

ANALISA KEMITRAAN PERBANKAN PADA PELAKU USAHA MIKRO DI ERA DIGITAL

Wening Purbatin Palupi Soenjoto^{1*}

¹Istikom Jombang Jawa Timur

*weningblackberry@gmail.com



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

Abstrak: Perbankan di era digital saat ini memiliki dampak yang beragam, dari dipermudahkannya penggunaan uang giral hingga transaksi keuangan yang menuntut adanya kecakapan digital dalam penggunaan produk perbankan. Tidak semua nasabah memiliki kecakapan digital pada transaksi produk perbankan dan ini menjadi kendala yang harus menjadi perhatian pihak perbankan. Pihak perbankan saat ini pun mulai melakukan pendekatan pada para pelaku usaha dalam hal pembiayaan yang dapat dilakukan oleh para pelaku usaha dengan tetap melakukan prosedur dan kebijakan yang dilakukan masing-masing bank. Namun dalam realita di lapangan, para pelaku usaha sering mendapatkan kesulitan dalam syarat pembiayaan terutama bagi para pelaku usaha mikro. Para pelaku usaha mikro masih banyak menggunakan uang kartal dalam bertransaksi bahkan untuk melakukan kemitraan dengan perbankan masih terkendala dengan syarat yang diterapkan pihak bank. Pelaku usaha di Indonesia digolongkan menjadi UMKM yaitu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Di Indonesia justru lebih banyak pelaku usaha mikro dan kecil ketimbang usaha menengah dan besar yang lebih banyak melakukan kemitraan dengan perbankan. Pelaku usaha mikro masih banyak yang belum melakukan kemitraan dan secara transaksi masih sifatnya sederhana dan masih minimnya penggunaan teknologi digital dalam produksi, transaksi maupun pemasaran. Pelaksanaan kemitraan perbankan pun masih terkendala dengan beberapa kebijakan yang diterapkan perbankan maupun pemerintah sehingga belum terjadinya optimalitas kemitraan yang terjadi pada para pelaku usaha di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan studi pustaka yang dianalisis secara deskriptif dengan tahapan penelitian dengan menghimpun sumber kepustakaan secara primer maupun sekunder untuk menganalisis dan menelaah kemitraan perbankan pada kewirausahaan di era digital.

Kata Kunci: kemitraan perbankan; pelaku usaha mikro; era digital

Abstract: Banking in the current digital era has various impacts, from facilitating the use of demand deposits to financial transactions that require digital skills in the use of banking products. Not all customers have digital skills in banking product transactions and this is an obstacle that must be a concern for bankers. The banking sector is even now starting to approach business actors in terms of financing that can be done by business actors while continuing to carry out the procedures and policies carried out by each bank. micro and small business

actors. Micro business actors still use a lot of currency in transactions and even entering into partnerships with banks is still constrained by the conditions imposed by the bank. Business actors in Indonesia are classified into UMKM's, namely Micro, Small, and MSMEs. In Indonesia, in fact, there are more micro business actors than medium and large businesses that are more involved in partnerships with banks. There are still many micro business actors who have not entered into partnerships and transactions are still simple and the use of digital technology in production is still minimal in transactions and marketing. The implementation of banking partnerships is still constrained by several policies implemented by banks and the government so that there has not been an optimal partnership that has occurred among business actors in Indonesia. primary and secondary library sources to analyze and examine banking partnerships in entrepreneurship in the digital era.

Keywords: *banking partnership; small business actors; digital era*

PENDAHULUAN

Kewirausahaan merupakan kegiatan perorangan maupun kelompok dalam memproduksi barang atau jasa untuk mendapatkan keuntungan. Memiliki jiwa tangguh dan dalam wirausaha dituntut kemampuan bertahan dalam setiap keragaman kondisi usaha dan kemampuan melakukan solusi dalam setiap masalah yang terjadi di dunia usaha yang digeluti.

Kewirausahaan di Indonesia baru terlihat geliatnya mulai tahun 2000-an, sebelumnya konsep kewirausahaan atau berdagang dianggap bukanlah sebuah profesi yang tidak memberikan jaminan pendapatan setiap bulannya seperti profesi pegawai yang sudah jelas secara pendapatannya. Pelaku usaha di Indonesia masih mayoritas warga keturunan yang dianggap mahir berwirausaha.

Budaya Indonesia mendidik anaknya untuk diarahkan menjadi pegawai dibandingkan menjadi pelaku usaha. Menjadi pelaku usaha dinilai hanya dilakukan oleh orang-orang yang berpendidikan rendah atau kesulitan mencari pekerjaan. Konsep-konsep seperti ini sangat mempengaruhi berkembangnya jiwa kewirausahaan di Indonesia.

