



BANK INDONESIA
BANK SENTRAL REPUBLIK INDONESIA



PILOT PROJECT
**PENINGKATAN AKSES KEUANGAN
KELOMPOK MASYARAKAT ATAU PELAKU USAHA
MELALUI PEMANFAATAN PRODUK/JASA
LAYANAN KEUANGAN SYARIAH**

PILOT PROJECT
**PENINGKATAN AKSES KEUANGAN
KELOMPOK MASYARAKAT ATAU
PELAKU USAHA MELALUI PEMANFAATAN
PRODUK/JASA LAYANAN
KEUANGAN SYARIAH**



BANK INDONESIA
BANK SENTRAL REPUBLIK INDONESIA



TIM PENELITIAN

BANK INDONESIA:

1. YUNITA RESMI SARI
2. IKA TEJANINGRUM
3. ASEP RAMDAN
4. HAMIDATUL IMAMAH
5. DARA AYU LESTARI

LPPM STEI TAZKIA:

1. DRS. MUKHAMAD YASID, M.SI
2. DR. IR. ANDI IHSAN ARKHAM

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang senantiasa memberikan kemudahan dalam menyelesaikan segala tugas dan amanah yang diberikan sehingga “Kajian Peningkatan Akses Keuangan Kelompok Masyarakat atau Pelaku Usaha Melalui Pemanfaatan Produk/Jasa Layanan Keuangan Syariah” dapat diselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya.

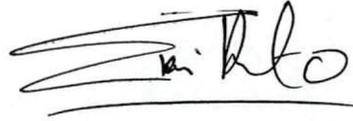
Menurut data *Global Findex World Bank* (2014), jumlah masyarakat dewasa Indonesia yang sudah memiliki rekening di lembaga keuangan (*banked people*) baru mencapai 36% dari total penduduk dewasa. Berbagai macam alasan masyarakat tidak mau berhubungan dengan lembaga keuangan, salah satunya karena keyakinan/prinsip agama. Untuk itu Bank Indonesia melakukan kajian yang bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis produk/jasa layanan keuangan syariah serta pola pembiayaan yang sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik kelompok masyarakat/pelaku usaha, merumuskan strategi peningkatan akses layanan keuangan syariah, dan mengidentifikasi faktor utama keberhasilan (*key success factor*) peningkatan akses layanan keuangan syariah kepada kelompok masyarakat/pelaku usaha yang masuk dalam kategori *unbanked people*. Kajian *pilot project* dilakukan terhadap Industri Batik Garut di Kabupaten Garut, Jawa Barat dan Industri Gerabah di Kabupaten Lombok Barat, Nusa Tenggara Barat.

Kajian menghasilkan rekomendasi strategi untuk meningkatkan akses keuangan pelaku usaha, antara lain peningkatan *supply* jasa keuangan, peningkatan *demand* terhadap jasa keuangan syariah, dan peningkatan aksesibilitas dan dukungan kerja sama terhadap layanan keuangan syariah. Adapun kunci sukses (*key success factor*) *pilot project* di Kabupaten Garut dan Kabupaten Lombok Barat relatif sama, yaitu meliputi sosialisasi mengenai produk/jasa layanan keuangan syariah (d disesuaikan dengan kebutuhan pelaku usaha), lokasi bank syariah yang mudah dijangkau, dukungan pemerintah daerah, keberadaan koperasi syariah sebagai penghubung pelaku usaha dan bank syariah, serta pembinaan oleh koperasi syariah kepada anggotanya yang mayoritas adalah pelaku UMKM melalui mekanisme kelompok.

Kami menyampaikan terima kasih dan apresiasi setinggi - tingginya kepada berbagai pihak terutama Pemerintah Daerah, Perbankan dan para pelaku usaha peserta *pilot project* di Kabupaten Garut dan Kabupaten Lombok Barat, serta pihak-pihak lain yang telah berpartisipasi dan berkontribusi dalam pelaksanaan *pilot project* ini. Diharapkan hasil kajian ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak, khususnya bagi lembaga keuangan dalam melakukan strategi peningkatan akses keuangan berdasarkan karakteristik kelompok masyarakat/pelaku usaha.

Akhir kata, semoga Allah SWT memberkati semua niat baik dan upaya nyata yang dilakukan serta melapangkan jalan ke arah yang lebih baik untuk kemajuan perekonomian bangsa.

Jakarta, Juli 2017 



Erwin Rijanto

Deputi Gubernur Bank Indonesia

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	viii
RINGKASAN EKSEKUTIF	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan	3
1.3 Ruang Lingkup Pilot Project	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Keuangan Inklusif	5
2.2 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)	8
2.3 Kebutuhan terhadap Produk/Jasa Keuangan Syariah	13
2.4 Lembaga Keuangan/Perbankan Syariah	14
2.5 Penelitian Terdahulu	17
BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1 Waktu dan Tempat Kajian	21
3.2 Jenis dan Sumber Data	21
3.3 Metode Analisis Data	22
BAB IV PEMETAAN PELAKU USAHA	25
4.1 Identifikasi Pelaku Usaha Batik Garut	27
4.2 Identifikasi Pelaku Usaha Gerabah Desa Banyumulek	34
4.3 Analisis Rantai Nilai Usaha Batik Garut	40
4.4 Analisis rantai nilai usaha Gerabah	44
BAB V ANALISIS MODEL BISNIS	49
5.1 Model Bisnis Batik Garut	49
5.2 Model Bisnis Gerabah Lombok Barat	52
5.3 Kebutuhan Pengembangan Usaha Batik Garut	54
5.4 Kebutuhan Pengembangan Usaha Gerabah Lombok Barat	57
5.5 Strategi Peningkatan Usaha Batik Garut	58
5.6 Strategi Peningkatan Usaha Gerabah	60
BAB VI ANALISIS MODEL PENINGKATAN AKSES KEUANGAN	61
6.1 Model Peningkatan Akses Keuangan Syariah Batik Garut	61
6.2 Pola Pembiayaan untuk Batik Garut	62
6.3 Model Peningkatan Akses Keuangan Syariah untuk Gerabah Lombok Barat	66
6.4 Pola Pembiayaan Jasa Layanan Keuangan Syariah untuk Gerabah Lombok Barat	73

BAB VII RENCANA STRATEGIS PENINGKATAN AKSES KEUANGAN KELOMPOK MASYARAKAT	77
7.1 Rencana Strategis Peningkatan Akses Keuangan Syariah	77
7.2 Fokus Aktivitas Peningkatan Akses Keuangan Syariah	79
7.3 Roadmap Peningkatan Akses Jasa Keuangan Syariah	79
7.4 <i>Key Success Factor</i>	83
BAB VIII PENUTUP	87
8.1 Kesimpulan	87
8.2 Rekomendasi	89
DAFTAR PUSTAKA	91
GLOSARIUM	94
LAMPIRAN	96

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perkembangan Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia	2
Tabel 2.1	Keuangan Inklusif Bank Indonesia	6
Tabel 2.2	Keuangan Inklusif Menurut Sarma (2008)	7
Tabel 2.3	Perbedaan Bank Konvensional dan Bank Syariah	16
Tabel 4.1	Perbankan di Garut Tahun 2014	25
Tabel 4.2	Perbankan di Nusa Tenggara Barat 2016 Triwulan 1	26
Tabel 4.3	Produk yang Sering Digunakan oleh Pelaku Usaha Batik Garut	31
Tabel 4.4	Alasan Pemilihan Bank Pelaku Usaha Batik Garut	31
Tabel 4.5	Pemetaan Aktor usaha Batik Garut	40
Tabel 4.6	Struktur Biaya Produksi Batik Tulis Garut	42
Tabel 4.7	Nilai Tambah Produk Batik Tulis Garut: Produsen Menjual Langsung ke Konsumen	43
Tabel 4.8	Nilai Tambah Produk Batik Tulis Garut: Produsen Menjual Langsung ke Pedagang	43
Tabel 4.9	Pemetaan Aktor Industri Gerabah Banyumulek	44
Tabel 4.10	Struktur Biaya Produksi Gerabah	46
Tabel 4.11	Nilai Tambah Produk Gerabah: Kendi Maling (Melalui Pengepul)	46
Tabel 4.12	Nilai Tambah Produk Gerabah: Kendi Maling (Melalui Koperasi)	46
Tabel 6.1	<i>Summary</i> Pola Pembiayaan Batik Garut	66
Tabel 6.2	<i>Summary</i> Pola Pembiayaan Gerabah	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Konsep <i>Value Chain</i>	9
Gambar 2.2	Rantai Nilai Produksi Kerajinan	10
Gambar 2.3	<i>Element of Business Model Design</i>	11
Gambar 2.4	<i>Business Model Canvas</i>	12
Gambar 2.5	Pilar Keuangan Keluarga	14
Gambar 2.6	Akad Bank Syariah	16
Gambar 3.1	Identifikasi Pelaku Usaha	22
Gambar 3.2	Identifikasi Kebutuhan Kelompok/Pelaku Usaha	23
Gambar 4.1	Umur Usaha Batik Garut	27
Gambar 4.2	Usia Responden Batik Garut	28
Gambar 4.3	Jumlah Karyawan Usaha Batik Garut	28
Gambar 4.4	Pendidikan Responden Usaha Batik Garut	29
Gambar 4.5	Bentuk Usaha Batik Garut	29

Gambar 4. 6	Omzet Penjualan per Tahun Batik Garut	30
Gambar 4. 7	Jenis Bank yang Digunakan oleh Responden Batik Garut	30
Gambar 4. 8	Pengetahuan tentang Perbankan Syariah Pelaku Usaha Batik Garut	32
Gambar 4. 9	Pengetahuan tentang Asuransi Syariah Pelaku Usaha Batik Garut	32
Gambar 4.10	Usia Responden Gerabah	35
Gambar 4.11	Jumlah Karyawan Gerabah	35
Gambar 4. 12	Tingkat Pendidikan Responden Gerabah	36
Gambar 4. 13	Bentuk Usaha Responden Gerabah	36
Gambar 4. 14	Tingkat Penjualan Gerabah	37
Gambar 4. 15	Kepemilikan Rekening Responden Gerabah	37
Gambar 4. 16	Pemahaman Responden Gerabah tentang Perbankan Syariah	38
Gambar 4. 17	Pengetahuan Responden Gerabah tentang Perbankan Syariah	38
Gambar 4. 18	Pemahaman Responden Gerabah tentang Asuransi Syariah	39
Gambar 4.19	<i>Value Chain</i> Batik Garut	44
Gambar 4.20	<i>Value Chain</i> Gerabah	48
Gambar 5.1	Model Bisnis Batik Garut Produksi - Marketing	50
Gambar 5. 2	Contoh Motif Batik Garut	50
Gambar 5.3	Model Bisnis Batik Garut - Maklun	51
Gambar 5.4	Model Bisnis Batik Garut - Pedagang	52
Gambar 5.5	Model Bisnis Gerabah - Perajin	53
Gambar 5.6	Model Bisnis Gerabah - <i>Art Shop</i>	53
Gambar 5.7	Model Bisnis Gerabah - <i>Art Shop</i> Pasar Seni	54
Gambar 5.8	Tren Penjualan Batik Garut	55
Gambar 5.9	Layanan yang Dibutuhkan oleh Pelaku Usaha Batik Garut	56
Gambar 5.10	Tren Penjualan Gerabah	57
Gambar 6.1	Model Peningkatan Akses Keuangan Batik Garut	62
Gambar 6.2	Skema Akad Musyarakah I	63
Gambar 6.3	Skema Akad Musyarakah II	64
Gambar 6. 4	Model Peningkatan Akses Keuangan Syariah untuk Gerabah Lombok Barat	67
Gambar 6.5	Hubungan Pelaku Usaha, Koperasi Syariah, dan LSM	69
Gambar 6. 6	Hubungan Koperasi Syariah, Bank Syariah, Asuransi Syariah, dan LSM	70
Gambar 6. 7	Hubungan Pelaku Usaha, Koperasi Syariah, Bank Syariah, dan Asuransi Syariah	71
Gambar 6. 8	Hubungan Pelaku Usaha, Koperasi Syariah, Bank Syariah, LSM dan Pemerintah Daerah	72
Gambar 6.9	Hubungan Seluruh <i>Stakeholder</i> Gerabah	73
Gambar 6.10	Skema Peningkatan Akses Gerabah	75
Gambar 7.1	Kerangka Peningkatan Akses Keuangan Kelompok Masyarakat atau Pelaku Usaha melalui Pemanfaatan Produk/Jasa Layanan Keuangan Syariah	77
Gambar 7.2	<i>Roadmap</i> Peningkatan Akses Jasa Keuangan Syariah	80
Gambar 7. 3	Rencana Strategis Peningkatan Akses Jasa Keuangan Syariah di Kabupaten Garut	81
Gambar 7.4	Rencana Strategis Peningkatan Akses Jasa Keuangan Syariah di Kabupaten Lombok Barat	82

RINGKASAN EKSEKUTIF

Menurut data *Global Findex World Bank (2014)*, jumlah masyarakat dewasa Indonesia yang sudah memiliki rekening di lembaga keuangan (*banked people*) baru mencapai 36% dari total penduduk dewasa. Berbagai macam alasan masyarakat tidak mau berhubungan dengan lembaga keuangan, salah satunya karena keyakinan/agama. Keberadaan lembaga keuangan syariah khususnya perbankan merupakan alternatif jasa perbankan bagi kelompok masyarakat tertentu yang berpandangan bahwa lembaga keuangan konvensional bertentangan dengan keyakinan/agamanya. Hal ini dapat didukung dengan fakta bahwa di Indonesia, resistensi terhadap perbankan yang disebabkan oleh faktor agama yaitu sebesar 1,5% yang berarti mencapai $\pm 2,1$ juta penduduk.

Salah satu upaya yang dilakukan oleh Bank Indonesia dalam mengurangi *unbanked people* atau meningkatkan jumlah masyarakat yang dapat mengakses lembaga keuangan (*bankable*) adalah melalui Kajian Peningkatan Akses Keuangan Kelompok Masyarakat atau Pelaku Usaha Melalui Pemanfaatan Produk/Jasa Layanan Keuangan Syariah. Dalam pelaksanaan kajian tersebut, terpilih Industri Batik Garut di Kabupaten Garut, Jawa Barat dan Industri Gerabah di Kabupaten Lombok Barat, Nusa Tenggara Barat sebagai objek kajian. Pertimbangan penetapan lokasi kajian antara lain karena i) terdapat basis organisasi masyarakat agamis yang mayoritas beragama Islam ii) sebagian besar kelompok masyarakat/pelaku usaha industri belum terhubung dengan produk/jasa layanan keuangan syariah dengan alasan keyakinan/agama iii) produk Batik dan Gerabah adalah produk lokal yang memiliki aspek ekonomis, seni serta kultural dan terdapat potensi usaha yang dapat berkembang.

Kajian ini bertujuan untuk i) mengidentifikasi dan menganalisis produk/jasa layanan keuangan syariah serta pola pembiayaan yang sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik kelompok masyarakat/pelaku usaha di lokasi *pilot project*; ii) merumuskan strategi peningkatan akses layanan keuangan syariah; iii) mengidentifikasi faktor utama keberhasilan (*key success factor*) peningkatan akses layanan keuangan syariah kepada kelompok masyarakat/pelaku usaha yang masuk dalam kategori *unbanked people*.

Terdapat perbedaan karakteristik antara pelaku usaha di kedua lokasi *pilot project*. Secara umum, pelaku usaha batik di Kabupaten Garut sudah lebih maju secara finansial dibandingkan dengan pelaku usaha gerabah di Kabupaten Lombok Barat. Sebagian besar pelaku usaha batik di Kabupaten Garut telah memiliki rekening di bank konvensional walaupun pemanfaatan hanya sebatas untuk kepentingan transaksi dan kredit konsumtif, sementara pelaku usaha (perajin gerabah) di Kabupaten Lombok Barat belum tersentuh oleh layanan keuangan formal. Beberapa alasan pelaku usaha tidak memanfaatkan produk/jasa layanan keuangan formal (perbankan) antara lain karena alasan agama, adanya pesan orang tua untuk tidak meminjam dana dari bank, faktor ketakutan tidak bisa melunasi cicilan, keterbatasan agunan, dan tingginya tingkat suku bunga pinjaman, serta prosedur yang rumit.

Terdapat perbedaan skema pola pembiayaan yang dibutuhkan untuk meningkatkan akses keuangan di kedua lokasi *pilot project*. Untuk Garut, skala usaha masing-masing perajin relatif sudah besar sehingga tingkat literasi keuangan pun lebih maju. Namun demikian masih terdapat hambatan psikologis untuk memanfaatkan produk/jasa layanan keuangan syariah. Oleh karena itu peningkatan akses keuangan dari perbankan syariah agar dilakukan melalui skema pembiayaan dengan menghubungkan langsung perajin batik dengan perbankan syariah berdasarkan produk/jasa layanan keuangan syariah masing-masing bank syariah. Layanan keuangan yang dapat

meningkatkan akses pelaku usaha batik Garut terhadap lembaga keuangan (perbankan) syariah adalah: 1) produk tabungan; 2) produk pembiayaan jangka pendek (3-4 bulan) untuk pembiayaan modal kerja terutama ketika mendapatkan pesanan produksi. Adapun pembiayaan yang diberikan dapat menggunakan akad *mudharabah/musarakah/murabahah*.

Sementara itu, untuk Lombok Barat, berdasarkan karakteristik umum, para perajin gerabah sebagian besar adalah masyarakat kurang mampu dan tidak dapat berhubungan langsung dengan perbankan. Terdapat peran yang signifikan dari Lembaga Keuangan Syariah (LKS) yaitu Koperasi Syariah Baitut Tamkin Lumbung Bersaing (BTLB) dalam melakukan pendampingan dan pelatihan sehingga program pemberdayaan masyarakat dapat berjalan secara berkesinambungan. Oleh karena itu peningkatan akses keuangan dari perbankan syariah agar dilakukan dengan pendekatan kelompok melalui perpanjangan tangan LKS setempat, dalam hal ini BTLB. Penyaluran pembiayaan kepada pelaku usaha dilakukan oleh BLTB dengan sumber dana yang berasal dari APBD (hibah) dan perbankan syariah (akad *mudharabah*). Dana yang disalurkan dibagi menjadi dua kategori, yaitu 1) sebagai dana kebajikan (akad *qardh*) yang digunakan untuk pembiayaan dalam rangka pemenuhan kebutuhan dasar pelaku usaha, 2) sebagai modal usaha yang bersumber dari perbankan. Model pembiayaan yang diusulkan adalah dengan jalinan kerja sama (*linkage*) antara perbankan syariah dengan LKS untuk menjangkau para perajin gerabah. Pembiayaan yang diberikan oleh LKS kepada pelaku usaha dapat menggunakan akad *murabahah*, *salam*, *musarakah*, dan *mudharabah*, serta harus disertai dengan pendampingan yang mengandung unsur pemberdayaan sehingga dapat berjalan dengan efektif dan berkelanjutan.

Adapun strategi peningkatan akses keuangan khususnya perbankan syariah meliputi i) Peningkatan *supply* jasa keuangan syariah; ii) Peningkatan *demand* terhadap jasa keuangan syariah; dan iii) Peningkatan aksesibilitas dan dukungan kerja sama terhadap layanan jasa keuangan syariah. Peningkatan *supply* meliputi aspek ketersediaan dana untuk pembiayaan, pola pembiayaan dari LKS yang sesuai *syariah compliance*, kemudahan akses oleh pelaku usaha sehingga diperlukan dukungan kebijakan dan insentif (pengembangan produk jasa layanan keuangan syariah serta infrastruktur berupa sistem teknologi informasi). Peningkatan *demand* terhadap jasa keuangan syariah meliputi edukasi produk/jasa layanan keuangan syariah yang mendukung usaha serta pelatihan untuk meningkatkan kapasitas/kapabilitas produksi. Peningkatan aksesibilitas meliputi peningkatan produktivitas, inovasi dan pemasaran produk, serta dukungan sistem informasi dan *database* terpadu antara pelaku usaha, penyedia jasa keuangan syariah, dan instansi terkait.

Faktor utama yang menjadi kunci sukses dari *pilot project* yang ada di Garut adalah i) sosialisasi yang intensif, ii) produk/jasa keuangan syariah yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan pelaku usaha, iii) dukungan yang kuat dari Pemerintah Daerah, dan iv) lokasi bank syariah yang strategis dan mudah dijangkau. Sementara itu, faktor utama yang menjadi kunci sukses dari *pilot project* yang ada di Lombok Barat adalah i) dukungan koperasi syariah, ii) pembinaan intensif yang dilakukan oleh koperasi syariah terhadap anggotanya dengan menggunakan sistem kelompok, iii) sosialisasi mengenai produk/layanan keuangan syariah, iv) keberadaan lembaga swadaya masyarakat yang memiliki komitmen kontribusi, dan v) dukungan yang kuat dari Pemerintah Daerah.

Terdapat perbedaan skema pola pembiayaan yang dibutuhkan untuk meningkatkan akses keuangan di kedua lokasi *pilot project*. Untuk Garut, pola pembiayaan dengan menghubungkan langsung perajin batik dengan perbankan syariah berdasarkan produk/jasa layanan keuangan syariah masing-masing bank syariah. Pembiayaan yang diberikan dapat menggunakan akad *mudharabah/musarakah/murabahah*. Sementara itu, untuk Lombok Barat, pola pembiayaan melalui *linkage* perbankan syariah dengan LKS setempat, kemudian dari LKS kepada pelaku usaha. Pembiayaan yang diberikan oleh LKS kepada pelaku usaha dapat menggunakan akad *murabahah*, *salam*, *musarakah*, dan *mudharabah*.

Strategi yang diperlukan untuk meningkatkan akses keuangan pelaku usaha, baik di Garut maupun di Lombok Barat memuat tiga target utama, yaitu: 1) peningkatan *supply* jasa keuangan, 2) peningkatan *demand* terhadap jasa keuangan syariah, 3) peningkatan aksesibilitas dan dukungan kerja sama terhadap layanan keuangan syariah. Atas dasar ini, fasilitasi yang dilakukan tidak sebatas kepada para pelaku usaha tapi juga terhadap lembaga keuangan syariah. Fasilitasi kepada para pelaku usaha berbentuk pelatihan/edukasi tentang pengetahuan perbankan syariah mulai dari teori hingga praktik. Selain itu, fasilitasi juga dapat dilakukan dalam bentuk mediasi dengan lembaga keuangan syariah dan pendampingan untuk pengelolaan usaha yang lebih baik.

Faktor kunci sukses (*key success factor*) *pilot project* di Kabupaten Garut dan Kabupaten Lombok Barat relatif sama, yaitu meliputi i) sosialisasi mengenai produk/jasa layanan keuangan syariah (d disesuaikan dengan kebutuhan pelaku usaha), ii) lokasi bank syariah yang mudah dijangkau, iii) dukungan pemerintah daerah, iv) keberadaan koperasi syariah sebagai penghubung pelaku usaha gerabah dan bank syariah, serta v) pembinaan yang dilakukan oleh koperasi syariah kepada anggotanya yang mayoritas pelaku usaha melalui mekanisme kelompok.



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dapat disebut sebagai tulang punggung perekonomian Indonesia apabila ditinjau dari kontribusinya terhadap indikator makro ekonomi seperti penyerapan tenaga kerja dan kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Data dari Kementerian Koperasi dan UKM pada tahun 2013 menunjukkan bahwa sektor UMKM mampu menyerap lebih dari 117 Juta tenaga Kerja. Di samping itu, sektor UMKM juga memberikan kontribusi sebesar 57.92% dari total PDB.

Salah satu kendala yang kerap terjadi dalam pengembangan sektor UMKM adalah kurangnya modal. Dari sisi pelaku UMKM, penyebab utama akses terhadap produk/jasa layanan keuangan yang rendah antara lain karena prosedur dan administrasi lembaga keuangan yang dianggap terlalu rumit. Sedangkan di lain pihak, lembaga keuangan juga masih menghadapi masalah bagaimana cara untuk menyalurkan modal mereka ke para pelaku usaha UMKM dengan aman (Karsidi, 2007).

Rendahnya akses masyarakat Indonesia terhadap produk/jasa layanan keuangan akses dapat tergambar melalui data *Global Findex World Bank* tahun 2014, di mana jumlah masyarakat dewasa Indonesia yang sudah memiliki rekening di lembaga keuangan (*banked people*) baru mencapai 36% dari total penduduk dewasa. Secara global, ada 2 miliar penduduk dewasa di dunia yang belum memiliki rekening. Dalam hal ini, Indonesia menyumbang sebesar 6% dari 2 miliar tersebut yang penduduknya masih belum terlayani oleh perbankan. Tingginya jumlah *unbanked people* di Indonesia menjadi tantangan tersendiri bagi pemerintah maupun lembaga keuangan untuk menekan angka *unbanked people* dan mencapai masyarakat Indonesia yang lebih sejahtera, yang salah satu indikatornya adalah terciptanya kestabilan sistem keuangan.

Data yang dirilis oleh *Global Financial Development Report* (2014) menunjukkan bahwa faktor agama cukup memiliki kontribusi yang signifikan di negara-negara muslim sebagai penyebab *unbanked*. Adapun di Indonesia, resistensi terhadap perbankan dikarenakan faktor agama, berada di angka 1,5%, jauh lebih rendah dari negara-negara muslim lain. Meski demikian, secara jumlah, penduduk yang enggan untuk memanfaatkan jasa perbankan karena faktor agama mencapai 2,1 juta penduduk. Adapun negara yang memiliki persentase tertinggi dalam penolakan terhadap perbankan adalah negara Afghanistan, yakni sebesar 33,6%. (*Global Findex World Bank*, 2011).

Di sisi lain, pada tahun 2010 Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk sebanyak 237.641.326 jiwa, di mana 87,2% penduduknya beragama Islam (bps.go.id). Sampai dengan saat ini posisi Indonesia sebagai negara dengan potensi keuangan syariah berada di nomor urut 9 di dunia setelah Malaysia, Saudi Arabia, Iran, United Arab Emirates (UAE), Kuwait, Qatar, Bahrain, dan Turki. Kemudian berdasarkan kajian *Earnst & Young*, bahwa *global share of islamic finance banking asset* Indonesia pada tahun 2015 menempati nomor tujuh dunia.

Lebih lanjut, di Indonesia sendiri keuangan syariah mulai dikembangkan sejak tahun 1990-an yang ditandai dengan berdirinya salah satu bank syariah nasional pertama pada tahun 1991, dan terus bertambah hingga saat ini.

Tabel 1.1 Perkembangan Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia

Tahun	Bank Umum Syariah	Unit Usaha Syariah	Bank Pembiayaan Rakyat Syariah
2000	2	3	79
2001	2	3	81
2002	2	6	83
2003	2	8	84
2004	3	15	88
2005	3	19	92
2006	3	20	105
2007	3	25	114
2008	5	27	131
2009	6	25	139
2010	11	23	150
2011	11	24	155
2012	11	24	158
2013	11	23	163
2014	12	22	163
2015	12	22	163
Feb-16	12	22	164

Sumber: www.ojk.go.id (diolah)

Keberadaan lembaga keuangan syariah khususnya perbankan merupakan alternatif jasa perbankan bagi kelompok masyarakat tertentu yang berpandangan bahwa lembaga keuangan konvensional bertentangan dengan keyakinan/ agamanya. Bukan hanya akibat kurangnya infrastruktur, alasan agama juga mengakibatkan tidak meratanya jangkauan akses layanan keuangan. Untuk itu, keuangan syariah berperan dalam membuka akses layanan keuangan yang lebih luas bagi mereka yang memiliki kecenderungan pada alasan agama.

Dengan banyaknya penduduk Indonesia yang mayoritas beragama Islam dan jumlah UMKM yang cukup signifikan maka keberadaan lembaga keuangan syariah seyogyanya dapat mengurangi angka *unbanked people* di Indonesia melalui pemanfaatan produk/ jasa keuangannya yang berdasarkan prinsip syariah sekaligus dapat meningkatkan tingkat kesejahteraan.

Dengan semakin banyaknya masyarakat yang melakukan akses terhadap lembaga keuangan maka dapat mendukung efektivitas transmisi kebijakan moneter, meningkatkan fungsi intermediasi lembaga keuangan khususnya perbankan, dan mengurangi peredaran jumlah uang kas (*less cash society*). Di lain sisi, peningkatan pemanfaatan layanan keuangan syariah bagi *unbanked people* juga diharapkan dapat meningkatkan pangsa pasar perbankan syariah.

Salah satu cara yang digunakan oleh Bank Indonesia dalam mengurangi *unbanked people* atau meningkatkan akses keuangan kelompok masyarakat, yaitu dengan memanfaatkan layanan jasa keuangan syariah melalui kajian. Dalam melaksanakan kajian tersebut telah dipilih dua objek *pilot project* yaitu, Industri Batik Garut dan Industri Gerabah di Lombok Barat. Alasan penentuan objek kajian tersebut di antaranya:

- a) Batik dan gerabah adalah salah satu Industri yang tidak hanya mengedepankan aspek ekonomis, akan tetapi juga aspek seni dan kultural. Batik dan gerabah adalah produk yang sudah turun-temurun diwariskan oleh generasi sebelumnya. Bahkan, batik merupakan salah satu peninggalan sejarah yang wajib dilindungi dan dilestarikan (Ketetapan UNESCO, 2009). batik tulis garut merupakan salah satu produk kerajinan yang berbeda dengan jenis batik lainnya, hal ini dapat ditinjau dari jenis dan corak kerajinan batik garut.
- b) Aspek Agamis. Masyarakat Garut maupun Lombok Barat adalah masyarakat yang agamis. Hal ini dapat dilihat dari kuatnya basis Organisasi Masyarakat yang bernafaskan nilai Islam seperti Persis, Nahdhatul Ulama (NU) dan Muhammadiyah. Di Lombok Barat, Nahdhatul Wathan (NW) merupakan Organisasi Masyarakat yang terbesar, di mana Organisasi tersebut memiliki lebih dari 1,000 madrasah pada tahun 2016 yang tersebar di seluruh Provinsi NTB (nw.or.id).

1.2 MAKSUD DAN TUJUAN

Kajian yang dilakukan melalui *pilot project* pemanfaatan produk/jasa keuangan syariah, dimaksudkan untuk mengurangi jumlah masyarakat yang belum tersentuh oleh layanan keuangan formal perbankan (*unbanked people*) dan meningkatkan pemanfaatan jasa/produk layanan keuangan formal di kalangan pelaku UMKM. Sedang *pilot project* ini bertujuan untuk:

1. Melakukan identifikasi dan penetapan kelompok masyarakat atau pelaku usaha yang memiliki usaha yang potensial di suatu daerah/wilayah namun belum/masih terbatas dalam memanfaatkan produk/jasa layanan keuangan formal serta identifikasi alasan belum/masih terbatas dalam memanfaatkan produk/jasa layanan keuangan formal.
2. Merumuskan model bisnis untuk pengembangan kelompok masyarakat atau pelaku usaha sehingga menjadi *feasible* dan *bankable* bagi lembaga keuangan formal.
3. Melakukan identifikasi dan analisis terhadap produk/jasa layanan keuangan syariah yang sesuai dengan kebutuhan kelompok masyarakat/pelaku usaha yang terkategori *unbanked people* yang sudah ada di pasar selama ini.
4. Merumuskan strategi pembukaan/peningkatan akses layanan keuangan syariah yang sesuai dengan kriteria dan kebutuhan *unbanked people* tersebut.
5. Melakukan fasilitasi kepada kelompok masyarakat/pelaku usaha yang terkategori *unbanked people* dalam rangka memperluas akses layanan keuangan syariah, baik dari simpanan maupun pembiayaan.
6. Mengidentifikasi faktor utama keberhasilan (*key success factor*) peningkatan akses layanan keuangan syariah kepada kelompok masyarakat/pelaku usaha yang masuk dalam kategori *unbanked people*.

1.3 RUANG LINGKUP *PILOT PROJECT*

Dalam melakukan kajian *pilot project* memperhatikan ruang lingkup sebagai berikut:

1. Survei untuk:
 - a) Identifikasi kelompok masyarakat atau pelaku usaha yang memiliki usaha yang potensial di suatu daerah/wilayah namun belum/masih terbatas dalam memanfaatkan produk/jasa layanan keuangan formal (*unbanked people*);
 - b) Identifikasi kebutuhan pengembangan usaha;
 - c) Pemetaan *stakeholder* yang dilibatkan;
 - d) Analisa model bisnis dan pola pembiayaan yang digunakan.
2. Penyusunan *roadmap* implementasi *pilot project*.
3. Pelaksanaan *Focus Group Discussion* (FGD) untuk membangun kesadaran pelaku usaha dan *stakeholder* seperti lembaga keuangan syariah (perbankan dan non-perbankan), tokoh masyarakat dan pemerintah daerah dalam rangka memperoleh komitmen setiap *stakeholder*.
4. Pelaksanaan *pilot project* meliputi sosialisasi, fasilitasi dan pendampingan kepada pelaku usaha peserta *pilot project*.
5. Monitoring dan evaluasi atas pelaksanaan *pilot project* dengan melakukan kunjungan lapangan ke lokasi *pilot project*, melakukan FGD lanjutan untuk evaluasi atas produk dan jasa keuangan yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha di masing-masing *pilot project* serta memberikan masukan kepada lembaga keuangan syariah untuk menyediakan jasa keuangan yang dibutuhkan oleh kelompok usaha.
6. Penyusunan laporan akhir pelaksanaan *pilot project* termasuk studi literatur dalam merumuskan hasil kajian *pilot project*.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 KEUANGAN INKLUSIF

Berdasarkan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 82 tahun 2016 tentang Strategi Nasional Keuangan Inklusif, Keuangan Inklusif didefinisikan sebagai kondisi ketika setiap anggota masyarakat mempunyai akses terhadap berbagai layanan keuangan formal yang berkualitas secara tepat waktu, lancar, dan aman dengan biaya terjangkau sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Sesuai dengan Perpres tersebut di atas, kebijakan keuangan inklusif antara lain mencakup pilar SNKI beserta indikator keuangan inklusif, yaitu:

A. Pilar SNKI

1. **Pilar Edukasi Keuangan**
Edukasi keuangan bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan kesadaran masyarakat mengenai lembaga keuangan formal, produk dan jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat dan risiko, biaya, hak dan kewajiban, serta untuk meningkatkan keterampilan masyarakat dalam perencanaan dan pengelolaan keuangan.
2. **Pilar Hak Properti Masyarakat**
Hak properti masyarakat bertujuan untuk meningkatkan akses kredit masyarakat kepada lembaga keuangan formal.
3. **Pilar Fasilitas Intermediasi dan Saluran Distribusi Keuangan**
Fasilitas intermediasi dan saluran distribusi keuangan bertujuan untuk memperluas jangkauan layanan keuangan untuk memenuhi kebutuhan berbagai kelompok masyarakat.
4. **Pilar Layanan Keuangan pada Sektor Pemerintah**
Layanan keuangan pada sektor Pemerintah bertujuan untuk meningkatkan tata kelola dan transparansi pelayanan publik dalam penyaluran dana Pemerintah secara nontunai.
5. **Pilar Perlindungan Konsumen**
Perlindungan konsumen bertujuan untuk memberikan rasa aman kepada masyarakat dalam berinteraksi dengan lembaga keuangan, serta memiliki prinsip transparansi, perlakuan yang adil, keandalan, kerahasiaan dan keamanan data/informasi konsumen, penanganan pengaduan, serta penyelesaian sengketa konsumen secara sederhana, cepat, dan biaya terjangkau.

B. Indikator Keuangan Inklusif

Indikator keuangan inklusif dikelompokkan menjadi tiga jenis dimensi, yaitu akses (*access*), penggunaan (*usage*), dan kualitas (*quality*) dari layanan perbankan.

Tabel 2.1 Keuangan Inklusif Bank Indonesia

Dimensi	Definisi Dimensi	Indikator
Akses/ ketersediaan (<i>access</i>)	Kemampuan untuk menggunakan layanan keuangan formal dalam hal keterjangkauan secara fisik dan biaya	<ul style="list-style-type: none"> a. Jumlah kantor layanan keuangan formal per 100.000 (seratus ribu) penduduk dewasa. b. Jumlah mesin ATM/EDC/<i>Mobile</i> POS lainnya per 100.000 (seratus ribu) penduduk dewasa. c. Jumlah agen layanan keuangan per 100.000 (seratus ribu) penduduk dewasa.
Penggunaan (<i>usage</i>)	Mengukur kemampuan penggunaan aktual atas layanan dan produk keuangan	<ul style="list-style-type: none"> a. Jumlah rekening tabungan di lembaga keuangan formal per 1.000 (seribu) penduduk; b. Jumlah rekening kredit di lembaga keuangan formal per 1.000 (seribu) penduduk dewasa; c. Jumlah rekening uang elektronik terdaftar (<i>registered</i>) pada agen Layanan Keuangan Digital (LKD); d. Persentase kredit/ pembiayaan UMKM terhadap total kredit/pembiayaan di lembaga keuangan formal; e. Jumlah rekening kredit UMKM di lembaga keuangan formal per 1.000 (seribu) penduduk dewasa; f. Persentase peningkatan jumlah lahan yang bersertifikat; dan g. Jumlah penerima bantuan sosial yang disalurkan secara nontunai.
Kualitas (<i>quality</i>)	Mengukur tingkat pemenuhan kebutuhan atas produk dan layanan keuangan yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat	<ul style="list-style-type: none"> a. Indeks literasi keuangan; b. Jumlah pengaduan layanan keuangan; dan c. Persentase penyelesaian layanan pengaduan.

Sumber: Perpres RI No. 82 tahun 2016 tentang SNKI

Sedangkan, menurut Sarma (2008) keuangan inklusif adalah sebuah proses yang menjamin kemudahan akses, ketersediaan, dan manfaat dari sistem keuangan formal bagi seluruh pelaku ekonomi. Definisi tersebut memiliki tiga dimensi dalam keuangan inklusif, yaitu aksesibilitas, ketersediaan, dan penggunaan layanan sistem keuangan.

