

Implementation of Islamic Bank Information Systems for UMKM

Penerapan Sistem Informasi Bank Syariah Terhadap UMKM

Rendi Setiawan Purba¹⁾;

¹⁾*Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam*

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

²⁾ *Islamic Banking Studies Faculty of Islamic Economics and Business*

North Sumatra State Islamic University

Email: ¹⁾ rendiiiiipurba@gmail.com

How to Cite :

Purba R.S.(2021). Penerapan Sistem Informasi Bank Syariah Terhadap UMKM. JURNAL EMBA REVIEW, 2(2).

DOI: <https://doi.org/10.53697/emba.v2i2>

ARTICLE HISTORY

Received [09 September 2022]

Revised [30 September 2022]

Accepted [08 Desember 2022]

KEYWORDS

UMKM, information systems,
Islamic banking, financing

*This is an open access article under the
[CC-BY-SA](#) license*



ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji pengaruh perangkat lunak sistem informasi perbankan syariah pada UMKM. struktur informasi di bank syariah yang menggunakan era untuk membantu operasional dan kontrol, maka bank syariah menawarkan pembiayaan kepada pelaku UMKM dalam menjalankan atau mengembangkan usahanya. Metode penelitian menggunakan kajian literatur dengan hasil penelitian yang memaparkan bahwa bank syariah mampu memberikan pengaruh yang sangat baik terhadap pembiayaan usaha UMKM. Pembiayaan di bank syariah juga merupakan modal peluang bagi pengembangan usaha UMKM.

ABSTRACT

The purpose of this study was to examine the influence of Islamic banking information system software on MSMEs. information structures in Islamic banks that use era to assist operations and control, Islamic banks offer financing to MSME actors in running or developing their business. The research method uses a literature review with research results explaining that Islamic banks are able to provide a very good influence on MSME business financing. Financing in Islamic banks is also an opportunity capital for MSME business development.

PENDAHULUAN

Sistem informasi adalah perpaduan antara teknologi informasi dari kegiatan orang-orang yang memakai teknologi tersebut untuk menggunakan operasi dan manajemen. Menurut McLeod, definisi sistem informasi adalah sistem bisnis internal yang melengkapi keperluan transaksi sehari-hari yang menggunakan fungsi manajemen organisasi dalam operasi strategis perusahaan yang akan memberikan pihak luar yang positif dengan laporan yang digunakan.¹ Dari sudut pandang para ahli, sistem informasi adalah sistem organisasi yang melengkapi keinginan untuk mengelola transaksi sehari-hari, membantu dan menunjang kegiatan operasional, bersifat komersial dan memfasilitasi pembuatan laporan yang diperlukan.² Sistem informasi adalah informasi yang dikumpulkan, digabungkan, dan diproses sampai muncul sebagai satu kesatuan dari fakta-fakta yang saling terikat yang mendukungnya sedemikian rupa sehingga membentuk suatu informasi yang berguna bagi yang memperolehnya.³ Leitch Rosses mengklaim bahwa sistem informasi adalah sistem internal organisasi yang memenuhi kelengkapan bisnis sehari-hari, mendukung

operasi, mewakili manajemen dan operasi strategis perusahaan, dan menyediakan kejadian eksternal yang jelas melalui laporan-laporan penting.⁴ Menurut Lani Sidharta, sistem informasi adalah sistem ciptaan manusia yang melibatkan serangkaian input manual dan input terkomputerisasi untuk mengumpulkan data, mengolah data, dan melahirkan informasi bagi pengguna.⁵ Robert A. Leitch dan K. Roscoe Davis, dalam buku Jogiyanto HM, mendefinisikan sistem informasi sebagai "suatu sistem di dalam suatu organisasi yang menyatukan kelengkapan pemrosesan transaksi perhari, menunjang fungsi operasional, administratif, dan strategis organisasi, dan melakukan fungsi eksternal tertentu dengan laporan-laporan dibutuhkan."⁶ Menurut Gordon B. Davis, sistem informasi adalah sistem yang memperoleh input data dan instruksi, memproses data sesuai dengan arahan, dan memberikan hasil.⁷

