

SKRIPSI

**STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK PEMBIAYAAN
MUSYARAKAH PT. BANK ACEH KEPADA PELAKU USAHA
UMKM KOTA BANDA ACEH DI MASA PANDEMI**



Disusun Oleh:

**NADA NAFISAH
NIM. 180603016**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2022 M / 1443 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Nada Nafisah
NIM : 180603016
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

- 1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.**
- 2. Tidak melakukan plagiarasi terhadap naskah karya orang lain.**
- 3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.**
- 4. Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.**
- 5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.**

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

AR - RANIRY

Banda Aceh, 06 Juli 2022

Yang Menyatakan,



Nada Nafisah

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

**Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Musyarakah Pt. Bank
Aceh Kepada Pelaku Usaha Umkm Kota Banda Aceh Di Masa
Pandemi**

Disusun Oleh:

Nada Nafisah

NIM: 180603016

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat penyelesaian studi pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I

Pembimbing II

Farid Fathony Ashal, L.C., RMAN I R
NIP. 198601272014031002

Riza Aulia, S.E.I., M. Sc
NIP. 198801302018031001

Mengetahui,
Ketua Program Studi Perbankan Syariah,

Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag.
NIP. 197711052006042003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Sycikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922

Web: www.library.ar-raniry.ac.id Email : library@ar-raniry.ac.id

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN
AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah:

Nama Lengkap : Nada Nafisah
NIM : 180603016
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
E-mail : Nafisah033@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

Tugas Akhir KKU Skripsi

yang berjudul:

**STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK PEMBIAYAAN MUSYARAKAH
PT. BANK ACEH KEPADA PELAKU USAHA UMKM KOTA BANDA
ACEH DI MASA PANDEMI**

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikan di internet atau media lain.

Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh

Pada tanggal : 06 Juli 2022

Penulis

Nada Nafisah
NIM: 180603016

Mengetahui,
Pembimbing I

Farid Fathony Ashal, L.C., MA
NIP. 198604272014031002

Pembimbing II

Riza Aulia, S.E.I., M. Sc
NIP. 198801302018031001

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

**“Dan bahwa manusia hanya memperoleh apa yang telah
diusahakannya”
(Q.S. An-Najm [53] : 39)**

Bismillahirrahmanirrahim

*Dengan ucapan syukur Alhamdulillah
Skripsi ini akan menjadi sebuah persembahan untuk:*

Kedua Orang Tua

Ayah Anwar zamzam dan Ibu Hediariida

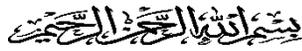
Sebagai tanda bakti, hormat dan rasa terima kasih

“Terima kasih untuk semua cinta dan kasih yang telah ayah dan ibu berikan, terima kasih karena selalu menjaga dalam doa-doa ayah dan ibu, terima kasih telah menjadi orang tua yang sangat sempurna, terima kasih telah memotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini, dan terima kasih untuk semua perjuangan dan pengorbanannya”

جامعة الرانيري

A R - R A N I R Y

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah rabbil ,alamin, segala puji bagi Allah SWT atas limpahan rahmat, taufiq, hidayah serta inayah-Nya yang senantiasa selalu menyertai hamba-Nya. Shalawat dan salam semoga selalu tecurahkan sepenuhnya kepada baginda Nabi Muhammad SAW beserta seluruh keluarga, sahabat dan para pengikutnya yang setia hingga akhir zaman.

Atas rahmat dan izin Allah SWT, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Musyarakah PT. BANK ACEH kepada pelaku usaha UMKM Kota Banda Aceh di masa pandemi”**. Adapun penulisan skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi. Selama penulisan skripsi ini, penulis banyak menerima saran dan masukan, bimbingan, arahan dan nasehat, serta motivasi dari berbagai pihak. Maka dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. Zaki Fuad, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
2. Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan Ayumiati, SE., M.Si. selaku Sekretaris Program Studi

Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.

3. Muhammad Arifin, Ph.D. selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
4. Farid Fathony Ashal, LC., MA. selaku Dosen Pembimbing I dan Riza Aulia, S.E.I., M. Sc. selaku Dosen Pembimbing II sekaligus selaku Penasehat Akademik yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, memberikan arahan dan nasehat, memberikan saran dan masukan, serta memberikan motivasi kepada penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
5. Ismail Rasyid Ridla Tarigan, M.A. selaku penguji I dan Ana Fitria, S.E., M.Sc selaku penguji II yang telah memberikan arahan dan saran dalam penyempurnaan skripsi ini.
6. Riza Aulia, S.E.I., M. Sc. selaku Penasehat Akademik yang telah menjadi dosen wali dan memberikan informasi serta arahan selama penulis menempuh pendidikan serta seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam khususnya dosen-dosen pengajar pada Program Studi Perbankan Syariah yang telah suka rela memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan kepada penulis selama mengikuti perkuliahan.
7. Pihak Bank aceh kantor operasional, Otoritas keuangan negara, UMKM yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan baik.
8. Kedua orang tua tercinta yakni Ayah Drs. Anwar Zamzam dan Ibu Hediariida, S.E. yang senantiasa menjaga dalam doa-doa,

memberikan motivasi dan nasehat, mendidik dengan sangat sempurna, serta memberikan cinta dan kasih sayang setulus hati selama 22 tahun ini.

9. Kepada Teuku Ghufuran, Viona Aulia Putri, Namira Fathin Aminasha, Nadya Nova, S.H, Sherien Harris Boenien, S.I.kom, Cut Israviana, S,H dan seluruh teman-teman yang telah membimbing dan memberikan semangat serta selalu ada dalam suka maupun duka.

Penulis mengucapkan terima kasih untuk semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini, semoga Allah memberikan ganjaran dan pahala yang setimpal. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak sempurna. Maka penulis mengharapkan saran dan kritikan yang bersifat membangun dari semua pihak agar skripsi ini dapat lebih baik dan memberikan manfaat untuk kita semua.

Banda Aceh, 06 Juli 2022

Penulis,

Nada Nafisah

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K

Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543 b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	”
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	Ḥ	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	”
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

1. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnyak berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
َ	<i>Fathah</i>	A
ِ	<i>Kasrah</i>	I
ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
َي	<i>Fathah dan ya</i>	Ai
َو	<i>Fathah dan wau</i>	Au

Contoh:

kaifa : كيف

hauila : هول

2. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
أ/ي	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>Ya</i>	Ā
ي	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
ي	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

قَالَ : قَالَ

رَمَى : رَمَى

قِيلَ : قِيلَ

يَقُولُ : يَقُولُ

3. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta *marbutah* ada dua.

a. Ta *marbutah* (ة) hidup

Ta *marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

b. Ta *marbutah* (ة) mati

Ta *marbutah* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

- c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

<i>Rauḍah al-afāl/ raudatul afāl</i> :	رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ
<i>al-Madīnah al-Munawwarah/</i> <i>al-Madīnatul Munawwarah</i>	الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ
<i>Ṭalḥah</i> :	طَلْحَةَ

**Catatan:
Modifikasi**

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

ABSTRAK

Nama : Nada Nafisah
NIM : 180603016
Fakultas/Prodi : Perbankan Syariah
Judul : Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan
Musyarakah PT. Bank Aceh Kepada Pelaku
Usaha UMKM Kota Banda Aceh di Masa
Pandemi.
Pembimbing I : Farid Fathony Ashal, LC., MA.
Pembimbing II : Riza Aulia, S.E.I., M. Sc.

Pengembangan produk pembiayaan musyarakah pada masa covid-19 tidak terlepas dari meningkatnya usaha mikro dan kecil cukup berkembang dapat dilihat dari banyaknya nasabah yang juga menggunakan akad musyarakah dalam mengembangkan modalnya. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi dan kendala pengembangan produk pembiayaan musyarakah PT. Bank Aceh kepada pelaku usaha UMKM Kota Banda Aceh di masa pandemi dengan pendekatan kualitatif deskriptif menggunakan wawancara. Informannya terdiri dari manajer Bank, OJK dan pelaku UMKM. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa strategi pengembangan produk pembiayaan musyarakah PT. Bank Aceh kepada pelaku UMKM Kota Banda Aceh di masa pandemi. Kendala strategi pengembangan produk pembiayaan musyarakah pada masa Pandemi Covid-19 yaitu naiknya angka Covid-19 dan pemberlakuan *social distancing* yang berdampak terhadap penutupan UMKM serta sulitnya menentukan nasabah yang dapat dipercaya dalam memanfaatkan produk pembiayaan musyarakah dengan baik.

Kata Kunci : *Strategi Pengembangan, Produk Pembiayaan Musyarakah Bank Aceh, UMKM*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPEL KEASLIAN	i
HALAMAN JUDUL KEASLIAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iii
PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI	v
PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	xi
ABSTRAK	xv
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Sistematika Pembahasan	10
BAB II LANDASAN TEORITIS	12
2.1 Pengembangan Produk.....	12
2.2 Pembiayaan Musyarakah	21
2.3 Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).....	33
2.3.1 Karakteristik UMKM.....	36
2.3.2 Perkembangan UMKM.....	39
2.4 Pandemi Covid-19 dan Dampaknya Terhadap Perekonomian.....	44
2.5 Dampak Covid-19 Terhadap Pengambilan Akad Pembiayaan Musyarakah	48
2.6 Penelitian Terkait	51
2.7 Kerangka Berpikir	56

BAB III METODE PENELITIAN.....	58
3.1 Desain Penelitian.....	58
3.2 Lokasi Penelitian.....	60
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	60
3.4 Sumber Data.....	61
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	62
3.5.1 Wawancara.....	62
3.6 Teknik Analisis Data.....	67
3.6.1 Reduksi Data.....	68
3.6.2 Penyajian Data.....	68
3.6.3 Menarik Kesimpulan.....	69
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	70
4.1 Deskripsi Lokasi Penelitian.....	70
4.2 Dampak Covid-19 Bagi Bank Syariah.....	72
4.3 Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Musyarakah PT. Bank Aceh Kepada Pelaku Usaha UMKM Kota Banda Aceh di masa pandemi Covid-19..	74
4.3.1 Karakteristik Produk.....	75
4.3.2 Klasifikasi Produk.....	79
4.3.3 Product Life Cycle.....	82
4.3.4 Marketing Mix.....	85
4.4 Kendala Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Musyarakah PT. Bank Aceh Kepada Pelaku Usaha UMKM Kota Banda Aceh di Masa Pandemi Covid-19..	89
BAB V PENUTUP.....	92
5.1 Kesimpulan.....	92
5.2 Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA.....	94
LAMPIRAN.....	98

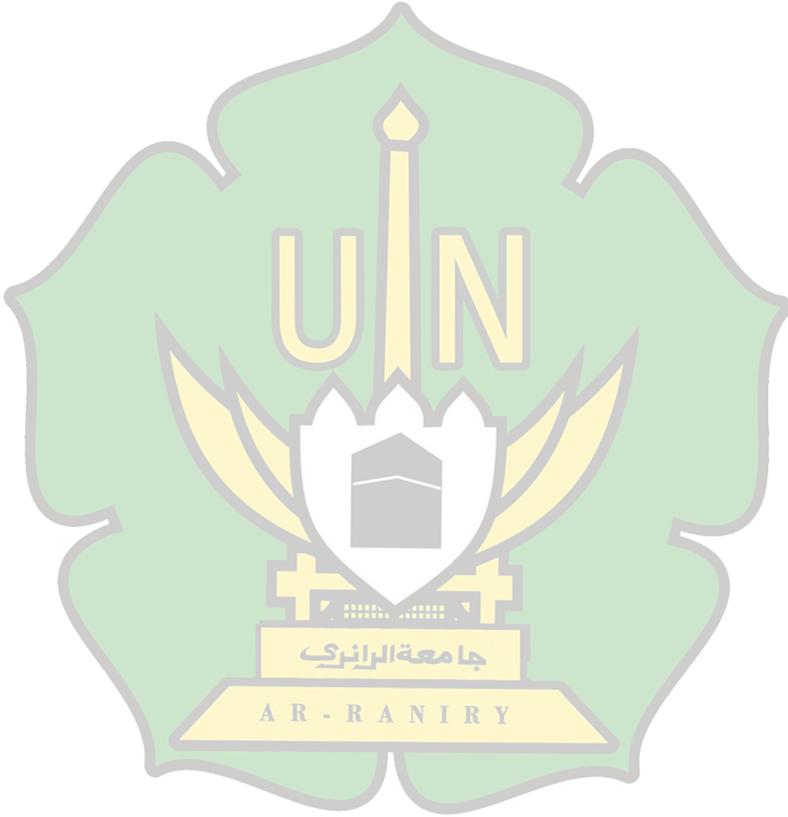
DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan UMKM di Kota Banda Aceh	2
Tabel 1.2 Pembiayaan Musyarakah.....	4
Tabel 1.3 Perkembangan Pembiayaan Musyarakah.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terkait	52
Tabel 3.1 Informan Penelitian	64



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	57
Gambar 4.1 Strategi Pengembangan Produk.....	74
Gambar 4.2 Karakteristik Produk.....	75
Gambar 4.3 Klasifikasi Produk	79
Gambar 4.4 Marketing Mix.....	85



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Transkrip wawancara Bank Aceh	98
Lampiran II	Trasnskip wawancara OJK.....	103
Lampiran III	Transkrip wawancara Raja Laot.....	108
Lampiran IV	Transkrip wawancara Usaha Rotan.....	109
Lampiran V	Dokumentasi Penelitian	110
Lampiran VI	Surat Penelitian	112
Lampiran VII	Daftar Riwayat Hidup.....	114



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

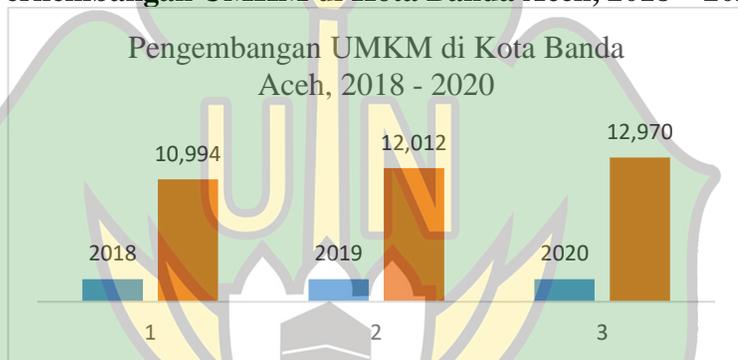
Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di berbagai negara termasuk di Indonesia merupakan salah satu penggerak perekonomian rakyat yang tangguh. Hal ini karena kebanyakan para pengusaha mikro, kecil dan menengah berangkat dari industri keluarga atau rumahan. Dengan demikian, konsumennya berasal dari kalangan menengah ke bawah. Peranan UMKM terutama sejak krisis moneter tahun 1998 dapat dipandang sebagai katup penyelamat dalam proses pemulihan ekonomi nasional, baik dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi maupun penyerapan tenaga kerja (Wati, 2011).

Sektor UMKM ini disebut sebagai sektor unggulan nasional karena terbukti tahan dari berbagai krisis ekonomi yang melanda negeri ini termasuk pada saat terjadinya krisis moneter 1998. Selain itu, menurut data BPS (2019) menunjukkan bahwa UMKM berkontribusi besar dalam memberikan kesempatan kerja yakni sebesar 96,99 persen dan terhadap pembentukan PDB sebesar 60,34 persen. Perkembangan UMKM setiap tahun di Indonesia senantiasa mengalami peningkatan yang signifikan hingga data terakhir tahun 2020 menyebutkan bahwa total UKM di Indonesia telah mencapai angka 59,2 juta unit (kemenkopukm, 2020).

Pemerintah sendiri melalui Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkopukm) dan Kementerian

Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) semakin gencar untuk meningkatkan jumlah pelaku UMKM. Salah satu wilayah di Indonesia dengan kontribusi UMKM yang baik adalah Kota Banda Aceh yang memiliki sekitar 12.970 unit UMKM (Diskop. acehprov, 2020). Berdasarkan data perkembangan UMKM di Kota Banda Aceh dapat dilihat pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1
Perkembangan UMKM di Kota Banda Aceh, 2018 – 2020



Sumber: Dinas Koperasi Kota Banda Aceh, 2021.

Berdasarkan Tabel 1.1, maka dapat diketahui bahwa jumlah UMKM di Kota Banda Aceh sejak tahun 2018 – 2020 terus mengalami peningkatan. Pada tahun 2018 sudah terdapat 10.994 unit UMKM di Kota Banda Aceh, jumlah itu naik menjadi 12.012 unit UMKM tahun 2019, bahkan di tahun 2020 sudah terdapat 12.970 unit UMKM yang ada di Kota Banda Aceh.

Sekalipun jumlah UMKM di Kota Banda Aceh terus mengalami peningkatan, namun pandemi Covid-19 telah mengakibatkan sebagian UMKM tutup. Salah satu permasalahan utama yang terjadi pada pelaku UMKM tersebut ialah kurangnya

modal usaha. Modal usaha sangat penting bagi para pelaku UMKM agar usaha yang mereka jalani berdampak baik walaupun di masa pandemi Covid-19. Dikarenakan dalam situasi krisis ekonomi seperti ini, sektor UMKM sangat perlu perhatian khusus oleh pemerintah termasuk pemerintah Banda Aceh.

Salah satu upaya yang dilakukan oleh pemerintah Aceh melalui lembaga keuangan bank ialah memberikan bantuan pembiayaan berbentuk pembiayaan musyarakah. Musyarakah adalah transaksi penanaman dana dari dua atau lebih pemilik dana dan /atau barang untuk menjalankan usaha tertentu sesuai syariah dengan pembagian hasil usaha antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang disepakati, sedangkan pembagian kerugian berdasarkan proporsi modal masing-masing. Pembiayaan musyarakah ini merupakan salah satu pembiayaan yang paling banyak yang diambil nasabah di Bank Aceh Syariah karena alokasi dan kebanyakan kebutuhan nasabah adalah untuk penambahan modal usahanya. Bukti melonjaknya pengambilan pembiayaan musyarakah pada masa pandemi covid19 dapat dilihat dari peningkatan persentase sebagai berikut:

Tabel 1.2 Pembiayaan Musyarakah



Uraian	2021	2020	2019	2018	Growth 2021		Description
					+/-	%	
Pertanian	25.901	17.692	11.961	6.752	8.209	46,40%	Agriculture
Pertambangan	0	22.598	22.167	22.294	-22.598	-100,00%	Mining
Perindustrian	107.369	62.034	79.477	93.654	45.335	73,08%	Industry
Perikanan	7.127	1.768	2.911	1.247	5.359	303,14%	Fishery
Listrik, gas, dan air	0	69.107	83.393	107.337	(69.107)	(100,00%)	Electricity, Gas And Water
Konstruksi	1.143.812	866.230	781.390	712.845	277.582	32,04%	Construction
Perdagangan, restoran dan hotel	314.725	276.040	252.201	256.957	38.685	14,01%	Trading, Restaurant And Hotel
Pengangkutan, pergudangan dan komunikasi	16.876	16.181	13.318	7.842	695	4,29%	Transportation, Warehousing And Communication
Jasa dunia usaha	1.555	184.760	156.895	16.086	(183.205)	(99,16%)	Business Services
Jasa sosial	39.910	21.963	25.651	34.518	17.347	81,71%	Social Services
Lain-lain	702.297	142.811	4.500	10.470	559.486	391,77%	Others
Jumlah	2.359.571	1.681.185	1.433.863	1.270.002	678.386	40,35%	Total
Cadangan kerugian penurunan nilai	(52.719)	(63.745)	(46.379)	(86.016)	11.026	17,30%	Loss Reserve Impairment
Jumlah bersih	2.306.852	1.617.440	1.387.484	1.183.986	689.412	42,62%	Net Total

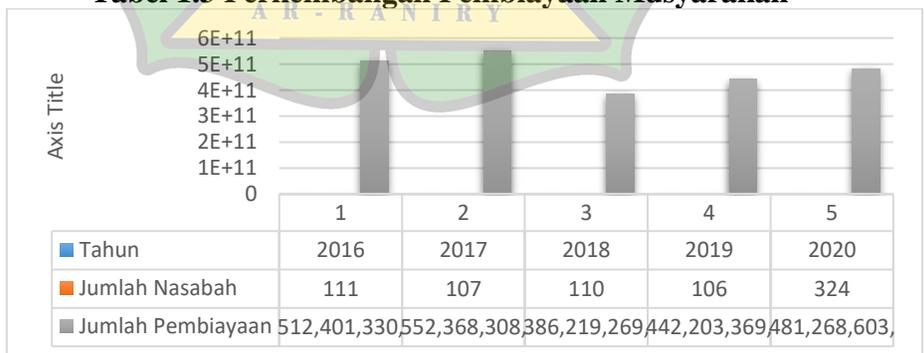
Sumber: Data telah diolah (2021)

Berdasarkan tabel 1.2 Tingkat bagi hasil pembiayaan musyarakah berkisar antara setara 12% sampai dengan 13,5% per

tahun untuk 31 Desember 2021 Pembiayaan musyarakah Bank Aceh pada tahun 2021 mencapai Rp 2.359.571 juta, meningkat 40,35% dibandingkan posisi tahun 2020 sebesar Rp1.681.185 juta. Pembiayaan musyarakah memberikan kontribusi sebesar 8,38% terhadap aset Bank Aceh pada tahun 2021 (BankAceh, 2021).

