

INOVASI DAN OPTIMALISASI BMT MUHAMMADIYAH DALAM PENGEMBANGAN EKONOMI SYARIAH YANG KOMPETITIF DI KOTA MAKASSAR

Mega Mustika¹, Abdillah S², Ridwan Malik³

^{1,2,3} Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Makassar, Sulawesi Selatan,
Indonesia

¹megamustika@unismuh.ac.id, ²abdillah@unismuh.ac.id, ³ridwanmalik@unismuh.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis inovasi produk syariah di Baitul Maal wat Tamwil (BMT) Muhammadiyah Makassar dan dampaknya terhadap perkembangan ekonomi syariah lokal. BMT Muhammadiyah, sebagai lembaga keuangan mikro berbasis syariah, menghadapi tantangan persaingan dengan lembaga keuangan konvensional serta kebutuhan untuk terus mengembangkan produk-produk yang relevan bagi masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, melalui wawancara mendalam dengan pengelola BMT, observasi langsung, dan analisis data sekunder dari laporan keuangan dan dokumen internal BMT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk syariah yang dilakukan oleh BMT Muhammadiyah, seperti pembiayaan UMKM, tabungan berbasis akad mudharabah, dan investasi syariah, telah mampu meningkatkan daya saing lembaga ini dalam pasar keuangan syariah lokal. Namun, masih terdapat kebutuhan untuk memperluas program literasi keuangan syariah dan meningkatkan penggunaan teknologi digital dalam layanan BMT. Penelitian ini juga menemukan bahwa kolaborasi dengan sektor-sektor strategis, seperti UMKM, pendidikan, dan pariwisata halal, penting untuk memperluas jangkauan dan dampak ekonomi syariah di Kota Makassar. Temuan ini diharapkan dapat memberikan dasar bagi pengembangan kebijakan yang mendukung pertumbuhan ekonomi syariah serta meningkatkan kinerja dan daya saing BMT Muhammadiyah secara berkelanjutan. Kata kunci: Inovasi Produk Syariah, BMT Muhammadiyah, Ekonomi Syariah, Keuangan Mikro, Literasi Keuangan, Teknologi Digital.

Abstract

This study aims to analyze sharia product innovation at Baitul Maal wat Tamwil (BMT) Muhammadiyah Makassar and its impact on the development of the local sharia economy. BMT Muhammadiyah, as a sharia-based microfinance institution, faces the challenge of competition with conventional financial institutions and the need to continue to develop products that are relevant to the community. This study uses a qualitative method with a descriptive approach, through in-depth interviews with BMT managers, direct observation, and secondary data analysis from financial reports and internal documents of BMT. The results of the study indicate that sharia product innovations carried out by BMT Muhammadiyah, such as MSME financing, savings based on mudharabah contracts, and sharia investment, have been able to increase the competitiveness of this institution in the local sharia financial market. However, there is still a need to expand the sharia financial literacy program and increase the use of digital technology in BMT services. This study also found that collaboration with strategic sectors, such as MSMEs, education, and halal tourism, is important to expand the reach and impact of the sharia economy in Makassar City. These findings are expected to provide a basis for developing policies that support the growth of the sharia economy and improve the performance and competitiveness of BMT Muhammadiyah in a sustainable manner.

Keywords: Sharia Product Innovation, BMT Muhammadiyah, Sharia Economy, Microfinance, Financial Literacy, Digital Technology.



© Author(s) 2025

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

PENDAHULUAN

Kota Makassar, sebagai salah satu pusat ekonomi di wilayah timur Indonesia, memiliki potensi besar dalam pengembangan ekonomi syariah. Dinamika ekonomi Kota Makassar yang terus berkembang, didukung oleh heterogenitas penduduk dan tingginya aktivitas perdagangan, memberikan peluang yang luas bagi lembaga-lembaga keuangan syariah untuk berkembang.^{1,2} Di antara lembaga-lembaga tersebut, Baitul Maal wat Tamwil (BMT) Muhammadiyah menonjol sebagai salah satu entitas yang berupaya menghadirkan inovasi-inovasi baru dalam mengembangkan ekonomi syariah yang lebih kompetitif di kota ini.

