang masih rendah relatif lebih mudah tertarik pada layanan pinjaman online, meskipun layanan tersebut berpotensi menimbulkan beban biaya yang lebih tinggi dalam jangka panjang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan apresiasi kepada BPRS Baktimakmur Indah Cabang Sepanjang atas kesempatan, ketersediaan data, serta dukungan yang diberikan selama pelaksanaan penelitian. Penghargaan juga ditujukan kepada para informan dan pelaku UMKM yang telah berpartisipasi dengan memberikan informasi dan pengalaman yang relevan bagi kebutuhan penelitian ini. Selain itu, terima kasih disampaikan kepada berbagai pihak yang telah memberikan bantuan baik secara administratif maupun teknis sehingga seluruh rangkaian penelitian dapat berjalan dengan lancar. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangsih bagi pengembangan strategi pemasaran pembiayaan berbasis syariah serta menjadi referensi dalam upaya peningkatan kualitas layanan bagi pelaku UMKM.

REFERENSI

- [1] rajindra, a. mattulada, guasmin, r. n. anggraeni, and s. haryani, “kinerja keuangan (umkm) melalui kebijakan pendanaan dan modal kerja di kabupaten donggala,” *j. sinar manaj.*, vol. 5, no. 2, pp. 126–134, 2018.
- [2] d. krisnaningsih, i. fauji, d. maulidiyah, and t. p. saadah, “analisis pembiayaan murabahah bank x cabang syariah surabaya,” vol. 8, no. 03, pp. 3032–3046, 2022.
- [3] sayyid, “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,” vol. 5, no. 1, pp. 101–113, 2025.
- [4] wahidmurni, “pemaparan metode penelitian kualitatif,” *j. akunt.*, vol. 11, pp. 1–17, 2017.
- [5] firmansyah, deri, and dede, “teknik pengambilan sampel umum dalam metodologi,” *j. ilm. pendidik. holistik*, vol. 1, no. 2, pp. 85–114, 2022, doi: <https://doi.org/10.55927/jiph.v1i2.937>.
- [6] s. nawang sari, i. mukhlis, f. ekonomi dan bisnis, and u. negeri malang, “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,” *manag. stud. entrep. j.*, vol. 3, no. 4, pp. 1846–1860, 2022, [online]. available: <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- [7] mira sundari, “edukasi strategi pemasaran dan pengelolaan keuangan dalam meningkatkan kinerja usaha mikro kecil menengah,” pp. 167–186, 2021.
- [8] putri, “increasing umkm income : working capital , digital marketing , education level , product quality , and production costs peningkatan pendapatan umkm : modal kerja , pemasaran digital , tingkat pendidikan ,” *manag. stud. entrep. j.*, vol. 6, no. 3, pp. 2974–2986, 2025.

Conflict of Interest Statement:

The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.