Jurnal Ekonomi Keuangan Syariah dan Akuntansi Pajak
Volume. 2, No. 2, April 2025
e-ISSN : 3046-8124; p-ISSN : 3046-8817, Hal. 154-163
DOI: https://doi.org/10.61132/eksap.v2i3.1362
Available online at: https://ejournal.areai.or.id/index.php/EKSAP

Produk Akad Musyarakah Pada Bank Syariah Indonesia Mencerminkan Kemitraan Bisnis Yang Berbasis Prinsip Bagi Hasil Adil

Ajirna[1*], Bella Silvia[2], Nurul Astiva Nasution[3], Waldyansyah[4], Husni Kamal[5]
[1-5] Institut Agama Islam Negeri Lhokseumawe, Indonesia

E-mail: ajirnaz114@gmail.com[1], bellasilvia271203@gmail.com[2], nurulastiva8@gmail.com[3], waldiansyah795@gmail.com[4], husnikamal@iainlhokseumawe.ac.id[5]

Alamat: Kota Lhokseumawe, Provinsi Nanggoroe Aceh Darussalam, Indonesia
*Korespondensi penulis: ajirnaz114@gmail.com**

Abstract. *This study aims to analyze product innovations in the Musyarakah contract applied by Islamic financial institutions in Indonesia. The research uses a qualitative descriptive method with case studies from several Islamic banks. Data were collected through documentation and interviews with practitioners. The study found that innovations in Musyarakah products are largely driven by the need to enhance competitiveness and address the unique demands of the Indonesian market, particularly among micro, small, and medium enterprises (MSMEs) Several banks have modified the classical Musyarakah structure to align with customer preferences and regulatory standards. For instance, some institutions implement tiered profit-sharing mechanisms, structured financing tenures, and integration with digital banking platforms to improve accessibility and monitoring. In addition, hybrid contracts that combine Musyarakah with other contracts, such as Ijarah or Murabahah, are increasingly used to create more flexible and customer-friendly financing solutions. Practitioners interviewed noted that one of the main challenges in implementing Musyarakah-based products is the higher operational and monitoring cost, due to the nature of partnership-based risk-sharing. However, these challenges are being addressed through technological innovation, such as mobile applications that help track business performance and automate profit-sharing calculations. The study concludes that product innovation in Musyarakah financing can enhance the inclusivity and effectiveness of Islamic banking in Indonesia, especially in supporting entrepreneurial sectors. Nevertheless, standardization, regulatory support, and continued investment in human resource capacity remain critical for sustained innovation. Future research may explore the customer perception of Musyarakah products, the impact of these innovations on financial performance, and comparative studies with conventional financing models.*

Keywords: *Innovative Products, Islamic Banking, Islamic Finance, Musyarakah, Product Innovation.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis inovasi produk akad Musyarakah yang diterapkan oleh lembaga keuangan Islam di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan studi kasus dari beberapa bank Islam. Data dikumpulkan melalui dokumentasi dan wawancara dengan praktisi. Penelitian ini menemukan bahwa inovasi dalam produk Musyarakah sebagian besar didorong oleh kebutuhan untuk meningkatkan daya saing dan memenuhi tuntutan unik pasar Indonesia, khususnya di kalangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Beberapa bank telah memodifikasi struktur Musyarakah klasik agar selaras dengan preferensi nasabah dan standar regulasi. Misalnya, beberapa lembaga menerapkan mekanisme bagi hasil berjenjang, tenor pembiayaan terstruktur, dan integrasi dengan platform perbankan digital untuk meningkatkan aksesibilitas dan pemantauan. Selain itu, akad hibrida yang menggabungkan Musyarakah dengan akad lain, seperti Ijarah atau Murabahah, semakin banyak digunakan untuk menciptakan solusi pembiayaan yang lebih fleksibel dan ramah nasabah. Praktisi yang diwawancarai mencatat bahwa salah satu tantangan utama dalam mengimplementasikan produk berbasis Musyarakah adalah biaya operasional dan pemantauan yang lebih tinggi, karena sifat pembagian risiko berbasis kemitraan. Namun, tantangan-tantangan ini sedang diatasi melalui inovasi teknologi, seperti aplikasi seluler yang membantu melacak kinerja bisnis dan mengotomatiskan perhitungan bagi hasil. Studi ini menyimpulkan bahwa inovasi produk dalam pembiayaan Musyarakah dapat meningkatkan inklusivitas dan efektivitas perbankan syariah di Indonesia, terutama dalam mendukung sektor-sektor kewirausahaan. Meskipun demikian, standardisasi, dukungan regulasi, dan investasi berkelanjutan dalam kapasitas sumber daya manusia tetap penting bagi inovasi yang berkelanjutan. Penelitian di masa mendatang dapat mengeksplorasi persepsi nasabah terhadap produk Musyarakah, dampak inovasi ini terhadap kinerja keuangan, dan studi perbandingan dengan model pembiayaan konvensional.

