

**STRATEGI INOVASI PRODUK PEMBIAYAAN BERBASIS
AKAD SYARIAH DI BANK MUAMALAT KC SIDOARJO :
TANTANGAN DAN PELUANG**

SKRIPSI



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
DESEMBER 2025

**STRATEGI INOVASI PRODUK PEMBIAYAAN BERBASIS
AKAD SYARIAH DI BANK MUAMALAT KC SIDOARJO :
TANTANGAN DAN PELUANG**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Perbankan Syariah



NABILA CHURROTUL A'IN
NIM : 211105010044
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
DESEMBER 2025**

**STRATEGI INOVASI PRODUK PEMBIAYAAN BERBASIS
AKAD SYARIAH DI BANK MUAMALAT KC SIDOARJO :
TANTANGAN DAN PELUANG**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Oleh :

Nabila Churrotul A'in
NIM : 211105010044

Disetujui Dosen Pembimbing

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Prof. Dr. Hj. Nurul Widyawati Islami Rahayu, S,Sos, M.Si
NIP. 197509052005012003

**STRATEGI INOVASI PRODUK PEMBIAYAAN BERBASIS
AKAD SYARIAH DI BANK MUAMALAT KC SIDOARJO :
TANTANGAN DAN PELUANG**

SKRIPSI

Telah di uji dan diterima untuk memenuhi salah satu
Persyaratan memperoleh gelar sarjana (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Hari : Rabu
Tanggal : 10 Desember 2025

Tim Pengaji

Ketua Sidang


Dr. H. Fauzan, S.Pd., M.Si
NIP. 197403122003121008

Sekretaris


M. Mirza Pratama, S.ST., MM
NIP. 199112052023211022

Anggota :

1. Dr. H. Abdul Wadud, Lc., M.E.I
2. Prof. Dr. Hj. Nurul Widayati Islami Rahayu, S.Sos, M.Si

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R**



MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُم بِدِينِ إِلَى أَحَدٍ مُسْمَى فَكُشْبُوْهُ (٢٨٢)

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar.” (QS. Al-Baqarah: 282).*



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

* “QS. Al – Baqarah Ayat 282,” diakses pada tanggal 27 Agustus 2025, pukul 11.35.
<https://quran.nu.or.id/al-baqarah/282>.

PERSEMBAHAN

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala nikmat, taufik, rahmat serta hidayah yang diberikan. Shalawat salam dihaturkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah menurunkan kita dari zaman jahiliyah menuju zaman islam dan iman. Alhamdulillah dengan segala kehendak-Nya skripsi sederhana ini dapat diselesaikan. Dengan segenap rasa cinta dan kasih kasih penulis persembahkan karya tulis ini kepada:

1. Cinta pertama dan pintu surga penulis, Bapak M. Saifudin, S.E dan ibu Istikaromah. Terima kasih atas setiap semangat, ridho, perhatian, kasih sayang dan do'a yang terselipkan disetiap sholatnya demi keberhasilan anaknya, terima kasih telah memberikan kesempatan kepada saya untuk melanjutkan pendidikan yang lebih tinggi, dan gelar sarjana ini penulis persembahkan untuk kedua orang tua tercinta.
2. Tante saya tercinta Etik Muslikah yang senantiasa menjadi motivator dan selalu mendoakan yang terbaik bagi penulis. Terima Kasih karena selalu menjadi tempat pulang ternyaman bagi penulis. Semoga dengan diperolehnya gelar sarjana ini diharapkan dapat menghadirkan senyuman, meskipun hal ini masih tidak akan bisa membalas segala hal yang diberikan mulai peneliti kecil sampai saat ini.
3. Ibu Dr. Nurul Widyawati Islami Rahayu, S,Sos, M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang senantiasa membimbing penulis dengan penuh kesabaran dan selalu memberi arahan disela-sela kesibukannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Segenap Bapak dan Ibu dosen UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang senantiasa membimbing penulis hingga menjadi panutan semua mahasiswanya untuk menjadi orang yang lebih baik dimasa depan.
5. Guru-guru tercinta baik yang telah memberikan pendidikan formal maupun non formal, terima kasih atas segala ilmu yang telah diberikan hingga penulis dapat melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi seperti saat ini.

6. Kepala Kantor Cabang Bank Muamalat Sidoarjo yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melaksanakan penelitian dan membimbing penulis dengan sabar.
7. Segenap keluarga besar Bani Sunardji dan salah satu sepupu tersayang penulis, Amelia yang selalu menjadi tempat diskusi penulis selama mengerjakan skripsi.
8. Teman seperjuangan penulis, Liviana, Indiana, dan Muzayyanah yang selalu bersama dan membantu dalam kerumitan skripsi penulis. Terima kasih sudah menjadi tempat bercerita dari awal hingga saat ini. Semoga kita dapat bertemu lagi dengan jalan terbaik dari Allah SWT.
9. Untuk seseorang yang tidak dapat disebutkan Namanya di sini, namun selalu menjadi sumber semangat dalam menyelesaikan perjalanan panjang ini. Semoga Allah membalas semua kebaikanmu.
10. Dan yang terakhir, kepada diri saya sendiri. Nabila Churrotul A'in. Terima kasih sudah bertahan sejauh ini. Terima kasih tetap memilih berusaha dan merayakan dirimu sendiri sampai di titik ini, walau sering kali merasa putus asa atas apa yang diusahakan dan belum berhasil. Terima kasih tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dan telah menyelesaiannya sebaik dan semaksimal mungkin. Berbahagialah selalu dimanapun berada, Nabila. Apapun kurang dan lebihmu mari merayakan diri sendiri.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

J E M B E R

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah segala puji syukur bagi Allah Swt Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Atas Rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi sebagai syarat menyelesaikan program sarjana dengan judul “Strategi Inovasi Produk Pembiayaan Berbasis Akad Syariah di Bank Muamalat KC Sidoarjo : Tantangan dan Peluang” dengan baik dan lancar.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis memperoleh banyak dukungan dan juga menerima segala bantuan dari berbagai pihak yang telah memberikan kemurahan hati kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis menyadari dan menyampaikan rasa terima kasih dengan penuh hormat kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Hepni, S. Ag., M.M., CPEM. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Bapak Dr. H. Ubaidillah M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
3. Bapak Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I. selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
4. Ibu Ana Pratiwi, S.E., Ak., M.S.A. selaku Koordinator Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
5. Dr. Hj Nurul Setianingrum, S.E, M.M.selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA) yang telah memberikan arahan terkait pengajuan judul dan skripsi.
6. Ibu Dr. Nurul Widyawati Islami Rahayu, S,Sos, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa memberikan bimbingan, nasehat, arahan, dan bersedia meluangkan waktu serta tenaganya dalam penyusunan skripsi penulis.

7. Seluruh dosen dan staf khususnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan ilmu pengetahuan serta wawasannya kepada penulis selama perkuliahan berlangsung.
8. Kepada seluruh staf Bank Muamalat Sidoarjo khususnya kepada bapak Mochammad Rizki Fauzi yang senantiasa memberikan suguhan yang istimewa, kepedulian serta mempermudah jalan penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini mungkin tidak ada kata lain dalam membahas kebaikan mereka selain kata terimakasih dan sukses selalu untuk kalian, beliau-beliau semua adalah orang orang baik yang pernah penulis temukan selama ini.
9. Semua pihak yang terlibat dan telah berjasa dalam penulisan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.



Jember, September 2025

Nabila Churrotul A'in
NIM. 211105010044

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

ABSTRAK

Nabila Churrotul A'in, Nurul Widyawati Islami Rahayu, 2025 : "Strategi Inovasi Produk Pembiayaan Berbasis Akad Syariah di Bank Muamalat KC Sidoarjo : Tantangan dan Peluang"

Kata Kunci: Strategi Inovasi, Produk Pembiayaan, Akad Syariah, Bank Muamalat, Perbankan Syariah

Perkembangan industri perbankan syariah di Indonesia menuntut setiap lembaga keuangan untuk terus berinovasi agar mampu menjawab dinamika kebutuhan masyarakat yang semakin kompleks serta menghadapi persaingan dengan bank konvensional dan fintech syariah. Bank Muamalat sebagai pelopor bank syariah di Indonesia dituntut untuk mengembangkan strategi inovasi produk pembiayaan berbasis akad syariah yang tidak hanya berorientasi pada kepatuhan syariah, tetapi juga pada efisiensi, daya saing, dan kemaslahatan nasabah. Kondisi tersebut mendorong pentingnya kajian mengenai bagaimana strategi inovasi diterapkan serta kendala yang dihadapi dalam implementasinya di tingkat cabang.

Penelitian ini berfokus pada strategi inovasi produk pembiayaan berbasis akad syariah di Bank Muamalat KC Sidoarjo serta kendala yang dihadapi dalam penerapannya. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis bentuk strategi inovasi produk, proses, organisasi, dan pemasaran yang diterapkan, serta mengidentifikasi kendala internal dan eksternal yang memengaruhi efektivitas strategi inovasi tersebut dalam menghadapi tantangan dan peluang industri perbankan syariah.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan pimpinan cabang, staf, dan nasabah Bank Muamalat KC Sidoarjo, observasi langsung di lapangan, serta dokumentasi. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dengan mengaitkan temuan lapangan pada teori manajemen inovasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi inovasi produk pembiayaan berbasis akad syariah di Bank Muamalat KC Sidoarjo diwujudkan melalui fleksibilitas angsuran pada pembiayaan murabahah, pengembangan pembiayaan produktif berbasis mudharabah muqayyadah untuk UMKM, digitalisasi layanan perbankan, penguatan peran sumber daya manusia, serta program literasi keuangan syariah sebagai inovasi pemasaran. Adapun kendala utama yang dihadapi meliputi keterbatasan kapasitas sumber daya manusia, rendahnya literasi keuangan syariah masyarakat, keterbatasan inovasi proses berbasis teknologi, serta risiko pembiayaan bermasalah akibat faktor eksternal. Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan strategi inovasi produk pembiayaan syariah memerlukan pendekatan yang holistik dengan penguatan organisasi, teknologi, edukasi pasar, dan manajemen risiko yang berkelanjutan.

DAFTAR ISI

Hal

COVER	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBERAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus penelitian	17
C. Tujuan penelitian.....	17
D. Manfaat penelitian.....	17
E. Definisi istilah	19
BAB II KAJIAN PUSTAKA	24
A. Penelitian terdahulu.....	24
B. Kajian Teori.....	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	49
A. Pendekatan dan jenis penelitian	49

B.	Lokasi Penelitian.....	49
C.	Subyek Penelitian.....	49
D.	Teknik Pengumpulan Data	50
E.	Analisis Data	52
F.	Keabsahan Data.....	53
G.	Tahap-tahap Penelitian.....	54
BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA		56
A.	Gambaran Objek Penelitian	56
B.	Struktur Organisasi Bank Muamalat Kc Sidoarjo.....	59
C.	Penyajian Data dan Analisis.....	63
D.	Pembahasan Temuan	76
BAB V PENUTUP		85
A.	Kesimpulan	85
B.	Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA.....		90

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Pembiayaan Bank Muamalat	10
Gambar 4.1 Struktur organisasi.....	63



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbandingan keunggulan yang dimiliki oleh Bank Muamalat KC Sidoarjo dan Lembaga Keuangan Lainnya.....	8
Tabel 1. 2 Perhitungan Rasio NPF (dalam jutaan rupiah).....	12
Tabel 1. 3 Rasio NPF PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk.	14
Tabel 2. 1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu	36



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Di Indonesia terdapat dua jenis institusi keuangan yang disebut bank, yaitu bank konvensional dan bank syariah. Definisi bank secara umum adalah lembaga keuangan yang mengumpulkan dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, dan kemudian mengalirkannya dalam bentuk kredit atau layanan lainnya. Pengertian ini diatur dalam undang-undang No. 10 tahun 1998.¹ Sementara itu, bank syariah adalah bank yang beroperasi tanpa mengandalkan bunga atau institusi keuangan produk dan operasionalnya didasarkan pada prinsip-prinsip syariah yang berlandaskan Al-Quran dan As-sunnah. Perbedaan mendasar antara bank syariah dan bank konvensional adalah sistem bagi hasil yang digunakan oleh bank syariah. Di Indonesia terdapat beberapa jenis bank syariah salah satunya yaitu bank muamalat indonesia.

Bank syariah adalah entitas yang melakukan penghimpunan dana dari masyarakat dalam bentuk pembiayaan atau dengan kata lain melaksanakan fungsi intermediasi keuangan. Dalam sistem perbankan di Indonesia terdapat dua macam sistem operasional perbankan, yaitu bank konvensional dan bank syariah. Sesuai UU No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau prinsip hukum islam yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia seperti prinsip keadilan dan keseimbangan ('adl wa tawazun),

¹ "UU RI No. 10 Perbankan" (1998).

kemaslahatan (maslahah), universalisme (alamiyah), serta tidak mengandung gharar, maysir, riba, zalim dan obyek yang haram.²

Perkembangan Bank Syariah di Indonesia kini telah menjadi tolak ukur keberhasilan eksistensi ekonomi syariah. Berdasarkan hasil kerja tim Perbankan MUI tersebut kemudian diusulkan perbankan berbasis Islam, maka berdirilah sebuah “bank syariah” atau “bank Islam” pertama di Indonesia dengan nama PT. Bank Muamalat Indonesia (BMI), yang sesuai akta pendiriannya, berdiri pada tanggal 1 November 1991. Kemudian terhitung sejak tanggal 1 Mei 1992, BMI resmi beroperasi dengan modal awal sebesar Rp 106.126.382.000,-^{3.4} PT. Bank Muamalat sebagai bank syariah yang pertama dan menjadi pioner bagi bank syariah lainnya telah lebih dahulu menerapkan sistem ini di tengah menjamurnya bank-bank konvensional.

Krisis moneter yang terjadi pada tahun 1998 telah menenggelamkan bank-bank konvensional dan banyak dilikuidasi karena kegagalan sistem bunganya, sementara perbankan yang menerapkan sistem syariah dapat tetap eksis dan mampu bertahan. Tidak hanya itu, di tengah-tengah krisis keuangan global yang melanda dunia pada ujung akhir tahun 2008, lembaga keuangan syariah kembali membuktikan daya tahananya dari terpaan krisis. Lembaga-lembaga keuangan syariah tetap stabil dan memberikan keuntungan, kenyamanan serta keamanan bagi para pemegang sahamnya pemegang surat berharga, peminjam dan para penyimpan dana di bank-bank syariah. Hal ini dapat dibuktikan dari keberhasilan bank muamalat melewati krisis yang terjadi

²“Perbankan Syariah dan Kelembagaannya,” diakses 8 November 2024, <https://www.bankmuamalat.co.id/index.php/hubungan-investor/laporan-tahunan>.

pada tahun 1998 dengan menunjukkan kinerja yang semakin meningkat dan tidak menerima sepersen pun bantuan dari pemerintah dan pada krisis keuangan pada tahun 2008, bank muamalat bahkan mampu memperoleh laba Rp. 300 miliar lebih.³

Sidoarjo, sebagai salah satu kota di Jawa Timur memiliki sejumlah bank syariah yang siap melayani kebutuhan perbankan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Adapun bank syariah di sidoarjo di antaranya yaitu, Bank Syariah Indonesia KCP Sidoarjo, Bank Jatim Syariah KCP Sidoarjo, Bank Muamalat KC Sidoarjo dan lain lain. Keberadaan bank syariah ini memberikan alternatif bagi masyarakat yang ingin mengelola keuangan dengan cara yang lebih sesuai dengan nilai-nilai agama.

Perbankan syariah menjadi salah satu lembaga keuangan yang berkembang saat ini. Dalam persaingannya dengan lembaga keuangan yang lain, perbankan syariah dituntut agar pengelolaan manajemennya meningkatkan kinerjanya. Dengan opsi adanya inovasi dalam berbagai aspek termasuk juga pada produk bank yang akan dijual kepada masyarakat. Meskipun Indonesia adalah negara yang mayoritas muslim, tetapi masih banyak yang memakai sistem konvensional ketimbang syariah. Padahal sudah jelas konvensional memakai sistem riba yang diharamkan dikonsumsi oleh muslim. Faktor lain juga dikarenakan kurangnya inovasi pada produk perbankan syariah, sehingga banyak masyarakat awam yang menganggap sistem syariah merupakan hanya salinan dari sistem konvensional. Agar dapat

³ Nurul Ichsan Hasan, Pengantar Perbankan Syariah, (Ciputat: GP Press Group, 2014), 104

bersaing dengan perbankan konvensional maka perbankan syariah tentu saja memerlukan perkembangan inovasi produk dan pelayanan agar masyarakat tertarik dengan perbankan syariah.⁴

Sebagai upaya untuk meningkatkan kinerja pada perbankan syariah, dibutuhkan inovasi. Tujuan dari inovasi tidak hanya untuk mengurangi biaya semata, akan tetapi merupakan alasan untuk peningkatan kualitas produk dan pelayanan, merancang produk yang lebih baik, daur hidup produk yang lebih panjang, dan merespons kebutuhan dan tuntutan pelanggan. Di samping itu, inovasi dilakukan untuk mengembangkan produk dan pelayanan baru, model organisasi yang baru dan teknik pemasaran baru. Setiap perusahaan harus menciptakan inovasi untuk memperluas pasar baru serta mempertahankan pangsa pasar mereka saat ini. Salah satu inovasi yang dapat dikembangkan yaitu melalui inovasi produk.⁵ Inovasi produk merupakan inovasi yang berupa produk, jasa, atau ide yang diterima sebagai sesuatu yang baru.⁶ Pengembangan produk sangat penting dalam membentuk loyalitas pelanggan. Inovasi produk secara lebih baik dapat terlaksana dengan memahami praktik apa yang terbaik yang harus diadopsi untuk proses pengembangan produk. Semua perusahaan harus memperbarui produk dan layanan mereka untuk bertahan hidup.⁷ Inovasi juga merupakan kunci untuk meningkatkan

⁴ Muhammad Amirul Mukminin, “Pentingnya Manajemen Inovasi Pada Produk Perbankan Syariah Agar Bisa Bersaing Dengan Bank Konvensional,” Jurnal Perbankan Syariah, No. 1 (2018), 1.

⁵ Wawan Dhewanto, dkk, Manajemen Inovasi (Peluang Sukses Menghadapi Perubahan) (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014), 67.

⁶ Endah Rahayu Lestari, Manajemen Inovasi (Upaya Meraih Keunggulan Kompetitif) (Malang: UB Press, 2019), 18

⁷ Wawan Dhewanto, dkk, Manajemen Inovasi (Peluang Sukses Menghadapi Perubahan) (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014), 68.

produktivitas dan daya saing. Bagi dunia bisnis inovasi artinya pertumbuhan perusahaan. Bisa dikatakan perusahaan yang inovatif tentu saja merupakan idaman para pemegang saham lantaran ia dapat mendongkrak laba. Ketiadaan inovasi dapat menimbulkan stagnasi bisnis, di mana kondisi ini membuat rentannya terjadi pengurangan lapangan kerja. Karenanya perbankan syariah harus mampu berinovasi agar bersaing dengan perbankan konvensional untuk meningkatkan market share.

Semakin inovatif bank syariah meningkatkan manajemen inovasi, terutama inovasi produk, maka semakin cepat pula pasar berkembang. Maka, lemahnya inovasi produk bank syariah, bagaimanapun berimbang kepada lambatnya pengembangan pasar. Lemahnya inovasi produk dan pengembangan pasar bank syariah harus segera diatasi, agar pengembangan bank syariah lebih cepat. Inovasi produk diperlukan agar bank syariah bisa lebih optimal dalam memanfaatkan fenomena global. Karena itu harus melakukan inisiatif akelerasi luar biasa dalam pengembangan pasar dan pengembangan produk. Kurangnya inovasi produk antara lain, dikarenakan kemampuan SDM yang masih terbatas. Kemampuan SDM masih terbatas, jadi bank syariah harus lebih mengembangkan produk dengan kreatif dan inovatif.⁸

Dalam Bank Muamalat terdapat produk pembiayaan syariah. Dimana pembiayaan syariah merupakan aktivitas penyediaan sejumlah dana oleh bank dalam memenuhi kebutuhan nasabahnya melalui skema pembiayaan syariah baik melalui akad mudharabah, syirkah, murabahah, istishna', salam, ijarah,

⁸ Muhammad Amirul Mukminin, "Pentingnya Manajemen Inovasi Pada Produk Perbankan Syariah Agar Bisa Bersaing Dengan Bank Konvensional," 6.

dan gadai.⁹ Sedangkan menurut UU No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan Syariah mendefinisikan pembiayaan sebagai penyediaan uang atau tagihan yang disetarakan 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 yang telah disepakati.¹⁰ Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pembiayaan merupakan penyediaan uang dari bank untuk memenuhi kebutuhan nasabah melalui akad-akad syariah.