Para pelaku usaha pun banyak yang mengalami kesulitan mencari modal dalam bentuk uang karena konsep membuka usaha dianggap bahwa mempunyai modal dalam bentuk uang adalah yang sangat penting dan logis. Para pelaku usaha yang tidak memiliki tabungan atau simpanan uang untuk membuka usaha biasanya meminjam uang ke keluarga terdekat atau melakukan pembiayaan di perbankan.

Namun banyak yang terkendala dengan syarat perbankan seperti jaminan pembiayaan, proses administrasi, biaya administrasi, kejelasan akad pembiayaan, hingga faktor 5C (*character, capacity, capital, condition, collateral, constraint*) yang

harus terpenuhi dari seorang debitur. Bagi para pelaku usaha mikro dan kecil banyak yang belum memenuhi 5C ini sehingga kesulitan melakukan pembiayaan di perbankan. Para pelaku usaha mikro yang memiliki usaha dan pola transaksi di perdagangan masihlah sangat sederhana dibandingkan pelaku usaha lainnya dan para pelaku usaha mikro inilah yang paling banyak di Indonesia dan sangat minim melakukan pembiayaan di perbankan. Para pelaku usaha mikro lebih memilih meminjam pada rentenir atau sesama pedagang yang dianggap tidak sulit dalam proses pencairan dana pinjaman.

Pada era digital seperti saat ini, semua orang dituntut mampu menggunakan produk teknologi dalam kehidupan sehari-hari. Di semua bidang sudah menerapkan penggunaan produk teknologi untuk mempermudah pekerjaan secara efektif dan efisien. Pada bidang usaha dan dunia bisnis, penggunaan teknologi menjadi sangatlah penting, tidak hanya mengikuti tuntutan zaman namun juga merupakan kebutuhan dari bagian memperlancar aktivitas kerja. Penggunaan alat produksi berbasis teknologi menjadi pilihan para pelaku usaha yang bergerak cepat dalam pemenuhan kebutuhan pasar dan keinginan konsumen.

Begitu pula dengan dunia perbankan, sejalan dengan perkembangan perbankan yang sangat pesat, dipengaruhi kebutuhan pasar serta mengatasi persaingan perbankan dalam pelayanan terhadap para nasabah agar lebih optimal lagi.

Para pelaku usaha menjadi target perbankan dalam transaksi pembiayaan karena para pelaku inilah yang membutuhkan dana pinjaman dalam usahanya. Bentuk kemitraan inilah yang dilakukan perbankan pada saat ini bersama para pelaku usaha di Indonesia. Namun yang menjadi kendala adalah hubungan yang terjalin bersama para pelaku usaha masih belumlah optimal karena beberapa faktor kendala dan juga hambatan yang sifatnya internal maupun eksternal yang dialami perbankan.

Berdasarkan paparan di atas, peneliti menganalisa kemitraan perbankan pada kewirausahaan di era digital. Pada penelitian ini lebih berfokus pada pelaku usaha mikro yang masih minim dalam melakukan kemitraan dengan perbankan.

Penelitian ini pun perlu kiranya ditindaklanjuti oleh para peneliti lainnya dengan menggunakan metode penelitian lainnya, guna memberi khazanah keilmuan dan pengembangan pada perbankan maupun kewirausahaan di Indonesia.

KAJIAN PUSTAKA

A. Kemitraan Perbankan

1. Definisi Kemitraan Perbankan

Kemitraan dilihat dari perspektif etimologis diadaptasi dari kata *partnership*, dan berasal dari kata partner. Partner dapat diterjemahkan sebagai “pasangan, jodoh, sekutu, atau kampanyon”. Makna *partnership* yang diterjemahkan menjadi persekutuan atau perkongsian (Ambar Teguh Sulistiyani. 2004) Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, mitra berarti teman, kawan kerja, rekan. Sementara kemitraan berarti bekerja sama.

Sementara menurut UU No.20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Pasal 1 ayat 13 mengatakan bahwa yang dimaksud dengan kemitraan adalah kerja sama dalam keterkaitan usaha, baik langsung maupun tidak langsung, atas dasar prinsip saling memerlukan, mempercayai, memperkuat, dan menguntungkan yang melibatkan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dengan Usaha Besar (Undang-Undang No. 20 Tahun 2008)

Maka kemitraan dapat disimpulkan sebagai bentuk kerja sama antara kedua belah pihak atau lebih dalam jangka waktu tertentu yang saling menguntungkan dan untuk mencapai tujuan tertentu.

Perbankan merupakan segala sesuatu yang menyangkut bank, kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan usahanya. Sedangkan bank adalah salah satu badan finansial yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk kredit atau lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat banyak (UU Perbankan Pasal (1)).

