

OPTIMALISASI POTENSI PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA BAGI UMKM HALAL DALAM Mendukung SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

Maya Novitasari
Universitas PGRI Madiun
maya.novitasari@unipma.ac.id

Abstract

This study aims to analyze the role of Islamic banking in supporting halal MSMEs and to analyze the potential of Islamic banking in supporting halal MSMEs. This type of research is a qualitative descriptive study based on the results of interviews and documentation. The results showed that the conditions of Islamic banks in supporting halal MSMEs had not yet carried out effective dissemination of halal MSME entrepreneurs, office access and ATM networks which were still difficult to find and lack of promotion by Islamic banks, while the potential of Islamic banks themselves could innovate products by providing specific financing products for tourism industry players as well as conducting interesting events so that they can change the public mindset that Islamic banks are inclusive and not exclusive banks.

Key words : *Islamic banks, halal MSMEs.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa peran perbankan syariah dalam mendukung UMKM halal dan untuk menganalisa potensi perbankan syariah dalam mendukung UMKM halal. Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif berdasarkan hasil wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kondisi bank syariah dalam mendukung UMKM halal belum melakukan sosialisasi yang efektif kepada para pengusaha UMKM halal, akses kantor dan jaringan ATM yang masih sulit ditemui serta kurangnya promosi yang dilakukan oleh perbankan syariah, sementara potensi bank syariah itu sendiri dapat melakukan inovasi produk dengan memberikan kekhususan produk pembiayaan bagi para pelaku industri wisata serta melakukan event yang menarik agar dapat merubah *mindset* masyarakat bahwa bank syariah merupakan bank yang inklusif dan bukan eksklusif.

Kata kunci : Bank Syariah, UMKM halal.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Indonesia menempati urutan ke 22 indeks Laporan Pertumbuhan dan Pembangunan Inklusif 2017 (*Inclusive Growth Development Report 2017*) yang dilansir oleh *World Economic Forum*. WEF menyoroti bahwa pemerataan pertumbuhan ekonomi di Indonesia adalah berkat berkurangnya kemiskinan dan pertumbuhan produktivitas tenaga kerja.

Meski demikian, kesenjangan sosial masih tinggi. Indonesia juga dipuji karena memiliki rasio hutang terhadap PDB (Produk Domestik Bruto) yang masih rendah, tetapi masih membutuhkan pembangunan infrastruktur dan memperbaiki layanan perpajakan supaya lebih progresif (beritasatu, 2017).

Indonesia sebagai negara dengan populasi penduduk beragama Islam terbesar di dunia hendaknya menjadikan

industri halal sebagai lokomotif pembangunan ekonomi di Indonesia. Kontribusi UMKM halal dalam membantu negara mengejar target pertumbuhan ekonomi sudah berlangsung sejak lama, melalui penyerapan tenaga kerja pada berbagai sektor usaha. Selain itu, UMKM halal merupakan sektor yang telah terbukti ketangguhannya dalam menghadapi berbagai krisis.

Krisis yang melanda bangsa Indonesia telah meluluhlantakkan segala sendi-sendi kehidupan termasuk juga sektor perbankan yang juga dipandang sebagai salah satu pemicunya, yaitu dengan disalurkan kredit-kredit yang salah sasaran. Krisis membuktikan bahwa UMKM halal mampu bertahan menghadapi krisis tersebut sangat mandiri. Disaat perekonomian kini mulai menunjukkan perkembangannya untuk bangkit, UMKM halal nampaknya seolah kembali terlupakan, terutama lagi dengan banyak masuk dan beroperasinya usaha asing. Perbankan syariah yang telah dirintis sejak tahun 1992 nampaknya kini dapat menjadi harapan baru bagi pengembangan UMKM halal, khususnya dalam pengadaan modal kerja (kompasiana, 2012).