Pada sistematis pembiayaan yang dilakukan oleh Bank Muamalat Sidoarjo, terdapat beberapa inovasi produk baru yang diterapkan perusahaan pada nasabah. Inovasi produk yang diterapkan salah satunya adalah pembiayaan murabahah dengan skema pembayaran fleksibel. Skema pembayaran ini diterapkan agar dapat memungkinkan nasabah untuk memilih jangka waktu pembayaran yang sesuai dengan kemampuan mereka. Keputusan tersebut memiliki kelebihan dalam memberikan fleksibilitas kepada nasabah supaya dapat mengelola keuangan mereka lebih efektif. Hal ini telah diterapkan Bank Muamalat Sidoarjo setelah adanya perubahan tarif layanan yang berlaku sejak per 1 Februari 2025. Sedangkan, pada Bank Muamalat lainnya seperti cabang Lamongan dan cabang Tuban, perusahaan mereka belum menerapkan inovasi produk yang telah berjalan pada Bank Muamalat Sidoarjo.¹¹

⁹ Ahmadiono, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, (Jember : IAIN Jember Press, 2021),2

¹⁰ Nurlaili, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, (Pekanbaru : Cahaya Firdaus Publishing and Printing, 2018), 1

¹¹ Observasi di Bank Muamalat Sidoarjo, 9-11 Juni 2025.

Kota Sidoarjo sendiri memiliki beberapa bank syariah yang beroperasi selain Bank Muamalat, seperti Bank Syariah Indonesia, Bank Muamalat Indonesia, Bank Mega Syariah, BCA Syariah, Bank Bukopin, BTPN Syariah, dan Bank Panin Dubai Syariah. Namun, Bank Muamalat KC Sidoarjo memiliki keunggulan tersendiri dengan menawarkan produk pembiayaan syariah yang inovatif. Mereka menyediakan KPR dengan sistem bagi hasil dan pembiayaan untuk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dengan skema mudharabah muqayyadah. Dengan inovasi ini, Bank Muamalat menunjukkan komitmennya untuk mengembangkan produk yang sesuai dengan prinsip syariah dan kebutuhan masyarakat. Dengan demikian, Bank Muamalat KC Sidoarjo dapat membedakan dirinya dari bank syariah lain di daerah tersebut dan menunjukkan kemampuannya dalam memberikan solusi keuangan yang tepat bagi masyarakat.. Produk-produk ini menyasar segmen masyarakat yang semakin sadar akan pentingnya prinsip-prinsip syariah dalam pengelolaan keuangan. Keunggulan kompetitif Bank Muamalat KC Sidoarjo terletak pada jaringan kantor yang luas, keahlian dalam mengelola produk syariah, serta dukungan dari masyarakat yang loyal. Namun, tantangan seperti persaingan dari *fintech* syariah dan perubahan preferensi nasabah generasi milenial perlu diantisipasi. Peluang besar masih terbuka lebar, terutama dalam pengembangan produk-produk berbasis digital dan syariah yang dapat memenuhi kebutuhan generasi muda. Berdasarkan hasil observasi yang mendalam terkait perbandingan sehingga melibatkan beberapa pihak seperti

table dibawah ini yang menggambarkan terkait perbandingan keunggulan dari Bank Muamalat KC Sidoarjo.

Tabel 1. 1
Perbandingan keunggulan yang dimiliki oleh Bank Muamalat KC Sidoarjo dan Lembaga Keuangan Lainnya

No	Aspek	Bank Muamalat Sidoarjo	Bank Lain (BCA, BRI, Mandiri)	Bank Syariah Lain (Bank Mega, BCA, BSI, Bukopin, BTPN, Panin Dubai)
1.	Inovasi Produk dan Layanan	Fokus pada produk dan layanan syariah (tabungan, deposito, pembiayaan)	Menyediakan produk konvensional dan syariah	Fokus pada produk dan layanan syariah (tabungan, deposito, pembiayaan)
		Inovasi Digital dengan aplikasi mobile banking untuk transaksi cepat	Inovasi Teknologi canggih (QR, dompet digital, transfer antar bank)	Inovasi Digital dengan aplikasi mobile banking yang dilengkapi dengan fitur lengkap seperti transfer, pembelian pulsa, dan lain-lain.
		Menyediakan pembiayaan mikro untuk pelaku usaha	Layanan digital lebih maju dan beragam fitur	Menyediakan fitur pendukung ibadah seperti pembayaran zakat, infaq, dan lain-lain.
2.	Ketertarikan Masyarakat dalam Memilih Bank	Basis pasar syariah (mendapat perhatian masyarakat yang peduli prinsip halal-haram)	Kemudahan dan jaringan luas (ATM, cabang lebih banyak)	Patuh terhadap prinsip syariah karna berpedoman pada prinsip-prinsip syariah islam yang menghindari riba, gharar, dan maysir
		Kepercayaan pada prinsip syariah menarik nasabah yang ingin transaksi sesuai agama	Kecepatan dan kemudahan akses layanan digital	Transparansi dan keadilan dalam operasional yang dimana bank syariah mengedepankan prinsip transparansi dan keadilan agar nasabah mendapatkan informasi yang jelas mengenai produk dan layanan yang ditawarkan
3.	Akses Layanan Digital	Aplikasi mobile banking yang memadai tetapi belum sebaik bank besar lainnya	Aplikasi digital lebih maju dengan banyak fitur seperti QR, dompet digital	Tampilan dan branding yang Islami yang mencerminkan nilai-nilai islam seperti icapan salam kata-kata Amanah dan

				berkah dan desain yang menenangkan dan identik dengan nuansa islam
4.	Jaringan dan Infrastruktur	Jaringan lebih terbatas dibandingkan dengan bank besar lain	Jaringan lebih luas (ATM, cabang, dan layanan digital)	Bank syariah memeliki kemitraan dengan institusi keagamaan dan komunitas umat seperti dengan masjid, pesantren, ormas islam, dan lembaga zakat

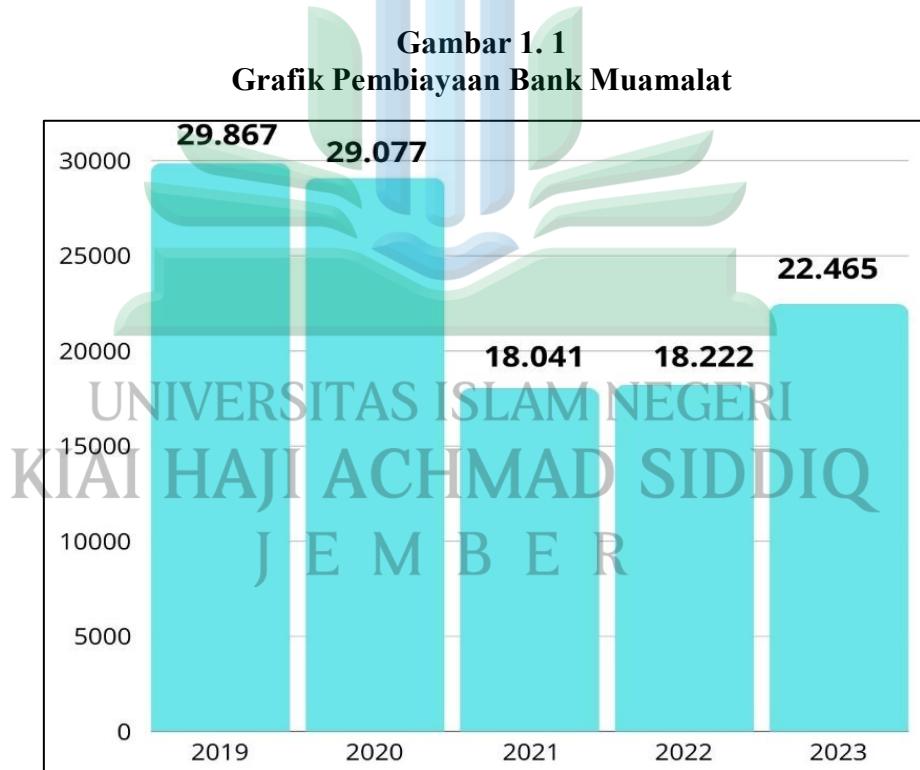
Sumber: Data diolah peneliti tahun 2025

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa Bank Muamalat Kantor Cabang (KC) Sidoarjo memiliki sejumlah keunggulan yang membedakannya dari bank lain, terutama dalam hal layanan berbasis syariah. Bank ini menonjol dalam menyediakan produk-produk perbankan syariah, seperti tabungan, deposito, dan pembiayaan, yang sesuai dengan prinsip-prinsip halal. Hal ini menarik perhatian masyarakat yang peduli pada aspek halal-haram dalam transaksi keuangan, khususnya nasabah Muslim. Selain itu, Bank Muamalat KC Sidoarjo juga menawarkan pembiayaan mikro yang dirancang khusus untuk mendukung pelaku usaha kecil dan mikro.

Sedangkan dari segi inovasi digital, Bank Muamalat telah menghadirkan aplikasi mobile *banking* untuk mempermudah transaksi nasabah. Meskipun masih perlu pengembangan lebih lanjut agar setara dengan fitur-fitur canggih yang dimiliki oleh bank besar lainnya, aplikasi ini sudah memadai untuk kebutuhan transaksi harian. Kepercayaan masyarakat terhadap prinsip syariah yang diusung oleh Bank Muamalat menjadi salah satu faktor utama yang membuat bank ini diminati oleh nasabah yang ingin bertransaksi sesuai dengan nilai-nilai agama.

Maka dari itu dengan fokus pada pasar syariah, Bank Muamalat KC Sidoarjo menawarkan layanan yang tidak hanya memenuhi kebutuhan finansial nasabah tetapi juga mendukung nilai-nilai keagamaan. Keunggulan ini menjadikannya pilihan utama bagi masyarakat yang mencari layanan perbankan berbasis syariah di wilayah Sidoarjo.

Kemudian terdapat pula data yang menguatkan bahwa dalam hal pembiayaan Bank Muamalat mengalami kenaikan dan penurunan seperti menurut laporan tahunan annual report PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, tentang pembiayaan (financing) didapatkan data sebagai berikut:



Sumber: Grafik Pembiayaan Bank Muamalat

Dari grafik diatas dapat diketahui bahwa pada tahun 2019 pembiayaan di PT Bank Muamalat mencapai puncak tertinggi yaitu sebesar 29.867 miliar rupiah, pada tahun 2020 mengalami penurunan sebesar 790 miliar rupiah hingga mencapai nominal 29.077, kemudian pada tahun 2021 juga mengalami penurunan yang sangat drastis hingga mencapai nominal 18.041, selanjutnya pembiayaan PT. Bank Muamalat mengalami kenaikan kembali pada tahun 2022 sebesar 181 miliar rupiah hingga mencapai nominal 18.222 dan pada tahun 2023 juga mengalami kenaikan hingga mencapai nominal 22.465 miliar rupiah.

Sedangkan data pembiayaan pada PT. Bank Syariah Indonesia pada Juni 2024, total pembiayaan yang diberikan oleh BSI mencapai Rp257,39 triliun. Angka ini menunjukkan pertumbuhan sebesar 15,99% dibandingkan dengan periode yang sama tahun sebelumnya. Artinya, BSI berhasil meningkatkan jumlah pembiayaan yang diberikan kepada nasabah secara signifikan. Selain pertumbuhan pembiayaan, tercatat ada penurunan Non-Performing Financing (NPF). NPF adalah rasio yang menunjukkan proporsi kredit atau pembiayaan yang macet atau tidak dapat ditagih. Pada Juni 2024, NPF BSI tercatat sebesar 1,99% (gross), jauh lebih baik dibandingkan dengan Juni 2023 yang mencapai 2,31%. Penurunan NPF ini mengindikasikan kualitas aset BSI semakin membaik, karena semakin sedikit nasabah yang menunggak pembayaran.¹²

¹² BSI Dinobatkan The Most Efficient Bank & Best Performance Bank Kategori Bank Syariah, Diakses pada 8 November, 2024. <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita>

Sebagai bagian dari industri perbankan, Bank Muamalat juga tidak terlepas dari tantangan yang perlu dihadapi. Adapun beberapa tantangan utama yang dihadapi oleh bank ini adalah *Non Performing Financing* dan Aset Produktif Bermasalah.¹³ *Non Performing Financing* (NPF) adalah parameter utama yang digunakan untuk mengevaluasi risiko kredit bank dan menilai kemampuan bank dalam mengelola pembiayaan yang mengalami masalah. Selain itu, NPF juga menjadi kriteria penting dalam menilai seberapa efektif sebuah bank dalam mengelola pembiayaan yang bermasalah, terutama ketika kualitas asetnya menurun. NPF adalah sebuah ukuran kinerja keuangan yang mengevaluasi seberapa efisien bank dalam menjalankan fungsinya. Salah satu fungsi bank adalah menjadi perantara antara pihak yang memiliki dana lebih dengan pihak yang membutuhkan dana. Jika nilai NPF tinggi, itu menunjukkan bahwa bank memiliki kesulitan dalam mengurangi jumlah pembiayaan yang bermasalah.¹⁴ Dalam konteks Bank Muamalat, hasil perhitungan rasio NPF selama periode 2018-2022 memberikan gambaran yang sangat berharga tentang performa dan kestabilan bank tersebut dalam menghadapi tantangan pembiayaan yang bermasalah. Berikut merupakan hasil perhitungan rasio NPF pada Bank Muamalat 2018-2022:

Tabel 1. 2
Perhitungan Rasio NPF (dalam jutaan rupiah)

Tahun	Total Pembiayaan	Pembiayaan Bermasalah	NPF (%)
2018	1.293.317	33.627.180	3,85
2019	1.558.696	29.877.007	5,22

¹³ Gilda “Analisis SWOT Bank Muamalat : Keunggulan dan Tantangan Dalam Industri Perbankan Islam”, 2023. <https://shorturl.at/b90XO>

¹⁴ Indah Harum Rezeki dan Heni Noviarita, Analisis Rasio Kinerja Keuangan Bank Muamalat Indonesia Pada Masa Pandemi, *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 07, no. 01 (2021): 64-75.

2020	1.416.169	29.083.963	4,87
2021	119.585	18.041.416	0,66
2022	521.475	18.822.303	2,77

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Data dalam tabel menunjukkan bahwa pada tahun 2019, persentase pemberian bermasalah (NPF) PT Bank Muamalat Indonesia meningkat sebesar 5,22%, menunjukkan penurunan kualitas. Bank Indonesia menilai kondisi keseluruhan bank sebagai tidak sehat, menandakan ketidakmampuan bank untuk menangani dampak negatif yang signifikan dari perubahan dalam kondisi bisnis dan faktor eksternal lainnya. Namun, pada tahun 2021, rasio NPF PT Bank Muamalat Indonesia mengalami penurunan yang signifikan sebesar 0,66%, dan pada tahun 2022 turun menjadi 2,77%, berada di bawah ambang batas 5%. Ini menunjukkan bahwa Bank Muamalat Indonesia masih mampu memenuhi kewajiban jangka pendek dengan tepat waktu.¹⁵

Pembiayaan di PT. Bank Muamalat Indonesia berbeda dengan bank konvensional, karena dalam PT. Bank Muamalat Indonesia pembiayaan tersebut berbeda dengan kredit yang sering kita kenal. Dalam PT. Bank Muamalat Indonesia tidak ada istilah kreditur dan debitur karena pada pembiayaan di PT. Bank Muamalat Indonesia merupakan sebuah kesepakatan antara bank dengan nasabah yang sedang memerlukan dana untuk membiayai kegiatan atau aktivitas tertentu. Pembiayaan pada PT. Bank Muamalat

¹⁵ Nur Nadila Harisanti, dkk., Analisis Pembiayaan Perbankan (Studi Kasus) Pada Bank Syariah PT. Bank Muamalat Indonesia. *Jurnal Rumpuan Manajemen dan Ekonomi*, Vol. 1, no. 1, (Maret 2024): 57-58.

Indonesia membutuhkan kehati-hatian dalam penyalurannya, sehingga pihak bank harus mengelolanya dengan menggunakan prinsip kehati-hatian.¹⁶

PT. Bank Muamalat Indonesia dalam rangka menyalurkan dananya kepada masyarakat ternyata tidak semuanya berjalan dengan lancar, melainkan ada beberapa nasabah yang mengalami hambatan atau permasalahan dalam hal pengembalian pembiayaan atau bisa disebut dengan Non *Performing Financing* (NPF) atau pembiayaan bermasalah. Menurut peraturan Bank Indonesia (BI) Nomor 20/8/PBI/2018 bahwa, tingkat NPF atau pembiayaan bermasalah tidak boleh melebihi angka 5%. Dari data awal yang didapatkan peneliti dari laporan keuangan triwulan PT. Bank Muamalat Indonesia, berdasarkan data Non *Perfroming Financing* (NPF) selama 3 triwulan terakhir berdasarkan data dari laporan rasio keuangan PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, sebagai berikut:

Tabel 1. 3
Rasio NPF PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk.

NO.	Tahun	Triwulan	Percentase NPF
1.	Tahun 2021	Triwulan 1	4,93%
		Triwulan 2	4,93%
		Triwulan 3	4,94%
		Triwulan 4	0,64%
2.	Tahun 2022	Triwulan 1	0,94%
		Triwulan 2	2,22%
		Triwulan 3	2,35%
		Triwulan 4	2,78%
3.	Tahun 2023	Triwulan 1	2,75%
		Triwulan 2	2,70%
		Triwulan 3	2,18%

Sumber : Laporan Keuangan PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk.

¹⁶ Putri Kamilatur Rohmi, "Implementasi Akad Musyarakah Muntanaqisah Pada Pembiayaan Kepemilikan Rumah Di Bank Muamalat Lumajang", Iqtishoduna, No. 1 (April, 2015): 30.

Berdasarkan tabel di atas, jumlah NPF di PT. Bank Muamalat Indonesia pada tahun 2021 berdasarkan laporan triwulan yaitu, triwulan 1 mencapai angka 4,93% kemudian pada triwulan 2 tetap saja berada di 8 angka 4,93%, dan pada triwulan ke 3 angka NPF meningkat menjadi 4,94%, dan pada triwulan ke 4 angka NPF menurun menjadi 0,64%. Pada tahun 2022 laporan triwulan 1 meningkat kembali di angka 0,94%, kemudian pada triwulan ke 2 angka NPF meningkat mencapai 2,22%, dilanjutkan pada triwulan ke 3 meningkat menjadi 2,35% dan pada triwulan ke 4 angka NPF meningkat sampai 2,78%. Pada tahun 2023 angka NPF di triwulan ke 1 menurun di angka 2,75%, pada triwulan ke 2 angka NPF semakin menurun di angka 2,70%, dan pada triwulan ke 3 angka NPF menurun kembali di angka 2,18%, maka hal tersebut menunjukkan adanya pengentasan pembiayaan bermasalah. Meskipun jumlah NPF di PT. Bank Muamalat Indonesia tidak melebihi batas ketentuan peraturan Bank Indonesia yaitu 5%, akan tetapi apabila terus dibiarkan maka kondisi ini tentu akan berimbas pada kelancaran operasional dan kesehatan bank.

Penyelamatan pembiayaan adalah istilah teknis yang sudah biasa dipergunakan di kalangan perbankan terhadap upaya dan langkah-langkah yang dilakukan bank dalam mengatasi pembiayaan bermasalah.¹⁷ Penyelamatan pembiayaan merupakan upaya dipergunakan di kalangan perbankan terhadap debitur yang masih memiliki prospek usaha yang baik, namun kesulitan pembayaran pokok atau kewajiban-kewajiban lainnya, agar

¹⁷ Wangsawidjaja, *Pembiayaan Bank Syariah*, (Jakarta: PT. Gramedia, 2012), 447.

debitur dapat memenuhi kembali kewajibannya yang di laksanakan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia. Banyak cara yang dapat dilakukan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia untuk penyelesaian pembiayaan bermasalah ini, tergantung pada berat ringannya masalah yang dihadapi, serta sebab-sebab terjadinya kemacetan. Penyelesaian pembiayaan bermasalah pada perbankan syariah ternyata hampir sama dengan yang terjadi dalam perbankan konvensional. Hal ini dapat dibaca dalam PBI No. 13/9/PBI/2011 tentang perubahan atas PBI No. 10/18/PBI/2008 tentang restrukturisasi pembiayaan bagi Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah.

Dalam penelitian ini, penulis memilih Bank Muamalat KC Sidoarjo sebagai objek penelitian karena Bank Muamalat KC Sidoarjo memiliki reputasi yang baik dalam pelayanan pembiayaan. Ini memberikan kesempatan untuk melihat bagaimana inovasi yang dilakukan menjadi nilai yang positif. Banyak ulasan menyoroti layanan pembiayaan yang sangat baik di KC Bank Muamalat Sidoarjo. Karyawan yang ramah dan siap membantu menciptakan pengalaman positif, yang menunjukkan pentingnya pembiayaan dalam meningkatkan Inovasi tantangan dan peluang. Strategi yang tepat dapat mempengaruhi kualitas layanan yang diberikan oleh karyawan, dan pada gilirannya, dapat meningkatkan reputasi pada Bank Muamalat.