Dalam beberapa tahun terakhir, kesadaran masyarakat Makassar akan pentingnya ekonomi syariah semakin meningkat. Hal ini dipicu oleh berbagai faktor, seperti peningkatan pemahaman agama yang mengarah pada pilihan sistem ekonomi yang sesuai dengan prinsip syariah, serta semakin banyaknya studi yang menunjukkan efisiensi dan ketahanan model ekonomi syariah dalam menghadapi krisis ekonomi. Namun, disisi lain, tantangan bagi pengembangan ekonomi syariah di kota ini juga cukup signifikan.^{3,4} Di antara tantangan tersebut adalah persaingan dengan lembaga keuangan konvensional yang sudah lebih dulu berakar, serta kebutuhan inovasi produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi masyarakat setempat.^{5,6}

Kehadiran BMT Muhammadiyah di Kota Makassar menjadi salah satu jawaban inisiatif dalam menghadapi tantangan pengembangan ekonomi syariah. Sebagai lembaga keuangan mikro syariah, BMT Muhammadiyah berupaya menawarkan solusi finansial yang tidak hanya berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah, tetapi juga mampu memenuhi ekspektasi masyarakat

¹ Giyats Rif'at Afifi, "Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Narapidana Lembaga Pemasyarakatan Kelas 1 Cirebon (PAS Mart)," *Jurnal Promosi Program Studi Pendidikan Ekonomi* 8, no. 1 (19 Juni 2020), <https://doi.org/10.24127/pro.v8i1.2859>.

² Yunus Kristanto, "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen, Studi Kasus Pada Usaha Susu Murni Siliwangi A Karsan Bandung," *Jurnal Ilmu Manajemen* 19, no. 1 (2022).

³ Joko Bagio Santoso, "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen," *Jurnal Akuntansi dan Manajemen* 16, no. 1 (8 April 2019), <https://doi.org/10.36406/jam.v16i01.271>.

⁴ Nico Chrisnaya, Agus Rahman Alamasyah, dan Theresia Pradiani, "Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan pada Aka Coffee Malang," *JUBIS* 4, no. 2 (2023).

⁵ M.R. Shaharudin, "Impact of Service Quality on Customer Loyalty in the Banking Sector," *Journal of Business Management and Economics* 2, no. 5 (2011).

⁶ A. Sofjan, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1996).

akan produk dan layanan yang inovatif, mudah diakses, dan memberikan nilai tambah ekonomi. Dalam mewujudkan visi tersebut, maka perlu untuk mengimplementasikan berbagai inovasi, baik dari sisi produk maupun operasional.^{7,8,9} Di sisi produk, terus mengembangkan dan menyesuaikan produk-produk pembiayaan dan investasi yang tidak hanya sesuai syariah, tetapi juga relevan dengan kebutuhan ekonomi masyarakat lokal, seperti pembiayaan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), pembiayaan pendidikan, serta produk tabungan dan investasi syariah.^{10,11} Dari sisi operasional, berupaya mengadopsi teknologi informasi untuk meningkatkan efisiensi layanan dan memperluas jangkauan ke masyarakat.¹²

Namun, untuk benar-benar berperan secara signifikan dalam pengembangan ekonomi syariah di Makassar, BMT Muhammadiyah dihadapkan pada beberapa tantangan kunci. Pertama, diperlukan upaya lebih besar dalam meningkatkan literasi ekonomi syariah di kalangan masyarakat, sehingga mereka tidak hanya memahami produknya, tetapi juga prinsip-prinsip syariah yang menjadi dasarnya. Kedua, inovasi produk harus terus dikembangkan, tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan finansial masyarakat, tetapi juga untuk menawarkan keunggulan kompetitif dibanding produk keuangan konvensional. Ketiga, perlu adanya sinergi yang lebih erat lagi dengan sektor-sektor strategis dalam ekonomi Makassar, seperti sektor UMKM, pendidikan, dan pariwisata, agar produk dan layanan BMT Muhammadiyah dapat memberikan dampak yang lebih luas bagi pengembangan ekonomi syariah di kota Makassar.

Mengingat posisi strategis Kota Makassar dalam peta ekonomi syariah Indonesia, inovasi dan upaya yang dilakukan oleh BMT Muhammadiyah tidak hanya penting bagi pengembangan ekonomi syariah lokal, tetapi juga memberikan kontribusi penting bagi pertumbuhan dan penguatan ekonomi syariah Indonesia secara keseluruhan. Oleh karena itu, upaya pengembangan ini perlu didukung oleh semua pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, sektor swasta, lembaga pendidikan, dan masyarakat luas, agar inovasi yang dihadirkan oleh BMT Muhammadiyah dapat secara efektif mendukung pembangunan ekonomi syariah yang lebih inklusif dan berkelanjutan di Kota Makassar, maka penelitian ini sangat penting untuk

⁷ J.K. Hanjaya dan P.Y. Setiawan, "Pengaruh Kualitas Layanan, Promosi Penjualan dan Digital Marketing terhadap Loyalitas Konsumen Gojek di Denpasar," *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 11, no. 9 (2022), <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2022.v11.i09.p03>.

⁸ F. Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Andi Offset, 2016).