Kata kunci: Inovasi Produk, Keuangan Syariah, Musyarakah, Perbankan Syariah, Produk Inovatif

Received: Juni 16, 2025; Revised: Juni 30, 2025; Accepted: Juli 20, 2025; Published: Juli 25, 2025

1. PENDAHULUAN

Akad Musyarakah merupakan salah satu bentuk kerja sama bisnis dalam sistem keuangan syariah yang mengedepankan prinsip keadilan dan kemitraan. Akad ini memungkinkan dua pihak atau lebih untuk menggabungkan modal mereka guna menjalankan suatu kegiatan usaha, dengan ketentuan bahwa keuntungan akan dibagi sesuai kesepakatan awal, sementara kerugian ditanggung berdasarkan proporsi modal yang disertakan. Konsep ini menjadi cerminan nyata dari nilai-nilai keadilan, tolong-menolong, dan transparansi yang menjadi fondasi dari sistem ekonomi Islam.

Dalam praktiknya, Musyarakah tidak hanya menjadi alternatif pembiayaan yang sesuai syariah, tetapi juga memiliki potensi besar untuk mendorong pertumbuhan sektor riil. Hal ini disebabkan oleh karakteristik Musyarakah yang mendorong kemitraan sejati antara lembaga keuangan dan nasabah. Lembaga keuangan tidak sekadar bertindak sebagai pemberi dana, tetapi juga sebagai mitra yang terlibat dalam pengelolaan dan pemantauan usaha (Basalamah, Athia, & Jannah, 2023). Hubungan ini menciptakan sinergi antara penyedia modal dan pelaku usaha, sehingga risiko dan keuntungan dapat dibagi secara adil.

Namun demikian, meskipun memiliki landasan prinsip yang kuat dan relevan dengan semangat pemberdayaan ekonomi umat, implementasi akad Musyarakah di sektor keuangan syariah di Indonesia masih tergolong terbatas. Berbagai laporan dan kajian menunjukkan bahwa akad ini belum menjadi pilihan utama dalam pembiayaan syariah. Sebagian besar lembaga keuangan syariah masih lebih banyak mengandalkan akad-akad berbasis jual beli seperti murabahah, atau akad sewa seperti ijarah, yang dinilai lebih aman dan mudah diterapkan. Hal ini tentu menjadi ironi, mengingat akad Musyarakah memiliki potensi lebih besar untuk meningkatkan produktivitas dan kemandirian pelaku usaha, terutama pada sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).

Minimnya realisasi akad Musyarakah dapat disebabkan oleh beberapa faktor, baik internal maupun eksternal. Secara internal, lembaga keuangan syariah kerap menghadapi kendala dalam hal monitoring usaha nasabah, keterbatasan sumber daya manusia yang mampu melakukan analisis kelayakan bisnis secara mendalam, serta kekhawatiran akan tingginya risiko gagal usaha. Sementara secara eksternal, masih rendahnya pemahaman masyarakat terhadap skema Musyarakah serta terbatasnya literasi keuangan syariah menjadi hambatan tersendiri dalam memperluas penggunaan akad ini. Dengan kondisi demikian, diperlukan upaya serius dan terstruktur dalam mengembangkan inovasi produk berbasis Musyarakah agar lebih adaptif terhadap kebutuhan pasar dan tetap sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Inovasi produk dalam akad Musyarakah menjadi suatu keniscayaan di tengah dinamika ekonomi global yang terus berubah. Persaingan antar lembaga keuangan syariah maupun konvensional semakin ketat, sehingga menuntut adanya kreativitas dan fleksibilitas dalam mendesain produk pembiayaan yang kompetitif, inklusif, dan tetap berlandaskan nilai-nilai Islam. Inovasi bukan sekadar memodifikasi skema pembiayaan, tetapi juga mencakup integrasi teknologi digital, penguatan manajemen risiko, peningkatan pelayanan, serta diversifikasi sektor pembiayaan. Dengan demikian, produk Musyarakah yang dikembangkan tidak hanya menjadi instrumen pembiayaan, tetapi juga sebagai sarana pemberdayaan ekonomi yang berdampak luas.