Berdasarkan uraian latar belakang, fenomena, permasalahan, dan tujuan penelitian terdahulu, maka penulis tertarik untuk memahami dan melakukan pengkajian secara mendalam dalam bentuk laporan tentang bagaimana Inovasi dan tantangan hingga peluang yang terapkan untuk

mengoptimalkan sumber daya manusia mereka dan mencapai keberhasilan yang lebih besar. dan mengangkat sebuah judul penelitian “**Strategi Inovasi Produk Pembiayaan Berbasis Akad Syariah Di Bank Muamalat KC Sidoarjo : Tantangan dan Peluang”**

B. Fokus penelitian

1. Bagaimana strategi inovasi produk pembiayaan berbasis akad syariah di Bank Muamalat KC Sidoarjo?
2. Apa saja kendala dalam menerapkan strategi inovasi produk pembiayaan berbasis akad syariah di bank Muamalat KC Sidoarjo dalam menghadapi tantangan dan peluang?

C. Tujuan penelitian

Adapun tujuan penelitian ini, Yaitu:

1. Untuk mengetahui strategi inovasi produk pembiayaan berbasis akad syariah di Bank Muamalat KC Sidoarjo.
2. Untuk mengetahui apa saja kendala dalam menerapkan strategi inovasi produk pembiayaan berbasis akad syariah di Bank Muamalat KC Sidoarjo dalam menghadapi tantangan dan peluang.

D. Manfaat penelitian

Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi apa yang akan diberikan setelah selesai melakukkan penelitian. manfaat dapat berupa manfaat yang bersifat teoritis dan juga praktis, seperti kegunaan bagi peneliti, instansi dan masyarakat secara keseluruhan. Kegunaan penelitian harus realistik.¹⁸

¹⁸ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: UIN KHAS Jember, 2021).

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi berbagai pihak, antara lain sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Berdasarkan Penelitian ini diharapkan memberikan pengetahuan terhadap suatu masalah yang akan diteliti yaitu mengenai **Strategi Inovasi Produk Pembiayaan Berbasis Akad Syariah Di Bank Muamalat KC Sidoarjo :Tantangan dan Peluang**. Serta diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi atau wacana untuk penelitian selanjutnya

2. Manfaat Praktis

a. Bagi penulis

- 1) Penelitian ini digunakan untuk melengkapi syarat memperoleh gelar sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam program Studi Perbankan Syariah.

- 2) Dapat menambah wawasan, pengetahuan dan pengalaman tentang karya ilmiah sebagai bekal awal untuk mengadakan penelitian selanjutnya.

- 3) Sebagai tambahan informasi tentang hal-hal yang berkaitan dengan Strategi Inovasi Produk Pembiayaan Berbasis Akad Syariah Di Bank Muamalat KC Sidoarjo :Tantangan dan Peluang.

b. Bagi UINKHAS Jember

- 1) Menambah literatur kepustakaan UIN Kiai Haji Achmad Shiddiq Jember, khususnya program studi Perbankan Syariah.

2) Menambah bahan informasi dan ilmu pengetahuan tentang Strategi Inovasi Produk Pembiayaan Berbasis Akad Syariah Di Bank Muamalat KC Sidoarjo :Tantangan dan Peluang.

c. Bagi lembaga yang diteliti

Menjadi sebuah masukan dan saran yang konstruktif sebagai bahan pertimbangan untuk lebih memperhatikan dalam Bank Muamalat KC Sidoarjo.

d. Bagi pembaca

Dapat di jadikan bahan pertimbangan dan refrensi terhadap penelitian yang relevan.

E. Definisi istilah

Definisi istilah berisi tentang pengertian istilah-istilah penting yang akan jadi titik perhatian di dalam judul penelitian. Tujuannya agar tidak menjadi kesalahpahaman terhadap makna istilah sebagaimana dimaksud oleh peneliti.¹⁹ Definisi istilah yang ada di dalam penelitian ini sebagai beikut:

1. Strategi

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ J E M B E R

Strategi adalah proses untuk menentukan rencana para pemimpin yang bertanggung jawab atas keseluruhan manajemen perusahaan untuk fokus pada tujuan jangka panjang pada suatu organisasi, serta menyusun rencana untuk mencapai tujuan tersebut dapat tercapai atau tepat sasaran.²⁰

¹⁹ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah* (jember. UIN KHAS Jember, 2021),46.

²⁰ M.M Dra.Yatminiwati, *Manajemen Strategi: Buku Ajar Perkuliahan Bagi Mahasiswa*, Widya Gama Press, 2019.

Peneliti memakai kata strategi sebagai suatu proses perencanaan yang di lakukan oleh kelompok atau individu agar rencana yang di susun tepat sasaran dan mencapai tujuan.

2. Inovasi

Inovasi mewakili suatu perubahan yang mendalam dan kreatif dalam berbagai aspek kehidupan, yang melibatkan integrasi pengetahuan, teknologi, dan sumber daya lainnya untuk menciptakan nilai baru. Dalam ranah perbankan, inovasi bukan sekadar sebatas pengembangan teknologi baru, tetapi juga mencakup restrukturisasi bisnis, adaptasi rutinitas, dan penyesuaian strategis. Melalui inovasi, bank dapat mengintegrasikan seluruh proses, produk, dan strategi organisasi untuk meraih kesuksesan di pasar dengan mengidentifikasi dan merespons peluang bisnis baru dengan cepat dan efektif.²¹

3. Strategi inovasi

Strategi inovasi adalah langkah-langkah yang dirancang dan diterapkan oleh organisasi untuk meningkatkan atau menciptakan produk, layanan, dan proses baru.²²

strategi inovasi melibatkan penciptaan pertumbuhan baru, adopsi teknologi baru, penyediaan layanan baru, pelaksanaan yang inovatif, serta perubahan fundamental dalam model bisnis yang dapat menghasilkan nilai baru yang signifikan bagi konsumen dan pelanggan.²³

²¹ Lena Elitan, *Manajemen Inovasi* (Bandung: Alfabeta, 2015), 9.

²² Elitan, *Manajemen Inovasi*, 27.

²³ Nawawi, “*Strategi Inovasi Produk dan Kompetitif Bisnis dalam Perspektif Islam*,” 71.

Pada dunia perbankan, strategi inovasi produk adalah salah satu komponen kunci dalam menjaga daya saing dan memenangkan pasar. Perbankan adalah industri yang sangat terpengaruh oleh perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen. Tanpa strategi inovasi yang kuat, bank dapat dengan mudah tertinggal dalam menghadapi tantangan ini.²⁴ Selain itu, inovasi produk juga mencakup penggunaan teknologi baru seperti kecerdasan dan analitik data untuk meningkatkan pengalaman nasabah, mengidentifikasi potensi penipuan, dan memberikan rekomendasi produk yang lebih personal. Penerapan teknologi ini dapat membantu bank dalam meningkatkan efisiensi operasional dan menjawab kebutuhan nasabah dengan lebih baik.

Dengan demikian, strategi inovasi produk dalam dunia perbankan adalah kunci untuk tetap relevan dan kompetitif di era digital saat ini. Bank yang mampu terus menerapkan inovasi produk yang relevan dengan kebutuhan nasabah akan lebih mungkin berhasil dalam mempertahankan dan menarik nasabah baru, serta mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan.²⁵

4. Produk Pembiayaan

Salah satu kegiatan utama bank syariah adalah menyalurkan dananya kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan, atau kredit dalam istilah bank konvensional. Pembiayaan bank syariah merupakan aktivitas penyediaan sejumlah dana oleh bank syariah dalam memenuhi kebutuhan

²⁴ Riyadi, *Strategi Manajemen Bank Syariah dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah*, 41.

²⁵ Pramono dan Wahyuni, “Strategi Inovasi dan Kolaborasi Bank Wakaf Mikro Syariah dan Umkm Indonesia di Era Digital,” 196.

nasabahnya melalui skema pembiayaan syariah baik melalui akad mudharabah, syirkah, murabahah, istihna', salam, ijarah maupun gadai.²⁶

Adapun beberapa produk pembiayaan yang ada di Bank Muamalat Sidoarjo sebagai berikut:

a. Pembiayaan iB Muamalat Modal Kerja

Pembiayaan iB Muamalat Modal Kerja adalah solusi pemenuhan modal kerja dengan akad mudharabah, murabahah, dan musyarakah bagi nasabah non perorangan. Pembiayaan iB Muamalat Modal Kerja dalam mata uang rupiah dan dolar Amerika Serikat dengan masa tenor maksimal satu tahun dan dapat diperpanjang. Sifat pembiayaan ini adalah *revolving* dan *non revolving*.

b. Pembiayaan iB Muamalat Asset Refinance Syariah

Pembiayaan iB Muamalat Asset Refinance Syariah adalah produk pembiayaan khusus segmentasi corporate dengan skema *refinancing* berdasarkan prinsip syariah, yang bertujuan untuk membiayai suatu perusahaan yang memiliki investasi atas suatu aset produktif maupun aset atas proyek usaha yang telah berjalan atau memiliki kontrak kerja dengan bowheer dan telah menghasilkan pendapatan yang bersifat rutin. Pembiayaan ini diperuntukan nasabah *Non Individual* (Berbentuk Badan Hukum Perseroan Terbatas).

²⁶ Ahmadiono, Manajemen Pembiayaan Bank Syariah, 2.

c. Pembiayaan iB Muamalat Investasi

Pembiayaan iB Muamalat Investasi adalah produk pembiayaan yang akan membantu kebutuhan investasi usaha nasabah sehingga mendukung rencana ekspansi yang telah disusun. Pembiayaan ini diperuntukan pada Perorangan (WNI) pemilik usaha dan badan usaha yang memiliki legalitas di Indonesia.

d. iB Muamalat Pembiayaan Sindikasi

iB Muamalat Pembiayaan Sindikasi adalah solusi yang inovatif dalam memenuhi kebutuhan pendanaan proyek besar dengan mematuhi prinsip-prinsip syariah. Dengan melibatkan beberapa bank dalam proses pembiayaan, produk ini tidak hanya membantu mengurangi risiko tetapi juga memungkinkan partisipasi dalam proyek-proyek yang memiliki potensi keuntungan tinggi.

e. iB Muamalat Pembiayaan Rekening Koran Syariah

iB Muamalat Pembiayaan Rekening Koran Syariah adalah iB Muamalat Pembiayaan Rekening Koran Syariah (PRKS) adalah produk pembiayaan yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan modal kerja nasabah, yang dananya dapat ditarik melalui rekening giro. Tujuan utama dari pembiayaan ini adalah untuk mendukung kegiatan usaha nasabah dengan cara yang sesuai dengan prinsip syariah, yaitu tidak bertentangan dengan ketentuan yang berlaku dalam Islam.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian terdahulu

Pada bagian ini peneliti mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan, kemudian membuat ringkasannya, baik penelitian yang sudah terpublikasikan atau belum terpublikasikan (skripsi, tesis, dan disertasi)

Dengan melakukan langkah ini, maka akan dapat dilihat sampai sejauh mana orisinalitas dan posisi penelitian yang hendak dilakukan.²⁸

1. Agus sukoco asep, *Strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah pada Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) mulya jaya mandiri di kecamatan Sidomulyo kabupaten Lampung Selatan. Undergraduate thesis, UIN Raden Intan Lampung, (2020).*²⁹

Didapati hasil penelitian yakni strategi yang diterapkan oleh BMT Mulya Jaya Mandiri dalam memasarkan produk murabahah adalah dengan menggunakan bauran pemasaran 7P yaitu strategi produk, strategi harga , strategi tempat, strategi promosi, orang (*people*), proses dan bukti fisik. Strategi produk ditunjukan dengan produk unggulan yaitu produk pembiayaan murabahah. Penetapan harga yang sesuai dengan kemampuan nasabah yaitu dengan sistem bagi hasil, strategi tempat dimana BMT

²⁸ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah* (jember. UIN KHAS Jember, 2021),⁴⁶

²⁹ Asep, agus sukoco. *Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Pada Baitul Maal Wat Tamwil (Bmt) Mulya Jaya Mandiri Di Kecamatan Sidomulyo Kabupaten Lampung Selatan.* Diss. Uin Raden Intan Lampung, 2020.

Mulya Jaya Mandiri berlokasi dipusat kota dan dilingkungan pasar, strategi promosi yang digunakan adalah dengan media online, brosur, jemput bola dan ikut serta dalam kegiatan kemasyarakatan. Kemudian orang (*people*) ditunjukkan dengan karyawan BMT yang melayani nasabah dengan baik, ramah dan sopan santun. Proses dilihat dari prosedur pembiayaan murabahah yang baik. Dan bukti fisik ditunjukkan dengan banyaknya nasabah yang memilih produk murabahah. Namun promosi yang dilakukan oleh BMT Mulya Jaya Mandiri belum maksimal dikarenakan kurangnya SDM dalam pelaksanaan sosialisasi dan promosi.

Dimana tedapat hasil persamaan yakni Keduanya menggunakan prinsip-prinsip syariah dalam produk pembiayaan Bank Muamalat berfokus pada akad syariah dalam produk perbankan, sementara BMT Mulya Jaya Mandiri mengadopsi akad murabahah sebagai strategi utama pemasaran pembiayaan dan terdapat juga perbedaan yakni tantangan dan peluang yang dihadapi keduanya mencerminkan perbedaan skala operasional dan target pada pasar masing-masing lembaga.

2. Rosidah Oktaviani, *Analisis Inovasi Produk dan Pelayanan pada Bank Jatim Syariah KC Madiun. Diss. IAIN Ponorogo, 2020.*³⁰

Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk dan pelayanan yang ada di Bank Jatim Syariah KC Madiun yaitu seperti mengevaluasi produk yang lama, melakukan *benchmarking* produk dengan produk bank syariah lain dan menambahkan fitur-fitur baru pada produk

³⁰ Oktaviani, Rosidah. *Analisis Inovasi Produk dan Pelayanan pada Bank Jatim Syariah KC Madiun. Diss. IAIN Ponorogo, 2020.*

Bank Jatim Syariah KC Madiun, misalnya menambahkan menu pembayaran tiket kereta api pada mobile banking, menu pembayaran listrik/air dan melakukan percepatan waktu dalam proses pembukaan rekening tabungan perorangan baru yaitu dengan menggunakan data KTP elektronik nasabah dan sudah tersinkron dengan sistem Bank Jatim Syariah KC Madiun. Faktor-faktor yang menyebabkan keberhasilan inovasi produk dan pelayanan di Bank Jatim Syariah KC Madiun, yaitu seluruh marketing di kantor cabang memiliki pemahaman yang baik tentang produk dan layanan Bank Jatim Syariah dan menggunakan produk dan layanan tersebut, pihak Kantor Pusat Bank Jatim Syariah melakukan evaluasi secara rutin terkait pemasaran seluruh produk-produk bank, seluruh staf khususnya marketing memahami kelebihan dan kekurangan produk bank yang ditawarkan memiliki kemampuan komunikasi dan sikap yang baik dalam menjalankan proses marketing.

Dimana tedapat hasil persamaan yakni kedua bank mengusung prinsip syariah dalam produk dan pelayanannya, sesuai dengan ketentuan akad syariah dan terdapat juga perbedaan yakni Bank Muamalat lebih berorientasi pada pasar nasional dengan inovasi digital sebagai kekuatan utama, sementara Bank Jatim Syariah lebih menekankan produk dan layanan berbasis kebutuhan lokal untuk memperkuat perannya sebagai bank daerah syariah.

3. *Holilur Rahman et.al, Strategi pemasaran tabungan prima berhadiah dalam peningkatan minat menabung nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Sumenep, 2021.*³¹

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan oleh Bank Muamalat KCP Sumenep dalam meningkatkan minat menabung nasabah yaitu menentukan target pasar, melakukan *cross selling, mouth to mouth*, dan memanfaatkan jaringan teknologi. Dengan diterapkannya strategi pemasaran oleh Bank Muamalat KCP Sumenep tersebut, maka produk tabungan prima berhadiah menjadi salah satu produk yang diminati oleh nasabah karena adanya hadiah yang didapat pada awal akad antara bank dan nasabah sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang berdasarkan prinsip syariah. Hal ini menjadi salah satu ketertarikan nasabah untuk menyimpan dana yang menganggur dengan menjadi nasabah tabungan prima berhadiah.

Dimana tedapat hasil persamaan yakni Kedua strategi melibatkan upaya inovasi untuk menarik minat nasabah, baik dalam bentuk pengembangan produk pembiayaan berbasis akad syariah maupun pemasaran produk tabungan berhadiah. sedangkan perbedaanya terdapat pada strategi di Bank Muamalat KC Sidoarjo berfokus pada pengembangan inovasi produk pembiayaan syariah berbasis teknologi untuk memenuhi kebutuhan nasabah dalam sektor pembiayaan. Di sisi lain, strategi di Bank Muamalat KCP Sumenep lebih menekankan pada

³¹ Rahman, Holilur, et al. "Strategi Pemasaran Tabungan Prima Berhadiah Dalam Peningkatan Minat Menabung Nasabah Bank Muamalat Indonesia Kcp Sumenep." *Bayan lin-Naas: Jurnal Dakwah Islam* 5.2 (2021): 213-225.

pemasaran tabungan berhadiah untuk menarik minat masyarakat menabung, dengan pendekatan lokal yang lebih personal dan terdapat juga perbedaan yakni strategi Bank Muamalat di Polman lebih berfokus pada pendekatan lokal dengan mengoptimalkan hubungan komunitas dan menyesuaikan layanan dengan kebutuhan spesifik wilayah. Meskipun keduanya bertujuan meningkatkan keunggulan kompetitif, perbedaan konteks geografis dan pendekatan pasar menciptakan fokus strategi yang berbeda.

4. *Lina Fatinah, Tinjauan Historis Dan Teoritis Tentang Inovasi Produk Lembaga Keuangan Syariah, 2021.*³²

Dalam mengoptimalkan pengembangan keuangan syariah, Otoritas Jasa Keuangan menjalankan beberapa misi yang salah satunya meningkatkan kapasitas kelembagaan dan ketersediaan produk industri keuangan syariah yang lebih kompetitif dan efisien, dengan salah satu program peningkatan ketersediaan dan keragaman produk keuangan syariah, baik pada lembaga perbankan syariah, pasar modal syariah, dan industri keuangan non-bank syariah. Inovasi produk menjadi salah satu strategi yang memiliki peran penting di tengah pasar yang kompetitif. Terkait dengan suplai produk, sektor perbankan syariah, pasar modal syariah, dan industri keuangan non-bank syariah memiliki tantangan yang berbeda. Secara historis, inovasi produk lembaga keuangan syariah dapat dilihat dari perkembangan masing-masing lembaga baik perbankan

³² Fatinah, Lina. "Tinjauan Historis Dan Teoritis Tentang Inovasi Produk Lembaga Keuangan Syariah." *Jurnal Ilmu Akuntansi dan Bisnis Syariah (AKSY)* 3.1 (2021): 123-130.

syariah, pasar modal syariah dan industri keuangan non-bank syariah. Pada perkembangannya terdapat inovasi produk-produk yang lebih bervariasi di masing-masing lembaga keuangan syariah. Namun meskipun demikian, fakta menunjukkan bahwa *market share* produk industri keuangan syariah masih relatif kecil jika dibandingkan dengan produk keuangan konvensional. Sedangkan ditinjau secara teoritis, lembaga keuangan syariah tidak lepas dari teori-teori dan metode yang digunakan untuk tetap sejalan dengan prinsip syariah.

Dimana juga terdapat persamaan yang keduanya menempatkan kepatuhan pada prinsip syariah sebagai dasar dalam setiap pengembangan produk dan layanan. Dan terdapat perbedaan diantara lain yakni strategi inovasi produk pembiayaan di Bank Muamalat KC Sidoarjo berfokus secara spesifik pada pembiayaan berbasis akad syariah untuk memenuhi kebutuhan nasabah Muslim. Sebaliknya, analisis penerapan inovasi produk dan layanan lebih luas cakupannya, mencakup berbagai aspek layanan pelanggan, digitalisasi, dan variasi produk untuk daya saing di pasar.

5. *Madina. Strategi Bersaing Bank Muamalat Indonesia dalam Meningkatkan Keunggulan kompetitif di Polman. Diss. IAIN Parepare, 2023.*³³

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1)inovasi yang dilakukan Bank Muamalat Indonesia KCP Polman yaitu penetrasi pasar, pengembangan produk yang yang kompetitif dan inovatif, peningkatan

³³ *Madina. Strategi Bersaing Bank Muamalat Indonesia dalam Meningkatkan Keunggulan kompetitif di Polman. Diss. IAIN parepare, 2023.*

promosi dan sosialisasi terhadap produk secara efektif, peningkatan kerja sama dengan institusi. (2) sistem pelayanan nasabah atau daya tanggap pelayanan dibagi menjadi dua yaitu: sistem layanan standar SOP dan sistem layanan prioritas. (3) produk dan jasa yang ditawarkan Bank Muamalat indonesia yaitu produk tabungan, produk muamalat prioritas terdiri tabungan IB hijrah muamalat prima, prima berhadiah, muamalat rencana, giro deposito KPR IB muamalat, pembiayaan. (4) efisiensi yang dilakukan Bank Muamalat Indonesia KCP Polman bisa dilihat dari jumlah karyawannya yang sesuai dengan posisi dan kebutuhan perusahaan, Bank Muamalat Indonesia menuntut karyawannya untuk produktif dan inovatif

Dimana tedapat hasil persamaan yakni Keduanya bertujuan untuk meningkatkan daya saing Bank Muamalat dengan mengedepankan inovasi produk syariah yang relevan dengan kebutuhan masyarakat dan terdapat juga perbedaan yakni strategi Bank Muamalat di Polman lebih berfokus pada pendekatan lokal dengan mengoptimalkan hubungan komunitas dan menyesuaikan layanan dengan kebutuhan spesifik wilayah. Meskipun keduanya bertujuan meningkatkan keunggulan kompetitif, perbedaan konteks geografis dan pendekatan pasar menciptakan fokus strategi yang berbeda.