Pembiayaan bagi hasil dalam bentuk Musyarakah diatur dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang perubahan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang perbankan yang menyebutkan bahwa musyarakah ialah akad kerjasama antara kedua belah pihak ataupun lebih yang mana masing-masing pihak membagikan kontribusi dana dengan pembagian keuntungan dan resiko kerugian yang ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan (Antonio, 2010). Adanya produk musyarakah yang ditawarkan oleh pihak Bank Aceh Syariah telah menarik perhatian para UMKM di Kota Banda Aceh, hal ini terlihat banyaknya para nasabah yang memanfaatkan produk tersebut, seperti terlihat pada Tabel 1.2.

Tabel 1.3 Perkembangan Pembiayaan Musyarakah



Sumber: Data telah diolah (2021)

Berdasarkan Tabel 1.3 dapat dijelaskan bahwa perhitungan pembiayaan akad Musyarakah. Pada Tahun 2016 jumlah pembiayaan sebesar Rp.512.401.330.746,15 sebanyak 111 nasabah. Pada tahun 2017 jumlah Nasabah berkurang sebanyak 107 (4%) dan pembiayaan pada tahun tersebut Rp 552.368.308.740,69. Namun pada Tahun 2018 mengalami kenaikan 110 (2%) nasabah pada Bank Aceh dan pembiayaan mengalami penurunan sebanyak Rp 386.219.269.849,09. Pada tahun 2019 pembiayaan mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya sebesar Rp 442.203.369.689,20 sebanyak 106 (5%) nasabah. Pada tahun 2020 jumlah pembiayaan musyarakah mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya sebesar Rp 481.268.603.296,28 sebanyak 324 (305%) nasabah. Sehingga Bank Aceh tetap berusaha memberikan pembiayaan dengan baik pada penyaluran pembiayaan musyarakah yang mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya.

Satu tujuan dengan rencana Bank Aceh untuk meningkatkan pengembangan produk pembiayaan pada sektor produktif terutama pada pembiayaan musyarakah di Bank Aceh Syariah, termasuk pada masyarakat dalam menjalankan usaha UMKM. Hal ini sebagai mana terdapat dalam Qanun Aceh No. 11 Tahun 2018 tentang lembaga keuangan syariah yang diberlakukan sejak tanggal 4 Januari 2019 dimana mengalokasikan dana pembiayaan kepada pelaku UMKM sebesar 40% secara bertahap (Hadi, 2021).

Tingginya angka pemanfaatan produk pembiayaan

musyarakah tersebut tentu pihak bank harus mampu untuk terus mengembangkan produk musyarakah tersebut. Hal ini dapat dilakukan dengan strategi pengembangan produk, karena strategi pengembangan produk adalah salah satu aspek dari strategi pemasaran. Pengembangan produk perbankan merupakan usaha meningkatkan nasabah dengan cara memperkenalkan produk-produk baru perbankan. Terkait pengembangan produk pembiayaan musyarakah oleh pihak bank syariah telah diketahui melalui beberapa penelitian sebelumnya, seperti kajian Arifah (2017) menyebutkan pengembangan produk pembiayaan musyarakah dengan cara menekankan lagi ciri yang menonjol dari produk pembiayaan di banding dengan bank lain, pelayanan prima dan mengoptimalkan fungsi produk dengan mengapresiasi para usahawan untuk meningkatkan penghasilannya. Sementara itu Mailina (2017) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa pengembangan produk pembiayaan musyarakah pada usaha, mikro dan kecil cukup berkembang dan berhasil dilihat dari banyaknya nasabah yang menggunakan akad musyarakah. Usaha UMKM dari pembiayaan musyarakah di antaranya usaha tambak udang, usaha bahan bangunan, pedagang eceran seperti pupuk dan bawang.

Berdasarkan pemaparan data, melihat semakin banyaknya jumlah nasabah yang memanfaatkan produk musyarakah pada Bank Aceh Syariah di Kota Banda Aceh akibat efek daripada pandemi seperti PHK, dirumahkan, pemotongan gaji/ bonus serta kerja dari rumah membuat dampak banyaknya UMKM yang

bermunculan. Penulis tertarik meneliti tentang pembiayaan musyarakah karena membludak pengambilannya pada saat covid19 sementara sebelum pandemi pembiayaan musyarakah masih dalam persentase normal, maka tentu menjadi salah satu tantangan bagi pihak Bank Aceh dalam melakukan strategi pengembangan produk tersebut, hal inilah yang mendasari penulis dalam mengadakan penelitian terkait pengembangan produk musyarakah pada Bank Aceh Syariah.

Berdasarkan paparan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik mengadakan penelitian lebih lanjut dengan judul “**Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Musyarakah PT. Bank Aceh Kepada Pelaku Usaha UMKM Kota Banda Aceh di Masa Pandemi**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini ialah:

1. Bagaimana strategi pengembangan produk pembiayaan musyarakah PT. Bank Aceh kepada pelaku usaha UMKM Kota Banda Aceh di masa pandemi Covid-19?
2. Apa saja kendala strategi pengembangan produk pembiayaan musyarakah PT. Bank Aceh kepada pelaku usaha UMKM Kota Banda Aceh di masa pandemi Covid-19?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui strategi pengembangan produk pembiayaan musyarakah PT. Bank Aceh kepada pelaku usaha UMKM Kota Banda Aceh di masa pandemi Covid-19.
2. Untuk mengetahui kendala strategi pengembangan produk pembiayaan musyarakah PT. Bank Aceh kepada pelaku usaha UMKM Kota Banda Aceh di masa pandemi Covid-19.

1.4 Manfaat Penelitian

Pada bagian ini peneliti berharap penelitian ini bisa memberikan berbagai manfaat bagi beberapa pihak terkait dengan penelitian ini, di antaranya:

1. Bagi PT Bank Aceh Syariah dengan penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan bank untuk lebih meningkatkan kinerjanya terkait strategi pengembangan produk pembiayaan musyarakah kepada pelaku usaha UMKM Kota Banda Aceh.
2. Bagi akademisi dan mahasiswa hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi tambahan referensi tentang strategi pengembangan produk pembiayaan musyarakah PT. Bank Aceh kepada pelaku usaha UMKM Kota Banda Aceh di masa pandemi Covid-19.

3. Bagi peneliti lainnya hasil penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan mengenai strategi pengembangan produk pembiayaan musyarakah PT. Bank Aceh.

1.5 Sistematika Pembahasan

Susunan sistematika pembahasan dalam penulisan tentang strategi pengembangan produk pembiayaan musyarakah PT. Bank Aceh kepada pelaku usaha UMKM Kota Banda Aceh di masa pandemi Covid-19 dapat penulis uraikan sebagai berikut:

Bab I merupakan bagian pendahuluan yang berisi tentang pendahuluan yang menjelaskan mengenai latar belakang penelitian, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan sesuai dengan judul skripsi ini.

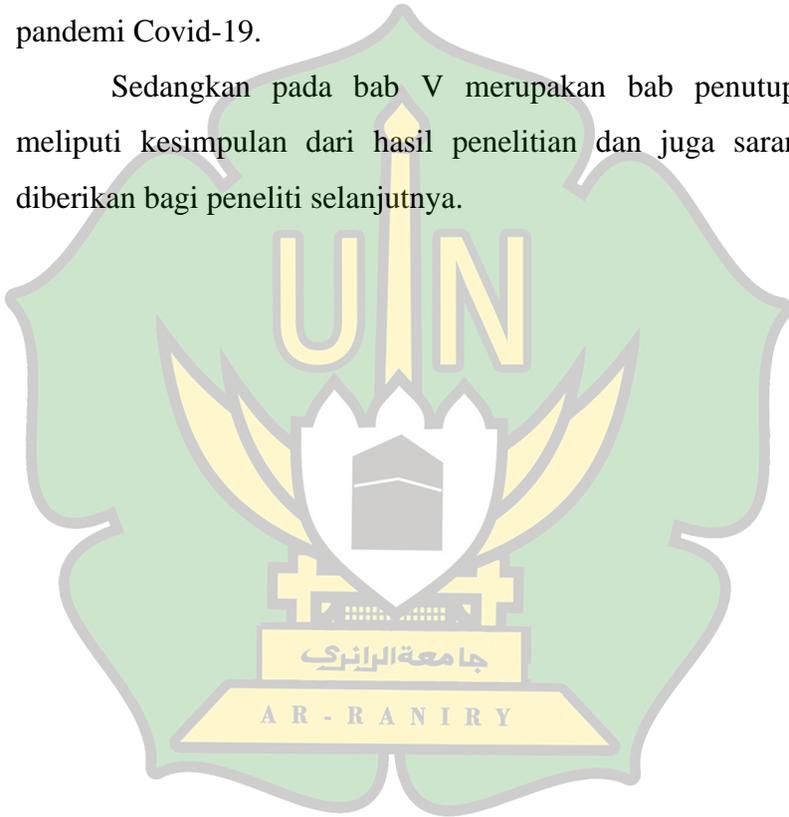
Bab II merupakan bagian yang membahas landasan teori yang memuat tentang berbagai teori-teori, penelitian terkait atau yang sudah pernah diteliti serta model penelitian atau kerangka berfikir tentang topik permasalahan yang akan diteliti.

Pada bab III menguraikan bagian metode penelitian yang menjelaskan rencana dan prosedur penelitian yang dilakukan untuk menjawab permasalahan yang telah dirumuskan. Pada bab ini akan memaparkan tentang lokasi penelitian, jenis penelitian, sumber data, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

Sementara itu BAB IV menjelaskan hasil penelitian dan

pembahasan yang menyangkut strategi pengembangan produk pembiayaan musyarakah PT. Bank Aceh kepada pelaku usaha UMKM Kota Banda Aceh di masa pandemi Covid-19 serta kendala strategi pengembangan produk pembiayaan musyarakah PT. Bank Aceh kepada pelaku usaha UMKM Kota Banda Aceh di masa pandemi Covid-19.

Sedangkan pada bab V merupakan bab penutup yang meliputi kesimpulan dari hasil penelitian dan juga saran yang diberikan bagi peneliti selanjutnya.



BAB II

LANDASAN TEORITIS

2.1 Pengembangan Produk

Pengembangan produk merupakan penelitian terhadap produk yang sudah ada untuk dikembangkan lebih lanjut agar mempunyai tingkat kegunaan yang lebih tinggi dan lebih disukai konsumen (Nasution, 2011). Tujuan dari pengembangan produk adalah agar barang atau jasa yang dihasilkan selalu sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan selera masyarakat. Dengan demikian barang yang dihasilkan akan selalu dapat diminati dan dibutuhkan masyarakat. Tujuannya adalah agar barang atau jasa yang dihasilkan dapat selalu meningkat penjualannya, sehingga keuntungan perusahaan dapat selalu berkembang dan meningkat. Keuntungan yang meningkat akan dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan (Nasution, 2011).

Produk adalah sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Pengertian produk menurut Kotler (2016) adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli dan untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan. Produk terdiri dari dua jenis yaitu berkaitan dengan fisik atau benda berwujud, seperti buku, meja kursi, rumah dan mobil, serta produk tidak berwujud seperti jasa. Jasa dapat disediakan dalam berbagai wahana, seperti pribadi, tempat, kegiatan, organisasi, dan ide-ide.

Istilah produk yang digunakan disini cukup luas, yaitu

terdiri dari objek fisik, jasa, tempat (*places*) dan organisasi. Menurut Wardiah (2013) prinsip-prinsip perilaku konsumen dapat diaplikasikan pada empat bidang dari proses pengembangan produk baru:

a. Pembangkitan Ide (*ide generation*)

Konsep perilaku konsumen mungkin memiliki dampak terbesar terhadap fase pembangkitan ide (*ide generation*) dari pengembangan produk baru. lima bidang utama dari analisis perilaku konsumen yang berguna bagi para manajer ketika mereka sedang menghimpun ide-ide untuk produk baru adalah: 1. Sikap konsumen 2. Perubahan gaya hidup 3. Faktor-faktor situasional 4. Budaya lainnya 5. Dan subbudaya

b. Pengujian Konsep (*concept testing*)

Meliputi pengujian awal tentang ide produk. Konsep produk adalah “keinginan konsumen di mana perusahaan mencoba untuk membentuknya menjadi sebuah ide produk”. Misalkan konsep produk untuk komputer pribadi yang baru adalah membuat komputer yang diinginkan konsumen sebagai produk yang mudah digunakan, mudah dibawa, IBM-compatible, yang kuat, dan murah harganya. Untuk menentukan apakah ada pasar untuk konsep produk seperti itu, perusahaan harus melakukan analisa pemosisian-produk serta survei untuk mengidentifikasi sikap konsumen terhadap konsep seperti ini.

c. Pengembangan produk (*product development*)

Jika perusahaan menemukan bahwa apa yang dirasakan konsumen terhadap konsep produk tersebut sesuai dengan maksud manajemen, maka dimulailah proses pengembangan produk (*product development*) Yang terdiri dari pengembangan, pengujian, pemberian nama, dan pembuatan prototipe kemasan. Berbagai konsep perilaku konsumen sebagian penting pada fase ini. sebagai contoh, para peneliti harus berusaha mencari tahu bagaimana para konsumen memproses informasi tentang produk. Apakah produk ini mudah dipergunakan (misalnya, tidak terlalu kompleks bagi rata-rata konsumen pada umumnya.

d. Pengujian Pasar (*market testing*)

Pengujian pasar (*market testing*) meliputi kegiatan penempatan produk melalui distribusi terbatas kepada konsumen dalam rangka mengidentifikasi masalah-masalah potensial dan menguji keseluruhan bauran pemasaran. Pada fase ini pengukuran tambahan yang berhubungan dengan sikap dilakukan untuk melihat apakah konsumen telah mendapatkan kepercayaan yang diharapkan, reaksi emosi, dan keinginan membeli.

2.1.1 Aspek-Aspek yang Perlu Diperhatikan dalam Pengembangan Produk

Pengembangan produk Menurut Kotler dan Keller (2016) dapat dilakukan dengan memperhatikan beberapa aspek, yaitu:

1. Karakteristik Produk

Banyak orang yang menganggap produk adalah suatu penawaran nyata, tetapi produk bisa lebih dari itu. Secara luas, produk (*product*) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat properti, organisasi, informasi, dan ide. Dalam merencanakan penawaran pasarnya, pemasar harus melihat lima tingkat produk. Setiap tingkat menambah nilai pelanggan yang lebih besar, dan kelimanya merupakan bagian dari hierarki nilai pelanggan (*customer-value hierarchy*).

- a. Pada tingkat dasar adalah manfaat inti (*core benefit*) Layanan atau manfaat yang benar-benar dibeli pelanggan.
- b. Pada tingkat kedua, pemasar harus mengubah manfaat inti menjadi produk dasar (*basic product*).
- c. Pada tingkat ketiga, pemasar mempersiapkan produk yang diharapkan (*expected product*) sekelompok atribut dan kondisi yang biasanya diharapkan pembeli ketika mereka membeli produk ini.

- d. Pada tingkat keempat, pemasar menyiapkan produk tambahan (*augmented product*) yang melebihi harapan pelanggan.
- e. Tingkat kelima adalah produk potensial (*potential product*) yang mencakup semua kemungkinan tambahan dan transformasi yang mungkin dialami sebuah produk atau penawaran di masa depan. Ini adalah tempat di mana perusahaan mencari cara baru untuk memuaskan pelanggan dan membedakan penawaran mereka.

2. Klasifikasi Produk

Dulu pemasar mengklasifikasikan produk berdasarkan ketahanan/durabilitas, keberwujudan, dan kegunaan (konsumen atau industri). Setiap jenis produk mempunyai strategi bauran pemasaran yang sesuai. Ketahanan (*Durability*) dan keberwujudan (*Tangibility*), produk menjadi tiga kelompok menurut ketahanan dan keberwujudan:

- a. Barang-barang yang tidak tahan lama (*nondurable goods*) adalah barang berwujud yang biasanya dikomunikasikan dalam satu atau beberapa kali penggunaan, seperti bir dan sabun. Karena barang-barang ini sering dibeli, strategi yang tepat adalah membuat barang-barang tersebut tersedia di banyak lokasi, hanya mengenakan markup yang kecil, dan

beriklan secara besar-besaran untuk mendorong percobaan dan membangun preferensi.

- b. Bahan tahan lama (*durable goods*) adalah barang-barang berwujud yang biasanya dapat digunakan untuk waktu lama: kulkas, alat-alat mesin, dan pakaian. Produk- produk tahan lama biasanya memerlukan penjualan personal dan jasa, menuntut margin, yang lebih tinggi, dan memerlukan garansi penjual lebih banyak.
- c. Jasa (*services*) adalah produk yang tak berwujud, tak terpisahkan, bervariasi, dan dapat musnah. Akibatnya, jasa biasanya memerlukan kendali kualitas, kredibilitas pemasok, dan kemampuan adaptasi yang lebih besar (Kotler dan Keller, 2016).

3. Teknik Daur Kehidupan Produk (*Product Life Cycle*)

Produk dari suatu industri, merupakan hal yang bergerak mengikuti kemauan pasar. Sehingga produk sesuatu akan berjalan mengikuti siklus kehidupan. Siklus produk atau sesuatu adalah berawal dari lahir, tumbuh, berkembang, tua dan mati. Demikian juga produk bank syari'ah, pada waktu tertentu akan mencapai pada tahapan tertentu. Meskipun kita tidak mengetahui, kapan waktu tepatnya itu terjadi. teknik siklus kehidupan produk dibutuhkan dalam pengenalan pasar untuk menyediakan produk yang sesuai dan dapat memenuhi

kebutuhan dan keinginan pasar sesuai dengan siklus hidup produknya, sehingga dapat ditentukan strategi atau langkah-langkah yang tepat (Muhammad, 2011).

Konsep daur hidup produk adalah suatu upaya untuk mengenali berbagai tahap yang berbeda dalam sejarah penjualan suatu produk. Pada tahap-tahap ini terdapat peluang dan masalah yang berbeda-beda dalam kaitannya dengan strategi pemasaran dan potensi laba. Dengan mengenali pada tahap mana suatu produk sedang berada, atau akan menuju, perusahaan dapat merumuskan rencana pemasaran yang lebih baik.

4. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Bauran Pemasaran (*marketing mix*) adalah variabel-variabel yang dapat dikendalikan oleh perusahaan, yang terdiri dari: produk, harga, distribusi, dan promosi. Terhadap variabel-variabel yang tidak dapat dikendalikan, manajemen pemasaran tidak dapat bertindak banyak. Untuk lebih memperjelas, di bawah ini akan dikemukakan contoh untuk masing-masing variabel tersebut (Kotler dan Keller, 2016).

a. Produk

Salah satu tugas utama dan tanggung jawab mereka yang bergerak di bidang manajemen pemasaran adalah memikirkan desain produk. Di mana telah diuraikan bahwa produk yang dibuat adalah produk yang

dibutuhkan oleh konsumen. Karena itu, bagian pemasaran seolah-olah bertugas sebagai “mata” perusahaan, yang harus selalu jeli dalam mengamati kebutuhan konsumen. Mereka yang ada di bagian ini harus secara terus menerus memberikan saran perbaikan atau, kalau perlu, perubahan desain produk disesuaikan dengan keinginan pembeli. Dari sini dapat dihasilkan produk yang betul-betul baru bagi perusahaan atau hanya sekedar modifikasi dari produk yang sudah ada. Koordinasi antara bagian pemasaran dengan bagian-bagian lain di dalam perusahaan dalam hal ini sangatlah diperlukan. Tidak jarang terjadi konflik antara bagian pemasaran dengan bagian produksi, karena desain produk yang diusulkan oleh bagian pemasaran tidak dapat dikerjakan bagian produksi dengan fasilitas yang ada. Karena itu tugas bagian pemasaran, terutama manajer pemasaran tidak mudah. Ia harus memandang dua pihak: Pasar (konsumen) dan kemampuan perusahaan. Tanpa koordinasi yang baik, apa yang diinginkan oleh konsumen, sama sekali berbeda dengan dipahami oleh masing-masing bagian. Akibatnya produk yang dibuat tidak laku dipasaran. Jadi, apabila perusahaan ingin mendapatkan keberhasilan dalam memasarkan produk, konsentrasi harus diarahkan pada konsumen (Kotler dan Keller, 2016).

b. Harga

Selain desain produk, harga merupakan variabel yang dapat dikendalikan yang menentukan diterima tidaknya suatu produk oleh konsumen. Harga semata-mata tergantung pada kebijakan perusahaan, tetapi tentu saja dengan mempertimbangkan berbagai hal. “Murah” atau “Mahal”nya harga suatu produk sangat relatif sifatnya. Untuk mengatakan perlu terlebih dahulu dibandingkan dengan harga produk serupa yang diproduksi atau dijual perusahaan lain (Kotler dan Keller, 2016).

c. Distribusi

Distribusi merupakan masalah lain yang akan dihadapi perusahaan pada saat produksi selesai diproses. Malah ini menyangkut cara penyampaian produk ke dengan konsumen. Manajemen pemasaran mempunyai peranan dalam mengevaluasi penampilan para penyalur. Bila perusahaan merencanakan suatu pasar tertentu, yang pertama kali dipikirkan adalah siapa yang akan ditunjuk sebagai penyalur di sana, atau berapa banyak yang bersedia untuk menjadi penyalur di daerah itu (Kotler dan Keller, 2016).

d. Promosi

Promosi adalah salah satu bagian dari bauran yang besar perannya. Promosi merupakan suatu ungkapan

dalam arti luas tentang, kegiatan-kegiatan yang secara aktif dilakukan oleh perusahaan (penjual) untuk mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan. Bauran promosi (Promotion Mix) terdiri dari lima unsur utama: Pengiklanan, Penjualan Pribadi (Personal Selling), Hubungan Masyarakat dan Publisitas, Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*), serta Promosi Penjualan (Kotler dan Keller, 2016).