Tabel 2.2 Keuangan Inklusif Menurut Sarma (2008)

Dimensi	Definisi Dimensi	Indikator
Penetrasi perbankan	Proporsi populasi yang memiliki rekening di Bank	Jumlah rekening deposit di Bank Komersial per 1.000 orang dewasa
Ketersediaan Jasa Keuangan	Jumlah outlet (jaringan kantor) atau jumlah ATM (<i>Automatic Teller Machine</i>)	Jumlah outlet (baik itu kantor, kantor cabang, ATM dan sebagainya) per 100.000 orang dewasa
Penggunaan	Penggunaan jasa keuangan dapat dalam bentuk kredit, deposit, remitansi, transfer, dan pembayaran.	Proporsi jumlah pinjaman dan deposit oleh rumah tangga dan perusahaan terhadap PDB

a. Penetrasi Perbankan

World Bank (2009) menjelaskan bahwa di dalam dunia yang sempurna akses terhadap jasa keuangan dapat diukur dari jumlah individu, rumah tangga, maupun perusahaan yang menyimpan, menerima kredit, melakukan pembayaran, dan menggunakan produk keuangan lainnya dari berbagai lembaga keuangan baik yang formal maupun yang informal. Indikator yang paling baik untuk mengukur akses jasa keuangan adalah jumlah orang yang menggunakan jasa simpanan dan jumlah orang yang menggunakan jasa pinjaman di lembaga keuangan. Namun, tidak semua negara yang memiliki data tersebut secara lengkap, terutama dari lembaga keuangan mikro dan lembaga keuangan informal. Untuk mengukur akses terhadap penggunaan jasa simpanan, indikator yang paling tepat digunakan adalah jumlah rekening deposit per 1.000 orang dewasa.

b. Ketersediaan Jasa Perbankan

Dalam sistem keuangan yang inklusif, jasa keuangan harus tersedia bagi semua pengguna. Indikator ketersediaan ini adalah jumlah *outlet* (kantor cabang, ATM, dan lain lain). Ketersediaan jasa dapat diindikasikan dengan jumlah cabang lembaga keuangan atau jumlah ATM (*Automatic Teller Machine*). Saat ini ATM memiliki peranan yang cukup penting bagi jasa perbankan dalam melayani nasabahnya. Selain memberikan kemudahan dalam mengambil uang tunai, ATM juga dapat digunakan untuk pembayaran. Dengan adanya kantor cabang dan ATM, masyarakat dengan mudah menjangkau jasa keuangan. Selain ATM, di beberapa negara telah menggunakan *mobile banking* dan *internet banking* dalam melayani nasabahnya.

c. Penggunaan Perbankan

Meskipun memiliki akses terhadap jasa keuangan, masih terdapat sekelompok orang belum dapat memanfaatkan keberadaan jasa keuangan. Hal tersebut dapat dikarenakan beberapa alasan diantaranya, jauhnya outlet bank atau memiliki pengalaman buruk dengan penyedia jasa. Oleh karena itu, memiliki rekening tidak cukup untuk menunjukkan sistem keuangan yang inklusif, namun juga harus dapat digunakan. Kegunaan tersebut diantaranya dapat dalam bentuk kredit, deposit, pembayaran, remitansi, dan transfer. Indikator penggunaan adalah indikator yang digunakan untuk mengukur kemampuan penggunaan aktual produk dan jasa keuangan, antara lain terkait keteraturan, frekuensi dan lama penggunaan.

Indikator penggunaan perbankan dan kualitas inilah yang dijadikan sebagai acuan dalam penelitian ini, yakni upaya untuk meningkatkan penggunaan atau pemanfaatan produk ataupun jasa keuangan, memahami tingkat pengetahuan pelaku usaha terhadap produk/jasa layanan keuangan dan mengetahui sikap para pelaku usaha terhadap layanan keuangan

2.2 USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM)

2.2.1 Skala Usaha

Definisi UMKM mengacu kepada Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Dalam UU tersebut, dijelaskan bahwa UMKM adalah usaha produktif yang memenuhi kriteria usaha dengan batasan tertentu kekayaan bersih dan hasil penjualan tahunan.

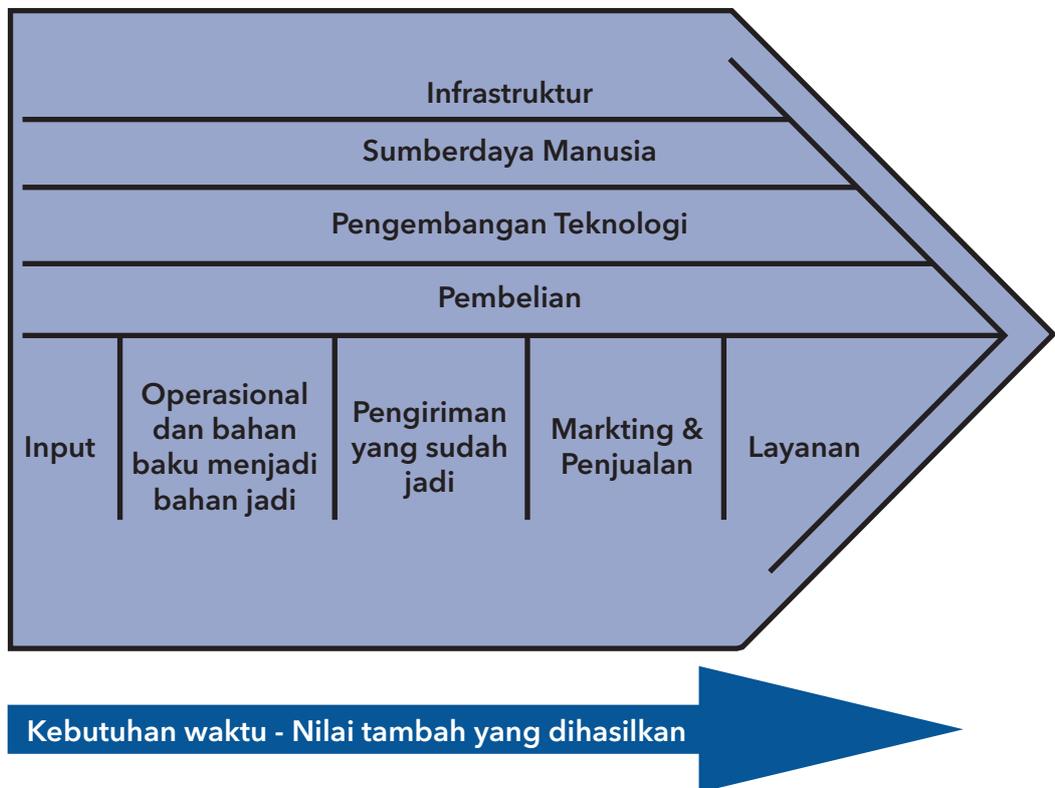
- a. Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:
 - 1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - 2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
- b. Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:
 - 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah).
- c. Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:
 - 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah).

2.2.2 Rantai Nilai Bisnis (*Value Chain*)

Melakukan Analisis *Value Chain* (Analisis Rantai Nilai) atau pemetaan rantai pasok pada suatu komoditas merupakan suatu hal yang penting bagi produsen guna mengetahui kompetensi pesaingnya dalam suatu industri. Hal ini dikarenakan, operasional *Value Chain* yang memetakan sumber pasokan yang dilakukan oleh seorang produsen pada suatu komoditas, dari tahap penyedia bahan baku, sampai pada tahap cara penjualan oleh produsen kepada konsumen. Dengan demikian produsen dapat menentukan strategi yang akan ia laksanakan dalam persaingan pasar komoditas tersebut (Porter, 1985).

Lebih lanjut, Porter (1985) menjelaskan bahwa *Value Chain* adalah suatu ikatan keterkaitan antara *Primary Activities*, atau hal yang berkaitan dengan bentuk fisik suatu produk seperti proses marketing atau penjualan suatu produk, dan *support activities* atau hal yang berkaitan dengan input dan infrastruktur suatu produk seperti sumber daya manusia, di mana kombinasi antara kedua aktivitas tersebut menghasilkan keuntungan atau margin. Lebih jelasnya, proses rantai nilai di gambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.1 Konsep Value Chain



Sumber: Porter (1985), diolah

Analisis *Value Chain* dapat dilakukan guna memberi rekomendasi bagi pengampu kebijakan terkait dengan sistem dan tata kelola yang ideal, yang dapat diterapkan dalam suatu pasar komoditas. Kemudian penjelasan dari proses pemetaan rantai nilai yang telah disebutkan, dapat diketahui bahwa *Value Chain* dibagi menjadi lima tahapan, yaitu pertama, pemetaan aktor-aktor yang terlibat dalam rantai nilai, kedua pemetaan volume penjualan di masing-masing aktor di sepanjang rantai nilai, ketiga pemetaan nilai produk pada setiap tingkatan rantai nilai, keempat pemetaan proporsi biaya yang dikeluarkan oleh setiap aktor di sepanjang nilai, dan kelima pemerataan aliran informasi dan transfer teknologi. Berikut adalah penjelasan kelima hal tersebut (Porter, 1985):

a. **Mapping Actors**

Mapping Actors merupakan kegiatan yang dilakukan untuk mengidentifikasi pelaku-pelaku yang terlibat dalam suatu rantai pasok. Aktor-aktor yang terlibat dalam suatu rantai pasok biasanya bermula dari produsen melalui *middlemen* kemudian ke konsumen akhir. Namun demikian, aktor dapat diperluas cakupannya tidak terbatas pada level produsen, akan tetapi juga perusahaan-perusahaan yang menyediakan input kepada produsen.

b. **Mapping Volume**

Mapping Volume dilakukan untuk memetakan volume penjualan di masing-masing aktor di sepanjang rantai pasok. Lebih lanjut, *Mapping Volume* sangat berguna untuk mengidentifikasi aliran komoditas dan pangsa penjualan di sepanjang rantai pasok. Dalam hal ini, besaran transaksi barang, baik bahan baku pada tahap penjualan *supplier* ke distributor, maupun barang jadi yang di transaksikan oleh produsen kepada konsumen.

c. Mapping Value

Mapping Value dilakukan untuk mengidentifikasi besaran biaya yang dikeluarkan oleh masing-masing aktor yang terlibat dalam suatu rantai pasok. Di samping itu, *Mapping Value* dapat digunakan untuk melihat harga yang diterima oleh masing-masing aktor di sepanjang rantai pasok. Dalam hal ini, besaran biaya yang di keluarkan oleh produsen dalam membeli bahan baku kepada supplier serta besaran biaya yang dikeluarkan oleh konsumen dalam membeli barang jadi kepada produsen merupakan kriteria yang mencerminkan *Mapping Value* dari analisis rantai nilai.

d. Mapping Relative Costs of Processing

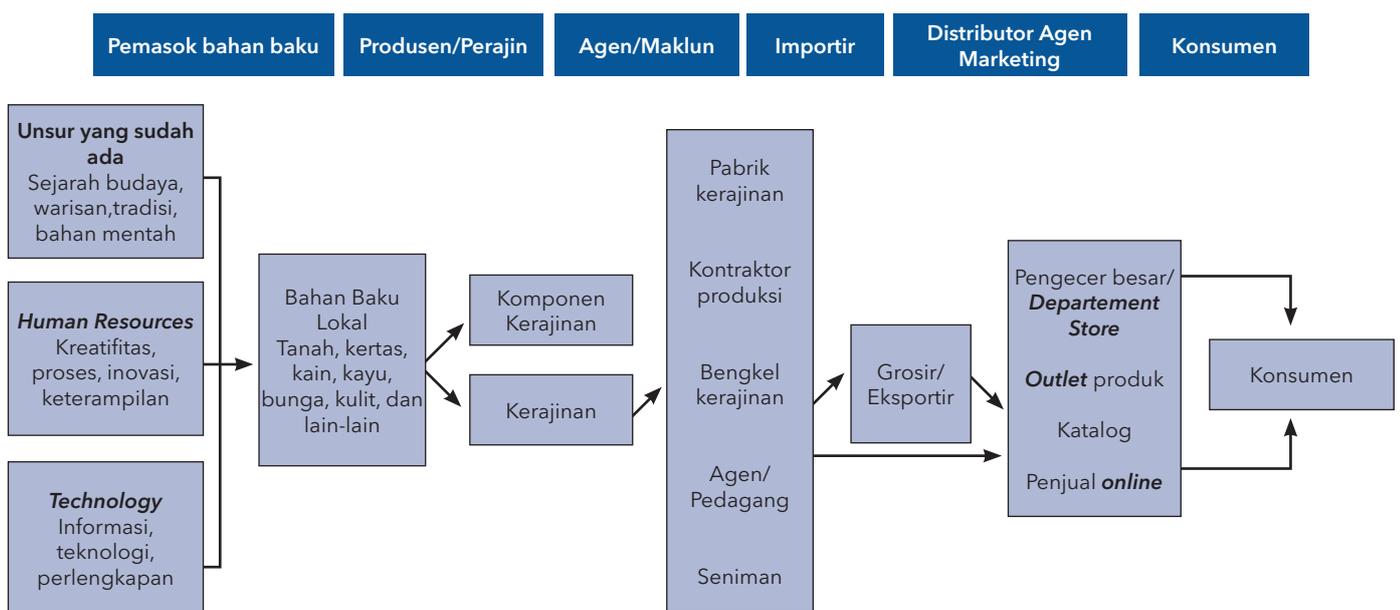
Mapping Relative Costs of Processing digunakan untuk melihat biaya-biaya yang dikeluarkan dalam rangka peningkatan nilai tambah yang dilakukan oleh setiap aktor yang terlibat dalam rantai pasok. Masing-masing kegiatan yang dilakukan di tingkat produsen tersebut kemudian dihitung persentase biayanya terhadap keseluruhan biaya yang dikeluarkan. Dalam hal ini, biaya yang dikeluarkan oleh produsen dalam meningkatkan penjualan bahan baku dan biaya yang dikeluarkan oleh produsen guna meningkatkan penjualan barang jadi termasuk ke dalam identifikasi *Mapping Relative Costs of Processing*.

e. Mapping Information and Knowledge Transfer

Mapping Information and Knowledge Transfer sangat berguna untuk mengetahui Informasi dan pengetahuan apa saja yang dimiliki oleh masing-masing aktor terkait. Dalam hal ini, identifikasi terkait teknologi dan informasi yang digunakan baik oleh *supplier* maupun produsen merupakan bagian dari *Mapping Information and Knowledge Transfer*.

Terkait dengan kerajinan, salah satu rantai nilai yang dapat dijadikan sebagai salah satu panduan adalah apa yang dirumuskan oleh Unindo (2006), sebagaimana gambar berikut:

Gambar 2.2 Rantai Nilai Produksi Kerajinan



Sumber: Unindo (2006)

Rantai nilai diawali dengan pemasok atas bahan baku. Usaha kerajinan berbeda dengan manufaktur. Usaha kerajinan biasanya terkait dengan masa lalu (warisan budaya). Pasokan ini dipengaruhi oleh sejarah, kemampuan sumberdaya dan teknologi yang berkembang. Dari sisi bahan baku, produk kerajinan dapat menggunakan bahan baku kertas, tanah, kain, kayu, kulit, bunga dan lain-lain.

Bahan baku tersebut diolah oleh perajin (produsen kerajinan) menghasilkan kerajinan yang mempunyai kekhasan dan nilai budaya. Pengaruh budaya dan kekhasan ini lah yang menjadikan bahan kerajinan bukan hanya mempunyai nilai fungsi tetapi juga mempunyai nilai seni yang dapat dijadikan sebagai *souvenir*. Dari sisi pendapatan (*revenue*), yang paling diuntungkan adalah grosir atau eksportir, atau dalam istilah lokal disebut dengan pengepul.

2.2.3 Model Bisnis (*Business Model*)

Untuk mengembangkan UMKM, pemahaman atas model bisnis akan sangat membantu dalam mengarahkan UMKM yang bersangkutan untuk melakukan kegiatan-kegiatan yang dapat meningkatkan pendapatan dan daya saing UMKM. Pekuri (2015) mengutip pendapat beberapa ahli, terkait dengan model bisnis, yaitu:

1. Model bisnis memberikan perspektif sistemik untuk mempelajari fungsi organisasi dan menjelaskan bagaimana perusahaan bekerja (Magretta, 2002).
2. Konsep model bisnis berputar di sekitar penciptaan nilai yang berfokus pada pelanggan dengan berfokus pada fungsi penciptaan nilai (Zott et al. 2011),
3. Sebuah model bisnis mencerminkan pilihan strategis yang dibuat dalam perusahaan dan implikasi operasional mereka (Shafer et al. 2005), sehingga mewujudkan tindakan manajerial (Tikkanen et al. 2005).

Sebuah model bisnis mengartikulasikan logika dan menyediakan data dan bukti lain yang menunjukkan bagaimana bisnis menciptakan dan memberikan nilai kepada pelanggan. Hal ini juga menguraikan arsitektur pendapatan, biaya, dan keuntungan yang terkait dengan bisnis perusahaan memberikan nilai tersebut. Unsur-unsur yang berbeda yang perlu ditentukan dalam desain model bisnis yang tercantum pada gambar berikut:

Gambar 2.3 Element of Business Model Design



Sumber: Teece, 2010 (dimodifikasi)

Pengembangan usaha dimulai dengan memilih teknologi dan fitur-fitur yang akan dituangkan dalam produk/jasa, dilanjutkan dengan penentuan manfaat-manfaat yang akan diterima oleh konsumen apabila mengonsumsi produk dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Berdasarkan manfaat tersebut, ditentukan segmen pasar yang ditargetkan. Langkah berikutnya adalah mengidentifikasi alternatif sumber pendapatan (*revenue*) yang ada dan merancang mekanisme untuk menangkap nilai/manfaat. Dengan demikian, inti dari model bisnis adalah bagaimana menciptakan nilai bagi pelanggan, menerima pembayaran dari pelanggan dan mengonversi pendapatan menjadi keuntungan perusahaan.

Dalam melihat kaitan antara pendapatan, biaya dan keuntungan ada banyak model yang berkembang. Salah satu bisnis model adalah yang disebut dengan *Canvas Business Model*. Berdasarkan model bisnis ini, hubungan antara pendapatan dan struktur biaya dikaitkan dengan unsur-unsur penunjang. Terdapat 9 (sembilan) unsur atau elemen yang menjadi fokus dalam pembahasan Canvas model ini, yaitu: 1) *Customer Segments*, 2) *Customer Relationships*, 3) *Communication, Distribution & Sales Channels*, 4) *Value Propositions*, 5) *Key Resources*, 6) *Key Activities*, 7) *Key Partnerships*, 8) *Revenue Streams*, 9) *Cost Structure*. Kesembilan unsur atau elemen tersebut dapat diilustrasikan dalam bagan sebagai berikut:

Gambar 2.4 Business Model Canvas



2.2.4 Strategi Peningkatan Usaha Mikro Kecil dan

Untuk meningkatkan pangsa pasar UMKM yang pada akhirnya meningkatkan omzet dan kesejahteraan seluruh *stakeholder* usaha tersebut, maka perlu dibentuk sebuah model usaha yang baik sehingga dapat memaksimalkan potensi industri tersebut. Dalam pengembangan model bisnis UMKM melalui pendekatan *Producer Behaviour* yaitu memaksimalkan keuntungan, ada dua hal yang perlu diperhatikan, yaitu peningkatan pendapatan dan penurunan biaya (*low cost, high expected return*).

Pyndick dan Rubinfeld (2015) menyebutkan bahwa profit perusahaan dalam jangka pendek dapat dimaksimalkan ketika selisih *Total Revenue* dan *Total Cost* maksimal.

$$\text{PROFIT} = \text{TOTAL REVENUE} - \text{TOTAL COST}$$

Lebih lanjut, dijelaskan bahwa tingkat output yang dapat memaksimalkan profit adalah ketika $MR=MC$, *marginal revenue (slope kurva total revenue)* sama dengan *marginal cost (slope curve total cost)*.

Menurut Case, et.al (2013) setidaknya ada tiga inti peraturan yang harus dilakukan oleh sebuah industri untuk memaksimalkan *profit* yaitu: a) Tingkat output yang dapat diproduksi, b) Teknologi yang digunakan, dan c) Jumlah input bahan baku yang dibutuhkan.

Dalam hal ini, input dari masing-masing industri berbeda. Akan tetapi masih dalam garis besar yang sama, yaitu input modal dan input sumber daya manusia. Seperti yang dijelaskan oleh Rusanti, et.al (2014) dalam penelitiannya yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM, di mana dijelaskan bahwa faktor utang (kredit untuk permodalan), total aset dan proaktif (inisiatif dalam memanfaatkan peluang) terbukti secara empiris berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM. Sementara itu, output yang dihasilkan merupakan hasil produksi yang dapat dijual luas kepada para konsumen, sehingga diperlukan aspek pemasaran yang dapat menyerap produk yang dihasilkan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa strategi yang dapat digunakan oleh UMKM dalam meningkatkan pendapatannya ialah dengan mengatur besaran biaya dan meningkatkan output, sehingga dapat meningkatkan *sales* (penjualan) dan juga peningkatan modal melalui kredit, dan bergerak aktif (inisiatif dalam melihat peluang). Dalam jangka panjang, usaha tersebut akan menjadi lebih baik dilihat dari total asetnya yang akan berbanding lurus pada peningkatan pendapatan usaha tersebut.

2.3 KEBUTUHAN TERHADAP PRODUK/JASA KEUANGAN SYARIAH

Kebutuhan masyarakat atau rumah tangga atas produk atau jasa keuangan dikelompokkan ke dalam lima kategori tergantung pada kondisi rumah tangga atau pelaku usaha yang bersangkutan. Lima kondisi tersebut adalah:

- 1) Rumah tangga yang tidak memiliki sumber pendapatan.
- 2) Rumah tangga yang memiliki sumber pendapatan (usaha) tetapi kekurangan modal.
- 3) Rumah tangga yang usahanya mulai berkembang tetap kekurangan modal untuk melakukan peningkatan usaha.
- 4) Rumah tangga yang memiliki surplus dana.
- 5) Rumah tangga yang memiliki surplus dana tetapi tidak cukup untuk menghadapi risiko keuangan manakala terjadi musibah yang tidak diinginkan.

Kelima pilar kebutuhan keuangan tersebut dapat digambarkan dalam ilustrasi sebagai berikut:

Gambar 2. 5 Pilar Keuangan Keluarga

Sumber: Yayasan Peramu (2008)

Berdasarkan kebutuhan dan kondisi tersebut, produk atau layanan keuangan harus dirancang secara integral dengan memperhatikan seluruh persoalan dan kondisi keuangan masyarakat. Kebutuhan keuangan rumah tangga dikelompokkan ke dalam lima bagian yaitu: (Yasid, 2010)

1. Bantuan keuangan untuk kebutuhan pokok yang diberikan kepada masyarakat yang tidak berpenghasilan. Bantuan diberikan dalam bentuk karitas (*charity*) seperti: zakat, infaq dan shadaqah, dari Bantuan Langsung Tunai (BLT) ataupun bantuan pangan gratis.
2. Bantuan pinjaman untuk memenuhi kebutuhan mendesak bagi masyarakat mempunyai penghasilan dan memiliki kemampuan membayar kembali pinjaman. Pinjaman ini diberikan tidak disertai dengan bunga atau tambahan atas pinjaman dalam pengembalian.
3. Pembiayaan yaitu bantuan permodalan untuk kegiatan usaha. Karena penggunaannya adalah untuk usaha (komersial) maka dalam pembiayaan dikenakan penambahan dalam pengembalian berdasarkan hasil yang diperoleh dari kegiatan usahanya (bagi hasil).
4. Bantuan untuk menabung. Seringkali masyarakat mengalami kesulitan untuk menabung. Menabung di rumah umumnya lebih mudah diambil untuk kebutuhan sehari-hari. Dengan disimpan di lembaga keuangan maka uang tidak mudah diambil.

Bantuan keuangan bila menghadapi risiko yang memerlukan dana besar, lebih besar daripada tabungan yang dimiliki. Kebutuhan ini dapat dipenuhi dengan asuransi.

2.4 LEMBAGA KEUANGAN/PERBANKAN SYARIAH

Secara umum, menurut Undang-undang nomor 10 tahun 1998 tentang perbankan, 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 masyarakat banyak. Sedangkan Bank Syariah, menurut undang-undang nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan Prinsip Syariah dan menurut Jenisnya terdiri

atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Umum Syariah. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa Bank Syariah adalah badan usaha yang dapat menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kepada masyarakat yang dilandasi dengan Prinsip Syariah.

Bank Syariah sendiri lahir atas kesadaran masyarakat (umat Islam) untuk menjalankan ajaran Islam dalam semua aspek kehidupan, termasuk dalam bidang ekonomi. Lembaga keuangan atau perbankan merupakan salah satu aktor yang cukup penting dalam perekonomian. Sistem yang digunakan untuk operasional lembaga keuangan atau perbankan umumnya (konvensional) adalah berbasis bunga. Artinya, operasional atau perkembangan lembaga keuangan atau perbankan mengandalkan pada pendapatan bunga, yaitu selisih antara dana yang dipinjamkan dengan dana pengembalian yang harus dibayarkan oleh peminjam. Dalam agama Islam, pendapatan atas pinjaman tersebut termasuk kategori riba, dimana riba merupakan aktivitas pendapatan yang diharamkan. Sehingga kepentingan tersebut kemudian di fasilitasi oleh pemerintah dalam Undang-undang nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

Sebagaimana dijelaskan, bahwa Perbankan Syariah adalah Bank yang berlandaskan Prinsip Syariah, dimana Prinsip Syariah menentang adanya sistem bunga, sebagaimana yang dijalankan dalam perbankan pada umumnya, dirancanglah lembaga keuangan syariah yang tidak menggunakan bunga. Sebagai pengganti bunga, minimal ada tiga pendapatan yang dapat diperoleh oleh lembaga keuangan/bank syariah, yaitu: margin untuk akad jual beli (*murabahah, istishna, salam*) uang sewa untuk akad *ijarah*, bagi hasil untuk akad *mudharabah* dan *musyarakah* dan *ujrah* untuk jasa/layanan. Artinya, kegiatan penghimpunan dan penyaluran dana masyarakat oleh Bank Syariah harus bersinggungan dengan akad-akad tersebut.

Secara ringkas, kegiatan penghimpunan dan penyaluran Bank Syariah diklasifikasikan ke dalam tabel berikut (www.ojk.go.id):

Jenis Produk yang dapat digunakan	Jenis Transaksi	Jenis Akad yang dapat digunakan
Tabungan	Penghimpunan	<i>Wadiah</i>
Deposito	Penghimpunan	<i>Mudharabah</i>
Pembiayaan (UMKM, Perusahaan, Perseorangan)	Penyaluran	<i>Mudharabah, Musyarakah, Murabahah, Salam, Istishna, dll</i>
Sewa	Penyaluran	<i>Ijarah muntahiyah bi tamlik (IMBT)</i>

Sistem bagi hasil dinilai sebagai karakter unik yang dimiliki oleh bank syariah. Sistem bagi hasil memberikan kemanfaatan yang berimbang bagi dua pihak yang bertransaksi, dan tidak mendzalimi salah satu pihak. Secara umum, ada beberapa perbedaan mendasar antara bank konvensional dan bank syariah:

Tabel 2.3 Perbedaan Bank Konvensional dan Bank Syariah

No.	Bunga	Bagi Hasil
1.	Penentuan besarnya tambahan secara nominal ditetapkan pada saat akad dengan asumsi selalu untung.	Penentuan besarnya bagi hasil dibuat pada waktu akad dengan berpedoman pada kemungkinan untung rugi.
2.	Besarnya persentase berdasarkan pada jumlah uang (modal) yang dipinjamkan.	Besarnya rasio bagi hasil berdasarkan pada jumlah keuntungan yang diperoleh.
3.	Pembayaran bunga tetap seperti yang dijanjikan tanpa pertimbangan apakah proyek yang dijalankan oleh pihak nasabah untung atau rugi.	Bagi hasil tergantung pada keuntungan proyek yang dijalankan. Bila tidak mendapatkan keuntungan maka kerugian akan ditanggung bersama oleh kedua belah pihak.
4.	Jumlah pembayaran bunga tidak meningkat sekalipun jumlah keuntungan berlipat atau keadaan ekonomi sedang "booming".	Jumlah pembagian laba meningkat sesuai dengan peningkatan jumlah pendapatan.
5.	Eksistensi bunga diragukan (kalau tidak dikecam) oleh semua agama.	Tidak ada yang meragukan keabsahan keuntungan bagi hasil

Sumber: Antonio (2000)

Dari perbedaan inilah, maka produk maupun jasa yang ditawarkan oleh keuangan syariah memiliki mekanisme transaksi yang berbeda dengan konvensional meski dengan tujuan yang sama. Maksudnya, bank syariah juga menawarkan sistem giro, tabungan dan deposito sebagaimana di perbankan konvensional, namun mekanismenya berbeda. Akad yang digunakan berbeda.

Gambar 2.6 Akad Bank Syariah

BANTUAN SOSIAL	PEMBELIAN BARANG (BAHAN BAKU, PERALATAN, DLL)	PEMBIAYAAN JASA	INVESTASI
PAMERAN	SUTRA, KAIN, BAHAN KIMIA, DAN PERLENGKAPAN	PAMERAN/GERAI TENAGA KERJA	PESANAN, MODAL OPERASIONAL
QARDH	MURABAHAH, SALAM, ISTISHNA'	QARDH + IJARAH	MUDHARABAH, MUSYARAKAH

Secara rinci, jenis-jenis produk yang dapat ditawarkan oleh lembaga keuangan/bank syariah adalah sebagai berikut: (Antonio, 2000)

- a) *Qard*, adalah pemberian harta kepada orang lain yang dapat ditagih atau diminta kembali atau dengan kata lain meminjamkan tanpa mengharapkan imbalan. *Qardh* ini dapat digunakan untuk bantuan sosial, seperti halnya juga membantu UKM dalam ikut serta di pameran.
- b) *Murabahah*, adalah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Dalam hal ini, penjual harus memberi tahu harga produk yang ia beli dan menentukan suatu tingkat keuntungan sebagai tambahannya. Akad ini dapat membantu para pengusaha UKM dalam membeli berbagai barang yang dibutuhkan, seperti bahan baku dan perlengkapan usaha. Bagi pengusaha batik dapat memanfaatkan akad ini untuk membeli kain sutra.
- c) *Salam*, adalah pembelian barang yang diserahkan di kemudian hari, sedangkan pembayaran dilakukan di muka. Akad ini juga dapat membantu para pengusaha UKM dalam melakukan pemesanan pembelian berbagai barang yang dibutuhkan, seperti bahan baku dan perlengkapan usaha.
- d) *Istishna'*, adalah kontrak penjualan antara pembeli dan pembuat barang. Pembuat barang menerima pesanan dari pembeli. Dalam hal ini, lembaga keuangan syariah sebagai pembuat dapat menggunakan subkontraktor untuk melaksanakan kontrak tersebut (*istishna'* pararel). Akad ini dapat membantu para pengusaha UKM untuk mendapatkan barang-barang yang membutuhkan proses produksi.
- e) *Ijarah*, adalah akad pemindahan hak guna atas barang atau jasa, melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barang itu sendiri. Akad ini dapat membantu pengusaha UKM dalam pembayaran jasa, seperti untuk ikut serta dalam kegiatan pameran, sewa gerai atau bahkan untuk membantu dalam pembayaran gaji pegawai/tenaga kerja (*Qardh + Ijarah*).
- f) *Mudharabah*, adalah akad kerja sama usaha antara dua pihak di mana pihak pertama menyediakan seluruh (100%) modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola. Keuntungan yang didapatkan akan dibagi berdasarkan kesepakatan yang sudah disepakati dalam kontrak, sedangkan kerugian materiil akan ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian itu bukan akibat kelalaian dari si pengelola. Dengan demikian, ini adalah akad investasi yang dapat dimanfaatkan oleh UKM untuk memenuhi kebutuhan modal dan operasional.
- g) *Musyarakah*, adalah akad kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu di mana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana ataupun keahlian dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan risiko akan ditanggung bersama sesuai kesepakatan. Dengan demikian, ini adalah akad investasi yang dapat dimanfaatkan oleh UKM untuk memenuhi kebutuhan modal dan operasional, termasuk modal dalam memenuhi pesanan pelanggan yang acapkali belum membayar secara penuh.

2.5 PENELITIAN TERDAHULU

Beberapa penelitian telah mengkaji peran dari keuangan syariah dalam meningkatkan keuangan inklusif. Sebuah *working paper* dari IMF pun ditulis oleh Naceur dkk (2015) berkaitan dengan isu ini. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa tingkat alasan agama sebagai faktor masyarakat untuk tidak memanfaatkan layanan keuangan cenderung lebih tinggi di negara-negara Organisasi Kerja Sama Islam (OKI) dibandingkan dengan negara lainnya. Dengan demikian, perbankan syariah merupakan sebuah solusi yang efektif untuk meningkatkan keuangan inklusif. Untuk meningkatkan peran perbankan syariah tersebut, ada beberapa hal yang direkomendasikan, 1) meningkatkan model operasi perbankan syariah yang ada saat ini, seperti mendirikan unit bisnis usaha mikro, kecil dan menengah, serta memiliki produk yang dapat menyesuaikan dengan kebutuhan masing-masing pengusaha (*tailor made*),

dll., 2) pelibatan inisiatif sektor publik dan swasta untuk meningkatkan perbankan syariah dalam meningkatkan akses keuangan, seperti pengembangan Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS). Dalam hal ini, skema *qardhul hasan* sebagai sumber dana bagi LKMS sangat diperlukan agar tidak membebani nasabah LKMS dengan tingkat pengembalian yang tinggi. 3) perlindungan konsumen, edukasi keuangan, dan peraturan serta pengawasan yang baik baik dari pemerintah dapat mendorong rumah tangga dan juga pengusaha UMKM untuk dapat memanfaatkan layanan keuangan syariah.

Iqbal dan Mirakhor (2012) juga menegaskan pentingnya keuangan inklusif dalam meningkatkan pembangunan ekonomi. Model-model peningkatan keuangan inklusif yang berjalan di keuangan konvensional dapat direplikasi menggunakan instrumen keuangan syariah yang menghendaki berbagi risiko dan diversifikasi risiko (prinsip bagi hasil). Lebih lanjut dijelaskan bahwasanya keberadaan keuangan mikro atau pembiayaan usaha mikro masih belum dapat menyelesaikan permasalahan keuangan eksklusif secara utuh. Oleh karenanya, diperlukan pemanfaatan instrumen redistribusi yang ada di Islam, seperti zakat dan *qardhul hasan*. Instrumen ini diharapkan dapat membantu masyarakat berpenghasilan rendah dalam memenuhi kebutuhan dasar. Dengan demikian Keuangan syariah dinilai memiliki kerangka yang lebih komprehensif dalam meningkatkan akses keuangan dikarenakan memiliki dua hal; prinsip bagi hasil dan adanya instrumen redistribusi.

Peran keuangan syariah terhadap peningkatan akses keuangan juga diteliti di beberapa negara, di antaranya: Sain dkk (2016) mengkaji tentang keuangan eksklusif di Australia dan bagaimana peran dari Keuangan Islam dalam mengatasi hal tersebut. Hasilnya, ditemukan bahwa faktor sosial, permintaan dan penawaran masih menjadi penyebab eksklusif. Masyarakat akan memilih untuk eksklusif jika mereka tidak mendapati sistem keuangan yang umum digunakan belum memenuhi kebutuhan mereka. Dalam hal ini, layanan keuangan syariah di Australia masih sangat terbatas. Keterbatasan ini memungkinkan Umat Islam di Australia untuk memilih tidak mengakses sistem keuangan konvensional, karena dinilai mengandung unsur riba.

Hal yang sama juga dikaji di Inggris. Warsame (2009) menyimpulkan bahwa mayoritas penduduk Muslim di UK masih belum memanfaatkan layanan keuangan. Hal ini dikarenakan mereka tidak menemukan produk perbankan yang memenuhi keinginan mereka dan juga produk yang sesuai dengan prinsip syariah. Meskipun mereka memiliki kecenderungan untuk memilih produk bank syariah, tetapi produk perbankan syariah yang ada saat ini masih belum mampu membuat mereka untuk masuk ke dalam sistem keuangan. Mereka masih merasa produk tersebut belum menjawab keinginan mereka, mempertanyakan tentang kesyariahan produk tersebut dan juga pemasaran dari lembaga keuangan syariah yang dinilai masih kurang baik.

Pearce (2011) melakukan penelitian tentang keuangan inklusif di regional MENA (Timur Tengah dan Afrika Utara). Ada empat strategi yang dikemukakan untuk meningkatkan keuangan inklusif, salah satunya adalah menghilangkan penghambat pertumbuhan layanan keuangan syariah untuk memenuhi permintaan pasar. Oleh karenanya, diperlukan pengenalan produk-produk perbankan syariah yang diperuntukkan bagi konsumen berpendapatan rendah dan para pengusaha mikro.

Mohieldin dkk (2011) meneliti peran keuangan syariah dalam meningkatkan keuangan inklusif di negara-negara OKI. Hasilnya menunjukkan bahwa Islam menekankan pada prinsip keadilan, inklusif dan berbagi sumber daya antara yang kaya dan yang miskin. Keuangan syariah dapat meningkatkan inklusivitas keuangan karena dua hal; pertama, keuangan syariah menawarkan prinsip bagi hasil dimana hal ini berbeda dengan konvensional yang menggunakan prinsip utang-piutang; kedua, keuangan syariah memiliki instrumen redistribusi

seperti zakat, sadaqah, wakaf dan *qard hasan*. Kombinasi dari keduanya dapat mengentaskan kemiskinan dan juga menciptakan perekonomian yang sehat. Oleh karena itu, pemerintah negara-negara OKI secara serius meningkatkan akses keuangan melalui pemanfaatan potensi keuangan syariah.

Rashidah dan Dean (2013) meneliti berbagai tantangan yang dihadapi oleh Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) lalu merumuskan solusi yang tepat. Tantangan utama yang dihadapi oleh LKMS adalah rendahnya penetrasi pasar, keberlanjutan LKMS karena rendahnya penghimpunan dana, tingginya biaya administrasi, dan efektifitas LKMS dalam mengentaskan kemiskinan. Oleh karena itu salah satu solusi yang ditawarkan adalah peningkatan partisipasi bank dalam pembiayaan mikro. Dengan demikian, integrasi antara bank syariah dan LKMS sangat diperlukan guna meningkatkan pemanfaatan layanan keuangan syariah. Lebih lanjut, mereka mengusulkan denda keterlambatan pembayaran dari nasabah sebaiknya dijadikan sebagai dana wakaf, mengingat bahwa denda tersebut tidak dapat diakui sebagai pendapatan bagi bank.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Shadana (2012), didapati pengetahuan masyarakat tentang bank syariah masih sangat terbatas pada: 1) Bank syariah adalah bank Islam, 2) ada sebagian masyarakat yang pernah mendengar namanya saja, 3) kebanyakan masyarakat tahu bank syariah dari media massa dan dari rekan atau masyarakat lain, 4) pengetahuan mengenai sistem manajemen dan produk pelayanan bank syariah juga masih rendah, 5) Konsep yang sering dibicarakan adalah "penolakan riba" dan penerapan sistem bagi hasil. Keterbatasan pengetahuan bank syariah telah berakibat pada persepsi yang keliru tentang bank syariah, sehingga berdampak pada rendahnya keputusan masyarakat untuk memilih bank syariah. Oleh karena itu, diperlukan sosialisasi yang lebih gencar dan didukung oleh komitmen kuat dari seluruh *stakeholder* keuangan syariah untuk mengimplementasikan prinsip syariah dalam keseluruhan praktik perbankan. Sosialisasi tidak hanya dimaksudkan untuk meminimalisir risiko persepsi yang keliru, tetapi juga sebagai proses penanaman nilai-nilai syariah dalam aspek keuangan (*civil education*).