LANDASAN TEORI

Perbankan syariah adalah suatu sistem perbankan yang penyelenggaraan operasional sepenuhnya berlandaskan pada penerapan ajaran syariah. Prinsip syariah yaitu ajaran dasar hukum Islam yang dipakai untuk aktivitas perbankan (penyimpanan modal anggaran, pembiayaan aktivitas perusahaan ataupun aktivitas lainnya). Perbankan syariah mengarahkan pada fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga Dewan Syariah Nasional (DSN) yang berwenang dalam penerapan fatwa di sektor syariah. Perbankan syariah bertujuan mendukung penerapan reformasi nasional untuk memaksimalkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan. Fungsi lembaga keuangan syariah sama dengan lembaga keuangan lainnya seperti menghimpun dana dari masyarakat dalam wujud simpanan. Oleh karena itu, keberadaan lembaga keuangan di berbagai sektor menjadi keharusan, karena bukan hanya sektor menyimpan uang tetapi juga sektor menyediakan modal yang tersedia.

Perbankan Syariah mengembangkan bisnis yang bermanfaat dan bermotivasi dengan mengembangkan kualitas kegiatan keuangan usaha kecil dan menengah, termasuk aktivitas menyimpan dan mendukung pembiayaan aktivitas ekonomi mereka, sedangkan aktivitas Baitul Mal memperoleh simpanan dari Zakat, Infaq dan dana sedekah serta mengelolanya dengan baik dan andal.

Sistem bagi hasil yang dominan dalam ekonomi Islam bisa membangun usaha mikro untuk memperkuat harkat, martabat dengan mendukung keperluan kaum miskin, bergerak dari gagasan dan dana awal tokoh masyarakat sekitar ke sistem ekonomi Salaam (keamanan). Sedang tumbuh. hakikat keadilan, perdamaian dan kesejahteraan.⁸

UMKM adalah perusahaan yang dikuasai oleh pengusaha kecil dengan modal kecil namun kontribusinya besar untuk mendukung perekonomian Indonesia. Berdasarkan komunikasi Rudjito, UMKM adalah bisnis yang memegang peranan penting dalam sistem perekonomian negara Indonesia, baik dari segi pembuatan lapangan kerja ataupun segi jumlah usaha. Sehingga, UMKM dapat diartikan sebagai bisnis yang terurai dalam tiga golongan, yaitu mikro, kecil, dan menengah, dilaksanakan bagi perorangan atau sebuah lembaga bisnis dengan mencadangkan aset dan omset tertentu, serta berfungsi penting untuk kemajuan perekonomian Indonesia.⁹

METODE PENELITIAN

Metode Analisis

Pada penelitian kali ini menerapkan metode studi kepustakaan untuk menguji seberapa pengaruh penerapan sistem informasi pada bank syariah terhadap umkm. Studi pustaka merupakan kajian yang dipakai dalam mengumpulkan informasi dan data dengan anjuran bahan pustaka yang ada di perpustakaan seperti dokumen, buku, majalah, kisah-kisah sejarah dsb.

<https://www.ocbcnisp.com/id/Article/2021/04/07/pengertian-umkm>

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bahwasanya sistem informasi sangat berpengaruh terhadap pengembangan bisnis bermanfaat dan dorongan dalam mengembangkan kualitas aktivitas ekonomi pemilik usaha kecil bawah dan kecil, dengan antara lain mengembangkan aktivitas menyimpan dan membantu pembiayaan aktivitas ekonominya. Berikut hasil yang diperoleh dari study kepustakaan yang akan dijabarkan di pembahasan yaitu :

- Strategi Pengembangan Sektor UMKM melalui Teknologi Informasi.
- Pentingnya pembiayaan UMKM untuk operasional bisnis, maka diperlukan kerjasama yang baik antara bank sebagai pemberi pinjaman dengan UMKM.
- Pembiayaan Bank Syariah.
- Untuk meningkatkan pendapatan, bank syariah didorong untuk memperluas penyaluran pembiayaan UMKM.