Tahun 2016 menjadi tahun terpenting bagi Indonesia. Karena tahun inilah Indonesia memiliki tantangan yang baru untuk mewujudkan SDGs atau sering disebut sebagai *Sustainable Development Goals*. SDGs memiliki 17 tujuan, 169 target dan 240 indikator. Salah satu tujuan dari SDGs adalah *Promote Inclusive and Sustainable Economic Growth, Employment and Decent Work For All* dimana UMKM halal mengambil andil dalam pencapaian tujuan tersebut. UMKM halal memiliki peranan krusial dalam

menggerakkan perekonomian masyarakat, terutama dalam mendukung pengentasan kemiskinan dan menciptakan lingkungan usaha yang berkelanjutan dalam mewujudkan SDGs. Pada tahun 2014 Abdul Kadir Demanik selaku Staf Ahli Menteri UMKM bidang Penerapan Nilai Dasar Koperasi menyebutkan terdapat sekitar 57,9 juta pelaku UMKM di Indonesia dan jumlahnya terus meningkat. UMKM telah memberikan kontribusi pada PDB 58,92% dan penyerapan tenaga kerja 97,3%.

Bank syariah dianggap seperti bank-bank pada umumnya, hal ini tidak terlepas dari akibat kurangnya pemahaman dari masyarakat serta minimnya edukasi yang dilakukan pihak perbankan syariah mengenai konsep baru ini yang diaplikasikan di dunia perbankan. Kurangnya pemahaman serta minimnya edukasi yang mereka dapatkan memberikan persepsi yang berbeda mengenai produk bank syariah, hal ini tidak sesuai dengan realita sesungguhnya bahwa bank syariah merupakan bank yang mengadopsi nilai-nilai syariah Islam yang mengharamkan bunga. Padahal pemahaman masyarakat tentang keuangan syariah menjadi salah satu tolak ukur kebangkitan industri keuangan syariah di Indonesia. Menurut hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tahun 2016, tingkat pengguna produk dan jasa keuangan syariah di Indonesia baru sebesar 11,06%. Sedangkan indeks literasi keuangan syariah sebesar 8,11%, hal ini mengindikasikan pemahaman masyarakat terhadap produk-produk keuangan masih sangat rendah. Untuk itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi bank syariah saat ini dalam mendukung

UMKM halal dan untuk menganalisis potensi bank syariah dalam mendukung UMKM halal.

Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut :

1. UMKM halal masih banyak belum mengetahui tentang perbedaan antara bank konvensional dengan perbankan syariah.
2. UMKM halal masih banyak belum mengetahui tentang produk perbankan syariah.

Tujuan

Tujuan dari karya tulis ilmiah ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengetahuan UMKM halal tentang pengertian perbankan syariah
2. Untuk mengetahui pengetahuan UMKM halal tentang produk perbankan syariah.

Manfaat

Manfaat dalam karya tulis ilmiah ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti.
Dapat memberikan khasanah keilmuan dan dapat memperdalam pengetahuan, khususnya tentang pemahaman UMKM halal terhadap perbankan syariah.
2. Bagi Perbankan.
Untuk mengetahui sampai sejauh mana pemahaman UMKM halal terhadap perbankan syariah.
3. Peneliti yang akan datang.
Menjadi bahan acuan untuk penelitian selanjutnya terutama yang berminat untuk mengkaji tentang potensi

perbankan syariah di Indonesia bagi UMKM halal.

TINJAUAN PUSTAKA

UMKM halal merupakan industri UMKM secara proses telah melalui tahapan teknis yang tidak melanggar kaidah/syariah Islam untuk menghasilkan produk halal, maka diberikan label/sertifikasi halal oleh lembaga yang berwenang. Sejak berdirinya Organisasi Konferensi Islam (OKI) pada awal tahun 1970-an, industri halal pun berkembang secara signifikan di setiap negara muslim, bahkan di negara *non* muslim sekalipun. Masyarakat *non* muslim juga mulai menyadari manfaat dari produk-produk halal mulai dari kebersihan, keamanan, kandungan gizi, dan sebagainya. Gaya hidup halal (*halal life style*) ini berdampak langsung pada meningkatkan permintaan akan produk halal. Kesadaran akan produk halal (*halal lifestyle*) tidak hanya berlaku bagi konsumen selaku pengguna produk, namun juga bagi pelaku usaha, produsen atau penyedia layanan. Fakta bahwa *halal lifestyle* telah menjadi tren kekinian menunjukkan bahwa *halal awareness* konsumen semakin banyak bermunculan. Perkembangan *halal lifestyle* dan *halal awareness* mengharuskan pelaku UMKM memiliki sertifikat produk halal. Oleh sebab itu, UMKM harus meningkatkan *branding position*, membumikan dan menyebarkan *halal lifestyle* dan *halal awareness*, berhati-hati dalam setiap tahapan proses produksi, menjamin keamanan dan higienisasi produk, dan meningkatkan daya saing produk untuk diekspor ke negara yang sangat perhatian terhadap produk halal (Pujiono, 2018).