6. Dedeng Sehabudin, *Analisis Faktor Budaya dan Agama dalam Penerimaan Inovasi Produk Perbankan Syariah: Perspektif Masyarakat Urban*, 2023.³⁴

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor budaya dan agama memiliki pengaruh yang signifikan dalam penerimaan produk perbankan syariah. Di lingkungan urban, di mana keragaman budaya dan agama lebih terlihat, keputusan untuk menggunakan produk perbankan syariah sering kali dipengaruhi oleh kombinasi kepatuhan terhadap prinsip syariah, pengaruh sosial-kultural, dan persepsi terhadap inovasi keuangan. Penelitian ini juga mengidentifikasi bahwa ada kesenjangan antara persepsi dan pengetahuan aktual tentang produk perbankan syariah, yang menunjukkan kebutuhan untuk strategi edukasi dan pemasaran yang lebih efektif. Kesimpulan penelitian ini menawarkan wawasan berharga tentang faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan inovasi produk perbankan syariah di lingkungan urban. Temuan ini bisa membantu bank syariah dalam merancang strategi pemasaran dan pengembangan produk yang lebih efektif, dengan mempertimbangkan keragaman budaya dan agama di masyarakat urban.

Dimana terdapat persamaan yakni Keduannya sama-sama memiliki persamaan yakni kepatuhan terhadap prinsip syariah dalam inovasi produk serta metode penulisan kualitatif deskriptif dan juga tidak ada perbedaan

³⁴ Sehabudin, Dedeng. "Analisis Faktor Budaya dan Agama dalam Penerimaan Inovasi Produk Perbankan Syariah: Perspektif Masyarakat Urban." *Persya: Jurnal Perbankan Syariah* 1.2 (2023): 52-59.

yakni pada objek yang dituju dimana penulis focus kepada produk pembiayaan dan tempat penelitian yang berbeda.

7. *Meri Febri Sha Fitri, Mengoptimalkan kepuasan nasabah melalui strategi pelayanan dan inovasi produk di bank. 2024.³⁵*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa meningkatkan strategi layanan untuk pada perbankan dapat meningkatkan pengalaman nasabah. Selain itu, telah ditunjukkan bahwa menciptakan konsep inovatif untuk produk mengarah pada kepuasan klien yang lebih tinggi. Melalui pengembangan produk yang inovatif dan strategi layanan yang baik, penelitian ini menyarankan bank untuk mengikuti pergeseran permintaan dan tren konsumen. Oleh karena itu, bank harus selalu inovatif dan beradaptasi agar dapat memuaskan nasabah dan pada akhirnya memenangkan kesetiaan nasabah.

Dimana tedapat hasil persamaan yakni meningkatkan daya saing dan mempertahankan loyalitas nasabah, namun dengan pendekatan yang berbeda sesuai fokus masing-masing dan terdapat juga perbedaan yakni Strategi inovasi produk pembiayaan di Bank Muamalat KC Sidoarjo berfokus pada pengembangan produk syariah yang relevan dengan kebutuhan nasabah, terutama dalam pembiayaan. Sementara itu, strategi mengoptimalkan kepuasan nasabah melalui pelayanan dan inovasi produk memiliki cakupan yang lebih luas, mencakup semua aspek interaksi nasabah dengan bank

³⁵ Fitri, Meri Febri Sha, et.al. "Mengoptimalkan Kepuasan Nasabah Melalui Strategi Pelayanan Dan Inovasi Produk Di Bank." *Jurnal Media Akademik (JMA)* 2.11 (2024).

8. Nasrudin, *Inovasi produk pembiayaan dan kepatuhan terhadap prinsip syariah pada Bank Perekonomian Rakyat Syariah di Jawa Barat. Doktoral thesis, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2024.*³⁶

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa: (1) Berdasarkan teori maqashid syari'ah, strategi inovasi produk pembiayaan BPRS di Jawa Barat, berlandaskan pada hifdzul mal yaitu kebijakan dan tolong menolong serta mengutamakan kesejahteraan kedua belah pihak; (2) Berdasarkan teori penerapan hukum, inovasi dan kepatuhan dikelola berlandaskan Hukum Ekonomi Syariah yang berpedoman kepada sumber hukum Islam, yaitu al-Quran, al-Hadist dan Ijtihad para ulama; (3) Berdasarkan teori inovasi, komitmen terhadap penerapan prinsip syariah ditunjukkan melalui sebuah inovasi pembiayaan yang semata-mata bukan hanya mengejar profit dan benefit, tetapi produk pembiayaan yang dikeluarkan mengandung keberkahan; dan (4) Implikasi inovasi produk pembiayaan BPRS di Jawa Barat berdampak terhadap kinerja perbankan syariah yang kurang optimal, di mana dari 10 BPRS yang dijadikan sumber data, ditemukan 2 BPRS dengan pembiayaan bermasalah yaitu BPRS Al-Madinah (NPF 12,59%) dan BPRS Al-Wadi'ah (NPF 29,09%) dengan profil risiko tidak sehat, sehingga hal ini menjadi salah satu indikator penilaian kinerja perbankan syariah, ketika tingkat NPF tinggi menunjukkan kinerja BPRS yang masih rendah dan kurang optimal.

³⁶ Nasrudin, Nasrudin. *Inovasi produk pembiayaan dan kepatuhan terhadap prinsip syariah pada Bank Perekonomian Rakyat Syariah di Jawa Barat. Diss. UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2024.*

Strategi inovasi di Bank Muamalat KC Sidoarjo berfokus pada pengembangan produk pembiayaan syariah dengan pendekatan modern dan cakupan yang lebih luas. Sementara itu, Bank Perekonomian Rakyat Syariah (BPRS) lebih menitikberatkan pada inovasi yang sesuai dengan kebutuhan komunitas lokal, seperti pembiayaan mikro. Meskipun berbeda dalam skala dan pendekatan, keduanya memiliki tujuan yang sama, yaitu memberikan layanan berbasis syariah yang inovatif dan relevan dengan kebutuhan nasabah.

9. *Khaerunnisa, Nining Wahyuningsih, and Mohammad Iqbal. Analisis Penerapan Inovasi Produk dan Layanan dalam Meningkatkan Daya Saing Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered, 2024.*³⁷

Hasil penelitian menunjukkan, BSI KCP Cirebon Plered 1 telah menunjukkan komitmen yang kuat terhadap inovasi produk dan layanan dalam meningkatkan daya saingnya. Melalui evaluasi produk yang ada, perbandingan dengan produk bank syariah lain, serta penambahan fitur baru seperti menambahkan fitur pembayaran tiket kereta api pada mobile banking, menu pembayaran listrik/air, menu pembayaran akademik, dan sebagainya, bank berhasil menarik minat nasabah dan meningkatkan pertumbuhan jumlah nasabah. Meskipun menghadapi tantangan seperti keterbatasan infrastruktur IT, resistensi terhadap perubahan, dan kurangnya pemahaman nasabah tentang produk syariah, BSI KCP Cirebon Plered 1 mampu memanfaatkan peluang signifikan. Hal ini termasuk

³⁷ Khaerunnisa, Nining Wahyuningsih, and Mohammad Iqbal. "Analisis Penerapan Inovasi Produk dan Layanan dalam Meningkatkan Daya Saing Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered." *An-Nisbah (Jurnal Perbankan Syariah)*, 2024, 5.

meningkatnya minat masyarakat terhadap produk perbankan syariah dan perkembangan teknologi digital. Dengan strategi inovatif, kesadaran akan prinsip syariah, dan komitmen terhadap keamanan data dan teknologi, bank dapat mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang untuk terus berinovasi dalam produk dan layanan.

Strategi inovasi produk pembiayaan di Bank Muamalat KC Sidoarjo berfokus pada pengembangan produk pembiayaan syariah untuk memenuhi kebutuhan nasabah yang spesifik. Di sisi lain, penerapan inovasi di Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered mencakup pengembangan produk sekaligus layanan, dengan tujuan meningkatkan pengalaman nasabah secara menyeluruh. Kedua strategi memiliki visi yang sama, yaitu meningkatkan daya saing melalui inovasi, namun dengan pendekatan yang disesuaikan dengan kebutuhan pasar dan konteks operasional masing-masing.

10. Dewi Riza Lisvi Vahlevi, *Tantangan dan Strategi Implementasi Akad Syariah Untuk Pembiayaan UMKM Di Era Digital*, 2024.³⁸

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi akad syariah memiliki potensi yang besar untuk meningkatkan akses pembiayaan UMKM. Namun, diperlukan strategi yang komprehensif untuk mengatasi berbagai tantangan, seperti kurangnya pemahaman tentang akad syariah, keterbatasan infrastruktur digital, dan regulasi yang belum memadai. Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam

³⁸ Vahlevi, Dewi Riza Lisvi. "Tantangan Dan Strategi Implementasi Akad Syariah Untuk Pembiayaan Umkm Di Era Digital." *Tawazun: Jurnal Ekonomi Syariah* 4.1 (2024): 33-50.

pengembangan pembiayaan UMKM berbasis syariah di era digital. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu pemangku kepentingan dalam merumuskan kebijakan dan strategi yang tepat untuk meningkatkan efektivitas implementasi akad syariah. Jurnal ini bertujuan untuk membahas implementasi akad syariah untuk pembiayaan UMKM di era digital.

Keduanya memiliki persamaan dalam hal membahas tentang pembiayaan Syariah dan juga memiliki persamaan dalam metode penulisan kualitatif deskriptif dan Keduanya memiliki perbedaan yakni objek yang dituju dimana peneliti berfokus pada Bank Muamalat KC Sidoarjo sedangkan objek yang dituju pada era digital.

Tabel 2. 1
Persamaan dan Perbedaan Penlitian Terdahulu

No	Nama Penulis, Tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Asep Agus Sukoco 2020.	Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Pada Baitul Maal Wat Tamwil (Bmt) Mulya Jaya Mandiri Di Kecamatan Sidomulyo Kabupaten Lampung Selatan.	Keduanya menggunakan prinsip-prinsip syariah dalam produk pembiayaan. Bank Muamalat berfokus pada akad syariah dalam produk perbankan, sementara BMT Mulya Jaya Mandiri mengadopsi akad murabahah sebagai strategi utama pemasaran pembiayaan.	Tantangan dan peluang yang dihadapi keduanya mencerminkan perbedaan skala operasional dan target pasar masing-masing lembaga.
2	Rosidah Oktaviani 2020.	Analisis Inovasi Produk Dan	Kedua bank mengusung prinsip syariah dalam produk	Bank Muamalat lebih berorientasi pada pasar nasional dengan inovasi

No	Nama Penulis, Tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan
		Pelayanan Pada Bank Jatim Syariah Kc Madiun.	dan pelayanannya, sesuai dengan ketentuan akad syariah.	digital sebagai kekuatan utama, sementara Bank Jatim Syariah lebih menekankan produk dan layanan berbasis kebutuhan lokal untuk memperkuat perannya sebagai bank daerah syariah.
3	Holilur Rahman 2021.	Strategi pemasaran tabungan prima berhadiah dalam peningkatan minat menabung nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Sumenep.	Kedua strategi melibatkan upaya inovasi untuk menarik minat nasabah, baik dalam bentuk pengembangan produk pembiayaan berbasis akad syariah maupun pemasaran produk tabungan berhadiah.	Strategi di Bank Muamalat KC Sidoarjo berfokus pada pengembangan inovasi produk pembiayaan syariah berbasis teknologi untuk memenuhi kebutuhan nasabah dalam sektor pembiayaan. Di sisi lain, strategi di Bank Muamalat KCP Sumenep lebih menekankan pada pemasaran tabungan berhadiah untuk menarik minat masyarakat menabung, dengan pendekatan lokal yang lebih personal.
4	Lina Fatinah 2021.	Tinjauan Historis Dan Teoritis Tentang Inovasi Produk Lembaga Keuangan Syariah.	Keduanya menempatkan kepatuhan pada prinsip syariah sebagai dasar dalam setiap pengembangan produk dan layanan.	Strategi inovasi produk pembiayaan di Bank Muamalat KC Sidoarjo berfokus secara spesifik pada pembiayaan berbasis akad syariah untuk memenuhi kebutuhan nasabah Muslim. Sebaliknya, analisis penerapan inovasi produk dan layanan lebih luas

No	Nama Penulis, Tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan
				cakupannya, mencakup berbagai aspek layanan pelanggan, digitalisasi, dan variasi produk untuk daya saing di pasar.
5	Madina 2023.	Strategi Bersaing Bank Muamalat Indonesia dalam Meningkatkan Keunggulan kompetitif di Polman.	Keduanya bertujuan untuk meningkatkan daya saing Bank Muamalat dengan mengedepankan inovasi produk syariah yang relevan dengan kebutuhan masyarakat.	Meskipun keduanya bertujuan meningkatkan keunggulan kompetitif, perbedaan konteks geografis dan pendekatan pasar menciptakan fokus.
6	Dedeng Sehabudin 2023.	Analisis Faktor Budaya dan Agama dalam Penerimaan Inovasi Produk Perbankan Syariah: Perspektif Masyarakat Urban.	Keduanya sama memiliki persamaan yakni kepatuhan terhadap prinsip syariah dalam inovasi produk serta metode penulisan kualitatif deskriptif.	Terdapat perbedaan yakni objek yang dituju dimana penulis fokus kepada produk pembiayaan dan tempat penelitian yang berbeda.
7	Khaerunnisa, Nining Wahyuning sih, and Mohammad Iqbal 2024.	Analisis Penerapan Inovasi Produk dan Layanan dalam Meningkatkan Daya Saing Bank Syariah Indonesia KCP	Kedua strategi memiliki visi yang sama, yaitu meningkatkan daya saing melalui inovasi, namun dengan pendekatan yang disesuaikan dengan kebutuhan pasar dan konteks operasional masing-masing.	Strategi inovasi produk pembiayaan di Bank Muamalat KC Sidoarjo berfokus pada pengembangan produk pembiayaan syariah untuk memenuhi kebutuhan nasabah yang spesifik. Di sisi lain, penerapan inovasi di Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon

No	Nama Penulis, Tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan
		Cirebon Plered.		Plered mencakup pengembangan produk sekaligus layanan, dengan tujuan meningkatkan pengalaman nasabah secara menyeluruh.
8	Meri Febri Sha Fitri 2024.	Mengoptimalkan kepuasan nasabah melalui strategi pelayanan dan inovasi produk di bank.	Meningkatkan daya saing dan mempertahankan loyalitas nasabah, namun dengan pendekatan yang berbeda sesuai fokus masing-masing.	Strategi inovasi produk pembiayaan di Bank Muamalat KC Sidoarjo berfokus pada pengembangan produk syariah yang relevan dengan kebutuhan nasabah, terutama dalam pembiayaan. Sementara itu, strategi mengoptimalkan kepuasan nasabah melalui pelayanan dan inovasi produk memiliki cakupan yang lebih luas, mencakup semua aspek interaksi nasabah dengan bank.
9	Nasrudin 2024.	Inovasi produk pembiayaan dan kepatuhan terhadap prinsip syariah pada Bank Perekonomian Rakyat Syariah di Jawa Barat.	Meskipun berbeda dalam skala dan pendekatan, keduanya memiliki tujuan yang sama, yaitu memberikan layanan berbasis syariah yang inovatif dan relevan dengan kebutuhan nasabah.	Strategi inovasi di Bank Muamalat KC Sidoarjo berfokus pada pengembangan produk pembiayaan syariah dengan pendekatan modern dan cakupan yang lebih luas. Sementara itu, Bank Perekonomian Rakyat Syariah (BPRS) lebih menitikberatkan pada inovasi yang sesuai dengan kebutuhan komunitas lokal, seperti pembiayaan mikro.
10	Dewi Riza Lisvi	Tantangan Dan	Keduanya memiliki persamaan dalam hal	Keduanya memiliki perbedaan yakni objek

No	Nama Penulis, Tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan
	Vahlevi Octavia Ferda Kusuma, Burhanudin 2024.	Strategi Implementasi Akad Syariah Untuk Pembiayaan Umkm Di Era Digital.	membahas tentang pembiayaan Syariah dan juga memiliki persamaan dalam metode penulisan kualitatif deskriptif.	yang dituju dimana peneliti berfokus pada Bank Muamalat KC Sidoarjo sedangkan objek yang dituju pada era digital.

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Berdasarkan 10 penelitian terdahulu maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian terdahulu yaitu sama-sama membahas tentang Pembiayaan. perbedaan dari penelitiannya sebelumnya terletak pada lokasi mana peneliti di Kantor Bank KC Sidoarjo yang tentu memiliki karakteristik yang berbeda dengan peneliti sebelumnya.

B. Kajian Teori

Kajian teori ini yang berisikan tentang pembahasan teori yang dijadikan sebagai perspektif dalam melakukan penelitian. Pembahasan yang luas dan mendalam wawasan peneliti untuk menkaji permasalahan yang akan dipecahkan sesuai dengan fokus dan tujuan penelitian.³⁹

1. Strategi

a. Pengertian strategi

Kata strategi berasal dari kata *strategos* dalam bahasa Yunani merupakan gabungan dari stratos atau tentara dan ego atau memimpin. Suatu strategi memiliki dasar atau skema untuk mencapai suatu tujuan.

³⁹ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah* (Jember: UIN KHAS Jember PRES, 2021) 46.

strategi merupakan suatu rencana untuk mencapai suatu tujuan dalam jangka waktu panjang atau waktu pendek, Dengan kombinasi antara harapan, kemampuan dan manusia.⁴⁰ Dengan adanya strategi kegiatan menjadi terarah dan terkendali nantinya akan sesuai dengan perencanaan yang di tentukan dan dapat di ukur kemampuan pekerja saat akhir priode masa usaha.⁴¹

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Inovasi Joseph A. Schumpeter, yang memandang inovasi sebagai inti dari strategi organisasi dalam menjaga keberlangsungan dan pertumbuhan usaha. Schumpeter menekankan bahwa inovasi merupakan proses *creative destruction*, yaitu pembaruan yang secara sadar dilakukan untuk menggantikan cara lama dengan cara baru yang lebih relevan dan bernilai. Inovasi tidak hanya terbatas pada penciptaan produk baru, tetapi juga mencakup pengembangan metode kerja, perbaikan sistem pelayanan, perubahan pola organisasi, serta pembukaan peluang pasar baru. Dalam perspektif ini, strategi inovasi menjadi alat penting bagi organisasi untuk beradaptasi terhadap perubahan lingkungan, menghadapi persaingan, dan menciptakan keunggulan yang berkelanjutan.⁴²

⁴⁰ Burhan Ibnu Hazin, *Strategi Pengembangan Kurikulum* (Banten: Sada Kurnia Pustaka, 2024) 240.

⁴¹ Chandra dkk., *Service Quality, Consumer Satisfaction, Dan Consumer Loyality : Tinjauan Teoritis, Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (purwokerto: CV IRDH, 2020).

⁴² Joseph A. Schumpeter, *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*, terj. Redvers Opie (Cambridge, MA: Harvard University Press, 1934), 66–74.