Maka kemitraan perbankan adalah suatu bentuk program kerja sama yang melibatkan antara bank sebagai pemberi modal (*unit surplus*) dengan para pelaku usaha sebagai penerima modal (*unit devisit*) dengan syarat dan ketentuan dan saling menguntungkan untuk mencapai tujuan tertentu.

2. Prinsip Kemitraan Perbankan

Kemitraan memiliki prinsip-prinsip dalam pelaksanaannya, Wibisono merumuskan tiga prinsip penting dalam kemitraan (Yusuf Wibisono. 2007), yaitu:

a) Kesetaraan atau Keseimbangan (*Equity*)

Maksudnya adalah keseimbangan antara hak dan kewajiban. Atas dasar saling menghormati, tidak berdasar pada yang berkuasa tetapi semua kedudukannya sama yaitu saling bekerjasama. Di sini, bank berperan sebagai pemberi modal kepada para pelaku usaha yang membutuhkan modal dengan syarat adanya jaminan. Selanjutnya, para pelaku usaha sebagai peminjam memberikan jaminan atau aset berharga yang dimilikinya dan disetorkan kepada pihak bank.

b) Transparansi

Artinya segala tindakan harus didasari oleh prinsip saling percaya. Tidak curiga antar sesama mitra agar kerjasama dapat berjalan dengan baik.

c) Saling menguntungkan

Suatu kemitraan harus memberikan manfaat bagi semua pihak yang terlibat agar kerja sama dapat dipertanggungjawabkan dan berjalan dengan baik.

3. Tujuan Kemitraan Perbankan

a) Meningkatkan pendapatan para pelaku usaha atau masyarakat

b) Meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah

c) Memperluas lapangan pekerjaan sehingga nilai pengangguran dapat berkurang

d) Meningkatkan ketahanan ekonomi nasional

4. Persyaratan Masing-Masing Mitra

a) Bank

Mempunyai kepedulian (komitmen) terhadap pembinaan usaha kecil, berusaha memberikan kredit untuk pembiayaan usaha kecil, menengah, dan besar.

b) Usaha kecil

1) Telah memenuhi persyaratan yang ditentukan oleh UU No.9 Tahun 1995 tentang Usaha kecil.

- 2) Bersedia bekerjasama dengan bank atau usaha besar yang menjadi mitra dan memenuhi semua kewajiban yang telah diatur.
 - 3) Memiliki watak yang baik dan keinginan menjadi wirausaha yang mandiri.
- c) Usaha Menengah atau Besar
- 1) Perusahaan yang sudah berjalan dengan baik dan hasil produksinya telah memiliki pemasaran yang teratur
 - 2) Mempunyai kemampuan dan tenaga untuk melakukan pembinaan dan pengembangan dalam segala aspek kegiatan kemitraan yang meliputi (teknologi, produksi, manajemen, dan pemasaran).

B. Produk-Produk Perbankan

1. Produk Bank Syariah

Dalam perannya sebagai mitra pada kewirausahaan, bank syariah memiliki produk-produk dan pelayanan bagi para mitranya. Untuk memfokuskan pembahasan tentang kewirausahaan, maka produk-produk bank syariah yang akan kita bahas adalah produk pembiayaan. Bank syariah memiliki beberapa bentuk pembiayaan, diantaranya:

a. Mudharabah

Mudharabah merupakan suatu perjanjian antara pemilik modal dengan pihak yang membutuhkan dana. Keuntungan yang didapat dari kegiatan usaha akan dibagi menurut persentase tertentu yang disepakati. Kerugian yang dialami ditanggung penuh oleh pihak bank kecuali apabila kerugian tersebut diakibatkan oleh kesalahan pengelolaan, kelalaian, dan penyimpangan pihak nasabah seperti penyelewengan, kecurangan, dan penyalahgunaan kepercayaan. Produk ini sangat menguntungkan bagi dunia wirausaha. Biaya yang akan dikeluarkan oleh pengusaha tergantung pada kondisi usahanya. Berbeda dengan bank konvensional yang menerapkan sistem bunga dan nasabah akan tetap membayar bunga walaupun usahanya merugi.

b. Musyarakah

Model produk ini mirip dengan konsep menjalankan bisnis secara kerjasama. Keuntungan yang diraih akan dibagi dalam bagian-bagian sesuai kesepakatan sementara kerugian akan dibagi berdasarkan modal sendiri yang dimiliki masing-masing pihak. Perbedaan mendasar dengan mudharabah ialah dalam konsep ini ada campur tangan pengelolaan manajemen bank syariahnya sedangkan mudharabah, pihak bank tidak ikut dalam pengelolaannya. Manfaat yang dapat diambil dari produk ini adalah adanya kolaborasi atau gabungan pengelolaan antara bank dan pengusaha, sehingga akan tercipta suatu kerjasama yang baik dan membangun (Patricia.Satyawidya, 2013).

c. Murabahah

Produk ini berupa penyaluran dana dalam bentuk jual beli. Bank syariah membelikan/menyediakan barang yang dibutuhkan oleh nasabah kemudian menjualnya dengan menaikkan harga sesuai dengan tingkat keuntungan yang ditetapkan bank, dan juga pengguna jasa dapat membayar barang tersebut secara angsur. Besarnya angsuran yang dibayarkan tergantung pada kesepakatan diawal. Keuntungan yang didapat dari produk ini adalah pengusaha akan terbantu dengan adanya angsuran tanpa adanya bunga yang memberatkan.