Produk halal merupakan kebutuhan muslim dan ketersediaannya

merupakan suatu keharusan di negara yang mengakui keberadaan muslim. Quantaniah *et al* (2013) mengemukakan bahwa agama memainkan salah satu peran yang paling berpengaruh menentukan pilihan makanan. Sementara Ahmad *et al* (2013) mengatakan bisnis halal untuk muslim merupakan bisnis yang berkomitmen dengan agama. Permasalahan produk halal, selain menyangkut bisnis juga menyangkut *sains*, inovasi dan teknologi serta agama, yang melibatkan beberapa pihak terkait seperti pelaku usaha, saintis, ahli teknologi serta ahli agama atau ulama. Hal inilah yang membuka pemikiran bahwa teknologi tinggi dan kompetensi para saintis dalam melakukan pengujian dan penelitian halal ada di dalam Islam. Ketersediaan dan kemudahan memperoleh produk halal merupakan pemenuhan hak muslim (Maryati, 2016).

Dalam keuangan syariah itu sendiri terdapat perbankan syariah dimana menurut UU No. 21 tahun 2008, perbankan syariah adalah kegiatan yang berhubungan dengan bank umum syariah dan unit syariah yang mencakup kelembagaan, kegiatan usaha serta cara dan proses pelaksanaan kegiatannya. Bank syariah dan bank konvensional sangat berbeda sekali, yang membedakan adalah pada pengembalian dan pembagian keuntungan yang diberikan oleh lembaga keuangan kepada nasabahnya. Kegiatan operasional bank syariah adalah menggunakan sistem bagi hasil. Sistem bunga bagi bank syariah merupakan riba yang diharamkan. Perbankan syariah merupakan suatu perbankan dengan sistem yang baru hadir di tengah-tengah masyarakat, maka penguatan akan branding atau *image* dari perbankan

syariah tersebut sangat diperlukan, hal ini penting untuk dilakukan agar konsep-konsep yang ditawarkan oleh perbankan syariah tidak disalah artikan oleh masyarakat luas (Alsheran, 2010).

Pembangunan ekonomi saat ini terfokus pada pertumbuhan ekonomi inklusif yaitu suatu keadaan dimana kenaikan pendapatan seperti produk domestik bruto dibarengi dengan pemerataan, hal ini berarti pembangunan merata bagi seluruh rakyat. Dan ini sesuai dengan tujuan dari PBB yang menginginkan adanya keadilan sosial ekonomi yang tertuang dalam Tujuan Pembangunan Berkelanjutan atau *Sustainable Development Goals* (SDGs).

METODE PENULISAN

Di dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, yang berisi lebih banyak bersifat uraian dari hasil wawancara pada sumber dan studi dokumentasi. Data-data yang diperoleh dianalisis secara kualitatif dan diuraikan dalam bentuk deskriptif. Sumber data dalam penelitian ini ada 2 yaitu data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari informan dalam penelitian ini, data primer didapat dengan cara wawancara dan observasi langsung kepada pemilik catering, pengusaha kue dan pengusahaan bakso balungan iga. Dan data sekunder adalah data pendukung yang dapat diperoleh dari jurnal, buku literatur, tempat penelitian dan data pendukung lainnya yang terkait dengan penelitian. Metode pemilihan informan untuk mendapatkan data dalam penelitian ini adalah dengan *purposive sampling*. Sementara, teknik analisa data di dalam penelitian ini menggunakan analisis dari

Miles dan Hubberman melalui pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan (Miles & Hubberman, 2009).