2.2 Pembiayaan Musyarakah

Pembiayaan secara luas berarti *financing* atau pembelanjaan, yaitu pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun dijalankan oleh orang lain. Dalam arti sempit, pembiayaan dipakai untuk mendefinisikan pendanaan yang dilakukan oleh lembaga pembiayaan, seperti bank syariah kepada nasabah (Muhammad, 2002:260). Menurut UU Nomor 7 Tahun 1992 tentang perbankan sebagaimana telah diubah menjadi Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan dalam pasal 1 nomor 12:

“Pembiayaan berdasarkan prinsip syariah adalah penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan

tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil” dan nomor 13: “prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum islam antara bank dengan pihak lain untuk penyimpanan dana atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan dengan syariah, antara lain pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (*mudarabah*), pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (*musyarakah*), prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (*murabahah*) atau pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni tanpa pilihan (*ijarah*), atau dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain.”

Musyarakah atau sering disebut *syarikah* atau *syirkah* berasal dari *fi'il madhi* شَرَكَ - يَشْرِكُ - شَرِكًا - وَشَرَكَةً yang mempunyai arti: sekutu atau teman peseroan, perkumpulan, perserikatan (Munawwir, 2014: 765). *Syirkah* dari segi etimologi berarti: اَلْاِخْتِلَاطُ mempunyai arti: campur atau percampuran. Maksud dari percampuran disini adalah seseorang mencampurkan hartanya dengan harta orang lain sehingga antara bagian yang satu dengan bagian yang lainnya sulit untuk dibedakan lagi (Al-Jaziri, 2010: 60).

Definisi *syirkah* menurut mazhab Maliki adalah suatu izin ber-*tasharruf* bagi masing-masing pihak yang bersertifikat. Menurut mazhab Hambali, *syirkah* adalah persekutuan dalam hal

hak dan *tasharruf*. Sedangkan menurut Syafi'i, *syirkah* adalah berlakunya hak atas sesuatu bagi dua pihak atau lebih dengan tujuan persekutuan (Ghufron A, 2002: 192). Sayyid Sabiq mengatakan bahwa *syirkah* adalah akad antara orang Arab yang berserikat dalam hal modal dan keuntungan (Sabiq, 2007:193). M. Ali Hasan (2013:44) mengatakan bahwa *syirkah* adalah suatu perkumpulan atau organisasi yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum yang bekerja sama dengan penuh kesadaran untuk meningkatkan kesejahteraan anggota atas dasar sukarela secara kekeluargaan (Hasan, 2003: 161).

Berdasarkan beberapa pendapat di atas, maka dapat disimpulkan bahwa *syirkah* adalah kerjasama antara dua orang atau lebih dalam suatu usaha perjanjian guna melakukan usaha secara bersama-sama serta keuntungan dan kerugian juga ditentukan sesuai dengan perjanjian.

2.2.1 Dasar Hukum Musyarakah

Dasar hukum Musyarakah yaitu: *pertama*; Al-Quran. Dalam Al-Quran Allah SWT berfirman dalam surat Shaad ayat 24.

قَالَ لَقَدْ ظَلَمَكَ بِسُؤَالِ نِعَاجِكَ إِلَى نِعَاجِهِ وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ لِيَبْغَىٰ بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ وَظَنَّ دَاوُدُ أَنَّمَا فَتَنَّاهُ فَاسْتَغْفَرَ رَبَّهُ وَخَرَّ رَاكِعًا وَأَنَابَ

Artinya:

“Dan sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebagian mereka berbuat dhalim kepada sebagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal sholeh.” (Depag, 1997: 735-736).

Shidieqy (2000: 3505) menafsirkan bahwa kebanyakan orang yang bekerjasama itu selalu ingin merugikan mitra usahanya,

kecuali mereka yang beriman dan melakukan amalan yang sholeh karena merekalah yang tidak mau mendhalimi orang lain. Tetapi alangkah sedikitnya jumlah orang-orang seperti itu. Dan juga dalam surat An-Nisa' ayat 12:

فَإِنْ كَانُوا أَكْثَرَ مِنْ ذَلِكَ فَهُمْ شُرَكَاءُ فِي الثَّلَاثِ ۚ مِنْ بَعْدِ وَصِيَّةٍ يُوصَىٰ بِهَا أَوْ دَيْنٍ
غَيْرِ مُضَارٍّ ۚ وَصِيَّةً مِنَ اللَّهِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَلِيمٌ

Artinya:

“Tetapi jika saudara-saudara seibu itu lebih dari seorang, maka mereka bersekutu dalam yang sepertiga itu, sesudah dipenuhi wasiat yang di buat olehnya atau sesudah dibayar utangnya dengan tidak memberi madhorot (Allah menetapkan yang demikian itu sebagai) syari’at yang benar-benar dari Allah, dan Allah Maha Mengetahui Lagi Maha Penyantun.” (Depag, 1997: 117).

Bagian waris yang diberikan kepada saudara seibu baik laki-laki maupun perempuan yang lebih dari seorang, maka bagiannya adalah sepertiga dari harta warisan, dan dibagi rata sesudah wasiat dari almarhum ditunaikan tanpa memberi madhorot kepada ahli waris (Shihab, 2002:366). Dari kedua ayat diatas menunjukkan bahwa Allah SWT mengakui adanya perserikatan dalam kepemilikan harta. Hanya saja surat Shaad ayat 24 menyebutkan perkongsian terjadi atas dasar akad (*ikhtiyari*). Sedangkan surat An-Nisa menyebutkan bahwa perkongsian terjadi secara otomatis (*Jabr*) karena waris (Antonio, 2010).

Kedua, dalam hadis dinyatakan sebagai berikut:

أَبِي هُرَيْرَةَ رَفَعَهُ قَالَ إِنَّ اللَّهَ يَقُولُ : أَنَا ثَالِثُ الشَّرِيكَيْنِ مَا لَمْ يَخُنْ أَحَدُهُمَا صَاحِبَهُ فَإِذَا خَانَهُ خَرَجْتُ مِنْ بَيْنِهِمَا

Artinya:

“Dari Abu Hurairah, ia berkata: Rasulullah SAW bersabda: Allah SWT berfirman: Aku adalah pihak ketiga dari dua orang yang sedang berserikat selama salah satu dari keduanya tidak khianat terhadap saudaranya (temannya). Apabila diantara mereka ada yang berkhianat, maka Aku akan keluar dari mereka”(H.R Abu Dawud), (As-Sidiqqy, 2001: 175).

Hadis ini menerangkan bahwa jika dua orang bekerja sama dalam satu usaha, maka Allah ikut menemani dan memberikan berkah-Nya, selama tidak ada teman yang mengkhianatinya. Koperasi akan jatuh nilainya jika terjadi penyelewengan oleh pengurusnya. Inilah yang diperingatkan Allah SWT, bahwa dalam berkoperasi masih banyak jalan dan cara yang memungkinkan untuk berkhianat terhadap sesama anggotanya. Itulah koperasi yang dijauhi atau diangkat berkahnya oleh Allah SWT, maka kejujuran harus diterapkan kembali.

Dengan melihat hadis tersebut diketahui bahwa masalah serikat (koperasi) sudah dikenal sejak sebelum Islam datang, dan dimuat dalam buku-buku ilmu fiqh Islam. Dimana koperasi termasuk usaha ekonomi yang diperbolehkan dan termasuk salah satu cabang usaha. *Ketiga*, Ijma', Ibnu Qudamah dalam kitabnya *Al-Mughni* yang dikutip Muhammad Syafi'I Antonio dalam bukunya *Bank Syari'ah dari Teori ke Praktik*, telah berkata: “Kaum muslimin telah berkonsesus terhadap legitimasi Musyarakah secara global walaupun terdapat perbedaan dalam beberapa elemen darinya (Antonio, 2010).

2.2.2 Produk Musyarakah Pada Bank Syariah

Musyarakah dalam perbankan Islam merupakan sebuah mekanisme kerja (akumulasi antara pekerjaan dan modal) yang memberi manfaat kepada masyarakat luas dalam produksi barang maupun pelayanan terhadap kebutuhan masyarakat. Kontrak Musyarakah dapat digunakan dalam berbagai macam lapangan usaha yang indikasinya bermuara untuk menghasilkan keuntungan.

Beberapa konseptor perbankan syariah menggunakan pengertian Musyarakah sebagai partisipasi dalam investasi terhadap suatu usaha tertentu, yang dalam bank-bank Islam digunakan dalam pengertian yang lebih luas. Jadi, Musyarakah dapat digunakan untuk tujuan investasi dalam jangka waktu pendek dan jangka waktu panjang. Adapun pembiayaan Musyarakah yang digunakan bank syariah meliputi: Musyarakah dalam perdagangan, keikutsertaan untuk sementara, keikutsertaan untuk selamanya (Saeed, 2003: 112). Kontrak Musyarakah dalam perdagangan merupakan bentuk Musyarakah yang banyak digunakan dalam perbankan Islam, meskipun demikian, permasalahan yang akan dianalisis mencakup dua bentuk lainnya yaitu keikutsertaan untuk sementara, keikutsertaan untuk selamanya.

Bank syariah umumnya memberikan bagian modal dari usaha Musyarakah dan nasabah memberikan lain-lainnya. Ketentuan perbandingan bagian (profit and loss sharing) dari

hasil usaha tidak ditetapkan secara khusus. Menurut Tadamon Islamic Bank, tingkat perbandingan bagian bank dengan nasabah ditentukan menurut kesepakatan dan melalui pertimbangan besarnya pembiayaan modal yang diberikan oleh nasabah dalam usaha Musyarakah. Padahal pihak bank lebih mampu untuk membiayai usaha dengan presentase modal yang lebih tinggi, tidak sama halnya dengan nasabah yang lebih sedikit dalam membiayai modal usaha. Meskipun demikian, penentuan presentase berdasarkan pada keadaan (besarnya modal yang disertakan) yang sebenarnya. Dalam beberapa kejadian, bagian modal bank yang disertakan dalam kontrak dapat mencapai 90% dari total modal keseluruhan (Saeed, 2003: 117).

Akad musyarakah yang digunakan di perbankan syariah telah sesuai dimana akad Musyarakah terdapat ijab qabul, adanya subyek perikatan yaitu pihak bank dengan nasabah, serta adanya objek perikatan yaitu adanya modal yang dicampurkan antara modal nasabah ditambah dengan modal dari bank untuk melakukan usaha, yang dicatat dalam kontrak untuk menghindari sengketa. Apabila dalam pelaksanaan Musyarakah terjadi penipuan atau ada unsur gharar maka Musyarakah yang dilakukan hukumnya batal (Qudamah, 682 H: 21).

Kontrak Musyarakah dijalankan berdasarkan pada syarat dan ketentuan yang jelas. Diantaranya adalah menyangkut bagian modal bank beserta hasil usaha yang diharapkan dalam kontrak diberikan oleh nasabah kepada bank sesuai dengan masa

yang ditentukan. Atau sejumlah persyaratan yang mengindikasikan larangan bagi nasabah untuk melanggar persyaratan tersebut dalam mengelola usaha Musyarakah. Pihak nasabah menyediakan barang-barang Musyarakah di bawah pengawasan bersama (bank dan nasabah) dan tidak ada barang yang boleh dijual sampai harga jual dicantumkan dalam ketentuan Musyarakah. Pihak nasabah mengelola kontrak Musyarakah dan menjual barang-barang berdasarkan pertimbangan yang terbaik. Barang-barang yang dijual berdasarkan persetujuan harga dari bank dan nasabah yang ditentukan dalam bagian kontrak. Bank syariah tetap mengharuskan nasabah untuk memberikan jaminan untuk melindungi kepentingan bank dalam kontrak Musyarakah. Sebagaimana kontrak Musyarakah yang dilakukan oleh Faisal Islamic Bank of Egypt bahwa: “pihak pertama (bank) mempunyai hak untuk meminta kepada pihak kedua (dalam kasus bila jaminan yang telah diberikan kepada pihak pertama tidak cukup). Ini dilakukan dalam 1 minggu setelah memberikan peringatan kepada pihak kedua tanpa keberatan atau penundaan”. Bentuk jaminan yang diminta oleh bank- bank syariah dari nasabah meliputi:

1. Berupa cek yang nasabah serahkan kepada bank. Jumlah cek nilainya sama dengan investasi bank dalam kontrak Musyarakah. Bank tidak menggunakan cek tersebut kecuali kalau nasabah melakukan pelanggaran dari

persyaratan dalam kontrak.

2. Rekening dan tanda pembayaran dari penjualan barang-barang Musyarakah kepada pihak ketiga yang dilakukan berdasarkan pembayaran yang ditangguhkan, catatan tersebut harus disetorkan kepada bank.
3. Bank mempunyai hak untuk meminta catatan saldo keuangan, dokumen atau surat-surat perdagangan milik nasabah untuk disimpan oleh bank.
4. Bank menganggap dirinya sebagai pemilik barang-barang Musyarakah mulai dari pembelian hingga penjualan barang-barang ini.
5. Apabila barang-barang Musyarakah dijual kepada pihak ketiga dengan berdasarkan pada pembayaran yang ditangguhkan, pihak bank mempunyai hak untuk meminta nasabah sebagai penjamin dan memberikan jaminan secara mutlak kepada nasabah atas hutang yang diberikan kepada pihak ketiga (Saeed, 2003: 119).

Jika dilihat dari perspektif fiqih, Musyarakah hanya didasarkan atas unsur kepercayaan (trust) dan tidak dikenal adanya jaminan. Adapun jaminan yang diminta oleh Bank Syariah adalah untuk menjamin ketertiban dalam pengembalian dana dan mengantisipasi modal yang tidak kembali. Dalam menjalankan amanahnya, nasabah memberikan jaminan baik berupa akte tanah, BPKB kendaraan dan lain sebagainya. Adapun jaminan dapat dicairkan apabila nasabah benar-benar

terbukti melakukan pelanggaran terhadap hal-hal yang telah disepakati dalam akad. Berkaitan dengan Musyarakah bila ditinjau dari aspek resiko dengan diberlakukannya agunan sebagai syarat mutlak dalam pembiayaan, maka tidak adanya keadilan antara pihak nasabah dan bank, karena dalam pendanaan Islam baik nasabah maupun bank harus sama-sama menanggung resiko dengan system profit and loss sharing. Keharusan pemberian jaminan oleh nasabah kepada bank berarti hanya nasabah yang menanggung resiko apabila terjadi kerugian, sedangkan pihak bank akan terbebas menanggung kerugian.

Dalam perbankan syariah tidak diperkenankan meminta jaminan karena dalam pendanaan Islam yang terpenting adalah kepercayaan, sehingga transaksi Musyarakah tidak boleh mengandalkan jaminan karena dengan adanya jaminan tidak akan meneropong watak, karakter dari nasabah karena hanya mengandalkan jaminan yang dapat menutup kerugian (Arifin, 2018). Setiap kontrak perlu ditentukan masa berlakunya, karena kebanyakan kontrak Musyarakah, khususnya dalam bentuk perdagangan, dilakukan untuk jangka waktu pendek dan untuk tujuan khusus. Jika masa berlakunya kontrak ternyata kurang, maka dapat diperpanjang masa kontrak tersebut melalui persetujuan dari kedua belah pihak. Kontrak Musyarakah dapat diakhiri melalui persetujuan kedua belah pihak dengan catatan bahwa pihak nasabah membayar kepada pihak bank semua tanggung jawab yang timbul dari pemberhentian kontrak ini

(Sa'diyah, 2014).

Bank syariah perlu merealisasikan pentingnya pertimbangan menghargai waktu dan mendesak dalam melaksanakan Musyarakah, dimana nasabah diwajibkan untuk membayar bagian keuntungan bank beserta modal usaha berdasarkan pada data yang ditentukan dalam kontrak. Apabila terjadi keterlambatan pembayaran, maka bagian keuntungan nasabah yang diperoleh sebagai ongkos pengelolaan usaha kemungkinan dapat dipotong (dikurangi). Namun jika nasabah membayar jumlah tanggungannya sebelum masanya, maka bagian keuntungan yang dimiliki nasabah sebagai ongkos dari pengelolaan usaha Musyarakah kemungkinan dapat ditambah (Saeed, 2003: 121)

Prinsip bagi hasil secara luas dilaksanakan tergantung pada peranan nasabah dalam mengelola proyek usaha Musyarakah, kontribusi modal diberikan dari kedua belah pihak yaitu nasabah dan bank. Bagian keuntungan yang diberikan kepada nasabah berdasarkan atas pertimbangan manajemen usaha Musyarakah tergantung pada kualitas kerjanya dan tingkat keahlian yang dimilikinya. Semakin tinggi kualitas kerja dan tingkat keahlian yang dimiliki nasabah, maka akan mempertinggi persentase keuntungan yang akan diterima nasabah. Apabila pada masa akhir kontrak Musyarakah ternyata terjadi kerugian, yang tidak disebabkan kelalaian, kesalahan manajemen atau pelanggaran pihak nasabah terhadap ketentuan

kontrak, maka kerugian tersebut dibagi antara kedua belah pihak menurut tingkat persentase modal yang disertakan dalam kontrak. Sebaliknya jika kerugian tersebut akibat dari kelalaian, kesalahan manajemen, atau pelanggaran pihak nasabah terhadap ketentuan kontrak, maka nasabah harus bertanggung jawab atas semua kerugian tersebut. Dengan demikian Musyarakah yang digunakan dalam bank Islam bentuknya bervariasi, bank syariah tampaknya cenderung dominan menggunakan bentuk Musyarakah dalam perdagangan untuk jangka waktu pendek, meskipun bentuk lainnya tetap dipergunakan (Soetopo, 2012).

Dalam pembiayaan Musyarakah kontribusi modalnya berasal dari bank dan nasabah, pihak bank mengawasi bagaimana usaha Musyarakah dijalankan, hingga bank memastikan menerima pengembalian investasi awal yang diberikan beserta keuntungan yang diperoleh. Bank juga meminta berbagai macam garansi yang dijadikan untuk melindungi kepentingannya dalam usaha tersebut, dan dengan garansi ini kelihatannya bank berusaha melempar segala resiko usaha Musyarakah kepada nasabah. Bank juga menentukan batas waktu bagi berlakunya kontrak Musyarakah. Di sini tidak ada keseragaman di antara bank-bank syariah dalam menjalankan metode bagi hasil. Walaupun metode yang digunakan bermacam-macam namun esensinya sama. (Saeed, 2003: 124)

2.3 Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

UMKM terkait dengan asal usul perusahaan, lamanya perusahaan beroperasi, ukuran perusahaan, dan sumber pendanaan dikategorikan sebagai faktor karakteristik UKM (Indiarti dan Langenberg, 2004). UMKM merupakan unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi. Pada prinsipnya, pembedaan antara Usaha Mikro (UMI), Usaha Kecil (UK), Usaha Menengah (UM), dan Usaha Besar (UB) umumnya didasarkan pada nilai aset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), omset rata-rata tahunan, atau jumlah pekerja tetap (Tambunan, 2012).

UMKM merupakan salah satu jenis usaha kecil yang berperan sangat penting dalam meningkatkan dan menumbuhkan perekonomian masyarakat. Karena keberadaan UMKM mampu bertahan dalam situasi apapun untuk mencapai kesejahteraan masyarakat. Ketangguhan UMKM terbukti ketika terjadi krisis moneter tahun 1998, banyak usaha besar yang tumbang namun UMKM tetap bertahan bahkan bertambah jumlahnya. Dengan kontribusi UMKM yang begitu besar dalam menunjang perekonomian suatu negara sehingga keberadaan UMKM sangat diharapkan oleh negara manapun karena peranannya yang vital dalam pembangunan dan kemajuan perekonomian untuk mencapai kesejahteraan masyarakat. Pendirian usaha di sektor UMKM mampu menyerap jumlah tenaga kerja yang siap kerja

namun belum mendapatkan pekerjaan sehingga dapat mengurangi jumlah pengangguran. Perkembangan pertumbuhan sektor usaha mikro akan membuka lebih banyak lapangan pekerjaan dan pada gilirannya akan meningkatkan pendapatan masyarakat (Kadeni dan Srijani, 2020).

Menurut Badan Pusat Statistik (2020) perusahaan Industri Manufaktur dibagi menjadi 4 kelompok, yaitu Industri Besar (jumlah pekerja 100 orang atau lebih), Industri Menengah (jumlah pekerja 20-99 orang), Industri Kecil (jumlah pekerja 5-19 orang) dan Industri Rumah Tangga (tenaga kerja 1-4 orang). Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UU UMKM), pengertian UMKM adalah sebagai berikut:

1. Usaha Mikro

Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini, (UU UMKM Nomor 20 tahun 2008). Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut: Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah).