Adapun penelitian yang berkaitan dengan industri UMKM, terdapat beberapa penelitian yang menganalisisnya dengan pendekatan rantai nilai. Suhartini dan Yuliawati (2014) meneliti rantai nilai untuk meningkatkan daya saing batik. Dengan pendekatan rantai nilai, hasilnya menunjukkan bahwa profit margin dari produk batik sebesar Rp. 226.190,86,- per potong kain batik. Guna meningkatkan perolehan margin, maka kinerja dari pengrajin batik harus dimaksimalkan dengan mempertimbangkan peran dari beberapa aktivitas dari proses usaha batik, seperti aktivitas *inbound logistics, operation, outbound logistic, marketing and sales* serta *service*. Dengan mempertimbangkan peran aktivitas rantai nilai pada proses batik diharapkan dapat meningkatkan efisiensi biaya dan meningkatkan daya saing industri batik.

Mangifera (2015) menganalisis rantai nilai pada produk Batik Tulis di Surakarta. Hasilnya menunjukkan bahwa aktifitas utama pada rantai nilai produk Batik Tulis di Kampung Batik Laweyan Surakarta meliputi beberapa aktivitas: 1) pembelian bahan baku dan perlengkapan utama, 2) proses produksi, termasuk pembuatan motif, membuat pola, menebali pola dengan canting, mewarnai, mencuci, mencelup di air panas lalu mengeringkan, 3) penjualan produk, biasanya melalui pedagang grosir baik domestik maupun luar negeri, retail dan ke konsumen akhir. Selanjutnya, aktivitas yang berkontribusi pada nilai tambah yang paling tinggi adalah pemasaran dan penjualan.

Hastuti (2012) melakukan penelitian terhadap pengrajin gerabah di desa malikan, Klaten. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui perkembangan industri kerajinan gerabah dan pemberdayaan masyarakat. Hasil dari penelitian tersebut disimpulkan bahwa industri Kerajinan gerabah mampu berkembang bila didukung dengan modal, sumber daya manusia, teknologi,

bahan baku. Selain itu, pelatihan dan kebijakan pemerintah juga merupakan hal yang sangat dibutuhkan oleh para masyarakat pengrajin gerabah untuk meningkatkan produk yang lebih inovatif. Pemerintah berperan penting dalam meningkatkan motivasi para pengrajin untuk melindungi budaya daerah agar tetap berkembang menjadi warisan bangsa.

Yunal dan Indriyani (2013) melakukan penelitian dengan tujuan mengetahui pengaruh motivasi berwirausaha gerabah terhadap pertumbuhan usaha gerabah. Dari 91 responden pengrajin gerabah disimpulkan bahwa motivasi wirausaha berpengaruh langsung terhadap pertumbuhan usaha.

Pada tahun 2015 BI melakukan melakukan kajian peningkatan akses pembiayaan bagi industri kreatif di Indonesia (sektor industri kerajinan). Hasil kajian menunjukkan bahwa sektor industri kerajinan, fesyen, dan desain merupakan industri kreatif skala besar dan menengah berkategori berdaya saing. Sedangkan pada industri kreatif skala kecil dan mikro, sektor industri kerajinan dan fesyen memiliki daya saing yang tinggi dibanding sektor lainnya. Sektor industri kerajinan merupakan sektor yang potensial bagi perekonomian Indonesia, namun, berdasarkan survei, salah satu kesulitan utama dalam menjalankan usahanya adalah terbatasnya akses pada pembiayaan. Pengusaha kerajinan pada umumnya menggunakan dana pribadi atau keluarga sebagai modal awal usaha. Ketidacukupan informasi dan keterbatasan pengetahuan menjadi hambatan utama dalam mengakses layanan jasa keuangan, oleh karenanya itu pinjaman bank menjadi pilihan pembiayaan yang paling umum digunakan lalu diikuti koperasi dan pegadaian.

Beberapa penelitian mengenai akses keuangan di atas belum mengkaji peran keuangan syariah terhadap akses keuangan khususnya kepada usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah. Oleh karenanya, diperlukan sebuah kajian yang mendalam tentang peran keuangan syariah terhadap akses keuangan di sektor usaha tertentu pada suatu daerah tertentu, khususnya peran produk/jasa kayanan keuangan syariah dalam mendukung akses keuangan masyarakat mikro.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 WAKTU DAN TEMPAT KAJIAN

Pilot project berlangsung selama lima bulan yang dimulai sejak penandatanganan Perjanjian Kerja Sama pada bulan Juni 2016 dan dapat diselesaikan pada tahun 2016.

Objek dari kajian ini adalah pelaku usaha atau kelompok masyarakat yang memiliki basis Islam yang kuat seperti Nahdhatul Ulama, Muhammadiyah, Persis, Nahdhatul Wathan dan masyarakat pesantren secara umum serta memiliki usaha yang potensial untuk berkembang. Selain itu, mereka belum tersentuh layanan perbankan syariah tetapi memungkinkan mendapatkan layanan keuangan syariah.

Adapun lokasi daerah yang dikaji adalah:

1. Kabupaten Garut, Provinsi Jawa Barat pada pelaku usaha batik garut. Garut dipilih dengan pertimbangan antara lain masyarakatnya mempunyai basis keislaman yang kuat terdiri dari Persis, Muhammadiyah dan masyarakat pesantren lainnya. Selain itu, terdapat potensi pada usaha batik garut yang dapat dikembangkan.
2. Kabupaten Lombok Barat, Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) pada pelaku usaha kerajinan gerabah. Di NTB, sebagian masyarakatnya adalah anggota Nahdhatul Wathan (NW) yang tersebar di beberapa kabupaten, di antaranya Lombok Barat, Tengah dan Timur. Kerajinan gerabah sendiri merupakan salah satu mata pencaharian utama masyarakat di Kabupaten Lombok Barat, khususnya di Desa Banyumulek yang menjadi lokasi objek kajian ini.

3.2 JENIS DAN SUMBER DATA

Data yang digunakan dalam kajian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer didapatkan dengan melakukan wawancara mendalam kepada para pelaku usaha dan pemangku kepentingan (*stakeholder*) yang terkait, serta melaksanakan *Focus Group Discussion* (FGD). Adapun data sekunder didapatkan dari kajian pustaka dan data yang dikeluarkan oleh lembaga yang berwenang.

1. *Indepth Interview*

Wawancara yang mendalam akan dilakukan kepada para pelaku usaha, pemerintah daerah, dan pengurus asosiasi para pelaku usaha (jika ada). Dalam memilih pelaku usaha yang disurvei, maka metode yang digunakan adalah *snowball sampling method* di mana peneliti akan mencari satu pelaku usaha kemudian memintanya untuk memberikan rekomendasi pelaku usaha lainnya. Penggunaan *snowball sampling method* sangat membantu bagi peneliti terutama bilamana populasinya tidak diketahui.

2. *Focus Group Discussion* (FGD)

FGD atau diskusi mendalam dalam sebuah forum sangat membantu dalam menggali informasi yang lebih dalam dari berbagai pihak. Selain itu, FGD dapat mengverifikasi temuan-temuan yang didapatkan dari hasil kajian pustaka dan juga survei lapangan.

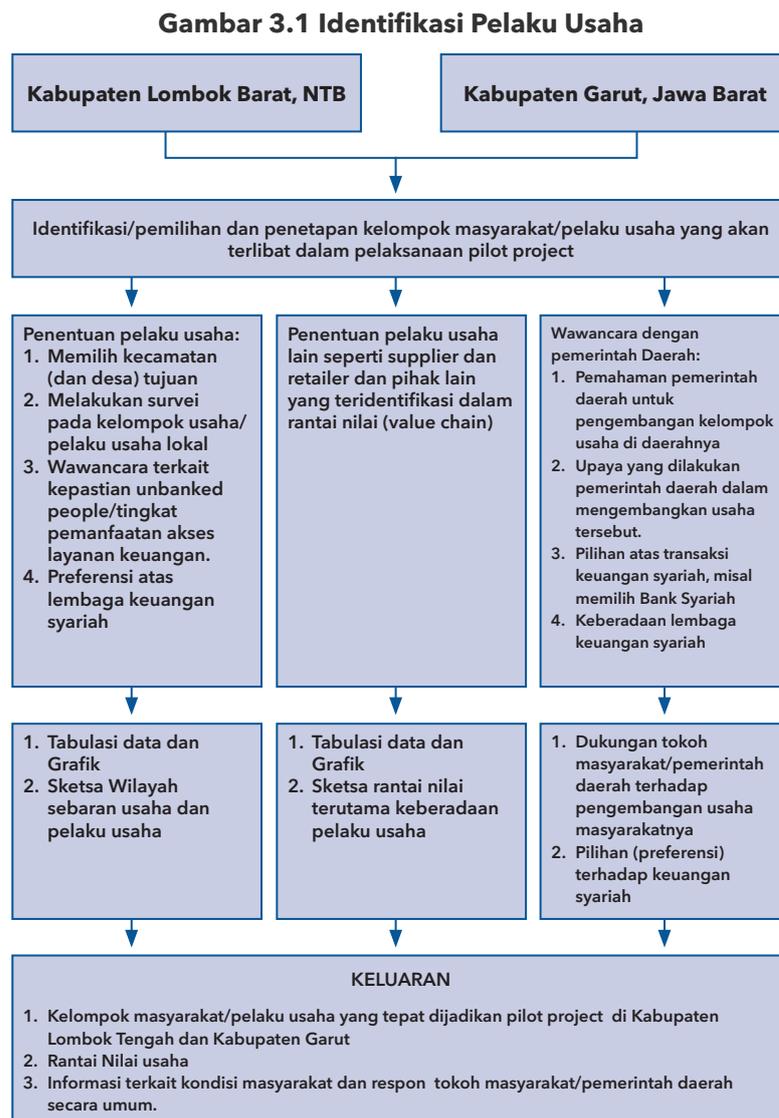
Adapun pihak yang akan diundang dalam FGD adalah perwakilan dari segenap instansi yang terlibat, antara lain perwakilan dari Bank Indonesia, lembaga keuangan syariah, pengurus asosiasi, pemerintah daerah, perwakilan dari pelaku usaha, dan lain sebagainya.

3.3 METODE ANALISIS DATA

Dalam menganalisa data, ada beberapa metode yang dilakukan untuk menjawab maksud dan tujuan peneltian:

1. Identifikasi kelompok masyarakat atau pelaku usaha yang akan terlibat dalam *pilot project*.
 Dalam melakukan identifikasi ini, metode yang digunakan adalah metode survei dengan *indepth interview*. Ada tiga hal yang menjadi pokok pembahasan dalam survei:
 - a. Penentuan pelaku usaha yang sesuai
 - b. Identifikasi rantai nilai usaha terkait.
 - c. Identifikasi dukungan pemerintah daerah.

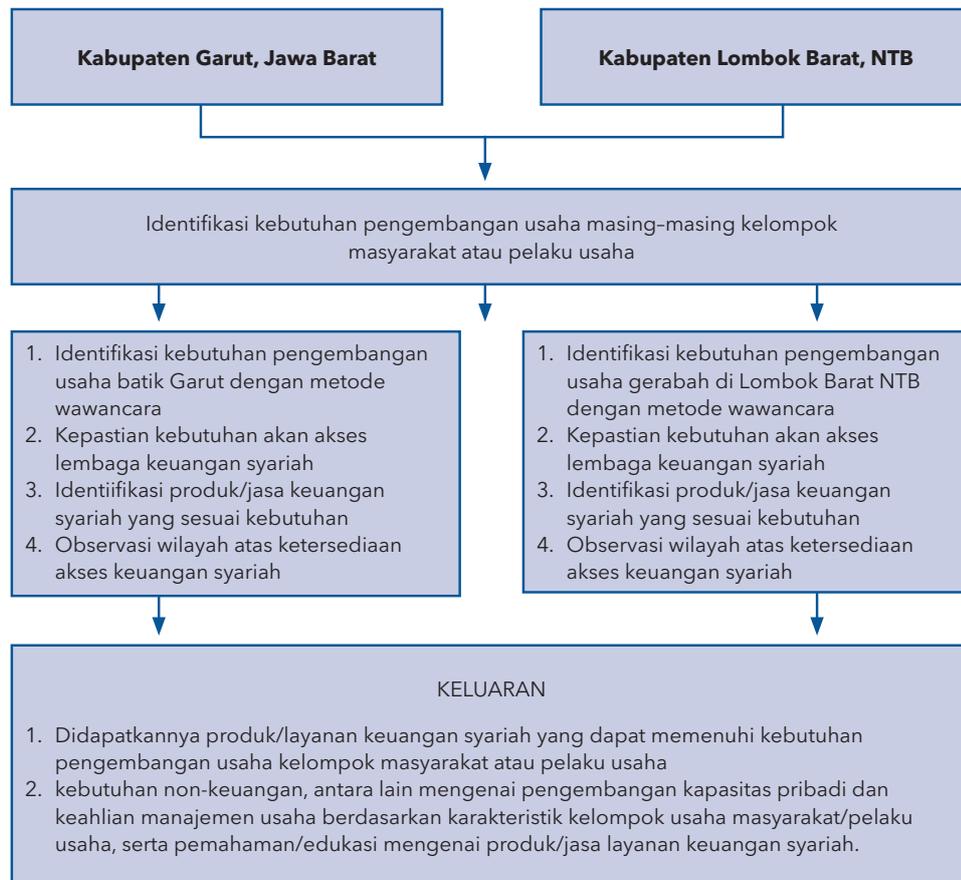
Lebih detail, penjelasan akan hal tersebut dijelaskan dalam gambar berikut:



2. Identifikasi dan analisis terhadap produk/jasa layanan keuangan syariah yang sesuai dengan kebutuhan pelaku usaha.

Dalam menjawab rumusan masalah ini, maka metode yang digunakan adalah survei dengan wawancara mendalam akan kebutuhan masing-masing kelompok masyarakat atau pelaku usaha untuk mengembangkan usahanya, terutama kebutuhan akan produk/jasa layanan keuangan syariah. Identifikasi kebutuhan akan sangat bergantung juga kepada hasil analisis rantai nilai sebagaimana yang diterangkan sebelumnya. Gambar di bawah berikut akan menjelaskan lebih detail metode yang digunakan dalam menjawab rumusan masalah kedua.

Gambar 3.2 Identifikasi Kebutuhan Kelompok/Pelaku Usaha





BAB IV

PEMETAAN PELAKU USAHA

Kabupaten Garut memiliki jumlah penduduk terbesar di Wilayah Priangan Timur, dan memberikan sumbangan PDRB sekitar Rp37.085 miliar, atau 2,68% terhadap perekonomian Jawa Barat pada tahun 2014. Jumlah bank umum yang beroperasi di Kabupaten Garut pada tahun 2014 masih relatif sedikit, yakni sebanyak 20 unit yang terdiri dari bank umum persero sebanyak empat unit dan bank umum swasta sebanyak 15 unit dan bank pembangunan daerah satu unit. Posisi dana perbankan selama periode 2010 - 2014 mengalami peningkatan sebesar 97,3%, atau dari Rp2.002,60 miliar menjadi Rp3.951,78 miliar. Peningkatan dana perbankan pada periode tersebut terjadi pada semua jenis simpanan baik simpanan berjangka, tabungan maupun giro.

Dari posisi kredit, terjadi peningkatan sebesar 205,96% atau dari Rp3.195,93 miliar menjadi Rp9.778,40 miliar. Pinjaman bank didominasi untuk keperluan konsumsi dengan *share* mencapai 51,19% dari total kredit yang dikururkan oleh Bank Umum dan BPR pada tahun 2014. Sedangkan untuk keperluan modal kerja dan investasi masing-masing hanya sebesar 27,69% dan 21,12% (BPS Kab. Garut, 2014).

Tabel 4.1 Perbankan di Garut Tahun 2014

Kriteria	Jumlah
Jumlah Bank di Garut:	20
Bank umum milik Persero	4
Bank umum Swasta	15
Bank pembangunan daerah	1
Dana Pihak Ketiga	Rp3.951,78 miliar
Total Penyaluran Kredit	Rp9.778,40 miliar

Sementara itu, pertumbuhan ekonomi Provinsi NTB pada tahun 2015 yaitu sebesar 21,24% dengan nilai PDRB atas dasar harga berlaku sekitar Rp102 triliun. Dari kontribusi per wilayah di Provinsi NTB yang memiliki 10 Kabupaten, tercatat bahwa Kabupaten Lombok Barat memiliki *trend* pertumbuhan ekonomi yang paling konsisten meningkat sejak tahun 2012 hingga 2015 dengan kisaran pertumbuhan antara 5% - 6% setiap tahunnya (BPS, 2016).

Di Kabupaten Lombok Barat, jumlah total bank umum konvensional yaitu 50 unit yang meliputi 21 bank umum dan 29 BPR, serta 8 bank syariah yang meliputi 5 unit bank umum syariah dan 3 BPRS (biroekonomi.ntbprov.go.id). Secara umum, kinerja bank umum yang dinilai dengan komposisi Dana Pihak Ketiga (DPK) di Provinsi NTB mengalami peningkatan setiap tahunnya. Pada tahun 2014 DPK yang terhimpun berjumlah Rp15,81 triliun rupiah, dan naik menjadi Rp18,34 triliun pada tahun 2015, atau meningkat sekitar 15,96%. Peningkatan penghimpunan DPK diikuti dengan peningkatan pertumbuhan kredit UMKM. Penyaluran kredit bank umum untuk UMKM pada September 2016 Rp9,73 triliun, atau naik sekitar 31,12% dari posisi September 2015 yang jumlahnya sebesar Rp7.42 triliun.

Tabel 4.2 Perbankan di Nusa Tenggara Barat 2016 Triwulan 1

Kriteria	Jumlah
Bank Konvensional:	50
Bank umum	21
Bank Perkreditan Rakyat	29
Bank Syariah	8
Bank Umum	5
Bank Pembiayaan Rakyat	3
Dana Pihak Ketiga	Rp20,015 triliun
Total Penyaluran Kredit	Rp24,733 triliun
LDR (%)	123,77

Potensi usaha yang memungkinkan diberdayakan di Garut adalah usaha batik tulis garut. Batik tulis yang populer tahun 1945 dengan sebutan batik tulis garutan pernah mengalami masa jaya antara tahun 1967 s.d. 1985 (126 unit usaha). Batik garutan ini memiliki motif yang khas dibanding dengan daerah lainnya, motif pada batik garutan ini biasanya memberikan pilihan warna yang dominan cerah dan motif yang *soft* (kalem). Batik garut itu sendiri memiliki standar yang telah ditetapkan sehingga mampu memberikan kualitas yang sangat baik dan dapat diandalkan.

Sementara potensi usaha di NTB yang menjadi objek kajian adalah usaha gerabah. Jika ada kerajinan rakyat lokal yang berkembang dari sebuah legenda, maka kerajinan gerabah di Banyumulek Lombok adalah salah satu diantaranya. Semuanya bermula dari legenda perintah Dewi Anjani, penguasa Gunung Rinjani yang menolong sepasang suami-istri. Lokasi gerabah terdapat di Banyumelek (Lombok Barat) dan Panujak (Lombok Tengah), yang keterlibatan kaum perempuan dalam pembuatan gerabah sangat dominan tua dan muda giat dalam pembuatan kerajinan gerabah. Kaum perempuan lebih tekun dalam pengerjaannya. Perajin dapat mengerjakan pembuatan gerabah di rumah masing-masing sehingga hasilnya dapat untuk menambah penghasilan mereka dan dalam pengerjaannya tidak perlu keluar rumah dan tetap dapat mengasuh anak-anak. Dukungan pemerintah sangat agresif, sehingga Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Lombok Barat merupakan pembina langsung bagi kerajinan gerabah di Desa Banyumulek, Kecamatan Kediri.

Selanjutnya, pemetaan pelaku usaha di Kabupaten Garut dan Kabupaten Lombok barat dilakukan dengan mengidentifikasi profil pelaku usaha dan literasi keuangan pelaku usaha.

4.1 IDENTIFIKASI PELAKU USAHA BATIK GARUT

Untuk mengidentifikasi pelaku usaha batik garut, digunakan metode wawancara dengan pertanyaan yang telah disiapkan (kuesioner). Menurut data dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Kabupaten Garut, jumlah pelaku usaha batik garut sebanyak 15 pelaku usaha. Selain itu, ditemukan pula beberapa pelaku usaha yang belum terdata oleh Disperindag, yaitu sebanyak 6 pelaku usaha yang terdiri dari dua pelaku usaha batik tulis, dua pelaku usaha tenun sutera dan dua pelaku usaha pedagang batik. Dengan demikian, total pelaku usaha batik garut adalah 21 pelaku usaha. Sedangkan narasumber survei terdiri dari 10 narasumber dengan rincian delapan orang di antaranya adalah produsen sekaligus pedagang batik dan dua narasumber yang lainnya merupakan pedagang batik. Daftar narasumber dapat dilihat pada lampiran.

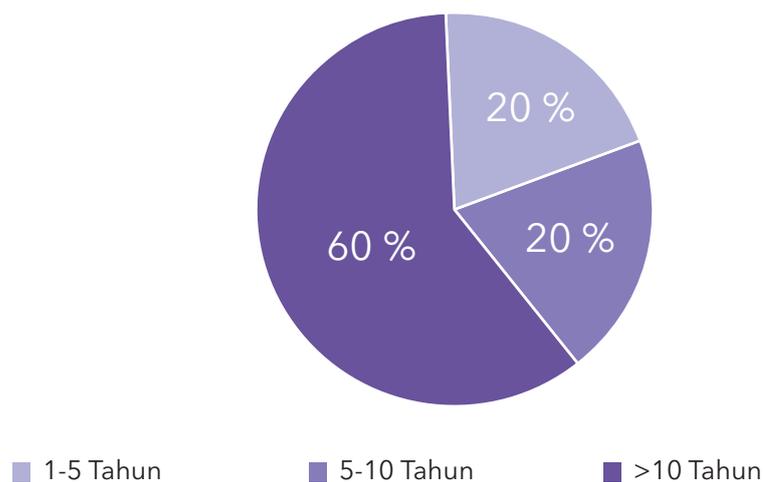
4.1.1 Profil Pelaku Usaha Batik Garut

Untuk menjelaskan profil usaha, terdapat dua penjelasan utama yang dapat digunakan, yaitu penjelasan secara internal dan eksternal dari setiap pelaku usaha. Adapun penjelasan secara internal usaha meliputi: a) Lama Usaha, b) Usia responden, c) Jumlah Karyawan, d) tingkat pendidikan responden, e) Bentuk Usaha, dan f) Omzet/ Tahun.

a. Lama Usaha

Sebagian besar responden telah menjalankan usaha lebih dari 10 tahun, hal ini dikarenakan usaha yang telah dijalankan merupakan usaha turun-temurun yang sudah dimulai dari orang tua mereka. Adapun pelaku usaha yang menjalankan usahanya kurang dari sepuluh tahun, umumnya menggeluti usaha di perdagangan batik.

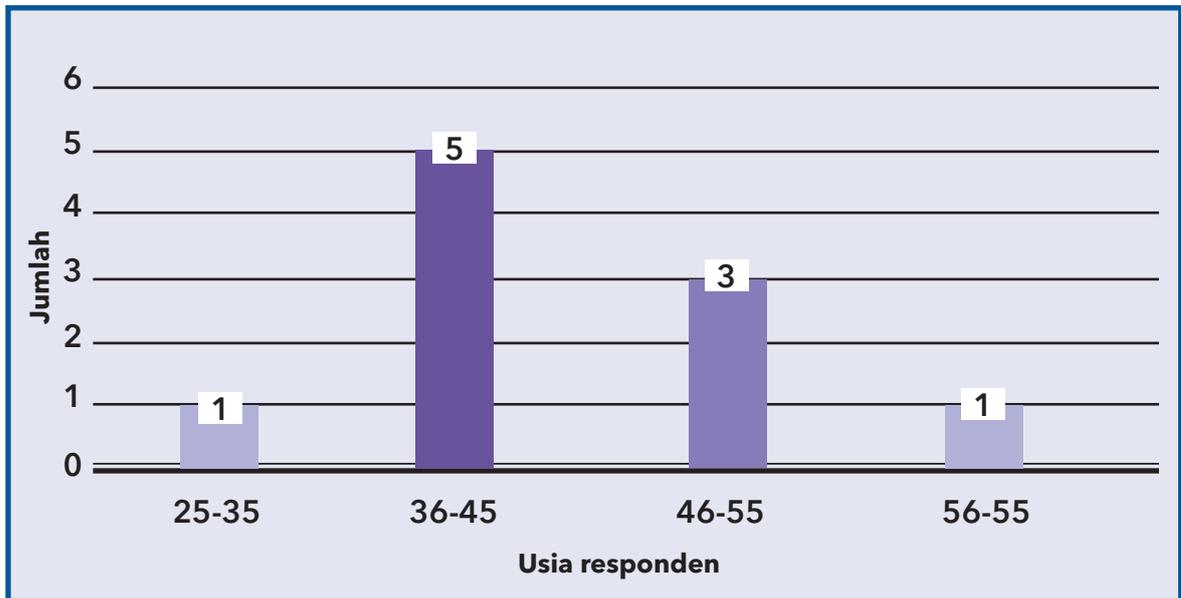
Gambar 4.1 Umur Usaha Batik Garut



b. Usia Responden

Sebagian besar responden masih berada pada usia produktif, di mana yang paling banyak adalah di kelompok umur 36 - 45 kemudian diikuti kelompok umur 46 - 55, seperti yang dijelaskan pada gambar berikut:

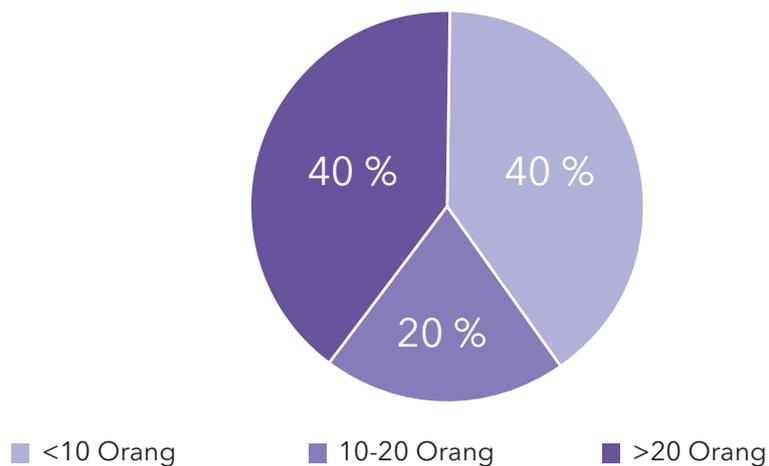
Gambar 4.2 Usia Responden Batik Garut



c. Jumlah Karyawan

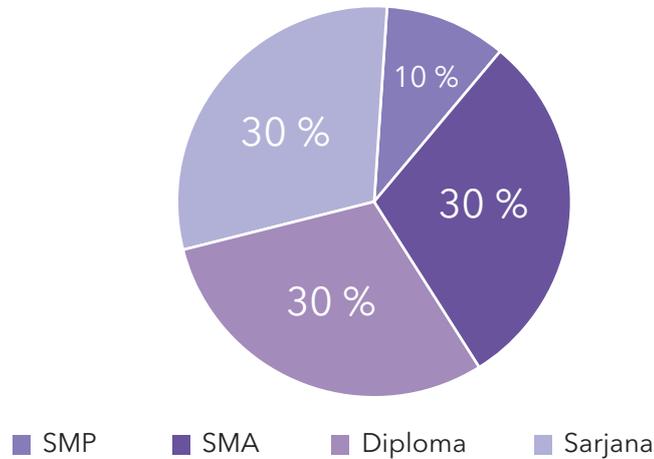
Selanjutnya, jumlah karyawan yang dimiliki oleh responden cenderung beragam. Hal ini dapat diketahui dari gambar di bawah, bahwa sebanyak 40% responden memiliki karyawan kurang dari 10 orang. 40% dari responden berikutnya memiliki karyawan di antara 10 sampai dengan 20 orang. Kemudian, sebanyak 20% responden memiliki karyawan lebih dari 20 Orang.

Gambar 4.3 Jumlah Karyawan Usaha Batik Garut



d. Tingkat Pendidikan Responden

Di sisi lain, jika dilihat dari tingkat pendidikan responden, sebagian besar dari mereka merupakan kaum terdidik. Hal ini dapat dibuktikan dari gambar di bawah, di mana sebanyak 90% dari total responden telah menyelesaikan pendidikannya pada tingkat SMA.

Gambar 4. 4 Pendidikan Responden Usaha Batik Garut

e. Bentuk Usaha

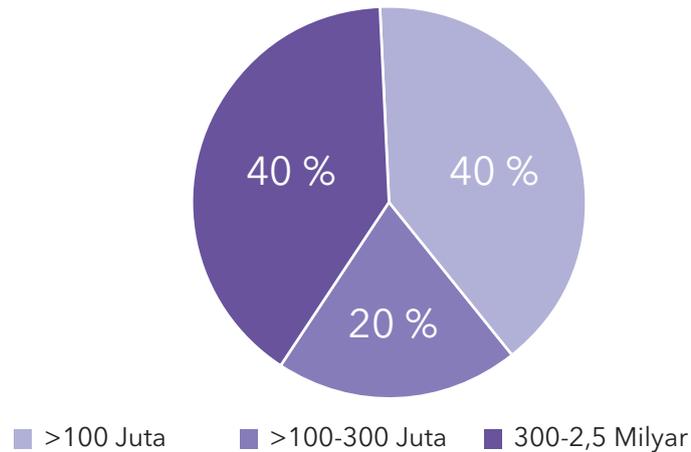
Terkait dengan bentuk usaha yang dijalankan oleh responden, sebagian besar adalah Perusahaan Perorangan, artinya mereka telah memiliki izin dari dinas terkait. Sebanyak 10% responden belum memiliki izin usaha, dikarenakan usaha yang ia jalankan merupakan jual beli *online*. Adapun penjelasan tersebut dirangkum dalam gambar berikut:

Gambar 4. 5 Bentuk Usaha Batik Garut

f. Omzet per Tahun

Omzet per tahun yang didapatkan oleh responden dari hasil penjualan batik garut cukup bervariasi. Dari kriteria omzet berdasarkan definisi UMKM menurut UU No. 20 tahun 2008 tentang UMKM dapat diketahui bahwa terdapat 60% pelaku usaha termasuk kategori mikro, yakni mereka yang memiliki hasil penjualan tahunan tidak lebih dari Rp300.000.000 (tiga ratus juta). Adapun sisanya adalah pelaku Usaha Kecil. (di antara para responden tidak ada yang berada pada kategori Usaha Menengah). Untuk kategori Usaha Mikro, dapat diketahui bahwasanya mayoritas pelaku usaha mikro tidak dapat menghasilkan penjualan lebih dari 100 juta per tahun. Dengan kata lain, penghasilan per bulannya tidak mencapai Rp8,4 juta per bulan. Penjelasan tersebut dirangkum dalam gambar berikut ini:

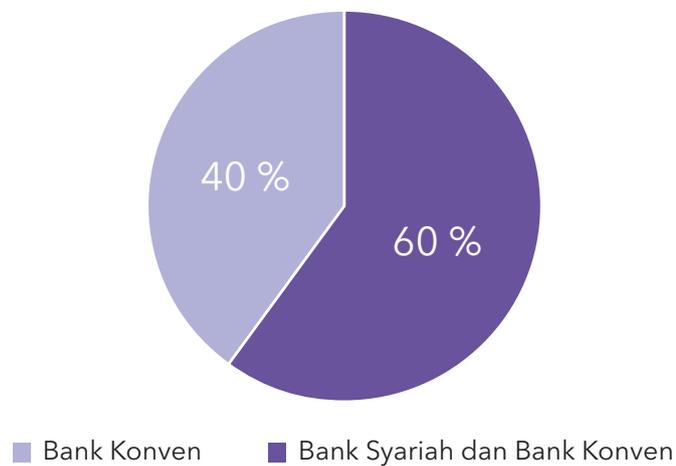
Gambar 4. 6 Omzet Penjualan per Tahun Batik Garut



4.1.2 Literasi Keuangan Pelaku Usaha

Identifikasi tingkat literasi keuangan para pelaku usaha memperhatikan hal-hal sebagai berikut: a) penggunaan jasa perbankan, b) produk perbankan yang paling sering digunakan, dan c) pemahaman responden tentang jasa layanan keuangan dan asuransi syariah. Hasil survei terhadap 10 responden menunjukkan bahwa semua pelaku usaha telah memiliki tabungan di bank konvensional dan hanya sebagian pelaku usaha yang telah memiliki rekening bank syariah, yakni sebanyak 40%.

Gambar 4. 7 Jenis Bank yang Digunakan oleh Responden Batik Garut



Meski demikian, pemanfaatan layanan keuangan masih terbatas pada jasa tabungan, transfer dan kredit konsumtif. Dan hanya satu responden dari 10 responden pelaku usaha batik garut yang menggunakan jasa peningkatan modal dan investasi. Adapun alasan utama pelaku usaha batik dalam memilih bank adalah kemudahan transaksi dengan konsumen. Sebagian besar pelaku usaha telah memiliki mesin EDC (*Electronic Data Capture*) yang memberikan kemudahan bagi konsumen dalam melakukan pembayaran.

Tabel 4.3 Produk yang Sering Digunakan oleh Pelaku Usaha Batik Garut

No	Produk yang paling sering digunakan *	Jumlah
1	Tabungan	10
2	Deposito	1
3	Transfer	8
4	Pinjaman Modal Kerja	1
5	Kredit Konsumtif	6
6	Lainnya	2

* Responden dapat memilih lebih dari satu jawaban

Untuk mengukur pemahaman responden tentang jasa layanan keuangan perbankan dan asuransi syariah, terdapat dua pokok utama penjelasan yang berkaitan dengan a) pemahaman tentang Layanan Keuangan Konvensional, dan b) pemahaman tentang Layanan Keuangan Syariah.

Untuk menjelaskan pemahaman responden tentang Layanan Keuangan Konvensional, diperdalam melalui dua isu utama yaitu: a) produk yang paling sering digunakan di Bank, dan b) alasan pemilihan Bank. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat diketahui bahwa seluruh responden telah menggunakan produk bank berupa tabungan. Selain tabungan, produk bank yang paling sering digunakan adalah transfer. Transfer digunakan oleh responden untuk bertransaksi dengan konsumennya. Akan tetapi, produk layanan keuangan yang ditunjukkan untuk peningkatan usaha seperti halnya pinjaman modal kerja, hanya digunakan oleh satu orang responden. Hal tersebut sangat bertolak belakang dengan penggunaan kredit konsumtif yang dilakukan oleh 60% pelaku usaha. Artinya, sebagian besar responden masih menggunakan produk bank untuk keperluan konsumtif, dan hanya sedikit dari responden yang menggunakan produk bank untuk peningkatan modal usaha dan investasi melalui deposito. Hal ini merupakan suatu peluang yang dapat dimanfaatkan oleh lembaga keuangan syariah yang merupakan lembaga yang berprinsip bagi hasil.

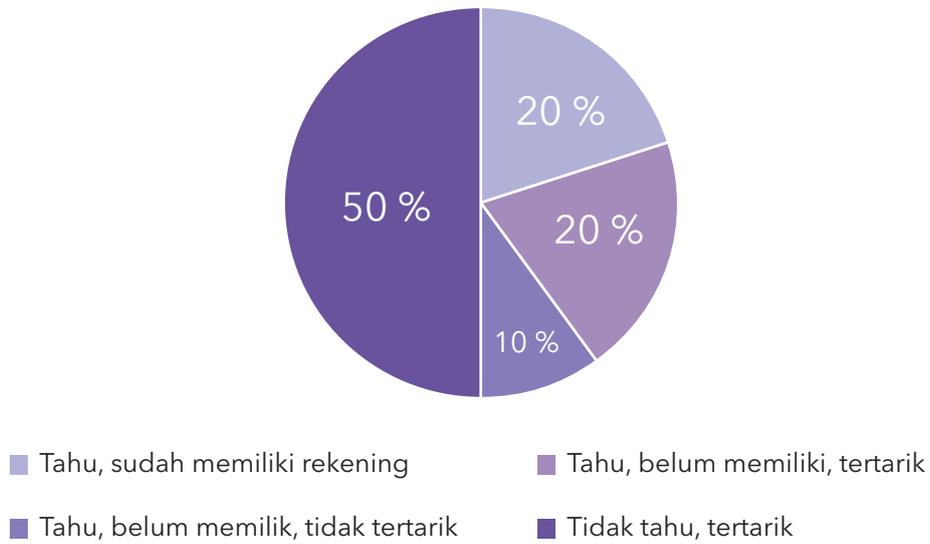
Tabel 4.4 Alasan Pemilihan Bank Pelaku Usaha Batik Garut

No	Alasan pemilihan Bank	Jumlah
1	Kemudahan Transaksi	6
2	Ada teman	1
3	Simpanan THR	1
4	Bagi Hasil Pameran	1
5	Lokasi dekat dengan tempat kerja	1
6	Teknologi Memadai	1

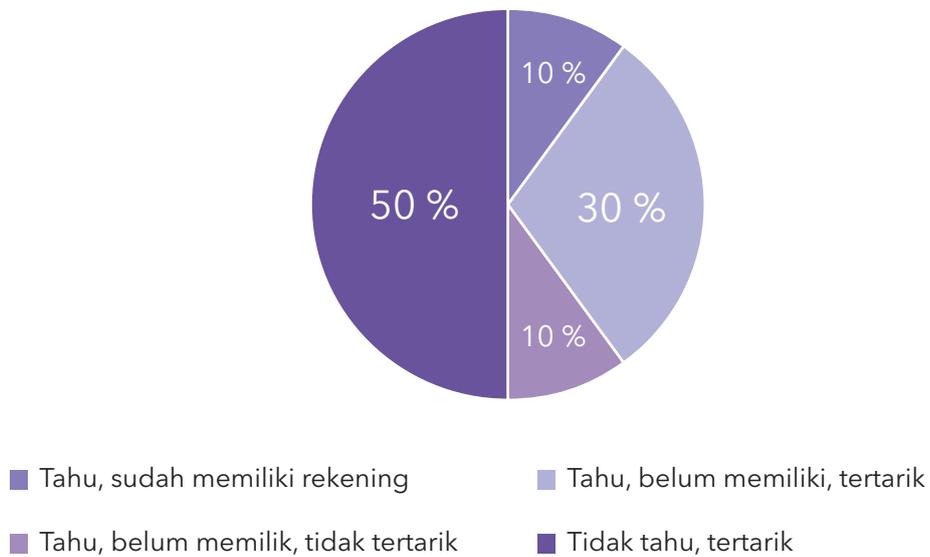
* Responden dapat memilih lebih dari satu jawaban

Adapun untuk pemahaman layanan keuangan syariah, diperdalam melalui dua isu utama, yaitu: a) pengetahuan tentang perbankan syariah, dan b) pengetahuan tentang asuransi syariah. Secara umum, sebagian besar responden belum mengetahui dan tertarik terhadap layanan keuangan syariah seperti yang dijelaskan pada gambar berikut:

Gambar 4. 8 Pengetahuan tentang Perbankan Syariah Pelaku Usaha Batik Garut



Gambar 4. 9 Pengetahuan tentang Asuransi Syariah Pelaku Usaha Batik Garut



Dari gambar di atas, dapat diketahui bahwa hanya 10% dari total responden yang tidak tertarik dengan layanan keuangan syariah, baik layanan perbankan syariah ataupun layanan asuransi syariah. Hal ini merupakan potensi yang cukup besar bagi perbankan syariah dan juga asuransi syariah untuk menawarkan layanan keuangan syariah.