PEMBAHASAN

Reduksi Data

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Reduksi data berlangsung terus-menerus selama proyek berorientasi penelitian kualitatif berlangsung. Reduksi data merupakan bagian dari analisis. Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, membuang yang tidak

perlu, dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa hingga kesimpulan-kesimpulan akhirnya dapat ditarik dan diverifikasi (Miles dan Huberman, 2014).

Penyajian Data

Penyajian data sebagai bagian dari analisis merupakan kegiatan merancang deretan dan kolom-kolom sebuah matriks untuk data kualitatif serta memutuskan jenis dan bentuk data yang harus dimasukkan ke dalam bentuk kotak-kotak matriks. Semuanya dirancang guna menggabungkan informasi sehingga tersusun dalam konfigurasi-konfigurasi sebagai suatu bentuk yang padu atau sistematis (Miles dan Huberman, 2014).

Tabel 1. Pendisiplinan data

No.	Tujuan Penelitian	Tema	Sumber
1.	Kondisi bank syariah dalam mendukung UMKM halal	Kurang sosialisasi bank syariah (seminar-seminar bank syariah).	BK, CT, RM
		Akses kantor cabang bank syariah dan jaringan ATM yang sulit ditemui serta kecanggihan teknologi yang masih belum memadai.	BK, CT, RM
		Kurangnya promosi dari produk-produk bank syariah.	BK, CT, RM
2.	Potensi bank syariah dalam mendukung UMKM halal	Kekhususan produk pembiayaan bagi UMKM halal	BK, CT, RM
		<i>Event</i> yang diadakan oleh bank syariah untuk mendukung UMKM halal agar dapat melahirkan <i>experience</i> UMKM halal yang baru	BK, CT, RM

Keterangan : BK : Pengusaha bakery, CT : Pengusaha catering, RM : Pengusaha rumah makan

Verifikasi atau Penarikan Kesimpulan

Verifikasi atau penarikan kesimpulan yang diambil dengan

menggunakan hasil wawancara dengan para informan agar kesimpulan yang diambil dapat dipertanggungjawabkan

dan tidak diragukan keabsahannya. Berikut hasil penarikan kesimpulan dan verifikasi oleh para informan dalam potensi bank syariah bagi UMKM halal dalam mendukung *Sustainable Development Goals* (SDGs).

Kurang Sosialisasi Bank Syariah

Potensi perbankan syariah di Indonesia bagi UMKM halal dalam mendukung SDGs masih dirasa sangat kurang. Sampai saat ini para pelaku UMKM halal masih menganggap antara bank konvensional dan bank syariah masih sama saja, seperti yang diungkapkan oleh informan 1.

“menurut saya sama saja, bedanya hanya ada akadnya, itu yang saya tahu, karena saya bukan nasabah bank syariah”

Hal yang sama diungkapkan oleh informan 2 yang menyatakan bank syariah menggunakan sistem bagi hasil dan produknya sama seperti bank konvensional.

“kalau bank syariah yang saya tahu dia menggunakan sistem bagi hasil dan produk-produknya sama saja seperti bank konvensional, maka dari itu saya mending pakai bank konvensional”

Begitu juga dengan informan 3 yang menyatakan pinjaman-pinjaman penghitungannya lebih rumit dibanding dengan bank konvensional.

“untuk pinjaman penghitungannya tidak sebegitu jelas daripada bank konvensional, dan lebih mahal pengembaliannya daripada bank konvensional, jadi saya selama ini

mengenai pinjaman lebih memilih bank konvensional”