⁹ P. Kotler dan K.L. Keller, *Marketing Management* (Pearson Prentice Hall, 2009).

¹⁰ Anggit Yoebrilianti, "Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Produk Fashion Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Moderator (Survei Konsumen Pada Jejaring Sosial)," *Jurnal Manajemen* 8, no. 1 (4 Juli 2018), <https://doi.org/10.30656/jm.v8i1.660>.

¹¹ Musfar, "Understanding Product Quality and Its Impact on Customer Loyalty," *Journal of Consumer Behavior* 25, no. 3 (2021).

¹² Yulia Larasati Putri dan Hardi Utomo, "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Among Makarti* 10, no. 19 (2017).

menumbuhkan, mengembangkan dan membuat inovasi atau terobosan baru agar BMT Muhammadiyah bisa tetap bertahan.

Berdasarkan latar belakang yang ada maka peneliti akan menyelesaikan permasalahan ini dengan beberapa rumusan masalah yang akan dikaji 1) Seberapa efektif inovasi yang dilakukan oleh BMT Muhammadiyah dalam menanggapi kebutuhan pasar dan mengatasi tantangan eksternal yang dihadapi? 2) Bagaimana BMT Muhammadiyah dapat mengoptimalkan layanan dan produknya agar lebih kompetitif dalam pasar ekonomi syariah di Kota Makassar? Sehingga tujuan dari penelitian ini pertama: Mengidentifikasi inovasi yang telah dilakukan oleh BMT Muhammadiyah dan mengevaluasi dampaknya terhadap pertumbuhan ekonomi syariah di wilayah tersebut. Kedua: memberikan rekomendasi strategis kepada BMT Muhammadiyah untuk meningkatkan kompetitivitasnya dalam pengembangan ekonomi syariah di Kota Makassar. Adapun target temuan diawal penelitian ini yaitu Evaluasi Inovasi yang Ada: Menganalisis inovasi yang telah diterapkan oleh BMT Muhammadiyah dan mengevaluasi sejauh mana inovasi tersebut efektif dalam meningkatkan kinerja dan daya saing lembaga tersebut. Hal ini dapat dilakukan melalui tinjauan literatur, wawancara dengan pihak terkait, dan analisis data internal BMT.

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif analitis untuk mengevaluasi inovasi dan strategi kompetitif yang dilakukan oleh Baitul Maal wat Tamwil (BMT) Muhammadiyah dalam pengembangan ekonomi syariah di Kota Makassar. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai proses inovasi dan faktor-faktor yang mendukung serta menghambat BMT Muhammadiyah dalam meningkatkan daya saingnya.

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian ini bertujuan untuk menggali pemahaman mendalam mengenai fenomena yang kompleks, seperti inovasi dan strategi yang diterapkan oleh BMT Muhammadiyah dalam pengembangan ekonomi syariah di Kota Makassar.¹³ Pendekatan kualitatif ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan wawasan dari perspektif subjek, yaitu manajemen BMT, nasabah, dan ahli ekonomi syariah.¹⁴

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017).

¹⁴ S. Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006).

Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua kategori utama:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber-sumber asli melalui metode pengumpulan data seperti wawancara, observasi, dan catatan lapangan. Dalam konteks penelitian ini, data primer meliputi:

- a. **Hasil wawancara mendalam** dengan manajemen BMT Muhammadiyah, nasabah, dan pakar ekonomi syariah.
- b. **Hasil observasi** langsung terhadap aktivitas operasional dan pelayanan BMT Muhammadiyah.
- c. **Catatan lapangan** dari kegiatan observasi dan wawancara.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber-sumber yang sudah ada, seperti dokumen dan literatur yang relevan. Data ini tidak dikumpulkan langsung oleh peneliti, tetapi bersumber dari penelitian terdahulu, laporan resmi, atau publikasi lainnya. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

- a. **Dokumen internal BMT Muhammadiyah**, seperti laporan tahunan, kebijakan, dan data keuangan.
- b. **Literatur terkait**, termasuk jurnal ilmiah, buku, dan artikel yang membahas tentang ekonomi syariah, lembaga keuangan mikro, dan inovasi BMT.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dapat digunakan dalam penelitian terkait peran BMT Muhammadiyah dalam pengembangan ekonomi syariah di Kota Makassar:

1. Wawancara Mendalam (In-Depth Interviews)

Wawancara mendalam akan digunakan untuk mengumpulkan data langsung dari para informan kunci. Metode ini memungkinkan peneliti menggali informasi yang lebih dalam mengenai inovasi, tantangan, dan strategi yang diambil oleh BMT Muhammadiyah.