2. Usaha Kecil

Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang

berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini, (UU UMKM Nomor 20 tahun 2008).

Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut: Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000,- (dua miliar lima ratus juta rupiah).

3. Usaha Menengah

Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tak langsung dari usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini, (UU UMKM Nomor 20 tahun 2008). Kriteria Usaha Menengah adalah memiliki kekayaan bersih

lebih dari Rp. 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000,- (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000,- (dua miliar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000 (lima puluh miliar rupiah).

Berdasarkan pengertian dan kriteria di atas, dapat diketahui bahwa usaha mikro, kecil, dan menengah adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang memiliki kriteria seperti sebagaimana tercantum pada UU Nomor 20 Tahun 2008.

2.3.1 Karakteristik UMKM

Menurut Latumaerissa (2015) secara umum karakteristik Usaha Kecil, Menengah dan Mikro (UMKM) sebagai berikut:

1. Manajemen pengelolaan masih sederhana.
2. Banyak yang belum memiliki badan hukum.
3. Terkonsentrasi pada kelompok usaha tertentu.
4. Jenis barang usahanya tidak tetap, dapat berganti pada periode tertentu.
5. Tempat usahanya tidak selalu menetap.
6. Belum melaksanakan administrasi keuangan yang sederhana dan tidak memisahkan antara keuangan keluarga dengan keuangan usaha; sumber daya manusia (pengusaha) belum memiliki jiwa *enterpreuner* yang

memadai.

7. Tingkat pendidikan rata-rata relative rendah.
8. Pada umumnya belum akses ke perbankan, namun sebagian dari mereka sudah akses ke lembaga keuangan nonbank.
9. Umumnya tidak mempunyai izin usaha atau persyaratan legalitas lainnya termasuk Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP).

Adapun Karakteristik Usaha Mikro menurut Tambunan (2012), antara lain sebagai

berikut:

1. Jenis barang/ komoditi usahanya tidak selalu tetap, sewaktu-waktu dapat berganti.
2. Tempat usahanya tidak selalu menetap, sewaktu-waktu dapat berpindah tempat.
3. Belum melakukan administrasi keuangan yang sederhana sekalipun, dan tidak memisahkan keuangan keluarga dengan keuangan usaha.
4. Sumber daya manusianya (pengusaha) hanya belum memiliki jiwa wirausaha yang memadai.
5. Tingkat pendidikan rata-rata relative sangat rendah.
6. Umumnya belum akses kepada perbankan, namun sebagian sudah akses ke lembaga keuangan nonbank.
7. Umumnya tidak memiliki izin usaha atau persyaratan legalitas lainnya termasuk NPWP. Adapun karakteristik usaha kecil menurut Anoraga (2010)

antara lain sebagai berikut:

1. Sistem pembukuan yang relatif administrasi pembukuan sederhana dan cenderung tidak mengikuti kaidah administrasi pembukuan standar. Kadangkala pembukuan tidak di *up to date* sehingga sulit untuk menilai kerja usahanya.
2. Margin usaha yang cenderung tipis mengingat persaingan yang sangat tinggi.
3. Modal terbatas
4. Pengalaman manajerial dalam mengelola perusahaan masih sangat terbatas.
5. Skala ekonomi yang terlalu kecil sehingga sulit mengharapkan untuk mampu menekan biaya mencapai titik efisiensi jangka panjang.
6. Kemampuan pemasaran dan negosiasi serta diversifikasi pasar sangat terbatas.
7. Kemampuan untuk sumber dana dari pasar modal terendah, mengingat keterbatasan dalam sistem administrasinya. Untuk mendapatkan dana dipasar modal, sebuah perusahaan harus mengikuti sistem administrasi standar dan harus transparan.

Karakteristik yang dimiliki oleh usaha mikro menyiratkan adanya kelemahan yang sifatnya potensial terhadap timbulnya masalah. Hal ini menyebabkan berbagai masalah internal terutama yang berkaitan dengan pendanaan yang tampaknya sulit untuk mendapatkan solusi yang jelas.

2.3.2 Perkembangan UMKM

Menurut Sanusi (2004) mendefinisikan perkembangan merupakan perubahan spontan dan terputus-putus di dalam keadaan stasioner yang selalu mengubah serta mengganti situasi keseimbangan yang ada sebelumnya. Menurut Musa (2009) perkembangan membutuhkan serta melibatkan semacam pengarah, pengaturan dan pedoman dalam rangka menciptakan kekuatan-kekuatan bagi perluasan dan pemeliharaan.

Perkembangan Usaha menurut Putri (2014) merupakan sekumpulan aktivitas yang dilakukan untuk menciptakan sesuatu dengan cara mengembangkan dan mentransformasi berbagai sumber daya menjadi barang/jasa yang diinginkan konsumen. Pengembangan merupakan proses persiapan analisis tentang peluang pertumbuhan potensial dengan memanfaatkan keahlian, teknologi, kekayaan intelektual dan arahan pihak luar untuk meningkatkan kualitas sebagai upaya yang bertujuan memperluas usaha. Sedangkan menurut Anoraga (2007) pengembangan usaha ini pada dasarnya adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi, dan kreativitas.

Dapat disimpulkan bahwa Perkembangan UMKM adalah suatu proses dan tindakan untuk memajukan kondisi UMKM menjadi lebih baik lagi, yang pada dasarnya dilakukan dengan tujuan untuk mengalami pertumbuhan dari yang semula kecil

hingga menjadi besar. Perkembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan suatu komponen yang penting untuk memajukan perekonomian pada negara. Menurut jurnal pengkajian koperasi dan UMKM Nomor 1 (2006) (dalam Putri 2014) untuk mencapai suatu keberhasilan usaha diperlukan adanya upaya pengembangan oleh pelaku usaha itu sendiri baik dari dalam maupun dari luar.

Upaya tersebut dapat dijadikan suatu pengembangan dengan cara mengatasi faktor internal dan eksternal pengembangan usaha yaitu: modal, tenaga kerja, pemasaran, inovasi, manajemen usaha, ketersediaan bahan baku, kondisi ekonomi, keamanan, kondisi sosial dan ekonomi serta fasilitas ekonomi. Kelemahan yang dihadapi oleh para pengusaha UMKM dalam meningkatkan kemampuan usaha sangat kompleks dan meliputi berbagai faktor yang mana salah satu dengan yang lainnya saling berkaitan antara lain; kurangnya permodalan baik jumlah maupun sumbernya, kurangnya kemampuan manajerial dan keterampilan beroperasi dalam mengorganisir dan terbatasnya pemasaran. Di samping itu terdapat juga persaingan yang kurang sehat dan desakan ekonomi sehingga mengakibatkan ruang lingkup usaha menjadi sempit dan terbatas (Suci, 2017).

Berdasarkan beberapa pendapat para penelitian terdahulu diketahui ada banyak faktor atau variabel yang bisa mempengaruhi perkembangan usaha. Akan tetapi ada beberapa

faktor yang dianggap cukup signifikan dalam mempengaruhi tingkat perkembangan usaha, faktor- faktor tersebut antara lain yaitu modal usaha, strategi pemasaran, serta karakteristik wirausaha.

Menurut pasal 14 UU Nomor 9/ 1995 tentang usaha kecil dirumuskan bahwa “Pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat melakukan pembinaan dan pengembangan usaha kecil dalam bidang: a. produksi dan pengolahan; b. pemasaran; c. sumber daya manusia; dan d. teknologi”. Disebutkan lebih lanjut dalam pasal 15 dan 16 UU tentang Usaha Kecil, bahwa “Pemerintah, dunia usaha dan masyarakat melakukan pembinaan dan pengembangan dalam bidang produksi dan pengolahan dengan cara (a) meningkatkan kemampuan manajemen serta teknik produksi dan pengolahan, (b) meningkatkan kemampuan rancang bangun dan perekayasaan dan (c) memberikan kemudahan dalam pengadaan sarana dan prasarana produksi dan pengolahan, bahan baku, bahan penolong, dan kemasan.

Berdasarkan sudut manajemen, pembinaan dan pengembangan bidang produksi dan pemasaran diakui sebagai langkah strategis dalam usaha meningkatkan kinerja usaha kecil. Dua unsur tersebut dilengkapi dengan pengembangan sumber daya manusia sebagai pelaksana dua unsur di atas.

Menurut pasal 17 UU Nomor 9/1995 tentang usaha kecil telah dirumuskan langkah- langkah tentang pembinaan dan pengembangan di bidang sumber daya manusia sebagai berikut:

1. Memasyarakatkan dan membudidayakan kewirausaha
2. Meningkatkan keterampilan teknis dan manajerial
3. Membentuk dan mengembangkan lembaga pendidikan, pelatihan dan konsultan Usaha Kecil
4. Menyediakan tenaga penyuluhan dan konsultasi usaha kecil.

Menurut Budiarto (2015) Upaya lain yang dapat dilakukan untuk mengembangkan usaha kecil adalah sebagai berikut:

1. Pendekatan makro untuk dapat menciptakan iklim usaha yang kondusif bagi tumbuh dan berkembangnya usaha kecil.
2. Menghilangkan monopoli terutama pada industri hulu serta menghilangkan kolusi yang mendorong munculnya monopoli yang menyebabkan usaha kecil sulit berkembang.
3. Mengembangkan kemitraan antara usaha kecil dengan usaha besar dan didasarkan saling menguntungkan ke dua belah pihak.
4. Usaha kecil juga perlu meningkatkan efisiensi usaha.
5. Perlu dibentuk dan diperkuatnya asosiasi untuk sektor usaha kecil untuk memperkuat usaha kecil dalam posisi tawar menawarnya dan posisi persaingannya.

Menurut Budiarto (2015) indikator yang dapat dijadikan tolak ukur perkembangan usaha ialah sebagai berikut:

1. Peningkatan volume produksi

2. Mampu melakukan diversifikasi produk
3. Mampu mengurangi produk gagal
4. Menerapkan pencatatan keuangan dan aliran barang
5. Mampu melakukan control kualitas
6. Mampu melakukan aktivitas peningkatan kompetensi tenaga kerja
7. Melakukan peningkatan efisiensi konsumsi bahan bakar
8. Melakukan pengelolaan limbah sampah
9. Mengalami peningkatan asset, omzet, dan tenaga kerja

Menurut penelitian Putri, (2014) indikator Pengembangan Usaha antara lain sebagai berikut motif merubah keadaan, peluang untuk berkembang dan tingkat kebutuhan pembinaan pihak luar. Menurut Soleh (2008) tingkat pertumbuhan usaha diukur dengan melihat bertambahnya pendapatan, bertambahnya tenaga kerja, dan bertambahnya jumlah konsumen yang menggunakan produknya. Sedangkan menurut Hadjimanolis (2000) juga menyebutkan beberapa indikator untuk melihat dan mengukur tingkat pertumbuhan suatu usaha terutama usaha kecil, yaitu bertambahnya karyawan, keuntungan dan pengembalian aset (*return on assets*).

Indikator ini diadopsi dari pendapat Inggarwati dan Kaudin (2010) yang menyatakan bahwa untuk mengukur tingkat pertumbuhan usaha ialah dengan melihat peningkatan pendapatan, bertambahnya karyawan dan indikator keuangan (meningkatnya laba, meningkatnya nilai aset, *return on assets*, dan *return on investment*). Dari beberapa penjelasan diatas,

maka disimpulkan bahwa indikator dari tingkat pertumbuhan usaha yang digunakan pada penelitian ini ialah bertambahnya pendapatan.

2.4 Pandemi Covid-19 dan Dampaknya Terhadap Perekonomian

Tahun 2020 merupakan tahun yang penuh tantangan. Berbagai macam rintangan harus dilalui oleh bangsa Indonesia bahkan oleh seluruh dunia. Rintangan yang cukup berat dan dalam jangka waktu cukup lama yang harus dilalui seluruh umat manusia yaitu pandemi Covid-19. Informasi pertama dari munculnya pandemi ini yaitu dari negara China. Menurut pemerintah China, awal mula virus yang menyebabkan penyakit Covid-19 ini berasal dari pasar basah yang menjual berbagai macam hewan yang biasa dikonsumsi oleh orang China seperti tikus, kelelawar (Handayani, 2020: 120).

Informasi selanjutnya yaitu banyaknya kasus penularan yang terjadi, baik melalui kontak fisik antar orang maupun dengan benda mati. Penularan tersebut semakin merata antar negara disebabkan oleh beberapa orang yang pulang setelah berwisata dari China dan kembali pulang ke negaranya kemudian menularkan virus tersebut ke orang-orang di negaranya (Susilo, dkk. 2020: 45).

Jadi, dapat diketahui bahwa awal mula virus corona yaitu berasal dari China, yang diidentifikasi penyebab utamanya yaitu dari hewan. Kemudian virus tersebut menyebar antar

manusia, dan hampir seluruh negara di dunia terkontaminasi, termasuk Indonesia. 13 Covid-19 atau Corona Virus Disease-19 merupakan penyakit jenis baru yang muncul pertama kali di China. Covid-19 (Corona virus disease 19) adalah nama penyakit yang disebabkan oleh virus yang bernama virus corona (Yuliana, 2020: 187).

Virus corona merupakan virus jenis baru. Virus corona menyerang seluruh manusia tanpa melihat umur. Dari bayi, balita, anak-anak, remaja, orang dewasa, bahkan lansia dapat terserang virus corona. Gejala-gejala yang ditimbulkan setelah terserang virus corona bermacam-macam, diantaranya yaitu batuk, pilek, flu, demam, sesak nafas, bahkan kematian, sedangkan beberapa orang yang terpapar tidak menunjukkan gejala (WHO, 2020: 1). Orang dewasa dan lansia merupakan kelompok yang paling rentan terserang virus corona (Handayani, dkk. 2020: 121).

Dari pendapat para ahli tersebut, dapat diketahui bahwa virus corona dapat menyerang seluruh manusia tanpa melihat batasan umur, dan gejala yang ditimbulkan juga beraneka ragam bahkan ada yang tidak menunjukkan gejala apapun. Apabila orang yang sudah terkontaminasi oleh virus ini dan tidak ditangani dengan baik maka akan menyebabkan kematian. Akibat dari adanya virus corona, terdapat kebijakan yang dibuat untuk masyarakat dengan tujuan memutus rantai penyebaran virus corona.

Menurut Burhan (2020: 3), kebijakan tersebut yaitu cara menjaga jarak satu meter antar individu; menggunakan masker saat keluar rumah; cuci tangan menggunakan sabun; ketika bersin dan batuk segera menutup mulut menggunakan siku tangan atau tisu dan membuang tisu ke tempat tertutup kemudian segera mencuci tangan; menghindari menyentuh mulut; mata dan hidung sebelum cuci tangan; makan makanan yang sudah diolah dengan baik dan benar-benar matang; dan melaksanakan pola hidup sehat yang baik. Kebijakan tersebut dibuat untuk mencegah penularan Covid-19.

Pada tahun 2020 ini, covid-19 menjadi perhatian yang sangat besar bagi bangsa Indonesia. Banyak kerugian yang ditimbulkan dari pandemi ini yang berdampak pada perekonomian Indonesia. Setelah mengalami peningkatan kasus yang melesat dengan kurun waktu sangat cepat, pemerintah membuat kebijakan dalam mengatasi pandemi covid-19, dengan berlakunya PSBB yang tercantum dalam Peraturan Pemerintah No 21 Tahun 2020. Dengan adanya PSBB tersebut semua kegiatan yang biasa dilakukan terpaksa terhenti. Seluruh kegiatan dibidang industri maupun perkantoran untuk sementara waktu terpaksa berhenti untuk beroperasi. Selain itu, sektor pendidikan, layanan public, seluruh tempat beribadah, pusat perbelanjaan, rumah makan maupun tempat pariwisata juga mengalami hal yang sama. Social atau physical distancing ini membawa pengaruh pada

penurunan aktivitas ekonomi secara keseluruhan (Iskandar, 2020).

Dampak pada sektor ekonomi pada masa pandemi covid-19 di Indonesia, antara lain:

1. Terjadinya PHK besar-besaran.
2. Terjadinya penurunan PMI *Manufacturing* Indonesia mencapai 45,3% pada Maret 2020.
3. Terjadinya penurunan impor sebesar 3,7% pada triwulan I.
4. Terjadinya inflasi yang telah mencapai pada angka 2,96% year-on-year (yoy) yang telah disumbangkan dari harga emas dan komoditas pangan pada maret 2020.
5. Terjadinya keterbatalan penerbangan yang mengakibatkan penurunan pendapatan di sector tersebut. Kerugian yang dirasakan mencapai Rp. 207 miliar. Batalnya penerbangan tersebut sebanyak 12.703 pada 15 bandara pada bulan januari-maret 2020.
6. Pada 6 ribu hotel telah terjadi penurunan penempatan (okupansi) hingga mencapai 50%. Hal tersebut bisa mengakibatkan kehilangan devisa pariwisata (Hanoatubun, 2020).

Bentuk nyata yang dapat dilihat dari dampak Covid terhadap ekonomi yang dapat terlihat saat ini adalah

kejadian PHK. Banyak karyawan yang dirumahkan dan berbagai perusahaan bahkan terancam bangkrut. Jika pandemi ini berlangsung lama, kemungkinan besar jumlah tersebut akan terus bertambah. Akibat hal tersebut, banyak aspek-aspek lain yang terkena, antara lain pekerja harian lepas, pelaku UMKM, usaha restoran dan usaha lain yang melibatkan orang banyak. Dampak ini secara otomatis akan mempengaruhi penurunan daya beli masyarakat yang mana perputaran uang akan menjadi sangat minim di tengah masyarakat serta pada saat yang sama juga produksi barang akan terbatas dan menyebabkan defisit perdagangan (Kurniawansyah, 2020).

2.5 Dampak Covid-19 Terhadap Pengambilan Akad Pembiayaan Musyarakah

Musyarakah merupakan akad yang digunakan untuk kerjasama antara pihak bank syariah dan nasabah yang ingin melakukan usaha bersama, dimana masing-masing saling menyetorkan modal dengan pembagian keuntungan sesuai kesepakatan dan pembagian risiko sesuai setoran modal. Pembiayaan musyarakah memiliki pengaruh dalam kemampuan bank Syariah untuk mendapatkan laba (Susilo & Anam, 2018), sehingga ketika terjadi pembiayaan bermasalah maka akan menyebabkan tingkat profitabilitas menurun (Alfie & Khanifah, 2018). Pembiayaan bermasalah dari musyarakah juga menjadi salah satu moderasi pada tingkat profitabilitas sehingga dapat

melemahkan perolehan laba (Afkar, 2020).

Pembiayaan musyarakah apabila dilihat dari sudut pandang teori percampuran (Karim, 2010) ketika terjadi percampuran aset modal bersama maka yang terjadi risiko dan pembagian hasil ditanggung bersama. Hal ini dapat diasumsikan bahwa pihak-pihak yang terlibat dalam akad musyarakah akan menerima pembagian hasil sesuai dengan porsinya, namun ketika terjadi permasalahan pembiayaan maka masing-masing juga akan menanggung risiko tersebut. Situasi pandemi Covid 19 ini menunjukkan terjadinya resesi ekonomi yang tentunya tingkat pendapatan menurun, tentunya pembiayaan bermasalah dengan akad musyarakah mengalami perubahan tiap periodenya. Namun tetap perlu diperhatikan bahwa bank syariah tetap melakukan optimalisasi pembiayaan mudharabah dan musyarakah dalam meningkatkan laba (Nurrachmi & Zuraidah, 2019).

Musyarakah menjadi salah satu jenis akad bagi hasil yang memberikan peluang kepada pihak-pihak yang terlibat akad ini untuk saling kerjasama dalam permodalan usaha (Nurhayati & Wasilah, 2015), dalam hal ini bank syariah dan nasabah menjadi partner dalam mengelola suatu usaha. Sesuai dengan teori percampuran (Karim, 2010) yang menjelaskan bahwa dalam jenis akad bagi hasil terdapat percampuran aset masing-masing pihak yang terlibat dalam akad. Skema yang terjadi dalam akad musyarakah ini adalah masing-masing pihak

akan mendapatkan keuntungan sesuai kesepakatan, sedangkan jika usaha yang dikelola mengalami kerugian maka ditanggung bersama sesuai porsi modal yang telah disetorkan pada awal akad.

Pembiayaan bermasalah yang menggunakan akad musyarakah selama pandemi Covid 19 mengalami kenaikan signifikan apabila dibandingkan sebelum pandemi, artinya selama pandemi memberikan pengaruh pada kemampuan nasabah dalam membayar kembali kewajibannya kepada bank syariah. Hal ini menunjukkan bahwa bank umum syariah di Indonesia yang menyalurkan dana melalui pembiayaan musyarakah akan mengalami penurunan tingkat profitabilitasnya dikarenakan terjadi peningkatan pembiayaan bermasalah dari akad musyarakah. Mungkin hal ini karena setiap negara di dunia masih berusaha memulihkan ekonomi (Arianto, 2021), sehingga peluang-peluang usaha selama pandemi terbatas karena lesunya perekonomian nasional (Rohmah, 2020), terutama pada sektor UMKM yang kesulitan mengembangkan usahanya sehingga mengalami kerugian (Hadiwardoyo, 2020).