Dari penjelasan ketiga informan tersebut sudah jelas bahwa pada saat ini, bank syariah belum maksimal dalam melakukan sosialisasi mengenai produk-produk mereka. Perkembangan lembaga keuangan syariah dalam hal ini perlu dikembangkan lebih luas dan disosialisasikan pada masyarakat Islam, karena potensi, baik berupa sumber daya masyarakat maupun finansial yang dimiliki umat Islam Indonesia cukup besar (Jannah, 2002). Sikap pengusaha dalam memilih pembiayaan di bank syariah dipengaruhi oleh faktor pemahaman yang rasional dari produk-produk pembiayaan syariah itu sendiri. Ketika pembiayaan tersebut dapat menguntungkan usahanya maka pengusaha cenderung akan cenderung akan mengambil pembiayaan tersebut namun ketika biaya yang dikeluarkan lebih besar dan dapat mengurangi keuntungan dari usahanya maka pengusaha tersebut akan meninggalkan produk pembiayaan tersebut (Sidharta, 2017). Dalam rangka bersaing dengan bank konvensional, bank syariah harus mampu memahami persepsi masyarakat bahwa sistem bank syariah lebih baik daripada sistem bank konvensional (Nawi, 2013).

Akses kantor cabang bank syariah dan jaringan ATM yang sulit ditemui serta kecanggihan teknologi yang masih belum memadai

Dalam mendukung UMKM halal, kantor dan jaringan ATM masih sangat sulit untuk ditemui. Hal ini seperti dikatakan oleh informan 1.

“saya menggunakan bank konvensional karena kantor bank syariah jauh sekali dari tempat kami dan juga tidak ada ATM bank syariahnya”

Hal ini sama seperti yang diungkapkan oleh informan 2. Bahwa tidak ada kantor syariah di daerah tempat tinggalnya.

“di dekat sini adanya bank konvensional, jadi untuk memudahkan transaksi kami pakai bank konvensional saja”

Tidak adanya kantor syariah terdekat dan jaringan ATM juga disampaikan oleh informan 3.

“saya sudah lama memakai bank konvensional, karena tidak ada kantor syariah dan ATMnya disini”

Hal ini sesuai dengan penelitian Ma'arif dan Trisnawati, 2016 bahwa lokasi dan sarana prasarana seperti ATM yang mendukung akan memudahkan nasabah dalam menjangkau lokasi bank yang akan digunakan nasabah dalam bertransaksi. Kemudahan tersebut didapatkan apabila lokasi bank berdekatan dengan sarana transportasi, pasar, perkantoran, perumahan dan fasilitas umum lainnya sehingga hal tersebut akan memengaruhi keputusan nasabah dalam bertransaksi pada bank tersebut. Menurut Febriasti, 2014, nilai pelayanan bagi nasabah sangat penting, mengingat jasa bank merupakan jasa profesional. Sistem *online*, tabungan dan ATM merupakan contoh upaya bank dalam memberikan layanan yang cepat dan akurat.

Kurangnya promosi dari produk-produk bank syariah

Bank syariah saat ini masih sangat kurang melakukan promosi. Kurangnya promosi yang dilakukan oleh bank syariah terlihat dari para pelaku UMKM halal tidak menggunakan bank syariah. Hal ini yang disampaikan oleh informan 1.

“saya tidak pernah mendengar tentang bank syariah, mungkin karena tidak adanya promosi, sehingga saya ragu untuk bertransaksi disana”

Informan 2 juga menyampaikan tidak tahu menahu tentang produk-produk bank syariah, hal ini disebabkan karena kurangnya promosi yang dilakukan oleh bank syariah.

“sepertinya produk bank syariah hampir sama dengan bank konvensional, hanya beda perhitungannya saja, tapi saya kurang tahu pasti”

Hal ini mengindikasikan bahwa bank syariah harus lebih gencar lagi dalam melakukan promosi supaya lebih dikenal oleh masyarakat luas, baik *branding* bank syariah maupun produk-produk dari bank syariah. Penelitian yang dilakukan oleh (Ortega, 2017) yang menyatakan kegiatan promosi yang dilakukan oleh perbankan syariah, termasuk ke dalam kegiatan manajemen pemasaran bank yang harus dilakukan seefektif dan efisien mungkin dan mampu menarik minat masyarakat sehingga tujuan bank dapat tercapai dengan baik. Dengan diadakannya kegiatan promosi produk-produk bank ini

maka masyarakat dapat mengetahui apa saja yang diberikan dan disediakan oleh bank serta menambah minat masyarakat untuk menabung pada bank tersebut. Penanganan citra merek merupakan salah satu tantangan terbesar karena penanganan citra merek menjadi salah satu perumusan metode promosi yang tepat. Dalam penerapannya, terdapat bermacam sarana promosi yang dapat digunakan oleh bank syariah dalam mempromosikan produk maupun jasanya. Masing-masing sarana promosi memiliki tujuan yang berbeda-beda, namun saran promosi yang dilakukan untuk mempengaruhi nasabah adalah melalui promosi penjualan (Kasmir, 2008)