- a. **Informan kunci:** Manajemen BMT Muhammadiyah, para staf yang terlibat dalam pengelolaan BMT Muhammadiyah Kota Makassar
- b. **Wawancara semi-terstruktur:** Panduan wawancara akan dibuat agar wawancara tetap fokus, namun fleksibel sehingga responden bisa mengelaborasi jawaban secara mendalam.

2. Observasi

Metode observasi akan digunakan untuk memahami implementasi layanan dan operasional di BMT Muhammadiyah secara langsung.

- a. **Observasi langsung:** Peneliti akan mengamati bagaimana inovasi diterapkan dalam layanan keuangan, interaksi dengan nasabah, dan kegiatan operasional sehari-hari.
- b. **Catatan lapangan:** Peneliti akan mencatat semua temuan penting selama proses observasi, termasuk perilaku, lingkungan, dan proses yang relevan dengan penelitian.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang melibatkan pengumpulan bahan-bahan tertulis dan laporan terkait BMT Muhammadiyah.

- a. **Dokumen internal:** Laporan tahunan, data keuangan, kebijakan internal, dan dokumentasi resmi BMT Muhammadiyah yang berkaitan dengan inovasi dan perkembangan ekonomi syariah.
- b. **Literatur terkait:** Jurnal, artikel, dan buku yang relevan dengan topik penelitian, seperti perkembangan ekonomi syariah di Makassar dan peran lembaga keuangan mikro syariah.

Definisi Operasional

Berikut adalah beberapa definisi Operasional yang digunakan dalam penelitian ini

1. **Inovasi Produk Syariah:** Merujuk pada pengembangan dan pengenalan produk keuangan baru yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, seperti pembiayaan mikro, tabungan syariah, dan investasi berbasis syariah. Inovasi ini dapat diukur dari jumlah produk baru yang ditawarkan BMT Muhammadiyah, serta sejauh mana produk tersebut memenuhi kebutuhan ekonomi lokal.
2. **Daya Saing BMT Muhammadiyah:** Tingkat kemampuan BMT Muhammadiyah dalam bersaing dengan lembaga keuangan lain, baik konvensional maupun syariah, di Kota Makassar. Ini diukur melalui pangsa pasar, pertumbuhan jumlah nasabah, serta penilaian kepuasan nasabah terhadap produk dan layanan BMT.
3. **Literasi Ekonomi Syariah:** Tingkat pemahaman masyarakat terhadap prinsip-prinsip ekonomi syariah dan produk-produk keuangan syariah. Ini dapat diukur dari hasil wawancara dengan nasabah BMT serta hasil survei mengenai pengetahuan mereka tentang ekonomi syariah.

4. **Efektivitas Operasional:** Mengacu pada sejauh mana BMT Muhammadiyah mampu menjalankan operasionalnya secara efisien dan sesuai dengan prinsip syariah. Efektivitas ini dapat diukur dari waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan transaksi, biaya operasional, serta penggunaan teknologi dalam proses layanan.
5. **Faktor Penghambat dan Pendukung:** Faktor-faktor eksternal dan internal yang mempengaruhi pengembangan BMT Muhammadiyah. Faktor penghambat bisa berupa regulasi yang kurang mendukung atau persaingan dengan lembaga keuangan konvensional. Faktor pendukung meliputi kebijakan pemerintah atau kerjasama strategis dengan sektor-sektor ekonomi lain. Kedua faktor ini diidentifikasi melalui wawancara dan studi pustaka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Baitul Maal wat Tamwil (BMT) Muhammadiyah di Kota Makassar telah menempatkan inovasi produk syariah sebagai salah satu strategi utama untuk bersaing di pasar keuangan syariah yang semakin kompetitif. Inovasi ini penting dalam upaya BMT Muhammadiyah memenuhi kebutuhan masyarakat lokal yang semakin meningkat terhadap layanan keuangan berbasis syariah. Dalam konteks ini, beberapa jenis inovasi produk yang telah diperkenalkan oleh BMT Muhammadiyah mencakup pembiayaan untuk usaha kecil dan menengah (UMKM), tabungan syariah berbasis akad mudharabah, serta investasi berbasis sukuk atau obligasi syariah.