Kerugian yang dialami nasabah tentunya akan berdampak pada tingkat pengembalian pinjamannya pada bank syariah sehingga dapat mengakibatkan menurunnya keuntungan yang diperoleh, hal ini memperkuat bahwa pembiayaan bermasalah berpengaruh terhadap tingkat profitabilitas bank syariah (Almunawwaroh & Marlina, 2018) dan tentunya pada

pertumbuhan labanya (Suryani & Ika, 2019). Meskipun demikian, pembiayaan bermasalah dari akad musyarakah menjadi salah satu jenis pembiayaan yang tetap diminati nasabah dalam rangka menjalankan usaha yang dikelola dengan model kerjasama dengan catatan pihak bank syariah tetap harus memperhatikan pengelolaan pembiayaan bermasalah pada akad musyarakah tersebut.

2.6 Penelitian Terkait

Penelitian yang akan dilakukan adalah kajian terbaru dan tidak diambil dari kajian sebelumnya, karena dari beberapa kajian yang penulis jumpai belum ada kajian terkait “Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Musyarakah PT. Bank Aceh Kepada Pelaku Usaha UMKM Kota Banda Aceh di Masa Pandemi”. Terdapat beberapa kajian terdahulu yang relevan dengan apa yang akan penulis kaji. Untuk hasil lebih jelas, hasil penelitian terkait dengan penelitian ini dapat dilihat pada tabel 2.1 di bawah ini:

Tabel 2.1 Penelitian Terkait

No	Nama, Tahun dan Judul	Metodologi Penelitian	Hasil Penelitian
1	Ramadhanty (2021) Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Dalam Upaya Peningkatan Kapasitas UMKM Pada Bprs Ummu di Bangil Pasuruan	Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif	Keberadaan BPRS UMMU di Bangil Pasuruan sangat bermanfaat bagi masyarakat khususnya yang mempunyai usaha mikro kecil menengah karena dengan adanya pembiayaan dapat membantu dari segi permodalan, meningkatkan kemampuan berdagang dan membantu menopang perekonomian di Bangil Pasuruan.
2	Afkar dan Purwanto (2021) Uji Beda Pembiayaan Bermasalah pada Pembiayaan Mudharabah dan Musyarakah Bank Umum Syariah di	Pendekatan kuantitatif	Pembiayaan bermasalah yang menggunakan akad musyarakah sebelum dan selama pandemi juga terjadi perbedaan signifikan namun cenderung mengalami kenaikan, artinya

No	Nama, Tahun dan Judul	Metodologi Penelitian	Hasil Penelitian
	Indonesia Selama Pandemi Covid 19		situasi pandemi saat ini memberikan dampak tidak baik pada perolehan profitabilitas dari jenis pembiayaan musyarakah. Akad musyarakah dapat dikatakan sebagai jenis akad kerjasama usaha, dimana pihak bank syariah dan nasabah sepakat Kerjasama usaha dengan cara masing-masing menyetorkan modal, untuk risiko kerugian ditanggung sesuai porsi modal sedangkan untuk pembagian keuntungan dibagi berdasarkan kesepakatan dalam akad.
3	Cakhyaneu (2018) Analisis Pengembangan Produk Musyarakah Mutanaqishah	Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif analisis dengan pola deduktif	Prioritas masalah dalam hal terkendalanya pengembangan produk MMq Home Financing dalam bingkai

No	Nama, Tahun dan Judul	Metodologi Penelitian	Hasil Penelitian
	Home Financing Di Perbankan Syariah Indonesia		<p>Metode ANP menurut Pakar, Praktisi dan Regulator adalah masalah Isu Legal/Struktural sedangkan solusi dan strategi dalam pengembangan Produk MMq Home Financing adalah masalah Sumber Daya Manusia (SDM) yaitu melalui Penyediaan SDM profesional yang ahli dibidang Home Financing dengan cara meningkatkan kualitas SDM melalui pelatihan intensif/training serta membuat dan melengkapi standar akuntansi khusus terkait produk MMq khususnya untuk Home Financing.</p>
4	Mailina (2017) Analisis Pengembangan Produk	Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif analisis dengan	Pengembangan produk pembiayaan masyarakat pada usaha, mikro dan kecil (Study BNI

No	Nama, Tahun dan Judul	Metodologi Penelitian	Hasil Penelitian
	Pembiayaan Musyarakah Pada Usaha Mikro dan Kecil (Study BNI Syariah Kantor Cabang Tanjungkarang Bandar Lampung)	pola deduktif	Syariah) adalah cukup berkembang dan berhasil dilihat dari banyaknya nasabah yang menggunakan akad musyarakah dengan persentase sebesar 50% untuk pembiayaan musyarakah per maret 2017. Contoh usaha yang dibiayai oleh BNI Syariah yaitu antara lain : usaha tambak udang, usaha bahan bangunan, pedagang eceran seperti pupuk dan bawang. Dengan proses yang mudah akad musyarakah berhasil menjadi akad yang paling didominasi digunakan oleh para nasabah.
5	Arifah (2017) Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Musyarakah Pada Usaha Mikro dan	Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif analisis dengan pola deduktif	Kembaran Banyumas dengan cara menekankan lagi ciri yang menonjol dari produk pembiayaan di banding dengan bank lain, pelayanan prima dan

No	Nama, Tahun dan Judul	Metodologi Penelitian	Hasil Penelitian
	Kecil (Studi Kasus: BPRS Khasanah Ummat Kembaran Banyumas)		mengoptimalkan fungsi produk dengan mengapresiasi para usahawan untuk meningkatkan penghasilannya.

Sumber: Data diolah (2022)

2.7 Kerangka Berpikir

Kerangka pemikiran adalah suatu diagram yang menjelaskan secara garis besar alur logika berjalannya sebuah penelitian. Kerangka pemikiran dibuat berdasarkan pertanyaan penelitian, dan merepresentasikan suatu himpunan dari beberapa konsep serta hubungan diantara konsep-konsep tersebut (Polancik, 2009). Pengembangan produk perbankan merupakan usaha meningkatkan nasabah dengan cara memperkenalkan produk-produk baru perbankan. Tingginya angka pemanfaatan produk pembiayaan musyarakah membuat bank harus mampu untuk terus mengembangkan produk musyarakah tersebut. Hal ini dapat dilakukan dengan strategi pengembangan produk, karena strategi pengembangan produk adalah salah satu aspek dari strategi pemasaran.

Pengembangan produk pembiayaan musyarakah pada masa covid-19 tidak terlepas dari meningkatnya usaha mikro dan kecil cukup berkembang dapat dilihat dari banyaknya nasabah yang juga menggunakan akad musyarakah dalam

mengembangkan modalnya. Adapun kerangka pemikiran atau alur berpikir dalam penelitian ini dapat divisualisasikan sebagai berikut.

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan gambar 2.1 di atas, maka dapat dijelaskan bahwa Pengembangan produk pemberdayaan musyarakah tentu mengalami kendala baik dari SDM, pelaku UMKM, manajemen dan kegiatan sosialisasi produk kepada pelaku UMKM. Upaya pengembangan produk pembiayaan musyarakah ini tentu membutuhkan strategi pengembangan tersendiri yang dalam penelitian ini strategi tersebut dikaji berdasarkan empat aspek yaitu karakteristik produk, klasifikasi produk, *Product Life Cycle* dan marketing mix.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*). Arikunto (2015) mengemukakan penelitian lapangan adalah suatu penelitian yang dilakukan secara sistematis dengan mengangkat data yang ada dilapangan. Penelitian ini bersifat penelitian lapangan dikarenakan data yang dikumpulkan berupa data yang diperoleh langsung dari hasil wawancara dan dokumen dari pihak PT. Bank Aceh serta keterangan-keterangan dari pihak pelaku UMKM di Kota Banda Aceh.

Penelitian ini berbentuk penelitian deskriptif. Menurut Brata (2012) penelitian deskriptif adalah suatu penelitian yang bermaksud untuk menggambarkan situasi-situasi yang terjadi di masyarakat. Jenis penelitian deskriptif ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas tentang bagaimana keadaan objek yang diteliti berdasarkan fakta-fakta yang terlihat bagaimana adanya. Sedangkan menurut Arikunto (2013), deskriptif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk menyelidiki keadaan, kondisi atau hal lain-lainnya yang hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian.

Penelitian ini menggunakan jenis deskriptif dikarenakan hasil penelitian ini diperoleh berupa deskriptif kata-kata berupa hasil wawancara dan dokumentasi terkait strategi pengembangan produk musyarakah pada Bank Aceh syariah. Dalam penelitian

ini penulis memusatkan pada suatu objek yang membahas secara khusus dan menggambarkan lebih *detail* tentang strategi pengembangan produk pembiayaan musyarakah PT. Bank Aceh kepada pelaku usaha UMKM Kota Banda Aceh di masa pandemi Covid-19, serta kendala strategi pengembangan produk pembiayaan musyarakah PT. Bank Aceh kepada pelaku usaha UMKM Kota Banda Aceh di masa pandemi Covid-19.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode kualitatif. Menurut Denzin dan Lincoln (2009) pendekatan kualitatif ialah pendekatan yang menyiratkan penekanan pada proses dan makna yang tidak dikaji secara ketat atau belum diukur dari sisi kuantitas, jumlah, intensitas, atau frekuensinya. Menurut Creswell (2010), pendekatan kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia.

Penulis menerapkan pendekatan kualitatif ini karena pendekatan kualitatif menekankan sifat realitas yang terbangun secara sosial, hubungan erat antara peneliti dan subjek yang diteliti yakni terkait strategi pengembangan produk pembiayaan musyarakah PT. Bank Aceh kepada pelaku usaha UMKM Kota Banda Aceh di masa pandemi Covid-19, serta kendala strategi pengembangan produk pembiayaan musyarakah PT. Bank Aceh kepada pelaku usaha UMKM Kota Banda Aceh di masa pandemi Covid-19.

3.2 Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini penulis mengambil lokasi penelitian di Kantor Pusat Operasional Bank Aceh Banda Aceh, karena Bank Aceh Syariah telah memberikan jasa pembiayaan musyarakah kepada pihak pelaku UMKM.

Alasan peneliti melakukan penelitian di Bank Aceh pada observasi awal yang dilakukan oleh peneliti, peneliti mengamati bahwa Bank Aceh masih memiliki beberapa kendala terhadap produk pembiayaan musyarakah kepada pelaku usaha UMKM kota Banda Aceh dimasa pandemi Covid-19. Oleh sebab itu peneliti berharap dapat mencapai dan memperoleh strategi pengembangan produk pembiayaan musyarakah PT. Bank Aceh

3.3 Subjek dan Objek Penelitian

Objek penelitian ialah sasaran dari penelitian, sasaran penelitian tersebut tidak tergantung pada judul dan topik penelitian tetapi secara konkret tergambar dalam rumusan masalah penelitian. Adapun yang menjadi objek penelitian dalam penelitian ini adalah strategi pengembangan produk pembiayaan musyarakah PT. Bank Aceh kepada pelaku usaha UMKM masa pandemi Covid-19, serta kendala strategi pengembangan produk pembiayaan musyarakah PT. Bank Aceh kepada pelaku usaha UMKM Kota Banda Aceh di masa pandemi Covid-19.

Subjek penelitian adalah pihak yang menjadi sampel atau subjek yang dituju oleh peneliti untuk diteliti. Subjek penelitian dipilih secara sengaja dan menjadi informan yang akan memberi

informasi yang diperlukan selama penelitian (Sugiyono, 2012). Dalam penelitian kualitatif, subjek penelitian dikenal dengan informan. Informan adalah tempat memperolehnya informasi yang dikumpulkan sebagai upaya untuk menjawab pertanyaan penelitian yang diajukan (Idrus, 2009). Informan dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu sampel yang ditetapkan secara sengaja oleh peneliti (Faisal, 2007). Pemilihan subjek dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel secara sengaja. Maksudnya, peneliti menentukan sendiri sampel yang diambil tidak secara acak, tapi ditentukan sendiri oleh peneliti. Adapun informan dalam penelitian ini terdiri dari pihak Bank Aceh Syariah dan pelaku UMKM.

3.4 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini ialah data primer yaitu data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama pada objek penelitian (Bugin, 2011:78). Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli. Data primer dapat berubah opini subjek (orang) secara individu atau kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian atau kegiatan dan hasil pengujian (Sangadji & Sopiah, 2010: 44). Data primer dikumpulkan melalui wawancara informan yakni manajer Bank Aceh, karyawan mengelola pembiayaan musyarakah pada pihak Bank Aceh dan palaku UMKM.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan cara atau metode yang digunakan untuk mendapatkan data yang sedang atau yang akan diteliti. Adapun teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan untuk mendapatkan data yang objektif dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.5.1 Wawancara

Mendapatkan kelengkapan informasi yang sesuai dengan fokus penelitian, maka peneliti menggunakan teknik wawancara. Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan yang terwawancara yang memberi jawaban atas pertanyaan (Moleong, 2010:186). Wawancara merupakan suatu percakapan yang di arahkan pada suatu masalah tertentu. Ini merupakan proses tanya-jawab lisan, dimana dua orang atau lebih saling berhadapan secara fisik. Komunikasi yang dilakukan secara langsung berguna untuk mendapatkan keterangan atau data yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti (Sarwono, 2010:34).

Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas, peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan. Wawancara tidak terstruktur atau terbuka, sering digunakan

dalam penelitian pendahuluan atau bahkan untuk penelitian yang lebih mendalam tentang responden. Pada penelitian pendahuluan, peneliti berusaha mendapatkan informasi awal tentang berbagai isu atau permasalahan yang ada pada objek, sehingga peneliti dapat menentukan secara pasti permasalahan atau variabel apa yang harus diteliti. Untuk mendapatkan gambaran permasalahan yang lebih lengkap, maka peneliti perlu melakukan wawancara kepada pihak-pihak yang mewakili berbagai tingkatan yang ada pada objek, sehingga informasi yang lebih mendalam tentang responden, peneliti dapat menggunakan wawancara tidak terstruktur (Ardial, 2014:249).

Sedangkan wawancara yang digunakan adalah wawancara mendalam (semi terstruktur). Wawancara mendalam seperti halnya dengan percakapan informal. Metode ini bertujuan untuk memperoleh bentuk-bentuk tertentu informasi dari semua responden. Wawancara mendalam bersifat luwes, susunan pertanyaannya dan susunan kata-kata dalam setiap pertanyaan dapat diubah pada saat wawancara, disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi saat wawancara. Responden dalam penelitian ini adalah 4 orang pihak Bank Aceh Syariah dan 5 orang pelaku UMKM.

Tabel 3.1 Informan Penelitian

Kode Informan	Informan	Jumlah	Kisi Pertanyaan
01	Manejer Bank Aceh Syariah	1	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apa saja karakteristik produk yang ditentukan pihak PT. Bank Aceh dalam pengembangan produk pembiayaan musyarakah kepada pelaku usaha UMKM Kota Banda Aceh di masa pandemi Covid-19? 2. Apa saja klasifikasi produk pembiayaan musyarakah yang dikembangkan pihak PT. Bank Aceh kepada pelaku usaha UMKM Kota Banda Aceh di masa pandemi Covid-19? 3. Apa saja product life cycle pembiayaan musyarakah dikembangkan pihak bank aceh kepada pelaku usaha UMKM kota banda aceh dimasa pandemi covid-19? 4. Bagaimana pihak PT. Bank Aceh dalam mensosialisasikan produk pembiayaan musyarakah kepada pelaku usaha UMKM Kota Banda Aceh di masa pandemi Covid-19? 5. Bagaimana promosi produk pembiayaan musyarakah yang dilakukan pihak PT. Bank Aceh kepada pelaku usaha UMKM Kota Banda Aceh di masa pandemi Covid-19? 6. Bagaimana penentuan untuk rugi produk pembiayaan musyarakah antara pihak PT. Bank Aceh dengan pelaku usaha UMKM Kota Banda Aceh di masa pandemi

			<p>Covid-19?</p> <p>7. Bagaimana pihak PT. Bank Aceh mendistribusikan pembiayaan musyarakah kepada pelaku usaha UMKM Kota Banda Aceh di masa pandemi Covid-19?</p> <p>8. Bagaimana bentuk kerja sama bank dengan pelaku UMKM dalam pengembangan produk pembiayaan musyarakah di masa pandemi Covid-19?</p> <p>9. Bagaimana dampak pengembangan produk pembiayaan musyarakah kepada pelaku usaha UMKM Kota Banda Aceh di masa pandemi Covid-19?</p> <p>10. Apa saja kendala strategi pengembangan produk pembiayaan musyarakah PT. Bank Aceh kepada pelaku usaha UMKM Kota Banda Aceh di masa pandemi Covid-19?</p>
02	Karyawan OJK	1	<p>11. Bagaimana keterlibatan pihak OJK dalam pengembangan produk pembiayaan musyarakah PT. Bank Aceh kepada pelaku usaha UMKM di masa pandemic Covid-19?</p> <p>12. Bagaimana pengawasan yang dilakukan pihak OJK terhadap pengembangan produk pembiayaan musyarakah oleh PT. Bank Aceh kepada pelaku usaha UMKM di masa pandemi Covid-19?</p> <p>13. Apa saja yang diawasi oleh pihak OJK terhadap pelaku UMKM yang menjalankan usahanya melalui produk musyarakah dari pihak Bank</p>

			<p>Aceh?</p> <p>14. Menurut pihak OJK apa kendala pihak Bank Aceh dalam pengembangan produk pembiayaan musyarakah oleh PT. Bank Aceh kepada pelaku usaha UMKM di masa pandemi Covid-19?</p> <p>15. Bagaimana dampak pengembangan produk pembiayaan musyarakah oleh PT. Bank Aceh terhadap usaha UMKM di masa pandemi Covid-19?</p> <p>16. Apa yang harus dibenahi oleh pihak bank dalam pengembangan produk pembiayaan musyarakah kepada pelaku usaha UMKM kedepannya?</p>
03	Pelaku UMKM yang mengambil produk pembiayaan Musyarakah	2	<p>17. Apakah bapak/ibu pernah memanfaatkan pembiayaan musyarakah PT. Bank Aceh dalam menjalankan usaha UMKM Kota Banda Aceh di masa pandemi Covid-19?</p> <p>18. Apa tujuan bapak/ibu memanfaatkan pembiayaan musyarakah PT. Bank Aceh?</p> <p>19. Berapa lama sudah bapak/ibu memanfaatkan pembiayaan musyarakah PT. Bank Aceh dalam mengembangkan UMKM?</p> <p>20. Berapa lama sudah bapak/ibu memanfaatkan pembiayaan musyarakah PT. Bank Aceh dalam mengembangkan UMKM?</p> <p>21. Bagaimana pihak bank memberikan sosialisasi kepada bapak/ibu dalam pemanfaatan produk pembiayaan musyarakah untuk mengembangkan usaha</p>

		UMKM?
		22. Kapan usaha bapak berdiri ?
Total	4	22

Sumber: Data diolah (2022)

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif dilakukan apabila data empiris yang diperoleh adalah data kualitatif berupa kumpulan berwujud kata-kata dan bukan rangkaian angka serta tidak dapat disusun dalam kategori-kategori/struktur klasifikasi. Data bisa saja dikumpulkan dalam aneka macam cara (observasi, wawancara, intisari dokumen, pita rekaman) dan biasanya diproses terlebih dahulu sebelum siap digunakan (melalui pencatatan, pengetikan, penyuntingan, atau alih-tulis), tetapi analisis kualitatif tetap menggunakan kata-kata yang biasanya disusun ke dalam teks yang diperluas, dan tidak menggunakan perhitungan matematis atau statistika sebagai alat bantu analisis.

Menurut Miles dan Huberman sebagaimana dikutip oleh Salalahi (2016) kegiatan analisis terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan, yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Terjadi secara bersamaan berarti reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan/verifikasi sebagai sesuatu yang saling jalin menjalin merupakan proses siklus dan interaksi pada saat sebelum, selama, dan sesudah pengumpulan data dalam bentuk sejajar yang membangun wawasan umum yang disebut “analisis”.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian

kualitatif mencakup transkrip hasil wawancara, reduksi data, analisis, interpretasi data dan triangulasi. Dari hasil analisis data yang kemudian dapat ditarik kesimpulan. berikut ini adalah teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti:

3.6.1 Reduksi Data

Reduksi data bukanlah suatu hal yang terpisah dari analisis. Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstraksian, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Kegiatan reduksi data berlangsung terus-menerus, terutama selama proyek yang berorientasi kualitatif berlangsung atau selama pengumpulan data. Selama pengumpulan data berlangsung, terjadi tahapan reduksi, yaitu membuat ringkasan, mengkode, menelusuri tema, membuat gugus-gugus, membuat partisi dan menulis memo.