Kekhususan Produk Pembiayaan Bagi UMKM Halal

Seperti yang disampaikan oleh informan 1 bahwa tidak adanya produk pembiayaan khusus bagi para pelaku UMKM halal.

“sebenarnya saya ingin mengembangkan usaha saya, namun tidak ada produk pembiayaan dari bank syariah yang mendukung untuk usaha saya ini, pinjam-pinjamannya juga perhitungannya lebih rumit daripada bank konvensional”

Menurut dalam perbedaan perbankan syariah dengan perbankan konvensional tidaklah mengandung unsur pengesklusivitasan terhadap produk-produk perbankan yang sudah ada. Namun lebih pada pencarian produk yang dirasa lebih adil dan solusi yang ditawarkan paling spesifik adalah pembebasan segala perhitungan dari

rate-interest (Susila, 2016). Produk bank syariah identik dengan produk-produk yang mengandung unsur syariah, sedangkan peruntukannya juga sebetulnya juga dapat digunakan untuk masyarakat luas, tanpa terkecuali atau bahkan semua lapisan masyarakat mempunyai hak dan pilihan atas bank dan produknya. Sejak langkah pendiriannya, bank-bank syariah telah menunjukkan *trend* perkembangan yang positif sehingga dapat memainkan peranan penting dalam memobilisasi, mengalokasi dan memanfaatkan sumber daya dengan lebih baik (Muna, 2016).

Event yang diadakan oleh bank syariah

Event harus diadakan bank syariah guna memperkenalkan *branding* maupun produk bank syariah. Hal ini diungkapkan oleh informan 3.

“harusnya ada event yang diadakan oleh bank syariah, sehingga kami tau tentang produk bank syariah itu seperti apa”

Hal yang sama diungkapkan oleh informan 2 bahwa bank syariah perlu mengadakan acara yang besar.

“bank syariah perlu membuat acara yang besar untuk memperkenalkan mereka, supaya masyarakat lebih banyak yang tau tentang bank syariah dan jadi ingin menabung di bank syariah”

Menurut Nengsih (2015) layanan perbankan di Indonesia harus menjangkau seluruh lapisan masyarakat Indonesia. Sistem keuangan yang semakin inklusif dapat mengalokasikan

sumber daya yang produktif semakin efisien, meningkatkan kemampuan masyarakat dalam mengelola keuangan, mengurangi pertumbuhan penyaluran kredit informal yang bersifat eksploratif (kredit oleh rentenir). Menurut Arieffiandi et al (2016) bank syariah hadir dan dikembangkan untuk melawan cara-cara rentenir dan dilaksanakan sejalan dengan nilai moral dan prinsip sesuai syariat Islam. Peran bank syariah perlu diperluas agar masyarakat dapat ditawarkan suatu sistem perbankan yang lebih menentramkan dan bank syariah dapat lebih berperan lebih besar bagi kesejahteraan masyarakat dengan menggerakkan sektor ekonomi riil.

PENUTUP

Kesimpulan

Hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kondisi bahwa kondisi bank syariah dalam mendukung UMKM halal belum melakukan sosialisasi secara efektif kepada para pengusaha UMKM halal, akses kantor dan jaringan ATM yang masih sulit ditemui serta kurangnya promosi yang dilakukan oleh perbankan syariah. Sementara potensi bank syariah itu sendiri sebenarnya dapat melakukan inovasi produk dengan memberikan kekhususan produk pembiayaan bagi para pelaku UMKM halal dan dapat melakukan *event* yang menarik agar dapat merubah *mindset* pada masyarakat bahwa bank syariah merupakan bank yang inklusif bukan eksklusif.