UMKM mempunyai kontribusi yang sangat berharga dalam perekonomian Indonesia. Oleh hal itu, peningkatan sektor UMKM sangat dibutuhkan untuk meningkatkan perekonomian. Berbagai persoalan yang dialami UMKM perlu segera diselesaikan. Berdasarkan hasil kajian Kementerian Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang bekerja sama dengan BPS, persoalan yang dialami UMKM pada dasarnya yaitu permodalan (51,09 persen), pemasaran (34,72 persen), bahan baku. (8,59 persen), kesulitan pekerjaan. (1,09 persen), distribusi transportasi (0,22 persen), dan lain-lain (3,93 persen). (Sulaeman, 2004:116)

Dalam menjawab persoalan diatas, terutama terkait dengan permodalan, pemerintah telah berusaha menetapkan rencana strategi untuk mendorong peningkatan UMKM. Pada tahun 1970-an, pemerintah mengeluarkan strategi kredit bersubsidi (program KIK/KMKP). Pada tahun 1980-an, pemerintah mengeluarkan skema Kredit Usaha Kecil (KUK), yang mengalihkan skema KIK/KMKP, sebagai skema pokok pinjaman usaha kecil, yang mewajibkan bank umum untuk menyalurkan paling sedikit 20 persen dari portofolio pinjamannya kepada UMKM di lapangan. Selain itu, program Mitra Usaha Mitra Binaan-Bapak Angkat, Anak Angkat diluncurkan pada tahun 1992. Rancangan ini mengharuskan perusahaan besar (termasuk perusahaan swasta dan BUMN) dalam mendukung usaha kecil di berbagai aspek seperti pembiayaan, penawaran dan pelatihan manajemen. Hingga saat ini di abad ke-21, pemerintah menciptakan program KUR adalah pembiayaan bisnis kecil dan bermasalah. (Harefa, 2015:343-366).

Pemerintah juga mencoba mendukung UKM dengan memperkenalkan beberapa opsi tindakan. Pertama, program pelatihan kewirausahaan dan tunjangan dana bisnis bagi calon wirausaha dengan nilai maksimal Rp 25 juta. Kedua, Kredit Komersial Populer (KUR) yang memiliki bunga 9 persen. KUR adalah kredit/pembiayaan untuk tunjangan kerja dan/atau penanaman modal bagi UKM di sektor ekonomi komersial yang dimungkinkan tetapi tidak mendapat pembiayaan dari sektor perbankan (belum bankable). Limit kredit KUR bisa memperoleh Rp500 juta dan setengah nilai kredit/keuangan ditanggung oleh perusahaan penjaminan. Juga, dukungan atau kredit dari Lembaga Pengelola Dana Bergulir Departemen Dana Koperasi dan UKM, dan Skema Pendanaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan dan Corporate Social Responsibility (CSR), yang didanai oleh badan usaha milik Negara, divisi, perusahaan regional dan swasta.¹⁰

Pilihan operasional yang berbeda ini memberikan dampak yang relatif positif buat pertumbuhan UMKM di Indonesia. Hal ini tercermin dari perkembangan produksi tahunan industri mikro dan mini yang selalu positif secara konsisten selama lima tahun terakhir. Perkembangan produksi yang positif ini membuktikan perkembangan daya tampung produksi dan jumlah pelaku UMKM. Namun demikian, agar bidang UMKM dapat lebih maju baik dalam pemasaran ataupun penjualan, masih dibutuhkan tambahan investasi. Seperti disebutkan di atas, kedua aspek ini sangat penting karena UMKM masih memiliki konflik primer yang berbeda dengan yang berbasis konflik permodalan. Dari sisi pemasaran, perkembangan UMKM bisa menggunakan pertumbuhan teknologi informasi yang sangat cepat sekarang ini. Pertumbuhan pengguna internet per tahun yang relatif cepat di Indonesia adalah kemampuan yang sangat besar bagi produk UMKM yang dipasarkan langsung ke pelanggan. Berdasarkan peninjauan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet

Indonesia (APJII) (2015:2) instruksi pemakai internet di Indonesia sebesar 24,23% pada tahun 2012, kemudian meningkat menjadi 34,9% pada tahun 2014 atau 88,1 juta orang, dengan Pulau Jawa sebagai lokasi dengan jumlah pengguna terbanyak.