Beberapa lembaga keuangan syariah telah mulai merancang berbagai model inovatif dalam implementasi Musyarakah. Salah satu contohnya adalah skema Musyarakah Mutanaqisah, di mana porsi kepemilikan mitra berkurang seiring dengan pembayaran cicilan oleh nasabah, yang banyak diterapkan dalam pembiayaan kepemilikan rumah atau aset tetap. Inovasi lain terlihat dalam pengembangan Musyarakah sektor pertanian berbasis komunitas, yang menggabungkan modal dari lembaga keuangan, petani, dan koperasi sebagai bentuk kerja sama produktif. Bahkan, dalam konteks digitalisasi, sudah mulai diperkenalkan platform pembiayaan berbasis Musyarakah dengan model crowdfunding syariah, yang memungkinkan masyarakat luas untuk berinvestasi pada proyek-proyek usaha yang layak dan halal.

Namun, meski telah terdapat beberapa contoh inovatif tersebut, upaya inovasi masih belum berjalan optimal dan belum merata di seluruh lembaga keuangan syariah. Tantangan dalam proses transformasi produk Musyarakah masih cukup kompleks, mulai dari aspek regulasi, kesiapan infrastruktur teknologi, kualitas sumber daya manusia, hingga masih rendahnya tingkat kepercayaan investor dan nasabah terhadap kemitraan jangka panjang yang ditawarkan dalam skema ini. Oleh karena itu, perlu ada strategi yang lebih sistematis dan terintegrasi dari seluruh pemangku kepentingan, mulai dari regulator, praktisi keuangan, akademisi, hingga masyarakat pengguna jasa keuangan syariah.

Artikel ini disusun dengan tujuan utama untuk mengkaji secara mendalam mengenai bentuk-bentuk inovasi produk dalam akad Musyarakah yang telah dan dapat dikembangkan oleh lembaga keuangan syariah. Selain itu, akan dibahas pula strategi yang ditempuh dalam mendorong keberhasilan inovasi tersebut, baik dari sisi kelembagaan, kebijakan internal, pemanfaatan teknologi, maupun dari pendekatan kemitraan yang inklusif (Hasanah & Ichfan, 2021). Dengan mengidentifikasi praktik-praktik terbaik dan tantangan yang dihadapi,

diharapkan dapat ditemukan formula yang tepat dalam mengakselerasi pemanfaatan Musyarakah sebagai instrumen pembiayaan unggulan.

Pembahasan dalam artikel ini juga diarahkan pada analisis mengenai kontribusi nyata inovasi Musyarakah terhadap pengembangan ekonomi syariah secara luas. Dalam konteks ini, inovasi bukan hanya diukur dari aspek komersial semata, tetapi juga dilihat dari seberapa besar dampaknya terhadap peningkatan inklusi keuangan syariah, pemberdayaan UMKM, penciptaan lapangan kerja, dan pengurangan ketimpangan ekonomi (Aziroh, 2014). Dengan demikian, keberhasilan inovasi produk Musyarakah dapat menjadi salah satu pilar penting dalam membangun sistem keuangan syariah yang tidak hanya stabil dan berkelanjutan, tetapi juga mampu menjawab kebutuhan umat dan mendukung pembangunan nasional.

Dengan latar belakang tersebut, artikel ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah dan praktis dalam pengembangan akad Musyarakah yang lebih dinamis dan solutif. Melalui pendekatan analisis yang komprehensif dan berbasis data, artikel ini akan menyajikan pemetaan kondisi terkini, identifikasi potensi pengembangan, serta rekomendasi strategis bagi para pemangku kepentingan dalam meningkatkan peran Musyarakah dalam mendukung pertumbuhan ekonomi syariah di Indonesia. Kajian ini juga diharapkan menjadi inspirasi bagi lembaga keuangan syariah dalam memperluas inovasi produknya secara berkelanjutan dan tetap sejalan dengan nilai-nilai maqashid syariah.