1. Pembiayaan Mikro untuk UMKM

Produk pembiayaan untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah salah satu inovasi terpenting yang dikembangkan oleh BMT Muhammadiyah Kota Makassar. Pembiayaan ini didasarkan pada akad musyarakah (kemitraan) atau mudharabah (bagi hasil), yang memungkinkan pelaku usaha mendapatkan modal tanpa harus membayar bunga seperti dalam sistem perbankan konvensional.

a. Dampak Terhadap UMKM

UMKM merupakan sektor ekonomi yang dominan di Kota Makassar, dan pembiayaan syariah yang disediakan oleh BMT Muhammadiyah memberikan solusi yang sangat dibutuhkan oleh pelaku usaha kecil yang seringkali kesulitan mendapatkan akses ke lembaga keuangan formal. Dengan adanya skema bagi hasil yang adil, pembiayaan ini memberikan alternatif yang lebih etis dan sesuai dengan prinsip syariah, sehingga menarik bagi para pengusaha Muslim yang lebih memilih untuk menghindari riba.

b. Tingkat Keberhasilan dan Tantangan

Data menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM yang mendapatkan pembiayaan dari BMT Muhammadiyah berhasil meningkatkan skala usaha mereka. Namun, salah satu tantangan yang dihadapi adalah keterbatasan dana yang tersedia, sehingga BMT harus lebih selektif dalam memilih calon penerima pembiayaan. Selain itu, proses pemantauan terhadap penggunaan dana dan pengembalian bagi hasil masih perlu ditingkatkan untuk menghindari risiko gagal bayar.

2. Tabungan Syariah dengan Akad Mudharabah

Produk tabungan syariah berbasis akad mudharabah merupakan inovasi yang menarik bagi masyarakat yang ingin menabung dan berinvestasi sesuai dengan prinsip syariah. Dalam skema ini, nasabah menempatkan dana mereka di BMT Muhammadiyah, dan keuntungan yang dihasilkan dari penggunaan dana tersebut akan dibagi antara BMT dan nasabah berdasarkan kesepakatan awal.

a. Kelebihan Produk

Tabungan syariah ini menawarkan kelebihan yang tidak ditemukan pada produk tabungan konvensional, yaitu kepastian bahwa dana nasabah digunakan dalam aktivitas yang halal dan sesuai syariah. Selain itu, sistem bagi hasil yang fleksibel memberikan insentif kepada nasabah untuk menabung lebih banyak, karena potensi keuntungan meningkat seiring dengan pertumbuhan investasi yang dilakukan oleh BMT.

b. Tantangan dalam Pengembangan

Meskipun produk ini diterima dengan baik oleh sebagian masyarakat, masih ada tantangan dalam hal literasi keuangan syariah.¹⁵ Banyak nasabah yang belum sepenuhnya memahami perbedaan antara sistem bagi hasil syariah dan bunga bank konvensional. Oleh karena itu, BMT Muhammadiyah perlu meningkatkan edukasi kepada nasabah, agar produk ini dapat diterima secara lebih luas.

3. Investasi Syariah Berbasis Sukuk

Salah satu inovasi paling mutakhir yang diperkenalkan oleh BMT Muhammadiyah adalah produk investasi berbasis sukuk. Sukuk adalah instrumen investasi syariah yang mirip dengan obligasi, namun berbeda dalam hal struktur dan

¹⁵ Shafira Ramadhanti Salsyabila dan Arif Fadilla, "Pengaruh Promosi Penjualan dan E-Service Quality terhadap Loyalitas Pelanggan," *Kinerja: Jurnal Ekonomi dan Manajemen* 18, no. 4 (2021).

prinsip. Sukuk tidak mengenakan bunga, melainkan memberikan imbal hasil dari aset riil yang mendasari sukuk tersebut.

a. Manfaat Bagi Nasabah

Produk sukuk menawarkan peluang bagi masyarakat untuk berinvestasi secara aman dan menguntungkan, sambil tetap mematuhi prinsip-prinsip syariah. Sukuk yang ditawarkan oleh BMT Muhammadiyah biasanya terkait dengan proyek-proyek riil, seperti pembangunan fasilitas pendidikan, usaha pertanian, atau infrastruktur lain yang bermanfaat bagi masyarakat.

b. Kendala yang dihadapi

Namun, salah satu kendala utama dalam memasarkan produk sukuk adalah minimnya pemahaman masyarakat mengenai instrumen investasi ini. Banyak nasabah yang masih ragu untuk berinvestasi dalam sukuk karena mereka lebih terbiasa dengan bentuk investasi konvensional. Selain itu, regulasi terkait sukuk di tingkat lokal masih memerlukan penyesuaian agar lebih mendukung inovasi semacam ini.

4. Pengembangan Produk Syariah

Berdasarkan hasil tabel validitas diketahui bahwa seluruh item pertanyaan pada variabel kualitas pelayanan yang berjumlah 25 pertanyaan dinyatakan valid, variabel kualitas Produk berjumlah 15 pertanyaan dinyatakan valid, variabel berjumlah 8 pertanyaan dinyatakan valid dan variabel Loyalitas yang berjumlah 10 pertanyaan dinyatakan valid dan layak untuk dijadikan instrument variabel.