Julia (2000:36-52) memaparkan bahwa pemakai Internet sekarang ini telah berkembang dari pergantian informasi elektronik murni menjadi perangkat untuk aplikasi usaha penting seperti penawaran, penjualan, dan layanan pelanggan. UMKM mampu memasuki pasar mereka melalui situs web e-commerce, juga bertambah seiring dengan kemajuan internet. Penyebaran pasar UMKM sangat terbuka, karena skala e-commerce sangat besar, karena mampu dicapai oleh siapa saja, kapan saja, dimana saja, sepanjang konsumen tersambung dengan internet. Pelaksana UMKM mampu menawarkan produknya melewati sebagian ataupun seluruh fitur e-commerce, adalah gaya iklan premium seperti OLX.com, berniaga.com dan lain-lain. Contoh retail lain seperti lazada, zalora, blibli.com dan sebagainya. Ketiga, contoh pemasaran seperti Bukalapak, Tokopedia dan lainnya. (Permana, 2016) UKM juga dapat memasarkan produknya melalui media sosial.

Jaringan sosial saat ini bukan lagi hanya menjadi sarana untuk bertukar pesan antar teman atau keluarga, namun sudah banyak dipakai dalam memasarkan bermacam produk baik oleh industri besar atau UMKM. Jaringan sosial yang tinggi dipakai dalam sarana pemasaran adalah Facebook, Instagram, YouTube dan lainnya. Selain itu, WhatsApp, Line, Blackberry Messenger (BBM), Short Message Service (SMS) dan lain sebagainya bisa menjadi alat komunikasi yang mampu dipakai oleh operator UMKM dengan pelanggan. UMKM juga bisa menciptakan mereknya (brand awareness) melalui alat sosial dengan menggunakan strategi brand endorsement. Brand endorsement sendiri merupakan taktik komunikasi meyakinkan yang dipakai oleh perusahaan merek untuk memilih individu tertentu untuk memamerkan produk dan jasa mereka. Tujuan dari aktivitas referral ini adalah untuk mempertahankan tanggapan masyarakat terhadap keistimewaan produk sampai mampu memengaruhi pelanggan untuk membeli produk mereka. (Roll, 2006:74).

Sekarang ini, para pelaku UMKM bisa menggunakan media sosial untuk mempromosikan brand mereka dengan menunjuk selebriti (celebrity endorsement) dalam menjelaskan dan memakai produk tersebut. Di media sosial, selebriti biasanya mempunyai ribuan followers yang juga cenderung mengikuti gaya hidup mereka diperkirakan pelaku UMKM bisa membujuk sikap emosional konsumen dan memaksimalkan penjualan produk jika memakai celebrity endorsement sebagai langkah komunikasi untuk meningkatkan brand awareness. Bagi pelaku UMKM, hal ini merupakan sarana promosi yang hemat biaya dan efisien. Jika dibandingkan Di media cetak atau elektronik, endorse selebriti di media sosial biasanya lebih murah. Justru ada selebriti yang tidak meminta uang tetapi hanya mengharuskan barang secara cuma-cuma. Di sisi lain, celebrity endorsement memiliki dampak yang signifikan di media sosial karena followers biasanya mengikuti apa yang dipakai para selebriti tersebut untuk mendorong pemasaran produk UMKM. Akan menjangkau dua jenis pelanggan melalui media sosial, yaitu: mulai dari klien yang belanja dinamis, akan mencari data sebanyak apa pun yang diharapkan dapat membantu dinamika dalam membeli. Kedua, karena pelanggan terlibat dalam belanja pasif, mereka bakal termotivasi untuk terlibat dalam belanja aktif melalui pemasaran yang dijalankan oleh pelaku UMKM, anggota keluarga, atau golongan online lainnya. .Moriansyah, 2015, hlm. 187 sd 196).