Dalam konteks perbankan syariah, khususnya pada Bank Muamalat KC Sidoarjo, teori Schumpeter sangat relevan untuk menjelaskan bagaimana strategi inovasi produk pembiayaan berbasis akad syariah dirancang dan diterapkan. Bank tidak hanya dituntut untuk patuh terhadap prinsip-prinsip syariah, tetapi juga harus mampu menjawab kebutuhan nasabah yang terus berkembang, menghadapi persaingan dengan bank konvensional maupun fintech syariah, serta menyesuaikan diri dengan kemajuan teknologi. Strategi inovasi produk pembiayaan, seperti pengembangan skema murabahah dengan pembayaran yang lebih fleksibel, pembiayaan produktif berbasis mudharabah muqayyadah bagi pelaku UMKM, serta pemanfaatan layanan digital dalam proses pembiayaan, merupakan bentuk nyata dari inovasi yang sejalan dengan pemikiran Schumpeter.⁴³

Melalui teori ini, strategi inovasi dipahami sebagai proses yang terencana dan berkelanjutan untuk menciptakan nilai tambah bagi bank dan nasabah. Inovasi pembiayaan yang dilakukan tidak hanya berorientasi pada peningkatan keuntungan, tetapi juga pada peningkatan kualitas layanan, efisiensi operasional, serta kemaslahatan ekonomi masyarakat. Dengan demikian, penerapan teori inovasi Schumpeter dalam penelitian ini membantu menjelaskan bagaimana Bank Muamalat KC Sidoarjo memanfaatkan inovasi sebagai strategi utama dalam menghadapi tantangan dan peluang industri perbankan

⁴³ Joseph A. Schumpeter, *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*, terj. Redvers Opie (Cambridge, MA: Harvard University Press, 1934), 74.

syariah, sekaligus mempertahankan eksistensi dan daya saingnya di tengah dinamika lingkungan bisnis yang terus berubah.⁴⁴

2. Inovasi

Inovasi merupakan salah satu faktor kunci yang menentukan keberlangsungan dan daya saing suatu organisasi, termasuk dalam industri perbankan syariah. Teori inovasi klasik dikemukakan oleh Joseph A. Schumpeter, yang menyatakan bahwa inovasi bukan hanya sebatas penemuan baru, melainkan penerapan ide, metode, atau cara baru dalam kegiatan ekonomi yang mampu menciptakan nilai tambah. Schumpeter menegaskan bahwa inovasi menjadi motor penggerak utama pertumbuhan organisasi melalui pembaruan produk, proses, pasar, maupun struktur organisasi. Dalam konteks perbankan, inovasi berfungsi sebagai strategi untuk merespons perubahan kebutuhan nasabah, meningkatkan efisiensi operasional, serta mempertahankan daya saing di tengah persaingan yang semakin ketat.⁴⁵

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

Sejalan dengan teori Schumpeter, OECD melalui Oslo Manual (2005) mengembangkan konsep inovasi yang lebih aplikatif dengan mengelompokkan inovasi ke dalam empat jenis utama, yaitu inovasi produk, inovasi proses, inovasi organisasi, dan inovasi pemasaran. Inovasi produk merujuk pada pengembangan atau penyempurnaan produk dan jasa

⁴⁴ Joseph A. Schumpeter, *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*, terj. Redvers Opie (Cambridge, MA: Harvard University Press, 1934), 66–74.

⁴⁵ Joseph A. Schumpeter, *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*, terj. Redvers Opie (Cambridge: Harvard University Press, 1934), 66–72.

yang ditawarkan kepada nasabah. Inovasi proses berkaitan dengan pembaruan sistem atau prosedur operasional untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas layanan. Inovasi organisasi mencakup perubahan dalam struktur, pengelolaan sumber daya manusia, dan budaya kerja. Sementara itu, inovasi pemasaran berfokus pada strategi komunikasi, edukasi, dan pendekatan kepada pasar untuk meningkatkan pemahaman serta minat masyarakat terhadap produk yang ditawarkan.⁴⁶

Dalam perbankan syariah, penerapan teori inovasi tidak dapat dilepaskan dari prinsip-prinsip syariah. Oleh karena itu, inovasi harus berjalan seiring dengan tujuan maqashid syariah, yaitu menjaga harta (hifdz al-mal), menciptakan keadilan, dan menghadirkan kemaslahatan bagi masyarakat. Inovasi produk pembiayaan syariah tidak hanya ditujukan untuk meningkatkan profitabilitas bank, tetapi juga untuk memberikan kemudahan, keadilan, dan keberkahan bagi nasabah. Setiap inovasi yang dikembangkan harus bebas dari unsur riba, gharar, dan maysir, serta memberikan manfaat ekonomi yang berkelanjutan.⁴⁷

Berdasarkan teori inovasi tersebut, strategi inovasi produk pembiayaan berbasis akad syariah dapat dipahami sebagai upaya terencana yang dilakukan oleh bank dalam mengembangkan produk, proses, organisasi, dan pemasaran yang sesuai dengan prinsip syariah serta kebutuhan pasar. Inovasi seperti fleksibilitas angsuran pada pembiayaan

⁴⁶ Joseph A. Schumpeter, *Capitalism, Socialism and Democracy* (New York: Harper & Brothers, 1942), 82.

⁴⁷ Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), *Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data*, 3rd ed. (Paris: OECD Publishing, 2005), 46–49.

murabahah, pengembangan pembiayaan produktif berbasis mudharabah muqayyadah bagi UMKM, digitalisasi layanan perbankan, penguatan kualitas sumber daya manusia, serta pelaksanaan program literasi keuangan syariah merupakan bentuk konkret penerapan teori inovasi dalam praktik perbankan syariah. Dengan pendekatan ini, inovasi tidak hanya menjadi alat kompetisi, tetapi juga sarana untuk memperkuat peran bank syariah sebagai lembaga keuangan yang adil, inklusif, dan berorientasi pada kemaslahatan umat.

3. Inovasi Produk

Konsep inovasi mempunyai pengertian yang berbeda-beda, terutama didasarkan pada persaingan antara perusahaan-perusahaan dengan strategi yang berbeda. Inovasi menurut Peter Drucke adalah upaya menciptakan perubahan yang bertujuan dan fokus di dalam suatu potensi ekonomi atau sosial. Pengertian inovasi ini dalam konteks lebih luas bahwa inovasi yang berhasil mengandung arti tidak saja keberhasilan ekonomi melainkan juga keberhasilan sosial. Inovasi yang berhasil adalah inovasi yang menciptakan nilai lebih besar untuk konsumen, untuk komunitas, dan lingkungan pada saat yang sama.⁴⁸

Produk adalah barang atau jasa yang dapat diperjual belikan. Sedangkan dalam ilmu marketing, produk adalah apapun yang dapat ditawarkan ke pasar dan dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk berasal dari bahasa Inggris yaitu product yang artinya sesuatu yang

diproduksi tenaga kerja atau sejenisnya. Menurut Kotler, pengertian produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan, dimiliki, digunakan ataupun dikonsumsi sehingga mampu memuaskan keinginan dan kebutuhan termasuk di dalamnya berupa fisik, tempat, orang, jasa, gagasan, serta organisasi.⁴⁹

Inovasi produk adalah inovasi yang berupa produk, jasa, atau ide yang diterima sebagai sesuatu yang baru.⁵⁰ Inovasi produk memiliki makna paling jelas, yaitu menghasilkan pendapatan.⁵¹ Inovasi produk merupakan hasil dari pengembangan produk baru oleh suatu perusahaan atau industri, baik yang sudah ada maupun belum. Dari produk lama yang telah mencapai titik jenuh di pasaran, diperlukan sebuah inovasi untuk mengganti produk lama tersebut. Penggantian ini dapat berupa produk pengganti yang secara total baru atau dengan perkembangan produk lama yang lebih modern dan up to date, sehingga dapat terus meningkatkan keinginan konsumen dalam keputusan pembelian produk tersebut

Inovasi produk menjadi tanggung jawab seluruh bagian dalam bisnis. Baik departemen pemasaran, operasional, keuangan, akuntansi, pembelian, semua merupakan bagian integral dari suatu organisasi untuk mengembangkan produk secara efektif dan efisien. Seluruh departemen ini memiliki peran dalam perwujudan suatu produk baru. Ide-ide baru dapat tercipta terutama dari kebutuhan konsumen yang tersampaikan kepada

⁴⁹ Anang Firmansyah, Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy) (Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media, 2019), 3-4.

⁵⁰ Endah Rahayu Lestari, Manajemen Inovasi (Upaya Meraih Keunggulan Kompetitif), 18

⁵¹ Sukmadi, Inovasi & Kewirausahaan (Edisi Paradigma Baru Kewirausahaan) (Bandung: Humaniora Utama Press, 2016), 34

salah satu karyawan dalam perusahaan yang dapat mengembangkannya menjadi suatu nilai tambah akan produk lama atau menjadi produk pengganti yang lebih diharapkan *costumer*.⁵²

4. Pembiayaan

Kegiatan pinjam meminjam uang adalah salah satu kebutuhan manusia, dimana kegiatan ini telah dilakukan masyarakat sejak mengenal uang sebagai alat pembiayaan. Pembiayaan atau financing adalah pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga. Jadi, pembiayaan adalah pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan. Menurut Veithzal dan Arviyan, pembiayaan adalah pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang sudah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga.

Kegiatan penyaluran pembiayaan yang dilakukan lembaga keuangan tidak selamanya berjalan sebagaimana yang diharapkan, demikian juga dengan keuntungan yang didapatkan menjadi sangat minim atau bahkan mengalami kerugian investasi. Salah satu risiko dari pemberian pembiayaan adalah penundaan pembayaran atau ketidakmampuan nasabah membayar kewajibannya. Hal tersebut dapat menyebabkan terjadinya pembiayaan bermasalah pada suatu lembaga keuangan. Suatu pembiayaan dikatakan bermasalah apabila kualitas

⁵² Wawan Dhewanto, dkk, Manajemen Inovasi (Peluang Sukses Menghadapi Perubahan) ., 68-70.

pembiayaan tersebut masuk dalam kategori kurang lancar, diragukan, dan macet.⁵³



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

⁵³ Luluk Musfiroh, dkk., Memitigasi Risiko Pembiayaan Bermasalah Pada BMT. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol. 3, no. 3, (Mei 2023): 29-36.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan dan jenis penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Yaitu metode penelitian yang di gunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, diaman peneliti berperan sebagai instrumen kunci. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan triangulasi, analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari generalisasi.

Jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah deskriptif, yaitu berupa kata-kata, gambar dan bukan dari bentuk angka.⁵⁴

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini bertempat di Kantor Bank Muamalat KC Jl. Teuku Umar No.06, Mangersari, Magersari, Kec. Sidoarjo, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur 61212 Alasan memilih lokasi tersebut karena Pemilihan lokasi Bank Muamalat KC Sidoarjo untuk penelitian ini didasarkan pada relevansi ekonomi, sosial, dan budaya setempat, serta potensi besar untuk menggambarkan implementasi strategi inovasi produk berbasis akad syariah dalam menghadapi tantangan dan peluang di pasar perbankan syariah.

C. Subyek Penelitian

Untuk menentukan subyek penelitian, peneliti menggunakan teknik purposive. Teknik purposive yaitu teknik untuk pengambilan sumber data

⁵⁴ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D Cetakan Ke-25* (Bandung: Alfabeta, 2017), 13.

melalui orang penting yang mengetahui informasi yang di inginkan.⁵⁵ Peneliti menetapkan kepala cabang Bank Muamalat Sidoarjo sebagai informasi kunci/sumber informasi utama karena kepala cabang yang mengetahui aktivitas yang ada di lembaga tersebut. Adapun informan yang akan di pilih adalah sebagai berikut:

1. Bapak Mochamad Rizki Fauzi (Kepala Cabang Bank Muamalat Sidoarjo)
2. Bapak Riza Nur Hidayah (Staf Administrasi)
3. Ibu Eka Fitria Wulandari (Admin Keuangan)
4. Nasabah Bank Muamalat KC Sidoarjo

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang penting yang tidak dapat di hindari dalam proses penelitian. Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan dari penelitian yaitu untuk memperoleh data yang relevan. Dalam penelitian ini ada beberapa tahap untuk mengumpulkan data, yaitu tahap pertama observasi, tahap kedua wawancara, dan tahap selanjutnya dokumentasi. Pengumpulan data dengan menggunakan tiga cara ini biasanya di sebut dengan istilah triangulasi. Maksud dari teknik triangulasi ini dalam artian menggunakan teknik wawancara dan pengamatan langsung di lapangan.⁵⁶ Berikut beberapa teknik pengumpulan data yang di gunakan oleh peneliti ini, yaitu sebagai berikut:

⁵⁵ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D Cetakan Ke-21* (Bandung: Alfabeta, 2014), 218-219.

⁵⁶ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D Cetakan Ke-21* (Bandung: Alfabeta, 2014), 225.

1. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan yang di lakukan dengan sistmatis terhadap peristiwa yang terlihat pada objek penelitian. Teknik ini melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek atau fenomena yang di teliti di lapangan, kmudian mencatat kejadian secara sistematis, terstruktur, logis dan objektif terhadap beberapa fenomena dalam keadaan situasi sebenarnya. Dalam hal ini peneliti akan melakukan kunjungan ke Kantor Cabang Bank Muamalat Sidoarjo

- a. Letak Kantor Cabang Bank Muamalat Sidoarjo
- b. melihat situasi dan kondisi di Kantor Cabang Bank Muamalat Sidoarjo

2. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik yang dapat di gunakan untuk mengumpulkan data penelitian. secara sederhana wawancara adalah pertemuan dua orang antara pewawancara dan sumber informasi atau orang yang di wawancara melalui komunikasi langsung. Wawancara bertujuan untuk mencatat opini, perasaan, emosi dan hal lainnya yang berkaitan dengan individu yang berada di organisasi. Dengan melakukan wawancara, peneliti mendapatkan data yang lebih banyak sehingga peneliti dapat memahami budaya melalui bahasa dapat melakukan klarifikasi atas hal-hal yang tidak di ketahui.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan pengumpulan data yang dilakukan berdasarkan dengan catatan harian, dalam bentuk surat, arsip foto, hasil

rapat, jurnal kegiatan dan lain sebagainya yang mendapatkan data dan informasi yang di perlukan oleh peneliti.

E. Analisis Data

Analisis data merupakan tahap pengumpulan dan menyusun dengan sistematis data yang di peroleh melalui wawancara, kuesioner, observasi, dan dokumentasi dengan tujuan untuk meningkatkan pemahaman peneliti terhadap permasalahan yang sedang di alami, dan menjadikan sebuah informasi terhadap orang lain.⁵⁷

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan ketika mengumpulkan data berlangsung stelah selesai mengumpulkan data dala priode tertentu. Miles and huberman menjelaskan banwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara terus menerus sampai selesai. Aktivitas dalam analisis data terdapat beberapa langkah-langkah yaitu sebagai berikut:⁵⁸

- 1. Data Collection (pengumpulan data)*

Data penelitian kualitatif data yang di dapat dari beberapa sumber, dengan menggunakan teknik trigulasi. Untuk pengumpulan data nya di lakukan secara terus menerus sehingga data yang di dapat banyak. Pada tahap awal penulis melakukan penjelasan secara umum terhadap situasi sosial dan objek yang di teliti, apa ayang di lihat, di dengar, dan di rekm dengan demikin peneliti mendapatkan data yang banyak dan bervariasi.

⁵⁷ Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif*.

⁵⁸ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* Cetakan Ke-21 (Bandung: Alfabeta, 2014), 225.

2. *Data Reduction (Reduksi Data)*

Reduksi data yaitu membeberikan pilihan terhadap data yang sudah terkumpul. Sehingga data yang sudah terkumpul data di klarifikasi pada hal-hal penting yang sesuai dengan kebutuhan penelitian dan permasalahan yg relevan yang akan di angkat oleh peneliti.

3. *Data Display (Penyajian Data)*

Penyajian data pada penelitian kualitatif yaitu penjelasan data dengan metode deskriptif secara singkat sehingga dapat di temukan gambaran sederhana terkait permasalahan yang diangkat oleh peneliti.

4. *Conclusion Drawing / Verification*

Pada langkah akhir yaitu verifikasi dan kesimpulan. Kesimpulan awal yang di jelaskan masih sementara dan akan berubah bila tidak dapat menemukan bukti yang kuat untuk mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Apabila pada kesimpulan tahap awal di terdapat bukti-bukti yang valid dan konsisten saat penulis kembali ke lapangan untuk mengumpulkan data. Maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel. dapat di sumpulkan bahwa dalam penelitian kualitatif dapat menjawab rumusan masalah yang sudah di rumuskan pada awal.

F. Keabsahan Data

Bagian keabsahan data ini hasil penelitian yang harus di pertanggung jawabkan, secara ilmiah keabsahan data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan triangulasi, triangulasi merupakan teknik mengumpulkan

data yang bersifat menggabungkan dari beberapa teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada.⁵⁹ Trigulasi yang di gunakan yaitu trigulasi dengan sumber. Trigulasi sumber di gunakan untuk mengetahui data yang sudah di peroleh melalui beberapa sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu.

G. Tahap-tahap Penelitian

Pada penelitian ini terdapat empat tahapan, yaitu:

1. Tahap pra lapangan

Tahap pra lapangan yaitu menyusun rancangan penelitian, memilih lokasi penelitian, dan mengurus surat perizinan untuk penelitian di lokasi, selah itu tahap awal menyiapkan ke butuhan untuk penelitian dan melihat fakta yang ada di lapangan serta menyiapkan informasi untuk mendapatkan data yang valid

2. Tahap prakerja lapangan

Pada tahap ini peneliti mengunjungi lokasi penelitian serta memahami latar belakang penelitian, menyiapkan diri, dan memasuki tempat penelitian serta mengumpulkan seluruh data-data

3. Tahap analisis data

Tahap analisis data adalah data yang di dapatkan dari lokasi penelitian lalu di kumpulkan untuk di analisis menggunakan analisis data yaitu mencari data, mengumpulkannya, dan penyajian data terakhir yaitu kesimpulan dari data yang sudah terkumpul.

⁵⁹ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah* (Jember: UIN KHAS Jember PRES, 2021) 48.

4. Tahap Penelitian Hasil Laporan

Pada tahapan penelitian yang terakhir ini penulis membuat hasil penelitian yang di peroleh dari lapangn serta menyusun sistematis supaya mudah di pahami oleh pembaca.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

H. Gambaran Objek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Bank Muamalat KC Sidoarjo

Bank Muamalat Indonesia merupakan pelopor dalam industri perbankan syariah di Indonesia. Berdiri pada 1 November 1991 atas prakarsa Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan cendekiawan Muslim dengan dukungan dari pemerintah Republik Indonesia, Bank Muamalat menjadi bank umum pertama di Indonesia yang secara resmi menjalankan operasional berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam. Bank ini resmi mulai beroperasi pada 1 Mei 1992 dan terus berkembang hingga memiliki jaringan cabang yang tersebar di berbagai wilayah Indonesia.⁶⁰

Bank Muamalat Indonesia hadir sebagai solusi atas kebutuhan masyarakat muslim Indonesia akan sistem perbankan yang bebas dari unsur riba, gharar, dan maysir. Bank ini berkomitmen menjunjung tinggi prinsip keadilan, transparansi, dan kemitraan dalam setiap transaksi. Salah satu cabangnya adalah Bank Muamalat Kantor Cabang Sidoarjo (KC Sidoarjo) yang berada di Jl. Teuku Umar No.06, Mangersari, Magersari, Kec. Sidoarjo, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur 61212. Kantor cabang ini

⁶⁰ Bank Muamalat Indonesia, "Sejarah Singkat Bank Muamalat," diakses pada 3 Agustus 2025, <https://www.bankmuamalat.co.id/about>.

berdiri dengan tujuan memberikan pelayanan perbankan syariah kepada masyarakat Sidoarjo dan sekitarnya.⁶¹

Sejak berdirinya, Bank Muamalat KC Sidoarjo telah mengalami berbagai perkembangan, baik dari sisi produk, layanan, maupun jangkauan pasar. Dengan dukungan teknologi digital dan sumber daya manusia yang kompeten, Bank Muamalat KC Sidoarjo terus berupaya meningkatkan pelayanan kepada nasabah melalui berbagai inovasi dan transformasi digital yang tetap berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah Islam.⁶²

2. Visi dan Misi Bank Muamalat Indonesia

1. Visi:

"Menjadi Jalan Hijrah menuju Berkah"

2. Misi

a. Mencapai kinerja keuangan dengan profibilitas yang sehat dan berkelanjutan untuk memberikan nilai tambah yang optimal bagi

seluruh pemangku kepentingan.

b. Mempermudah aktivitas keuangan melalui produk yang inovatif, komprehensif dan layanannya terbaik yang menguntungkan bagi nasabah.

c. Mendukung perkembangan ekosistem ekonomi syariah, industri halal dan ekosistem haji menuju masyarakat madani.

d. Memberikan kontribusi sosial yang positif kepada masyarakat.

⁶¹ Wawancara dengan Mochammad Rizki Fauzi, Branch Manager Bank Muamalat KC Sidoarjo, 17 Juli 2025.

⁶² Bank Muamalat Indonesia, Laporan Tahunan 2024, (Jakarta: Bank Muamalat Indonesia, 2024), hlm. 14.

- e. Bekerja secara profesional sebagai bentuk perwujudan ibadah.

3. Nilai-Nilai Perusahaan Bank Muamalat KC Sidoarjo

- a. Syariah Compliance: Menjalankan seluruh kegiatan perbankan sesuai fatwa DSN-MUI.
- b. Profesionalisme: Menjunjung integritas dan kompetensi dalam layanan.
- c. Pelayanan Prima: Fokus pada kepuasan nasabah.
- d. Inovatif: Mendorong pengembangan produk yang kreatif.
- e. Kepedulian Sosial: Turut serta membangun masyarakat melalui kegiatan sosial dan pembiayaan produktif.

