

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam menunjang pertumbuhan ekonomi, baik di tingkat global maupun nasional¹. UMKM tidak hanya menjadi tulang punggung perekonomian, tetapi juga berkontribusi sebagai sumber utama dalam pengembangan keterampilan kewirausahaan, penciptaan inovasi, serta penyediaan lapangan kerja. Di Indonesia sendiri, UMKM memegang peranan strategis sebagai motor penggerak pembangunan ekonomi sekaligus sebagai solusi dalam mengurangi tingkat pengangguran melalui penyediaan peluang kerja yang luas. Oleh karena itu, semakin berkembang dan bertumbuhnya sektor UMKM akan berdampak langsung terhadap peningkatan pertumbuhan ekonomi nasional serta penurunan angka pengangguran².

Peran UMKM menjadi sangat signifikan dalam mendukung percepatan pemulihan ekonomi nasional. Keberadaan usaha mikro, kecil, dan menengah turut berkontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara luas. Dalam konteks negara berkembang seperti Indonesia, peran UMKM menjadi salah satu instrumen penting dalam mendukung transformasi menuju negara maju. Oleh karena itu, kebijakan pemerintah yang berpihak pada pemberdayaan UMKM menjadi langkah strategis yang harus diambil. Berdasarkan hasil

¹ Muhammad Afdhal Chatra Perdana dkk., “Analisis Pengaruh Pembiayaan, Skala Usaha, dan Ketersediaan Sumber Daya Manusia terhadap Profitabilitas UMKM,” *Sanskara Ekonomi dan Kewirausahaan* 1, no. 03 (27 Juni 2023): 135–48.

² Atsna Himmatul Aliyah, “Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat,” *WELFARE Jurnal Ilmu Ekonomi* 3, no. 1 (14 September 2022): 64–72.

penelitian yang dilakukan oleh Center for Indonesian Policy Studies (CIPS) melalui Pingkan Audrine Kosijungan, terlihat bahwa kontribusi UMKM terhadap pendapatan nasional menunjukkan tren peningkatan. Selain itu, UMKM juga memiliki peran vital dalam penyediaan lapangan kerja, dengan menyerap sekitar 96,87% dari total tenaga kerja di Indonesia, yang menegaskan pentingnya keberadaan UMKM dalam menjaga stabilitas dan keberlangsungan perekonomian nasional.

Berdasarkan data terbaru dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM), jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia pada tahun 2022 tercatat sebanyak 65 juta unit, dan jumlah ini terus mengalami peningkatan hingga melebihi angka tersebut pada tahun 2024. Pertumbuhan jumlah UMKM yang konsisten setiap tahunnya mencerminkan peran strategis sektor ini dalam mendukung perekonomian nasional. Lebih lanjut, kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia mencapai 60,5%, sebagaimana dilaporkan oleh Kementerian Koperasi dan UKM. Data ini menunjukkan bahwa UMKM di Indonesia memiliki potensi besar untuk terus berkembang dan memberikan sumbangsih yang lebih signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional.

Pemerintah memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan UMKM di Indonesia, salah satunya melalui program Kredit Usaha Rakyat (KUR). Pada tahun 2020, realisasi KUR mencapai Rp178,07 triliun (16,25%) dan meningkat menjadi Rp192,59 triliun (8,16%) pada 2021. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM sangat membutuhkan dukungan pembiayaan untuk mengembangkan usahanya. Selain itu, pemerintah juga

menyalurkan Pembiayaan Ultra Mikro (UMi) bagi pelaku usaha mikro yang belum memiliki akses terhadap perbankan atau KUR. Berdasarkan data BLU Pusat Investasi Pemerintah (PIP), sejak 2017 hingga 2022, UMi telah disalurkan sebesar Rp26,2 triliun kepada 7,4 juta debitur. Ini menegaskan bahwa masih banyak pelaku usaha mikro yang membutuhkan pembiayaan alternatif diluar perbankan.