Upaya pemerintah untuk memastikan pemerataan penggunaan internet di seluruh Indonesia harus mengikuti pesatnya perkembangan internet, e-commerce, dan media sosial. Permasalahan antara kedua pihak harus diselesaikan melalui kerjasama guna mencapai kesuksesan bersama. terhadap pembiayaan dan investasi pertumbuhan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), baik perbankan syariah maupun konvensional harus berperan di sini. Karena tujuan utama bank adalah sebagai perantara keuangan-badan yang menghimpun dana dari masyarakat dalam wujud cadangan dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam wujud pinjaman-bank adalah salah satu pemasok pembangunan dalam kehidupan suatu bangsa, dan zakat (ZIS), perbankan syariah juga memperhatikan tujuan perbankan sebagai perantara keuangan (Kara Muslimin, 2013:315).

Menurut Rahardi (2010:103), bank syariah menyalurkan dananya melalui pembiayaan, yaitu:

1. Pembiayaan dengan prinsip jual-beli (bai")
 - a. Murabahah adalah suatu barang yang nilai pembeliannya telah ditetapkan kepada pembeli dan pembeli membayar dengan nilai yang lebih besar dari margin yang disetujui.
 - b. Istishna adalah barang sebagai pesanan untuk penciptaan barang tertentu yang disetujui antara penjual atau pembeli (mustashni') dan penjual atau produsen (shani').
 - c. Salam adalah suatu barang dengan cara pemesanan dan pembayaran nilai terlebih dahulu dengan persyaratan tertentu yang disetujui.
2. Pembiayaan sewa-beli (ljarah) adalah pemindahan dana untuk mengalihkan penggunaan atau keuntungan dari suatu barang atau jasa berdasarkan sewa tanpa adanya perpindahan kepemilikan atas barang itu sendiri.
3. Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil (Syirkah)
 - a. Musyarakah adalah akad kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk suatu akad tertentu, dimana masing-masing pihak menyediakan bagian dananya sendiri-sendiri.
 - b. Mudharabah Mutlaqah adalah akad kerja sama shahibul maal dan mudharib yang jangkakuannya sangat banyak dan tidak ditentukan oleh kebutuhan jenis usaha, waktu, dan wilayah.
 - c. Mudharabah Muqayyadah adalah kebalikan dari mudharabah muthlaqah, si mudharib ditentukan oleh batasan jenis usaha, waktu atau tempat. Keterbatasan ini berulang kali memperlihatkan keinginan umum si shohibul untuk menyerbu dunia komersial.
4. Qard adalah akad pinjaman modal bagi nasabah dengan syarat bahwa nasabah harus mengembalikan modal yang diterima pada jangka yang telah disetujui.
5. Hiwalah (anjak piutang) adalah perjanjian untuk mengalihkan suatu utang dari satu pihak yang berutang kepada pihak lain yang wajib membayar.
6. Rahn (gadai) Adalah menahan barang sebagai jaminan atas hutang.

Meskipun banyak kendala dalam penyaluran dana UMKM, seperti kesulitan UMKM membuka bermacam sumber pembiayaan, banyak golongan masyarakat yang tidak mendukung perkembangan UMKM. Dalam hal ini, mereka malah membeli produk-produk buatan UMKM. Namun industri ini perlu selalu berkembang, terutama di perbankan syariah, yang diharapkan menjadi bagian dari pertumbuhan ekonomi. Menurut Wangsawidjaja (2012), bank syariah harus mengatasi hambatan dalam pencarian pertumbuhan laba, peningkatan biaya bank, yang membutuhkan lebih banyak waktu untuk menyelesaikan pembiayaan bermasalah juga dikenal sebagai NPF.

