



## Analisis Literasi Pembiayaan Pedagang Mikro Pada Lembaga Keuangan Bank dan Non Bank

Muhammad Ridwan<sup>1</sup>, Norlan Cahaya Harahap<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan

[ridwantampasid1994@gmail.com](mailto:ridwantampasid1994@gmail.com)<sup>1</sup>, [nurlannurlan20121@gmail.com](mailto:nurlannurlan20121@gmail.com)<sup>2</sup>

### Abstract

*This research is motivated by the findings of researchers in the field that micro traders are more interested in transacting with non-bank financial institutions compared to Islamic bank financial institutions. The discussion in this study, among others, is related to the title of researchers, namely financing, bank financial institutions, non-bank financial institutions, Islamic banking legal basis, Islamic banking business activities, marketing understanding, marketing objectives, marketing mix 4P (product, price, place, promotion). The method used in this research is descriptive qualitative, which is to understand what phenomena experienced by research subjects. While the data collection techniques in this study were by observation, interview, and documentation. The subjects in this study were micro traders around the Sangkumpul Bonang market in Padangsidimpuan and PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCU Padangsidimpuan. The results of this study indicate that micro traders are more interested in transacting with non-bank financial institutions compared to Islamic financial institutions because non-bank financial institutions offer financing products with simple conditions, lack of public knowledge of interest and profit sharing, services provided by non-bank financial institutions make it easier customers in repaying loans and the administrative process offered by non-bank financial institutions is very simple, promotions carried out by the bank are less than optimal in this case PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, KCU Padangsidimpuan.*

**Keywords:** Financing, Bank Financial Institutions, Non-Bank Financial Institutions

### Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi temuan peneliti di lapangan bahwa pedagang mikro lebih tertarik bertransaksi dengan lembaga keuangan non bank dibandingkan pada lembaga keuangan bank syariah, Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa masyarakat pedagang mikro lebih tertarik bertransaksi dengan lembaga keuangan non bank dibandingkan pada lembaga keuangan bank syariah. Pembahasan dalam penelitian ini antara lain yang berkaitan dengan judul peneliti yaitu pembiayaan, lembaga keuangan bank, lembaga keuangan non bank, dasar hukum perbankan syariah, kegiatan usaha bank syariah, pengertian pemasaran, tujuan pemasaran, *marketing mix 4P ( product, price, place, promotion )*. Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif, yaitu memahami fenomena apa yang dialami subjek penelitian. Sedangkan teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun subjek pada penelitian ini adalah pedagang mikro di sekitar pasar sangkumpul bonang kota padangsidimpuan dan karyawan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCU Padangsidimpuan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pedagang mikro lebih tertarik bertransaksi dengan lembaga keuangan non bank dibandingkan dengan lembaga keuangan syariah karena lembaga keuangan non bank menawarkan produk pembiayaan dengan syarat sederhana, kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap bunga dan bagi hasil, pelayanan yang dilakukan lembaga keuangan non bank lebih mempermudah nasabahnya dalam pengembalian uang pinjaman dan proses administrasi yang ditawarkan oleh lembaga keuangan non bank sangat sederhana, promosi yang dilakukan oleh pihak bank kurang maksimal dalam hal ini PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, KCU Padangsidimpuan.

**Kata Kunci:** Pembiayaan, Lembaga Keuangan Bank, Lembaga Keuangan Non Bank

## PENDAHULUAN

Untuk menggerakkan perekonomian suatu negara lebih maju diperlukan peranan besar dari lembaga keuangan. Dalam pembagiannya terdapat dua jenis lembaga keuangan, yaitu Lembaga Keuangan Bank dan Lembaga Keuangan Non Bank. Lembaga keuangan adalah suatu usaha yang setiap kegiatannya berkaitan mengenai uang, seperti menghimpun dana atau uang, kemudian penyaluran dan atau jasa-jasa keuangan yang lainnya. Menurut Dewan Syariah Nasional (DSN) sendiri, Lembaga Keuangan Syariah adalah lembaga keuangan yang sudah mendapatkan izin dalam melakukan kegiatan operasionalnya sebagai lembaga keuangan untuk mengeluarkan produk dari keuangan syariah. (Khikmatin & Setianingsih, 2021) terdapat dua jenis lembaga keuangan bank yaitu bank syariah dan bank konvensional. Pengertian bank secara sederhana dapat diartikan sebagai lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa bank lainnya. Bank syariah adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah. (Satria & Setiani, 2018) Fungsi bank syariah yang pertama yaitu menghimpun dana dari masyarakat yang kelebihan dana. Bank syariah menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dengan menggunakan akad al-Wadiah dan dalam bentuk investasi dengan menggunakan akad al-Mudharabah.