Di kabupaten Bangkalan UMKM menjadi sektor utama yang mendukung perekonomian daerah. Berdasarkan data dari dinas koperasi dan UMKM, Bangkalan memiliki jumlah UMKM sebesar 16,3 Ribu unit pada tahun 2022 dan jumlah tersebut akan terus meningkat setiap tahun³.

Gambar 1.1
Jumlah Sarana Perdagangan Menurut Jenisnya

Jenis Sarana Perdagangan <i>Type of Trading Facilities</i>	2019	2020	2021	2022
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Pasar/Market	-	29	29	29
Toko/Store	14 032	13 325	13 240	13 240
Kios	2 008	270	2 081	2 081
Warung	707	1 009	1 016	1 016
Jumlah/Total	16 747	14 633	16 366	16 366

Sumber: Dinas Perdagangan Kabupatn Bangkalan 2019-2022

Meskipun memiliki potensi besar, UMKM di Kabupaten Bangkalan masih menghadapi berbagai kendala dalam pengelolaan usahanya, seperti

³ Diakses dari Dinas Perdagangan Kabupatn Bangkalan 2023.

terbatasnya akses pembiayaan, minimnya pengetahuan manajerial, serta kurangnya keterampilan teknis untuk bersaing di pasar yang kompetitif. Salah satu solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah melalui peran aktif lembaga keuangan, khususnya perbankan, dalam memperkuat fungsi intermediasi sebagai pengumpul dan penyalur dana bagi pelaku usaha mikro⁴.

Pada dasarnya, lembaga perbankan memiliki dua peran utama. Pertama, sebagai lembaga intermediasi yang menyalurkan dana dari masyarakat, instansi pemerintah, maupun sektor swasta dalam bentuk pembiayaan atau kredit. Kedua, sebagai agen pembangunan yang turut mendorong pertumbuhan ekonomi melalui penyaluran dana kepada sektor-sektor produktif, termasuk UMKM, guna menciptakan kesejahteraan dan pemerataan ekonomi⁵. Pertumbuhan sektor UMKM turut berdampak pada meningkatnya peran sektor jasa keuangan, khususnya lembaga keuangan mikro (LKM) di Indonesia. LKM memegang peran strategis dalam mendukung program pemerintah, khususnya dalam upaya pengentasan kemiskinan. Keberadaan LKM sejalan dengan amanat konstitusi sebagaimana tercantum dalam Pasal 27 ayat (2) serta Pasal 3 ayat (1) dan (4) UUD 1945, yang menekankan pentingnya kesejahteraan dan keadilan sosial.

LKM merupakan lembaga yang menyediakan layanan keuangan bagi pelaku usaha mikro dan masyarakat berpenghasilan rendah, baik dalam sektor formal, semi-formal, maupun informal. Secara umum, LKM hadir sebagai

⁴ Abdul Wahab dan Ilma Mahdiya, "Peran Lembaga Keuangan Syariah Terhadap Pertumbuhan UMKM Dalam Revitalisasi Ekonomi Pembangunan Di Indonesia" 24, no. 1 (2023).

⁵ Ferry Duwi Kurniawan dan Luluk Fauziah, "Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Penanggulangan Kemiskinan," *JKMP (Jurnal Kebijakan dan Manajemen Publik)* 2, no. 2 (30 September 2014): 165–76.

alternatif bagi kelompok masyarakat yang belum terjangkau oleh lembaga keuangan formal yang berorientasi komersial. Produk dan layanan yang ditawarkan LKM pun relatif lengkap dan disesuaikan dengan kebutuhan serta kemampuan masyarakat berpenghasilan rendah.