3.6.2 Penyajian Data

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Menyajikan data adalah sekumpulan informasi tersusun yang akan memberikan gambaran penelitian secara menyeluruh. Penyajian data penelitian kualitatif dapat berbentuk bagan, uraian singkat, flowchart, hubungan antar kategori dan sejenisnya. Paling sering dari bentuk tampilan data untuk data penelitian kualitatif di masa lalu adalah teks narasi. Dengan kata lain, menyajikan data secara terperinci dan menyeluruh dengan mencari pola hubungannya. Penyajian data yang disusun secara singkat, jelas, terperinci dan menyeluruh

akan lebih memudahkan dalam memahami gambaran terhadap aspek-aspek yang diteliti baik secara keseluruhan maupun secara parsial. Penyajian data selanjutnya disajikan dalam bentuk uraian atau laporan sesuai dengan hasil penelitian yang diperoleh.

3.6.3 Menarik Kesimpulan

Kegiatan analisis ketiga adalah menarik kesimpulan dan verifikasi. Ketika kegiatan pengumpulan data dilakukan, seorang penganalisis kualitatif mulai mencari arti benda-benda, mencatat keteraturan, pola-pola, penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat, dan proposisi. Kesimpulan yang mula-mulanya belum jelas akan meningkat menjadi lebih terperinci. Kesimpulan-kesimpulan “final” akan muncul bergantung pada besarnya kumpulan-kumpulan catatan lapangan, pengkodeannya, penyimpanan dan metode pencarian ulang yang digunakan, kecakapan peneliti, dan tuntutan pemberi dana, tetapi sering kali kesimpulan itu telah sering dirumuskan sebelumnya sejak awal.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Lokasi Penelitian

PT. Bank Aceh mengukir sejarah baru melalui hasil rapat RUPSLB (Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa) tanggal 25 Mei 2015 bahwa Bank Aceh melakukan perubahan kegiatan usaha dari sistem konvensional menjadi sistem syariah seluruhnya. Maka dimulai setelah tanggal keputusan tersebut proses konversi dimulai dengan tim konversi Bank Aceh dengan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan. Setelah melalui berbagai tahapan dan proses perizinan yang disyaratkan oleh OJK akhirnya Bank Aceh mendapatkan izin operasional konversi dari Dewan Komisiner OJK Pusat untuk perubahan kegiatan usaha dari sistem konvensional ke sistem syariah secara menyeluruh.

Izin operasional konversi tersebut ditetapkan berdasarkan Keputusan Dewan Komisiner OJK Nomor. KEP-44/D.03/2016 tanggal 1 September 2016 Perihal Pemberian Izin Perubahan Kegiatan Usaha Bank Umum Konvensional Menjadi Bank Umum Syariah PT Bank Aceh yang diserahkan langsung oleh Dewan Komisiner OJK kepada Gubernur Aceh Zaini Abdullah melalui Kepala OJK Provinsi Aceh Ahmad Wijaya Putra di Banda Aceh. Sesuai dengan ketentuan yang berlaku bahwa kegiatan operasional Bank Aceh Syariah baru dapat dilaksanakan setelah diumumkan kepada masyarakat selambat-lambatnya 10 hari dari hari ini.

Perubahan sistem operasional dilaksanakan pada tanggal 19 September 2016 secara serentak pada seluruh jaringan kantor Bank Aceh. Dan sejak tanggal tersebut Bank Aceh telah dapat melayani seluruh nasabah dan masyarakat dengan sistem syariah murni mengutip Ketentuan PBI Nomor 11/15/PBI/2009.

Proses konversi Bank Aceh menjadi Bank Syariah diharapkan dapat membawa dampak positif pada seluruh aspek kehidupan ekonomi dan sosial masyarakat. Dengan menjadi Bank Syariah, Bank Aceh bisa menjadi salah satu titik episentrum pertumbuhan ekonomi dan pembangunan daerah yang lebih optimal. Kantor Pusat Bank Aceh berlokasi di Jalan Mr. Mohd. Hasan No 89 Batah Banda Aceh. Sampai dengan tanggal 19 September 2016, Bank memiliki 1 Kantor Pusat, 26 Kantor Cabang, 85 Kantor Cabang Pembantu, 15 Kantor Kas, 13 Payment Point, 2 Mobil Kas Keliling, serta 201 Gerai ATM Bank Aceh.

PT. Bank Aceh Syariah kantor pusat operasional Banda Aceh sudah menyelaraskan dengan rencana strategis jangka menengah Bank sebagaimana telah dicantumkan dalam Corporate Plan PT. Bank Aceh Syariah Tahun 2018 – 2022, Bank terus melakukan penguatan landasan ideal operasional melalui penyesuaian visi dan misi yang lebih kuat dan fokus pada tujuan dan cita-cita jangka panjang yang lebih akomodatif terhadap semua pemangku kepentingan. Penyesuaian landasan ideal tersebut dimulai sejak ditetapkan dengan komitmen seluruh sumberdaya organisasi dengan daya upaya maksimal untuk mewujudkannya.

Adapun visi dan misi PT. Bank Aceh Syariah ialah sebagai berikut:

Visi

Menjadi “Bank Syariah Terdepan dan Terpercaya dalam Pelayanan di Indonesia”

Misi

- a. Menjadi penggerak perekonomian Aceh dan pendukung agenda pembangunan daerah.
- b. Memberi layanan terbaik dan lengkap berbasis TI untuk semua segmen nasabah, terutama sektor usaha kecil, menengah, sektor pemerintah maupun korporasi.’
- c. Menjadi bank yang memotivasi karyawan, nasabah dan *stakeholders* untuk menerapkan prinsip syariah dalam muamalah secara komprehensif (*syumul*).
- d. Memberi nilai tambah yang tinggi bagi pemegang saham dan masyarakat Aceh umumnya.
- e. Menjadi perusahaan pilihan utama bagi profesional perbankan syariah di Aceh.

4.2 Dampak Covid Bagi Bank Syariah

Mengenai penyebaran COVID-19, masalah kesehatan telah berdampak negatif pada sebagian besar industri, termasuk pasar keuangan. Salah satu dampak dari sektor perbankan adalah banyaknya tunggakan atau utang yang belum dibayar. Salah satu langkah pendukungnya adalah Kebijakan

Pembatasan Jaminan Sosial (PSBB) yang diterapkan di banyak daerah untuk mempengaruhi perekonomian (Nihayah, dkk, 2021:166). Perlambatan ekonomi juga akan mempengaruhi pendapatan masyarakat, yang akan mempengaruhi kewajiban konsumen untuk membayar utangnya. Bank. Sebaliknya, pengembalian dana pihak ketiga menurun karena bank masih harus membayar biaya operasional dan bagi hasil kepada pemilik dana pihak ketiga (Povera et al., 2020; Nisar Mohammad, 2020).

Banyaknya nasabah bank yang terdampak Covid-19 memaksa bank syariah mulai menyesuaikan target pertumbuhannya. Dan secara umum, tantangan bank syariah di masa pandemi Covid-19 adalah rasio profitabilitas bank (Setiawan dan Ali: 69). Untuk mengantisipasi hal tersebut akibat banyaknya dampak dari pandemi COVID-19, Badan Jasa Keuangan (OJK) mengumumkan beberapa aturan baru bagi bank macet. Kebijakan yang diumumkan OJK tersebut bertujuan untuk mengurangi kemungkinan dihadapi debitur terdampak Covid-19. Berdasarkan kebijakan ini, bank yang mungkin akan mengalami kegagalan pembayaran atau kredit macet di bawah pendapatan tetap akan mengatur kembali keuangannya dengan meningkatkan jumlah pinjaman atau memperpanjang jangka waktu pinjaman (nihayah). melakukan al. 2021: 166).

4.3 Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Musyarakah PT. Bank Aceh Kepada Pelaku Usaha UMKM Kota Banda Aceh di masa pandemi Covid-19

Pada bagian ini dijelaskan terkait strategi pengembangan produk pembiayaan musyarakah oleh pihak PT. Bank Aceh kepada pelaku UMKM Kota Banda Aceh di masa pandemi Covid-19 yang di dalamnya mencakup aspek karakteristik produk, klasifikasi produk, *Product Life Cycle* dan marketing mix, sebagaimana terlihat pada Gambar 4.1.

Gambar 4.1
Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Musyarakah



Sumber: Hasil wawancara dengan pihak Bank Aceh (2022)

Dari hasil temuan penelitian di lapangan terkait keempat aspek strategi pengembangan produk pembiayaan musyarakah oleh pihak PT. Bank Aceh tersebut, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

4.3.1 Karakteristik Produk

Strategi utama yang dilakukan oleh pihak Bank Aceh dalam pengembangan produk pembiayaan musyarakah pada pelaku usaha UMKM masa Covid-19 di Kota Banda Aceh ialah menentukan karakteristik produk. Terkait karakteristik produk yang ditentukan pihak PT. Bank Aceh dalam pengembangan produk pembiayaan musyarakah kepada pelaku UMKM kota Banda Aceh pada masa pandemi Covid-19 dilakukan dengan cara sebagai berikut:

Gambar 4.2



Sumber: Hasil wawancara dengan pihak Bank Aceh (2022)

Berdasarkan Gambar 4.2 di atas, maka dapat diketahui bahwa terdapat dua bentuk strategi pengembangan produk musyarakah yang dilakukan oleh pihak bank kepada pelaku UMKM dimasa Covid-19 jika dilihat dari aspek karakteristik produk, yaitu penentuan harga produk dan penentuan jangka waktu kepada nasabah dalam memanfaatkan produk pembiayaan musyarakah

Kotler dan Keller (2016) mengemukakan penentuan karakteristik produk secara luas ialah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau

kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat properti, organisasi, informasi, dan ide mengembangkan produk tersebut.

Terkait strategi pengembangan produk pembiayaan musyarakah oleh pihak PT. Bank Aceh kepada pelaku usaha UMKM Kota Banda Aceh di masa pandemi Covid-19 tentu tidak bisa dilepaskan dari produk yang dikembangkan itu sendiri. Strategi pengembangan produk pembiayaan musyarakah kepada pelaku UMKM tersebut perlu dilakukan penentuan karakteristik produk yang kepada pelaku usaha UMKM yang ada di Kota Banda Aceh.

Terkait wawancara informan 01 dapat disimpulkan bahwa pembiayaan musyarakah digunakan untuk modal kerja dan jenis produk pembiayaan hanya menggunakan modal kerja. Sedangkan yang menggunakan akad musyarakah untuk kontruksi proyek dan jenis produk pembiayaan yang menggunakan akad musyarakah yang diberikan pihak Bank Aceh tidak hanya di masa pandemi saja dan paling dominan mayoritasnya lebih ke layanan proyek kontruksi (Wawancara: Bank Aceh Syariah, 11 Mei 2022).

Ungkapan di atas menjelaskan bahwa pengembangan produk pembiayaan musyarakah kepada pelaku UMKM oleh pihak Bank Aceh Syariah tidak hanya pada masa pandemi Covid-19, melainkan juga saat sebelum dan setelah pandemi Covid-19. Karakteristik yang ditentukan oleh pihak bank dengan memberikan produk pembiayaan musyarakah untuk kebutuhan modal kerja para pelaku UMKM saja dan bukan untuk kebutuhan lainnya.

Hasil wawancara dengan informan 01 dikatakan bahwa ada beberapa bentuk kerja sama bank dengan pelaku UMKM dalam pengembangan produk yaitu:

1. Terikat dalam perjanjian pembiayaan dalam akad pembiayaan. Jadi pihak nasabah sebagai modal usaha bank punya kewajiban untuk membayar sesuai dengan jangka waktu yang telah ditetapkan.
2. Bila dana telat dikembalikan akan terkena sanksi
3. Adapun sanksi yang digunakan seperti sanksi repudisi dan sanksi tunggakan (Wawancara: Bank Aceh Syariah, 11 Mei 2022).

Uraian di atas menjelaskan adanya bentuk kesepakatan kerja sama antara pihak Bank Aceh dengan pelaku UMKM semasa Covid-19. Kesepakatan tersebut dilakukan agar satu sama lain tidak mengalami kerugian dan apa yang direncanakan oleh pihak Bank Syariah Aceh dapat terwujud.

Hal ini diperkuat oleh ungkapan informan 03, yakni sebagai berikut pihak UMKM pernah menggunakan pembiayaan musyarakah dalam menjalankan usaha UMKM Kota Banda Aceh di masa pandemi Covid-19 setahun yang lalu dengan tujuan melancar usaha, mengembangkan usaha dan sebagainya. Pihak bank pernah memberikan sosialisasi produk pembiayaan musyarakah untuk mengembangkan usaha UMKM melalui seminar agar usaha rotan yang sudah ada sejak tahun 1990 yang

saya usaha dapat dikembangkan (Wawancara: Usaha rotan, 03 Juni 2022).

Pengembangan produk pembiayaan musyarakah oleh pihak PT. Bank Aceh kepada pelaku usaha UMKM Kota Banda Aceh di masa pandemi Covid-19 menggunakan strategi tersendiri yakni menurut karakteristik penerima produk pembiayaan musyarakah, menetapkan produk yang diberikan hanya untuk kebutuhan modal kerja para pelaku UMKM saja dan bukan untuk kebutuhan lainnya.

Hal ini sebagai makna dari strategi pengembangan produk itu sendiri yang menurut Rianto (2010) merupakan usaha meningkatkan jumlah nasabah dengan cara mengembangkan atau memperkenalkan produk-produk baru perbankan. Inovasi dan kreativitas dalam penciptaan produk menjadi salah satu kunci utama dalam strategi ini. Perusahaan dalam hal ini pihak bank selalu berusaha melakukan pembaruan atau pengenalan produk baru kepada nasabah yang dapat membantu memudahkan proses transaksi nasabah. Perusahaan tiada henti terus melakukan eksplorasi terhadap kebutuhan pasar dan berupaya untuk memenuhi terhadap kebutuhan pasar tersebut.

Hal ini sebagai kajian Ramadhanty (2019) mengemukakan bahwa pengembangan produk pembiayaan musyarakah sangat bermanfaat bagi masyarakat khususnya yang mempunyai usaha mikro kecil menengah karena dengan adanya pembiayaan dapat

membantu dari segi permodalan, meningkatkan kemampuan berdagang dan membantu menopang perekonomian.

4.3.2 Klasifikasi Produk

Pihak Bank Aceh Syariah dalam mengembangkan produk pembiayaan musyarakah juga melakukan strategi dengan mengklasifikasikan produk tersebut. Pada bagian ini pembiayaan dengan akad musyarakah diperuntukan untuk jenis usaha jasa konstruksi, usaha perdagangan dan industri rumah tangga, sebagai berikut.

Gambar 4.3
Klasifikasi Produk



Sumber: Hasil wawancara dengan pihak Bank Aceh (2022)

Berdasarkan Gambar 4.3 di atas, maka jelaslah bahwa jika dilihat dari aspek klasifikasi produk yang dilakukan oleh pihak Bank Aceh Syariah dalam mengembangkan produk pembiayaan musyarakah kepada pelaku UMKM di masa Covid-19 maka terdapat tiga produk yakni produk yang diperuntukkan untuk keperluan jenis usaha jasa konstruksi, usaha perdagangan dan industri rumah tangga.

Hal ini sebagaimana yang dikemukakan oleh pihak informan 01, bahwa akad pembiayaan musyarakah murni yaitu untuk

pembiayaan proyek. Adanya beberapa *refinancing asset* yang menggunakan pembiayaan musyarakah mutanaqisah, *refinancing asset* yaitu mengganti asset milik nasabah dengan modal usaha yang diperlukan untuk investasi dan modal usaha nasabah. Sedangkan klasifikasi produk jenis pembiayaan yaitu adanya modal kerja agar untuk modal kerja proyek konstruksi, modal kerja dagang dan ada modal usaha lainnya. Jenis akad yang digunakan dengan akad musyarakah dan akad mutanaqisah (Wawancara: Bank Aceh Syariah, 11 Mei 2022).

Strategi pengembangan produk pembiayaan musyarakah oleh pihak Bank Aceh Syariah kepada pelaku UMKM juga dilakukan dengan menggunakan akad tersendiri yakni akad *mutanaqisah* dalam bentuk *refinancing asset*. Pihak bank juga melakukan sosialisasi kepada nasabah, promosi (dengan memanfaatkan media, baik media cetak seperti baliho, spanduk, banner maupun media online), seminar dan pelatihan kepada pelaku UMKM terkait skil berwirausaha. Kotlet dan Keller (2008) mengemukakan bahwa klasifikasi produk dalat didasarkan dengan ketahanan/ durabilitas, keberwujudan, dan kegunaan (konsumen atau industri). Setiap jenis produk mempunyai strategi bauran pemasaran yang sesuai. Ketahanan (*Durability*) dan keberwujudan (*Tangibility*), produk menjadi tiga

Pengembangan produk pembiayaan musyarakah oleh pihak Bank Aceh Syariah kepada pelaku UMKM di kota Banda Aceh ini

menggunakan akad tersendiri yakni akad mutanaqisah dalam bentuk *refinancing asset*.

Berdasarkan keterangan di atas, maka jelaslah bahwa strategi pengembangan produk pembiayaan musyarakah oleh pihak Bank Aceh kantor pusat operasional juga dilakukan dengan memfokuskan pemberian bantuan pembiayaan khusus proyek konstruksi dengan menerapkan *refinancing asset*. Selain itu, pembiayaan musyarakah juga dilakukan dengan pemberian pinjaman modal usaha kepada pihak UMKM.

Begitu juga dengan strategi lainnya, berupa penentuan ganti rugi produk pembiayaan musyarakah antara pihak PT. Bank Aceh dengan pelaku usaha UMKM Kota Banda Aceh di masa pandemi Covid-19 dijelaskan oleh pihak informan 01, sebagai berikut terkait penentuan rugi nasabah yang merasa usahanya jatuh atau mengalami kerugian Bank Aceh dapat melakukan program restrukturisasi. Dengan adanya restrukturisasi itu terdiri dari: penjadwalan surat, penurunan besarnya angsuran bagi hasil atau tarif margin, dan penentuan jangka waktu kembali. Jadi kepada nasabah yang rugi atau mengalami penurunan usaha pada masa pandemi covid pihak Bank Aceh melakukan program restrukturisasi untuk meringankan kewajiban nasabah untuk pengembalian pembiayaan kepada pihak Bank Aceh (Wawancara: Bank Aceh Syariah, 11 Mei 2022).

Dari keterangan di atas dapat diketahui bahwa penentuan ganti rugi yang dialami oleh pihak UMKM yang mengalami kerugian

dari modal yang diambil di bank akan diberikan keringan dan peluang untuk tetap bertahan dalam menjalankan usahanya, yakni dengan melakukan program restrukturisasi yang terdiri dari penjadwalan surat, penurunan besarnya angsuran bagi hasil atau tarif margin, dan penentuan jangka waktu kembali pinjaman modal yang dipinjam melalui pembiayaan musyarakah.

Hal ini diakui oleh informan 03 bahwa pihak umkm pernah menggunakan pembiayaan musyarakah dan bahkan sampai saat ini memanfaatkan pembiayaan musyarakah PT. Bank Aceh dalam menjalankan usaha UMKM Kota Banda Aceh di masa pandemi Covid-19. Tujuan memanfaatkan pembiayaan musyarakah PT. Bank Aceh untuk melancar usaha, mengembangkan usaha dan sebagainya, bahkan salah satu pihak umkm sudah memanfaatkan pembiayaan musyarakah PT. Bank Aceh dalam mengembangkan usahanya setahun yang lalu (Wawancara: Raja Laot, 30 Mei 2022).

4.3.3 Product Life Cycle

Strategi ketiga yang dilakukan pihak Bank Aceh Syariah dalam pengembangan produk pembiayaan musyarakah ialah dengan menerapkan *product life cycle* pembiayaan musyarakah. Pada aspek ini pihak bank mengamati perjalanan usaha nasabah, dan memastikan usaha tersebut bertahan dalam masa pandemi, sehingga bank juga menyesuaikan karakteristik produk pembiayaan yang mampu dikelola oleh nasabah dalam berbagai kondisi termasuk masa pandemi Covid 19.

Strategi pengembangan produk pembiayaan masyarakat ini juga melibatkan pihak pengawas yakni pihak OJK, sebagaimana yang dikemukakan oleh pihak informan 03 sendiri yakni sebagai berikut “terkait keterlibatan OJK dengan bank yaitu dengan mengawasi dan adanya perizinan. Jadi pihak bank setiap mengeluarkan produk Misalnya Mbanking itu harus adanya perizinan dari OJK. Dengan adanya OJK itu untuk pengembangan-nya secara langsung untuk ke perizinan dan kalau untuk pemantauan seberapa banyak pembiayaan masyarakat yang udah disalurkan oleh bank yaitu memantau dari rencana bisnis bank.(Wawancara: Otoritas jasa keuangan, 31 Mei 2022).

Keterangan di atas menyebutkan bahwa keterlibatan untuk UMKM kalau dari OJK yaitu dari sisi pengawasan. Kalau dari sisi TPAKD (Tim Percepat Akses Keuangan Daerah) disini ada namanya bagian edukasi perlindungan konsumen. Jadi untuk dibagian TPAKD itu gimana caranya OJK itu menciptakan/ membuat suatu program supaya cepat akses keuangan itu gampang. Misalnya UMKM itu mungkin sulit untuk mendapatkan atau akses produk yang cocok untuk UMKM dibank. Misalnya ada program pembiayaan penjualan dipasar itu biasanya koneknya ke Lembaga keuangan mikro. Karena kalau dari sisi bank mungkin tidak cukup syarat.