Penyaluran Dana Kepada Masyarakat Menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan (*user of fund*) masyarakat dapat memperoleh pembiayaan dari bank syariah asalkan dapat memenuhi semua ketentuan dan persyaratan yang berlaku. Pelayanan Jasa Bank Pelayanan jasa ini diberikan dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat dalam menjalankan aktivitasnya. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah pada Bab 1 Pasal 1 dan ayat 7 disebutkan bahwa Bank Syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (Refilia & Pahlawi, 2023).

Salah satu Lembaga Keuangan Non Bank adalah koperasi simpan pinjam. Koperasi Simpan Pinjam adalah bagian pelakon dari zona ekonomi yang dijadikan tokoh utama perekonomian nasional hingga saat ini. (Oktavia 2017) menjelaskan bahwa dari segi ekonomi, sosial, politik, budaya, dan keamanan, keunggulan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia sangat banyak. Peran besar Koperasi Simpan Pinjam dalam menunjang pemberdayaan UMKM, dengan menyalurkan modalnya ke anggotanya, sehingga mereka dapat mengembangkan usaha ataupun apabila usaha yang digeluti kekurangan dalam hal modal, Koperasi Simpan Pinjam dapat, menjadi solusi untuk menyelesaikan permasalahan terkait permodalan yang cepat (Ompusunggu dkk., 2023).

Berdasarkan hasil observasi awal terhadap beberapa Pedagang Mikro, menemukan temuan bahwa Ibu R. Dalimunthe (47 tahun) yang telah berdagang selama 4 tahun. Beliau mengatakan “Tidak tahu bahwa adanya pembiayaan Modal Kerja terhadap Pedagang Mikro oleh Lembaga Keuangan Bank Syariah atau Konvensional, Lembaga Keuangan Bank Syariah atau Bank Konvensional hanya menawarkan produk pembiayaan kepada Pedagang Makro, selama ini yang saya lihat hanya Lembaga Keuangan Non Bank Koperasi yang sering menawarkan produk pembiayaan modal kerja tanpa angunan kepedagang-pedagang kecil, hanya dengan menyaratkan fotokopi kartu tanda penduduk (KTP) sudah bisa mengambil pinjaman modal ke Lembaga Keuangan Non Bank Koperasi, selain itu proses administrasinya jika ke Lembaga Keuangan Bank Syariah atau Bank Konvensional ribet dikarenakan saya harus pergi dulu ke Notaris untuk membuat surat tanah, jika saya ke Notaris tentu saya mengeluarkan biaya lagi, oleh karena itu saya lebih memilih koperasi karna prosesnya yang cepat dan tidak ribet meskipun berbasis bunga” (R Dalimunthe, Wawancara, 18 Juni 2024 Jam 11:00 WIB).

Abdullah Matondang (50 tahun) yang telah berdagang selama 5 tahun. Beliau mengatakan “Belum ada Lembaga Keuangan Syariah yang menawarkan produk pembiayaan ke Pedagang Mikro seperti kami, sepengetahuan saya Lembaga Keuangan Bank Syariah hanya menawarkan Produk Tabungan Haji, yang lebih sering kesini adalah Lembaga Keuangan Non Bank Koperasi, Lembaga Keuangan Non Bank Koperasi jika sudah memberikan pinjaman modal kerja, yang menjemput iuran pengembalian pinjaman modal tersebut adalah pihak Lembaga Keuangan Non Bank Koperasi. Jika di Lembaga Keuangan Bank Konvensional kami sendiri yang menyetor ke Bank tersebut, sehingga jualan kami tinggal” (Abdullah Matondang, Wawancara, 18 Juni 2024 Jam 11:21 WIB).