4. Produk Bank Muamalat KC Sidoarjo

Bank Muamalat Indonesia KC Sidoarjo menyediakan berbagai produk perbankan yang dirancang berdasarkan prinsip syariah. Produk-produk ini melayani kebutuhan perorangan, pelaku usaha, dan lembaga, baik dalam bentuk simpanan maupun pembiayaan, yang terdiri dari:

a. Produk Pendanaan (Simpanan)

- 1) Tabungan iB Muamalat yaitu tabungan dengan akad wadiah atau mudharabah, tersedia dalam berbagai jenis seperti Tabungan iB Hijrah, Tabungan iB Rencana, dan Tabungan Haji.
- 2) Giro iB Muamalat yaitu giro dengan akad wadiah untuk kebutuhan transaksi bisnis atau perorangan.
- 3) Deposito iB Muamalat ialah investasi berjangka dengan akad mudharabah, memberikan bagi hasil yang kompetitif.

b. Produk Pembiayaan Syariah

- 1) Pembiayaan Konsumtif (iB Muamalat Oto, iB Pembiayaan Rumah)— untuk pembelian kendaraan dan rumah menggunakan akad murabahah atau ijarah muntahiyyah bit tamlik (IMBT).
- 2) Pembiayaan Produktif— untuk modal kerja atau investasi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), dengan akad musyarakah atau mudharabah.
- 3) Pembiayaan Multiguna – kebutuhan multiguna nasabah dengan skema syariah.

c. Layanan Jasa Lainnya:

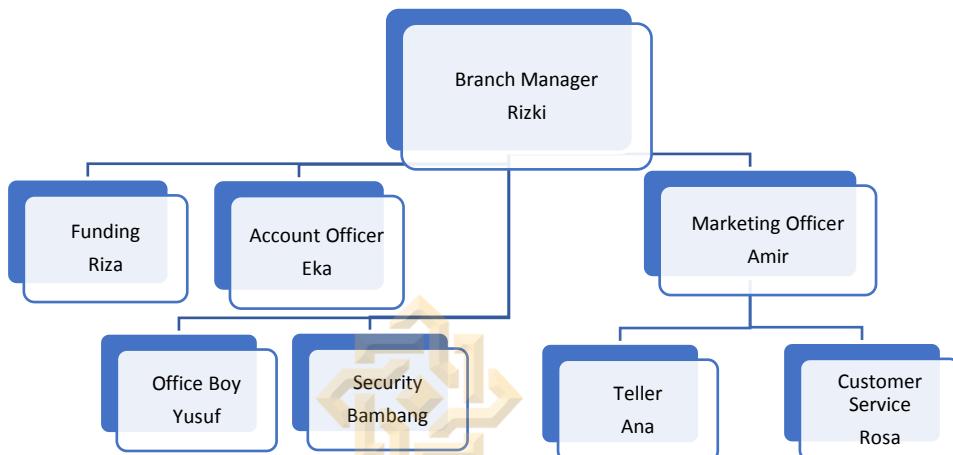
Mobile Banking (Muamalat DIN), SMS Banking, dan Internet Banking. Layanan ZISWAF (Zakat, Infaq, Shadaqah, Wakaf) bekerja sama dengan Baitulmaal Muamalat. Layanan transaksi remitansi dan transfer luar negeri melalui jaringan mitra. Produk-produk ini dirancang untuk memberikan pilihan kepada nasabah yang ingin menjalankan transaksi keuangan secara halal dan bebas dari praktik riba, gharar, dan maysir.⁶³

5. Struktur Organisasi Bank Muamalat Kc Sidoarjo

Struktur organisasi di Bank Muamalat KC Sidoarjo umumnya terdiri dari beberapa bagian penting:

⁶³ Bank Muamalat Indonesia, “Produk dan Layanan,” diakses pada 3 Agustus 2025, <https://www.bankmuamalat.co.id/product>.

Gambar 4.1
Struktur organisasi



a. Branch Manager (BM)

Adapun tugas, wewenang dan tanggung jawab Branch Manager adalah pimpinan lokal yang memimpin seluruh aktivitas cabang: staf, keuangan, layanan, pemasaran, hingga kepatuhan. Ia menjadi ujung tombak pencapaian target lokasi sekaligus perpanjangan nilai-nilai perusahaan pusat. Untuk sukses, dibutuhkan keseimbangan antara keterampilan manajerial, analitis, kepemimpinan yang kuat, serta kemampuan adaptasi terhadap dinamika pasar lokal.⁶⁴

KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

Tugas, wewenang dan tanggung jawabnya yaitu manajer gabungan di lembaga keuangan yang bertugas mendorong pertumbuhan dana nasabah (funding) sambil memastikan kualitas layanan pelanggan tercapai (service). Ia menjadi penghubung antara tim sales, layanan, auditing, dan kantor pusat, serta menjembatani

⁶⁴ TimesPro, “Branch Manager Job Description: Roles, Responsibilities, and Skills,” *TimesPro Blog*, 25 April 2025, diakses 4 agustus 2025, <https://timespro.com/blog/branch-manager-job-description>

antara pertumbuhan bisnis dan retensi nasabah berbasis pengalaman layanan.

c. Account Officer (AO)

Account Officer adalah ujung tombak bank dalam hal penyaluran kredit dan hubungan nasabah. Ia bertanggung jawab mencari nasabah, menganalisis kebutuhan kredit, mengelola portofolio, dan menjaga kualitas layanan. Dibutuhkan keterampilan interpersonal yang kuat, pemahaman kredit, dan daya tahan kerja tinggi untuk sukses di posisi ini.

d. Customer Service

Customer Service bertugas menangani pertanyaan, menyelesaikan komplain, mencatat data, memberikan penjelasan produk, bahkan menawarkan produk jika perlu, dengan satu tujuan utama yaitu memastikan pelanggan merasa dihargai dan mendapatkan solusi terbaik, sekaligus membangun reputasi positif perusahaan.

e. Teller

Teller ialah petugas front-liner di cabang bank yang menerima dan memproses semua transaksi keuangan nasabah secara langsung di counter. Teller juga menjadi “wajah” bank yang memberi kesan pertama dan menjaga operasional transaksi harian agar efisien, aman dan akurat. Teller juga bertanggung jawab terhadap kas fisik & sistem, pelayanan pelanggan langsung, serta penjualan sederhana. Diperlukan

ketelitian ekstrem, integritas tinggi, penampilan & komunikasi yang baik, ditambah adaptasi dengan teknologi teller terbaru.

f. Marketing Officer

Marketing Office bertanggung jawab untuk merencanakan, menjalankan, dan menganalisis strategi pemasaran perusahaan. Posisi ini berfokus untuk menyusun riset, mendesain kampanye kreatif (online dan offline), memantau kinerja iklan, serta membangun relasi eksternal. Dibutuhkan perpaduan kemampuan analitis, kreativitas, komunikasi, dan kolaborasi lintas tim agar brand perusahaan tampil dominan di pasar.

g. Office Boy (OB)

Posisi ini bertanggung jawab untuk menfasilitasi aspek non-administratif teknis kantor, meliputi layanan dan kebersihan kantor, serta support sederhana bagi tim kerja sehari-hari.

h. Security

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Security adalah penjaga aset dan pengalaman nasabah sekaligus. Mereka memadukan pengamanan fisik-cyber (akses, CCTV, patroli) dengan pelayanan proaktif (sambutan, arah bantuan, ATM assist), serta pelaporan yang sistematis.

Struktur organisasi ini bekerja secara sinergis untuk mendukung pelayanan yang optimal kepada masyarakat dan memastikan setiap transaksi yang dilakukan sesuai prinsip syariah.

I. Penyajian Data dan Analisis

1. Strategi Bagaimana strategi inovasi produk pembiayaan berbasis akad syariah di Bank Muamalat KC Sidoarjo Bank Muamalat KC Sidoarjo

- a. Inovasi Produk: Pengembangan Pembiayaan Murabahah dan Mudharabah Muqayyadah

Menurut teori manajemen inovasi, inovasi produk merupakan upaya organisasi dalam menciptakan atau mengembangkan karakteristik produk agar lebih sesuai dengan kebutuhan pasar. Inovasi ini dapat berupa modifikasi fitur, fleksibilitas penggunaan, maupun diferensiasi produk yang memberikan nilai tambah bagi pengguna.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Mochamad Rizki Fauzi selaku Kepala Cabang Bank Muamalat KC Sidoarjo, diketahui bahwa salah satu inovasi produk utama yang diterapkan adalah fleksibilitas angsuran pada pembiayaan murabahah. Hal ini disampaikan sebagai berikut:

“Kami memahami bahwa kondisi keuangan setiap nasabah tidak selalu sama. Karena itu, kami menghadirkan inovasi berupa fleksibilitas angsuran dalam akad murabahah. Sistem ini tetap sesuai prinsip syariah, namun memberikan ruang bagi nasabah agar tidak terbebani dengan cicilan tetap setiap bulan.”

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa Bank Muamalat KC Sidoarjo melakukan pengembangan produk murabahah dengan menyesuaikan skema pembayaran terhadap kondisi pendapatan nasabah. Inovasi ini tidak mengubah substansi akad, melainkan

mengembangkan mekanisme pembayaran yang disepakati sejak awal, sehingga tetap sesuai dengan prinsip transparansi dan keadilan dalam syariah.

Hasil observasi peneliti di lapangan memperkuat temuan wawancara tersebut. Peneliti menemukan bahwa dalam proses pengajuan pembiayaan, pihak bank melakukan analisis pendapatan nasabah secara mendalam, khususnya bagi nasabah dengan penghasilan tidak tetap seperti pedagang pasar. Jadwal angsuran disusun berdasarkan kesepakatan bersama dan dituangkan secara tertulis dalam akad pembiayaan.

Selain pembiayaan murabahah, inovasi produk juga terlihat pada pengembangan pembiayaan produktif menggunakan akad mudharabah muqayyadah. Berdasarkan wawancara dengan Bapak Riza Nur Hidayah selaku Staf Administrasi Bank Muamalat KC Sidoarjo, dijelaskan bahwa:

“Sidoarjo dikenal dengan banyak pelaku UMKM yang kreatif. Karena itu, kami mendorong pembiayaan produktif berbasis mudharabah muqayyadah agar dana bisa tersalurkan langsung ke sektor yang punya prospek.”

Berdasarkan pernyataan narasumber, dapat disimpulkan bahwa strategi pembiayaan produktif berbasis akad mudharabah muqayyadah di Bank Muamalat KC Sidoarjo diarahkan secara selektif pada sektor UMKM yang memiliki potensi dan prospek ekonomi yang baik. Pendekatan ini menunjukkan adanya inovasi produk pembiayaan yang disesuaikan dengan karakteristik dan kebutuhan ekonomi lokal.

Temuan tersebut menegaskan bahwa Bank Muamalat KC Sidoarjo tidak hanya berperan sebagai lembaga penyalur dana, tetapi juga sebagai mitra pengembangan usaha masyarakat. Melalui mekanisme bagi hasil, bank dan nasabah membangun hubungan yang saling menguntungkan, sehingga mendukung pertumbuhan UMKM dan pembangunan ekonomi daerah secara berkelanjutan.

Hasil observasi menunjukkan bahwa pembiayaan mudharabah muqayyadah difokuskan pada sektor UMKM tertentu, seperti usaha makanan olahan dan perdagangan kecil. Strategi ini mencerminkan inovasi produk yang bersifat selektif dan berbasis potensi ekonomi lokal, sehingga bank tidak hanya berperan sebagai penyedia dana, tetapi juga sebagai mitra pembangunan ekonomi masyarakat.

b. Inovasi Proses: Fleksibilitas Mekanisme dan Digitalisasi Layanan

Dalam teori inovasi, inovasi proses diartikan sebagai pembaruan dalam metode kerja dan sistem operasional untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas layanan. Inovasi proses sering kali berjalan beriringan dengan inovasi produk.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa fleksibilitas angsuran murabahah juga merupakan bentuk inovasi proses. Bank melakukan penyesuaian prosedur analisis pembiayaan dengan mempertimbangkan pola pendapatan nasabah. Hal ini diamati langsung oleh peneliti saat proses wawancara dan pengamatan di

kantor cabang, di mana staf pembiayaan melakukan asesmen yang lebih detail sebelum menentukan skema angsuran.

Selain itu, inovasi proses juga diwujudkan melalui digitalisasi layanan perbankan dengan penggunaan aplikasi Muamalat DIN. Hal ini diperkuat oleh pernyataan Ibu Eka Fitria Wulandari selaku Admin Keuangan Bank Muamalat KC Sidoarjo, sebagai berikut:

“Sekarang sekitar 60 persen pembukaan rekening baru dilakukan secara online. Walaupun fiturnya masih perlu ditingkatkan, ini sudah menjadi langkah besar menuju efisiensi pelayanan.”

Berdasarkan pernyataan narasumber, dapat disimpulkan bahwa digitalisasi layanan perbankan melalui pemanfaatan platform digital telah memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan efisiensi pelayanan di Bank Muamalat KC Sidoarjo. Tingginya persentase pembukaan rekening secara daring menunjukkan adanya pergeseran perilaku nasabah menuju layanan yang lebih praktis dan cepat.

Meskipun masih terdapat keterbatasan fitur, inovasi proses berbasis teknologi ini telah menjadi langkah strategis dalam meningkatkan efektivitas operasional serta daya saing bank di tengah perkembangan layanan keuangan digital. Hasil observasi menunjukkan bahwa digitalisasi ini berdampak pada berkurangnya antrean nasabah di kantor cabang serta meningkatnya kenyamanan dalam bertransaksi. Namun, peneliti juga menemukan keterbatasan pada fitur pembiayaan digital yang belum sepenuhnya terintegrasi, khususnya terkait konsultasi akad secara daring.

c. Inovasi Organisasi: Peran SDM dalam Mendukung Inovasi

Hasil Teori inovasi organisasi menekankan pentingnya penyesuaian struktur kerja dan peningkatan kapasitas sumber daya manusia untuk mendukung keberhasilan inovasi produk dan proses.

Berdasarkan hasil observasi, Bank Muamalat KC Sidoarjo menempatkan pimpinan cabang dan staf sebagai aktor utama dalam implementasi strategi inovasi. Staf tidak hanya menjalankan fungsi administratif, tetapi juga berperan aktif dalam memberikan edukasi akad dan pendampingan kepada nasabah pembiayaan. Hal ini menunjukkan adanya penyesuaian peran organisasi yang mendukung inovasi berbasis nilai syariah.

Hal ini diperkuat oleh pernyataan Ibu Eka Fitria Wulandari selaku Admin Keuangan Bank Muamalat KC Sidoarjo, sebagai berikut:

“peran sumber daya manusia menjadi faktor penting dalam mendukung strategi inovasi. Pegawai tidak hanya menjalankan fungsi administratif, tetapi juga berperan aktif dalam memberikan pemahaman akad syariah serta pendampingan kepada nasabah pembiayaan. Penyesuaian peran ini dilakukan agar inovasi produk dan proses dapat berjalan secara efektif dan tetap sesuai dengan prinsip syariah.”

Berdasarkan hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa inovasi organisasi di Bank Muamalat KC Sidoarjo diwujudkan melalui penyesuaian peran dan fungsi sumber daya manusia dalam mendukung strategi inovasi produk dan proses. Pimpinan cabang dan staf tidak hanya menjalankan tugas administratif, tetapi juga berperan

aktif sebagai fasilitator dan edukator dalam menjelaskan akad syariah serta memberikan pendampingan kepada nasabah pemberian.

Peran aktif sumber daya manusia tersebut menunjukkan bahwa Bank Muamalat KC Sidoarjo memiliki kapasitas organisasi yang adaptif terhadap perubahan kebutuhan nasabah. Penyesuaian struktur kerja dan peningkatan kapasitas SDM ini menjadi faktor pendukung keberhasilan inovasi berbasis nilai syariah, sekaligus memperkuat efektivitas implementasi strategi inovasi secara berkelanjutan.

d. Inovasi Pemasaran: Program Literasi Keuangan Syariah

Dalam perspektif teori inovasi pemasaran, pembaruan strategi komunikasi dan edukasi kepada pasar merupakan faktor penting dalam meningkatkan penerimaan produk. Hal ini relevan dengan kondisi rendahnya literasi keuangan syariah di masyarakat.

Hasil wawancara dengan salah satu nasabah Bank Muamalat KC Sidoarjo menunjukkan bahwa program literasi memberikan dampak nyata terhadap keputusan nasabah, sebagaimana disampaikan berikut:

“Setelah ikut seminar literasi yang diadakan Bank Muamalat, saya jadi paham perbedaan sistem syariah dengan konvensional dan akhirnya beralih ke Bank Muamalat.”

Berdasarkan pernyataan narasumber, dapat disimpulkan bahwa program literasi keuangan syariah yang dilaksanakan Bank Muamalat KC Sidoarjo berperan efektif dalam meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai perbedaan sistem perbankan syariah dan konvensional. Peningkatan pemahaman tersebut mendorong

perubahan sikap dan perilaku nasabah dalam memilih lembaga keuangan, yang tercermin dari keputusan beralih ke Bank Muamalat. Hal ini menunjukkan bahwa strategi literasi keuangan tidak hanya berfungsi sebagai sarana edukasi, tetapi juga sebagai bentuk inovasi pemasaran yang mampu membangun kepercayaan dan meningkatkan loyalitas nasabah terhadap produk dan layanan perbankan syariah.

Hasil observasi peneliti menunjukkan bahwa kegiatan literasi dilakukan secara berkelanjutan melalui seminar kampus, komunitas UMKM, dan media sosial. Strategi ini merupakan bentuk inovasi pemasaran berbasis edukasi yang bertujuan membangun kepercayaan dan loyalitas nasabah.

2. kendala dalam menerapkan strategi inovasi produk pembiayaan berbasis akad syariah di bank Muamalat KC Sidoarjo dalam menghadapi tantangan dan peluang

Meskipun Dalam teori manajemen inovasi dijelaskan bahwa keberhasilan strategi inovasi tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menciptakan produk atau layanan baru, tetapi juga oleh kesiapan sumber daya internal, penerimaan pasar, dukungan teknologi, serta kemampuan organisasi dalam mengelola risiko. Oleh karena itu, kendala dalam penerapan inovasi perlu dianalisis berdasarkan dimensi inovasi organisasi, proses, dan pemasaran.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, terdapat beberapa kendala utama yang memengaruhi efektivitas penerapan strategi inovasi

produk pembiayaan berbasis akad syariah di Bank Muamalat KC Sidoarjo.

a. Kendala Inovasi Organisasi: Keterbatasan Kapasitas Sumber Daya Manusia

Dalam teori inovasi organisasi, sumber daya manusia dipandang sebagai faktor kunci keberhasilan inovasi karena berperan sebagai perancang, pelaksana, sekaligus komunikator inovasi kepada pengguna. Inovasi produk dan proses tidak akan berjalan optimal apabila tidak didukung oleh kapasitas SDM yang memadai. Hasil wawancara dengan Bapak Mochamad Rizki Fauzi selaku Kepala Cabang Bank Muamalat KC Sidoarjo menunjukkan bahwa keterbatasan pemahaman pegawai terhadap akad-akad syariah masih menjadi kendala internal, sebagaimana disampaikan berikut:

“Kami menyadari bahwa pemahaman SDM menjadi kunci utama dalam keberhasilan inovasi produk syariah. Tidak semua pegawai kami berlatar belakang ekonomi syariah, sehingga kami terus mengadakan pelatihan internal agar mereka dapat menjelaskan akad seperti murabahah, mudharabah, atau ijarah dengan benar dan mudah dipahami nasabah.”

Berdasarkan pernyataan narasumber, dapat disimpulkan bahwa kapasitas sumber daya manusia merupakan faktor kunci dalam keberhasilan strategi inovasi produk pembiayaan berbasis akad syariah. Perbedaan latar belakang pendidikan pegawai menyebabkan tingkat pemahaman akad syariah belum merata, sehingga memerlukan upaya peningkatan kompetensi secara

berkelanjutan melalui pelatihan internal. Hal ini menunjukkan bahwa penguatan inovasi organisasi, khususnya dalam pengembangan kualitas dan kompetensi SDM, menjadi prasyarat penting agar inovasi produk syariah dapat dikomunikasikan secara efektif kepada nasabah dan diterapkan secara optimal.

Hasil observasi peneliti di lapangan memperlihatkan bahwa tidak semua pegawai memiliki tingkat kemampuan yang sama dalam menjelaskan konsep akad syariah secara komprehensif kepada nasabah. Kondisi ini menunjukkan bahwa inovasi organisasi di Bank Muamalat KC Sidoarjo masih menghadapi tantangan dalam pemerataan kompetensi SDM. Dalam perspektif teori inovasi, keterbatasan kapasitas internal ini berpotensi menghambat difusi inovasi produk kepada nasabah.

b. Kendala Inovasi Pemasaran: Rendahnya Literasi Keuangan Syariah Masyarakat

Teori inovasi pemasaran menekankan bahwa penerimaan inovasi sangat dipengaruhi oleh tingkat pemahaman dan persepsi pasar terhadap produk yang ditawarkan. Pada perbankan syariah, rendahnya literasi keuangan syariah menjadi tantangan eksternal yang dapat menghambat keberhasilan inovasi produk.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Eka Fitria Wulandari selaku Admin Keuangan Bank Muamalat KC Sidoarjo, diketahui bahwa masih banyak masyarakat yang menyamakan

pembiayaan murabahah dengan kredit konvensional, sebagaimana diungkapkan berikut:

“Masih banyak nasabah yang bertanya apa bedanya murabahah dengan kredit biasa. Mereka melihat dari sisi cicilannya saja, padahal konsepnya berbeda.”