4.1.3 Alasan Pelaku Usaha Tidak Memanfaatkan Pembiayaan dari Perbankan

Hasil wawancara menunjukkan bahwa ada beberapa faktor yang membuat para pelaku usaha enggan memanfaatkan kredit/pembiayaan modal kerja. Di antaranya: a) alasan agama (riba), b) alasan pesan dari orang tua, c) alasan takut tidak bisa melunasi utang dan d) tingginya bunga pengembalian.

a. Alasan Agama (riba)

Faktor agama mempengaruhi sikap pelaku usaha dalam memanfaatkan jasa/produk layanan keuangan. Mereka mengetahui bahwa bunga dalam pinjaman adalah suatu hal yang diharamkan oleh syariah, karena hal tersebut termasuk dalam praktik riba. Oleh karena itu, sebagian pelaku usaha menolak pemanfaatan permodalan dari bank konvensional. Meski demikian, mereka memiliki rekening perbankan konvensional yang diperlukan semata untuk kebutuhan sistem pembayaran.

Sayangnya, kehadiran bank syariah sebagai alternatif dari perbankan konvensional hanya diketahui oleh 50% pelaku usaha. Dengan kata lain, hanya setengah pelaku usaha yang memahami produk/jasa layanan keuangan syariah. Oleh karenanya, sosialisasi perbankan syariah beserta produk/jasa layanan keuangannya perlu digalakkan.

b. Alasan Pesan Orang Tua

Hal yang menarik terkait dengan penolakan pelaku usaha untuk meningkatkan akses keuangannya adalah adanya pesan atau nasihat dari orang tua mereka untuk menjauh dari perbankan, terutama untuk pembiayaan modal kerja. Pesan orang tua ini kemungkinan muncul karena adanya pengalaman yang tidak menyenangkan dari para orang tua terkait pinjaman permodalan dari perbankan.

c. Alasan Takut Tidak Dapat Melunasi

Para pelaku usaha memiliki kekhawatiran bahwa mereka tidak dapat melunasi utang pinjaman dari perbankan. Mereka beralasan bahwa pendapatan mereka dari usaha batik tidaklah seterusnya lancar. Ada kalanya mereka tidak sanggup untuk membayar cicilan saat usaha sedang lesu. Dalam hal ini, sebagian pelaku usaha cukup tertarik untuk mendalami sistem *mudharabah* atau *musyarakah* yang berbasis kepada sistem bagi hasil. Mereka juga tertarik dengan model pembiayaan yang lebih bersifat jangka pendek, yakni bila terdapat pesanan dalam jumlah besar. Selain itu, pelaku usaha juga tidak mau memiliki utang di bank karena khawatir ketika mereka meninggal dunia maka tidak dapat melunasi utang dimaksud dan akan membebani keluarga mereka.

d. Tingginya Bunga Pengembalian

Sebagian pelaku usaha mengeluhkan bahwa tingkat bunga yang diberikan oleh perbankan baik itu konvensional maupun syariah masih dinilai cukup tinggi. Oleh karenanya, mereka enggan untuk akses pembiayaan dari perbankan. Mereka lebih memilih untuk pendanaan pinjaman lunak dari BUMN seperti PT. Angkasa Pura, PT. Telkom, PGN, dan PT. Pertamina yang relatif lebih murah tingkat pengembaliannya.

e. Keterbatasan atau Ketidaksesuaian Agunan

Agunan menjadi salah satu syarat dalam pengajuan pembiayaan kepada lembaga keuangan. Permasalahan agunan ditengarai juga menjadi salah satu alasan pelaku usaha Garut untuk tidak memanfaatkan pembiayaan dari bank. Pada dasarnya, mereka memiliki sejumlah aset yang dapat dijadikan sebagai agunan. Namun, nilai

dari aset tersebut melebihi nilai pembiayaan yang dibutuhkan. Contohnya, pembiayaan yang dibutuhkan adalah sebesar Rp50.000.000,00 tetapi aset yang dapat diagunkan adalah rumah yang nilainya lebih dari Rp100.000.000,00. Ada kekhawatiran bahwa aset yang diagunkan tersebut akan disita oleh pihak bank manakala mereka gagal dalam melunasi utang, padahal nilainya jauh lebih besar dari nilai pembiayaan yang didapatkan. Oleh karena itu, diperlukan sosialisasi yang intensif bahwa agunan bukanlah persyaratan yang utama dalam pengajuan pembiayaan.

f. Prosedur yang Rumit

Perbankan memiliki sejumlah prosedur sebelum memutuskan pemberian pembiayaan kepada pelaku usaha. Prosedur ini diperlukan untuk mengurangi risiko gagal bayar. Akan tetapi, prosedur ini juga dapat berdampak negatif kepada keengganan pelaku usaha untuk mengakses pembiayaan dari bank. Keengganan ini dapat bermuara dari ketidakmampuan dari pelaku usaha untuk mengikuti sejumlah prosedur yang ditetapkan dan juga dapat bermuara dari kemalasan dari pelaku usaha yang merasa direpotkan untuk memenuhi sejumlah prosedur tersebut.

4.2 IDENTIFIKASI PELAKU USAHA GERABAH DESA BANYUMULEK

Untuk mengidentifikasi pelaku usaha, digunakan metode wawancara dengan pertanyaan yang telah disiapkan (kuesioner). Narasumber survei terdiri dari 30 orang dengan rincian 2 Laki-laki dan 28 Perempuan. Ada 25 perajin, 2 pemilik *art shop* dan 3 pengepul yang menjadi narasumber. Jumlah narasumber survei di Lombok Barat terbilang lebih banyak daripada survei di Garut. Hal ini dikarenakan populasi jumlah pelaku usaha yang meliputi *art shop*, perajin, dan pengepul gerabah di Banyumulek jauh lebih banyak, yakni mencapai 520 unit usaha dan 18 pengusaha pengepul.¹ Jumlah sampel sebanyak 30 mengikuti sebuah aturan umum bahwasanya semakin banyak sampel, maka semakin dekat dengan rata-rata populasi (Groebner et al, 2008). Secara persentase, jumlah 30 pelaku usaha adalah 5% dari total populasi. Persentase ini masih terbilang kecil, namun dianggap sudah cukup menggambarkan kondisi pelaku usaha gerabah di Banyumulek, Kediri-Lombok Barat karena karakteristik pelaku usaha di daerah tersebut yang cenderung homogen. Berbeda dengan Garut, meski hanya 10 orang namun jumlah tersebut adalah 71% dari total populasi. Adapun identifikasi yang dilakukan meliputi: a) Profil pelaku usaha dan b) Literasi keuangan pelaku usaha.

4.2.1 Profil Pelaku Usaha

Untuk menjelaskan profil usaha, terdapat dua penjelasan utama yang dapat digunakan, yaitu penjelasan secara internal dan eksternal dari setiap pelaku usaha. Adapun penjelasan secara internal usaha meliputi: a) Lama Usaha, b) Usia responden, c) Jumlah Karyawan, d) tingkat pendidikan responden, e) Bentuk Usaha, dan f) Omzet/Tahun.

a. Lama Usaha

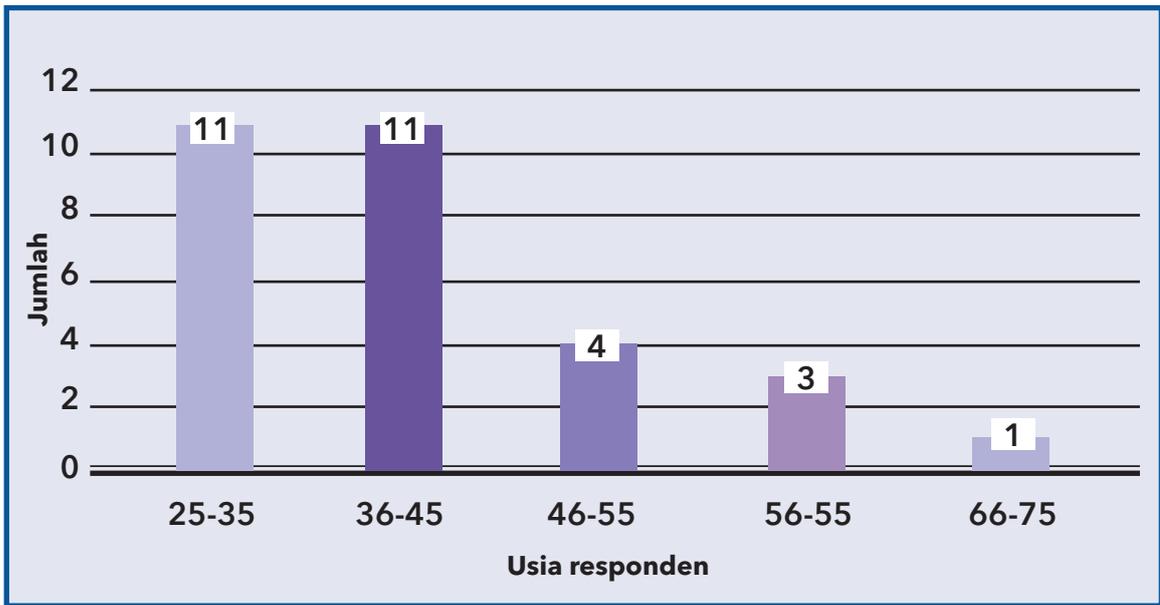
Berdasarkan jangka waktu usaha, seluruh responden telah menjalankan usaha lebih dari 10 tahun.

b. Usia Responden

Sebagian besar responden masih berada pada usia produktif, di mana sebagian besar adalah mereka yang berusia dari 25 - 45 tahun dan beberapa di usia 46 - 55 tahun. Rentang usia ini adalah masih usia produkti. Lebih detail, dijelaskan pada gambar berikut:

¹ Buku Profil Dinas Perindustrian dan Perdagangan 2015

Gambar 4.10 Usia Responden Gerabah

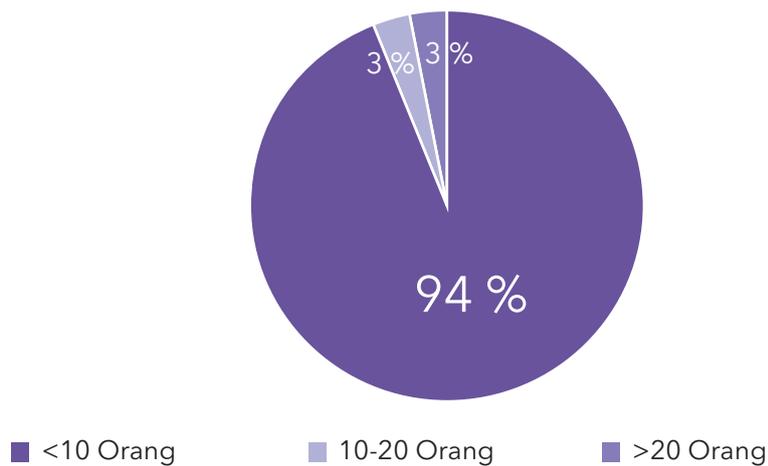


c. Jumlah Karyawan

Jumlah karyawan yang dimiliki oleh responden sebagian besar kurang dari sepuluh orang. Hanya 3% responden yang memiliki karyawan lebih dari 30 orang, dan 3% responden memiliki karyawan antara 10 sampai dengan 20 orang.

Mayoritas pelaku usaha memiliki kurang dari 10 karyawan, lebih tepatnya berkisar 2 sampai 3 karyawan. Hal ini dapat diketahui dari gambar di bawah:

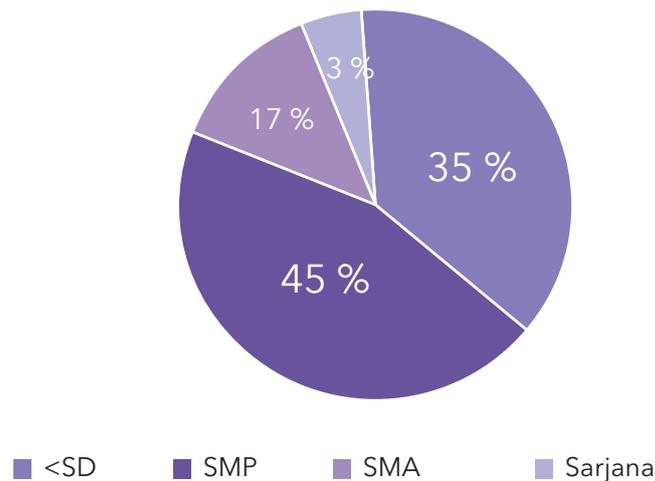
Gambar 4.11 Jumlah Karyawan Gerabah



d. Tingkat Pendidikan Responden

Di sisi lain, jika dilihat dari tingkat pendidikan responden, sebagian besar dari mereka belum menyelesaikan wajib pendidikan 9 tahun. Kesimpulan tersebut diambil dari gambar dibawah yang menyatakan bahwa sebanyak 80% responden menyelesaikan pendidikan di Sekolah Dasar atau kurang dari Sekolah Dasar. Kemudian sebanyak 17% responden telah menyelesaikan pendidikan minimal 9 tahun (tingkat SMP) dan hanya 3% dari responden yang telah menyelesaikan sampai tahap Strata 1 (Sarjana).

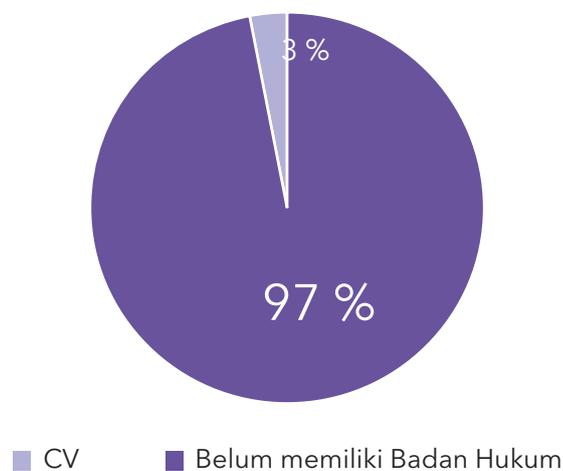
Gambar 4. 12 Tingkat Pendidikan Responden Gerabah



e. Bentuk Usaha

Sementara itu, terkait dengan bentuk usaha yang dijalankan oleh responden, sebagian besarnya adalah usaha yang belum memiliki badan hukum, artinya mereka belum memiliki izin dari dinas terkait. Sedangkan hanya 3% responden yang telah memiliki izin usaha. Adapun penjelasan tersebut dirangkum dalam gambar berikut:

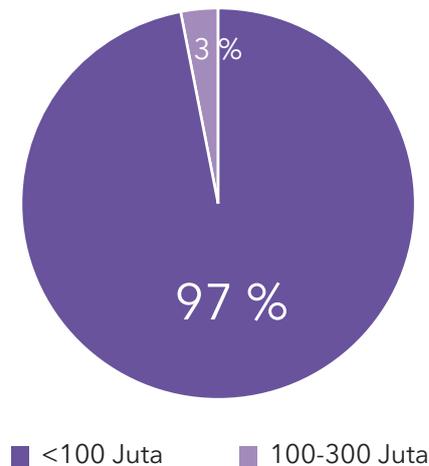
Gambar 4. 13 Bentuk Usaha Responden Gerabah



f. Omzet per Tahun

Omzet per tahun yang didapatkan oleh responden dari pengelolaan Industri Gerabah masih kurang dari Rp100 juta per tahun. Dengan kata lain, rata-rata penjualan tiap bulannya tidak lebih dari Rp8,4 juta. Hanya 3% dari responden yang memiliki usaha dengan omzet dari 100 juta sampai dengan Rp300 juta. Dari omzet ini dapat dipetakan bahwa seluruh pelaku usaha termasuk kategori Usaha Mikro, dan tidak ada dari responden yang berada pada kategori Usaha Kecil atau Usaha Menengah. Penjelasan akan hal tersebut dirangkum dalam gambar berikut ini:

Gambar 4. 14 Tingkat Penjualan Gerabah



4.2.2 Literasi Keuangan Pelaku Usaha Gerabah

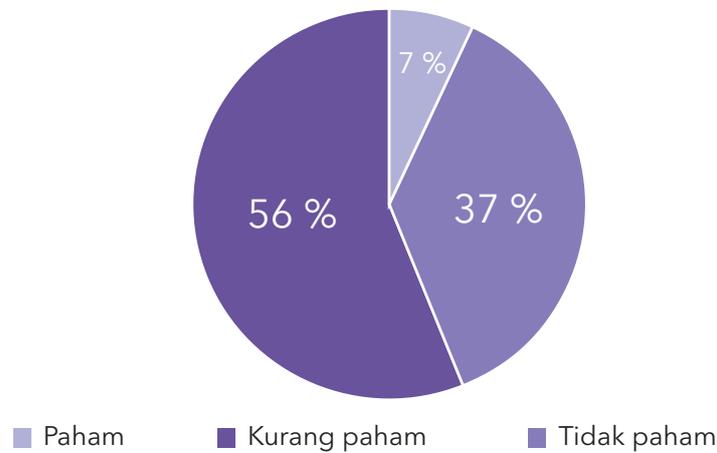
Identifikasi eksternal dari setiap usaha memperhatikan hal - hal sebagai berikut: a) penggunaan jasa perbankan, dan b) pemahaman responden tentang jasa layanan keuangan dan asuransi syariah. Pelaku usaha gerabah sendiri pada umumnya belum menggunakan jasa perbankan, hanya 6,7% dari responden yang telah memiliki rekening di bank. Para pemilik rekening ini adalah para pengusaha *art shop*. Dengan demikian, tidak ada satu pun perajin yang memiliki rekening perbankan, seperti yang dijelaskan pada gambar berikut:

Gambar 4. 15 Kepemilikan Rekening Responden Gerabah



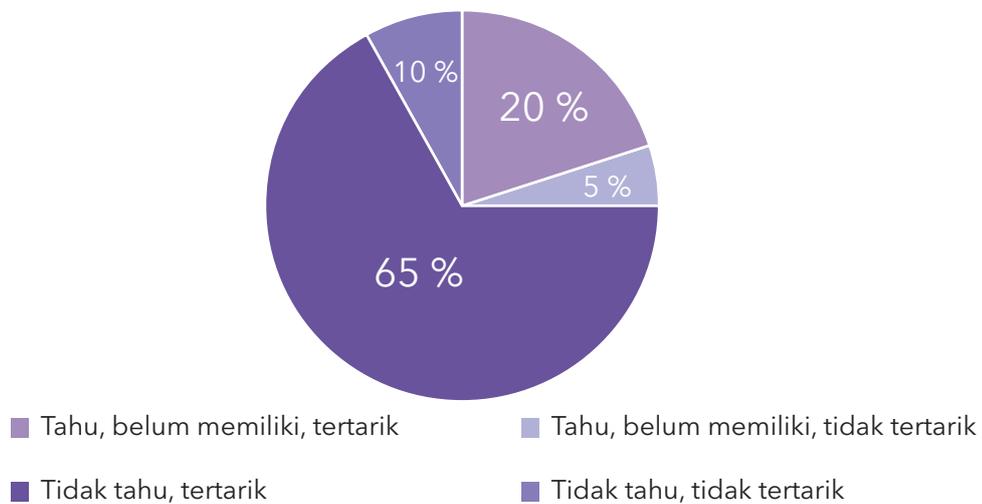
Dikarenakan sebagian besar responden belum memiliki rekening, maka bisa dipastikan sebagian besar responden tidak mengetahui tentang layanan keuangan konvensional. Adapun untuk pemahaman responden tentang layanan keuangan dan asuransi syariah, maka ada tiga pertanyaan inti untuk mengukur tingkat pemahaman tersebut, yaitu: a) pemahaman tentang bank syariah, b) pengetahuan tentang perbankan syariah, dan c) pengetahuan tentang asuransi syariah. Secara umum, sebagian besar responden belum mengetahui bank syariah, hanya 7% dari responden yang paham tentang perbankan syariah dan 93% dari responden kurang paham dan tidak paham dengan perbankan syariah, dengan rincian 37% tidak paham dan 56% kurang paham. Pemahaman tentang perbankan syariah sendiri diukur dengan pertanyaan kepada responden tentang perbankan syariah dengan kata kunci berupa *riba*. Rangkuman penjelasan tersebut digambarkan pada gambar berikut:

Gambar 4. 16 Pemahaman Responden Gerabah tentang Perbankan Syariah



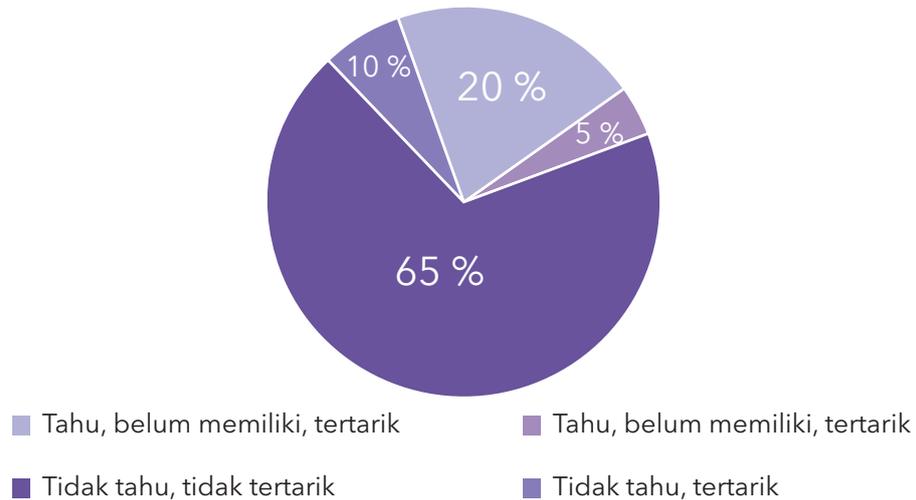
Akan tetapi, walaupun sebagian besar dari responden tidak paham dan kurang paham dengan perbankan syariah seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, sebagian besar responden justru tertarik dengan produk perbankan syariah. Sebanyak 90% dari responden tertarik dengan bank syariah dan hanya 10% dari responden yang tidak tertarik dengan bank syariah, seperti yang dijelaskan pada gambar berikut:

Gambar 4. 17 Pengetahuan Responden Gerabah tentang Perbankan Syariah



Begitu pula dengan asuransi syariah. Sebanyak 90% tertarik dengan asuransi syariah, dan hanya 10% dari responden yang tidak tertarik dengan asuransi syariah, seperti yang dijelaskan pada gambar berikut:

Gambar 4. 18 Pemahaman Responden Gerabah tentang Asuransi Syariah



Berdasarkan penjelasan tersebut, maka perlu dirancang produk-produk yang sesuai dengan kebutuhan, kondisi usaha dan ekonomi serta nilai-nilai yang diyakini oleh pelaku usaha gerabah, termasuk persyaratan-persyaratan yang bersifat administratif. Salah satu pendekatan yang dapat dilakukan untuk mengetahui kebutuhan, kondisi usaha dan ekonomi adalah dengan pendekatan *value chain* atau rantai nilai dalam proses produksi sampai dengan distribusi usaha gerabah.

4.2.3 Alasan Pelaku Usaha Gerabah Tidak Memanfaatkan Pembiayaan dari Perbankan

Ada beberapa alasan kenapa pelaku usaha tidak memanfaatkan layanan keuangan perbankan. Pertama, usaha para perajin gerabah masih dalam skala yang mikro. Mereka tergolong *unbankable*. Mereka tidak memiliki agunan yang menjadi salah satu persyaratan untuk mendapatkan pembiayaan dari perbankan. Para perajin tidak memiliki rekening di perbankan. Berbeda dengan pengepul ataupun *art shop* yang sudah memiliki rekening di perbankan. Meski demikian, baik pengepul ataupun *art shop* juga tidak memanfaatkan pembiayaan dari perbankan dengan alasan agama.

Kedua, faktor agama mempengaruhi sikap pelaku usaha dalam memanfaatkan jasa/produk layanan keuangan. Mereka mengetahui bahwa bunga dalam pinjaman adalah suatu hal yang diharamkan oleh syariah, karena hal tersebut termasuk dalam praktik riba. Oleh karena itu, pelaku usaha menolak pemanfaatan permodalan baik itu dari perbankan maupun dari rentenir yang biasa dikenal dengan istilah "bank rontok".

4.3 ANALISIS RANTAI NILAI USAHA BATIK GARUT

4.3.1 Pemetaan Aktor Usaha Batik Garut

Stakeholder usaha batik dapat ditelusuri dari rantai nilai usaha tersebut. Sebagaimana diketahui bahwa masing-masing rantai melibatkan *stakeholder*, baik internal usaha batik itu sendiri maupun pihak eksternal seperti pemerintah, asosiasi, dan koperasi. Dalam rantai nilai usaha batik garut terdapat empat tingkatan yang terdiri dari: a) Pemasok bahan baku, b) Produsen batik 2, c) Pedagang batik, dan d) Konsumen. Pemetaan aktor sebagaimana tabel berikut:

Tabel 4.5 Pemetaan Aktor usaha Batik Garut

	Batik Kain Katun	Batik Kain Sutera
Pemasok Bahan Baku	Toko pelangi di Tasikmalaya (Toko alat perlengkapan membatik)	Rumah Tenun Amin (RTA) Importir Benang Sutera di Surabaya
Produsen Batik	<ol style="list-style-type: none"> 1. RPG 2. Batik Sutera Panauan 3. RM Batik Garutan 4. SHD 5. Beken 6. Ratnasari 7. Gasik 8. Pudini 9. Namira 10. Tulen 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Viera (Sutera) 2. Isam Tenun Sutera 3. Rumah Tenun Amin (RTA)
Pedagang Batik	<ol style="list-style-type: none"> 1. RPG Batik Sutera Panauan 2. RM Batik Garutan 3. SHD 4. Beken 5. Ratnasari 6. Gasik 7. Pudini 8. Namira 9. Tulen 10. AFR Batik (pedagang online) 11. Abbaz 12. Sirung 13. Kaotama 14. Gudang Uyah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Viera (Sutera) 2. Isam Tenun Sutera 3. Rumah Tenun Amin (RTA)
Konsumen	Masyarakat lokal, pemerintah daerah, Kolektor Batik, dan Wisatawan lokal.	

a. Pemasok bahan baku

Bahan baku yang paling utama dalam industri batik adalah kain mori. Ada dua jenis kain mori yang digunakan oleh pelaku usaha batik Garut, yaitu kain mori berbahan sutra dan kain mori berbahan katun. Ada beberapa produsen kain sutra di Garut. Selain menjual kain sutra, sebagian produsen kain sutra juga memproduksi batik. Mereka mendapatkan bahan baku sutra dari importir sutra di Surabaya. Adapun produsen batik dengan kain katun, memperoleh bahan baku dari pedagang kain di Tasikmalaya dan Pekalongan. Bila kebutuhan kain cukup besar, mereka cenderung membeli dari daerah Pekalongan yang relatif lebih murah.

b. Produsen Batik

Aktor yang terlibat di dalamnya adalah produsen batik sutra dan batik kain katun. Proses produksi batik diawali dengan tahap persiapan, di mana ukuran kain harus disesuaikan dengan melakukan pemotongan kain. Pinggiran kain yang telah dipotong kemudian dijahit supaya rapi. Kain yang sudah rapi kemudian diketel (diuapkan), dicuci, lalu dikeringkan. Proses selanjutnya adalah Perekatan lilin atas kain yang sudah diberikan pola dan dibatik, pewarnaan naptol (*Nyolet*, Pengerangan, *Mbironi*, Pengerangan, Pewarnaan), pewarnaan vetsol, *nglorod* dan *finishing*. Tahap *finishing* ini mencakup pengerangan, pelipatan, pelabelan dan pengemasan.

Hal yang menarik adalah terdapat beberapa pelaku usaha yang meminta pihak ketiga untuk memproduksi batik atau biasa dikenal dengan istilah maklun, misalnya memesan produksi ke Cirebon atau Pekalongan.

c. Pedagang Batik

Aktor yang terlibat di dalam adalah pedagang batik. Pada usaha batik Garut, aktor yang terlibat tidak terbatas hanya pedagang saja, akan tetapi produsen batik juga. Semua produsen batik juga menjual langsung kerajinan batiknya. Adapun aktor yang hanya menjadi pedagang batik adalah Batik Abbaz, Koatama, Gudang Uyah dan pedagang *online*.

d. Konsumen

Konsumen membeli batik baik melalui pedagang batik ataupun produsen batik. Ada tiga jenis batik yang dapat dibeli oleh konsumen, yaitu batik tulis, batik cap dan batik semi tulis. Selain kain, pembeli juga dapat membeli batik dalam bentuk pakaian jadi. Bagi konsumen yang berpenghasilan tinggi dapat membeli batik tulis dengan harga paling rendah adalah Rp1.000.000. Terdapat pula jenis batik semi tulis, yaitu pakaian batik cap yang ditambahkan kain batik tulis pada bagian tertentu, misal di bagian kerah baju. Untuk sistem pembayaran, sebagian pelaku usaha telah menyediakan sistem EDC (*Electronic Data Capture*).

Adapun *stakeholder* yang terlibat dalam industri batik garut ialah *stakeholder* pendukung dan *stakeholder* fasilitator. Untuk *stakeholder* pendukung, aktor yang terlibat ialah perbankan (Bank Mandiri dan Bank BCA) dan BUMN (PT. Telkom, PT. Pertamina, PGN, PT. Angkasa Pura). Dukungan utama perbankan yang sering dimanfaatkan oleh pelaku usaha batik adalah sistem pembayaran EDC (*Electronic Data Capture*) dan layanan transfer, sedangkan dukungan BUMN adalah berupa pinjaman lunak kepada pelaku usaha sebagai bagian dari *Coporate Social Responsibility* (CSR). Sementara itu, *stakeholder* fasilitator ialah dinas terkait seperti Dinas Perindustrian dan Perdagangan (DISPERINDAG) Kabupaten Garut dan Dinas Koperasi, UMKM dan BMT Kabupaten Garut. Dukungan yang sudah diberikan oleh Dinas Koperasi, UMKM dan BMT adalah penyelenggaraan kegiatan pameran batik bagi para pedagang, berlokasi di Garut serta fasilitasi promosi pameran di luar Garut. Di lain sisi, DISPERINDAG memberikan sejumlah pelatihan

4.3.2 Pemetaan Volume Penjualan, Nilai Produk, Proporsi Biaya, informasi dan transfer Teknologi Pada Usaha Batik Garut

Total biaya produksi yang dikeluarkan oleh pelaku usaha mencapai Rp556.000 per lembar kainnya. Selain biaya produksi, terdapat sejumlah biaya yang dikeluarkan untuk operasional. Biaya operasional meliputi biaya transportasi, listrik, air, promosi dan lain-lain. Secara rata-rata, biaya operasional pelaku usaha batik berkisar Rp100.000 - Rp200.000. Dengan harga jual batik Tulis yang berkisar antara Rp1 juta hingga Rp1,5 juta, maka tingkat keuntungan yang didapatkan oleh pelaku usaha sejumlah Rp244.000-Rp735.000. Hasil survei menunjukkan bahwa para produsen batik rata-rata mengambil keuntungan sekitar 25% dari harga jual.

Sementara itu, struktur biaya terbesar dalam proses produksi batik Tulis adalah upah bagi para perajin batik yang nilainya mencapai 71% dari total biaya produksi. Waktu pengerjaan yang cukup lama, berkisar 1 - 2 bulan per lembar dan jumlah perajin batik yang tidak terlalu banyak adalah faktor dari tingginya biaya perajin batik. Adapun rincian dari struktur biaya produksi batik garut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.6 Struktur Biaya Produksi Batik Tulis Garut

No	Kebutuhan Produksi	Biaya	%	Satuan
1	Kain Mori	Rp 50.000	9	Lembar kain
2	Malam/Lilin	Rp 35.000	6	Kg
3	Pewarna	Rp 30.000	5	Set
4	Tenaga Kerja (Perajin Batik)	Rp 400.000	71	Individu tenaga kerja
5	Bahan Soda api (HCL) + Tepung kanji	Rp 16.000	3	Set
6	Peralatan (canting + Gas)	Rp 35.000	6	Set
Total		Rp 556.000	100	

Adapun volume produksi yang dapat dihasilkan oleh para pelaku usaha, nilainya berbeda-beda antara satu pelaku usaha dengan pelaku usaha lainnya. Dengan memperhatikan omzet penjualan mereka per bulan kemudian dibagi dengan harga jual, hasilnya menunjukkan bahwa volume produksi bervariasi, mulai dari lima lembar kain hingga 300-an kain pada setiap bulannya.

Sementara itu, nilai tambah yang terdapat pada rantai nilai setiap aktor dapat dibedakan melalui dua saluran, yakni pertama, produsen menjual langsung ke konsumen (tidak melalui pedagang), dan kedua, produsen menjual ke pedagang. Nilai tambah suatu produk merupakan hasil dari nilai produk akhir dikurangi dengan biaya antara yang terdiri dari biaya bahan baku dan bahan penolong (Tarigan, 2004). Nilai tambah adalah nilai yang ditambahkan kepada barang dan jasa yang dipakai oleh unit produksi dalam proses produksi sebagai biaya antara. Nilai yang ditambahkan ini sama dengan balas jasa atas ikut sertanya faktor produksi dalam proses produksi. Menurut Makki et al (2001), apabila komponen biaya antara yang digunakan nilainya semakin besar, maka nilai tambah produk tersebut akan semakin kecil. Begitu pula sebaliknya, jika biaya antaranya semakin kecil, maka nilai tambah produk akan semakin besar. Nilai tambah merupakan indikator makro yang digunakan untuk mengukur kontribusi rantai nilai terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Nilai tambah berbeda dengan keuntungan. Nilai tambah meliputi biaya internal perusahaan seperti biaya gaji, sewa dan depresiasi (Hieu dan Eiligmann, 2010).

Tabel 4.7 Nilai Tambah Produk Batik Tulis Garut: Produsen Menjual Langsung ke Konsumen

Aktor	Harga Jual Produksi/ lembar kain	Biaya Antara (Rp)	Nilai Tambah (Rp)	Keterangan
Pemasok	166.000	Tidak Diketahui	166.000	Pemasok Tidak menjadi objek penelitian
Produsen	1.250.000 (harga rata-rata)	166.000	1.084.000	Biaya antara tidaklah termasuk biaya perajin batik dan biaya operasional non-produksi.

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai tambah yang paling besar adalah pada aktor produsen, di mana mereka dapat menciptakan nilai tambah sebanyak Rp1.084.000. Adapun nilai tambah bila penjualan melalui pedagang dapat dijelaskan oleh tabel berikut:

Tabel 4.8 Nilai Tambah Produk Batik Tulis Garut: Produsen Menjual Langsung ke Pedagang

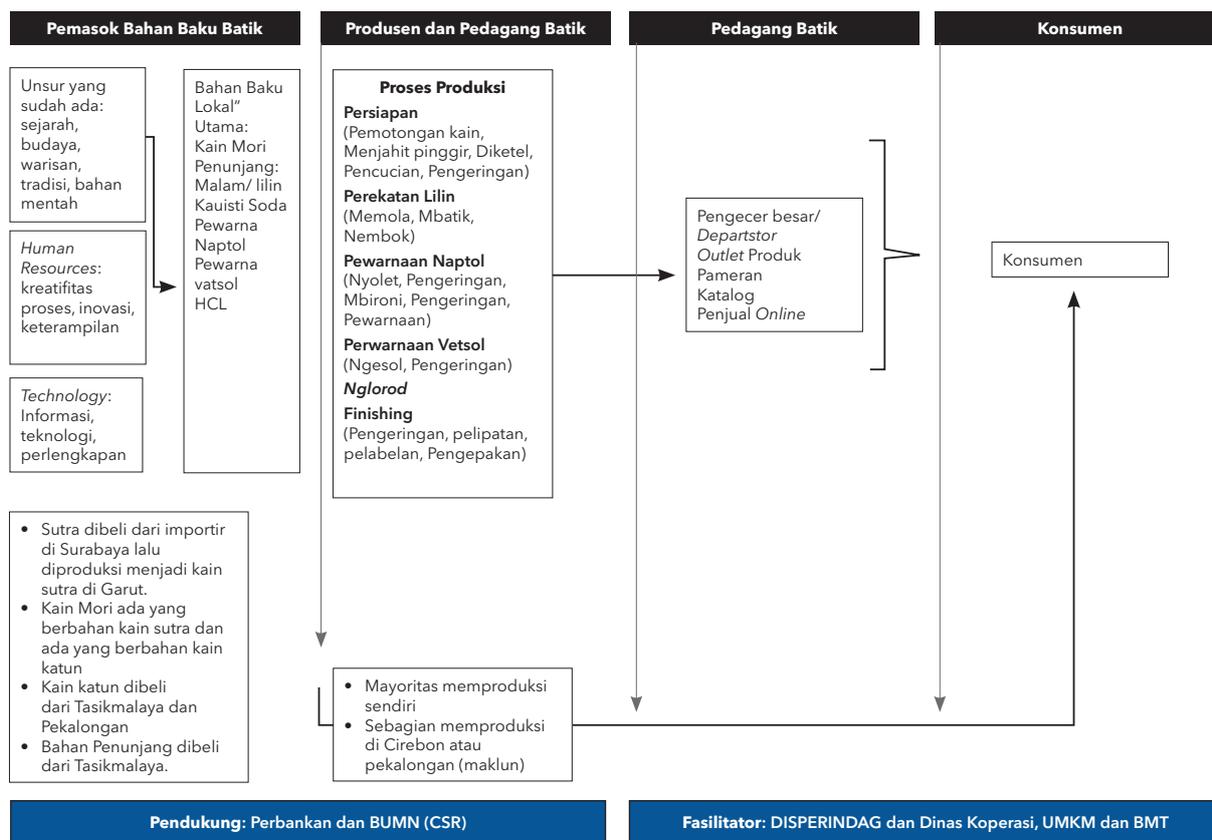
Aktor	Harga Jual Produksi/ lembar kain	Biaya (Rp)	Nilai Tambah (Rp)	Keterangan
Pemasok	166.000	Tidak Diketahui	166.000	Pemasok Tidak menjadi objek penelitian
Produsen	850.000	166.000	634.000	Biaya antara tidaklah termasuk biaya tenaga kerja (perajin batik) dan biaya operasional non-produksi.
Pedagang	1.250.000	850.000	400.000	

Ketika penjualan batik melalui para pedagang, maka perajin akan mengurangi keuntungannya hingga 15% dari harga jual minimal (Rp1.000.000). Akibatnya, nilai tambah yang dihasilkan oleh produsen berkurang menjadi Rp634.000, sedikit lebih tinggi dari nilai tambah pedagang sebanyak Rp400.000.