Ibu Rina (48 tahun) yang telah bekerja selama kurang lebih 12 tahun. Beliau mengatakan “Lembaga Keuangan Bank Syariah/ Lembaga Keuangan Non Bank Syariah belum pernah menawarkan produk apapun, kecuali, Lembaga Keuangan Bank Konvensional / Lembaga Keuangan Non Bank Konvensional, sudah sering. Menawarkan produk, namun saya tolak karna saya merasa kalau usaha saya terlalu kecil” (Rina, Wawancara, 18 Juni 2024 Jam 11:50 WIB).

Berdasarkan beberapa hasil observasi awal tersebut, peneliti menduga bahwa kurangnya pengetahuan, pemahaman pedagang mikro terhadap produk penyaluran dana Lembaga Keuangan Bank Syariah. Disamping itu, masyarakat pedagang mikro kurang tertarik pada pembiayaan lembaga keuangan non bank dikarenakan sejumlah syarat yang ditetapkan oleh pihak bank, misalnya pedagang mikro harus memiliki sertifikat tanah sebagai agunan, sedangkan pembiayaan pedagang mikro pada lembaga keuangan non bank syaratnya hanya sedikit, misalnya fotokopi kartu tanda penduduk (KTP) pembiayaan bisa langsung didapatkan. Sehingga masyarakat pedagang mikro mau datang pada lembaga keuangan bank harus sudah

memiliki sertifikat tanah sebagai agunan. Sedangkan masyarakat yang datang pada lembaga keuangan non bank tidak ada jaminan sehingga pedagang mikro tersebut bisa meminjam sejumlah uang. Berdasarkan uraian di atas bahwa pedagang mikro disyaratkan harus memiliki agunan yang ditetapkan oleh pihak bank, jika ingin melakukan pembiayaan pada lembaga keuangan bank, sedangkan pada lembaga keuangan non bank hanya dengan KTP atau tanpa agunan sudah bisa melakukan pembiayaan.

## **METODE PENELITIAN**

Lokasi penelitian dilakukan disekitar Pasar Sangkumpul Bonang Kota Padangsidempuan. Waktu penelitian dilakukan mulai bulan Juni 2024. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah penelitian kualitatif. Subjek dalam penelitian ini adalah pedagang mikro disekitar Pasar Sangkumpul Bonang Kota Padangsidempuan.

Teknik penentuan subjek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *Purposive Sampling*. Adapun kriteria dan ketentuan pedagang mikro yang akan dijadikan sebagai subjek dalam penelitian ini adalah pernah bertransaksi pada lembaga keuangan bank syariah dan bank konvensional dan pernah bertransaksi pada lembaga keuangan non bank koperasi.

Data bersumber dari Pedagang Mikro sekitar Pasar Sangkumpul Bonang Kota Padangsidempuan, catatan atau laporan dari lembaga yang mengelola masyarakat Pedagang Mikro sekitar Pasar Sangkumpul Bonang Kota Padangsidempuan dan Informasi yang didapatkan dari pihak Lembaga Keuangan Bank dalam hal ini PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. KCU Padangsidempuan. Adapun teknik pengolahan data pada penelitian ini yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan teknik pengecekan keabsahan data berupa: Triangulasi yaitu dapat diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu (Sugiyono, 2006). Bahan referensi adalah bahan untuk membuktikan data yang telah ditemukan oleh peneliti misalnya sumber referensi buku, brosur, majalah, dan dalam penelitian ini digunakan untuk merekam adalah perekam suara yaitu dengan menggunakan perekam suara *handphone*. Dan meningkatkan ketekunan yang berarti melakukan pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambungan” (Sugiyono, 2006).

Adapun teknik pengolahan data dan analisis data dalam penelitian ini terdiri dari tiga yang meliputi; (1)Reduksi data; (2)Penyajian data dan; (3)Penarikan kesimpulan dan; (4)Verifikasi data. Penarikan kesimpulan, yaitu merangkum uraian-uraian data dalam beberapa kalimat mengandung suatu pengertian dan padat (Amirul Hadi dan Haryono, 2005). Kemudian verifikasi data merupakan tindakan peneliti dalam menginterpretasikan data, menggambarkan makna dari penyajian data, dengan demikian kesimpulan mungkin dapat menjawab rumusan masalah (Ahmad Nizar Rangkuti, 2014).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Hasil Penelitian