Selain tiga inovasi utama di atas, BMT Muhammadiyah juga terus berupaya mengembangkan produk keuangan lainnya yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat lokal. Misalnya, produk pembiayaan pendidikan yang membantu keluarga memenuhi biaya pendidikan anak-anak mereka tanpa harus terjebak dalam hutang berbunga, serta program simpanan haji yang dirancang untuk membantu masyarakat menabung secara teratur agar bisa menunaikan ibadah haji.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas diketahui menunjukkan seluruh item yang diujikan berjumlah 58 pernyataan yang terdiri dari variabel eliminasi kualitas pelayanan, kualitas produk, produk penjualan dan loyalitas pelanggan dengan nilai *cronbach's alpha* sebesar 0.897, angka tersebut menunjukkan bahwa keseluruhan item dapat dinyatakan reliabel dan menunjukkan konsistensi sebagai instrumen sehingga instrumen penelitian yang dijadikan dasar untuk mendapatkan data dari responden dapat diyakini kebenarannya.

a. Respon Masyarakat Terhadap Produk-produk Baru

Secara umum, respons masyarakat terhadap produk-produk inovatif yang ditawarkan oleh BMT Muhammadiyah cukup positif. Hal ini terlihat dari pertumbuhan jumlah nasabah yang terus meningkat setiap tahunnya. Namun, perlu diakui bahwa sebagian besar nasabah masih lebih tertarik pada produk pembiayaan mikro dan tabungan syariah, sementara produk investasi dan pembiayaan pendidikan masih memerlukan waktu untuk bisa diterima secara luas.

b. Peluang Pengembangan Lebih Lanjut

Ke depan, BMT Muhammadiyah memiliki peluang besar untuk mengembangkan produk syariah yang lebih spesifik sesuai dengan tren ekonomi lokal. Misalnya, pembiayaan hijau (green financing) yang mendukung usaha ramah lingkungan bisa menjadi salah satu inovasi yang relevan, mengingat meningkatnya kesadaran terhadap isu lingkungan di kalangan masyarakat.

5. Strategi Pemasaran dan Penyesuaian Produk

Dalam rangka mendukung pengembangan inovasi produk syariah, BMT Muhammadiyah juga telah melakukan berbagai strategi pemasaran yang lebih agresif. Salah satunya adalah melalui kerjasama dengan tokoh agama dan komunitas lokal, yang memiliki pengaruh besar dalam mempromosikan produk syariah di kalangan masyarakat.

a. Edukasi Sebagai Bagian dari Pemasaran

Selain itu, BMT Muhammadiyah juga menyadari bahwa edukasi adalah bagian penting dari pemasaran. Oleh karena itu, setiap kali meluncurkan produk baru, BMT selalu berupaya untuk memberikan penjelasan yang komprehensif kepada masyarakat mengenai prinsip-prinsip syariah yang mendasari produk tersebut, serta manfaat yang bisa mereka peroleh. Edukasi ini dilakukan melalui seminar, brosur, dan program literasi keuangan yang ditujukan kepada masyarakat umum.

b. Penyesuaian dengan Kebutuhan Lokal

Salah satu kunci keberhasilan inovasi produk syariah di BMT Muhammadiyah adalah kemampuan untuk menyesuaikan produk dengan kebutuhan ekonomi masyarakat setempat. BMT Muhammadiyah secara rutin melakukan survei dan penelitian pasar untuk memastikan bahwa produk yang ditawarkan benar-benar relevan dengan kebutuhan dan preferensi nasabah.

6. Evaluasi Keberhasilan

Untuk mengevaluasi sejauh mana inovasi produk syariah telah memberikan dampak yang signifikan, BMT Muhammadiyah menggunakan beberapa indikator utama,

seperti pertumbuhan jumlah nasabah, peningkatan jumlah pembiayaan yang disalurkan, serta tingkat kepuasan nasabah. Data dari tahun terakhir menunjukkan bahwa inovasi produk syariah telah berkontribusi positif terhadap pertumbuhan lembaga, meskipun masih ada ruang untuk peningkatan, terutama dalam hal penetrasi pasar yang lebih luas.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka kesimpulan yang diperoleh yaitu bahwa Inovasi produk syariah yang dikembangkan oleh BMT Muhammadiyah di Makassar telah memberikan kontribusi signifikan dalam memperkuat lembaga keuangan syariah di kota tersebut. Produk seperti pembiayaan mikro, tabungan syariah, dan investasi sukuk menawarkan solusi finansial yang sesuai dengan prinsip syariah sekaligus relevan dengan kebutuhan lokal. Namun, untuk terus bersaing dengan lembaga keuangan konvensional, BMT Muhammadiyah harus memperluas edukasi produk, meningkatkan akses teknologi, dan mengatasi tantangan yang dihadapi dalam memasarkan produk-produk syariahnya.