Dari sisi keuntungan, produsen akan mendapatkan keuntungan yang lebih besar jika menjual langsung ke konsumen dibandingkan dengan menjual ke pedagang. Meski demikian, penjualan ke pedagang juga cukup menguntungkan dari sisi volume. Para pedagang senantiasa membeli dari perajin dalam jumlah yang besar. Hubungan transaksi antara pedagang dan produsen biasanya dalam bentuk jual beli putus. Sistem konsinyasi cenderung dihindari oleh para produsen.

Teknologi yang digunakan masih sederhana. Industri kerajinan adalah industri padat karya. Produksi banyak bergantung kepada tenaga kerja dibandingkan dengan teknologi. Adapun teknologi yang digunakan dalam industri batik garut masih sebatas canting untuk batik tulis dan cap batik untuk batik cap. Adapun batik tulis yang terbuat dari kain sutra, maka diperlukan Alat Tenun Bukan Mesin (ATBM) dalam membuat kain sutra. Penggunaan teknologi seperti *printing* justru bertentangan dengan konsep batik. Oleh karenanya, batik hasil *print*, tidaklah dikategorikan sebagai batik, melainkan kain yang hanya bermotifkan batik.

Gambar 4.19 Value Chain Batik Garut



4.4 ANALISIS RANTAI NILAI USAHA GERABAH

4.4.1 Pemetaan Aktor usaha

Secara umum, dalam rantai nilai usaha gerabah di Banyumulek, Lombok Barat terdapat enam aktor dari awal pengepulan bahan baku sampai dengan distribusi kepada konsumen: a) Pemasok bahan baku, b) Pengelolaan dan penyediaan bahan baku, c) Produksi tahap I pembuatan gerabah, d) Produksi tahap II pembuatan gerabah, e) Penjual, dan f) Konsumen.

Tabel 4.9 Pemetaan Aktor Industri Gerabah Banyumulek

No	Keterangan	Jumlah
1	Jumlah Penduduk Desa Banyumulek	7,815 jiwa
2	Jumlah perajin	3,160 orang
3	Jumlah Unit Usaha	520 Unit
4	Jumlah tenaga kerja	2,080 orang
5	Jumlah Pengusaha pengepul	18 unit
6	Jumlah Tungku Pembakaran	20 buah
7	Nilai Produksi/Tahun	8,736,000,000.00
8	Kapasitas produksi/Tahun	582,400/buah

Sumber: Buku Profil Dinas Perindustrian dan Perdagangan 2015

a. Pemasok Bahan baku

Pada rantai pertama, atau pemasok bahan baku, aktivitas utamanya ialah pengepulan bahan baku yang terdiri tanah liat, pasir, kayu bakar, serabut kelapa, batu bata, minyak tanah dan cat. Bahan baku utamanya, yaitu tanah liat atau tanah malit dalam bahasa lokal didapatkan dari daerah pegunungan di sebelah selatan Pelabuhan Lembar, tepatnya di Desa Lendang Andus Kecamatan Lembar. Tanah liat bahan baku gerabah bisa berwarna merah, kuning, hijau atau hitam, yang akan menghasilkan warna yang berbeda pada gerabah ketika melalui tahap pembakaran (Febriyanti, 2015). Para pemasok ini mendapatkan bahan baku tanah liat dari Kawasan Sekotong di Lombok Barat dan selanjutnya menjual kepada para perajin dengan harga Rp120.000 per mobil *pick up*.²

b. Produsen Gerabah

Kemudian pada rantai kedua, atau pengelolaan dan penyiapan bahan baku, aktivitas utamanya ialah pengeringan, pembersihan dan pembuatan adonan. Pada tahapan ini aktor utama yang terlibat adalah perajin. Perajin di Banyumulek, yang mayoritas adalah wanita, menjalankan hampir seluruh proses produksi kerajinan gerabah. Dalam sehari mereka mampu memproduksi 10 sampai 15 gerabah berbentuk kecil hingga ukuran gentong setinggi bahu orang dewasa dengan rata-rata pendapatan per perajin adalah Rp30.000 - Rp50.000 per hari atau setara dengan kurang lebih Rp900.000 - Rp 1.500.000 per bulannya.³

Pada distribusi tingkat ketiga atau produksi tahap I pembuatan gerabah, aktor yang terlibat di dalamnya adalah perajin gerabah. Pada rantai distribusi tahap ini, aktifitas utamanya adalah membentuk, membakar sampai dengan mewarnai hasil kerajinan gerabah yang sebelumnya telah dilaksanakan. Aktor yang terlibat ialah perajin gerabah yang mempunyai tugas untuk membuat kerajinan dan perajin gerabah yang mempunyai tugas untuk membakar hasil kerajinan.

Distribusi atau produksi tahap II pembuatan gerabah, aktivitas utamanya adalah penyelesaian tahap akhir dari kerajinan yang telah dibuat oleh perajin. Biasanya, aktor yang terlibat dalam penyelesaian tahap akhir tersebut merupakan pengepul, *art shop* atau koperasi. Kerajinan gerabah yang telah selesai dibuat oleh perajin akan dimodifikasi sesuai dengan daya jual konsumen yang dinilai oleh masing-masing *art shop*, pengepul dan koperasi.

c. Distribusi Gerabah

Selanjutnya, di tingkat rantai distribusi yang kelima, aktor yang terlibat adalah agen/eksportir. Hal ini disebabkan, aktivitas utama dari rantai kelima adalah penjualan. Agen/eksportir mendapatkan kerajinan gerabah dari pengepul dan koperasi yang kemudian akan dijual ke pasar luar negeri (ekspor).

Pada rantai distribusi yang terakhir, aktor yang terlibat adalah konsumen baik dalam negeri maupun luar negeri. Konsumen mendapatkan kerajinan gerabah melalui pengepul, *art shop* dan koperasi yang terlibat dalam transaksi jual beli luar negeri.

d. Aktor pendukung

Adapun *stakeholder* yang terlibat dalam proses produksi kerajinan gerabah ialah *stakeholder* pendukung dan *stakeholder* fasilitator. Untuk *stakeholder* pendukung, aktor yang terlibat ialah Koperasi Lombok Pottery, KPS Perempuan Lelede dan Baitut Tamkin Lumbung Bersaing (BTLB). Sedangkan *stakeholder* fasilitator ialah dinas terkait seperti Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Kabupaten Lombok Barat, Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Barat, serta Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Lombok Barat.

2 Profil Kegiatan Ekonomi Lokal dan Daerah Provinsi Nusa Tenggara Barat (Kota Mataram dan Kota Lombok Barat), 2012, diakses dari www.peld.web.id, hal. 75-76.

3 Ibid, hal. 76.

4.4.2 Pemetaan Volume Penjualan, Nilai Produk, Proporsi Biaya, informasi dan transfer Teknologi Pada Usaha Gerabah

Dengan banyaknya variasi produk gerabah, biaya yang dikeluarkan untuk masing-masing produk berbeda-beda. Secara rata-rata, total biaya yang dikeluarkan oleh setiap pelaku usaha gerabah adalah antara 50% hingga 75% dari harga jual.

Adapun volume produksi dalam sehari, mereka mampu memproduksi 10 sampai 15 gerabah berbentuk kecil hingga ukuran gentong setinggi bahu orang dewasa dengan rata-rata pendapatan per perajin adalah Rp30.000 - Rp50.000 per hari atau setara dengan kurang lebih Rp900.000 - Rp1.500.000 per bulannya. Berbeda dengan pengepul yang dapat menerima omzet hingga Rp25 juta per bulan.

Harga jual gerabah di Banyumulek berbeda-beda sesuai dengan tingkat kesulitan pembuatan dan ornamennya. Adapun kisaran harganya dari Rp1.500 sampai Rp50.000. Rincian dari struktur biaya produksi gerabah dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.10 Struktur Biaya Produksi Gerabah

No.	Kebutuhan Produksi	Biaya
1.	Tanah liat per kijang	Rp 150.000/kijang
2.	Pasir per karung	Rp 10.000/karung
3.	Kayu Bakar per ikat	Rp 10.000
4.	Jerami (per cidomo)	Rp 50,000
5.	Solar (per liter)	Rp 6.500
6.	Pewarna/oker (per bungkus)	Rp 5.000
7.	Minyak tanah (per liter)	Rp 10.000
8.	Asam (per liter)	Rp 15.000
9.	Sabut Kelapa (per karung)	Rp 5.000

Sementara itu, untuk mengetahui nilai tambah yang terdapat pada rantai nilai setiap aktor berikut ini disampaikan nilai tambah dari salah satu produk unggulan gerabah Banyumulek, yakni kendi maling sebagaimana dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.11 Nilai Tambah Produk Gerabah: Kendi Maling (Melalui Pengepul)

Aktor	Harga Jual (Rp)	Biaya (Rp)	Nilai Tambah (Rp)
Perajin	25.000	15.000	10.000
Pengepul	35.000	25.000	10.000
Artshop	50.000	35.000	15.000

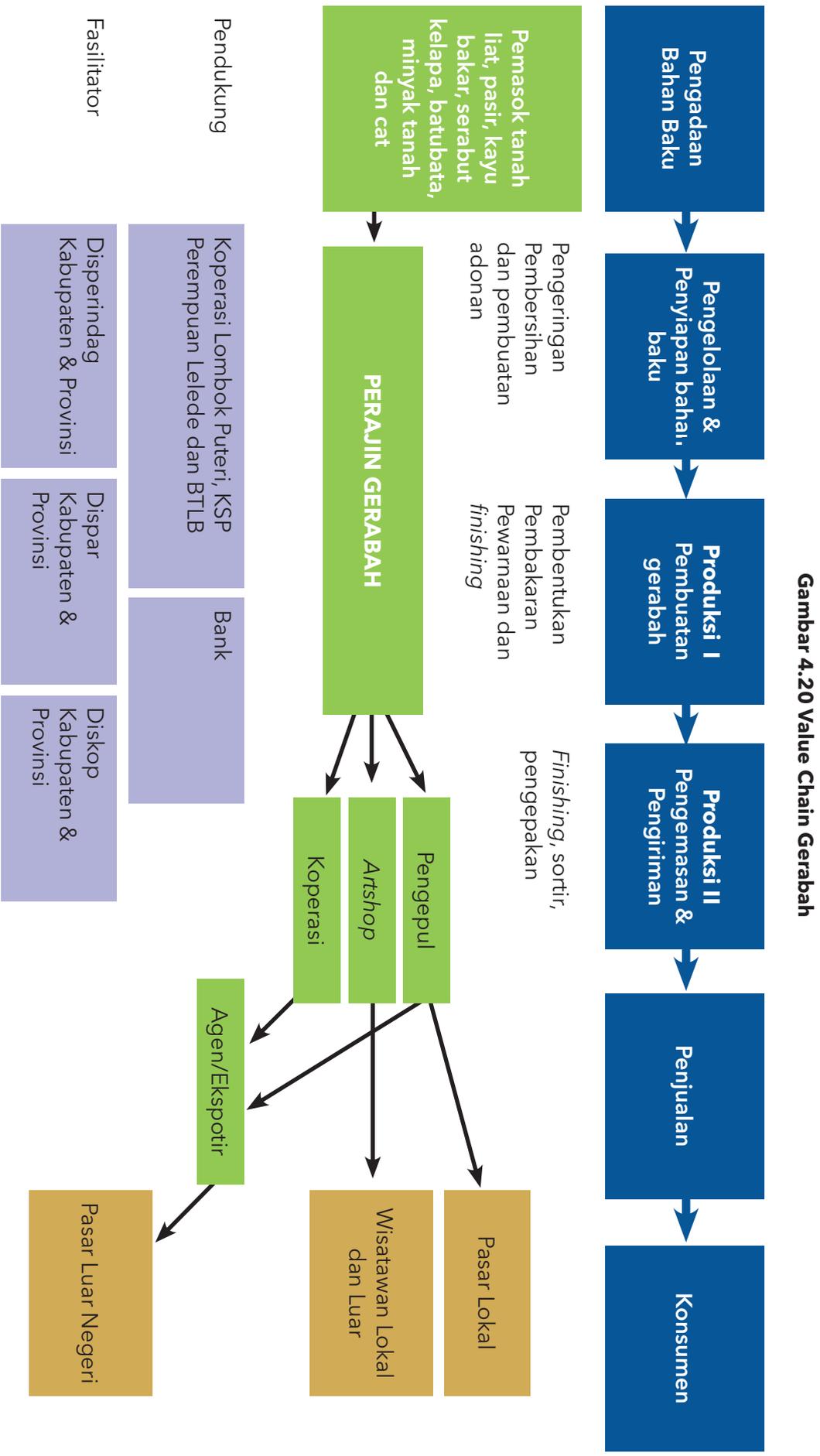
Tabel 4.12 Nilai Tambah Produk Gerabah: Kendi Maling (Melalui Koperasi)

Aktor	Harga Jual (Rp)	Biaya (Rp)	Nilai Tambah (Rp)
Perajin	25.000	15.000	10.000
Koperasi	50.000	25.000	25.000

Dapat dilihat dari tabel di atas bahwa perajin akan mendapatkan nilai tambah yang sama baik ketika menjual ke pengepul atau ke koperasi. Namun, yang perlu diperhatikan adalah terkait dengan keuntungan yang diraih oleh perajin akan jauh lebih besar ketika mereka menjual ke koperasi. Hal ini karena keuntungan hasil penjualan dari *art shop* yang dimiliki oleh koperasi akan dibagikan kepada para anggota koperasi. Dengan demikian, kehadiran koperasi mutlak diperlukan untuk meningkatkan kesejahteraan perajin.

Adapun teknologi yang digunakan masih sangat sederhana, di antaranya adalah alat pemutar yang digunakan untuk membuat/mencetak gerabah, baik pada saat pengolahan bahan baku yakni mencampur tanah liat dan pasir, dan penyaring untuk mendapatkan pasir dan tanah liat yang halus.⁴

4 Profil Kegiatan Ekonomi Lokal dan Daerah Provinsi Nusa Tenggara Barat (Kota Mataram dan Kota Lombok Barat), hal. 54



BAB V

ANALISIS MODEL BISNIS

5.1 MODEL BISNIS BATIK GARUT

Batik garut memiliki sejarah tersendiri yang merupakan budaya dan warisan turun temurun yang masih terjaga hingga saat ini. Industri batik secara umum adalah industri yang memiliki segmen konsumen yang luas. Terlebih lagi saat ini di Indonesia terdapat kewajiban pemakaian batik untuk beberapa instansi atau di acara-acara tertentu. Segmen konsumen Batik garut dapat dibagi menjadi dua, yaitu konsumen dengan daya beli tinggi dan konsumen dengan daya beli rendah.

Produsen batik biasanya akan memproduksi batik tulis, batik cap, dan juga batik campuran tulis dan cap. Hal ini dilakukan untuk memenuhi permintaan pasar akan batik garut. Bagi mereka yang memiliki daya beli tinggi dapat terpenuhi kebutuhannya dengan batik tulis atau batik campuran, sedangkan bagi mereka yang memiliki daya beli rendah, dapat membeli batik cap.

Saat ini, perajin dan pengusaha batik garut tidak banyak, kurang lebih 14 produsen batik. Karena hal itu, mereka sangat membutuhkan pihak-pihak yang mampu membantu agar batik garut tetap eksis dan berkembang. Batik garut masih sangat bergantung pada produsen kain mori dan pedagang peralatan dan keperluan batik lainnya dari luar Garut seperti Tasikmalaya, Pekalongan, Surabaya, dan Solo. Pengusaha batik garut juga masih sangat mengandalkan *event* pameran untuk mempromosikan produk mereka. Biasanya mereka akan bekerja sama dengan BUMN atau perusahaan lainnya yang memberikan pinjaman lunak dengan fasilitas keikutsertaan dalam pameran-pameran batik. Selain itu, perkembangan batik garut juga sangat dipengaruhi oleh jumlah perajin batik yang ada. Saat ini perajin batik mayoritas berusia 36 - 55 tahun. Pelatihan dan pembinaan dari dinas terkait sangat dibutuhkan sehingga perajin batik akan tetap ada dan terus bertambah.

Batik garut menawarkan motif yang berbeda dengan motif batik dari daerah lainnya seperti Cirebon, Pekalongan, Solo, dan daerah lainnya. Motif yang ditawarkan di antaranya adalah Ubin, Suliga Seling Tanjung Anom, Sekar Jagat, Sedamukti Payung, Rereng Sapatu, Merak Ngibing, Lepaan Merak, Lepaan Kupu, dan lain-lain. Selain motif, Batik garut juga menawarkan warna yang dominan cerah.

Banyak hal yang sudah dilakukan agar batik garut ini terus berkembang. Beberapa cara yang dilakukan antara lain mengenalkan cara membatik dengan memberikan pelatihan di sekolah maupun perguruan tinggi, memanfaatkan teknologi informasi yang tersedia, pemasaran yang lebih gencar melalui media sosial dan media lainnya, mengikuti event pameran, dan mewajibkan karyawan atau PNS untuk menggunakan batik pada hari tertentu.

Penjualan batik garut dilakukan melalui media sosial, toko pakaian, *online marketing*, pameran, *direct selling*, *display counter*, dan kerja sama dengan perusahaan-perusahaan seperti Garuda Indonesia, Telkom, Perusahaan Gas Negara (PGN), Pertamina, dan yang lainnya.

Berdasarkan kondisi tersebut, model bisnis usaha batik garut dapat dikelompokkan ke dalam tiga model bisnis, yaitu:

1. Pelaku usaha batik yang menjalankan kegiatan produksi sampai ke pemasaran,
2. Pelaku usaha batik yang melakukan maklun (membatikan ke masyarakat) dan menjual,
3. Pelaku usaha batik yang hanya berdagang batik.

a. Model Bisnis 1 : Pelaku Usaha Produksi-Pemasaran (*end User*)

Pelaku usaha batik ini melakukan kegiatan mulai dari pengadaan bahan baku, produksi batik sampai pemasaran ke pengguna akhir (*end user*). Model bisnis dari pelaku usaha batik jenis ini dapat dijelaskan oleh gambar berikut:

Gambar 5.1 Model Bisnis Batik Garut Produksi - Marketing

Mitra Utama: <ul style="list-style-type: none"> • Pemasok • Pedagang • Perajin Batik • <i>Reseller</i> • Pembina • Perindustrian 	Kegiatan: <ul style="list-style-type: none"> • Design • Produksi • Pemasaran 	Proposisi Nilai: <ul style="list-style-type: none"> • Corak khas Garutan 	Hubungan: <ul style="list-style-type: none"> • Loyalitas • 	Pelanggan: <ul style="list-style-type: none"> • Penggemar batik • Wisatawan Asing • Pengusaha • Pejabat • <i>Reseller</i>
	Sumber daya <ul style="list-style-type: none"> • <i>Designer</i> • Perajin Batik • Pengelola 		Saluran: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Outlet</i> • Hotel • <i>Reseller</i> 	
Struktur Biaya: <ul style="list-style-type: none"> • Biaya Kain • Biaya Bahan • Upah Perajin Batik • Biaya Pemasaran 			Sumber pendapatan: <ul style="list-style-type: none"> • Penjualan Batik • Pelatihan 	

Sebagai gambaran, harga per lembar (satu baju) kain Batik tulis berkisar Rp800.000 - Rp1.500.000. Oleh karena itu, pasar sasaran atau segmen pasar dari kain batik tulis ini adalah para penggemar batik, pengusaha, wisatawan asing, pejabat dan *reseller* yang menjual ke kota atau melalui *online*. Hal yang menjadikan batik garut bernilai tinggi dan digemari adalah karena coraknya yang kalem (*soft*) dan warnanya yang dominan cerah, sebagaimana contoh berikut:

Gambar 5. 2 Contoh Motif Batik Garut



Lepaan Melati



Lereng Pita Seling Bunga



Lereng Siki Bonteng



Merak Ngibing

Pelaku usaha batik ini memasarkan batik melalui *outlet* mereka sendiri, bekerja sama dengan hotel untuk melayani wisatawan asing serta melalui *reseller*. Hubungan pelaku usaha dengan segmen pasar adalah hubungan emosional kedaerahan. Atas penyediaan kain batik tulis ini, sumber pendapatan yang paling utama adalah dari penjualan. Sumber daya utama yang dimiliki oleh pelaku usaha batik ini adalah perajin batik, peralatan, desain gambar yang umumnya merupakan warisan turun temurun.

Kegiatan utama yang dilakukan oleh pelaku batik adalah: pengadaan bahan baku dan peralatan, proses pembuatan batik dan pemasaran atas kain batik tulis yang dihasilkan. Dalam menjalankan usahanya, mereka bekerja sama dengan pemasok, pedagang, perajin batik, *reseller*, pembina, perindustrian dan sponsor seperti dalam pemanfaatan (*Corporate Social Responsibility*) CSR.

Biaya-biaya yang dikeluarkan mencakup biaya pembelian bahan baku, biaya operasional, biaya upah pembatik dan biaya pemasaran. Walaupun usaha tergolong tidak besar, namun mereka tetap bertahan (*sustain*).

b. Model Bisnis 2 : Pelaku Usaha Maklun - Pembelian Produk - Pemasaran (*End User*)

Model bisnis lain dari pelaku usaha batik ini adalah melakukan maklun atau membatikkan kepada orang lain, dan pelaku usaha tersebut menjual hasil produksinya. Sebagian besar pelaku usaha melakukan maklun ke luar daerah, seperti Tasikmalaya, Pekalongan, dan Solo. Hasilnya, pelaku usaha juga memiliki batik dengan motif dari tempat maklun. Adapun target pasar, saluran distribusi dan sumber pendapatan relatif sama dengan model pertama. Struktur biaya merupakan biaya yang diperlukan untuk melakukan pembelian batik dan biaya pemasaran.

Gambar 5.3 Model Bisnis Batik Garut - Maklun

Mitra Utama: <ul style="list-style-type: none"> • Pengusaha batik • Lembaga Keuangan/ bank • Pembina • Perindustrian 	Kegiatan: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Design</i> • Produksi • Pemasaran 	Proposisi Nilai: <ul style="list-style-type: none"> • Corak khas Garutan • Variasi produk (Tasik, Pekalongan, Solo) 	Hubungan: <ul style="list-style-type: none"> • Personal • Kedaerahan 	Pelanggan: <ul style="list-style-type: none"> • Penggemar batik • Pengusaha • Pejabat
	Sumber daya: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Designer</i> • Perajin Batik • Pengelola 		Saluran: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Outlet</i> • Hotel 	
Struktur Biaya: <ul style="list-style-type: none"> • Baya Pembelian • Biaya Pemasaran 			Arus Pendapatan: <ul style="list-style-type: none"> • Penjualan batik 	

c. Model Bisnis 3 : Pelaku Usaha Batik yang hanya berdagang batik

Model bisnis yang terakhir dari usaha batik ialah model bisnis yang dirumuskan untuk pedagang batik. Pedagang batik yang dimaksud adalah pelaku usaha yang tidak memproduksi batik akan tetapi menjual kain batik di pasar atau di galeri ataupun menjual batik sesuai pesanan dengan konsep *Distribution Store* (Distro).

Secara umum, model bisnis yang dirumuskan bagi pedagang batik sangat berbeda dengan dua model bisnis sebelumnya. Hal ini dikarenakan, pedagang batik merupakan mitra dagang produsen batik, baik yang memproduksi batik sendiri ataupun produsen batik yang menggunakan sistem maklun. Perbedaan struktur model bisnis bagi pedagang batik setidaknya dapat dilihat dari *channel* Mitra Usaha, Hubungan, Sumber Daya, Struktur Modal dan Sumber Pendapatan. Penjelasan akan hal tersebut dapat dilihat dari gambar berikut:

Gambar 5.4 Model Bisnis Batik Garut - Pedagang

Mitra Usaha: <ul style="list-style-type: none"> • Penghasil Batik • Lembaga Keuangan • <i>Provider Online</i> 	Kegiatan: <ul style="list-style-type: none"> • Membeli batik • Memasarkannya 	Preposisi Nilai: <ul style="list-style-type: none"> • Corak khas Garutan • Variasi produk (Tasik, Pekalongan, Solo) 	Hubungan <ul style="list-style-type: none"> • Personal • 	Segmen Pasar: <ul style="list-style-type: none"> • Penggemar batik • Pengusaha • Wisatawan • Pejabat • <i>Reseller</i>
	Sumberdaya: <ul style="list-style-type: none"> • Modal • SDM 		Saluran: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Outlet</i> • <i>Online</i> 	
Struktur Biaya: <ul style="list-style-type: none"> • Harga Pokok • Biaya Operasional 			Sumber Pendapatan: <ul style="list-style-type: none"> • Penjualan batik 	

5.2 MODEL BISNIS GERABAH LOMBOK BARAT

Model bisnis Gerabah di Lombok Barat dapat dibedakan ke dalam beberapa model, di antaranya:

a. Model Bisnis Perajin

Sebagian perajin di Banyumulek hanya memproduksi gerabah setengah jadi, yaitu gerabah yang belum diproses lebih lanjut sehingga dapat memberikan nilai tambah berupa ukiran ataupun hiasan. Aktivitas produksi pada jenis perajin ini hanya terbatas pada proses pengeringan tanah liat sebagai bahan baku utama, kemudian dilanjutkan dengan pembuatan model gerabahnya, dan diakhiri dengan proses pembakaran. Hasil produksi setengah jadi yang sudah dibakar ini dijual ke para pengepul dan juga *art shop*. Para pengepul dan *art shop* ini kemudian memberikan nilai tambah pada hasil gerabah setengah jadi tersebut.

Sebagian perajin lainnya memproduksi gerabah hingga ke tahap akhir. Hasil gerabah yang sudah dibakar akan diberikan nilai tambah berupa hiasan maupun ukiran. Para perajin ini memiliki pilihan pemasaran yang lebih luas. Mereka dapat menjual ke pengepul, *art shop* (termasuk *art shop* Pasar Seni), bahkan ke eksportir (*Poetry*).

Adapun modal yang digunakan dalam memproduksi ini dapat bersumber dari modal pribadi, pembiayaan dari koperasi, dan juga sistem ijon dengan para pengepul. Penggunaan modal pribadi tentunya memiliki keterbatasan. Kekurangan modal ini bisa didapat dari koperasi. Ada dua koperasi konvensional dan satu koperasi syariah yang sudah ada di Banyumulek; koperasi wanita, koperasi pasar seni, dan Baitul Tamkin NTB unit Lombok Barat.

Gambar 5.5 Model Bisnis Gerabah - Perajin

Mitra Usaha: <ul style="list-style-type: none"> • Pemasok tanah • Pengepul • Koperasi Pasar Seni • BTTM 	Kegiatan: <ul style="list-style-type: none"> • Pengadaan bahan baku • Pembuatan gerabah • Pembakaran • Pengantaran ke pengepul 	Proposisi Nilai: <ul style="list-style-type: none"> • Kontinuitas pasokan 	Hubungan: <ul style="list-style-type: none"> • "Pemasok - Pengumpul" 	Pelanggan: <ul style="list-style-type: none"> • Pengepul
	Sumber Daya: <ul style="list-style-type: none"> • Tenaga kerja • Alat pembakaran (kolektif) 		Saluran: <ul style="list-style-type: none"> • Di antar ke pengepul • <i>Artshop</i> 	
Struktur Biaya: <ul style="list-style-type: none"> • Biaya pembelian tanah • Biaya pembakaran • Biaya pengantaran ke pengepul 			Arus Pendapatan: <ul style="list-style-type: none"> • Penjualan gerabah 	

b. Model Bisnis *Art shop*

Kelebihan dari *art shop* adalah mereka dapat menjual produk yang bervariasi, sehingga memberikan kemudahan bagi konsumen dalam memilih produk gerabah yang diminati. Selain itu, gerabah yang *display* oleh *art shop* sudah diberikan nilai tambah ukiran dan hiasan yang menarik para konsumen untuk membeli. Para *art shop* ini memiliki dua segmen pasar, yakni pasar para wisatawan dan pasar eksportir. Untuk menggaet para wisatawan biasanya mereka bekerja sama dengan agen perjalanan dengan memberikan sejumlah komisi yang telah disepakati di awal. Adapun pasar eksportir, sebagian dari *art shop* sudah memiliki pelanggan tersendiri untuk pasar ekspor.

Sebagian dari *art shop* hanya menjual gerabah yang sudah jadi, sebagian lainnya turut memberikan nilai tambah pada gerabah yang masih setengah jadi. Dalam bertransaksi dengan para perajin acapkali menggunakan sistem *ijon*, yaitu pesanan dalam jumlah besar dengan pembayaran di awal sebagai modal pembuatan gerabah, terutama bila terdapat pemesanan dari pelanggan.

Gambar 5.6 Model Bisnis Gerabah - Art Shop

Mitra Utama: <ul style="list-style-type: none"> • Diskop & UKM • Lembaga Keuangan 	Kegiatan: <ul style="list-style-type: none"> • Menampung kerajinan anggota • Memasarkan 	Sumber daya <ul style="list-style-type: none"> • <i>Showroom</i> • Perajin 	Hubungan: <ul style="list-style-type: none"> • "Kemitraan" 	Pelanggan: <ul style="list-style-type: none"> • Wisatawan • Pedagang • Eksportir
	Sumber daya <ul style="list-style-type: none"> • <i>Showroom</i> • Perajin 		Saluran: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Artshop/ Workshop</i> • Koperasi • Pasar Seni 	
Struktur Biaya: <ul style="list-style-type: none"> • Biaya Pengumpulan • Biaya SDM • Biaya Pemasaran/komunikasi 			Arus Pendapatan: <ul style="list-style-type: none"> • Penjualan gerabah 	

c. Model Bisnis *Art Shop* Pasar Seni

Pasar seni merupakan *art shop* yang dimiliki oleh kelompok perajin gerabah Banyumulek. *Art shop* ini memiliki tempat produksi (*workshop*) dan juga etalase hasil gerabah. Produk gerabah yang dijual di *art shop* ini adalah hasil produksi dari para perajin. Dengan demikian, para perajin dapat menjual produknya secara langsung tanpa harus melalui pengepul ataupun menjual ke *art shop* lainnya yang dimiliki oleh perorangan. Sistem yang digunakan pada dasarnya adalah prinsip koperasi, di mana produk yang dijual adalah produk anggota, keuntungannya akan dinikmati oleh para anggota.

Gambar 5.7 Model Bisnis Gerabah - Art Shop Pasar Seni

Mitra Utama: <ul style="list-style-type: none"> • Diskop & UKM • DISPERINDAG • Lembaga Keuangan 	Kegiatan: <ul style="list-style-type: none"> • Menampung kerajinan anggota • Memasarkan 	Proposisi Nilai: <ul style="list-style-type: none"> • Variasi Produk • Kualitas standar • Memajukan anggota 	Hubungan: <ul style="list-style-type: none"> • "Kemitraan" 	Pelanggan: <ul style="list-style-type: none"> • Wisatawan • Pedagang • Eksportir
	Sumber daya: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Showroom</i> • Perajin 		Saluran: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Artshop/ Workshop Koperasi Pasar Seni</i> 	
Struktur Biaya: <ul style="list-style-type: none"> • Baya Pengumpulan • Biaya SDM • Biaya Pemasaran/komunikasi 			Arus Pendapatan: <ul style="list-style-type: none"> • Penjualan grabah • <i>Fee Penyewaan Tempat</i> 	

5.3 KEBUTUHAN PENGEMBANGAN USAHA BATIK GARUT

Hasil dari survei lapangan yang telah dilakukan sebelumnya ditemukan beberapa permasalahan, yaitu pada aspek: a) Input, b) Proses, c) Pemasaran, dan d) Distribusi.

Beberapa permasalahan yang dalam tahapan input di Industri batik garut adalah: a) Bahan baku batik dari daerah lain (Pekalongan, Solo, Tasikmalaya), b) Jumlah SDM terbatas (<100 orang) yang berdampak pada persaingan, c) Tidak menggunakan akses ke bank, sehingga *cashflow* lambat, dan menolak pesanan, dan d) Bahan sutra berasal dari impor, sehingga ketersediaan bahan baku terkadang terhambat.

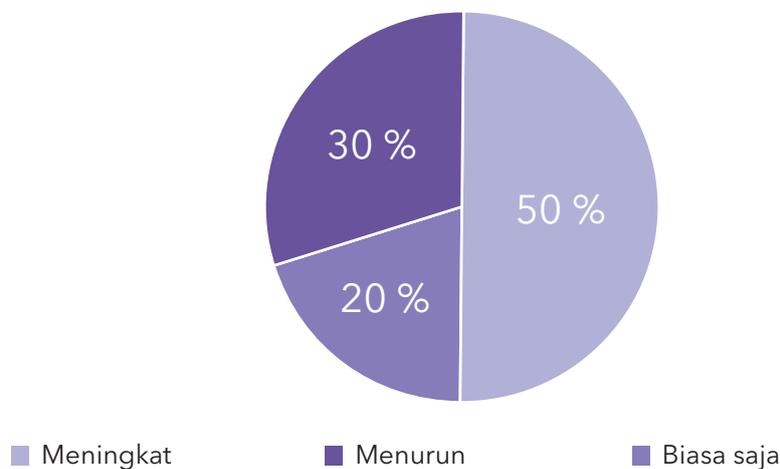
Selanjutnya, permasalahan pada tahapan proses adalah: a) Waktu yang dibutuhkan untuk membatik cukup lama 1 - 2 bulan. Waktu yang diperlukan bergantung juga kepada jumlah warna yang hendak diproduksi; dan b) Terdapat ketergantungan pada pembatik. Hal ini terkait dengan jumlah pembatik yang terbatas.

Permasalahan ketiga adalah tentang pemasaran. Di antaranya: a) Sentra batik tidak terpusat, b) Tempat tidak strategis, c) *Display* belum memadai, d) Akses ke tempat batik yang kurang, dan e) Sebagian besar bertindak pasif, menunggu pesanan. Kemudian, permasalahan yang terakhir adalah harga batik yang cukup mahal, sehingga hanya mereka yang berdaya beli tinggi yang mampu untuk membeli kain batik garut.

Meski demikian, usaha batik garut memiliki potensi yang cukup besar untuk dikembangkan. Hal ini setidaknya dikarenakan dukungan pemerintah dan tren penjualan dalam beberapa tahun terakhir. Dukungan pemerintah bagi pelaku usaha batik garut dilakukan dalam beberapa hal, di antaranya: fasilitasi pameran, pelatihan (pelatihan yang pernah dilakukan adalah pelatihan membantik, dan *training* penjualan *Online*), dan dukungan moral. Selain itu, pemerintah daerah juga sedang menyiapkan peraturan daerah tentang pengembangan produk unggulan daerah, di antaranya: 1. Kerajinan Kulit, 2. Batik Garutan, 3. Kerajinan Bambu, 4. Tenun Ikat, 5. Akar Wangi, 6. Makanan Ringan, 7. Kopi. Lebih lanjut, pemerintah juga sudah mewajibkan penggunaan batik tiap hari Jumat.

Faktor pendukung selanjutnya adalah tren penjualan batik garut yang terus meningkat. Survei kepada para pelaku usaha menunjukkan bahwa 50% pelaku usaha menyatakan bahwa usaha mereka meningkat dibandingkan dengan tahun sebelumnya, dan hanya 30% yang merasa penjualannya mengalami penurunan. Lihat gambar berikut:

Gambar 5.8 Tren Penjualan Batik Garut

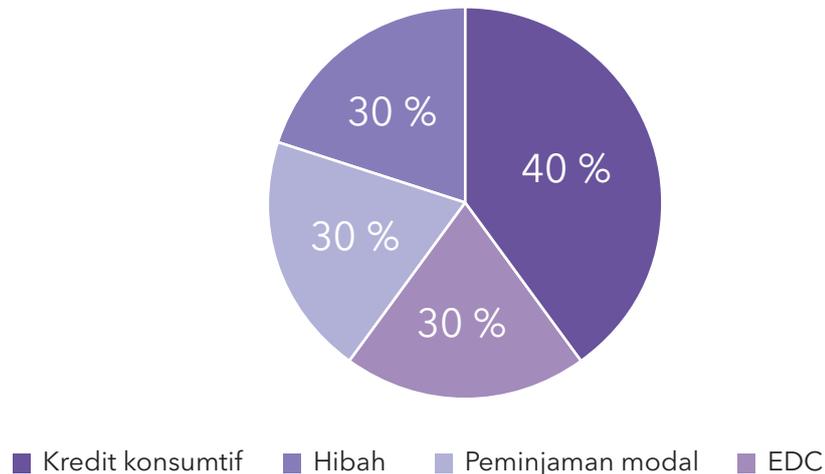


Berdasarkan berbagai permasalahan yang disampaikan di atas, maka setidaknya ada beberapa kebutuhan para pelaku usaha untuk mengembangkan usaha mereka:

- Adanya industri penunjang di Garut yang dapat memasok bahan baku produksi. Selama ini mereka mengambil kain mori dan perlengkapan lainnya dari Tasikmalaya bahkan ke Pekalongan. Para pengusaha batik berbahan sutra pun harus membeli bahan baku sutra dari importir di Surabaya. Padahal bahan baku impor berisiko tinggi bila terjadi hambatan dalam proses impornya. Dengan keberadaan petani sutra, akan sangat membantu dalam pengembangan industri batik garut.
- Dibutuhkan dukungan pemerintah dalam mendorong generasi muda untuk suka membatik dan memberikan pelatihan yang intensif dalam membatik. Saat ini, setidaknya terdapat sejumlah SMK yang mengajarkan kerajinan membatik. Hal ini diperlukan untuk memperbanyak jumlah perajin batik, sehingga keberlanjutan dari industri ini dapat dijaga dan juga dapat meningkatkan skala produksi.
- Dukungan keuangan dari LKS. Dukungan ini dapat berupa kemudahan dalam sistem pembayaran dan juga pembiayaan permodalan. Para pelaku sangat tertarik untuk mengetahui lebih dalam tentang sistem perbankan syariah, terutama sistem bagi hasil.

Layanan yang paling dibutuhkan oleh pelaku usaha batik garut cukup bervariasi. Hal ini dikarenakan perbedaan kebutuhan antara satu usaha dengan usaha yang lainnya, yang disebabkan oleh besaran aset usahanya masing-masing. Hal tersebut dijelaskan dalam gambar berikut:

Gambar 5.9 Layanan yang Dibutuhkan oleh Pelaku Usaha Batik Garut



Gambar di atas menunjukkan bahwa kebutuhan mereka yang paling tinggi adalah kebutuhan konsumtif. Adapun kebutuhan untuk pembiayaan modal usaha dan sistem pembayaran adalah masing-masing 20%.

- d. Kebutuhan pembentukan koperasi para pelaku usaha batik. Saat ini di Garut, terdapat satu koperasi batik, yakni Koperasi Warga Batik yang tergabung dalam Gabungan Koperasi Batik Indonesia (GKBI). Koperasi Warga Batik memiliki aturan dasar yang tidak memperbolehkan adanya penambahan anggota. Keanggotaan Warga Batik bisa diwariskan. Namun, ahli waris tidak semuanya berminat dengan batik. Di sisi lain, banyak pengusaha batik yang tidak dapat bergabung. Akibatnya, Koperasi Warga Batik tidak berkembang.