Deden Firman, Direktur Perbankan Syariah Otoritas Jasa Keuangan (OJK), mengklaim kinerja yang kuat tidak dibarengi dengan pertumbuhan pembiayaan yang tinggi. Di perbankan syariah, persentase kredit macet alias Non Performing Financing (NPF) tetap bertahan. tinggi. Kepala Departemen Perbankan Syariah Kantor OJK Ahmad Soekro mengatakan, rasio kredit bermasalah (NPF) terhadap bank syariah masih lebih banyak dibandingkan rasio NPL terhadap bank konvensional. Tercatat bank syariah memiliki Tingkat NPF sebesar 4,12% dari triwulan IV 2016 hingga Oktober 2017, jauh lebih tinggi dibandingkan NPL bank konvensional yang sebesar 2,96 persen. Menurut Elangga dan Mawardi (2016), kesinambungan kinerja perbankan syariah perlu dipertahankan, keuntungan karena penurunan kinerja bank syariah juga akan berpengaruh pada kepercayaan masyarakat terhadap bank dan profitabilitas bank, termasuk penurunan keuntungan bank untuk aktivitas usaha. (Elangga dan Mawardi, 2016).

Menurut kajian Taudlikhul Afkar, pembiayaan UMKM berdampak positif kepada pertumbuhan laba bank umum syariah. Menurut kajian Syamsurizal, CAR dan NPF berpengaruh positif dan relevan kepada profitabilitas. Namun kajian lain yang dijalankan oleh Okyviandi Putra dan Imron

Maward menemukan bahwa NPF berdampak negatif kepada ROA, sedangkan CAR tidak berdampak signifikan kepada ROA.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

WhatsApp, Line, Blackberry Messenger (BBM), Short Message Service (SMS) dan lain sebagainya mampu menjadi alat informasi yang bisa dipakai oleh operator UMKM dengan pelanggan. Meskipun terdapat berbagai permasalahan dalam pengalokasian dana kepada UMKM seperti kesulitan UMKM dalam membuka bermacam sumber pembiayaan, banyak golongan masyarakat yang tidak berpartisipasi dalam perkembangan UMKM, terkandung dalam konteks ini konsumsi produk yang dilahirkan UMKM, tetapi dikembangkan lebih lanjut, terutama di perbankan syariah karena bidang ini diperlukan membentuk salah satu penopang perkembangan ekonomi.

Saran

Sebagai bank adalah salah satu pemasok pembangunan dalam aktivitas bernegara, karena peran pokok bank sebagai perantara keuangan adalah badan yang menghimpun dana dari masyarakat dalam wujud simpanan dan menyalurkan kembali ke masyarakat sebagai kredit atau pembiayaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Majalah Sulaeman, S. 2004. Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah dalam Menghadapi Pasar Regional dan Global, Infokop Nomor 25 Tahun XX.
- Harefa, M. 2015. Masalah dan Tantangan Implementasi Program Kredit Usaha Rakyat di Provinsi Sulawesi Selatan dan Jawa Tengah, Jurnal Kajian, Vol. 20 No. 4, Desember, hlm. 343-366.
- Dokumen resmi Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia, Profil Pengguna Internet Indonesia 2014, Jakarta: Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia, 2015.
- Yuliana, O.Y. 2000. Penggunaan Teknologi Internet dalam Bisnis, Jurnal Akuntansi & Keuangan, Vol. 2, No. 1, hlm. 36-52.
- Permana, S.H. 2016. Peningkatan Peran Teknologi Informasi Dalam Pemasaran Produk UMKM di Indonesia, dalam buku bunga rampai yang berjudul Reformulasi Kebijakan Sektor Ekonomi Indonesia Dalam Perspektif Globalisasi, Jakarta: Badan Keahlian DPR RI bekerjasama dengan Balai Pustaka.
- Roll, M. 2006. Asian Brand Strategy, New York: Palgrave Macmillan.
- Moriansyah, L. 2015. Pemasaran Melalui Media Sosial: Antecedents dan Consequences, Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik, Vol. 19, No. 3, Desember, hlm. 187-196
- Erlangga Okyviandi Putra dan Imron Mawardi. "Pengaruh Total Aktiva, Capital Adequacy Ratio (CAR), Financing to Deposit Ratio (FDR), dan Non Performing Financing (NPF) terhadap Return On Assets (ROA) Bank Umum Syariah di Indonesia periode 2010-2014." Jurnal Ekonomi Syariah terapan dan teori, No. 7, Juli 2016.