2. Produk Bank Konvensional

Sama seperti halnya bank syariah, bank konvensional juga memiliki peran besar dalam kewirausahaan. Bank konvensional juga menyediakan produk pembiayaan untuk membantu pengusaha yang membutuhkan dana. Produk pembiayaan pada bank konvensional disebut dengan kredit. Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 dijelaskan bahwa kredit adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam-meminjam antara bank dengan pihak lain, yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan pemberian bunga (Rini Fitriani, 2018).

Dunia usaha memerlukan suatu lembaga pembiayaan yang dapat memberikan kemudahan pinjaman modal baik secara administratif maupun pencairannya. Dari pembahasan tersebut kita dapat melihat manfaat-manfaat yang didapati dari produk-produk bank dalam memfasilitasi kebutuhan dunia usaha. (Patricia Satyawidya, 2013)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan studi pustaka. Pada studi pustaka melakukan penelaah suatu fenomena sosial dengan merujuk pada menurut UU No.20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro , Kecil, dan Menengah Pasal 1 ayat 13, Keputusan Menteri Keuangan No.40/KMK.06/2003 tanggal 29 Januari 2003 dan beberapa referensi kepustakaan lainnya untuk menelaah hasil penelitian.

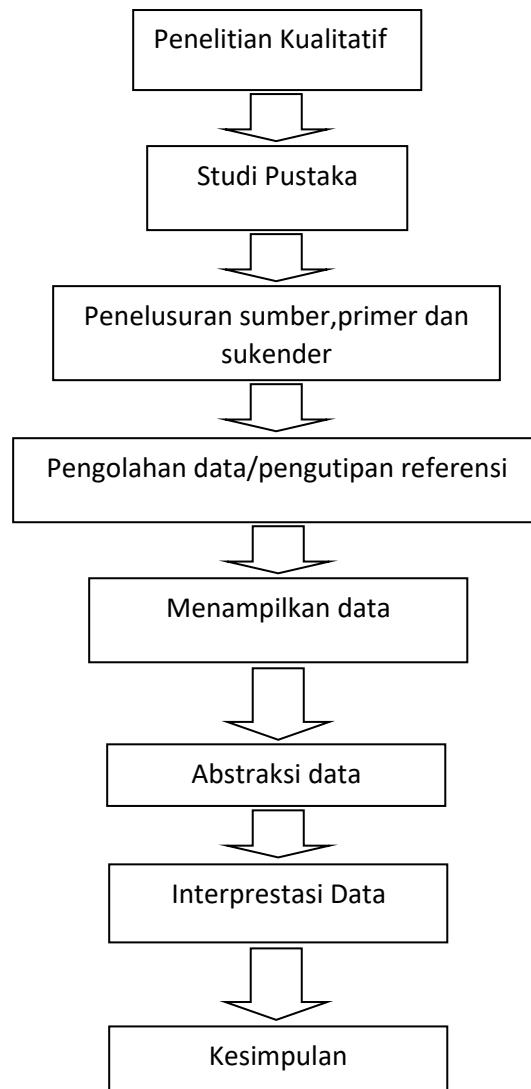
Bagan 1 di bawah ini menjelaskan redaksi pada skenario jenis penelitian kualitatif studi pustaka. Penelitian ini merupakan jenis kualitatif melalui studi pustaka. Tahapan penelitian dilaksanakan dengan menghimpun sumber kepustakaan, baik primer maupun sekunder. Penelitian ini melakukan klasifikasi data berdasarkan formula penelitian (Darmalaksana, 2020).

Pada tahap lanjut dilakukan pengolahan data dan atau pengutipan referensi untuk ditampilkan sebagai temuan penelitian, diabstraksikan untuk mendapatkan informasi yang utuh, dan diinterpretasi hingga menghasilkan pengetahuan untuk penarikan kesimpulan. Adapun pada tahap interpretasi digunakan analisis atau pendekatan, misalnya, etimologis, yuridis, dan lain-lain.

Penelitian yang bersifat studi pustaka sangat membutuhkan penguatan data referensi yang berkaitan sehingga dalam pengungkapan sebuah fenomena yang diteliti akan lebih valid lagi.