Lembaga Keuangan Mikro (LKM) terdiri dari beberapa jenis, salah satunya adalah Baitul Maal wat Tamwil (BMT), yaitu LKM yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Istilah BMT memiliki dua makna, baik dalam bahasa Indonesia maupun bahasa Arab. Dalam bahasa Indonesia, BMT dipahami sebagai Balai Usaha Mandiri Terpadu, yaitu suatu lembaga usaha ekonomi rakyat yang terdiri dari individu maupun badan hukum dengan tujuan membangun serta mengembangkan sistem perekonomian yang berkeadilan dalam kerangka masyarakat madani. Sementara itu, dalam bahasa Arab, BMT merupakan singkatan dari Baitul Maal wat Tamwil, yaitu lembaga ekonomi yang menjalankan fungsi sosial dan komersial berdasarkan prinsip syariah serta sistem koperasi.⁶

BMT Kedinding merupakan salah satu lembaga keuangan mikro syariah yang beroperasi di Kabupaten Bangkalan dan memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan pembiayaan masyarakat, sekaligus mendorong inklusi keuangan berbasis syariah. Berbagai program yang dijalankan, seperti pembiayaan modal usaha berbasis syariah, pembinaan kewirausahaan, serta pelatihan manajemen usaha, dilaksanakan dengan mengedepankan prinsip keadilan dan semangat tolong-menolong.

⁶ Krisna Sudjana dan Rizkison Rizkison, "Peran Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) dalam Mewujudkan Ekonomi Syariah yang Kompetitif," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 2 (29 Juni 2020): 175, <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i2.1086>.

Namun demikian, dalam rangka meningkatkan efektivitas pemberdayaan terhadap pelaku UMKM, diperlukan strategi model bisnis yang tepat dan relevan dengan kebutuhan lokal. Salah satu pendekatan yang dapat digunakan untuk memetakan dan mengembangkan model bisnis tersebut adalah Business Model Canvas (BMC). Melalui kerangka kerja yang terdiri dari sembilan elemen utama, BMC membantu lembaga seperti BMT dalam mengidentifikasi, merancang, serta mengoptimalkan komponen-komponen strategis dalam model bisnisnya. Dengan demikian, pendekatan BMC dapat memberikan gambaran menyeluruh mengenai bagaimana BMT Kedinding dapat menjalankan perannya secara lebih efektif dalam mendukung pemberdayaan UMKM.

Menurut Zen Parry,⁷ *Business Model Canvas* (BMC) disusun berdasarkan empat blok utama dalam suatu model bisnis, yaitu: penawaran, konsumen, infrastruktur, dan keuangan. Keempat blok tersebut kemudian dijabarkan ke dalam sembilan elemen inti. Blok penawaran mencakup value proposition, yakni manfaat atau nilai yang ditawarkan oleh suatu bisnis kepada pelanggan. Blok konsumen terdiri atas *customer segments* (segmen pelanggan yang dituju), *channels* (saluran distribusi yang digunakan), dan *customer relationships* (bentuk hubungan yang dibangun dengan pelanggan). Selanjutnya, blok infrastruktur mencakup *key resources* (sumber daya utama), *key activities* (kegiatan utama yang dilakukan), dan *key partners* (mitra kunci yang terlibat). Terakhir, blok keuangan terdiri atas *cost structure* (struktur biaya yang

⁷ Zen Parry, "Book Review: Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers," *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation* 15, no. 2 (Mei 2014): 137–38.

dikeluarkan) dan *revenue streams* (sumber pendapatan yang dihasilkan). Kesembilan elemen ini saling terintegrasi dan menjadi kerangka komprehensif dalam merancang, mengevaluasi, serta mengembangkan strategi model bisnis secara menyeluruh.

Dalam penelitian terdahulu, pendekatan BMC telah digabungkan dengan analisis SWOT untuk mengevaluasi keadaan suatu perusahaan atau UMKM. Penelitian ini terbukti memberikan pemahaman yang baik tentang kondisi internal dan eksternal bisnis. Namun, kelemahannya terletak pada tidak adanya tahapan lanjutan berupa strategi konkret berdasarkan hasil evaluasi tersebut. Dengan kata lain, penelitian sebelumnya hanya berhenti pada analisis tanpa memberikan solusi atau langkah strategis yang dapat diimplementasikan.