Implikasi Penelitian

Penelitian ini memberikan pemahaman yang mendalam tentang potensi inovasi produk syariah di BMT Muhammadiyah Makassar dan peran pentingnya dalam mendukung pertumbuhan ekonomi syariah di tingkat lokal. Salah satu implikasi utamanya adalah kebutuhan untuk terus mengembangkan produk keuangan syariah yang relevan dengan kebutuhan masyarakat setempat, seperti pembiayaan untuk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), tabungan mudharabah, serta investasi syariah. Pengembangan produk-produk ini harus disertai dengan pendekatan yang lebih inovatif untuk memenuhi permintaan pasar yang terus berkembang, sekaligus memberikan solusi keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Selain itu, literasi keuangan syariah di kalangan masyarakat perlu ditingkatkan. Meskipun produk-produk seperti pembiayaan UMKM dan tabungan mudharabah diminati, banyak masyarakat yang belum sepenuhnya memahami manfaat dan cara kerja produk keuangan syariah. Oleh karena itu, BMT Muhammadiyah harus meningkatkan upaya edukasi dan literasi keuangan syariah, melalui kampanye publik, seminar, dan program pelatihan yang melibatkan berbagai lapisan masyarakat. Ini akan membantu memperluas penerimaan dan kepercayaan masyarakat terhadap produk-produk syariah.

Dari sisi teknologi, penggunaan platform digital merupakan salah satu kunci penting untuk meningkatkan aksesibilitas layanan keuangan syariah. Penggunaan aplikasi mobile, layanan perbankan online, dan sistem pembayaran digital akan mempermudah akses masyarakat terhadap layanan BMT, terutama bagi mereka yang tinggal di daerah terpencil. Dengan memanfaatkan

teknologi digital, BMT Muhammadiyah dapat menjangkau lebih banyak nasabah, termasuk kalangan yang selama ini belum terlayani oleh lembaga keuangan formal.

Dari perspektif kebijakan, diperlukan regulasi yang mendukung inovasi keuangan syariah, khususnya dalam aspek permodalan dan perpajakan. Regulasi yang lebih fleksibel dan mendukung dapat mempermudah BMT Muhammadiyah untuk mendapatkan modal tambahan, memperluas layanan, dan bersaing dengan lembaga keuangan konvensional. Dukungan dari pemerintah daerah juga sangat penting, terutama dalam hal pemberian insentif bagi pengembangan produk-produk syariah yang inovatif. Kolaborasi antara BMT Muhammadiyah, pemerintah daerah, dan sektor strategis lainnya, seperti sektor perbankan dan UMKM, juga akan memperluas dampak ekonomi syariah di Makassar, membantu menciptakan ekosistem keuangan yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

Implikasi sosial dari penelitian ini cukup signifikan. Produk-produk keuangan syariah di BMT Muhammadiyah, seperti pembiayaan UMKM, tidak hanya membantu memberdayakan pengusaha kecil dan menengah, tetapi juga mengurangi ketergantungan mereka pada pinjaman konvensional yang mungkin tidak sesuai dengan prinsip syariah. Ini, pada gilirannya, dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat, mendorong inklusi keuangan, dan mengurangi tingkat kemiskinan.

Selain itu, penelitian ini juga mendorong optimalisasi peran BMT Muhammadiyah dalam memperluas layanan keuangan syariah ke sektor-sektor lain yang berpotensi, seperti pariwisata halal dan pendidikan syariah. Studi lanjutan dapat mengevaluasi efektivitas inovasi produk-produk ini secara empiris dan memberikan wawasan lebih lanjut tentang bagaimana BMT dapat memperkuat peranannya di sektor keuangan syariah. Penelitian semacam ini juga bisa mengidentifikasi peluang baru untuk meningkatkan daya saing BMT dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di industri keuangan syariah.

SARAN dan REKOMENDASI

Berdasarkan hasil penelitian, berikut adalah beberapa saran dan rekomendasi dari penelitian ini:

- 1. Pengembangan Inovasi Produk Syariah:** BMT Muhammadiyah Makassar perlu terus memperbaharui dan menyesuaikan produk-produk syariah agar relevan dengan kebutuhan masyarakat, terutama UMKM. Produk pembiayaan mikro, tabungan syariah, dan investasi berbasis syariah harus dikembangkan lebih inovatif, dengan memperhatikan preferensi nasabah lokal.
- 2. Peningkatan Literasi Keuangan Syariah:** Diperlukan upaya lebih intensif untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai prinsip-prinsip ekonomi syariah. BMT

dapat mengadakan program edukasi, seminar, dan sosialisasi yang lebih terfokus untuk mengedukasi masyarakat tentang keunggulan sistem keuangan syariah dibandingkan sistem konvensional.