Hasil penelitian peneliti dan informasi yang diperoleh mulai dari observasi dan wawancara dilapangan peneliti melihat bahwa alasan masyarakat pedagang mikro lebih tertarik bertransaksi dengan lembaga keuangan non bank dibandingkan pada lembaga keuangan bank syariah adalah lembaga keuangan bank koperasi menawarkan produk pembiayaan dengan syarat yang sederhana yaitu fotokopi kartu tanda penduduk (KTP), tanpa jaminan kemudian dihari berikutnya dana yang diajukan langsung cair, meskipun sebagian pedagang mikro tahu bahwa bunga itu dilarang dalam Islam. Kendati demikian pedagang mikro tetap saja meminjam kepada lembaga keuangan non bank koperasi dikarenakan kebutuhan terhadap modal kerja. Selain itu yang mengutip angsuran pinjaman adalah pegawai lembaga keuangan non bank koperasi, sehingga pedagang mikro pasar pasar sagumpal bonang tidak perlu meninggalkan jualan mereka.

Berbeda dengan lembaga keuangan bank syariah jika meminjam dana disyaratkan harus memenuhi sejumlah persyaratan mulai dari membuat permohonan pembiayaan hingga membuat proposal permohonan pembiayaan, Laporan Keuangan (penghasilan) beberapa bulan terakhir, Agunan (jaminan), Persetujuan pasangan (suami/istri), Fotokopi kartu tanda penduduk (KTP) suami dan istri, fotokopi kartu keluarga (KK), slip gaji, slip pembayaran rekening air, slip pembayaran rekening listrik, surat keterangan domisili dari lurah setempat. Inilah yang menurut masyarakat pedagang mikro terlalu ribet, kemudian setelah seluruh berkas dilengkapi, maka selanjutnya pihak PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, KCU Padangsidempuan akan memeriksa mulai dari BI *cheking* hingga dianalisa oleh manajemen resiko bank itu sendiri. Sehingga waktu yang dibutuhkan dalam proses permohonan hingga seluruh tahapan selesai selama 14 hari.

Adapun penyebab masyarakat pedagang mikro kurang tertarik terhadap pembiayaan lembaga keuangan bank syariah adalah sebagai meliputi kurangnya promosi yang dilakukan oleh pihak bank dalam hal ini PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, KCU Padangsidempuan terhadap pedagang mikro pasar sagumpal bonang, karena keterbatasan pegawai *marketing* sehingga kegiatan promosi kurang maksimal. Jika dilihat dari letak geografis Pasar Sagumpal Bonang Kota Padangsidempuan dengan kantor cabang bank syariah memiliki jarak kurang lebih 200 meter, misalnya PT. Bank Sumut Syariah Tbk, KC Padangsidempuan dan PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, KCU Padangsidempuan. Kemudian kurangnya pengetahuan pedagang mikro terhadap bunga dan bagi hasil, tujuh dari sepuluh dari informan peneliti tidak tahu perbedaan bunga dan bagi hasil. Sedangkan satu dari sepuluh informan peneliti mengetahui bahwa bunga itu haram, namun tetap meminjam kepada lembaga keuangan koperasi karena kebutuhan pembiayaan modal kerja

yang cepat dan sederhana, disamping itu segi pelayanan, jika meminjam pada bank, maka nasabah yang harus menyetor pada bank, dengan terpaksa nasabah dalam hal ini masyarakat pedagang mikro meninggalkan tempat kegiatan usaha, dengan demikian kegiatan usaha nasabah tersebut akan terganggu. Berbeda dengan lembaga keuangan non bank koperasi, jika pada lembaga keuangan non bank tersebut, yang mengutip atau menjemput iuran adalah pegawai lembaga koperasi itu sendiri. Dan penyebab lainnya adalah proses administrasi yang ditawarkan oleh lembaga keuangan non bank koperasi membuat pedagang mikro tertarik dan antusias dalam menggunakan jasa lembaga keuangan non bank koperasi khususnya terhadap pembiayaan modal kerja.

## **2. Pembahasan**

### **a. Bank**

Menurut Kasmir, bank didefinisikan sebagai lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat, serta memberikan jasa-jasa keuangan lainnya. Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan dijelaskan bahwa bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak (Utama, 2021).