Pengolahan data berdasarkan penelusuran sumber referensi akan memudahkan dalam menganalisa secara deskriptif termasuk dalam melakukan hasil penelitian dalam pembahasan maupun kesimpulan. Pada bagan di bawah ini membahas skenario penelitian studi pustaka:

Bagan 1. Jenis Penelitian Kualitatif Sudi Pustaka



HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Fakta dan Realita Keadaan Pelaku Usaha Mikro di Indonesia

Berkembang pesatnya dunia wirausaha di Indonesia 15 tahun terakhir ini membuktikan bahwa konsep berwirausaha sudah dapat diterima di masyarakat Indonesia dan menjadi pelaku usaha adalah profesi yang menghasilkan pendapatan bahkan dapat melebihi pendapat pegawai kantoran maupun Aparatur Sipil Negara. Pelaku usaha di Indonesia dibagi menjadi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Tidak dapat dipungkiri secara realita bahwa pelaku usaha mikro adalah pelaku usaha yang paling banyak di Indonesia. Selain Indonesia merupakan negara

berkembang, dapat dianalisa secara realita untuk pelaku usaha mikro memang yang paling banyak diminati oleh masyarakat luas di Indonesia karena produk maupun harganya sangat memasyarakat dan mudah dijangkau.

Di bawah ini perbandingan mengenai karakteristik pelaku usaha mikro menurut World Bank dan Europa Commesion, dilihat dari jumlah pegawai, pendapatan, dan asset:

World bank menyatakan pelaku usaha mikro memiliki ciri khas dengan kriteria:

- a. Jumlah karyawan kurang dari 10 orang,
- b. Pendapatan setahun tidak melebihi \$100 ribu,
- c. Jumlah aset tidak melebihi \$100 ribu.

Europa Commission menyatakan *Micro-sized enterprise* :

- a. Jumlah karyawan kurang dari 10 orang,
- b. Pendapatan setahun tidak melebihi \$2 juta,
- c. Jumlah aset tidak melebihi \$2 juta.

Dari jumlah pegawai pada pelaku usaha mikro menurut World Bank dan Europa Commesion memang sama, hanya ada perbedaan pendapatan dan aset yang berbeda karena dilihat berdasarkan kurs mata uang asing dan jenis produk yang dihasilkan akan memiliki dampak yang berbeda pula pada hasil pendapatan para pelaku mikronya.

Berbeda dengan karakteristik pelaku usaha mikro di Indonesia, pelaku usaha mikro di Eropa dapat dianalisa terlebih dahulu berdasarkan perbedaan wirausaha tipe lama dan baru:

Wirausaha Lama:

- Membuka usaha harus modal berupa uang
- Membuka usaha karena kepepet
- Rata-rata berpendidikan rendah
- Produk minim kreasi inovasi
- Tidak berorientasi pada kepuasan pelanggan namun lebih pada lakunya penjualan
- Alat produksi sederhana dan biaya produksi rendah

- Harga jual murah dan pola transaksi lebih memakai uang kartal (uang tunai)
- Pola dagang: *face to face (direct selling)*
- Pola promosi : *mouth to mouth*, minim promosi melalui media sosial maupun periklanan.

Wirausaha Baru

- Membuka usaha karena peka terhadap peluang dan memiliki kemampuan untuk menghasilkan uang
- Menggunakan strategi pemasaran dan pola promosi melalui sosial media maupun media periklanan lainnya
- Transaksi berkembang secara *online* dan menggunakan uang giral (non tunai) dan tanpa harus *face to face (non direct selling)*
- Produk kreasi inovasi dengan alat dan biaya produksi mulai canggih sehingga harga produk lebih mahal
- Berorientasi kepuasan pelanggan

Para pelaku usaha mikro cenderung bertipe lama dan lebih orientasi pada penjualan. Pemakaian alat produksi masih sederhana dan minim teknologi bahkan mereka memilih untuk tidak menggunakan produk-produk teknologi namun lebih pada kekuatan fisik untuk melakukan usahanya. Para pelaku mikro cenderung kurang cakap digital dengan produk-produk teknologi yang bisa dioptimalkan dalam pemasaran produk. Banyak alasan mereka cenderung tidak memakai produk teknologi, selain mereka rata-rata berpendidikan rendah yang memiliki angapan tentang konsep pemasaran lebih pada menjual produknya secara langsung mendekati pembeli secara fisik dalam bertransaksi. Menjual produknya dengan cara keliling, *door to door*, membuka lapak, warung dan atau toko.