Dengan demikian, diperlukan adanya revitalisasi Koperasi Warga Batik, yakni dengan melakukan perubahan pada AD/ART yang memungkinkan penambahan anggota, sehingga dapat menjadi wadah bagi para pelaku usaha dalam meningkatkan skala usaha mereka. Fungsi koperasi tentunya dapat saling membantu dalam permodalan, informasi, pembelian bahan baku yang lebih murah, peningkatan kapasitas, dan lainnya.

- e. Akses pasar/promosi yang lebih luas. Para pelaku usaha sangat tertarik bila dilibatkan dalam berbagai pameran. Beberapa pelaku usaha mengaku bahwa mereka mengambil pinjaman lunak dari BUMN karena adanya fasilitas bantuan pameran. Selain pameran, pemasaran secara *online* juga perlu digalakkan. Pelatihan dalam pemasaran harus juga dilakukan, mengingat banyak dari mereka yang kurang aktif dalam melakukan pemasaran. Para pelaku usaha cenderung pasif, yakni menunggu order/pesanan. Salah satu pengusaha juga mengaku ingin memiliki toko di dekat jalan raya dan ada juga pengusaha yang ingin merenovasi tokonya.

5.4 KEBUTUHAN PENGEMBANGAN USAHA GERABAH LOMBOK BARAT

Sebelum mengidentifikasi kebutuhan usaha, perlu diidentifikasi terlebih dahulu berbagai permasalahan yang dihadapi oleh pelaku usaha. Hasil dari survei lapangan yang telah dilakukan sebelumnya ditemukan beberapa permasalahan, yaitu: a) *Input*, b) *Proses*, c) *Pemasaran*, dan d) *Distribusi*.

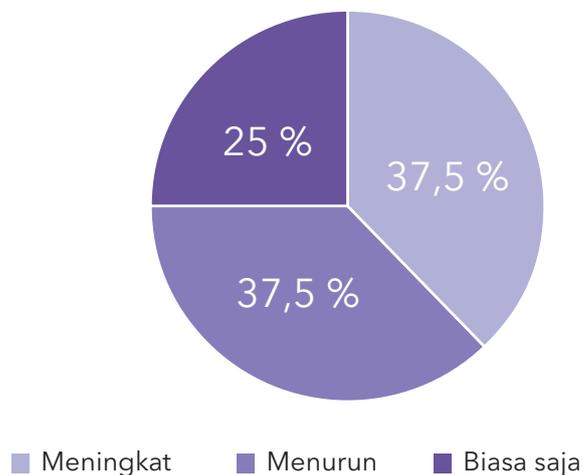
Beberapa permasalahan dalam tahapan **input** di Industri gerabah adalah: perajin yang belum bisa mengoperasikan alat yang diberikan pemerintah karena kurangnya koordinasi antara pemerintah dan perajin gerabah serta alat yang masih sederhana. Selanjutnya, permasalahan pada tahapan **proses** adalah kurangnya inovasi yang dilakukan oleh perajin.

Permasalahan ketiga adalah tentang pemasaran, yaitu kurangnya pengetahuan pemasaran dan sempitnya daerah pemasaran. Hal ini berdampak pada tingkat ketergantungan perajin gerabah kepada pengepul dalam memasarkan hasil produksi. Tingkat ekspor yang menurun juga menjadi permasalahan pemasaran. Selain itu, adanya persaingan yang tidak sehat terutama antar *art shop* juga menjadi kendala dalam pemasaran. Terdapat beberapa *art shop* yang memonopoli pemasaran bagi para wisatawan baik lokal maupun asing yang berkunjung ke Banyuwangi melalui kerja sama dengan agen perjalanan. Dampaknya, para perajin yang ada di Banyuwangi dan sebagian *art shop* tidak dapat memasarkan hasil produksinya ke para wisatawan. Sejumlah wisatawan yang berkunjung ke para perajin Banyuwangi hanyalah melihat proses produksi, namun transaksi jual beli produk gerabah tidak terjadi. Para wisatawan diarahkan untuk membeli produk gerabah yang dijual oleh *art shop* yang sudah bekerja sama dengan mereka.

Permasalahan yang terakhir adalah tentang **distribusi**, di mana permintaan bentuk kerajinan gerabah yang variatif membuat perajin gerabah cenderung pasif dan menunggu permintaan.

Adapun prospek usaha gerabah masih cukup baik. Dukungan dari pemerintah juga cukup kuat untuk pengembangan industri ini. Mereka pernah memberikan bantuan mesin dan juga pembangunan *art shop* pasar seni di dekat pintu masuk desa. Sedangkan tren penjualan kerajinan gerabah dalam beberapa tahun terakhir ini masih stabil. Hal ini dikarenakan, sebanyak 37% responden yang disurvei mengatakan bahwa terdapat peningkatan penjualan kerajinan gerabah dan didukung dengan 25% responden lainnya yang mengatakan penjualan kerajinan gerabah cukup stabil. Hal ini dijelaskan oleh gambar berikut:

Gambar 5.10 Tren Penjualan Gerabah



Berdasarkan prospek dari industri di atas, maka diperlukan usaha optimal dari semua pihak untuk meningkatkan industri gerabah. Ada beberapa hal yang dibutuhkan oleh pelaku usaha gerabah di Banyumulek, Lombok Barat, di antaranya:

- a. Peningkatan teknologi alat produksi yang diikuti dengan pelatihan yang intensif, sehingga para pelaku usaha dapat mengoperasikan teknologi tersebut.
- b. Meningkatkan usaha *art shop* pasar seni. *Art shop* pasar seni berada di pintu masuk desa Banyumulek. *Art shop* ini merupakan bantuan dari Dinas Koperasi dan Perindustrian yang ditujukan untuk menjadi etalase bagi para perajin Banyumulek dalam memasarkan produknya. Saat ini *art shop* pasar seni sepi dari pembeli karena keberadaan *art shop* di desa lain. Dengan kata lain, para pembeli sudah membeli gerabah di *art shop* yang berlokasi di desa lain, sebelum desa Banyumulek. *Art shop* tersebut bekerja sama dengan para pengusaha travel, sehingga memungkinkan para agen travel untuk membawa wisatawan yang bersamanya ke *art shop* tersebut. Akibatnya, perajin Banyumulek tidak dapat memanfaatkan ceruk pasar wisatawan.
- c. Peningkatan akses pasar. Para pelaku usaha merindukan masa kejayaan mereka sebelum adanya tragedi Bom Bali. Oleh karenanya, mereka membutuhkan adanya upaya dari pemerintah ataupun pihak lainnya guna membuka pasar baru atau meningkatkan pasar ekspor yang lebih luas.
- d. Membangun kesepahaman tentang persaingan dan kerja sama yang sehat.
- e. Kebutuhan keuangan. Dalam pengembangan usaha ini, para pelaku usaha membutuhkan dukungan keuangan yang dapat berupa pembiayaan modal usaha. Pembiayaan yang tidak membebani mereka dengan bunga, sebagaimana pembiayaan dari para rentenir. Peran koperasi syariah sangat diperlukan untuk memberikan pembiayaan berbasis syariah dan juga memiliki alternatif pembiayaan berasaskan prinsip bagi hasil.

5.5 STRATEGI PENINGKATAN USAHA BATIK GARUT

Untuk meningkatkan pangsa pasar Batik Garut yang pada akhirnya meningkatkan omzet dan kesejahteraan seluruh *stakeholder* usaha Batik Garut, terdapat dua aspek strategi yang perlu diperhatikan, yaitu peningkatan pendapatan dan penurunan biaya (*low cost, high return*).

5.5.1 Strategi Peningkatan Pendapatan Usaha Batik Garut

Untuk meningkatkan pendapatan pelaku usaha Batik Garut, maka setidaknya terdapat tiga strategi atau model yang bisa digunakan, di antaranya:

- a. Memperluas pasar melalui dunia maya (*online*). Tidak dapat dipungkiri, bahwa seiring berkembangnya zaman, maka transaksi jual beli tidak hanya dapat dilakukan secara konvensional melalui gerai, toko, atau pasar. Pada dewasa ini, transaksi jual beli dapat dilakukan oleh produsen dengan konsumen di tempatnya masing-masing melalui media sosial tanpa adanya pertemuan secara langsung dari dua belah pihak. Pelaku usaha batik garut dapat memanfaatkan peluang ini untuk meningkatkan pendapatan.

Terdapat tiga pelaku usaha batik garut yang aktif di pemasaran *online*: Batik Abbaz (sentraBatikgarutan.com), Rasya Batik Garutan (rasyaBatikgarutan.com) dan Batik Tulen (Batikgarutku.com). Batik Abbaz dan Rasya Batik Garutan membangun *website*-nya sendiri, sedangkan Batik Tulen bekerja sama dengan Perusahaan Enjoy yang bergerak di bidang kerajinan dan *e-commerce*.

Penggunaan media online untuk memperluas pasar dapat dilakukan dengan beberapa cara:

1. Membuat *website* atau blog sendiri;
2. Memanfaatkan media sosial seperti *fan page* di Facebook, Twitter, Instagram dan lainnya;
3. Memanfaatkan *online marketplace*, seperti Bukalapak, Tokopedia, Elevania, dan lainnya.
4. Bekerjasama dengan pihak ketiga sebagai pemasar *online*.

Supaya para pelaku usaha dapat memanfaatkan dunia maya, maka diperlukan dukungan dari pemerintah, yakni Disperindag Kabupaten Garut untuk memfasilitasi pelatihan-pelatihan berkaitan dengan hal ini. Langkah ini pernah ditempuh oleh Disperindag Garut bekerja sama dengan Elevania, sebuah perusahaan *online marketplace*. Program serupa perlu dioptimalkan dan diintensifkan.

- b. Membidik segmen tertentu (untuk batik tulis). Batik merupakan karya seni yang memiliki aspek historis, etnik dan keunikan yang berbeda antara satu daerah dengan daerah lainnya, seperti wilayah Jakarta dan Bandung. Oleh karenanya, sangat memungkinkan bagi pelaku usaha batik Garut untuk membidik segmen pasar tertentu yang dapat membeli karya seni batik dengan harga yang sesuai. Himbauan dari pemerintah kepada instansi dan sekolah untuk menggunakan batik Garut (Batikap) sebagai salah satu seragam resmi. Selain itu, bekerja sama dengan pengusaha garmen, aksesoris, dan juga Museum Batik dapat menambah pendapatan pelaku usaha batik Garut.
- c. Melakukan variasi produk. Batik tulis Garut terbilang cukup mahal dibandingkan dengan kerajinan batik dari daerah yang lain. Sehingga, untuk memenuhi ceruk pasar yang tidak dapat membeli kerajinan batik Garut, maka perlu diadakan diferensiasi produk seperti hiasan dinding, kaligrafi dan *souvenir*, yang pada akhirnya akan meningkatkan pendapatan pelaku usaha batik Garut.

5.5.2 Model Penurunan Biaya Usaha Batik Garut

Untuk menurunkan biaya produksi, maka setidaknya terdapat dua strategi atau model yang bisa digunakan, yaitu:

- a. *Membeli bahan baku secara kolektif*. Biaya produksi Batik Garut terbilang cukup mahal. Seperti yang dijelaskan pada identifikasi masalah sebelumnya, biaya produksi batik Garut mencapai 75% dari harga penjualan. Artinya, keuntungan yang didapatkan oleh pelaku usaha tidak banyak. Untuk menekan biaya produksi tersebut, maka perlu diadakan pembelian bahan baku secara kolektif melalui satu lembaga agar dapat menekan biaya produksi. Oleh karenanya, keberadaan koperasi sangat diperlukan untuk mengatasi hal ini. Saat ini koperasi yang ada adalah Koperasi Warga Batik yang merupakan koperasi primer dari Gabungan Koperasi Batik Indonesia. Perkembangan koperasi ini kurang baik lantaran sifat keanggotaan yang bersifat tetap, yakni tidak ada penambahan anggota baru. Status keanggotaan bisa diwariskan, namun ahli waris banyak yang tidak menekuni usaha batik. Akibatnya, koperasi kurang berkembang. Oleh karena itu, diperlukan sebuah gerakan dari para pelaku usaha batik Garut untuk membuat koperasi baru.
- b. *Peningkatan kualitas produk melalui pelatihan-pelatihan dan penerapan teknologi*. Hal ini dianggap penting untuk melakukan regenerasi perajin batik dan juga menekan biaya produksi.

5.6 STRATEGI PENINGKATAN USAHA GERABAH

Peningkatan usaha gerabah diharapkan dapat meningkatkan omzet dan kesejahteraan seluruh *stakeholder* usaha gerabah di Banyumulek, Lombok Barat. Untuk meningkatkan usaha gerabah di Banyumulek, terdapat dua aspek strategi yang perlu diperhatikan, yaitu peningkatan pendapatan dan penurunan biaya (*low cost, high return*).

5.6.1 Model Peningkatan Pendapatan Usaha Gerabah

Untuk meningkatkan pendapatan pelaku usaha gerabah, maka setidaknya terdapat tiga strategi atau model yang bisa digunakan, di antaranya:

- a. *Memperluas pasar melalui media sosial*. Tidak dapat dipungkiri, bahwa seiring berkembangnya zaman, maka transaksi jual beli tidak hanya dapat dilakukan secara konvensional melalui gerai, toko, atau pasar. Pada dewasa ini, transaksi jual beli dapat dilakukan oleh produsen dengan konsumen di tempatnya masing-masing melalui media sosial tanpa adanya pertemuan secara langsung dari dua belah pihak. Pelaku Usaha gerabah bisa memanfaatkan peluang ini untuk meningkatkan pendapatan. Untuk implementasi pemasaran *online* ini perlu ada pendampingan dari pemerintah di antaranya pelatihan komputer dan penggunaan internet.
- b. *Segmentasi Pasar*. Gerabah merupakan karya seni yang memiliki keunikan yang berbeda antara satu daerah dengan daerah yang lainnya. Sehingga, sangat memungkinkan bagi pelaku usaha gerabah untuk melakukan segmentasi pasar, dan pada akhirnya akan menambahkan pendapatan pelaku usaha gerabah. Contoh segmentasi yang bisa dilakukan adalah membuat produk yang berbeda untuk keperluan rumah tangga, perusahaan dan juga wisatawan.
- c. *Menciptakan variasi produk*. Untuk menambah ceruk pasar, maka perlu dibuat kerajinan gerabah dengan bentuk yang bermacam-macam. Hal ini disertai dengan segmentasi pasar sebagaimana dijelaskan di atas. Misalnya, dibutuhkan produk gerabah dengan ukuran yang lebih kecil, sehingga lebih menarik.

5.6.2 Model penurunan biaya usaha gerabah

Untuk menurunkan biaya produksi, maka setidaknya terdapat dua strategi atau model yang bisa digunakan, di antaranya:

- a. *Membeli bahan baku secara kolektif*. Untuk menekan biaya produksi, maka perlu diadakan pembelian bahan baku secara kolektif melalui satu lembaga agar dapat menekan biaya produksi.
- b. *Peningkatan kualitas produk melalui pelatihan-pelatihan dan penerapan teknologi*. Hal ini dianggap penting untuk meregenerasi perajin dan juga menekan biaya produksi.

BAB VI

ANALISIS MODEL PENINGKATAN AKSES KEUANGAN

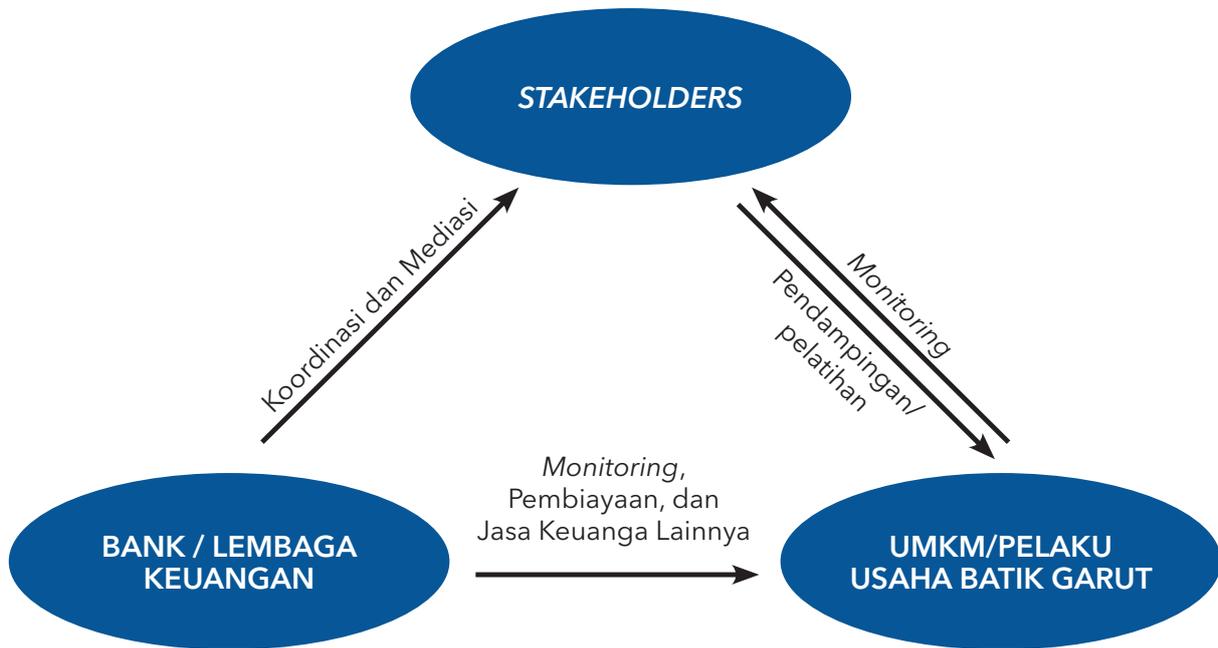
6.1 MODEL PENINGKATAN AKSES KEUANGAN SYARIAH BATIK GARUT

Upaya untuk meningkatkan akses keuangan perlu didukung oleh berbagai *stakeholder*, terutama pemerintah. Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) selaku pembina dari semua industri kecil menengah, diharapkan dapat turut memberikan pendampingan serta pelatihan yang intensif bagi para pelaku usaha batik garut dalam upaya pengembangan usaha. Dinas Koperasi juga diharapkan dapat merevitalisasi Koperasi Warga Batik secepat mungkin sebagaimana yang dijanjikan pada FGD ke-2. Keberadaan koperasi bagi pelaku usaha batik garut sangat bermanfaat bagi para pelaku usaha untuk bekerja bersama dalam pengembangan batik garut. Koperasi juga dapat digunakan untuk mendapatkan biaya bahan baku yang lebih murah sebagaimana dijelaskan pada bab sebelumnya. Dukungan pemerintah secara umum dapat dilihat pada adanya hari batik bagi para Pegawai Negeri Sipil (PNS). Selain itu, dukungan BUMN menjadi sangat perlu dalam memberikan pendampingan/ pelatihan. Salah satu bentuk kepedulian BUMN adalah dengan pemberian kredit bunga rendah bagi sejumlah pelaku usaha. Bantuan ini semestinya bisa ditingkatkan dengan pendampingan atau pelatihan yang intensif mulai dari proses pembelian bahan baku hingga penjualan. Selain itu, skema bantuan pembiayaan dari BUMN ke pelaku usaha, hendaknya dapat dialihkan dengan pembiayaan berbasis syariah.

Banksyariah atau lembaga keuangan syariah lainnya berperan penting dalam meningkatkan akses keuangan pelaku usaha batik garut. Kebutuhan modal untuk peningkatan bisnis dapat dibantu dengan pembiayaan dari perbankan syariah. Kebutuhan untuk menghadapi risiko, maka dapat berhubungan dengan asuransi syariah. Peningkatan akses keuangan dari pihak perbankan hendaknya melihat dari dua sisi, yaitu sisi penghimpunan dana dan sisi penyaluran dana. Langkah yang paling mudah bagi perbankan syariah adalah mendorong pelaku usaha untuk memiliki rekening di perbankan syariah, seperti produk tabungan, giro dan deposito. Pendampingan yang dilakukan selama *pilot project* telah berhasil mendorong beberapa pelaku usaha untuk membuka rekening di perbankan syariah. Selanjutnya, penggunaan giro dan deposito dapat disosialisasikan di kemudian hari. Dari sisi pembiayaan, maka bank syariah diharapkan dapat menyesuaikan skema pembiayaannya sesuai dengan kebutuhan masing-masing pelaku usaha. Pola pembiayaan akan dijelaskan di subbab selanjutnya.

Lebih lanjut, perbankan syariah diharapkan dapat meningkatkan koordinasi dengan pemerintah dan *stakeholder* lainnya untuk mencari solusi terbaik dalam pengembangan akses keuangan syariah pelaku usaha batik yang dapat berdampak kepada peningkatan usaha industri batik garut.

Hubungan antara pemerintah atau BUMN, bank syariah dan pelaku usaha batik garut merupakan hubungan *triangle* (segitiga) yang harus saling mendukung satu sama lain. Hubungan segitiga inilah yang membentuk model peningkatan akses keuangan batik garut sebagaimana yang dijelaskan dalam gambar berikut:

Gambar 6.1 Model Peningkatan Akses Keuangan Batik Garut

6.2 POLA PEMBIAYAAN UNTUK BATIK GARUT

Batik garut dengan segala keunikannya memiliki kebutuhan tertentu dalam pemenuhan produksinya. Para pelaku usaha pun memiliki kebiasaan dan strategi yang berbeda dalam menjalankan usahanya. Ada yang mengandalkan pameran batik dalam pemasaran produknya, ada yang membuka butik, dan ada juga yang pasif menunggu pesanan atau menunggu konsumen datang ke rumah produksi.

Ada beberapa model pembiayaan yang dapat ditawarkan kepada pelaku usaha batik garut dalam pemenuhan kebutuhan produksinya. Di antara model pembiayaan tersebut adalah model kerja sama dengan menggunakan akad *musyarakah* dalam pemenuhan kebutuhan pesanan jangka pendek dan model jual beli untuk pemenuhan kebutuhan bahan baku produksi.

1. Pola Pembiayaan Kerja sama dengan Akad *Musyarakah*

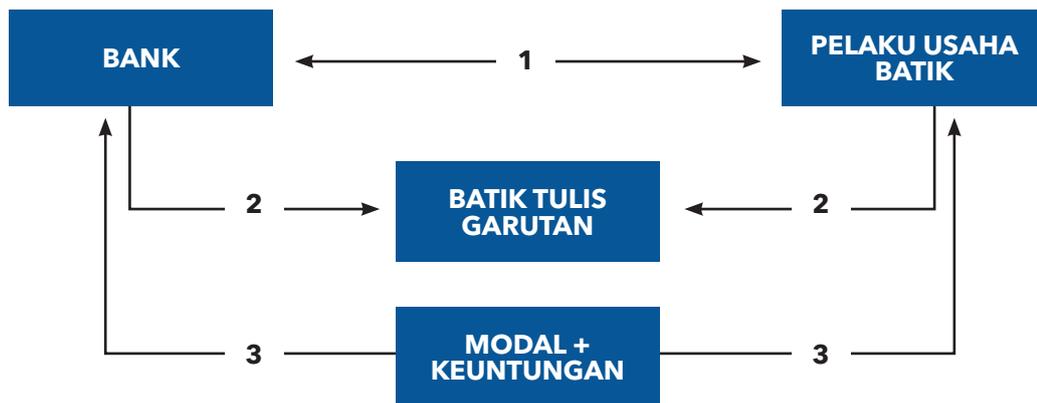
Pelaku usaha ada yang rutin mendapatkan pesanan dalam jumlah besar untuk jangka waktu 3 - 4 bulan. Dalam rangka pemenuhan pesanan tersebut dibutuhkan biaya yang cukup besar, rata-rata antara Rp100 juta - Rp200 juta. Biasanya, pemesan akan membayarkan sebagian dari harga barang sebagai uang muka, sedangkan sisanya dibayarkan ketika pesanan sudah selesai di produksi. Untuk menutupi sisa biaya produksi batik, pelaku usaha dapat memanfaatkan pembiayaan dari lembaga keuangan syariah.

Salah satu model pembiayaan yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha batik garut dalam pemenuhan pesanan adalah model pembiayaan kerja sama dengan menggunakan akad *musyarakah*. *Musyarakah* adalah akad kerja sama antara dua pihak, di mana kedua belah pihak sama-sama berkontribusi modal atau keahlian pada suatu usaha. Ketika usaha yang dijalankan menghasilkan keuntungan, maka keuntungan tersebut dibagikan sesuai dengan kesepakatan antara kedua belah pihak. Apabila terjadi kerugian, maka kerugian ditanggung kedua pihak sesuai dengan porsi modal yang disetorkan.

Pada kasus pemenuhan pesanan batik tulis garutan, ada dua bentuk model pembiayaan *musyarakah* yang dapat ditawarkan.

- a. Pembiayaan *musyarakah* dengan pembayaran pokok dan bagi hasil pembiayaan dilakukan di akhir masa kerja sama. Model pembiayaan ini dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 6.2 Skema Akad Musyarakah I



Penjelasan:

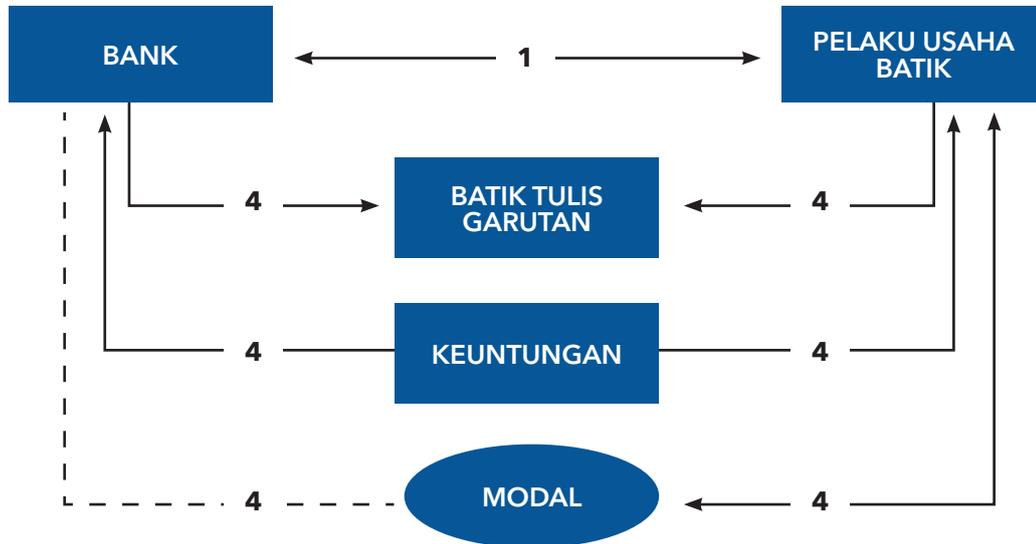
- 1) Pertama, akan dilakukan perjanjian kerja sama antara bank dengan pelaku usaha mengenai usaha yang dijalankan, kontribusi modal, nisbah bagi hasil, mekanisme pembayaran, dan juga jangka waktu kerja sama.
- 2) Setelah terjadi kesepakatan, maka bank dan pelaku usaha akan sama-sama berkontribusi modal yang besarnya telah disepakati pada poin satu. Kemudian pelaku usaha akan menjalani usahanya memproduksi batik.
- 3) Setelah pesanan selesai diproduksi dan pemesan telah membayar, maka keuntungan akan dibagi berdasarkan kesepakatan pada poin satu dan pelaku usaha mengembalikan modal kepada bank.

Contohnya, Batik ABC mendapatkan pesanan 300 meter kain batik tulis garutan dengan bahan sutera yang harus diselesaikan dalam jangka waktu tiga bulan. Karena kekurangan modal untuk produksi, maka Batik ABC mendatangi Bank Syariah DEF untuk mengajukan pembiayaan. Dana yang dibutuhkan untuk produksi 300 meter kain batik tulis sutera adalah Rp200 juta. Sedangkan dana modal yang dimiliki oleh Batik ABC hanya sebesar Rp60 juta. Maka dibutuhkan sebesar Rp140 juta yang diharapkan dapat diberikan oleh Bank Syariah DEF.

Dengan kasus seperti di atas (seperti yang dialami pelaku usaha batik garut), bank syariah dapat menawarkan produk pembiayaan *musyarakah* modal kerja jangka pendek (3 - 4 bulan) dengan mekanisme pembayaran modal dan bagi hasil di akhir masa pembiayaan. Hal ini bisa dimungkinkan ketika pelaku usaha hanya mengerjakan pesanan pemesan dan pembayaran dilakukan pemesan ketika pesanan telah selesai diproduksi. Jadi pelaku usaha dan bank sepakat untuk bekerja sama dalam hal produksi batik tulis sutera. Bank syariah akan berkontribusi maksimal 70% dari total modal yang dibutuhkan, sedangkan 30% sisanya oleh pelaku usaha. Pelaku usaha kemudian melakukan produksi batik sutera selama kurang lebih tiga bulan. Selama tiga bulan ini pelaku usaha tidak membayar cicilan modal ataupun bagi hasil, karena memang pelaku usaha tidak menjual barang secara umum kepada konsumen dan mendapatkan keuntungan. Modal dan bagi hasil baru dibayarkan di akhir masa kerja sama ketika pelaku usaha telah menyelesaikan pesanan dan menerima pembayaran dari pemesan.

- b. Pembiayaan *musyarakah* dengan pembayaran pokok pembiayaan dilakukan di akhir masa kerja sama dan bagi hasil dibayarkan secara angsuran setiap bulan. Model pembiayaan ini dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 6.3 Skema Akad Musyarakah II



Penjelasan:

- 1) Pertama, akan dilakukan perjanjian kerja sama antara bank dengan pelaku usaha mengenai usaha yang dijalankan, kontribusi modal, nisbah bagi hasil, mekanisme pembayaran, dan juga jangka waktu kerja sama.
- 2) Setelah terjadi kesepakatan, maka bank dan pelaku usaha akan sama-sama berkontribusi modal yang besarnya telah disepakati pada poin satu. Kemudian pelaku usaha akan menjalankan usahanya memproduksi batik.
- 3) Setelah usaha berjalan dan menghasilkan keuntungan, maka keuntungan tersebut akan dibagi berdasarkan kesepakatan pada poin satu.
- 4) Terakhir pelaku usaha mengembalikan modal kepada bank.

Contoh, Batik ABC ingin memproduksi batik garut untuk menghadapi Hari Raya Idul Fitri dan membutuhkan tambahan modal. Karena kekurangan modal untuk produksi, maka Batik ABC mendatangi Bank Syariah DEF untuk mengajukan pembiayaan. Dana yang dibutuhkan untuk produksi batik garut adalah Rp100 juta. Sedangkan dana modal yang dimiliki oleh Batik ABC hanya sebesar Rp30 juta. Maka dibutuhkan sebesar Rp70 juta yang diharapkan dapat diberikan oleh Bank Syariah DEF.

Dengan kasus seperti di atas, Bank Syariah dapat menawarkan produk pembiayaan *musyarakah* modal kerja jangka pendek (3 - 4 bulan) dengan mekanisme pembayaran modal di akhir masa pembiayaan dan bagi hasil diangsur setiap bulan. Hal ini bisa dilakukan karena permintaan batik garut pada Hari Raya biasanya lebih besar dibandingkan hari-hari lainnya. Bank syariah akan berkontribusi maksimal 70% dari total modal yang dibutuhkan, sedangkan 30% sisanya oleh pelaku usaha. Pelaku usaha kemudian memproduksi batik garut dan menjual hasil produksinya. Selama tiga bulan ini pelaku usaha tidak membayar cicilan modal namun hanya mengangsur bagi hasil. Modal kemudian dibayarkan di akhir masa kerja sama.

2. Pola Pembiayaan Pembelian Barang

Pelaku usaha membutuhkan bahan baku dan peralatan penunjang. Namun, acapkali terhambat oleh keterbatasan dana. Biaya produksi batik garut tergolong cukup tinggi, yakni mencapai 75% dari harga jual. Di samping itu, waktu produksi yang memakan waktu hingga dua bulan lamanya membuat waktu *Break Even Point* (BEP) dari satu produksi kain batik garut memakan waktu yang cukup lama. Sehingga, perputaran modal cenderung lebih lama. Maka perlu ada tambahan modal (pembiayaan) dari LKS untuk menyelesaikan permasalahan tersebut yang pada akhirnya, produksi kain batik menjadi lebih cepat. Dalam hal ini, LKS dapat berperan untuk memberikan bantuan pembiayaan, di antaranya:

a. Pembiayaan pembelian sutra

Dalam rantai nilai, bahan baku yang paling awal adalah sutra, industri tenun sangat bergantung kepada ketersediaan sutra yang dibeli dari importir yang terdapat di Surabaya. Pembelian sutra perlu dalam jumlah besar, yakni untuk memenuhi kebutuhan hingga beberapa bulan ke depan. Hal ini dikarenakan ketidakpastian persediaan sutra impor. Hasil survei menunjukkan bahwa pembelian sutra bisa sampai 500 kg sutra dengan asumsi harga 1 kg benang sutra sama dengan Rp780 ribu, maka sekali belanja, pelaku usaha tenun sutra bisa membelanjakan Rp390 juta. Untuk melakukan pembelian kain, bisa dilakukan dengan akad *murabahah* dan akad *salam*.

b. Pembelian kain mori

Sejumlah pelaku industri batik mendapatkan kain katun dari luar daerah. Mereka membeli kain dari Tasikmalaya bila dalam jumlah kecil dan akan membeli dari Pekalongan bila dalam jumlah yang besar. Kain yang biasa dibeli adalah kain katun putih polos. 1 roll kain bisa dipotong menjadi dua belas lembar. Harga 1 roll kain adalah berkisar Rp600.000. Untuk melakukan pembelian kain, bisa dilakukan dengan akad *murabahah* dan akad *salam*.

c. Pembelian Bahan-bahan kimia dan perlengkapan batik

Bahan-bahan kimia yang diperlukan adalah seperti "malam", soda api, pewarna, canting dan lainnya. Dalam setiap pewarnaan satu potong kain, setidaknya dibutuhkan 1 kg malam dan 1 set pewarna dengan harga masing-masing Rp30.000/set pewarna dan Rp35.000/kg untuk malam. Jika satu potong kain menggunakan tiga warna, maka setidaknya dibutuhkan sebesar $Rp30.000 \times 3 = Rp90.000$ untuk pewarna dan $Rp35.000 \times 2 = Rp70.000$ untuk malam. Total sama dengan Rp120.000 per kain dengan tiga warna.

Bahan kimia dan perlengkapan ini dibeli di toko kimia di Tasikmalaya. Adapun akad yang dapat digunakan dengan akad *murabahah*, *salam* atau *istishna*.

3. Pembiayaan Jasa

Selain kerja sama dalam pembelian bahan baku, LKS juga dapat bekerja sama dengan pelaku usaha batik garut untuk pembiayaan jasa. Contoh dari jasa adalah pembayaran tenaga kerja (termasuk pembatik), penyewaan *stand* pameran, sewa ruko, dan lainnya. Para pembatik biasanya dibayar sejumlah Rp300.000 - Rp400.000/kain. Belum lagi tenaga kerja lain yang non-pembatik. Untuk pembayaran tenaga kerja, maka produk yang dapat digunakan ialah pembiayaan multi jasa. Dalam hal ini, akad yang dapat digunakan adalah *ijarah* atau *kafalah*.

Lebih detail lagi, pola pembiayaan untuk batik garut dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 6.1 Summary Pola Pembiayaan Batik Garut

Aktivitas/ Kegiatan usaha	Kebutuhan Modal (Rp) (termasuk komponen biayanya LKS Akad Plafon (Ribu Rupiah))			Sumber pembiayaan saat ini Jangka Waktu	Usulan Pola Pembiayaan				Bentuk Pendampingan
	Harga (Ribu Rupiah)	Q	Total (ribu)		LKS	Akad	Plafon (Ribu Rupiah)	Jangka Waktu	
Modal Kerja	200.000	1	200.000	Modal Sendiri		Mudharabah Musyarakah	200.000 140.000	3-4 bulan	Pencatatan Keuangan Pelatihan
Pengadaan Bahan Baku					BJBS/ BSM				
Sutra	780	500 kg	390.000	Modal Sendiri		Murabahah Salam	390.000	12 bulan	Pelatihan Produksi & Kerja sama pembelian
Kain Mori	600	1 rol*	600				600	3 bulan	
Malam	35	2 x 12	840				840	3 bulan	
Pewarna	30	3 x 12	1.080				1080	3 bulan	
Proses Desain dan Produksi									
Tenaga Pembatik	350	1	350	Ijarah/kafalah		350	2 bulan		
Tenaga non-pembatik	840	3	2.520			2.520	2 bulan		
Proses Distribusi									
Pameran	15.000	1	15.000	Ijarah		15.000	2 bulan		

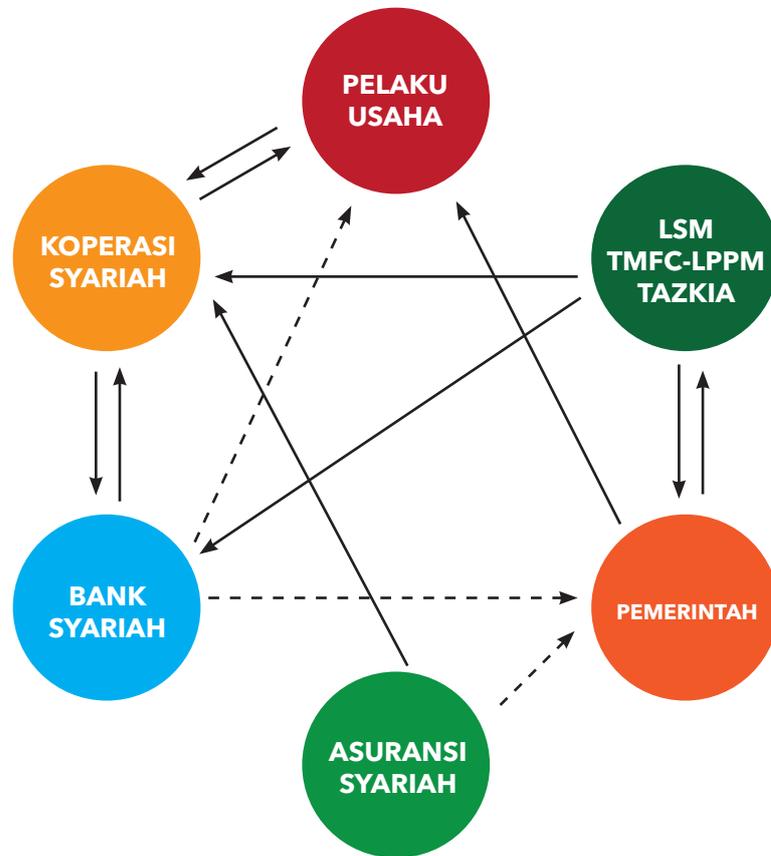
6.3 MODEL PENINGKATAN AKSES KEUANGAN SYARIAH UNTUK GERABAH LOMBOK BARAT

Model peningkatan akses keuangan untuk gerabah Lombok Barat berbeda dengan apa yang ada di Garut. Model peningkatan akses keuangan di Lombok Barat perlu melibatkan lima pihak yang terkait:

1. Pelaku Usaha,
2. Koperasi Syariah,
3. Lembaga Swadaya Masyarakat,
4. Bank Syariah dan Asuransi Syariah,
5. Pemerintah.