3. **Penerapan Teknologi Digital:** Untuk memperluas aksesibilitas dan efisiensi, BMT Muhammadiyah harus segera mengadopsi teknologi digital, seperti layanan keuangan berbasis aplikasi, agar lebih mudah diakses oleh masyarakat, terutama generasi muda dan masyarakat di daerah terpencil.
4. **Kolaborasi dengan Pemerintah dan Sektor Strategis:** BMT Muhammadiyah perlu membangun sinergi yang lebih erat dengan pemerintah daerah, sektor pendidikan, dan UMKM untuk menciptakan ekosistem keuangan syariah yang lebih kuat dan memberikan dampak ekonomi yang lebih luas.
5. **Penelitian Lanjutan:** Studi empiris jangka panjang diperlukan untuk mengevaluasi efektivitas inovasi produk syariah. Penelitian juga perlu diperluas ke sektor lain seperti pariwisata halal dan pendidikan syariah untuk memahami lebih lanjut kontribusi ekonomi syariah di tingkat lokal

PESAN

Ucapan terimakasih kepada RisetMu Dikti Litbang Pimpinan Pusat Muhammadiyah yang telah mensupport dana dalam penelitian ini, terimakasih juga kepada segenap rekan-rekan peneliti yang telah meluangkan waktu untuk membantu dalam proses penelitian ini, dan juga kami sampaikan ucapan terimakasih kepada direksi jurnal Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk menerbitkan jurnal ini.

Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada semua pihak yang telah berkontribusi secara langsung maupun tidak langsung dalam penelitian ini, baik dari segi masukan, saran, maupun dukungan moral. Tanpa bantuan dan kerja sama yang baik dari berbagai pihak, penelitian ini tidak akan berjalan dengan lancar. Kami juga menghargai partisipasi responden dan narasumber yang telah memberikan waktu dan informasi berharga dalam proses pengumpulan data. Kami berharap hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan dapat menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

Akhirnya kami memohon maaf tentu dalam penulisan artikel ini masih banyak yang perlu disempurnakan semoga peneliti-peneliti selanjutnya bisa menyempurnakan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifi, Giyats Rif'at. "Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Narapidana Lembaga Pemasyarakatan Kelas 1 Cirebon (PAS Mart)." *Jurnal Promosi Program Studi Pendidikan Ekonomi* 8, no. 1 (19 Juni 2020). <https://doi.org/10.24127/pro.v8i1.2859>.
- Arikunto, S. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- Chrisnaya, Nico, Agus Rahman Alamasyah, dan Theresia Pradiani. "Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan pada Aka Coffee Malang." *JUBIS* 4, no. 2 (2023).
- Hanjaya, J.K., dan P.Y. Setiawan. "Pengaruh Kualitas Layanan, Promosi Penjualan dan Digital Marketing terhadap Loyalitas Konsumen Gojek di Denpasar." *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 11, no. 9 (2022). <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2022.v11.i09.p03>.
- Kotler, P., dan K.L. Keller. *Marketing Management*. Pearson Prentice Hall, 2009.
- Kristanto, Yunus. "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen, Studi Kasus Pada Usaha Susu Murni Siliwangi A Karsan Bandung." *Jurnal Ilmu Manajemen* 19, no. 1 (2022).
- Musfar. "Understanding Product Quality and Its Impact on Customer Loyalty." *Journal of Consumer Behavior* 25, no. 3 (2021).
- Putri, Yulia Larasati, dan Hardi Utomo. "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Among Makarti* 10, no. 19 (2017).
- Salsyabila, Shafira Ramadhanti, dan Arif Fadilla. "Pengaruh Promosi Penjualan dan E-Service Quality terhadap Loyalitas Pelanggan." *Kinerja: Jurnal Ekonomi dan Manajemen* 18, no. 4 (2021).
- Santoso, Joko Bagio. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen." *Jurnal Akuntansi dan Manajemen* 16, no. 1 (8 April 2019). <https://doi.org/10.36406/jam.v16i01.271>.
- Shaharudin, M.R. "Impact of Service Quality on Customer Loyalty in the Banking Sector." *Journal of Business Management and Economics* 2, no. 5 (2011).
- Sofjan, A. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 1996.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Tjiptono, F. *Strategi Pemasaran*. Andi Offset, 2016.
- Yoebrilianti, Anggit. "Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Produk Fashion Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Moderator (Survei Konsumen Pada Jejaring Sosial)." *Jurnal Manajemen* 8, no. 1 (4 Juli 2018). <https://doi.org/10.30656/jm.v8i1.660>.