Karakteristik usaha mikro:

Usaha Mikro

- Jenis barang/komoditi usahanya tidak selalu tetap, sewaktu-waktu dapat berganti;
- Tempat usahanya tidak selalu menetap, sewaktu-waktu dapat pindah tempat;

- Belum melakukan administrasi keuangan yg sederhana sekalipun, dan tidak memisahkan keuangan keluarga dengan keuangan usaha;
- Sumber daya manusianya (pengusahanya) belum memiliki jiwa wirausaha yang memadai;
- Tingkat pendidikan rata-rata relatif sangat rendah;
- Umumnya belum akses kepada perbankan, namun sebagian sudah akses ke lembaga keuangan non-bank;
- Umumnya tidak memiliki izin usaha atau persyaratan legalitas lainnya termasuk NPWP.

Para pelaku di Indonesia memang sangat bberbeda dibandingkan negara berkembang lainnya yang dimana para pelaku usaha mikro sudah ditata kelola oleh pemerintah. Sedangkan di Indonesia lebih bersifat mandiri karena dari jumlahnya hingga ribuan orang pelaku usaha mikro. Manajemen pengelolaan secara prokusi, keuangan, organisasi masih sederhana. Rendahnya akses terhadap lembaga kredit dan memilih melakukan peminjaman kepada sesama pelaku usaha atau rentenir. Belum memiliki status badan hukum karena belum adanya sosialisasi tentang hal ini, juga dikarenakan minim info dalam pemhaman tentang legalitas tempat usaha maupun produk. Terkonsentrasi pada kelompok usaha tertentu karena jumlahnya yang besar dan beragam.

Ditinjau dari pengertian Usaha Mikro menurut Keputusan Menteri Keuangan No.40/KMK.06/2003 tanggal 29 Januari 2003 yaitu usaha produktif milik keluarga atau perorangan Warga Negara Indonesia dan memiliki hasil penjualan paling banyak Rp.100.000.000,00 (seratus juta rupiah) per tahun. Usaha mikro dapat mengajukan kredit kepada bank paling banyak Rp.50.000.000,-

Dalam kenyataanya secara fakta dan realita, para pelaku usaha mikro belumlah memenuhi kriteria hasil penjualan paling banyak 100 juta per tahun yang dijelaskan seperti di atas. Masih sulitnya mengatur tata kelola keuangan antara uang usaha dengan uang dapur yang berputar untuk kebutuhan dagang serta rumah rumah tangga. Bahkan untuk mengajukan kredit kepada bank hingga 50.000.000 tidak sesuai dengan yang terjadi. Pelaku usaha mikro banyak belum mampu memenuhi syarat pembiayaan di bank dengan jaminan sebagai syarat penting pembiayaan di perbankan. Perbankan pun tidak berani

ambil resiko karena memahami keadaan pendapatan hasil usaha para pelaku usaha mikro yang masih minim dibandingkan para pelaku usaha kecil, menengah, dan besar.

Kemudian diperbaharui dengan Undang-Undang No. 20 tahun 2008 tentang UMKM: yaitu usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro, memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah). Namun dari penjelasan Undang-Undang tersebut masih juga belum mengadaptasi realita di lapangan. Bahkan pemberian kredit dari perbankan pun belum terjadi. Ada ketimpangan Undang-Undang No. 20 tahun 2008 dengan realita dan fakta yang ada bahwa pelaku usaha mikro masih minim dalam melakukan kemitraan dengan perbankan. Belum optimalnya peran pemerintah dan perbankan terhadap para pelaku usaha mikro di Indonesia. Pemerintah dan perbankan masih lebih fokus serta prioritas pada pelaku usaha menengah dan besar yang dianggap lebih jelas dalam keadaan usaha dan pendapatan usahanya. Pelaku usaha mikro seperti masih dianggap "anak bawang" karena secara tingkat produksi yang masih rendah dan tidak memberi dampak besar pada pendapatan nasional walaupun jumlah pelaku usaha mikro jauh lebih banyak dibandingkan pelaku usaha kecil, menengah, dan besar.

B. Pengaruh Kemitraan Perbankan pada Kewirausahaan

Berdirinya bank dalam upaya pengembangan wirausaha di Indonesia awalnya tidak terlepas dari peran yang telah dilakukan oleh bank-bank yang lain yang telah ada sebelumnya di negara kita ini. Bank-bank tersebut kebanyakan mereka hanya mau meminjamkan uang atau membuka kredit kepada orang yang sudah punya "uang" dalam arti penghasilan dan aset. Kesalahan pola berfikir inilah yang dirubah dan dikemas dengan berdirinya *Grammen Bank*.

Grammen Bank (Grammen berarti pedesaan) didirikan pada tahun 1976 dengan idealisme menciptakan sistem pelayanan keuangan bagi masyarakat miskin berlandaskan rasa saling percaya, akuntabilitas, partisipasi dan kreatifitas. Kegiatan yang bersifat proyek itu ditransformasikan menjadi bank di

bawah aturan hukum yang khusus dibuat untuk kreasi pemikiran pengentasan masyarakat dari kemiskinan (Kuncoro, 2008).