Saran

Beberapa implikasi kebijakan yang dapat dilakukan oleh bank syariah

untuk mendukung pelaku UMKM halal adalah dengan melakukan sosialisasi dan promosi yang gencar kepada para pelaku UMKM halal, karena mengingat perkembangan UMKM halal berkembang pesat saat ini. Agar pemahaman terhadap bank syariah komprehensif dan pada saat yang bersamaan manajemen bank syariah perlu menambah akses kantor cabang dan jaringan ATM di tempat yang terjangkau oleh para pengusaha UMKM halal.

DAFTAR PUSTAKA

- Alsheran, B. A. 2010. *Islamic Branding : A Conceptualization Of Related Terms*. *Journal of Brand Management*, 18 (1), 34-49. Doi 10.1057.
- Arieffiandi, R. Y., Firdaus, M., & Sasongko, H. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kolektibilitas Pembiayaan Sektor UMKM (Studi Kasus: Bank Syariah XYZ Kantor Cabang Jakarta Barat). *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*, 2(3), 291-303. doi: 10.17538/JABM.2.3.291
- Cahyono, E. F., Rani, L. N. 2017. *Performa Efisiensi Teknis Unit Usaha Syariah Pembangunan Daerah di Pulau Sumatra*. *Human Falah*, Vol. 4, No. 1.
- Febriasti, R.H. 2014. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Menabung di Bank Syariah Mandiri Yogyakarta*. Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Jannah, Sofwan. 2002. *Sosialisasi Bank Syariah Tantangan dan Peluang*

- Alumni Syariah. Al Mawarid Edisi VII.
- Kasmir. 2008. Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya. Depo: Raja Grafindo Persada.
- Ma'arif, Saiful. 2016. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Bertransaksi di Bank Syariah. Skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Ma'arif, S., & Trisnawati, R. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Bertransaksi di Bank Syariah. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Maryati, T., Syarief, R., & Hasbullah, R. 2016. Analisis Faktor Kendala Dalam Pengajuan Sertifikat Halal (Studi Kasus : Pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Makanan Beku di Jabodetabek). Jurnal Ilmu Produksi dan Teknologi Hasil Peternakan, Vol. 4, No. 3.
- Miles, M. B., & Hubberman, M. (2009). Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru. Jakarta: UI Press.
- Nawi, F.A.M., Yazid, A.S., & Mohammed, M.O. 2013. *A Critical Literature Review for Islamic Banks Selection Criteria in Malaysia. Internasional Business Research*; Vol. 6, No. 6.
- Nengsih N. 2015. Peran Perbankan Syariah Dalam Mengimplementasikan Keuangan Inklusif di Indonesia. Jurnal Etikonomi, Vol. 14, No. 2.
- Ortega, Daniel & Alhifni, Anas. 2017. Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah. *Equilibrium : Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 5, No. 1.
- Pujiyono A., Setyowati, R., & Idris. 2018. Strategi Pengembangan UMKM Halal Di Jawa Tengah Dalam Menghadapi Persaingan Global. *Indonesia Journal of Halal*
- Quantaniah et al. 2013. *Selecting Halal Food : A Comparative Study Of The Muslim And Non Muslim Malaysian Student Consumer. ICTMBE 2nd International Conference on Technology Management, Business and Entrepreneurship*.
- Samsudin, Ahmad. 2017. Analisis Minat Masyarakat Terhadap Produk Perbankan Syariah di Kabupaten Tangerang. Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Sidharta, R. B. F. I. 2017. Optimalisasi Peran Perbankan Syariah Dalam Mendukung Wisata Halal. *Jurnal Distribusi : Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*.
- Susila, Jaka. 2016. *Fiduciary Dalam Produk-Produk Perbankan Syariah*. Jurnal Ilmu Syariah dan Hukum, Vol. 1, No. 2.
- <https://www.beritasatu.com/makro/409656-wef-indonesia-peringkat-22-negara-dengan-pembangunan-ekonomi-paling-merata.html>
- <https://www.kompasiana.com/sangsurya/5517d225a333114907b6616c/peran-bank-syariah-dalam-mengembangkan-usaha-kecil-men>