Hubungan antar lima pihak ini membentuk sebuah pentagon sebagaimana gambar berikut:

Gambar 6. 4 Model Peningkatan Akses Keuangan Syariah untuk Gerabah Lombok Barat



Hubungan di antara para pihak dalam model peningkatan akses keuangan dapat dijelaskan dalam lima kegiatan berikut:

1. Bina kerja sama pelaku usaha

Para perajin gerabah yang ada di Lombok Barat masih tergolong *unbankable*. Omzet yang mereka dapatkan setiap bulannya masih tergolong kecil. Mereka tidak memiliki aset yang cukup untuk dapat digunakan sebagai jaminan. Mereka pun belum memiliki rekening di perbankan. Selain itu, para perajin ini tidak memiliki akses yang kuat terhadap pasar. Pelaku usaha yang memiliki akses pasar adalah para pengepul dan para pemilik *art shop*.

Sesuai dengan model bisnis gerabah maka pengepul adalah pihak yang memegang peranan penting karena memiliki akses pasar gerabah yang tidak dimiliki perajin. Selain itu, pengepul juga memiliki akses langsung dengan perajin. Satu orang pengepul dapat memiliki mitra 10 - 15 orang perajin. Setelah pengepul, pelaku kedua yang memegang peranan penting adalah *art shop*. Keduanya memberikan nilai tambah pada hasil gerabah setengah jadi tersebut. Dalam bertransaksi dengan para perajin/pengepul, pihak *art shop* acapkali menggunakan sistem ijon.⁵

Art shop maupun eksportir akan memesan gerabah melalui pengepul untuk dipasarkan pada tiga daerah utama yaitu 1) Ibu kota Provinsi NTB, Mataram, 2) Kota-kota di Pulau Sumbawa NTB, dan 3) Kota-kota di Provinsi Bali.

⁵ Pemesanan dalam jumlah besar dengan pembayaran di awal sebagai modal pembuatan gerabah oleh perajin/pengepul.

Terdapat 3 pola pemesanan gerabah pada pengepul:

- a. Pemesanan gerabah tidak memberikan uang muka (Uang muka 0%)

Pada pola pertama pedagang dapat memesan gerabah dari pengepul tanpa uang muka. Perjanjian pelunasan setelah gerabah selesai dibuat. Rata-rata biaya pembuatan gerabah adalah Rp3.000.000. Jika pesanan gerabah diterima saat pengepul tidak memiliki dana maka akan timbul kesulitan biaya karena tidak dapat memesan gerabah pada perajin. Namun demikian jika pengepul memiliki modal dan simpanan dana yang memenuhi maka pesanan gerabah dapat dilanjutkan pada perajin.

- b. Pemesanan gerabah memberikan uang muka 50%

Pedagang memesan gerabah dari pengepul dengan uang muka 50%, perjanjian pelunasan setelah gerabah selesai seluruhnya. Selanjutnya uang muka ini akan digunakan untuk pembuatan gerabah dengan perajin lain dan sebagian digunakan oleh pengepul untuk membuat gerabah sendiri.

- c. Pemesanan gerabah dengan pelunasan awal

Pedagang memesan gerabah dari pengepul dengan pelunasan di awal. Pada pola ini terbuka kesempatan bagi pengepul untuk segera memesan pada perajin maupun mengerjakan sendiri pesanan gerabah dimaksud.

Berdasarkan penjelasan di atas, terdapat kebutuhan modal pada pola pemesanan pertama dan kedua. Kebutuhan permodalan ini tidak dapat dilayani oleh perbankan lantaran nilai pembiayaannya yang relatif kecil dan kondisi pelaku usaha yang belum *bankable*. Oleh karenanya, diperlukan kehadiran koperasi syariah yang dapat menjadi perantara antara lembaga keuangan syariah dan pelaku usaha. Perbankan syariah dapat menyalurkan dana pembiayaan kepada para pengepul melalui koperasi syariah. Dalam kasus di Lombok Barat ini, koperasi syariah yang turut berperan dalam *pilot project* ini adalah Koperasi Syariah Baitut Tamkin Nusa Tenggara Barat Unit Lombok Barat. Koperasi Syariah Baitut Tamkin tidak hanya sekedar memberikan permodalan, tapi juga memberikan pendampingan untuk peningkatan karakter pelaku usaha dan peningkatan skala usaha.

Guna menjalin hubungan yang lebih baik antara pelaku usaha dan koperasi syariah, maka diperlukan peran Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) yang dapat membantu koperasi syariah untuk memilih pelaku usaha yang dapat menjadi anggota koperasi dan juga membantu dalam pengembangan kelembagaan. Di lain sisi, LSM dapat membantu pelaku usaha dalam mengidentifikasi kebutuhan dan juga upaya dalam mengakses koperasi syariah. Pada *pilot project ini*, Tazkia Micro Finance Center (TMFC) - LPPM STEI Taskia berperan sebagai LSM, yakni menjadi konsultan baik bagi koperasi syariah maupun bagi pelaku usaha.

Dapat disimpulkan bahwa pelaku yang terlibat dalam bina kerjasama dengan pelaku usaha ada tiga: 1) pelaku usaha, 2) koperasi syariah, 3) LSM. Hubungan antara ketiganya dapat dijelaskan oleh gambar berikut:

Gambar 6.5 Hubungan Pelaku Usaha, Koperasi Syariah, dan LSM



2. Desain skema pembiayaan

Setelah teridentifikasinya kebutuhan dari pelaku usaha, maka langkah selanjutnya adalah mendesain pola/skema pembiayaan yang tepat. Dalam tahap ini, bank syariah turut dilibatkan dalam menyusun skema pembiayaan. Model pembiayaan dari bank syariah ke koperasi syariah bisa dalam bentuk *channeling* dan *executing*. Model *channeling* menghendaki perbankan syariah untuk menyeleksi calon nasabah (para pengepul) dengan lebih teliti sesuai dengan kriteria-kriteria yang dimiliki oleh perbankan. Sementara itu, model *executing* memberikan wewenang kepada koperasi syariah untuk mengeksekusi siapa saja yang akan diberikan pembiayaan. Dari dua model ini, maka model yang paling memungkinkan untuk diberlakukan dalam *pilot project* ini adalah model *executing*. Model ini memberikan kemudahan kepada perbankan syariah dalam menjalankan program.

Desain skema pembiayaan juga meliputi akad apa yang paling tepat untuk digunakan, yakni akad antara bank syariah dan koperasi syariah dan juga antara koperasi syariah dan pelaku usaha. Program ini juga melibatkan asuransi mikro syariah untuk menutupi risiko gagal bayar dari para nasabah Baitut Tamkin jika yang bersangkutan meninggal dunia. Keunggulan dari asuransi mikro syariah adalah preminya yang murah yang dapat dijangkau oleh anggota koperasi. Perusahaan asuransi yang menjadi mitra adalah PT Asyki Sarana Sejahtera. Jika nasabah/anggota pembiayaan meninggal dunia, maka hutangnya akan menjadi lunas, dibayar oleh pihak asuransi. Selain Asyki, PT Jamkrida NTB Bersaing juga dapat dijadikan alternatif untuk penjaminan atas pembiayaan yang disalurkan oleh koperasi syariah kepada pelaku usaha mikro dan kecil. Peran LSM dalam tahap ini juga diperlukan untuk memberikan masukan terkait desain skema pembiayaan yang menguntungkan bagi semua pihak. Dengan demikian, pihak yang terlibat dalam desain skema pembiayaan adalah koperasi syariah, bank syariah, asuransi syariah, dan LSM.

Gambar 6. 6 Hubungan Koperasi Syariah, Bank Syariah, Asuransi Syariah, dan LSM

3. Pembiayaan usaha: *executing/channeling*

Kegiatan selanjutnya adalah implementasi pembiayaan usaha kepada para pelaku usaha. Dalam implementasi pembiayaan, pihak yang terlibat adalah hubungan segi empat antara pelaku usaha, koperasi syariah, bank syariah dan asuransi syariah. Bank syariah akan menyalurkan sejumlah dana kepada koperasi syariah selaku *mudharib* (pengelola). Selanjutnya, koperasi syariah akan menyalurkan dana tersebut kepada pelaku usaha yang menjadi anggota dengan berbagai akad; *mudharabah*, *murabahah* dan *ijarah*, sesuai dengan kebutuhan pelaku usaha.

Pembiayaan disalurkan oleh koperasi syariah kepada individu pelaku usaha melalui mekanisme kelompok. Fungsi kelompok adalah sebagai media untuk bersosialisasi, edukasi dan kontrol. Satu kelompok biasanya terdiri dari 5 orang. Beberapa kelompok yang terbentuk akan dikumpulkan dalam satu majelis pertemuan. Pertemuan majelis dilakukan setiap minggu yang dipimpin oleh satu orang manajer/petugas dari koperasi syariah. Dalam pertemuan tersebut, para anggota diwajibkan untuk membaca sebuah ikrar untuk tetap taat kepada Allah dan Rasul-Nya serta senantiasa amanah dalam mengelola dana pembiayaan yang diberikan. Selain ikrar, dalam pertemuan tersebut anggota koperasi dapat bertransaksi keuangan baik tabungan maupun pembiayaan.

Bila ada nasabah yang meninggal dunia sebelum pelunasan, maka asuransi mikro akan membayarkan seluruh sisa utang. Saat ini, produk yang dikembangkan masih *takaful* pembiayaan (pelunasan pembiayaan). Di masa yang akan datang, diharapkan dapat berkembang ke *takaful* jiwa, yakni pemberian santunan bagi keluarga yang ditinggalkan.

Dengan demikian, terdapat empat pemangku kepentingan dalam aktivitas pembiayaan sebagaimana dijelaskan dalam gambar berikut:

Gambar 6. 7 Hubungan Pelaku Usaha, Koperasi Syariah, Bank Syariah, dan Asuransi Syariah



4. Fasilitasi penguatan usaha (pemasaran, dll) dan kelembagaan

Selain aspek kebutuhan permodalan, aspek lainnya terkait penguatan usaha dan juga penguatan kelembagaan dari koperasi syariah dan juga koperasi pelaku usaha juga perlu diperhatikan. *Stakeholder* lain yang sangat penting dalam mendukung hal ini adalah Pemerintah Daerah (Pemda) yang terdiri dari Disperindag, Dinas Koperasi dan juga Dinas Pariwisata.

Disperindag berperan penting dalam peningkatan skala usaha para pelaku usaha. Disperindag sebetulnya telah memberikan bantuan alat pembuatan gerabah yang lebih modern, namun masih diperlukan program pendampingan dan pelatihan bagi masyarakat sehingga kelanjutan dari produksi gerabah dapat dioptimalkan. Sementara itu, Dinas Koperasi berperan dalam meningkatkan kesejahteraan para pelaku usaha melalui sistem koperasi. Di Desa Banyumulek telah terdapat sebuah koperasi gerabah yang disebut dengan Koperasi Pasar Seni. Pemerintah pun telah membantu dengan penyediaan sarana dan prasarana bagi Koperasi Pasar Seni. Sayangnya, koperasi tersebut masih kurang aktif dan justru kalah dalam pemasaran dengan *art shop* lainnya. Dalam hal ini, Dinas Koperasi dapat berupaya untuk memberikan pelatihan dan pendampingan kepada koperasi pasar seni untuk lebih berkembang. Adapun Dinas Pariwisata diperlukan untuk mendorong produk gerabah sebagai sebuah cinderamata yang menarik bagi para wisatawan baik lokal maupun internasional. Dukungan Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan juga diperlukan untuk berkoordinasi dengan lembaga keuangan syariah dalam peningkatan akses keuangan pelaku usaha gerabah.

Dukungan lain yang diperlukan dari Pemda adalah dukungan dalam bentuk dana hibah yang nantinya dapat disalurkan oleh koperasi syariah untuk pembiayaan non-komersial kepada para pelaku usaha. Hal ini menjadi penting dikarenakan para pelaku usaha terutama pengepul dan perajin adalah masyarakat berpenghasilan rendah yang masih sulit untuk memisahkan antara modal kerja dan keperluan rumah tangga. Keperluan rumah tangga yang mendesak, seperti biaya sekolah anak, biaya pengobatan anggota keluarga yang sakit dan keperluan non komersial lainnya, seringkali memaksa mereka untuk menggunakan modal kerja yang dimiliki. Dampaknya, usaha mereka akan terganggu, karena kekurangan modal. Oleh karenanya, diperlukan pembiayaan yang tidak bersifat komersial dengan akad *qardh*, yakni pinjaman tanpa ada tambahan yang melebihi pinjaman. Pembiayaan *qardh* ini bersumber dari dana pemerintah ataupun dapat juga berasal dari dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan BUMN.

Selain Pemerintah, koperasi syariah dan juga LSM dapat berperan aktif dalam memberikan pendampingan usaha, pelatihan pencatatan keuangan, pelatihan strategi bisnis, pelatihan keuangan syariah dan berbagai bentuk fasilitasi lainnya. Dengan demikian, dalam kegiatan fasilitasi ini diperlukan sinergi yang baik antara pelaku usaha, koperasi syariah, LSM dan Pemerintah Daerah.

Gambar 6. 8 Hubungan Pelaku Usaha, Koperasi Syariah, Bank Syariah, LSM dan Pemerintah Daerah



5. Sosialisasi keuangan syariah mulai dari tinjauan teoritis, fiqih hingga ke produk keuangan syariah.

Hasil survei menunjukkan bahwa mayoritas dari pelaku usaha tidaklah memahami keuangan syariah dengan baik. Pemahaman ini meliputi pengetahuan secara fiqih dan juga pengetahuan tentang produk-produk yang dimiliki oleh lembaga keuangan syariah. Dengan demikian, diperlukan sosialisasi yang intensif untuk mengenalkan dan

memahami pelaku usaha akan manfaat dari keuangan syariah dan bagaimana pelaku usaha dapat mengakses sejumlah produk/jasa yang ditawarkan oleh lembaga keuangan syariah. Aksi sosialisasi merupakan tugas semua pihak yang terlibat (*stakeholder*).

Gambar 6.9 Hubungan Seluruh Stakeholder Gerabah



6.4 POLA PEMBIAYAAN JASA LAYANAN KEUANGAN SYARIAH UNTUK GERABAH LOMBOK BARAT

Pola pembiayaan yang bisa dilakukan oleh lembaga keuangan syariah bagi usaha gerabah diklasifikasikan sesuai dengan akad dan kebutuhan usaha gerabah. Beberapa pola pembiayaan yang bisa dilakukan ialah:

1. Bantuan Sosial

Para pelaku usaha terutama pengepul dan perajin adalah masyarakat berpenghasilan rendah. Jika terdapat keperluan rumah tangga yang mendesak, seperti biaya sekolah anak, biaya pengobatan anggota keluarga yang sakit dan keperluan non komersial lainnya, sering kali memaksa mereka untuk menggunakan modal kerja yang dimiliki. Akibatnya, usaha mereka akan terganggu karena kekurangan modal. Oleh karenanya, diperlukan pembiayaan yang tidak bersifat komersil dengan akad *qardh*, yakni pinjaman tanpa ada tambahan yang melebihi pinjaman. Pinjaman ini dapat diberikan oleh koperasi syariah dengan sumber pembiayaan dari dana hibah pemerintah ataupun dapat juga berasal dari dana CSR perusahaan BUMN. Dengan kata lain, dana hibah dari pemerintah atau BUMN akan dikelola oleh koperasi syariah untuk memberikan pinjaman secara bergulir kepada para pelaku usaha yang menjadi anggota koperasi.

2. Pembelian Barang

Pelaku usaha membutuhkan bahan baku dan peralatan penunjang. Namun, acapkali terhambat oleh keterbatasan dana. Biaya produksi gerabah memang cukup bervariasi, yakni pada kisaran 25% - 75% dari harga jual, tergantung dengan variasi kerajinannya. Hal ini dikarenakan perajin gerabah masih menggunakan metode dan alat yang tradisional, sehingga hasil atau output dari kerajinan masih belum maksimal, baik dari besaran biaya produksi maupun varian kerajinannya. Dalam hal ini, LKS dapat berperan untuk memberikan bantuan pembiayaan, diantaranya adalah pembelian alat-alat kerajinan gerabah yang baru dan lebih modern.

Salah satu hasil pengamatan di lapangan didapati bahwa pada industri gerabah ialah penggunaan alat yang masih tradisional. Pemerintah sebetulnya telah memberikan bantuan alat pembuatan gerabah yang lebih modern, akan tetapi tidak diimbangi dengan pemberian bekal yang cukup bagi masyarakat sehingga kelanjutan dari produksi gerabah tidak maksimal. Padahal, jika dengan alat yang lebih modern, perajin dapat memproduksi secara lebih masif dan lebih bervariasi yakni tidak hanya gerabah saja, akan tetapi juga jenis kerajinan yang lain seperti keramik. Akad yang dapat digunakan untuk pembelian barang adalah *murabahah*, *salam* atau *istishna*.

3. Pembiayaan Jasa

Selain kerja sama dalam pembelian alat produksi, lembaga keuangan syariah juga dapat bekerja sama dengan pelaku usaha gerabah untuk pembiayaan jasa. Contoh dari jasa adalah pembayaran tenaga kerja, penyewaan *stand* pameran, sewa ruko, dan lainnya. Lembaga keuangan syariah bisa bekerja sama dengan *art shop* milik pemerintah atau swasta, koperasi pasar seni dan pihak lainnya yang menjadi produsen kerajinan gerabah. Untuk pembayaran tenaga kerja, maka produk yang dapat digunakan ialah pembiayaan multi jasa. Dalam hal ini, akad yang dapat digunakan adalah *ijarah* atau *kafalah*.

4. Pembiayaan Investasi

Sesuai dengan kebutuhan dana yang diuraikan pada bagian sebelumnya pengepul adalah pemeran penting pada usaha gerabah Banyumulek. Kebutuhan modal ketika pembeli/pemesan gerabah tidak memberikan uang muka atau hanya memberikan uang muka sebesar 50%. Jika rata-rata kebutuhan modal minimal tiap pengepul adalah Rp3.000.000, maka jika terdapat 30 pengepul kebutuhan modal diakumulasi hingga Rp90.000.000. Dana ini selanjutnya akan digulirkan pada perajin yang mengerjakan pesanan gerabah dari pengepul.

Kebutuhan dana ini dapat dipenuhi antara lain jika terdapat investasi berupa penanaman modal atau pemenuhan modal untuk memenuhi pesanan. Penanaman modal secara umum dapat membantu pelaku usaha untuk meningkatkan skala usahanya. Selain itu, seringkali ada pesanan produksi dengan jumlah yang lebih dari biasanya, dan tentunya hal ini membutuhkan tambahan modal untuk menyelesaikan persoalan ini. Salah satu hasil wawancara menyebutkan bahwa terdapat pelaku usaha yang menolak pesanan karena kekurangan modal.

Art shop juga memerlukan dana pada proses bisnis yang dijalankan. Kebutuhan dana ini jika pemesanan dari *end user* tidak memberikan pelunasan namun hanya memberikan uang muka. Dana ini selanjutnya akan digunakan untuk pemasangan/pembelian gerabah dari pengepul/ perajin. Kebutuhan dana juga diperlukan untuk memberikan nilai tambah produk gerabah jika *art shop* menerima gerabah setengah jadi dari para perajin/pengepul.

Gambar 6.10 Skema Peningkatan Akses Gerabah



Lembaga keuangan syariah dapat berperan untuk memberikan bantuan pembiayaan permodalan. Kontribusi modal dari LKS bisa 100% ataupun kurang. Bila semua modal berasal dari LKS, maka akad yang digunakan adalah akad *mudharabah*, sementara jika pelaku usaha dan LKS memiliki sejumlah porsi modal, maka akad yang digunakan adalah akad *musyarakah*. Contohnya, bila pelaku usaha mendapatkan pembayaran uang muka dari pembeli yang dapat menutupi 50% dari biaya produksi, maka ini dapat dijadikan sebagai modal bagi pelaku usaha. Dengan demikian, pelaku usaha telah mempunyai modal sebesar Rp1,5 juta, sehingga mereka hanya memerlukan tambahan Rp1,5 juta juga dari lembaga keuangan. Pada kedua akad ini baik *mudharabah* maupun *musyarakah*, dapat ditentukan *nisbah* atau porsi bagi hasil antara kedua belah pihak, sesuai dengan kesepakatan yang telah disepakati oleh kedua belah pihak. Dengan pertimbangan modal yang dikeluarkan oleh kedua belah pihak, baik modal berupa uang, ataupun modal keahlian, waktu atau tenaga. Diharapkan dengan adanya pola pembiayaan seperti ini, usaha gerabah akan berkembang dan meningkatkan omzet penjualan serta daya saing gerabah di pasar.

Lebih detail lagi, pola pembiayaan untuk gerabah dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 6.2 Summary Pola Pembiayaan Gerabah

Aktivitas/ Kegiatan usaha	Kebutuhan Modal (Rp)			Sumber pembi- ayaan saat ini	Usulan Pola Pembiayaan				Bentuk Pendam- pingan	
	Harga (Ribu Rupiah)	Q	Total (ribu)		LKS	Akad	Plafon (Ribu Rupiah)	Jangka Waktu		
Modal Kerja	3.000	1	3.000	DP dan modal sendiri	Bank NTB Syariah melalui Kopsyar	Mudhara- bah Musy- arakah	3.000	12 bulan	Pelatihan Usaha Pen- catatan	
							1.500	12 bulan		
Pengadaan Bahan Baku										
Tanah liat	150	1 mobil pick up	150	Pengepul (peng- adaan bahan baku di- lakukan oleh perajin)		Muraba- hah Salam	500	2 bulan	Pelatihan Produksi	
Pasir	10	20 sak	200							
Kayu Bakar	10	40 ikat	400							
Jerami	50	10 ikat	500							
Solar	06.05	5 liter	325							
Asam	15	3 botol	45							
Pewarna	5	10 botol	50							
Proses Desain dan Produksi										
Tenaga perajin	350	2	700	Modal sendiri					Pelatihan Design	
Proses Distribusi										
Shipping ke Bali	2.000	1	2.000	Modal sendiri					Pelatihan Pemasaran	
Stand Pameran (Nasi- onal)	2.000	1	1.000	Modal sendiri					Pelatihan Pemasaran	

BAB VII

RENCANA STRATEGIS PENINGKATAN AKSES KEUANGAN KELOMPOK MASYARAKAT

7.1 RENCANA STRATEGIS PENINGKATAN AKSES KEUANGAN SYARIAH

Rencana strategis peningkatan akses keuangan syariah meliputi tiga fokus utama, yaitu:

1. Peningkatan *supply* produk/jasa layanan keuangan syariah.
2. Peningkatan *demand* terhadap jasa layanan keuangan syariah.
3. Peningkatan aksesibilitas dan dukungan kerja sama terhadap layanan jasa keuangan syariah.

Gambar 7.1 Kerangka Peningkatan Akses Keuangan Kelompok Masyarakat atau Pelaku Usaha melalui Pemanfaatan Produk/Jasa Layanan Keuangan Syariah



1. Peningkatan Supply Jasa Keuangan Syariah oleh Lembaga Keuangan Syariah

Peningkatan *supply* yang dimaksud meliputi aspek 1) ketersediaan dana untuk pinjaman atau pembiayaan, 2) pola pembiayaan dari lembaga keuangan syariah sesuai *shariah compliance*, 3) dan dapat di akses pelaku usaha.

Peningkatan *supply* jasa keuangan memerlukan dukungan kebijakan serta insentif untuk mendorong volume pendanaan sektor ekonomi pelaku usaha, mendorong inovasi, peningkatan kompetensi, dan penyediaan akses informasi.

Insentif yang dimaksud dapat meliputi:

- a. *Workshop* dan pelatihan untuk meningkatkan kompetensi LKS dalam Meningkatkan kegiatan pendanaan / investasi bagi pelaku usaha.

- b. Pengembangan produk jasa layanan keuangan syariah dan atau skema untuk pendanaan/investasi dalam rangka meningkatkan portfolio keuangan. Hal ini termasuk di antaranya kajian produk, upaya melibatkan koperasi yang menaungi pelaku usaha, pengembangan pola akad layanan keuangan syariah, dan pedoman pendanaan/investasi untuk membantu LKS mengidentifikasi analisa kelayakan pembiayaan pada pelaku usaha.
- c. Dukungan infrastruktur berupa sistem teknologi informasi untuk menjamin interkoneksi sistem lalu lintas pembayaran antar LKS dan pelaku usaha serta ketersediaan data untuk pengembangan lebih lanjut di masa mendatang.

2. Peningkatan Demand Jasa Keuangan Syariah oleh Pelaku Usaha

Kendala yang terdapat dalam peningkatan *demand* jasa keuangan syariah adalah masih kurangnya pemahaman pelaku usaha mengenai potensi pendanaan bagi pelaku usaha yang sesuai dengan karakter usaha dan ketersediaan layanan yang setara dengan jasa keuangan bank umum.

Untuk meningkatkan pemahaman pelaku dan publik pada umumnya sangat diperlukan pelaksanaan program sosialisasi dan edukasi terprogram dan tepat sasaran secara intensif.

3. Peningkatan Aksesibilitas dan Dukungan Kerja Sama terhadap Layanan Jasa Keuangan Syariah

Peningkatan aksesibilitas terhadap jasa layanan keuangan syariah, yang diupayakan melalui strategi:

- a. Peningkatan produktivitas, inovasi dan pemasaran produk batik dan gerabah dengan cara:
 - 1) Mendorong lembaga/pemerintah daerah untuk meningkatkan penggunaan gerabah dan batik. Misalnya, menentukan hari wajib batik di instansi pemerintahan, dan menghimbau kantor, hotel, dan objek wisata untuk menggunakan produk gerabah.
 - 2) Pemasaran *online*. Dalam hal ini diperlukan *training* pemasaran kepada para pelaku usaha cara memasarkan produk secara *online*. Para pelaku usaha ini bisa mewakili kepada anaknya atau sanak keluarganya yang masih muda yang cenderung lebih responsif terhadap perkembangan teknologi informasi.
 - 3) Membuat *art shop* pasar seni di tempat-tempat strategis, misalnya di objek-objek pariwisata atau di pusat kota.
 - 4) Kerja sama dengan daerah lain untuk melakukan pertukaran produk unggulan daerah masing-masing.
 - 5) Membuka pasar ekspor yang lebih luas.
 - 6) Bekerja sama dengan agen perjalanan yang dapat membantu promosi batik dan gerabah, dengan syarat saling menguntungkan.
- b. Perbaikan pada tata kelola perusahaan pelaku usaha dari sisi manajemen keuangan dan risiko, antara lain mencakup pencatatan dan pengelolaan keuangan, dan kerja sama pengelolaan manajemen risiko antara pelaku usaha dan LKS.
- c. Sistem informasi dan *database* terpadu antara pelaku usaha, penyedia jasa keuangan syariah, dan instansi terkait makin baik.

7.2 FOKUS AKTIVITAS PENINGKATAN AKSES KEUANGAN SYARIAH

7.2.1 Di Kabupaten Garut

Fokus aktivitas peningkatan akses keuangan syariah di Kabupaten Garut diterapkan secara bertahap dalam jangka waktu lima tahun, dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Tahap pertama: kegiatan difokuskan pada perumusan model/pola kerja sama antara pelaku usaha dan lembaga keuangan syariah.
2. Tahap kedua: kegiatan difokuskan pada peningkatan jumlah pelaku usaha yang mendapatkan jasa layanan keuangan syariah; peningkatan pemahaman; pengetahuan serta kompetensi sumber daya pelaku usaha dan lembaga keuangan syariah; dan peningkatan koordinasi dengan instansi terkait.
3. Tahap ketiga: kegiatan difokuskan pada keberlanjutan program dukungan jasa layanan keuangan syariah, meliputi integrasi manajemen risiko pelaku usaha dan lembaga keuangan syariah dan pembangunan sistem informasi terpadu berkelanjutan.

7.2.2 Di Kabupaten Lombok Barat

Fokus aktivitas peningkatan akses keuangan syariah di Kabupaten Lombok Barat atas diterapkan secara bertahap dalam jangka 5 tahun dengan penjelasan sebagai berikut :

1. Tahap pertama: kegiatan difokuskan pada peningkatan produktivitas, inovasi dan pemasaran produk pelaku usaha agar menarik minat perbankan syariah dalam memberikan pembiayaan. Tahap ini dilakukan dengan pendampingan oleh Dinas Perindustrian dan Dinas Koperasi secara intensif untuk memperkuat komitmen dan profesionalitas pelaku usaha. Di samping itu, disusun perumusan model/pola kerja sama antara pelaku usaha dan lembaga keuangan syariah secara kolektif melalui koperasi syariah setempat.
2. Tahap kedua: kegiatan difokuskan pada peningkatan jumlah pelaku usaha yang mendapatkan jasa layanan keuangan syariah; peningkatan pemahaman; pengetahuan serta kompetensi sumber daya pelaku usaha dan lembaga keuangan syariah; dan peningkatan koordinasi dengan instansi terkait.
3. Tahap ketiga: kegiatan difokuskan pada kerja sama secara mandiri antara pelaku usaha dan lembaga keuangan syariah.
4. Tahap keempat: kegiatan difokuskan pada keberlanjutan program dukungan jasa layanan keuangan syariah, meliputi integrasi manajemen risiko pelaku usaha dan lembaga keuangan syariah dan pembangunan sistem informasi terpadu berkelanjutan.

7.3 ROADMAP PENINGKATAN AKSES JASA KEUANGAN SYARIAH

Tahapan peningkatan akses keuangan kelompok masyarakat yang ingin dicapai dalam kurun waktu 5 tahun adalah sebagai berikut:

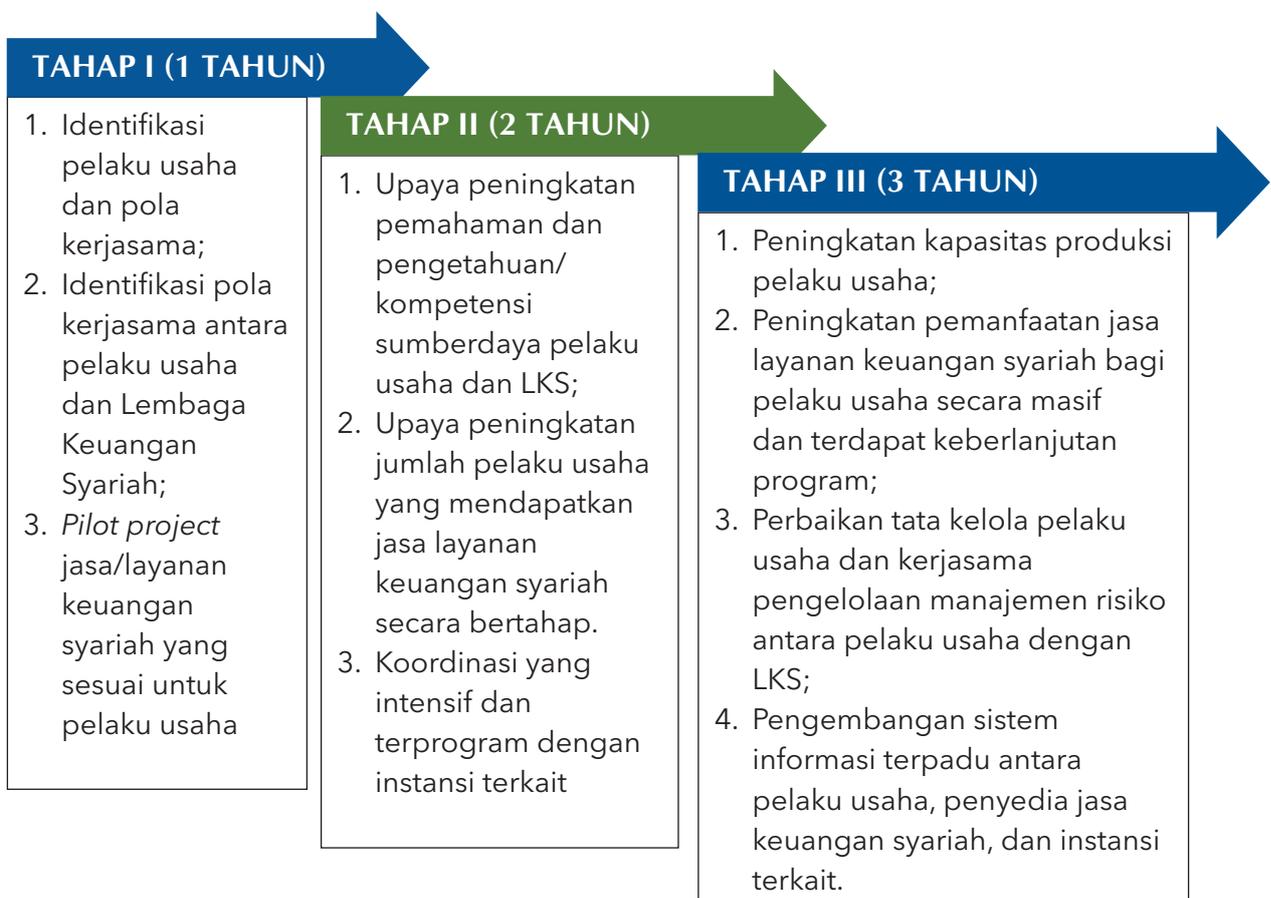
1. Pada tahap pertama (1 tahun), dilakukan:
 - a. Identifikasi pelaku usaha dan pola kerja sama;
 - b. Identifikasi pola kerja sama antara pelaku usaha dan LKS;
 - c. *Pilot project* jasa/layanan keuangan syariah yang sesuai untuk pelaku usaha.

Diharapkan model kerja sama antara pelaku usaha dan LKS telah tersusun.

2. Pada tahap kedua (2 tahun), dilakukan:
 - a. Upaya peningkatan pemahaman dan pengetahuan/kompetensi sumber daya pelaku usaha dan LKS;
 - b. Upaya peningkatan jumlah pelaku usaha yang mendapatkan jasa layanan keuangan syariah secara bertahap;
 - c. Koordinasi yang intensif dan terprogram dengan instansi terkait.

3. Pada tahap ketiga (2 tahun), dilakukan:
 - a. Peningkatan kapasitas produksi pelaku usaha;
 - b. Peningkatan pemanfaatan jasa layanan keuangan syariah bagi pelaku usaha secara masif dan terdapat keberlanjutan program;
 - c. Perbaikan tata kelola pelaku usaha dan kerja sama pengelolaan manajemen risiko antara pelaku usaha dengan LKS;
 - d. Pengembangan sistem informasi terpadu antara pelaku usaha, penyedia jasa keuangan syariah, dan instansi terkait.

Gambar 7.2 Roadmap Peningkatan Akses Jasa Keuangan Syariah



Target dan rencana kegiatan di masing-masing area rencana kerja strategis selanjutnya disesuaikan dengan kondisi lembaga keuangan syariah, koperasi, pelaku usaha, dan institusi pemerintah daerah yang terlibat. Berikut adalah uraian rencana kerja strategis peningkatan akses jasa keuangan syariah.

Gambar 7. 3 Rencana Strategis Peningkatan Akses Jasa Keuangan Syariah di Kabupaten Garut

Sasaran Strategis		Tahun-1	Tahun-2	Tahun-3	Tahun-4	Tahun-5
Peningkatan supply jasa keuangan syariah	Memerlukan dukungan kebijakan serta insentif untuk mendorong volume pendanaan sektor ekonomi pelaku usaha, mendorong inovasi, peningkatan kompetensi, dan penyediaan akses informasi.	<p>Workshop dan pelatihan untuk meningkatkan kompetensi LKS dalam meningkatkan kegiatan pendanaan / investasi bagi pelaku usaha.</p> <p>Pengembangan produk jasa layanan keuangan syariah dan atau skema untuk pendanaan/investasi dalam rangka meningkatkan portfolio keuangan.</p> <p>Sistem teknologi informasi untuk menjamin interkoneksi sistem lalu lintas pembayaran antar LKS dan pelaku usaha serta ketersediaan data untuk pengembangan lebih lanjut di masa mendatang.</p>				
Peningkatan Demand Jasa Keuangan Syariah pelaku usaha	Pelaksanaan program sosialisasi dan edukasi terprogram dan tepat sasaran pelaku usaha	<p>Sosialisasi jasa layanan keuangan syariah</p> <p>Gerakan Cinta Batik Garut dan Kewajiban Mengenakan seragam Batik Garut untuk meningkatkan permintaan batik.</p> <p>Kampanye Ekonomi Syariah Digiatkan Kembali</p>				
Aksesibilitas dan Dukungan Kerjasama Terhadap Layanan Jasa Keuangan Syariah	Pemanfaatan jasa layanan keuangan syariah bagi pelaku usaha makin luas dan kerjasama antar institusi terkait makin terintegrasi	<p>Perbaikan pada tata kelola perusahaan pelaku usaha.</p> <p>Kerjasama pengelolaan manajemen risiko antara pelaku usaha dan LKS.</p> <p>Sistem informasi dan data base terpadu antara pelaku usaha, penyedia jasa keuangan syariah, dan instansi terkait makin baik.</p>				

Gambar 7.4 Rencana Strategis Peningkatan Akses Jasa Keuangan Syariah di Kabupaten Lombok Barat

Sasaran Strategis		Tahun-1	Tahun-2	Tahun-3	Tahun-4	Tahun-5
Peningkatan <i>supply</i> jasa keuangan syariah	Memerlukan dukungan kebijakan serta insentif untuk mendorong volume pendanaan sektor ekonomi pelaku usaha, mendorong inovasi, peningkatan kompetensi, dan penyediaan akses informasi, dan pola kerja sama antara pelaku usaha dan LKS	<p><i>Workshop</i> dan pelatihan untuk meningkatkan kompetensi LKS dalam meningkatkan kegiatan pendanaan / investasi bagi pelaku usaha.</p> <p>Pengembangan produk jasa layanan keuangan syariah dan atau skema untuk pendanaan/investasi dalam rangka meningkatkan portfolio keuangan.</p> <p>Sistem teknologi informasi untuk menjamin interkoneksi sistem lalu lintas pembayaran antar LKS dan pelaku usaha serta ketersediaan data untuk pengembangan lebih lanjut di masa mendatang.</p>				
Peningkatan <i>Demand</i> Jasa Keuangan Syariah pelaku usaha	Pelaksanaan program sosialisasi dan edukasi terprogram dan tepat sasaran pelaku usaha	<p>Pelatihan kepada pemuda-pemudi banyumulek dalam pembuatan kerajinan gerabah dan himbauan kepada kantor-kantor pemerintah dan hotel-hotel menggunakan produk gerabah dalam rangka meningkatkan pemasaran produk gerabah.</p> <p>Sosialisasi jasa layanan keuangan syariah</p> <p>Kampanye Ekonomi Syariah digiatkan kembali</p>				
Aksesibilitas dan Dukungan Kerjasama Terhadap Layanan Jasa Keuangan Syariah	Pemanfaatan jasa layanan keuangan syariah bagi pelaku usaha makin luas dan kerjasama antar institusi terkait makin terintegrasi	<p>Perbaikan pada tata kelola perusahaan pelaku usaha.</p> <p>Peningkatan produktifitas, inovasi dan pemasaran produk gerabah</p> <p>Sistem informasi dan data base terpadu antara pelaku usaha, penyedia jasa keuangan syariah, dan instansi terkait makin baik.</p>				

7.4 KEY SUCCESS FACTOR

Faktor kunci dalam kesuksesan *pilot project* di Kabupaten Garut dan Kabupaten Lombok Barat berbeda. Oleh karenanya, pembahasan *key success factor* akan dibagi ke dalam dua pembahasan, yaitu: *key success factor* untuk usaha batik garut dan *key succes factor* untuk usaha gerabah.