Meskipun pemetaan model bisnis melalui pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) mampu menggambarkan elemen-elemen utama dalam suatu bisnis, namun pendekatan ini belum cukup untuk merumuskan strategi yang komprehensif. Oleh karena itu, diperlukan integrasi dengan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*) guna mengidentifikasi faktor internal maupun eksternal yang memengaruhi keberlangsungan dan pengembangan bisnis BMT. Analisis SWOT memberikan pemahaman mengenai kekuatan dan kelemahan internal yang dimiliki BMT, serta peluang dan ancaman yang berasal dari lingkungan eksternal.

Melalui penggabungan antara BMC dan SWOT, penelitian ini berupaya menyajikan gambaran menyeluruh mengenai kondisi aktual model bisnis BMT Kedinding serta merumuskan strategi pengembangan yang tepat. Hasil analisis SWOT kemudian dipetakan ke dalam sembilan elemen utama

BMC agar strategi yang dihasilkan tidak hanya bersifat konseptual, tetapi juga aplikatif dan sesuai dengan kondisi nyata di lapangan.

Penelitian ini menawarkan keterbaruan dengan mengintegrasikan analisis SWOT dengan alat analisis strategis lainnya, yaitu IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dan EFAS (*External Factor Analysis Summary*). Pendekatan ini tidak hanya mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat dalam pengembangan UMKM, tetapi juga memberikan alternatif strategi konkret yang dapat diterapkan oleh BMT Kedinding untuk UMKM di Tanah Merah, Bangkalan. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menjembatani kesenjangan antara evaluasi kondisi bisnis dan formulasi strategi yang aplikatif. Melalui pendekatan yang lebih komprehensif, penelitian ini tidak hanya mengevaluasi kondisi lembaga BMT dengan SWOT, tetapi juga menentukan bobot dan nilai faktor internal dan eksternal menggunakan IFAS dan EFAS. Hasil analisis ini digunakan untuk menyusun alternatif strategi yang spesifik dan relevan untuk mengembangkan manajerial lembaga BMT Al-fitrah Kedinding. Strategi ini diharapkan mampu meningkatkan keberlanjutan dan memperkuat peran BMT Kedinding sebagai lembaga ekonomi mikro di Kabupaten Bangkalan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam mengenai efektivitas strategi pemberdayaan yang diterapkan oleh BMT Kedinding dalam mendukung UMKM Tanah Merah.

Dengan menganalisis setiap elemen dalam Business Model Canvas, penelitian ini tidak hanya akan menunjukkan kekuatan dan peluang yang dimiliki oleh BMT, tetapi juga mengidentifikasi tantangan dan kelemahan yang

perlu diperbaiki untuk mencapai hasil yang optimal. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi bagi BMT Kedingding dan lembaga keuangan syariah lainnya untuk terus mengembangkan strategi model bisnisnya yang lebih inklusif dan berkelanjutan. Pada akhirnya, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi literatur akademik terkait strategi model bisnis yang diterapkan lembaga BMT Kedinding dan menjadi acuan bagi pembuat kebijakan dalam mendukung pengembangan UMKM yang berkelanjutan di Indonesia.

B. Identifikasi Masalah

Merujuk pada uraian latar belakang yang telah disampaikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Perlu adanya evaluasi terhadap komponen model bisnis BMT Al- Fitrah untuk memastikan keberlanjutan dan daya saing di tengah persaingan lembaga keuangan mikro syariah
2. Kurangnya inovasi dalam penawaran produk dan layanan untuk memenuhi kebutuhan anggota dan calon anggota.
3. Rendahnya kesadaran masyarakat sekitar terhadap keberadaan dan manfaat BMT Al- Fitrah Kedinding.
4. Tidak maksimalnya pemanfaatan teknologi digital dalam operasional dan pelayanan BMT Al – Fitrah Kedinding.