Berdasarkan pernyataan narasumber, dapat disimpulkan bahwa masih rendahnya pemahaman nasabah terhadap konsep pembiayaan syariah, khususnya akad murabahah, menjadi kendala dalam penerapan strategi inovasi produk. Persepsi nasabah yang masih menyamakan murabahah dengan kredit konvensional menunjukkan adanya hambatan pada tahap pemahaman dan penerimaan inovasi. Hal ini menegaskan bahwa peningkatan literasi keuangan syariah merupakan elemen penting dalam inovasi pemasaran, karena pemahaman yang baik terhadap konsep akad akan mempercepat adopsi produk pembiayaan syariah dan meningkatkan efektivitas strategi inovasi yang diterapkan bank.

Hasil observasi menunjukkan bahwa proses edukasi kepada nasabah sering kali memerlukan waktu lebih lama dibandingkan proses administrasi pembiayaan. Dalam perspektif teori inovasi pemasaran, kondisi ini menunjukkan adanya hambatan pada tahap adopsi inovasi, karena masyarakat belum sepenuhnya memahami nilai dan keunggulan produk pembiayaan syariah. Rendahnya literasi ini secara langsung mengurangi efektivitas strategi inovasi produk yang telah dirancang oleh bank.

c. Kendala Inovasi Proses: Persaingan Teknologi dengan Bank Konvensional dan Fintech Syariah

Teori inovasi proses menekankan pentingnya kecepatan, efisiensi, dan pemanfaatan teknologi dalam mendukung daya saing organisasi. Dalam industri jasa keuangan, kemampuan beradaptasi terhadap perkembangan teknologi menjadi faktor penentu keberhasilan inovasi.

Hasil wawancara dengan Bapak Riza Nur Hidayah selaku Staf Administrasi Bank Muamalat KC Sidoarjo menunjukkan bahwa persaingan dengan bank konvensional dan fintech syariah menjadi tantangan serius, sebagaimana disampaikan berikut:

“Fintech syariah bisa memproses pembiayaan dalam satu atau dua hari melalui aplikasi, sedangkan di bank syariah prosesnya bisa memakan waktu lebih lama karena verifikasi dan analisis risiko masih manual.”

Berdasarkan pernyataan narasumber, dapat disimpulkan bahwa perbedaan tingkat pemanfaatan teknologi memengaruhi kecepatan proses pembiayaan antara bank syariah dan fintech syariah. Proses verifikasi dan analisis risiko yang masih bersifat manual menyebabkan bank syariah memiliki waktu layanan yang relatif lebih lama. Hal ini menunjukkan bahwa keterbatasan inovasi proses berbasis teknologi menjadi tantangan utama dalam meningkatkan daya saing Bank Muamalat KC Sidoarjo, sehingga penguatan digitalisasi menjadi kebutuhan strategis untuk

mempercepat layanan tanpa mengabaikan prinsip kehati-hatian dan kepatuhan syariah.

Hasil observasi peneliti menunjukkan bahwa proses persetujuan pembiayaan di Bank Muamalat KC Sidoarjo masih memerlukan tahapan manual yang cukup panjang. Dalam perspektif teori inovasi proses, kondisi ini menunjukkan adanya keterbatasan pada pemanfaatan teknologi yang berdampak pada kecepatan layanan. Persaingan teknologi tersebut menuntut bank untuk terus mengembangkan inovasi proses berbasis digital tanpa mengabaikan prinsip kehati-hatian dan kepatuhan syariah.

d. Kendala Inovasi Produk dan Manajemen Risiko: Risiko Pembiayaan

Bermasalah

Teori inovasi juga menegaskan bahwa setiap inovasi mengandung risiko yang harus dikelola secara sistematis agar tidak

mengganggu keberlanjutan organisasi. Dalam konteks perbankan syariah, risiko pembiayaan bermasalah (Non-Performing Financing/NPF) menjadi tantangan utama dalam pengembangan inovasi produk pembiayaan.

Hasil wawancara dengan salah satu nasabah Bank Muamalat KC Sidoarjo menunjukkan bahwa kondisi ekonomi eksternal, seperti pandemi, berpengaruh terhadap kemampuan pembayaran nasabah, sebagaimana diungkapkan berikut:

“Waktu pandemi kemarin, saya sempat kesulitan membayar angsuran, tapi pihak bank memberi keringanan dengan restrukturisasi.”

Berdasarkan pernyataan narasumber, dapat disimpulkan bahwa kondisi ekonomi eksternal, seperti pandemi, berpengaruh signifikan terhadap kemampuan nasabah dalam memenuhi kewajiban pembiayaan. Namun demikian, kebijakan restrukturisasi yang diterapkan oleh Bank Muamalat KC Sidoarjo menunjukkan adanya upaya adaptif dalam mengelola risiko pembiayaan bermasalah. Hal ini menunjukkan bahwa strategi inovasi produk pembiayaan didukung oleh manajemen risiko yang responsif dan berorientasi pada keberlanjutan hubungan dengan nasabah, sehingga mampu menjaga stabilitas pembiayaan tanpa mengabaikan prinsip kehati-hatian dan nilai-nilai syariah.

Hasil observasi menunjukkan bahwa Bank Muamalat KC Sidoarjo telah melakukan upaya mitigasi risiko melalui kebijakan restrukturisasi pembiayaan. Dalam perspektif teori inovasi, langkah ini menunjukkan adanya upaya adaptif organisasi dalam menjaga keberlanjutan inovasi produk di tengah risiko eksternal. Namun demikian, fluktuasi rasio NPF tetap menjadi tantangan yang memerlukan penguatan sistem analisis kelayakan dan manajemen risiko syariah.

J. Pembahasan Temuan

1. Strategi Inovasi Produk Pembiayaan Berbasis Akad Syariah di Bank

Muamalat KC Sidoarjo

Berdasarkan hasil penyajian data dan analisis pada fokus penelitian pertama, dapat dibahas bahwa strategi inovasi produk pembiayaan berbasis akad syariah yang diterapkan Bank Muamalat KC Sidoarjo telah mencerminkan penerapan teori manajemen inovasi secara komprehensif. Temuan penelitian menunjukkan bahwa inovasi tidak hanya diwujudkan dalam bentuk pengembangan produk, tetapi juga mencakup inovasi proses, organisasi, dan pemasaran yang saling terintegrasi.

a. Pembahasan Temuan Inovasi Produk

Temuan penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk di Bank Muamalat KC Sidoarjo diwujudkan melalui

pengembangan pembiayaan murabahah dengan fleksibilitas angsuran serta pembiayaan produktif berbasis akad mudharabah muqayyadah.

Dalam teori manajemen inovasi, inovasi produk dipahami sebagai pengembangan karakteristik produk agar lebih sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pasar.

Fleksibilitas angsuran pada pembiayaan murabahah mencerminkan adanya penyesuaian desain produk terhadap kondisi ekonomi nasabah yang memiliki penghasilan tidak tetap. Temuan ini memperkuat teori bahwa inovasi produk tidak selalu harus

menciptakan produk baru, tetapi dapat berupa modifikasi fitur yang memberikan nilai tambah bagi pengguna. Dengan tetap menjaga substansi akad dan prinsip transparansi syariah, inovasi ini menunjukkan bahwa Bank Muamalat mampu memadukan kepatuhan syariah dengan kebutuhan praktis nasabah.

Sementara itu, pengembangan pembiayaan produktif melalui akad mudharabah muqayyadah menunjukkan adanya inovasi produk yang berorientasi pada potensi ekonomi lokal. Temuan ini sejalan dengan teori inovasi yang menekankan pentingnya diferensiasi produk dan penyesuaian dengan konteks lingkungan. Dengan mengarahkan pembiayaan ke sektor UMKM potensial, Bank Muamalat KC Sidoarjo berperan tidak hanya sebagai lembaga keuangan, tetapi juga sebagai mitra pembangunan ekonomi daerah.

b. Pembahasan Temuan Inovasi Proses

Temuan Dalam perspektif teori inovasi proses, pembaruan metode kerja dan pemanfaatan teknologi bertujuan meningkatkan efisiensi serta kualitas layanan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa fleksibilitas angsuran murabahah juga didukung oleh inovasi proses melalui penyesuaian prosedur analisis pembiayaan yang lebih adaptif terhadap pola pendapatan nasabah.

Selain itu, digitalisasi layanan melalui aplikasi Muamalat DIN merupakan bentuk inovasi proses yang signifikan. Tingginya persentase pembukaan rekening secara daring menunjukkan adanya

pergeseran perilaku nasabah menuju layanan yang lebih praktis dan cepat. Temuan ini sejalan dengan teori inovasi proses yang menekankan bahwa adopsi teknologi menjadi faktor penting dalam meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing organisasi.

Namun demikian, keterbatasan fitur pembiayaan digital yang belum terintegrasi sepenuhnya menunjukkan bahwa inovasi proses masih bersifat bertahap. Hal ini menguatkan pandangan teori bahwa inovasi merupakan proses berkelanjutan yang memerlukan pengembangan dan evaluasi secara terus-menerus.

c. Pembahasan Temuan Inovasi Organisasi

Temuan penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan inovasi produk dan proses di Bank Muamalat KC Sidoarjo sangat bergantung pada peran sumber daya manusia. Dalam teori inovasi organisasi, penyesuaian struktur kerja dan peningkatan kapasitas SDM merupakan prasyarat utama agar inovasi dapat diimplementasikan secara efektif.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

Peran aktif pimpinan cabang dan staf sebagai fasilitator, edukator, dan pendamping nasabah menunjukkan bahwa Bank Muamalat KC Sidoarjo memiliki kapasitas organisasi yang adaptif. Inovasi organisasi tidak hanya diwujudkan melalui perubahan struktural, tetapi juga melalui perubahan peran dan budaya kerja yang lebih responsif terhadap kebutuhan nasabah. Temuan ini memperkuat teori

bahwa SDM merupakan aktor kunci dalam proses difusi inovasi, khususnya pada sektor jasa seperti perbankan syariah.

d. Pembahasan Temuan Inovasi Pemasaran

Dalam teori inovasi pemasaran, strategi komunikasi dan edukasi menjadi faktor penting dalam meningkatkan penerimaan produk oleh pasar. Temuan penelitian menunjukkan bahwa program literasi keuangan syariah yang dilakukan Bank Muamalat KC Sidoarjo berperan efektif dalam meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap perbedaan sistem perbankan syariah dan konvensional.

Perubahan sikap nasabah setelah mengikuti kegiatan literasi menunjukkan bahwa inovasi pemasaran berbasis edukasi mampu mempercepat adopsi produk pembiayaan syariah. Strategi ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai upaya membangun kepercayaan dan loyalitas nasabah. Temuan ini sejalan dengan teori inovasi pemasaran yang menekankan pentingnya pendekatan nilai (value-based marketing), khususnya dalam konteks perbankan syariah.

Secara keseluruhan, pembahasan temuan menunjukkan bahwa strategi inovasi produk pembiayaan berbasis akad syariah di Bank Muamalat KC Sidoarjo telah selaras dengan teori manajemen inovasi yang menekankan integrasi antara inovasi produk, proses, organisasi, dan pemasaran. Keempat dimensi inovasi tersebut saling mendukung dan membentuk strategi inovasi yang komprehensif serta berorientasi pada kebutuhan nasabah dan nilai-nilai syariah.

2. Kendala dalam menerapkan strategi inovasi produk pembiayaan berbasis akad syariah di bank Muamalat KC Sidoarjo dalam menghadapi tantangan dan peluang

Berdasarkan Berdasarkan hasil penyajian data dan analisis penelitian, dapat dibahas bahwa kendala dalam penerapan strategi inovasi produk pembiayaan berbasis akad syariah di Bank Muamalat KC Sidoarjo tidak berdiri sendiri, melainkan berkaitan erat dengan dimensi inovasi organisasi, inovasi pemasaran, inovasi proses, serta pengelolaan risiko. Temuan ini memperkuat teori manajemen inovasi yang menyatakan bahwa keberhasilan inovasi tidak hanya ditentukan oleh desain produk, tetapi juga oleh kesiapan internal organisasi, penerimaan pasar, dukungan teknologi, dan kemampuan mengelola risiko.

a. Kendala Inovasi Organisasi: Kapasitas Sumber Daya Manusia

Temuan penelitian menunjukkan bahwa keterbatasan kapasitas sumber daya manusia menjadi kendala utama dalam inovasi organisasi. Dalam teori inovasi organisasi, SDM berperan sebagai aktor kunci dalam perancangan, implementasi, dan komunikasi inovasi kepada pengguna. Hasil penelitian mengindikasikan bahwa perbedaan latar belakang pendidikan pegawai menyebabkan tingkat pemahaman terhadap akad syariah belum merata.

Kondisi ini berimplikasi pada efektivitas komunikasi inovasi produk kepada nasabah. Ketika pemahaman akad belum sepenuhnya dikuasai oleh seluruh pegawai, maka proses difusi inovasi menjadi

kurang optimal. Temuan ini sejalan dengan teori inovasi yang menegaskan bahwa kelemahan kapasitas internal organisasi dapat menghambat adopsi inovasi, meskipun produk yang ditawarkan telah sesuai dengan kebutuhan pasar.

Dengan demikian, pembahasan temuan ini menunjukkan bahwa penguatan inovasi organisasi melalui peningkatan kompetensi SDM secara berkelanjutan menjadi prasyarat penting bagi keberhasilan inovasi produk pembiayaan syariah.

b. Kendala Inovasi Pemasaran: Rendahnya Literasi Keuangan Syariah

Dalam perspektif teori inovasi pemasaran, tingkat penerimaan inovasi sangat dipengaruhi oleh pemahaman dan persepsi pasar. Temuan penelitian menunjukkan bahwa rendahnya literasi keuangan syariah masyarakat menjadi kendala eksternal yang menghambat efektivitas strategi inovasi produk.

Persepsi nasabah yang masih menyamakan pembiayaan murabahah dengan kredit konvensional menunjukkan adanya hambatan pada tahap pemahaman inovasi. Kondisi ini menyebabkan bank harus mengalokasikan waktu dan sumber daya lebih besar untuk kegiatan edukasi sebelum produk dapat diterima sepenuhnya. Temuan ini memperkuat teori inovasi pemasaran yang menyatakan bahwa tanpa pemahaman nilai dan keunggulan produk, inovasi akan sulit diadopsi oleh pasar.

Dengan demikian, pembahasan temuan ini menegaskan bahwa inovasi pemasaran berbasis edukasi menjadi elemen strategis yang tidak terpisahkan dari inovasi produk pembiayaan syariah.

c. Kendala Inovasi Proses: Keterbatasan Pemanfaatan Teknologi

Temuan penelitian menunjukkan bahwa persaingan dengan bank konvensional dan fintech syariah menyoroti adanya keterbatasan inovasi proses berbasis teknologi di Bank Muamalat KC Sidoarjo. Dalam teori inovasi proses, kecepatan dan efisiensi layanan menjadi indikator utama keberhasilan inovasi.

Proses pembiayaan yang masih memerlukan tahapan manual berdampak pada lamanya waktu layanan dibandingkan fintech syariah yang telah terdigitalisasi secara penuh. Temuan ini menunjukkan bahwa keterbatasan pemanfaatan teknologi dapat mengurangi daya saing bank syariah dalam menghadapi tuntutan pasar yang semakin mengutamakan layanan cepat dan praktis.

Pembahasan ini menegaskan bahwa penguatan inovasi proses melalui digitalisasi yang terintegrasi merupakan kebutuhan strategis agar inovasi produk pembiayaan dapat diimplementasikan secara efektif dan kompetitif.

d. Kendala Inovasi Produk dan Manajemen Risiko: Risiko Pembiayaan Bermasalah

Dalam teori manajemen inovasi, risiko merupakan konsekuensi yang melekat pada setiap inovasi dan harus dikelola

secara adaptif. Temuan penelitian menunjukkan bahwa kondisi ekonomi eksternal, seperti pandemi, meningkatkan risiko pembiayaan bermasalah dan memengaruhi keberlanjutan inovasi produk pembiayaan.

Namun demikian, kebijakan restrukturisasi yang diterapkan Bank Muamalat KC Sidoarjo menunjukkan adanya kemampuan organisasi dalam mengelola risiko secara responsif. Langkah ini sejalan dengan teori inovasi yang menekankan pentingnya fleksibilitas organisasi dalam menghadapi ketidakpastian lingkungan eksternal.

Pembahasan temuan ini menunjukkan bahwa meskipun risiko pembiayaan tetap menjadi tantangan utama, penerapan manajemen risiko yang adaptif dapat mendukung keberlanjutan strategi inovasi produk pembiayaan berbasis akad syariah.

Secara keseluruhan, pembahasan temuan menunjukkan bahwa kendala dalam penerapan strategi inovasi produk pembiayaan berbasis akad syariah di Bank Muamalat KC Sidoarjo bersifat multidimensional dan saling berkaitan. Keterbatasan kapasitas SDM, rendahnya literasi keuangan syariah, keterbatasan inovasi proses berbasis teknologi, serta risiko pembiayaan bermasalah menjadi faktor yang memengaruhi efektivitas strategi inovasi. Temuan ini menguatkan teori manajemen inovasi yang menegaskan bahwa keberhasilan inovasi memerlukan pendekatan holistik yang mencakup penguatan internal organisasi,

peningkatan edukasi pasar, pengembangan teknologi, dan pengelolaan risiko yang berkelanjutan.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Strategi Bagaimana strategi inovasi produk pembiayaan berbasis akad syariah di Bank Muamalat KC Sidoarjo Bank Muamalat KC Sidoarjo

Berdasarkan hasil penelitian mengenai *Strategi Inovasi Produk Pembiayaan Berbasis Akad Syariah di Bank Muamalat KC Sidoarjo*, dapat disimpulkan bahwa Bank Muamalat telah menerapkan strategi inovasi yang komprehensif dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah untuk menjawab kebutuhan masyarakat modern serta meningkatkan daya saing di industri perbankan. Inovasi tersebut diwujudkan melalui empat strategi utama, yaitu fleksibilitas akad murabahah, penguatan pembiayaan produktif berbasis mudharabah muqayyadah, transformasi digitalisasi layanan, dan program literasi keuangan syariah.

Fleksibilitas akad murabahah dilakukan dengan menyesuaikan skema pembayaran sesuai kemampuan nasabah, terutama yang berpenghasilan tidak tetap, sebagai bentuk penerapan prinsip keadilan dan kemaslahatan. Sementara itu, pembiayaan produktif melalui akad mudharabah muqayyadah difokuskan pada sektor UMKM untuk mendorong pertumbuhan ekonomi sekaligus memperkuat kemitraan berbasis bagi hasil yang membedakan Bank Muamalat dari bank

konvensional. Transformasi digital melalui aplikasi Muamalat DIN meningkatkan efisiensi dan kemudahan layanan, serta memperluas jangkauan nasabah di era teknologi. Selain itu, program literasi keuangan syariah dijalankan secara konsisten untuk meningkatkan pemahaman dan minat masyarakat terhadap produk keuangan syariah.

Secara keseluruhan, strategi inovasi yang dilakukan Bank Muamalat KC Sidoarjo mencakup inovasi produk, proses, dan edukatif yang saling melengkapi. Ketiganya menunjukkan bahwa Bank Muamalat merupakan lembaga keuangan syariah yang adaptif, inovatif, dan berorientasi pada kemaslahatan umat, tidak hanya mengejar keuntungan, tetapi juga mengedepankan keberkahan dan keberlanjutan sesuai nilai-nilai Islam.

2. Kendala dalam menerapkan strategi inovasi produk pembiayaan berbasis akad syariah di bank Muamalat KC Sidoarjo dalam menghadapi tantangan dan peluang

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa penerapan strategi inovasi produk pembiayaan berbasis akad syariah di Bank Muamalat KC Sidoarjo masih menghadapi beberapa kendala, baik dari faktor internal maupun eksternal. Dari sisi internal, keterbatasan sumber daya manusia menjadi tantangan utama karena belum semua pegawai memiliki pemahaman mendalam tentang akad-akad syariah, sehingga memengaruhi kualitas layanan dan edukasi kepada nasabah.

Dari sisi eksternal, rendahnya literasi keuangan syariah masyarakat membuat pemahaman terhadap konsep pembiayaan syariah masih terbatas dan sering disamakan dengan sistem konvensional. Selain itu, persaingan dengan bank konvensional dan fintech syariah menuntut Bank Muamalat untuk terus meningkatkan digitalisasi agar mampu bersaing dalam kecepatan dan kemudahan layanan. Kendala lain yang dihadapi adalah risiko pembiayaan bermasalah (NPF) yang memerlukan penguatan manajemen risiko dan analisis kelayakan nasabah. Secara keseluruhan, keberhasilan inovasi produk syariah di Bank Muamalat KC Sidoarjo tidak hanya bergantung pada strategi produk, tetapi juga pada peningkatan kompetensi SDM, literasi masyarakat, daya saing teknologi, dan pengelolaan risiko yang sesuai dengan prinsip syariah.