Sedangkan Perbankan syariah adalah lembaga keuangan yang menjalankan fungsi perantara (*intermediary*) dalam penghimpunan dana masyarakat serta menyalurkan pembiayaan kepada masyarakat sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Bank syariah tidak hanya bebas bunga, tetapi memiliki orientasi pencapaian kesejahteraan (Melina & Zulfa, 2022). Pada pembiayaan bank syariah memiliki beberapa bentuk pembiayaan, diantaranya; (1) Mudharabah, yaitu bentuk pembiayaan ini adalah kerjasama antara bank dan nasabah, dimana bank memberikan modal dan nasabah mengelola usaha. Keuntungan dibagi sesuai kesepakatan, sementara kerugian ditanggung oleh bank; (2) Musyarakah, yaitu bentuk pembiayaan ini melibatkan kerjasama antara bank dan nasabah dalam suatu usaha. Modal dan keuntungan dibagi sesuai kesepakatan, dan kerugian dibagi sesuai proporsi modal; (3) Murabahah yaitu bentuk pembiayaan ini adalah penjualan barang dengan harga pokok ditambah margin keuntungan yang disepakati. Bank membeli barang dan menjualnya kembali kepada nasabah, serta (4) Ijarah yaitu bentuk pembiayaan ini adalah sewa atau leasing. Bank membeli barang dan menyewakannya kepada nasabah selama periode waktu tertentu (Ascarya., 2016). Sedangkan dalam Bank konvensional memiliki beberapa bentuk pembiayaan, antara lain (1) Kredit yaitu bentuk pembiayaan ini adalah penyerahan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu, kepada debitur yang wajib

membayar kembali pada waktu tertentu dengan jumlah bunga; (2) Leasing yaitu bentuk pembiayaan ini adalah penyewaan barang modal (seperti mesin, kendaraan, atau peralatan) untuk jangka waktu tertentu dengan pembayaran sewa periodik. Pada akhir periode sewa, nasabah memiliki opsi untuk membeli barang tersebut, serta (3) *Factoring* yaitu bentuk pembiayaan ini adalah penjualan piutang atau tagihan oleh nasabah kepada bank. Bank kemudian bertanggung jawab untuk mengumpulkan pembayaran dari piutang tersebut (Berlian dkk., 2023).

#### **b. Lembaga Keuangan Non Bank**

Pengertian lembaga keuangan bukan bank atau sering juga digunakan istilah lembaga keuangan non bank adalah semua badan yang melakukan kegiatan di bidang keuangan, yang secara langsung atau tidak langsung menghimpun dana terutama dengan jalan mengeluarkan kertas berharga dan menyalurkan dalam masyarakat terutama guna membiayai investasi perusahaan untuk mendapatkan kemakmuran dan keadilan masyarakat. Adapun jenis-jenis lembaga keuangan non bank meliputi Perusahaan Asuransi, Dana Pensiun, Koperasi Simpan Pinjam, Pasar Modal, Pasar Anjak Piutang, Perusahaan Modal Ventura, Pasar Uang, Perusahaan Pegadaian. Koperasi Simpan Pinjam yaitu menghimpun dana dari anggotanya kemudian menyalurkan kembali dana tersebut kepada para anggota koperasi dan masyarakat umum (Wiwoho, 2014). Koperasi merupakan sebuah perkumpulan yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum, yang memberikan kebebasan kepada anggota untuk masuk dan keluar, dengan bekerja sama secara kekeluargaan menjalankan usaha untuk meningkatkan kesejahteraan para anggotanya (Wibowo & Ulum, 2023).

#### **c. Manajemen Pemasaran Bank**

Menurut ahli ekonomi Kotler dan Keller (2009), manajemen pemasaran ialah, menyusun perancangan serta penerapan konsepsi, aplikasi harga, advertensi, serta pendistribusian ide seperti barang dan jasa (David dkk., 2022). Pemasaran dalam Islam adalah bentuk muamalah yang dibenarkan dalam Islam, sepanjang dalam segala proses transaksinya terpelihara dari hal-hal terlarang oleh ketentuan syariah. Menurut Kertajaya (Kertajaya dan Sula, 2006:28), Syariah marketing adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan value dari suatu inisiator kepada stakeholders-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam (Irawan dkk., 2022).