Kerjasama kedua pihak ini tentu memberikan dampak baik terhadap pelaku UMKM itu sendiri, seperti yang dikatakan oleh pihak informan 01 bahwa dampak pengembangan produk

pembiayaan musyarakah kepada pelaku usaha UMKM Kota Banda Aceh di masa pandemi Covid-19 cukup beresiko, akad yang musyarakah yang diberikan kepada nasabah, karena bagi hasil tergantung kepada usaha yang dimiliki oleh nasabah, sehingga pihak bank juga tidak terlalu banyak menyalurkan dengan skema akad musyarakah pada masa pandemi ini (Wawancara: Bank Aceh Syariah, 11 Mei 2022).

Adanya kerja sama dalam bidang peminjaman modal oleh pihak bank kepada pelaku UMKM di masa Covid-19 berdampak kepada kegiatan pelaku usaha. Jika pembiayaan yang diberikan dapat dimanfaatkan dengan baik, maka usaha yang dikembangkan oleh pelaku UMKM dapat meningkatkan keuntungan dan pendapatan mereka, namun, sebaliknya jika modal yang diberikan melalui pembiayaan musyarakah gagal dikelola akan menjadi resiko tersendiri bagi pihak pelaku UMKM.

Sementara itu, pihak informan 03 juga memberikan keterangan tentang dampak pengembangan produk musyarakah ini, yakni sebagai dampak pengembangan produk pembiayaan musyarakah oleh PT. Bank Aceh terhadap usaha UMKM di masa pandemi Covid-19 membuat pihak UMKM terbantu dalam menjalani usahanya, karena usahanya semua sulit jadi lebih ada kesulitan juga untuk nasabah untuk memenuhi kewajiban bulanan. Jadi selama covid OJK juga ada mengeluarkan peraturan OJK yaitu POJK 11 dan program pemulihan ekonomi nasional. (Wawancara: Otoritas Jasa Keuangan, 31 Mei 2022).

4.3.4 Marketing Mix

Langkah lainnya yang dijalankan pihak Bank Aceh Syariah dalam pengembangan produk pembiayaan masyarakat ialah pemasaran marketing mix dengan baik terhadap produk pembiayaan masyarakat tersebut kepada pelaku UMKM. Terkait strategi marketing mix ini dapat dilihat aspek-aspeknya pada gambar 4.4.



Sumber: Hasil wawancara dengan pihak Bank Aceh (2022)

Gambar 4.4 di atas menunjukkan bahwa dilihat dari aspek marketing mix terdapat empat langkah yang dilakukan pihak Bank Aceh Syariah dalam mengembangkan produk pembiayaan masyarakat dimasa Covid-19 yakni dimulai dari kegiatan promosi, pendistribusian produk, melakukan pelatihan kepada pelaku UMKM dan mengadakan kontrol terhadap pihak UMKM dalam menjalankan produk masyarakat yang dipinjamnya dari pihak Bank Aceh Syariah.

Dalam hal ini pihak bank mengamati jenis usaha yang tidak terdampak covid 19, sinergi dan berkoordinasi dengan regulator serta pemerintah untuk menentukan produk pembiayaan yang tepat

sasaran, sehingga produk tersebut bisa dimanfaatkan oleh pelaku usaha dalam masa pandemi Covid 19.

Pengembangan produk pembiayaan musyarakah oleh Bank Aceh kantor pusat operasional juga harus didukung oleh sosialisasi yang dilakukan kepada nasabah, terutama dari kalangan pelaku usaha UMKM Kota Banda Aceh di masa pandemi Covid-19, terkait hal ini pihak informan 01, yakni sebagai berikut strategi pengembangan produk pembiayaan musyarakah juga melakukan sosialisasi produk pembiayaan dengan mengadakan kegiatan-kegiatan pelatihan dan seminar yang dihadiri oleh para pelaku usaha dan juga mahasiswa masyarakat. Jadi melalui sosialisasi seminar, pelatihan dan sambil diajarkan pelatihan skill wirausaha pihak bank aceh melakukan seperti : promosi, sosialisasi tentang produk pembiayaan yang ada di Bank Aceh (Wawancara: Bank Aceh Syariah, 11 Mei 2022).

Strategi lain yang dilakukan oleh pihak Bank Aceh dalam mengembangkan produk pembiayaan musyarakah kepada pelaku UMKM masa Covid-19 ialah dengan mengadakan sosialisasi kepada pihak pelaku UMKM terkait produk tersebut dengan melakukan promosi, mengadakan seminar pelatihan kepada pelaku UMKM terkait skill berwirausaha dengan baik dan benar sehingga dapat menguntungkan usaha yang dilakukan.

Terkait aspek promosi produk pembiayaan musyarakah yang dilakukan pihak PT. Bank Aceh kepada pelaku usaha UMKM Kota Banda Aceh di masa pandemi Covid-19 diungkapkan juga oleh

pihak informan 01, yakni sebagai berikut “dari pihak Bank Aceh cara yang dilakukan dalam mempromosikan pembiayaan yang dilakukan pihak bank yang itu seperti: dengan adanya pemasangan baliho, adanya banner dan spanduk, dan kegiatan sosialisasi pelatihan seminar (Wawancara: Bank Aceh Syariah, 11 Mei 2022).

Berdasarkan keterangan di atas kegiatan promosi yang dilakukan dengan memanfaatkan media, baik media cetak seperti baliho, spanduk, banner maupun media online serta pelatihan secara langsung melalui kegiatan seminar oleh pihak bank kepada pelaku UMKM.

Tidak hanya sosialisasi yang dilakukan pihak bank, strategi pengembangan produk pembiayaan musyarakah oleh PT. Bank Aceh juga dilakukan dengan mendistribusikan pembiayaan musyarakah kepada pelaku usaha UMKM Kota Banda Aceh di masa pandemi Covid-19, sebagaimana yang dikemukakan oleh Informan 01 bahwa strategi yang dilakukan pihak bank yaitu mendistribusikan pembiayaan. Prosesi mendistribusikan pembiayaan itu dilakukan dengan cara realisasi pembiayaan nasabah yang mengajukan permohonan dilakukan survey, analisa. Dan nasabah yang usahanya tidak terlalu mengganggu dengan dampak Covid-19 seperti toko obat/ apotik pihak bank melakukan realisasi pembiayaan untuk tambahan modal usaha mereka. Pembiayaan tetap terealisasi prosesnya seperti dilakukan analisa dan penyerahan modal usaha (Wawancara: Bank Aceh Syariah 11 Mei 2022).

Keterangan di atas menjelaskan bahwa strategi pengembangan produk pembiayaan musyarakah juga dilakukan dengan langkah pendistribusian produk. Langkah ini diberikan kepada pelaku UMKM setelah memenuhi syarat yang ditentukan pihak bank, termasuk menilai hasil survey usaha yang dimiliki oleh pelaku UMKM. Tidak hanya itu bentuk kerja sama bank dengan pelaku UMKM dalam pengembangan produk pembiayaan musyarakah di masa pandemi Covid-19 juga menjadi bagian strategi pengembangan produk pembiayaan musyarakah.

Pengembangan produk pembiayaan musyarakah oleh pihak Bank Aceh Syariah kepada pelaku UMKM juga dilakukan dengan mengontrol pembiayaan yang digunakan oleh nasabah dalam menjalankan kegiatan usahanya agar terhindar dari kerugian. Jikapun adanya kerugian pihak UMKM dalam menjalankan modal usaha dari pembiayaannya yang diambil, maka pihak bank akan memberikan tangguh waktu dalam membayarnya. Tjiptono (2012) mengemukakan pengawasan dan penilaian atas persyaratan dan uji kinerja yang selanjutnya bermanfaat untuk memperoleh informasi berkenaan dengan keputusan penetapan harga dan biaya prmasaran lainnya

Arifah (2017) menyebutkan bahwa secara umum strategi pengembangan produk pembiayaan musyarakah pada UMKM dengan mengoptimalkan mutu produk, pengembangan arsitektur produk tidak signifikan karena merupakan produk jasa, aplikasi desain industry dengan cara mengoptimalkan fungsinya sebagai

modal kerja, penilaian atas persyaratan/kebutuhan manufaktur sangatlah mudah dan cara pencairannya yang cepat.

Penelitian Lestari (2019) menyebutkan peningkatan pembiayaan UMKM akan efektif paling tidak harus disertai strategi yang mencakup: (1) penciptaan iklim usaha dan investasi yang kondusif, peningkatan kemampuan kewirausahaan, peningkatan dalam jumlah dan kemudahan persyaratan dan perkreditan perbankan, pengembangan perangkat penunjang bagi peningkatan pembiayaan seperti penjaminan kredit, meningkatkan Lembaga Keuangan Mikro, meningkatkan layanan KSP/USP koperasi, peningkatan lembaga keuangan sekunder dan peningkatan jaringan informasi baik pusat maupun daerah.

4.4 Kendala Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Musyarakah PT. Bank Aceh Kepada Pelaku Usaha UMKM Kota Banda Aceh di Masa Pandemi Covid-19

Strategi pengembangan produk pembiayaan musyarakah yang diupayakan oleh pihak PT. Bank Aceh kepada pelaku usaha UMKM Kota Banda Aceh di masa pandemi Covid-19 tidak selalu berjalan dengan lancar, melainkan juga mengalami kendala seperti penentuan nasabah dan angka Covid-19 yang terus naik, membuat usaha mengalami penutupan, sebagai mana yang dijelaskan oleh salah satu pihak informan 01 sebagai berikut “kendala strategi pengembangan produk pembiayaan musyarakah pihak BAS kepada pelaku usaha UMKM yaitu banyak usaha yang terdampak Covid-19 seperti usaha cafe, kantin dan lain-lain. Jadi pihak bank harus

jeli dalam memilih nasabah yang tidak terlalu pengaruh usahanya dengan pandemi Covid-19 (Wawancara: Bank Aceh Syariah, 11 Mei 2022).

Berdasarkan ungkapan di atas, maka dapat diketahui bahwa kendala utama yang dialami pihak Bank Aceh Syariah dalam mengembangkan produk pembiayaan musyarakah kepada pelaku UMKM ialah menentukan pihak nasabah yang betul-betul dapat memenuhi ketentuan kerja sama dalam memanfaatkan produk pembiayaan musyarakah tersebut.

Kendala lain juga berupa saat Covid-19 semakin banyak usaha pelaku UMKM yang tutup, hal ini diakibatkan oleh ruang gerak masyarakat yang dibatasi oleh penerapan berbagai kebijakan penanganan Covid-19 oleh pemerintah Kota Banda Aceh dalam memutuskan mata rantai Covid-19.

Dari aspek pengawasan, juga terdapat kendala dalam pengembangan produk pembiayaan musyarakah, seperti keterangan pihak informan 03 sebagai berikut pengembangan produk khususnya dimasa pandemi Covid-19 semua aspek dan sektor mengalami penurunan. Mulai dari kesulitan bisnis dan harga-harga sudah naik. Kesulitan itu lebih kepihak bank harus lebih hati-hati dalam penyaluran. Kalau asset kita dari perbankan itu cuman sekian % dari Indonesia. Jadi kalau ekonomi bagus maka pihak bank sangat senang sekali menyalurkan pembiayaan (Wawancara: Otoritas Jasa Keuangan, 31 Mei 2022).

Ungkapan di atas menjelaskan bahwa kendala pengembangan produk pembiayaan musyarakah juga dikarenakan melemahnya pengembangan bisnis yang dilakukan oleh pihak UMKM karena akibat Covid-19. Oleh karena itu harus ada kebijakan tersendiri yang diambil oleh pihak bank, sebagaimana ungkapan pihak informan 03 bahwa hal yang harus dibenahi oleh pihak bank dalam pengembangan produk pembiayaan musyarakah kepada pelaku usaha UMKM kedepannya dapat dilihat dari hasil analisis Aukonavicer. Analisisnya harus lebih teliti, lebih dalam. Karena UMKM itu tidak selamanya orang punya akses. Kadang 1 bisnis ini sebenarnya potensinya bagus dan potensi tapi dia tidak bisa berkembang lagi karena dia tidak punya akses ke perbankan. Jadi sebenarnya itu salah satu yang harus dikembangkan oleh bank dengan adanya pegawai yang handal dalam menganalisa pembiayaan. (Wawancara: Otoritas Jasa Keuangan, 31 Mei 2022).

Berdasarkan keterangan di atas, dalam upaya pengembangan UMKM melalui produk pembiayaan musyarakah pihak bank harus lebih teliti dalam membina para pelaku UMKM yang memanfaatkan produk musyarakah baik dari segi keuangan maupun pemberian pengetahuan yang baik kepada nasabah.

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi pengembangan produk pembiayaan musyarakah PT. Bank Aceh kepada pelaku UMKM Kota Banda Aceh di masa pandemi Covid-19 yaitu: pertama, menentukan karakteristik produk dengan cara menetapkan harga dan penetapan jangka waktu. Kedua, klasifikasi produk yakni produk untuk keperluan jenis usaha jasa konstruksi, usaha perdagangan dan industri rumah tangga. Ketiga, *product life cycle* dengan mengamati perjalanan usaha nasabah, dan memastikan usaha tersebut bertahan dalam masa pandemi. Keempat, marketing mix mencakup kegiatan promosi, pendistribusian produk, melakukan pelatihan dan mengadakan kontrol terhadap pihak UMKM dalam menjalankan produk musyarakah.
2. Kendala strategi pengembangan produk pembiayaan musyarakah PT. Bank Aceh Kepada Pelaku Usaha UMKM Kota Banda Aceh di Masa Pandemi Covid-19, di antaranya naiknya angka Covid-19 dan pemberlakuan *social distancing* yang berdampak terhadap penutupan UMKM serta sulitnya menentukan nasabah yang dapat dipercaya

dalam memanfaatkan produk pembiayaan musyarakah dengan baik.

5.2 Saran

Agar kajian ini dapat terealisasikan, maka peneliti menyerankan sebagai berikut:

1. Kepada pihak PT Bank Aceh Syariah, agar terus meningkatkan kinerja dan upayanya dalam membantu pelaku UMKM dengan memberikan pinjaman modal serta pelatihan sehingga UMKM dapat dikembangkan dengan baik.
2. Kepada akademisi dan mahasiswa diharapkan penelitian ini dapat menjadi manfaat dan menjadi referensi dalam edukasi serta pembelajaran yang dapat diambil manfaatnya.
3. Kepada penelitian lainnya diharapkan agar memperluas penelitian tidak hanya mengenai strategi pengembangan produk pembiayaan musyarakah PT. Bank Aceh Syariah, misalnya bagaimana cara bank mempertahankan konsistensinya setelah dikembangkan, serta tidak mesti pada satu perusahaan bank saja dan memperluas objek penelitiannya keluar Aceh.

DAFTAR PUSTAKA

- Afkar dan Purwanto, (2021). *Uji Beda Pembiayaan Bermasalah pada Pembiayaan Mudharabah dan Musyarakah Bank Umum Syariah di Indonesia Selama Pandemi Covid 19*
- Anoraga, (2010). *Ekonomi Islam Kajian Makro dan Mikro*, Yogyakarta: Dwi Chandra Wacana.
- Antonio, M.S. (2010). *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani
- Arifin Zainul, (2018). *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*, (Jakarta: Pustaka Alvabet
- Arifah, (2017). *Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Musyarakah Pada Usaha Mikro dan Kecil (Studi Kasus: BPRS Khasanah Ummat Kembaran Banyumas)*
- Badan Pusat Statistik (2020). Republik Indonesia 2018 diakses <https://www.bps.go.id/publication/2021>
- Budiarto, (2015). *Pengembangan UMKM: Antar Konseptual dan Pengalaman Praktis*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Cakhyaneu (2018). Analisis Pengembangan Produk Musyarakah Mutanaqishah Home Financing Di Perbankan Syariah Indonesia.
- Ghufron. (2002). *Fiqih Muamalah Kontekstual*, Jakarta: Raja Grafindo. Persada,
- Kotler, Philip. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip & Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran. Edisi*

Ketigabelas Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Latumaerissa, Julius. (2015). *Perekonomian Indonesia dan Dinamika Ekonomi Global*. Jakarta: Mitra Wacana Media

Mailina (2017). *Analisis Pengembangan Produk Pembiayaan Musyarakah Pada Usaha Mikro dan Kecil (Study BNI Syariah Kantor Cabang Tanjungkarang Bandar Lampung)*

Moleong, Lexy, (2014). *Metode Penelitian Kualitatif, Edisi Revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Muhammad. (2011). *Corporate Marketing and Communication*. Jakarta: Universitas Mercu Buana.

Muhammad. 2002). *Kebijakan Moneter dan Fiskal dalam Islam*. Jakarta: Salemba. Empat.

M. Ali, Hasan . 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta. CAPS

Musa. (2009). *Prospek Usaha Kecil dalam wadah Inkubator Bisnis*, Jakarta: Ghalia Indonesia.

Nasution, (2011). *Metode Reserch (Penelitian Alamiah)*. Jakarta: Bumi Aksara - RANIRY

Pasal 14 UU Nomor 9/ 1995 tentang usaha kecil

Pasal 17 UU Nomor 9/1995 tentang usaha kecil

Putri. (2014). Analisis Pendidikan Pemilik, Pemahaman Akuntansi, Budaya Perusahaan, Modal Usaha, dan Umur Usaha Terhadap Penggunaan Informasi Akuntansi Pada Usaha Menengah di Kabupaten Banyumas. *Ejournal Unsud. Vol 6 No 143. Purwokerta*.

Ramadhanty (2021). *Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan dalam Upaya Peningkatan Kapasitas UMKM Pada Bprs Ummu di Bangil Pasuruan*

Saeed, Abdullah. (2003). *Islamic Banking and Interest A Study of The Prohibition of Riba and its Comtemporery Interpretation, Terj. Muhammad Ufuqul Mubin, Bank Islam dan Bunga, Studi Kritis Larangan Riba dan Interpretasi Kontemporer*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Sa'diyah, M. (2014). Musyarakah Dalam Fiqih dan Perbankan Syariah. Implementasi Syirkah Dalam LKS Ditinjau dari Perspektif Fiqh, 2-11.

Shiddieqy, Hasbi.(2000). *Tafsir Al-Qur'anul majid An-Nur, Jilid 2. Cetakan. Kedua. Edisi Kedua*. Semarang: Pustaka Rizki Putra.

Shihab, M. Quraish. (2002). *Tafsir al-Misbah; Pesan, Kesan, dan Keserasian Alquran Vol. 5* Jakarta: Lentera Hati.

Sutopo. (2012). *Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Pendidikan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.

Tambunan, (2012). *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting*, Jakarta: LP3ES.

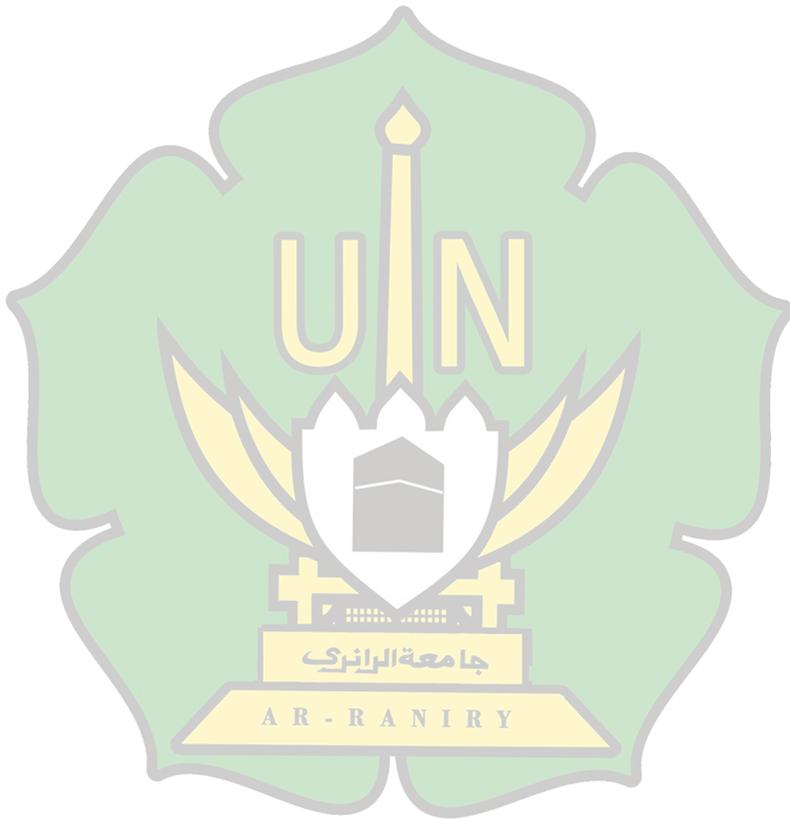
UU UMKM Nomor 20 tahun (2008) https://www.ojk.go.id/sustainable_finance/id.

UU Nomor 7 Tahun 1992 tentang perbankan

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan

Wardiah, (2013). *Dasar-dasar Perbankan*, Bandung:Pustaka. Setia

Wati, 2011. *Presepsi Para Pelaku UKM Terhadap Penerapan Akuntansi*. Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi PERBANAS.