B. Saran

Berdasarkan temuan penelitian, penulis memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi berbagai pihak yang terkait.

KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ J E M B E R

1. Bagi Bank Muamalat KC Sidoarjo

Bank diharapkan terus memperkuat strategi inovasinya dengan menekankan pada pengembangan layanan digital yang lebih canggih dan responsif terhadap kebutuhan generasi muda. Integrasi dengan fintech syariah, pengembangan sistem keamanan data, serta penyediaan fitur transaksi yang lebih lengkap akan menjadi nilai tambah yang penting. Selain itu, Bank Muamalat perlu memperluas program literasi keuangan

syariah melalui edukasi publik, seminar, maupun kampanye di media sosial. Hal ini penting untuk mengatasi rendahnya pemahaman masyarakat terhadap akad-akad syariah, sehingga produk yang ditawarkan tidak hanya dipandang sebagai alternatif, tetapi benar-benar menjadi kebutuhan utama masyarakat muslim.

2. Bagi Akademisi dan Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini masih bersifat deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Oleh karena itu, penelitian lanjutan dapat menggunakan pendekatan kuantitatif atau mixed methods untuk mengukur efektivitas strategi inovasi terhadap pertumbuhan aset, loyalitas, maupun kepuasan nasabah. Selain itu, penelitian komparatif pada beberapa bank syariah lainnya juga sangat relevan untuk memberikan gambaran lebih luas mengenai strategi inovasi di industri perbankan syariah di Indonesia.

3. Bagi Masyarakat dan Nasabah

Diharapkan masyarakat semakin meningkatkan literasi dan pemahaman terhadap produk-produk berbasis akad syariah. Dengan pemahaman yang baik, masyarakat tidak hanya menjadi konsumen pasif, tetapi juga dapat memanfaatkan produk perbankan syariah secara lebih optimal untuk mendukung aktivitas ekonomi mereka. Pada akhirnya, kesadaran dan partisipasi aktif masyarakat akan memperkuat posisi bank syariah di tengah persaingan industri keuangan yang semakin ketat.

Secara keseluruhan, inovasi yang dilakukan Bank Muamalat KC Sidoarjo telah menunjukkan arah yang positif. Namun, kesinambungan

inovasi memerlukan sinergi antara pihak bank, regulator, akademisi, dan masyarakat. Hanya dengan kolaborasi yang kuat, perbankan syariah akan mampu berkembang lebih pesat, memberikan manfaat luas, serta mewujudkan sistem keuangan yang adil, transparan, dan sesuai dengan nilai-nilai Islam.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadiono. 2021. *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Jember: IAIN Jember Press.
- Ahmadiono. 2021. *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah* (Cetakan ke-2). Jember: IAIN Jember Press.
- Antonio, M. Syafi'i. 2001. *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Asep, Agus Sukoco. 2020. *Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah pada Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Mulya Jaya Mandiri di Kecamatan Sidomulyo Kabupaten Lampung Selatan*. Skripsi. Lampung: UIN Raden Intan Lampung.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Sidoarjo. 2023. *Profil Kabupaten Sidoarjo 2023*. Sidoarjo: BPS.
- Bank Muamalat Indonesia. 2022. *Laporan Tahunan PT Bank Muamalat Indonesia Tbk*. Jakarta: Bank Muamalat Indonesia.
- Bank Muamalat Indonesia. 2023. *Dokumen Profil Produk Pembiayaan Syariah Tahun 2023*. Sidoarjo: Bank Muamalat KC Sidoarjo.
- Bank Muamalat Indonesia. 2023. *Laporan Produk dan Layanan Tahun 2023*. Sidoarjo: Bank Muamalat KC Sidoarjo.
- Bank Muamalat Indonesia. 2023. *Laporan Strategi Pemasaran dan Pengembangan Produk Syariah*. Jakarta: PT Bank Muamalat Indonesia Tbk.

- Bank Muamalat Indonesia. 2024. *Laporan Tahunan 2024*. Jakarta: Bank Muamalat Indonesia.
- Burhan Ibnu Hazin. 2024. *Strategi Pengembangan Kurikulum*. Banten: Sada Kurnia Pustaka.
- Chandra, dkk. 2020. *Service Quality, Consumer Satisfaction, dan Consumer Loyalty: Tinjauan Teoritis*. Purwokerto: CV IRDH.
- David, F. R., & David, F. R. 2016. *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases* (15th Edition). USA: Prentice Hall Publishing Company.
- Desmaryani, Susi. 2018. *Wirausaha dan Daya Saing*. Yogyakarta: Deepublish.
- Dhewanto, Wawan, dkk. 2014. *Manajemen Inovasi: Peluang Sukses Menghadapi Perubahan*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Elitan, Lena. 2015. *Manajemen Inovasi*. Bandung: Alfabeta.
- Fatinah, Lina. 2021. “Tinjauan Historis dan Teoritis tentang Inovasi Produk Lembaga Keuangan Syariah.” *Jurnal Ilmu Akuntansi dan Bisnis Syariah (AKSY)*, Vol. 3, No. 1.
- Fauzi, Mochamad Rizki. 2022. “Kesiapan SDM dalam Pengembangan Perbankan Syariah di Indonesia.” *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 10, No. 2.
- Firmansyah, Anang. 2019. *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Pasuruan: CV Penerbit Qiara Media.
- Fontana, Avanti. 2007. *Innovate We Can! Manajemen Inovasi dan Penciptaan Nilai Individu, Organisasi, Masyarakat*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.

- Hasan, Nurul Ichsan. 2014. *Pengantar Perbankan Syariah*. Ciputat: GP Press Group.
- Hidayatullah, M. F., Indahwati, A., Setianingrum, N., & Ahmadiono. 2024. “Strategi Pemasaran Produk Mitraguna di Bank Syariah Indonesia.” *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis Syariah*, Vol. 6, No. 2.
- Husen, M. 2024. “Strategi Manajemen Pemasaran Syariah dalam Pengembangan Lembaga Pesantren.” *Managiere: Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 3, No. 2.
- Kotler, Philip, & Keller, Kevin L. 2016. *Marketing Management* (16th Edition). New Jersey: Pearson.
- Miles, R. E., & Snow, C. C. 1978. *Organization Strategy, Structure, and Process*. Tokyo: McGraw-Hill Kogakusha.
- Mukminin, Muhammad Amirul. 2018. “Pentingnya Manajemen Inovasi pada Produk Perbankan Syariah agar Bisa Bersaing dengan Bank Konvensional.” *Jurnal Perbankan Syariah*, No. 1.
- Musfiroh, L., Rofiki, A., Aji, M., & Junaidi, A. P. 2023. “Memitigasi Risiko Pembiayaan Bermasalah pada Baitul Mal wat Tamwil.” *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi dan Perubahan*, Vol. 3, No. 3.
- Otoritas Jasa Keuangan. 2020. *Roadmap Pengembangan Keuangan Syariah Indonesia 2020–2025*. Jakarta: OJK.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Cetakan ke-21). Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Cetakan ke-25). Bandung: Alfabeta.

Tim Penyusun. 2021. *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah*. Jember: UIN KHAS Jember Press.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan.

Wangsawidjaja. 2012. *Pembentukan Bank Syariah*. Jakarta: PT Gramedia.

Wawancara dengan Mochamad Rizki Fauzi, Branch Manager Bank Muamalat KC

Sidoarjo, 17 Juli 2025.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

LAMPIRAN-LAMPIRAN

MATRIK PENELITIAN

JUDUL	FOKUS PENELITIAN	VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN
Strategi Inovasi Produk Pembiayaan Berbasis Akad Syariah di Bank Muamalat Sidoarjo : Tantangan dan Peluang	1. Bagaimana strategi inovasi produk pembiayaan berbasis akad syariah di Bank Muamalat KC Sidoarjo? 2. Apa saja kendala dalam menerapkan strategi inovasi produk pembiayaan berbasis akad syariah di bank Muamalat KC Sidoarjo dalam menghadapi tantangan dan peluang?	Strategi Inovasi Produk Pembiayaan Tantangan Implementasi Inovasi Peluang Pengembangan Produk Syariah Kinerja Produk	1. Indikator Produk 2. Inovasi proses 3. Inovasi organisasi 4. Keputihan syariah 1. Regulasi & Kepatuhan 2. Sumber Daya Manusia 3. Teknologi & Infrastruktur 4. Pasar & Nasabah 5. Modal & Risiko 1. Potensi Pasar 2. Dukungan Pemerintah & Regulasi 3. Teknologi Digital 4. Diferensiasi Produk 5. Kolaborasi & Ekosistem Halal 1. Jumlah Pengguna 2. Volume Pembiayaan 3. Kepuasan Nasabah 4. Tingkat Retensi 5. Kepatuhan Syariah	1. Sumber Data Primer : wawancara dan observasi 2. Data sekunder : arsip data perusahaan, buku dan artikel jurnal	Pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif Lokasi penelitian : Bank Muamalat KC. Sidoarjo Subjek penelitian : nasabah Teknik pengumpulan data : wawancara, observasi, dan dokumentasi Analisis Data : Analisis Tematik / Content Analysis Keabsahan Data : triangulasi sumber

Lampiran 2 (Pernyataan Keaslian Tulisan)

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Nabila Churrotul A'in
 Nim : 211105010044
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
 Prodi : Perbankan Syariah
 Institusi : Universitas Islam Negeri Kiai haji Achmad Siddiq Jember

Dengan sunguh – sunguh menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul :

"STRATEGI INOVASI PRODUK PEMBIAYAAN BERBASIS AKAD SYARIAH DI BANK MUAMALAT KC SIDOARJO TANTANGAN DAN PELUANG"

Secara kesuluan adalah hasil kejaian atau karya sendiri, kecuali pada bagian yang dirujuk sumbernya.

Jember, 03 November 2025
 Saya,



NABILA CHURROTUL A'IN
NIM. 211105010044

Lampiran 3

PEDOMAN WAWANCARA

A. Informan 1: Kepala Cabang Bank Muamalat KC Sidoarjo (Bapak Mochamad Rizki Fauzi)

Tujuan: Menggali strategi dan kebijakan inovasi produk pembiayaan berbasis akad syariah serta tantangan manajerial yang dihadapi.

Pertanyaan Utama:

1. Bagaimana Bapak melihat posisi Bank Muamalat KC Sidoarjo dalam menghadapi persaingan industri perbankan syariah saat ini?
2. Apa saja bentuk inovasi produk pembiayaan berbasis akad syariah yang telah diterapkan di cabang ini?
3. Apa tujuan utama dari pengembangan pembiayaan berbasis akad murabahah dan mudharabah muqayyadah di Bank Muamalat KC Sidoarjo?
4. Bagaimana penerapan fleksibilitas angsuran dalam akad murabahah dilakukan agar tetap sesuai prinsip syariah?
5. Apa strategi Bank dalam menjaga keseimbangan antara prinsip syariah dan kebutuhan pasar modern (digitalisasi, kemudahan akses, dll)?
6. Apa tantangan terbesar yang dihadapi dalam implementasi inovasi produk berbasis akad syariah?
7. Bagaimana peran pelatihan SDM dalam mendukung pemahaman akad syariah di lingkungan Bank Muamalat KC Sidoarjo?
8. Menurut Bapak, apa peluang terbesar Bank Muamalat dalam mengembangkan produk pembiayaan syariah ke depan?

B. Informan 2: Staf Administrasi (Bapak Riza Nur Hidayah)

Tujuan: Mengetahui penerapan inovasi produk, proses administrasi pembiayaan, dan dampak digitalisasi layanan.

Pertanyaan:

1. Bagaimana proses penerapan inovasi produk pembiayaan di bagian administrasi bank?
2. Apa perbedaan signifikan antara pembiayaan berbasis akad syariah dan kredit konvensional dari sisi operasional administrasi?
3. Bagaimana sistem mudharabah muqayyadah diterapkan untuk mendukung pembiayaan produktif UMKM?
4. Apakah digitalisasi layanan (aplikasi Muamalat DIN, e-service) memengaruhi efektivitas pelayanan pembiayaan?
5. Tantangan apa yang muncul dalam mengelola pembiayaan syariah di tengah persaingan dengan fintech dan bank konvensional?
6. Apa bentuk dukungan manajemen cabang terhadap staf untuk memahami prinsip-prinsip syariah dalam setiap akad?

C. Informan 3: Admin Keuangan (Ibu Eka Fitria Wulandari)

Tujuan: Memahami aspek komunikasi produk syariah kepada nasabah dan tantangan literasi keuangan syariah.

Pertanyaan:

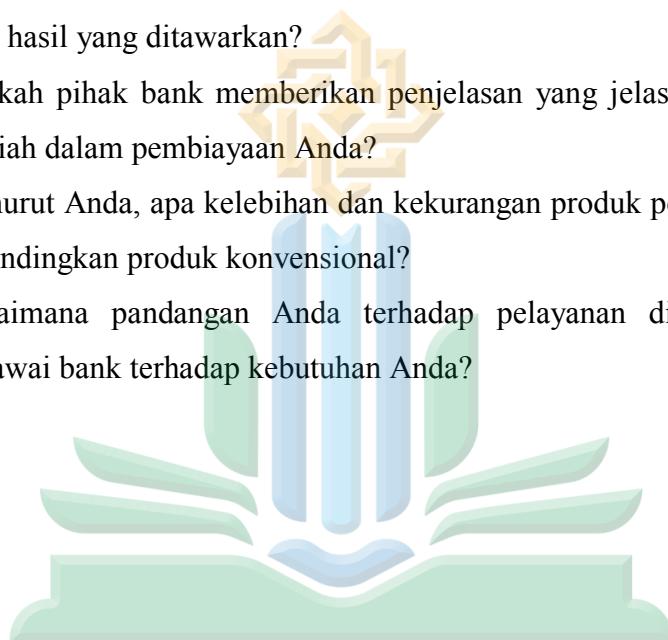
1. Bagaimana proses edukasi kepada nasabah terkait produk pembiayaan berbasis akad syariah dilakukan?
2. Apakah masyarakat sudah memahami perbedaan akad murabahah dengan kredit konvensional?
3. Apa tantangan terbesar ketika menjelaskan produk berbasis akad syariah kepada nasabah baru?
4. Apakah ada program literasi keuangan syariah yang dilakukan oleh pihak bank?
5. Bagaimana respon masyarakat terhadap pembiayaan berbasis akad syariah setelah mendapatkan edukasi tersebut?

D. Informan 4: Nasabah Bank Muamalat KC Sidoarjo

Tujuan: Mengetahui persepsi, pengalaman, dan kepuasan nasabah terhadap produk pembiayaan syariah.

Pertanyaan:

1. Mengapa Anda memilih menggunakan pembiayaan di Bank Muamalat dibanding bank lain?
2. Bagaimana pemahaman Anda terhadap akad syariah seperti murabahah atau mudharabah yang digunakan dalam pembiayaan Anda?
3. Bagaimana pengalaman Anda terkait proses pengajuan pembiayaan di Bank Muamalat KC Sidoarjo?
4. Apakah Anda merasa terbantu dengan fleksibilitas angsuran atau sistem bagi hasil yang ditawarkan?
5. Apakah pihak bank memberikan penjelasan yang jelas mengenai prinsip syariah dalam pembiayaan Anda?
6. Menurut Anda, apa kelebihan dan kekurangan produk pembiayaan syariah dibandingkan produk konvensional?
7. Bagaimana pandangan Anda terhadap pelayanan digital dan respon pegawai bank terhadap kebutuhan Anda?



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Lampiran 4 (Surat Izin Penelitian Scan)



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM



Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
 Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>

Nomor : B-1149/Un.22/7.a/PP.00.9/10/2024

14 Oktober 2024

Lampiran :

Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth.

Kepala Bank Muamalat KC Surabaya

Jl. Raya Darmo No.81, Keputran, Kec. Tegalsari, Surabaya, Jawa Timur 60265

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diizinkan mahasiswa berikut :

Nama	:	Nabila Churrotul A'in
NIM	:	211105010044
Semester	:	VII (tujuh)
Jurusan	:	Ekonomi Islam
Prodi	:	Perbankan Syariah

Guna melakukan Penelitian/Riset mengenai Strategi Inovasi Produk Pembiayaan Berbasis Akad Syariah di Bank Muamalat KC Surabaya : Tantangan dan Peluang di lingkungan/lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
 J E M B E R**

A.n.-Dekan

Wakil Dekan Bidang Akademik,



Nurul Widyawati Islami Rahayu



af.

Lampiran 5 (Surat Selesai Penelitian Scan)

SURAT KETERANGAN

Assalamualaikum Wr. Wb

Kepala Cabang Bank Muamalat KC Sidoarjo menerangkan bahwa mahasiswa dengan data sebagai berikut:

Nama : Nabila Churrotul A'in

NIM : 211105010044

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Perbankan Syari'ah

Universitas : UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Yang bersangkutan telah menyelesaikan penelitian di Kantor Bank Muamalat KC Sidoarjo dengan judul "**Strategi Inovasi Produk Pembiayaan Berbasis Akad Syariah di Bank Muamalat KC Sidoarjo : Tantangan dan Peluang**".

Demikian surat keterangan dibuat untuk dipergunakan sebagaimana semestinya.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Sidoarjo, 8 Agustus 2025

Mengetahui,
Kepala Cabang Bank
Muamalat Sidoarjo

Mochammad Rizki Fauzi

Lampiran 6 (Jurnal Kegiatan Penelitian)

Jurnal Kegiatan Penelitian

Lokasi Penelitian : Bank Muamalat KC Sidoarjo

No.	Hari/Tanggal	Uraian Kegiatan	Paraf
1	Senin / 19 Oktober 2024	menyerahkan surat izin penelitian	
2	Rabu / 23 Juli 2025	wawancara dengan pihak pembiayaan	
3	Jumat / 25 Juli 2025	wawancara dengan nasabah	
4	Senin / 28 Juli 2025	wawancara dengan branch manager	
5	Kamis / 31 Juli 2025	wawancara dengan staff administrasi	
6	Rabu / 6 Agustus 2025	wawancara dengan nasabah	
7	Jumat / 8 Agustus 2025	minta surat keterangan selesainya penelitian	

Kepala Cabang

Mochammad Rizki Fauzi

Lampiran 7**DOKUMENTASI**

Lampiran 8 (Turnitin)



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://uinkhas.ac.id>



SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Nabila Churrotul A'in
NIM : 211105010044
Program Studi : PERBANKAN SYARIAH
Judul : Strategi Inovasi produk pembiayaan berbasis akad syariah di bank Muamalat KC Sidoarjo : tantangan dan peluang.

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan aplikasi Turnitin, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada aplikasi Turnitin kurang atau sama dengan 25%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 19 November 2025

Operator Turnitin
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

(Dr. Hersa Farida Qoriani, S.Kom., M.EI)



Lampiran 9 (Selesai Bimbingan skripsi scan)



SURAT KETERANGAN

Nomor : 2/550/Un.22/D.5.KP.4/KM.05.00/10/2025

Yang bertandatangan di bawah ini Koordinator program Studi Perbankan Syariah, menerangkan bahwa :

Nama : Nabila Churrotul A'in
NIM : 211105010044
Semester : IX(Sembilan)

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai bimbingan skripsi. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.

Jember, 24 Oktober 2025

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
 A.n. Dekan
 Koordinator Prodi. Perbankan Syariah

 Ana Pratiwi



Lampiran 10

SITASI DOSEN

Ahmadiono, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, (Jember : IAIN Jember Press, 2021).

Hidayatullah, M. F., Indahwati, A., Setianingrum, N., & Ahmadiono. Strategi pemasaran produk Mitraguna di Bank Syariah Indonesia. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, Vol. 6, No. 2, (2024) : 2836–2842. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.4123>

Musfiroh, L., Rofiki, A., Aji, M., & Junaidi, A. P. Memitigasi risiko pembiayaan bermasalah pada Baitul Mal wat Tamwil (Pengabdian pada BMT NU Cabang Kecamatan Ajung Kabupaten Jember). *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi dan Perubahan*, Vol. 3, No. 3, (2023) : 29–36.

Halimiyah, Istiadatul, and R. E. T. N. A. Anggitaningsih. “Analisis Manajemen Risiko Pembiayaan Pada Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) BMT NU Jawa Timur Cabang Kalibaru.” Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember (2022).

Nafis, A. W. Akad-akad di dalam pasar modal syariah. *Iqtishoduna*, Vol. 5, No. 1, (2015) : 66-86.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Lampiran 11**BIODATA PENULIS****A. Biodata Penulis**

Nama : Nabila Churrotul A'in
NIM : 211105010044
TTL : Lamongan, 03 Januari 2004
Alamat : Jln. Randu Asri 1, Sidokerto, Buduran, Sidoarjo
No. Hp : 082132716686
Email : churain03@gmail.com
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Perbankan Syariah

B. Riwayat Pendidikan

SD : SDN 1 Kreteranggon
SMP : MTS CI Amanatul Ummah Pacet
SMA : MA Rodlotun Nasyiin
Universitas : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achad Siddiq Jember