C. Pembatasan Masalah

Penelitian ini berfokus kepada analisis strategi pemberdayaan UMKM di wilayah Tanah Merah yang dilakukan oleh LKM (Lembaga Keuangan Mikro) BMT Kedinding dengan menggunakan pendekatan Business Model Canvas

(BMC). Untuk memastikan ruang lingkup penelitian tetap fokus dan mendalam, berikut adalah pembatasan masalah yang penulis tetapkan:

1. Penelitian ini hanya akan membahas strategi model bisnis BMT Al – Fitrah Kedinding menggunakan pendekatan Business Model Canvas, SWOT, dan matriks IFAS EFAS.
2. Penelitian ini dilakukan pada periode tertentu yang telah ditetapkan, yaitu tahun berjalan saat penelitian berlangsung
3. objek penelitian adalah BMT Al – Fitrah Kedinding di kabupaten Bangkalan tanpa membandingkan dengan BMT lainnya

Pembatasan ini dilakukan agar penelitian dapat mengupas strategi model bisnis BMT Kedinding secara komprehensif namun tetap terarah, sehingga menghasilkan analisis yang relevan dan mendalam sesuai dengan tujuan penelitian.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian tersebut, fokus penelitian ini diarahkan pada tiga aspek utama, yaitu regulasi atau kebijakan yang diterapkan oleh BMT Kedinding, harapan pelaku UMKM terhadap produk-produk yang ditawarkan, serta strategi model bisnis yang dijalankan oleh BMT Kedinding dalam upaya pemberdayaan UMKM. Oleh karena itu, rumusan masalah dalam penelitian ini dapat disusun sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi model bisnis BMT Kedinding dengan pendekatan business model canvas?
2. Bagaimana strategi model bisnis di BMT Kedinding dengan pendekatan

analisis SWOT?

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Sebagaimana rumusan masalah yang telah disampaikan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui strategi model bisnis BMT Kedinding dengan analisis business model canvas.
- b. Untuk mengetahui strategi pengembangan bisnis yang sesuai dan disarankan untuk diterapkan di BMT Kedinding dengan analisis SWOT.

2. Manfaat Penelitian

- a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur mengenai model bisnis lembaga keuangan mikro syariah melalui pendekatan Business Model Canvas, serta menjadi referensi ilmiah bagi akademisi yang berminat melakukan penelitian sejenis di masa mendatang.

- b. Manfaat Praktis

- a) Bagi UMKM di Tanah Merah

Penelitian ini berguna untuk meningkatkan akses UMKM terhadap layanan keuangan syariah yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Serta memberikan wawasan kepada UMKM tentang

bagaimana memanfaatkan produk dan layanan BMT untuk pertumbuhan usaha mereka.

b) Bagi BMT Kedinding

Penelitian ini bermanfaat dalam memberikan pemahaman mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi dalam strategi pemberdayaan UMKM yang dijalankan. Selain itu, penelitian ini juga menyajikan rekomendasi yang bersifat aplikatif guna mengoptimalkan elemen-elemen dalam Business Model Canvas agar lebih efektif dalam mendukung pengembangan UMKM, khususnya di wilayah Tanah Merah.

c) Bagi Pemerintah atau Pemangku Kebijakan

Menyediakan data dan temuan yang dapat digunakan sebagai dasar dalam merumuskan kebijakan terkait pengembangan UMKM dan kemitraan dengan lembaga keuangan syariah. Penelitian ini diharapkan dapat Mendorong kolaborasi antara pemerintah, BMT, dan UMKM dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

d) Bagi Peneliti

Peneliti berharap dengan adanya penelitian ini dapat memperluas pengalaman dalam ilmu yang di dapat dalam penelitian ini.