7.4.1 Key Success Factor Batik Garut

Terdapat kendala dalam peningkatan akses keuangan bagi pelaku usaha Batik Garut, yaitu:

1. Pengetahuan sebagian besar pelaku usaha mengenai produk perbankan syariah relatif rendah. Mereka belum mengetahui produk/jasa layanan keuangan syariah yang ditawarkan oleh bank syariah. Produk pembiayaan bagi hasil yang menjadi ciri utama dari perbankan syariah belum dipahami dengan baik oleh para pelaku usaha. Selama pelaksanaan *pilot project* dilakukan sosialisasi dan edukasi mengenai berbagai produk/jasa layanan keuangan bank syariah serta perbedaannya dengan yang dengan produk/jasa layanan keuangan bank konvensional.
2. Keengganan pelaku usaha untuk memanfaatkan dana perbankan dalam rangka membiayai modal kerja. Hasil survei serta monitoring dan evaluasi (*monev*) yang dilakukan menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha merasa enggan berhubungan dengan bank terutama terkait pembiayaan modal kerja karena adanya faktor keyakinan untuk menghindari riba, larangan orang tua, dan ketakutan tidak dapat melunasi pembiayaan dimaksud.
3. Kebijakan internal dari sebagian perbankan syariah yang belum memberikan perhatian kepada pembiayaan pelaku usaha mikro. Bank Muamalat Kantor Cabang Garut memiliki kebijakan membatasi operasional yang fokus pada penghimpunan dana, sementara penyaluran dana dilakukan oleh cabang Bandung. Dengan demikian, pelaku usaha hanya bisa mengakses produk simpanan (*funding*) dari Bank Muamalat. Selain itu, Bank Syariah Mandiri (BSM) juga memiliki kendala dalam menyalurkan pembiayaan kepada para pelaku usaha mikro. Pada bulan Juli sampai dengan bulan September 2016, BSM sedang melakukan konsolidasi internal dengan menghentikan sementara penyaluran pembiayaan untuk nasabah baru.

Kendala tersebut di atas dapat diatasi dengan menekankan kegiatan yang menjadi kunci keberhasilan peningkatan akses jasa keuangan di Kabupaten Garut, yaitu:

1. Adanya sosialisasi yang intensif, baik yang dilakukan oleh *stakeholder* seperti Pemda atau dari pihak bank syariah. Di samping itu, juga dilakukan pelatihan dan pendampingan kepada pelaku usaha mengenai pengetahuan perbankan syariah mulai dari penjelasan teoritis perbedaan bank syariah dan konvensional hingga model kerja sama antara bank syariah dan pelaku usaha. Dalam memberikan pelatihan ini, pihak perbankan syariah juga diajak untuk turut berkontribusi menjadi narasumber.

Meski demikian, proses edukasi dan sosialisasi ini membutuhkan waktu yang cukup lama, tidak hanya sebatas pada masa *pilot project* ini dilakukan. Dari hasil sosialisasi yang dilakukan selama kegiatan *pilot project*, terdapat beberapa pelaku usaha yang membuka rekening tabungan di bank syariah. Selain itu, ada dua pelaku usaha yang mempertimbangkan untuk memanfaatkan pembiayaan dari perbankan syariah. Data pelaku usaha yang telah membuat rekening di perbankan syariah dan yang sedang berkomunikasi dengan perbankan syariah untuk pembiayaan dapat dilihat dalam lampiran.

Dengan demikian, sosialisasi menjadi faktor kunci keberhasilan *pilot project* di Kabupaten Garut. Para pelaku usaha sudah *bankable* dan cukup memahami sistem keuangan secara umum. Sosialisasi yang lebih intensif dapat meningkatkan akses mereka terhadap layanan keuangan syariah.

2. Kunci sukses lainnya adalah produk/jasa keuangan syariah yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan pelaku usaha. Setiap pelaku usaha memiliki kebutuhan yang berbeda-beda dan mereka membutuhkan fleksibilitas dari bank syariah untuk dapat memenuhi kebutuhan tersebut. Dalam hal ini, BJB Syariah telah mengambil inisiatif yang sangat bagus dengan memberikan penawaran pembiayaan yang dapat dilunasi sesuai dengan arus pendapatan yang diterima. Sebagai contoh, pelaku usaha yang membutuhkan modal untuk memenuhi pesanan dari konsumen dapat mengajukan ke BJB Syariah dengan pelunasan pembiayaan disesuaikan dengan *term* pembayaran dari konsumen. Bahkan, pelunasan pembiayaan dapat dilakukan ketika jatuh tempo tanpa melalui cicilan bulanan. Pembiayaan ini bersifat jangka pendek, yaitu 3 - 4 bulan.
3. Lokasi bank syariah juga menjadi faktor yang mendorong pelaku usaha membuka rekening di bank syariah. Dalam hal ini, lokasi dekat dan mudah dijangkau menjadi alasan beberapa pelaku usaha dalam memanfaatkan akses lembaga keuangan.
4. Selain itu, dukungan pemerintah yang cukup baik dalam meningkatkan skala usaha batik garut turut berpengaruh antara lain penyediaan sarana dan prasarana membuat, pelatihan membuat, dll. Dukungan yang hampir sama juga diberikan oleh Dinas Koperasi Kabupaten Garut melalui rencana revitalisasi Koperasi Warga Batik dan juga membangun sebuah galeri untuk pelaku usaha mikro yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha batik dalam waktu dekat.

7.4.2 Key Success Factor Gerabah

Situasi dan kondisi yang ada di Kabupaten Lombok Barat berbeda dengan yang ada di Kabupaten Garut. Para pelaku usaha kerajinan gerabah di Kabupaten Lombok Barat belum memenuhi kriteria yang layak untuk mendapatkan pembiayaan dari perbankan karena omzet pelaku usaha perajin gerabah di Kabupaten Lombok Barat lebih kecil dibandingkan dengan omzet pelaku usaha batik di Kabupaten Garut.

Beberapa kendala dalam upaya peningkatan akses keuangan bagi pelaku usaha gerabah di Kabupaten Lombok Barat di antaranya:

1. Perajin tidak memiliki akses pasar

Para perajin memproduksi gerabah sesuai dengan yang dipesan oleh para pengepul atau pemilik *art shop*. Upaya untuk meningkatkan skala usaha perajin dalam waktu dekat relatif sulit karena akses pasar dimiliki oleh para pengepul atau pemilik *art shop*. Dengan akses pasar yang dimiliki, mereka memerlukan sejumlah dana untuk bisa mendapatkan gerabah dari para perajin untuk dijual kepada para konsumen. Dalam jangka panjang, diharapkan para perajin dapat mengakses langsung pasar gerabah khususnya di Kabupaten Lombok Barat. Keberadaan koperasi yang aktif sangat diperlukan untuk menjembatani antara perajin dan pasar. Saat ini, terdapat koperasi pasar seni yang masih perlu dikembangkan, sehingga memberikan manfaat yang lebih besar bagi para perajin di Desa Banyumulek, Lombok Barat khususnya untuk memasarkan produk gerabah.

2. Bank syariah kurang berminat berhubungan langsung dengan pengepul atau perajin

Bank syariah kurang berminat untuk memberikan pembiayaan secara langsung kepada para pelaku usaha karena pertimbangan unsur risiko yang dinilai cukup besar dan minimnya aset kolateral yang dimiliki. Kecilnya nilai pembiayaan yang disalurkan kepada perajin atau pengepul tidak sebanding dengan biaya dan risiko yang mereka tanggung. Bank memiliki kesulitan untuk dapat langsung berhubungan dengan para pelaku usaha yang dinilai masih jauh dari kriteria *bankable*. Meski demikian, dari hasil FGD diketahui bahwa bank syariah menyatakan ketertarikannya apabila ada lembaga keuangan yang dapat menjadi penghubung antara bank dengan para pelaku usaha (*linkage program*).

Dari kedua kendala di atas, direkomendasikan untuk memanfaatkan koperasi syariah untuk menjadi mediator antara perbankan dan pelaku usaha. Dengan kata lain, bank syariah akan memberikan pembiayaan kepada koperasi syariah untuk kemudian disalurkan kepada para pelaku usaha. Koperasi syariah yang direkomendasikan pada penelitian ini adalah Koperasi Syariah Baitut Tamkin Nusa Tenggara Barat unit Lombok Barat.

Keberadaan koperasi syariah sangat membantu bagi kedua belah pihak, di mana pelaku usaha mendapatkan modal untuk bekerja sedangkan pihak bank dapat menyalurkan pembiayaan dengan risiko yang terukur. Bank syariah tidak perlu melakukan survei dan mengevaluasi setiap pelaku usaha untuk mengetahui tingkat kelayakannya. Demikian juga, perbankan tidak perlu melakukan penagihan setiap periode kepada para pelaku usaha yang memanfaatkan pembiayaan. Dengan demikian bank syariah dapat menghemat waktu, tenaga dan biaya. Pemilihan nasabah yang tepat atau layak mendapatkan pembiayaan mutlak dimiliki oleh koperasi syariah. Perihal penagihan pun cukup dilakukan oleh koperasi. Nantinya, koperasi syariah yang akan berkomunikasi lebih intens dengan pihak bank.

Koperasi syariah dapat mengurangi biaya perbankan dalam melakukan pengawasan dan pendampingan nasabah yang mendapatkan pembiayaan. Hubungan antara perbankan syariah dengan koperasi adalah kerja sama dengan akad *mudharabah*. Pihak koperasi syariah menyiapkan nasabah yang berpotensi untuk diberikan pembiayaan berdasarkan pengalaman pembiayaan syariah dengan koperasi syariah. Kemudian dilakukan pengawasan dan pendampingan selama masa pembiayaan dengan bank syariah.

Dengan demikian, kunci sukses utama usaha gerabah di Desa Banyumulek, Lombok Barat adalah sebagai berikut:

1. Keberadaan koperasi syariah sebagai lembaga intermediasi yang menghubungkan pelaku usaha gerabah dan bank syariah sebagai pemilik modal. Keberadaan koperasi syariah menjadi vital dalam program meningkatkan akses keuangan para pelaku usaha karena koperasi syariah sebagai lembaga intermediasi dapat menghubungkan kebutuhan dari masing-masing pihak, yaitu pelaku usaha dan bank syariah. Selain itu, dengan prinsip syariah yang diusung maka dapat menjadi solusi kekhawatiran para pelaku usaha yang tidak mau berhubungan dengan lembaga keuangan konvensional dengan alasan keyakinan. Pola kerja sama (*linkage*) antara perbankan syariah dengan koperasi dapat dilakukan melalui dua model, yaitu *executing* dan *channeling*. Penggunaan *executing* dinilai lebih tepat untuk diterapkan karena:
 - a. Memudahkan koperasi syariah dalam mengembangkan program-program pembiayaan kepada anggotanya; dan
 - b. Penentuan pembiayaan langsung oleh koperasi syariah akan memudahkan dalam pendampingan usaha gerabah yang notabene adalah anggotanya.

2. Selain aspek intermediasi keuangan, pembinaan yang dilakukan oleh koperasi syariah kepada anggotanya melalui mekanisme kelompok juga menjadi kunci keberhasilan dari *pilot project*. Koperasi Syariah Baitut Tamkin NTB mengikuti sistem Grameen, yakni berbasiskan kelompok. Setiap kelompok terdiri dari lima anggota. Kemudian, beberapa kelompok akan tergabung dalam satu majelis pertemuan yang rutin melakukan pertemuan setiap pekan. Intensitas pertemuan yang rutin menjadikan pembinaan yang dilakukan oleh koperasi syariah berjalan sangat efektif. Hal ini dibuktikan dengan nilai pembiayaan yang bermasalah (*Non Performing Financing - NPF*) kurang dari 1%.
3. Dukungan pemerintah juga menjadi kunci sukses dalam kerajinan gerabah. Pemerintah Provinsi dan Kabupaten telah menetapkan gerabah Banyumulek sebagai destinasi kerajinan untuk pariwisata di Nusa Tenggara Barat. Di samping itu Disperindag telah memberikan fasilitas berupa sarana dan prasarana, alat-alat pendukung pengembangan kerajinan usaha gerabah, serta pelatihan membuat gerabah. Dinas Koperasi juga mendukung realisasi kerja sama antara perbankan syariah dan koperasi syariah untuk meningkatkan kerajinan usaha gerabah.
4. Untuk wilayah Kabupaten Lombok Barat, dengan latar belakang ekonomi masyarakatnya yang tergolong kurang dibanding masyarakat di Kabupaten Garut, penyediaan produk/layanan keuangan sosial dengan akad *qardh* menjadi salah satu faktor pendukung keberhasilan peningkatan akses layanan keuangan, terutama untuk akses pembiayaan. Dengan adanya produk/jasa layanan yang menggunakan akad *qardh* mendorong pemenuhan kebutuhan dasar pelaku usaha, sehingga mendapatkan kesempatan dan berpotensi lebih besar untuk mengembangkan usahanya.
5. Kunci sukses terakhir adalah sosialisasi keuangan syariah yang dilakukan oleh seluruh *stakeholder*. Sosialisasi meliputi pemahaman teoritis berkaitan dengan akad-akad dan transaksi-transaksi yang diperkenalkan oleh agama (Islam) dan penjelasan tentang produk-produk keuangan syariah.

BAB VIII

PENUTUP

8.1 KESIMPULAN

Kesimpulan kajian *pilot project* adalah sebagai berikut:

a. Fokus Usaha Batik Garut di Kabupaten Garut

1. Hasil identifikasi kelompok usaha kerajinan batik garut menunjukkan bahwa industri batik garut terus mengalami peningkatan. Dukungan pemerintah untuk pengembangan industri batik garut juga cukup kuat. Dari aspek literasi keuangan, para pelaku usaha di Garut sudah memiliki rekening di perbankan, namun mereka belum mengakses program investasi yakni produk deposito dan juga pembiayaan modal kerja. Pelaku usaha batik garut juga masyarakat yang religius. Hal ini setidaknya dapat diketahui dari ketertarikan pelaku usaha terhadap penggunaan layanan keuangan syariah cukup tinggi, meskipun tingkat pemahaman mereka tentang keuangan syariah masih rendah. Hal ini menjadi potensi bagi bank syariah untuk meningkatkan layanan keuangan syariah dengan memperhatikan *value chain* dan sejumlah akad yang dapat digunakan.
2. Jasa keuangan yang paling tepat untuk peningkatan akses keuangan bagi para pelaku usaha batik garut adalah produk tabungan dan produk pembiayaan jangka pendek, yaitu berkisar pada 3 - 4 bulan untuk pembiayaan modal kerja terutama ketika pelaku usaha tersebut mendapatkan pesanan produksi yang cukup besar. Pembiayaan yang diberikan dapat menggunakan akad *mudharabah*, *musyarakah* atau *murabahah*.
3. Berdasarkan studi *business model canvas*, diketahui terdapat ada tiga model bisnis usaha batik garut, yaitu: 1) pelaku dari produksi hingga ke pemasaran, 2) pelaku usaha yang maklum ke pembatik, 3) pelaku usaha yang hanya berdagang. Selain itu, pendekatan melalui analisis pendekatan *value chain* ditemukan bahwa terdapat empat aktor utama dalam rantai nilai batik garut, yaitu: 1) pemasok bahan baku, 2) produsen batik, 3) pedagang batik, dan 4) konsumen. Adapun aktor pendukung adalah lembaga keuangan dan BUMN, dan pihak fasilitator usaha batik garut adalah Disperindag Kabupaten Garut dan Dinas koperasi, UMKM dan BMT Kabupaten Garut. Berdasarkan kedua analisa di atas, maka pengembangan usaha batik garut dapat dilakukan dengan dua strategi: 1) meningkatkan pendapatan, dan 2) menurunkan biaya. Strategi peningkatan pendapatan dapat dilakukan dengan tiga hal: a) Meningkatkan pangsa pasar dengan menggunakan media sosial, b) membidik *segmented market*, dan c) diversifikasi produk. Adapun strategi untuk menurunkan biaya juga ada tiga: a) membeli bahan baku secara kolektif (Koperasi Warga Batik perlu direvitalisasi), b) peningkatan kualitas dan kuantitas produk melalui pelatihan dan pendampingan, dan c) penggunaan teknologi terbaru.
4. Model peningkatan akses keuangan yang dapat dilakukan dalam usaha batik ini adalah hubungan langsung antara pelaku usaha dan LKS yang didukung oleh Pemerintah.

Koordinasi antara pemerintah dan perbankan terus diperkuat. Selain itu, pemerintah atau BUMN aktif dalam memberikan pelatihan dan pendampingan pengembangan usaha.

5. Dalam rencana kerja untuk meningkatkan akses keuangan pelaku usaha batik garut dalam beberapa tahun ke depan, ada tiga target utama: 1) peningkatan *supply* jasa keuangan, 2) peningkatan *demand* terhadap jasa keuangan syariah, dan 3) peningkatan aksesibilitas dan dukungan kerja sama terhadap layanan keuangan syariah. Atas dasar ini, fasilitasi yang dilakukan pada *pilot project* tidak sebatas kepada para pelaku usaha tapi juga terhadap LKS. Fasilitasi kepada para pelaku usaha berbentuk pelatihan/edukasi tentang pengetahuan perbankan syariah mulai dari teori hingga praktik. Selain itu, fasilitasi juga dalam bentuk pendampingan untuk berkomunikasi dengan LKS dan pendampingan untuk pengelolaan usaha yang lebih baik.
6. Faktor utama yang menjadi kunci sukses dari *pilot project* di Kabupaten Garut adalah sosialisasi yang intensif, produk/jasa keuangan syariah yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan pelaku usaha, dukungan yang kuat dari Pemerintah terutama Pemerintah Daerah, dan juga lokasi bank syariah yang strategis dan mudah dijangkau.

b. Fokus Usaha Gerabah di Kabupaten Lombok Barat

1. Hasil identifikasi kelompok usaha kerajinan gerabah menunjukkan bahwa industri gerabah terus mengalami peningkatan. Meningkatnya wisatawan dan tingginya perdagangan gerabah antar pulau, menunjukkan peluang usaha yang dimiliki oleh industri gerabah. Dukungan Pemda untuk pengembangan industri gerabah sebagai warisan turun temurun juga cukup kuat. Dari aspek literasi keuangan, pemilik *art shop* dan sebagian pengepul sudah memiliki rekening di perbankan, namun mereka belum mengakses program investasi yakni produk deposito dan juga pembiayaan modal kerja. Sementara itu, para perajin tidak memiliki rekening dan sebagiannya menjadi anggota koperasi baik konvensional maupun syariah. Pelaku usaha gerabah adalah masyarakat yang religius. Hal ini setidaknya dapat diketahui dari ketertarikan pelaku usaha terhadap penggunaan layanan keuangan syariah cukup tinggi, meskipun tingkat pemahaman mereka tentang keuangan syariah masih rendah. Mereka yang sudah memiliki pemahaman tentang keuangan syariah adalah mereka yang sudah tergabung dalam keanggotaan koperasi syariah. Hal ini menjadi potensi bagi bank syariah untuk meningkatkan layanan keuangan syariah dengan memperhatikan *value chain* dan sejumlah akad yang dapat digunakan.
2. Model peningkatan akses keuangan dapat dilakukan dengan model kerja sama antara LKS, koperasi syariah dan Pemda dengan target pembiayaan adalah para pengepul karena mereka adalah pihak yang mengetahui permintaan pasar. Adapun pemilik *art shop* dapat berinteraksi langsung dengan bank syariah tanpa melalui koperasi syariah. Dukungan pemerintah daerah tidak hanya berupa bantuan peralatan ataupun bantuan pendampingan dan pelatihan. Dukungan lain yang diperlukan dari pemerintah daerah adalah penyaluran dana hibah (*qardh*) untuk dikelola oleh koperasi syariah yang akan dimanfaatkan untuk memberikan pembiayaan non-komersil untuk para pelaku usaha. Dengan adanya pembiayaan non-komersil (*qardh*), maka modal yang dimiliki oleh pelaku usaha tidak terserap untuk keperluan konsumtif. Pola pembiayaan dari lembaga keuangan syariah kepada koperasi syariah adalah *mudharabah*, yang akan digunakan untuk pembiayaan komersil para pengepul atau perajin. Sementara dana dari pemerintah daerah adalah dana hibah yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan non-komersial pelaku usaha. Peningkatan akses keuangan di Lombok Barat juga melibatkan asuransi mikro syariah untuk memberikan jaminan pelunasan utang bila nasabah meninggal dunia.

3. Berdasarkan studi *business model canvas*, didapati ada tiga model bisnis usaha gerabah yaitu: 1) model bisnis perajin, 2) model bisnis *art shop*, dan 3) model bisnis *art shop* pasar seni. Selain itu, dari pendekatan *value chain* didapati bahwa ada enam aktor utama dalam rantai nilai gerabah: a) pemasok bahan baku, b) pengelolaan dan penyediaan bahan baku, c) produksi tahap I pembuatan gerabah, d) produksi tahap II pembuatan gerabah, e) penjual, dan f) konsumen. Adapun aktor pendukung adalah koperasi dan lembaga keuangan, sedangkan fasilitator adalah Disperindag Kabupaten Lombok Barat, Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Barat dan Dinas Koperasi Kabupaten Lombok Barat, serta Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi NTB. Berdasarkan kedua analisa di atas, maka pengembangan Usaha gerabah dapat dilakukan dengan dua strategi: 1) meningkatkan pendapatan, dan 2) menurunkan biaya. Strategi peningkatan pendapatan dapat dilakukan dengan tiga hal: a) meningkatkan pangsa pasar dengan menggunakan media sosial, b) membidik *segmented market*, dan c) diversifikasi produk. Kemudian, strategi untuk menurunkan biaya juga ada tiga yaitu: a) membeli bahan baku secara kolektif, b) peningkatan kualitas dan kuantitas produk melalui pelatihan dan pendampingan, c) penggunaan teknologi terbaru.
4. Dalam rencana kerja untuk meningkatkan akses keuangan pelaku usaha Gerabah di Lombok Barat dalam beberapa tahun ke depan, ada tiga target utama: 1) peningkatan *supply* jasa keuangan, 2) peningkatan *demand* terhadap jasa keuangan syariah, 3) peningkatan aksesibilitas dan dukungan kerja sama terhadap layanan keuangan syariah. Atas dasar ini, fasilitasi yang dilakukan tidak sebatas kepada para pelaku usaha tapi juga terhadap lembaga keuangan syariah baik bank syariah maupun koperasi syariah. Fasilitasi kepada para pelaku usaha berbentuk pelatihan/edukasi tentang pengetahuan keuangan syariah mulai dari teori hingga praktik. Selain itu, fasilitasi juga dalam bentuk pendampingan untuk berkomunikasi dengan koperasi syariah dan pendampingan untuk pengelolaan usaha yang lebih baik. Fasilitasi juga dilakukan untuk mendorong kerjasama antara koperasi syariah dan bank syariah untuk menyalurkan pembiayaan kepada para pelaku usaha gerabah.
5. Faktor utama yang menjadi kunci sukses dari *pilot project* yang ada di Lombok Barat adalah dukungan koperasi syariah, pembinaan intensif yang dilakukan oleh koperasi syariah terhadap anggotanya yang menggunakan sistem kelompok, sosialisasi yang intensif, hadirnya Lembaga Swadaya Masyarakat dan dukungan yang kuat dari Pemerintah terutama Pemda.

8.2 REKOMENDASI

Beberapa rekomendasi terkait kewenangan *stakeholder*, yakni:

1. Dukungan Pemda terhadap peningkatan industri lokal perlu terus ditingkatkan. Koordinasi antar instansi harus diperkuat guna mendapatkan hasil yang maksimal. Dukungan Pemda meliputi, a) pelatihan usaha seperti proses produksi yang lebih efisien, penjualan *online*, pencatatan keuangan dan lain sebagainya, b) pendampingan secara berkelanjutan, c) Bantuan teknologi yang tepat guna, sesuai dengan kebutuhan pelaku usaha, serta d) bantuan dana hibah yang dapat dikelola oleh koperasi syariah untuk disalurkan kepada para pelaku usaha yang *unbankable* untuk tujuan pembiayaan non-komersil.

2. Diharapkan kepada Lembaga Keuangan Syariah (LKS) untuk memberikan dukungan dalam pengembangan usaha mikro dan kecil. Dukungan ini dapat dilakukan dengan fleksibilitas dalam skema pembiayaan modal kerja yang sesuai dengan kebutuhan usaha. Dalam hal ini, LKS dapat menggandeng koperasi syariah untuk menyalurkan pembiayaan kepada pelaku usaha.
3. Edukasi kepada pelaku usaha akan pentingnya peningkatan akses kepada keuangan syariah dalam upaya pengembangan usaha mereka.
4. Faktor terpenting dalam perkembangan usaha adalah peningkatan penjualan. Hal ini dapat diraih dengan akses pasar yang lebih luas. Oleh karenanya, pemerintah dan *stakeholder* lainnya diharapkan dapat membuka pasar baru, terutama pasar internasional. Dinas Pariwisata cukup berperan untuk menjadikan industri lokal sebagai oleh-oleh khas daerah. Di Lombok Barat, Pemerintah dapat menginisiasi pendirian *art shop* berbasis koperasi di Mataram yang dikelola oleh pelaku usaha (perajin) dan dengan metode pendampingan.
5. Sebagai *pilot project*, model peningkatan akses keuangan di Garut dan di Lombok Barat, diharapkan dapat diimplementasikan oleh Pemda lainnya.
6. Inovasi produk/jasa layanan keuangan syariah yang semakin bervariasi sesuai dengan kebutuhan dan kondisi pelaku usaha batik garut dan gerabah serta pelaku-pelaku usaha yang spesifik
7. Kerja sama dan sinergi para *stakeholder* dalam mengembangkan usaha batik garut dan gerabah dari sisi produksi sampai dengan pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

BOOKS AND JOURNALS

- Andri, Kuntoro Boga. (2013). Analisis Rantai Pasok dan Rantai Nilai Bunga Krisan di Daerah Sentra Pengembangan Jawa Timur. SEPA Vol. 10 No. 1
- Bank Indonesia. (2014). Booklet Keuangan Inklusif Bank Indonesia
- Bank Indonesia. (2015). Kajian Peningkatan Akses Pembiayaan bagi Industri Kreatif di Indonesia (Sektor Industri Kerajinan), DPUMKM BI.
- Buku Profil Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Lombok Barat tahun 2015
- Case, Fair and Oster (2013). *Principals of Economics*, 10th edition
- Febriyanti, Deshinta (2015). Peran Kaum Perempuan dalam Industri Kerajinan Gerabah di Desa Banyumulek, Lombok Barat, Nusa Tenggara Barat. *Jurnal Antropologi vol 17 No. 2*.
- Groebner, David F.; Shannon, Patrick W.; Fry, Phillip C.; and Smith, Kent D, *Business Statistics: A Decision-Making Approach*, 7e © 2008 Prentice-Hall, Inc.
- Hastuti, Indra (2012). Perkembangan Usaha Industri Kerajinan Gerabah, Faktor Yang Mempengaruhi, Dan Strategi Pemberdayaannya Pada Masyarakat Di Desa Melikan Kecamatan Wedi Kabupaten Klaten. *BENEFIT Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 16(2), hlm.127-135.
- Hieu, Tuong Trang, and Alfons Eiligmann. "Value Chain Study for Bamboo and Rattan in Phu Tho, Hoa Binh, Thanh Hoa and Nghe An, Viet Nam." Viewed at (2010).
- Karsidi, Ravik. (2007). Pemberdayaan Masyarakat untuk Usaha Kecil dan Mikro, *Jurnal Penyuluhan*, Institut Pertanian Bogor.
- Kusumaningrum, Sita (2013), Kajian Bagaimanakah Tingkat Literasi Keuangan Penduduk Indonesia
- Mangifera, L. (2015). Analisis Rantai Nilai (Value Chains) Pada Produk Batik Tulis di Kota Surakarta, 19, 24-33.
- Naceur, S. Ben, Barajas, A., & Massara, A. (2015). Can islamic banking increase financial inclusion ? IMF Working Paper, 1-41. <https://doi.org/10.5089/9781498370813.001>
- Pearce, D. (2011). Financial Inclusion in the Middle East and North Africa Analysis and Roadmap Recommendations. Policy Research Working Paper 5610, (March), 1-44. <https://doi.org/10.1596/1813-9450-5610>

- Pekuri, Aki. 2015. *The Role of Business Models in Construction Business Management*. University of Olulu Graduate School, Faculty of Technology
- Pindyck, Robert S dan Rubinfeld, Daniel L (2012), *Microeconomics (International Edition)*, Pearson 8th Edition
- Profil Kegiatan Ekonomi Lokal dan Daerah Provinsi Nusa Tenggara Barat (Kota Mataram dan Kota Lombok Barat), diakses dari www.peld.web.id
- Rashidah Abdul Rahman Faisal Dean , (2013), "Challenges and solutions in Islamic microfinance", *Humanomics*, Vol. 29 Iss 4 pp. 293 - 306
- Rusanti, Dufi., Paramu, Hadi., Sukarno, Hari. (2014) *Determinants of Income Micro, Small, and Medium enterprises (SME's) Processing Industry sector in Jember Regency*, Universitas Jember.
- Sain, M.R.M, Rahman, M.M dan R. Khanam. (2013). *Financial Exclusion In Australia: An Exploratory Case Study Of The Muslim Community*. In 3rd Malaysian Postgraduate Conference, Sydney, New South Wales, Australia.
- Sarma, Mandira (2012). *Index of Financial Inclusion - A measure of financial sector inclusiveness*. Berlin Working Papers on Money, Finance, Trade and Development. Working Paper No.07/2012
- Suhartini dan Yuliawati, E. (2014). *Analisis Value Chain Untuk Peningkatan Daya Saing Produk Batik*. Prosiding Seminar Nasional Manajemen Teknologi XXI, Surabaya
- Teece, David J. 2010. *Business Model, Business Strategy and Innovation, Long Range Planning 43*, Elsevier
- Warsame, M. H. (2009). *The role of Islamic finance in tackling financial exclusion in the UK*. Doctoral Thesis, Durham University, 1-358. Retrieved from <http://etheses.dur.ac.uk/23/>
- Yasid, Muhamad, 2009, *Perilaku Menabung Ibu Rumah Tangga Keluarga Miskin Peserta Program Ikhtiar Lembaga Keuangan Mikro Syariah Berbasis Kelompok Di Bogor, Jawa Barat*, Disertasi: IPB
- Yunal, V.O & Ratih Indriyani (2013). *Analisa pengaruh motivasi berwirausaha dan inovasi Produk terhadap pertumbuhan usaha kerajinan gerabah di Lombok Barat*. *AGORA* 1(1).
- zamir Iqbal, abbas M. (2012). *financial inclusion: Islamic Finance Perspective*. *Journal of Islamic Business and Management*, 2(1), 35-64.

WEBSITES

www.depkop.go.id

www.ojk.go.id

http://Garutkab.bps.go.id/new/website/pdf_publicasi/Statistik-Daerah-Kabupaten-Garut-2015.pdf

<http://www.bi.go.id/id/publikasi/kajian-ekonomi-regional/ntb/Pages/Kajian-Ekonomi-dan-Kuangan-Regional-Provinsi-TB-Tw-I-2016.aspx>

http://ntb.bps.go.id/webs/brs_ind/brsInd-20150511083321.pdf

<http://www.bi.go.id/id/perbankan/keuanganinklusif/edukasi/Contents/Buku%20Saku%20Keuangan%20Inklusif.pdf>

http://bps.go.id/website/pdf_publicasi/watermark%20_Kewarganegaraan,%20Suku%20Bangsa,%20Agama%20dan%20Bahasa_281211.pdf

http://siteresources.worldbank.org/EXTGLOBALFINREPORT/Resources/8816096-1361888425203/9062080-1364927957721/GFDR-2014_Statistical_Appendix_C.pdf

GLOSARIUM

Akad	Janji; Perjanjian; Kontrak
Banked People	Individu yang sudah berhubungan dengan Perbankan
Diketel	Proses menghilangkan kandungan kanji pada Batik / mencuci kain
Haram	Transaksi yang objeknya dilarang dalam syariah.
Ijarah	Akad penyediaan dana dalam rangka memindahkan hak guna atau manfaat dari suatu barang atau jasa berdasarkan transaksi sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan barang itu sendiri.
Internet Banking	Layanan perbankan yang menggunakan internet
Istishna'	Akad pembiayaan barang dalam bentuk pemesanan pembuatan barang tertentu dengan kriteria dan persyaratan tertentu yang disepakati antara pemesan atau pembeli (mustashni') dan penjual atau pembuat (shani').
Kafalah	Akad pemberian jaminan yang diberikan satu pihak kepada pihak lain, di mana pemberi jaminan (kafil) bertanggung jawab atas pembayaran kembali utang yang menjadi hak penerima jaminan (makful).
Margin	Selisih penjualan terhadap modal / keuntungan
Makloon	Pengerjaan produk oleh pihak lain
Mbatik	Membatik pola dasar
Mbironi	perekatan malam
Memola	Membentuk pola dasar
Mobile Banking	Layanan perbankan yang menggunakan <i>gadget</i>
Mudharabah	Dalam konteks pembiayaan adalah akad kerja sama suatu usaha antara pihak pertama (malik, shahibul mal, atau Bank Syariah) yang menyediakan seluruh modal dan pihak kedua ('amil, mudharib, atau Nasabah) yang bertindak selaku pengelola dana dengan membagi keuntungan usaha sesuai dengan kesepakatan yang dituangkan dalam Akad, sedangkan kerugian ditanggung sepenuhnya oleh Bank Syariah kecuali jika pihak kedua melakukan kesalahan yang disengaja, lalai atau menyalahi perjanjian.
Murabahah	Akad Pembiayaan suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih sebagai keuntungan yang disepakati.
Musarakah	Akad kerja sama di antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu yang masing-masing pihak memberikan porsi dana dengan ketentuan bahwa keuntungan akan dibagi sesuai dengan kesepakatan, sedangkan kerugian ditanggung sesuai dengan porsi dana masing-masing.
Negative Spread	Efek negatif

Nembok	Pemberian lilin untuk warna
Ngesol	Mewarnai tahap dua
Nglorod	Melunturkan lilin pada Batik
Nyolet	Pembubuhan warna dengan kuas
Pilot Project	Pelaksanaan kegiatan proyek percontohan yang dirancang sebagai pengujian atau trial dalam rangka untuk menunjukkan keefektifan suatu pelaksanaan program, mengetahui dampak pelaksanaan program dan keekomisannya
Profit	Keuntungan
Qardh	Akad pinjaman dana kepada Nasabah dengan ketentuan bahwa nasabah wajib mengembalikan dana yang diterimanya pada waktu yang telah disepakati.
Revenue	Pendapatan
Riba	Penambahan pendapatan secara tidak sah (batil) antara lain dalam transaksi pertukaran barang sejenis yang tidak sama kualitas, kuantitas, dan waktu penyerahan (fadhl), atau dalam transaksi pinjam-meminjam yang mempersyaratkan nasabah Penerima Fasilitas mengembalikan dana yang diterima melebihi pokok pinjaman karena berjalannya waktu (nasi'ah).
Salam	Akad pembiayaan suatu barang dengan cara pemesanan dan pembayaran harga yang dilakukan terlebih dahulu dengan syarat tertentu yang disepakati.
Souvenir	Buah tangan
Stakeholders	Pihak yang terlibat dalam suatu organisasi atau kelompok
Total Cost	Total biaya
Total Revenue	Total pendapatan
Unbanked People	Individu yang belum berhubungan dengan Perbankan
Value Chain	Rantai nilai
Wadi'ah	Akad penitipan barang atau uang antara pihak yang mempunyai barang atau uang dan pihak yang diberi kepercayaan dengan tujuan untuk menjaga keselamatan, keamanan, serta keutuhan barang atau uang

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. NARASUMBER BATIK GARUT

No	Perusahaan	Pemilik	Jenis Usaha
1	Tulen	Bapak Jonathan	Batik Tulis
2	Namira	Ibu Nuria	Batik Tulis
3	RM	Ibu Uba	Batik Tulis
4	SHD	Bapak Agus	Batik Tulis
5	Viera	Ibu Wiwin	Batik Tulis dan Tenun
6	BEKEN	Ibu Kenah	Batik Tulis
7	Isam	Bapak Isam	Tenun Sutera
8	Rumah Tenun Amin	Bapak Amin	Tenun Sutera
9	Abaz	Bapak Muslim	Pedagang Batik
10	AFR Batik	Ibu Rere	Pedagang Batik

LAMPIRAN 2. HASIL SOSIALISASI DAN EDUKASI KEUANGAN SYARIAH BAGI PELAKU USAHA BATIK GARUT

No	Pelaku Usaha	Produk	Bank	Keterangan
1	AFR Batik	Tabungan	Bank Jabar Banten Syariah	<i>Closing</i>
2	Batik Tulen	Tabungan	Bank Syariah Mandiri dan Bank Jabar Banten Syariah	<i>Closing</i>
3	Batik Abaz	Tabungan	Bank Jabar Banten Syariah	<i>Closing</i>
4	Batik Namira	Tabungan	BRI Syariah	Sudah punya
5	RPG Batik	Pembiayaan Modal Kerja (<i>Musyarakah</i>)	Bank Jabar Banten Syariah	Proses

LAMPIRAN 3.
FOTO-FOTO KEGIATAN PILOT PROJECT DI KABUPATEN GARUT:



LAMPIRAN 4.
FOTO-FOTO KEGIATAN PILOT PROJECT DI KABUPATEN LOMBOK BARAT:





BANK INDONESIA

DEPARTEMEN PENGEMBANGAN UMKM
Jl. MH. Thamrin No.2 Jakarta Pusat 10350
Telp. (021) 500 131