#### **d. Bauran Pemasaran**

Adapun bauran pemasaran pada pembahasan ini meliputi : produk, harga, tempat dan Promosi. Produk adalah barang yang dibuat atau diproduksi untuk memenuhi kebutuhan sekelompok orang tertentu. Menurut Tjiptono (2010) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kesuatu pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai,

dan dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan. Produk-produk yang ditawarkan dapat berupa barang berbentuk fisik, jasa, tempat, ide, dan lain sebagainya (Danyndra dkk., 2021). Penetapan harga juga menjadi faktor yang penting dalam meningkatkan laba usaha. Untuk memperoleh laba yang banyak tidak harus membuat harga yang tinggi. Karena hal ini ada pesaing yang lainnya, sehingga tidak dapat menetapkan harga sekehendak sendiri. Berbeda dengan pasar monopoli, maka harga dapat dibuat sendiri. Dalam menetapkan harga harus dipertimbangkan adanya pesaing yang lain, biaya pembelian, biaya transportasi dan lain-lain yang dapat meningkatkan biaya modal. Dengan menetapkan harga dengan tepat, maka hal ini akan dapat menarik konsumen tersendiri sehingga dapat meningkatkan volume penjualan. Peningkatan volume penjualan secara otomatis akan meningkatkan laba usaha yang merupakan bentuk kinerja pedagang. Tempat juga tidak kalah penting dengan faktor yang lain. Posisi atau tempat usaha dapat mempengaruhi kinerja pedagang. Hal ini dikarenakan bahwa barang atau produk yang dijual bukan hanya ada di tempat tersebut, akan tetapi pedagang lain juga memiliki produk yang sama. Untuk itu maka tempat menjadi pertimbangan penting dalam menentukan kinerja pedagang. Tempat dalam penelitian ini merupakan salah satu dari bagian distribusi produk. Sebagai tempat distribusi barang atau produk, maka kelancaran distribusi barang menjadi faktor yang dapat menunjang kinerja pedagang. Faktor P terakhir adalah promotion. Promosi bagi pedagang kecil tidak dapat disamakan dengan promosi pada umumnya. Promosi yang dilakukan oleh pedagang kecil dilakukan secara langsung kepada konsumen. Berbagai bentuk promosi yang dapat dilakukan oleh pedagang kecil antara lain adalah dengan memberikan potongan harga, memberi kesempatan untuk menawar harga, melayani konsumen dengan menyenangkan dan sebagainya. Jadi promosi yang dilakukan oleh pedagang kecil lebih berbentuk kualitas pelayanan terhadap konsumen secara langsung. Pelayanan yang menyenangkan dari pedagang akan sangat menentukan banyaknya konsumen yang datang dan hal ini yang akan menunjang kinerja pedagang kecil (Nawangasasi & Friantin, 2021).

## **B. KESIMPULAN**

Pedagang mikro lebih tertarik bertransaksi dengan lembaga keuangan non bank koperasi dibandingkan pada lembaga keuangan bank syariah, karena lembaga keuangan non bank koperasi menawarkan produk pembiayaan modal kerja dengan syarat yang sederhana yaitu fotokopi kartu tanda penduduk (KTP), jika nasabah lanjut hanya dengan kepercayaan, tanpa jaminan kemudian dihari berikutnya pinjaman yang diajukan langsung bisa diberikan. Sebagian pedagang mikro tahu bahwa sistem bunga yang diterapkan pada lembaga keuangan non bank koperasi adalah haram hukumnya dan dilarang dalam islam, namun pedagang mikro tetap saja meminjam pada lembaga