Lampiran I

INSTRUMEN WAWANCARA

IDENTITAS INFORMAN I

Nama : Ilham Novrizal

Jabatan : Kabid Pembiayaan Komersial

Alamat : Lamprit

PERTANYAAN DAN HASIL WAWANCARA PENELITIAN UNTUK PIHAK BANK

1. Apa saja karakteristik produk yang ditentukan pihak PT. Bank Aceh dalam pengembangan produk pembiayaan musyarakah kepada pelaku usaha UMKM Kota Banda Aceh di masa pandemi Covid-19?

Jawab : Karakteristik Produk yang ditentukan pada masa pandemi covid 19 disesuaikan dengan kondisi pelaku UMKM, sehingga Bank melakukan beberapa penyesuaian karakteristik produk sebagai berikut : Penentuan harga produk pembiayaan pada masa pandemi covid dan Penentuan jangka waktu pembiayaan pada masa pandemi covid.

2. Apa saja klasifikasi produk pembiayaan musyarakah yang dikembangkan pihak PT. Bank Aceh kepada pelaku usaha UMKM Kota Banda Aceh di masa pandemi Covid-19?

Jawab : Pembiayaan dengan akad musyarakah diperuntukan untuk jenis usaha jasa konstruksi, usaha perdagangan dan industri rumah tangga.

3. Apa saja product life cycle pembiayaan musyarakah dikembangkan pihak bank aceh kepada pelaku usaha UMKM kota banda aceh dimasa pandemi covid-19?

Jawab : Bank mengamati perjalanan usaha nasabah, dan memastikan usaha tersebut bertahan dalam masa pandemi, sehingga bank juga menyesuaikan karakteristik produk pembiayaan yang mampu dikelola oleh nasabah dalam berbagai kondisi termasuk masa pandemi covid 19.

4. Bagaimana pihak PT. Bank Aceh dalam mensosialisasikan produk pembiayaan musyarakah kepada pelaku usaha UMKM Kota Banda Aceh di masa pandemi Covid-19?

Jawab : jadi dalam mensosialisasikan produk pembiayaan pihak bank aceh banyak melakukan kegiatan-kegiatan pelatihan dan seminar yang dihadari oleh para pelaku usaha dan juga mahasiswa masyarakat. Jadi melalui sosialisasi seminar,pelatihan dan sambil diajarkan pelatihan skill wirausaha pihak bank aceh melakukan seperti : promosi, sosialiasi tentang produk pembiayaan yang ada dibank aceh.

5. Bagaimana promosi produk pembiayaan musyarakah yang dilakukan pihak PT. Bank Aceh kepada pelaku usaha UMKM Kota Banda Aceh di masa pandemi Covid-19?

Jawab: jadi cara mempromosikan pembiayaan yang dilakukan pihak bank yang itu seperti: dengan adanya pemasangan baliho,

adanya banner dan spanduk, dan kegiatan sosialisasi pelatihan seminar.

6. Bagaimana penentuan untuk rugi produk pembiayaan musyarakah antara pihak PT. Bank Aceh dengan pelaku usaha UMKM Kota Banda Aceh di masa pandemi Covid-19?

Jawab : jadi untuk penentuan rugi nasabah yang merasa usahanya jatuh atau mengalami kerugian bank aceh dapat melakukan program restrukturisasi. Dengan adanya restrukturisasi itu terdiri dari: penjadwalan surat, penurunan besarnya angsuran bagi hasil atau tarif margin, dan penentuan jangka waktu kembali. Jadi kepada nasabah yang rugi atau mengalami penurunan usaha pada masa pandemi covid pihak bank aceh melakukan program restrukturisasi untuk meringankan kewajiban nasabah untuk pengembalian pembiayaan kepada pihak bank aceh.

7. Bagaimana pihak PT. Bank Aceh mendistribusikan pembiayaan musyarakah kepada pelaku usaha UMKM Kota Banda Aceh di masa pandemi Covid-19?

Jawab: mendistribusikan pembiayaan itu artinya realisasi pembiayaan bagaimana pihak bank aceh pada masa covid. prosesi mendistribusikan pembiayaan itu dilakukan dengan cara realisasi pembiayaan nasabah yang mengajukan permohonan dilakukan survey, analisa. Dan nasabah yang usahanya tidak terlalu mengganggu dengan dampak covid seperti toko obat/ apotik pihak

bank melakukan realisasi pembiayaan untuk tambahan modal usaha mereka. Jadi usaha yang tumbuh berkembang pada masa covid yaitu seperti pusat jajan, makanan dan yang paling ditekankan pusat kesehatan seperti apotik. Pembiayaan tetap terealisasi prosesnya seperti dilakukan analisa dan penyerahan modal usaha.

8. Bagaimana bentuk kerja sama bank dengan pelaku UMKM dalam pengembangan produk pembiayaan musyarakah di masa pandemi Covid-19?

Jawab : ada beberapa bentuk kerja sama bank dengan pelaku umkm dalam pengembangan produk yaitu :

1. *Kerjasama antara pihak bank yaitu terikat dalam perjanjian pembiayaan dalam akad pembiayaan. jadi pihak nasabah sebagai modal usaha bank punya kewajiban untuk membayar sesuai dengan jangka waktu yang telah ditetapkan. Pihak nasabah berkewajiban untuk terus meningkatkan usahanya, menumbuhkan usahanya agar bisa mengembalikan dana yang dipinjamkan oleh bank.*

2. *Bila dana telat dikembalikan akan terkena sanksi karena adanya jenis terhadap pembiayaan yang terjadwalkan dengan adanya pola akad murabahah misalkan jadi bila ada yang terlambat maka dia akan tercatat sebagai kewajiban pokok dan margin.*

3. *Ada pun sanksi yang digunakan seperti sanksi repudisi, sanksi tunggakan tapi sanksi denda itu sebenarnya dibenarkan untuk memperingati nasabah, namun pihak bank tidak lagi menerapkan denda sejak konversi menjadi bank aceh syariah.*

9. Bagaimana dampak pengembangan produk pembiayaan musyarakah kepada pelaku usaha UMKM Kota Banda Aceh di masa pandemi Covid-19?

Jawab : dampak pengembangan produk pembiayaan musyarakah kepada pelaku UMKM ini cukup beresiko, akad yang musyarakah yang diberikan kepada nasabah, karena bagi hasil tergantung kepada usaha yang dimiliki oleh nasabah, sehingga pihak bank juga tidak terlalu banyak menyalurkan dengan skema akad musyarakah pada masa pandemi ini.

10. Apa saja kendala strategi pengembangan produk pembiayaan musyarakah PT. Bank Aceh kepada pelaku usaha UMKM Kota Banda Aceh di masa pandemi Covid-19?

Jawab : jadi kendala strategi pengembangan produk pembiayaan musyarakah pihak BAS kepada pelaku usaha UMKM yaitu banyak usaha yang terdampak covid seperti : akuntan, kantin2, sekolah, perkuliahan. Jadi pihak bank harus jeli dalam memilih nasabah yang tidak terlalu pengaruh usahanya dengan pandemi covid.

Lampiran II

INSTRUMEN WAWANCARA

IDENTITAS INFORMAN II

Nama : Geubrina Ria Andarint

Jabatan : Staf Pengawas Bank Umum

Alamat : Neusu

PERTANYAAN DAN HASIL WAWANCARA PENELITIAN UNTUK OJK

1. Bagaimana keterlibatan pihak OJK dalam pengembangan produk pembiayaan musyarakah PT.Bank Aceh kepada pelaku usaha UMKM di masa pandemic Covid-19?

Jawab : kita harus pahami dulu fungsi dan tugas ojk itu apa yang bersingkung dengan bank yaitu dengan mengawasi dan adanya perizinan. Jadi bank itu setiap mengeluarkan produk misalnya MBanking itu harus adanya perizinan dari OJK. Ojk itu untuk pengembangannya secara langsung lebih ke prizinan dan kalau untuk pemantauan seberapa banyak pembiayaan musyarakah yang udah disalurkan oleh bank yaitu memantau dari rencana bisnis bank. Bank ini sudah membuat rencana dari tahun 2020/2021 misalnya ada penyaluran musyarakah 100m (misalnya) dari OJK itu kita pantau biasa pertriwulan realisasinya sudah berapa, misalnya harusnya do Tw1 sudah terealisasi 30% arau 20%. Bank sudah mencapai terealisasi dari musyarakah. Pembiayaan musyarakah yang sudah direncanakan sesuai dengan RBB

(Rencana bisnis bank) yang sudah disampaikan akhir tahun sebelumnya misalnya, 2022 berarti 2021 november mereka pihak bank sudah menyampaikan rencana untuk 1 tahun kedepan, disitulah yang dipantau. Jadi lebih kepemantauan rencana bisnis bank.

Keterlibatan untuk UMKM kalau dari OJK yaitu dari sisi pengawasan. Kalau dari sisi TPAKD (Tim percepat akses keuangan daerah) disini ada namanya bagian edukasi perlindungan konsumen. Jadi untuk dibagian TPAKD itu gimana caranya OJK itu menciptakan/membuat suatu program supaya cepat akses keuangan itu gampang. Misalnya UMKM itu mungkin sulit untuk mendapatkan atau akses produk yang cocok untuk UMKM dibank. Misalnya ada program pembiayaan penjualan dipasar itu biasanya koneknya ke Lembaga keuangan mikro. Karena kalau dari sisi bank mungkin tidak cukup syarat.

2. Bagaimana pengawasan yang dilakukan pihak OJK terhadap pengembangan produk pembiayaan masyarakat oleh PT.Bank Aceh kepada pelaku usaha UMKM di masa pandemi Covid-19?

Jawab : lebih keprizinan kalau memang ada produk baru yang diterbitkan OJK mengeluarkan izin, kalau sisi dari realisasinya besar pengeluaran dari UMKM. Pembiayaan UMKM itu lebih dipantau kerencana bisnis bank.

3. Apa saja yang diawasi oleh pihak OJK terhadap pelaku UMKM yang menjalankan usahanya melalui produk musyarakah dari pihak Bank Aceh? *sudah ada di pertanyaan nomor 1 jawabannya*
4. Menurut pihak OJK apa kendala pihak Bank Aceh dalam pengembangan produk pembiayaan musyarakah oleh PT. Bank Aceh kepada pelaku usaha UMKM di masa pandemi Covid-19?

Jawab : pengembangan produk khususnya dimasa pandemic semua aspek dan sektor mengalami penurunan. Mulai dari kesulitan bisnis dan harga-harga sudah naik. Bearti UMKM juga otomatis sangat terdampak. Kesulitan itu lebih kepihak bank harus lebih hati-hati dalam penyaluran. Sebenarnya UMKM ini mampu apa tidak bisnisnya itu apa masih bisa bertahan. Misalnya bisnis sebelum pandemi. Kalau dari pandemic bisnis. Karena sebenarnya kalau memang di aceh bisnisnya itu ruang lingkupnya kecil. Kalau asset kita dari perbankan itu cuman sekian % dari Indonesia. Jadi kalau ekonomi bagus maka pihak bank sangat senang sekali menyalurkan pembiayaan. Jadi kendala nya itu lebih ke bisnis.

5. Bagaimana dampak pengembangan produk pembiayaan musyarakah oleh PT. Bank Aceh terhadap usaha UMKM di masa pandemi Covid-19?

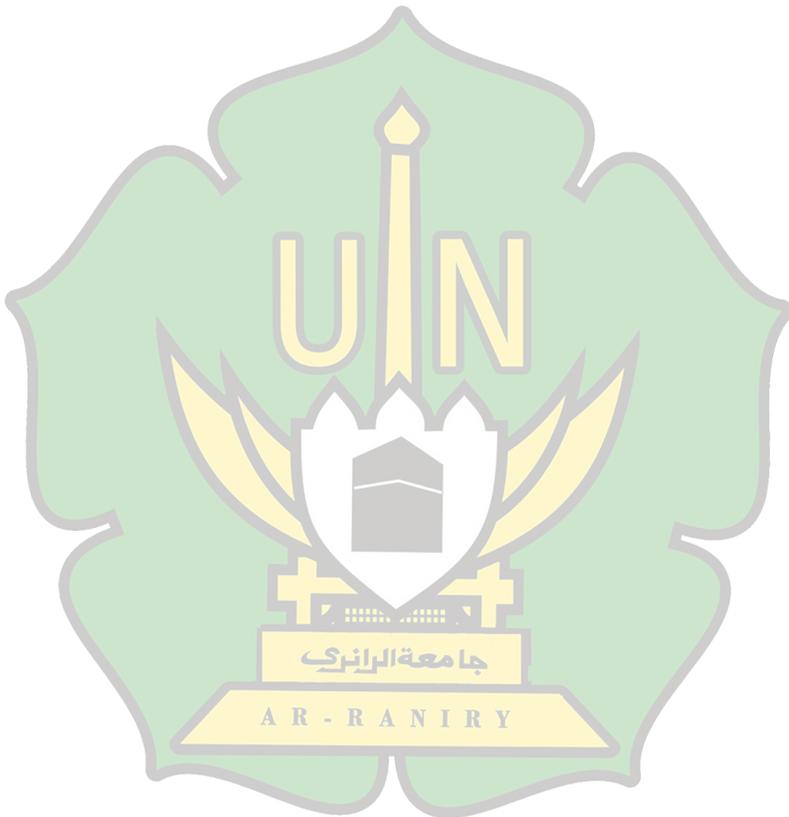
Jawab : karena usahanya semua sulit jadi lebih ada kesulitan juga

untuk nasabah untuk memenuhi kewajiban bulanan. Jadi selama covid OJK juga ada mengeluarkan peraturan OJK yaitu POJK 11 dan program pemulihan ekonomi nasional. Nah dari ini ada subsidi untuk UMKM yang terdampak. Ada subsidi margin, bagi hasil dan ada rekruturisasi. Jadi kalau misal UMKM nya terdampak tapi tidak bisa bayar sama sekali selama 3 bulan, maka itu ada skema rekruturisasi. Jadi selama 3 bulan bayar pokok tidak bayar bagi hasil atau selama setahun misalnya dia 10 tahun udah jalan 9 tahun atau udah jalan 8 tahun maka itu bisa diperpanjang jangka waktu panjang. Jadi banyak skema rekruturisasi yang bisa diambil oleh bank untuk meringankan dan memberikan kemudahan untuk UMKM.

6. Apa yang harus dibenahi oleh pihak bank dalam pengembangan produk pembiayaan musyarakah kepada pelaku usaha UMKM kedepannya?

Jawab : analisis dari Aukonavicer. Analisisnya harus lebih teliti, lebih dalam. Karena UMKM itu tidak selamanya orang punya akses. Kadang 1 bisnis ini sebenarnya potensialnya bagus dan potensi tapi dia tidak bisa berkembang lagi karena dia tidak punya akses ke perbankan. Jadi sebenarnya itu salah satu yang harus dikembangkan oleh bank dengan adanya pengawai yang handal dalam menganalisa pembiayaan. Mulai dari dia penelitian UMKM dan dari dia dibina . karena tidak sebatas dengan kasih pembiayaan saja harus ada pembinaan bisnis itu gimana,

pengelolaan keuangan pribadi gimana. Karena kalau UMKM itu biasanya rentan. Karena keuangan perusahaan itu sama dengan keuangan keluarga, 1 dompet biasanya dengan bisnisnya jadi disitulah butuhnya setelah dikasih pembiayaan tidak bisa dilepas gitu saja pasti ada fungsi pelatihannya dan pendidikannya.



Lampiran III

INSTRUMEN WAWANCARA

IDENTITAS INFORMAN III

Nama : Bahrul Ilmi

Jabatan : Jual beli hewan laut seafood (Raja Laot)

Alamat : Lamprit

PERTANYAAN DAN HASIL WAWANCARA PENELITIAN UNTUK PELAKU UMKM

1. Apakah bapak/ibu pernah memanfaatkan pembiayaan musyarakah PT. Bank Aceh dalam menjalankan usaha UMKM Kota Banda Aceh di masa pandemi Covid-19?

Jawab : Pernah

2. Apa tujuan bapak/ibu memanfaatkan pembiayaan musyarakah PT. Bank Aceh?

Jawab : melancar usaha, mengembangkan usaha, Dll.

3. Berapa lama sudah bapak/ibu memanfaatkan pembiayaan musyarakah PT. Bank Aceh dalam mengembangkan UMKM?

Jawab : sudah lebih setahun

4. Bagaimana pihak bank memberikan sosialisasi kepada bapak/ibu dalam pemanfaatan produk pembiayaan musyarakah untuk mengembangkan usaha UMKM?

Jawab : karena kita orang aceh, jadi menggunakan bank aceh dan di aceh tidak banyak pilihannya.

Lampiran IV

INSTRUMEN WAWANCARA

IDENTITAS INFORMAN III

Nama : kliwon, S.E.

Jabatan : Rattan Futrniture (usaha rotan)

Alamat : Neusu

PERTANYAAN DAN HASIL WAWANCARA PENELITIAN UNTUK PELAKU UMKM

1. Apakah bapak/ibu pernah memanfaatkan pembiayaan musyarakah PT. Bank Aceh dalam menjalankan usaha UMKM Kota Banda Aceh di masa pandemi Covid-19?

Jawab : Pernah

2. Apa tujuan bapak/ibu memanfaatkan pembiayaan musyarakah PT. Bank Aceh?

Jawab : melancar usaha, mengembangkan usaha, Dll.

3. Berapa lama sudah bapak/ibu memanfaatkan pembiayaan musyarakah PT. Bank Aceh dalam mengembangkan UMKM?

Jawab : sudah lebih setahun

4. Bagaimana pihak bank memberikan sosialisasi kepada bapak/ibu dalam pemanfaatan produk pembiayaan musyarakah untuk mengembangkan usaha UMKM?

Jawab : dengan mengikuti seminar pelatihan umkm

5. Kapan usaha bapak berdiri ?

Jawab : usaha rotan ini sudah ada sejak tahun 1990.

Lampiran V

DOKUMENTASI PENELITIAN

Pihak Bank Aceh



Pihak OJK (Otoritas Jasa Keuangan)



Pihak UMKM (Raja Laot)



Pihak UMKM (Rotan)



Lampiran VI

SURAT PENELITIAN

Bank Aceh 

Nomor : 936 /DSI.02/XI/2021
Lampiran : -

Banda Aceh, 01 November 2021

Kepada Yth.
1. Pemimpin Kantor Pusat Operasional Bank Aceh
2. Pemimpin Bank Aceh Cabang Banda Aceh

di-
Tempat

Perihal: Penelitian An. Nada Nafisah

AGENDA
TANGGAL: 17 NOV 2021
NOMOR: 1/p.516

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.
Salam teriring doa semoga kita senantiasa dalam lindungan, rahmat dan ridha Allah SWT dalam menjalankan aktivitas sehari-hari.

Menindaklanjuti Surat dari Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan No. 2952/Un.08/FEBI.1/TL.00/10/2021 tanggal 25 Oktober 2021 perihal Penelitian Ilmiah Mahasiswa, dengan ini disampaikan sebagai berikut:

Nama : Nada Nafisah
NIM : 180603016
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul : "Strategi Pengembangan Peroduk Pembiayaan Musyarakah PT. Bank Aceh kepada Pelaku Usaha UMKM di Kota Banda Aceh di Masa Pandemi"

Untuk melakukan Pengambilan Data pada Bank Aceh dalam rangka menyelesaikan Skripsi. Berkaitan dengan hal tersebut diatas diharapkan untuk membantu Mahasiswa tersebut dalam pengumpulan data tersebut dengan tetap menjaga kerahasiaan Bank, kerahasiaan Perusahaan dan menjaga citra Bank Aceh.

Dalam pengambilan data agar melaksanakan protokol kesehatan dalam rangka memutus mata rantai penyebaran virus COVID-19.

Demikian disampaikan untuk dapat dimaklumi, dan terima kasih.
Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

BANK ACEH SYARIAH
DIVISI SUMBER DAYA INSANI
ZIAUR RAHMAN
PEMIMPIN

AR - RANIRY

Tembusan :

1. Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh
2. Mahasiswa yang bersangkutan

KANTOR PUSAT : Jln. Mr. Mohd. Hasan No. 89 | Banda Aceh | Telp. (0651) 22966 | Fax. (0651) 6301072



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telepon : 0651- 7557321, Email : uin@ar-raniry.ac.id

Nomor : 1229/Un.08/FEBI.I/TL.00/05/2022

Lamp : -

Hal : *Penelitian Ilmiah Mahasiswa*

Kepada Yth,
Otoritas Jasa Keuangan Provinsi Aceh

Assalamu'alaikum Wr.Wb.
Pimpinan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry dengan ini menerangkan bahwa:

Nama/NIM : **NADA NAFISAH / 180603016**
Semester/Jurusan : VIII / Perbankan Syariah
Alamat sekarang : Jln. T.Iskandar, Lr. Rumbia No.2 Desa Ceurih, Kec. Ulee Kareng, Banda Aceh

Saudara yang tersebut namanya diatas benar mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam bermaksud melakukan penelitian ilmiah di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul **Strategi pengembangan produk pembiayaan musyarakah PTBANK ACEH kepada pelaku usaha UMKM kota banda aceh dimasa pandemi**

Demikian surat ini kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama yang baik, kami mengucapkan terimakasih.

Banda Aceh, 10 Mei 2022
an. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan,



Berlaku sampai : 30 Juni 2022

Dr. Hafas Furqani, M.Ec.

AR - RANIRY