Ketika kita mencoba melihat dalam satu dekade terakhir ini, bisnis perbankan konvensional di Indonesia mulai tersaingi dengan kehadiran bank syariah. Bank syariah menawarkan alternatif jasa perbankan dengan sistem imbalan berupa bagi hasil sistem ini menerapkan prinsip keadilan antara pihak bank maupun nasabah. Bermula dari jasa penghimpunan dana masyarakat dalam bentuk tabungan dengan prinsip syariah, kini bank syariah mulai merambah bisnis pembiayaan untuk modal usaha maupun pembayaran yang bersifat konsumtif.

Menurut Muhammad (2005), dalam menjalankan program pelayanan kredit mikronya, bank syariah mengorganisasir masyarakat miskin yang menjadi peminjamnya dalam kelompok-kelompok kecil yang terdiri atas lima anggota. Tujuannya, memperkuat para peminjam sehingga mereka mempunyai kapasitas untuk merencanakan dan melaksanakan pengambilan keputusan di tingkat mikro. *Centre* (kumpulan kelompok) juga dibentuk sebagai media penghubung dengan kantor cabang di mana petugas lapangan bank syariah harus menghadiri pertemuan *centre* setiap minggu. Sementara dalam hal penyaluran kredit, tetap diprioritaskan pada kelompok masyarakat yang benar-benar membutuhkan dana untuk menunjang keberhasilan usahanya.

Jadi upaya bank syariah dalam pengembangan wirausaha yang ada dalam masyarakat kita dalam hal pemberian bantuan, bank syariah memfokuskan prioritasnya kepada pemberian kredit tidak didasarkan atas kedermawanan atau belas kasihan, sebab akan menyebabkan terjadinya ketergantungan pada pihak lain. Serta bantuan kredit yang telah diberikan harus dapat menyiapkan persyaratan dan prosedur kredit yang sesuai dengan kondisi masyarakat (fleksibel).

Bagi industri perbankan yang dalam hal ini adalah perbankan syariah, proses penyaluran pembiayaan yang mereka lakukan terhadap sektor wirausaha lebih menguntungkan dibandingkan sektor non-wirausaha. Sebab, sektor wirausaha memiliki ketahanan bisnis lebih kuat. Di samping itu faktor pendukung lainnya yang juga akan menguntungkan perbankan syariah yaitu terkait dengan pembiayaan wirausaha yang saat sekarang ini mendapat alokasi bantuan yang besar dari pemerintah terkait dengan pengembangan

kewirausahaan tersebut, karena alokasi pembiayaan yang cukup besar tersebut lahir dan dipicu oleh keinginan pemerintah agar industri perbankan nasional memiliki kontribusi lebih besar dalam mendorong perkembangan sektor wirausaha.

Jadi wirausaha ini berpotensi cukup besar bagi perkembangan perbankan syariah karena bisa kita lihat bersama dengan mengingat kembali dari masa krisis moneter ke pasca krisis moneter, kewirausahaan itu terbukti selalu menjadi tulang punggung perekonomian kita. Sektor wirausaha memiliki daya tahan yang lebih kuat dalam menghadapi krisis, dibandingkan sektor lain. Hanya memang, pemerintah masih kurang memberikan dukungan. Karena itulah bank syariah seharusnya juga masuk ke sana.

Sesuai arahan RPJMN Prioritas Nasional 2010-2014, salah satu sasaran utama yang menjadi prioritas adalah memperkuat daya saing perekonomian. Dalam hal ini, daya saing perekonomian (makro) sangat ditentukan pula oleh daya saing industri-industri mikronya. Indonesia akan segera menghadapi implementasi regionalisasi ekonomi (AEC-ASEAN Economic Community, ACFTA-ASEAN China Free Trade Agreement), sehingga upaya peningkatan daya saing wajib dilakukan (Titissari Rumbogo, 2012). Implementasi regionalisasi ekonomi, seperti dijelaskan di atas, memaksa Indonesia untuk menghadapi persaingan yang semakin tinggi, karena implikasi dari kesepakatan-kesepakatan tersebut adalah semakin terbukanya pasar di dalam negeri maupun akses pasar ke luar negeri.

Jadi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam perekonomian Indonesia memiliki peranan yang sangat penting dalam rangka meningkatkan daya saing perekonomian secara mikro, peranan ini antara lain Sektor UMKM dikenal sebagai sektor yang dapat menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar secara nasional, mengakomodasi peran masyarakat miskin dalam struktur ekonomi.