keuangan non bank koperasi kerana kebutuhan akan modal kerja. Berbeda dengan lembaga keuangan bank syariah, jika meminjam pada lembaga keuangan bank syariah harus memenuhi syarat yang cukup banyak, sehingga membutuhkan waktu 14 hari proses pembiayaan, sedangkan masyarakat pedagang mikro membutuhkan pembiayaan dengan cepat untuk digunakan sebagai modal kerja. Penyebab pedagang mikro kurang tertarik terhadap pembiayaan lembaga keuangan syariah meliputi: kurangnya kegiatan promosi yang dilakukan oleh pihak lembaga keuangan bank syariah, kurangnya pengetahuan tentang riba dan bagi hasil, pelayanan dalam mengutip angsuran pinjaman pada lembaga keuangan non bank koperasi lakukan oleh pegawai lembaga keuangan koperasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisa Fiqih Dan Keuangan-Edisi Kelima*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016.
- Andri Soemitra, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Kencana, 2009.
- Amirul Hadi dan Haryono, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, Bandung: Setia Jaya, 2005.
- Arifinal Chaniago, *Perkoperasian Indonesia*, Bandung: Angkasa, 1984.
- Berlian, D., Andri, A., & Apriana, A. (2023). Perbandingan Pemberian Kredit Antara Bank Konvensional Dan Pembiayaan Bank Syariah Kepada Usaha Kecil Dan Menengah. *Jurnal Perbankan Syariah Indonesia (Jpsi)*, 2(2), 62–72.
- Cik basir, *Penyelesaian Sengketa Perbankan Syariah Di Pengadilan Agama Dan Mahkamah Syar'iyah*, Jakarta: Prenada Media Group, 2009.
- Danyndra, D. D., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. F. (2021). Pengaruh Produk, Harga, Tempat, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cv. Dio Dea Telecell. *Productivity*, 2(6), 477–482.
- David, N. A. A. P., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2022). Implementasi Strategi Manajemen Pemasaran Bank Syariah Di Era Revolusi Industri 4.0 Di Indonesia. *Labatila: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, 6(02), 143–162.
- Heri Sudarsono, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi Dan Ilustrasi*, Yogyakarta: Ekonisa, 2008.
- Irawan, D., Sugianto, S., & Siregar, S. (2022). Manajemen Pemasaran Bank Syariah Berbasis Teknologi Revolusi Industry 4.0. *Mes Management Journal*, 1(1), 27–39.
- Khikmatin, A., & Setianingsih, P. (2021). Analisis Peluang Dan Tantangan Lembaga Keuangan Syariah Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Terhadap Lembaga Keuangan Konvensional Di Indonesia. *Al-Iqtishod: Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(1), 49–62.
- M. Nur Rianto Al Arif, *Pengantar Ekonomi Syariah*, Bandung: Pusataka Setia, 2015.
- Nawangasasi, E., & Friantin, S. H. E. (2021). Peran Kinerja Pemasaran Yang Dipengaruhi Tingkat Penjualan Ditinjau Dari Aspek Produk Tempat, Harga, Promosi Pada Kinerja

- Pedagang Jajanan Pasar Desa Karangpandan Kabupaten Karanganyar. *Advance*, 8(1), 31–41.
- Ninik Widiyanti dan Y.W. Sunindhia, *Koperasi Dan Perekonomian Indonesia*, Jakarta: PT. Bina Aksara, 1989.
- Ompusunggu, D. P., Sutrisno, D. R. I., & Hukom, A. (2023). Konsistensi Dan Efektivitas Peran Lembaga Keuangan Non Bank (Koperasi Simpan Pinjam) Sebagai Penggerak Perekonomian Indonesia. *Jurnal Cahaya Mandalika Issn 2721-4796 (Online)*, 4, 689–696.
- Refilia, D. N., & Pahlawi, N. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran Produk Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Jmb)*, 4(1), 11–18.
- Satria, M. R., & Setiani, T. (2018). Analisis Perbandingan Pemberian Kredit Pemilikan Rumah (Kpr) Pada Bank Konvensional Dengan Pembiayaan Murabahah (Kpr) Pada Bank Syariah (Studi Kasus Pada Bank Bjb Dengan Bank Bjb Syariah). *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 2(1), 105–118.
- Sri Dewi Angga Dini dan Adeh Ratna Komala, *Akuntansi Syariah*, Bandung: Rekayasa Sains, 2017.
- Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2011.
- Utama, A. S. (2021). Digitalisasi Produk Bank Konvensional Dan Bank Syariah Di Indonesia. *Jurnal Justisia: Jurnal Ilmu Hukum, Perundang-Undangan Dan Pranata Sosial*, 6(2), 113–126.
- Wibowo, M. H., & Ulum, F. (2023). Sistem Informasi Koperasi Simpan Pinjam Berbasis Website Pada Primkoppabri Bandar Lampung. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 4(1), 22–27.
- Wiwoho, J. (2014). Peran Lembaga Keuangan Bank Dan Lembaga Keuangan Bukan Bank Dalam Memberikan Distribusi Keadilan Bagi Masyarakat. *Masalah-Masalah Hukum*, 43(1), 87–97.