Perilaku pelaku usaha UMKM dalam mengambil keputusan untuk menjadi debitur layanan perbankan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik internal maupun eksternal. Faktor internal perilaku nasabah dipengaruhi oleh karakteristik individu meliputi budaya, sosial, pribadi, dan psikologis yang terdiri dari motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan, dan sikap. Sedangkan faktor eksternal nasabah dapat dipengaruhi oleh berbagai strategi pemasaran

yang dikembangkan oleh pemasar jasa perbankan. Terkait permodalan usaha bagi sektor UMKM, akses permodalan melalui lembaga perbankan syariah cukup menguntungkan apabila dibandingkan dengan permodalan dari lembaga perbankan konvensional.

KESIMPULAN

Dilihat dari kepentingan perbankan, usaha mikro adalah suatu segmen pasar yang cukup potensial untuk dilayani dalam upaya meningkatkan fungsi intermediasinya. Namun secara realitanya para pelaku usaha mikro justru paling tidak tersentuh perhatian dari pemerintah maupun perbankan. Padahal secara jumlah justru jauh lebih banyak dan beragam jenis produknya. Hal ini karena usaha mikro mempunyai karakteristik positif dan unik yang tidak selalu dimiliki oleh usaha non-mikro.

Perputaran usaha (*turn over*) cukup tinggi karena gerakan transaksi yang lebih banyak secara kebutuhan pasarnya, kemampuannya menyerap dana sebagai bukti, transaksi di masyarakat luas walaupun dalam situasi krisis ekonomi kegiatan usaha masih tetap berjalan bahkan terus berkembang; tidak sensitive terhadap suku bunga karena tidak tergantung akan pembiayaan di perbankan dan lebih bersifat mandiri; dan tidak terlalu berpengaruh terhadap kebijakan pemerintah dalam usahanya karena lebih beradaptasi dengan para pembelinya agar transaksi terus berjalan. Pada umumnya berkarakter jujur, ulet, lugu dan dapat menerima bimbingan asal dilakukan dengan pendekatan yang tepat.

Kemitraan perbankan yang masih sifatnya tebang pilih karena faktor kebijakan perbankan yang harus diterapkan. Tidak adanya pendekatan yang sistematis dalam pendanaan bagi para pelaku usaha mikro. Biaya transaksi yang tinggi, yang disebabkan oleh prosedur kredit yang cukup rumit sehingga menyita banyak waktu sementara jumlah kredit yang dikucurkan kecil. Kurangnya akses ke sumber dana yang formal, baik disebabkan oleh ketiadaan bank di pelosok maupun tidak tersedianya informasi yang memadai. Bunga kredit untuk investasi maupun modal kerja yang cukup tinggi dan sistem administrasi yang masih dianggap menyulitkan dan kurang dipahami.

Banyak para pelaku usaha mikro yang belum *bankable*, baik disebabkan belum adanya manajemen keuangan yang belum transparan dan belum tertata secara baik karena kurangnya pemahaman mengenai keuangan dan akuntansi

maupun kurangnya kemampuan manajerial dan finansial. Butuhnya sosialisasi secara berkelanjutan kebijakan yang diadaptasi secara realita keadaan para pelaku usaha sehingga dalam pembuatan kebijakan oleh pihak pemerintah lebih dapat diterapkan di usaha mikro dan juga kebijakan maupun peraturan perbankan kepada para pelaku dalam pembiayaan usaha mikro lebih kondusif sehingga pengembangan usaha para pelaku usaha mikro lebih mampu ditata secara baik dan mendapatkan kemudahan dalam pembiayaan di perbankan sebagai bentuk kemitraan perbankan yang nyata dalam mendukung tumbuh kembangnya usaha mikro di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Darmalaksana, W. (2020a). Cara Menulis Proposal Penelitian. Fakultas Ushuluddin UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Fitriani, Rini. Bentuk-bentuk Produk Bank Konvensional dan Bank Syariah di Indonesia. *Jurnal Ensiklopedia*, Vol.1, No.1. 2018: 220.
- Sulistiyani, Ambar Teguh. (2004). Kemitraan dan Model-Model Pemberdayaan. Yogyakarta : Gaya Media.
- Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Pasal 1 Ayat (3).
- Wibisono, Yusuf. (2007). Membedah Konsep dan Aplikasi CSR. Gresik : Fascho-Publishing.
- Satyawidya, Patricia. (2013). Peran Bank Syariah Dalam Membantu Berkembangnya Kewirausahaan di Indonesia. *Jurnal Akuntansi*. 2013: 13-14.
- Keputusan Menteri Keuangan No.40/KMK.06/2003 tanggal 29 Januari 2003
- Kuncoro, Mudrajad. (2008). Grameen Bank dan Lembaga Keuangan Mikro. Surat Kabar Kedaulatan Rakyat Sabtu, 2 Agustus 2008.
- M.Ag, Drs. Muhammad. (2005). Pengantar Akuntansi Syariah. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Titissari Rumbogo. (2012). Perencanaan Pembangunan Indonesia 2025-2050 : QUO VADIS?. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta. Hal : 1-11.