2. KAJIAN PUSTAKA

Konsep Akad Musyarakah

Akad musyarakah merupakan bentuk kerja sama antara dua pihak atau lebih yang sepakat untuk menggabungkan modal guna menjalankan suatu usaha dengan ketentuan pembagian keuntungan berdasarkan kesepakatan awal, dan kerugian ditanggung sesuai porsi modal masing-masing. Dalam perspektif ekonomi Islam, musyarakah termasuk salah satu akad syirkah yang paling banyak digunakan karena memenuhi prinsip keadilan dan transparansi. Landasan hukum musyarakah bersumber dari Al-Qur'an, hadits, serta praktik para sahabat, yang memberikan dasar syar'i kuat untuk pengaplikasian akad ini dalam dunia bisnis modern.

Karakteristik utama musyarakah adalah adanya kontribusi dari seluruh mitra usaha, baik dalam bentuk modal uang, aset, maupun keahlian. Selain itu, musyarakah menuntut adanya kejelasan dalam perjanjian, khususnya terkait dengan besaran modal, mekanisme distribusi laba, dan cara penyelesaian jika usaha berhenti. Dalam praktiknya, musyarakah dapat

diterapkan dalam berbagai bentuk usaha, seperti pembiayaan proyek, investasi jangka menengah, hingga kerja sama antara lembaga keuangan syariah dan nasabah.

Musyarakah juga mencerminkan prinsip syariah seperti larangan riba, gharar (ketidakjelasan), dan maisir (spekulasi). Oleh karena itu, akad ini menjadi salah satu pilihan utama dalam produk pembiayaan syariah. Dalam konteks lembaga keuangan syariah, musyarakah dikembangkan menjadi produk pembiayaan yang kompetitif karena memungkinkan keterlibatan aktif nasabah dan lembaga dalam menjalankan usaha bersama. Dengan kata lain, musyarakah tidak hanya berbasis pada relasi pinjam-meminjam, melainkan berbasis pada kemitraan yang adil dan saling menguntungkan.

Inovasi Produk Musyarakah dan Manfaat Produk Musyarakah

Inovasi dalam produk musyarakah merupakan respons atas kebutuhan pembiayaan yang semakin kompleks dan dinamis di era modern. Lembaga keuangan syariah tidak hanya menawarkan bentuk musyarakah tradisional, tetapi juga mengembangkan variasi seperti Musyarakah Mutanaqisah (musyarakah yang berkurang), yang umum digunakan dalam pembiayaan perumahan. Dalam jenis ini, kepemilikan aset secara bertahap berpindah dari lembaga keuangan kepada nasabah sesuai cicilan yang dibayarkan. Bentuk inovatif ini memberikan fleksibilitas bagi nasabah dan memperluas segmentasi pasar.

Manfaat dari produk musyarakah sangat signifikan, terutama dalam mendukung kegiatan produktif. Pertama, musyarakah memungkinkan adanya kerja sama yang setara antara pemodal dan pelaksana usaha, sehingga memperkuat prinsip keadilan. Kedua, sistem bagi hasil yang diterapkan menjadikan pembiayaan ini lebih adil dibandingkan sistem bunga, karena keuntungan dibagikan berdasarkan hasil nyata usaha. Ketiga, musyarakah mendorong partisipasi aktif kedua belah pihak dalam mengelola usaha, sehingga risiko bisa dikendalikan secara bersama.

Produk musyarakah mendorong pengembangan sektor riil, karena modal yang disalurkan diarahkan untuk kegiatan produktif. Hal ini memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi dan pemberdayaan UMKM. Musyarakah juga meningkatkan inklusi keuangan karena dapat diterapkan untuk berbagai skala usaha, mulai dari mikro hingga besar. Oleh karena itu, inovasi produk musyarakah sangat penting guna menyesuaikan dengan kebutuhan masyarakat, serta menjawab tantangan persaingan di sektor jasa keuangan syariah.

Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah serangkaian upaya yang dilakukan oleh pelaku usaha atau lembaga keuangan untuk mengenalkan, mempromosikan, dan mendistribusikan produk kepada

masyarakat dengan tujuan meningkatkan penjualan serta membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Dalam dunia bisnis, strategi pemasaran sangat penting karena menjadi jembatan antara produk dan konsumen. Strategi ini mencakup berbagai aspek, seperti segmentasi pasar, penetapan target, positioning produk, serta penggunaan media promosi yang tepat.

Pendekatan pemasaran yang efektif harus mempertimbangkan kebutuhan dan perilaku konsumen. Oleh karena itu, analisis pasar dan kompetitor sangat dibutuhkan agar produk dapat dikemas dan disampaikan dengan cara yang menarik dan relevan. Selain itu, promosi yang konsisten melalui media sosial, iklan digital, kegiatan edukatif, dan testimoni nasabah juga bisa meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

Dalam lembaga keuangan syariah, strategi pemasaran harus disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah. Tidak hanya sekadar menarik minat nasabah, tetapi juga harus mencerminkan nilai-nilai Islami, seperti kejujuran, transparansi, dan keadilan. Oleh karena itu, pendekatan personal, pelayanan ramah, edukasi tentang manfaat produk syariah, dan peningkatan kualitas layanan menjadi kunci keberhasilan strategi pemasaran. Dengan strategi yang terencana dan terarah, pemasaran akan memberikan dampak besar terhadap pertumbuhan dan keberlanjutan lembaga.

Strategi Pemasaran Produk Musyarakah

Strategi pemasaran produk musyarakah memerlukan pendekatan yang spesifik karena produk ini berbeda dengan pembiayaan konvensional. Musyarakah berbasis pada prinsip kemitraan dan bagi hasil, sehingga memerlukan pemahaman yang mendalam oleh calon nasabah. Langkah awal dalam strategi pemasaran adalah melakukan edukasi pasar melalui seminar, pelatihan, dan penyuluhan mengenai konsep dan manfaat musyarakah. Hal ini penting agar masyarakat tidak hanya mengenal nama produknya, tetapi juga memahami sistem kerjanya.

Segmentasi pasar harus jelas. Produk musyarakah ideal ditujukan kepada pelaku usaha kecil dan menengah yang membutuhkan modal kerja namun enggan terlibat dalam sistem bunga. Selain itu, lembaga keuangan syariah juga dapat menargetkan sektor properti dan proyek kerja sama jangka menengah yang bisa dikembangkan dengan pola musyarakah mutanaqisah.

Strategi promosi bisa dilakukan melalui berbagai media, seperti brosur, media sosial, video edukasi, serta pendekatan langsung ke komunitas bisnis. Petugas pemasaran juga harus dibekali dengan pemahaman mendalam tentang akad dan skema produk, agar mampu

menjelaskan secara rinci dan meyakinkan. Penggunaan testimoni nasabah yang telah berhasil menjalankan usaha melalui skema musyarakah juga sangat efektif dalam menarik minat calon nasabah baru.

Pelayanan yang cepat dan transparan menjadi faktor penting dalam menarik kepercayaan masyarakat. Produk musyarakah harus diposisikan bukan hanya sebagai alternatif pembiayaan, tetapi sebagai solusi keuangan Islami yang adil dan memberdayakan. Dengan demikian, strategi pemasaran yang holistik, edukatif, dan berbasis nilai syariah akan memperkuat posisi produk musyarakah di pasar keuangan syariah.

3. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk memahami secara mendalam dinamika inovasi produk pada akad Musyarakah di lembaga keuangan syariah. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggali makna, pengalaman, serta strategi yang digunakan oleh lembaga terkait dalam mengembangkan produk berbasis kemitraan sesuai prinsip syariah.

Sumber data utama dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui wawancara semi-terstruktur dengan manajer produk dari tiga bank syariah besar di Indonesia, yaitu wawancara salah pegawai bank syariah Indonesia kantor cabang benar meriah pondok baru 2. Wawancara dilakukan secara langsung maupun daring untuk memperoleh informasi yang lebih kontekstual mengenai praktik dan tantangan inovasi produk Musyarakah di masing-masing lembaga. Informan dipilih secara purposif berdasarkan peran mereka yang strategis dalam pengembangan produk pembiayaan syariah.

Data sekunder digunakan untuk melengkapi hasil wawancara. Data sekunder ini mencakup dokumen internal bank, laporan tahunan, publikasi resmi dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK), serta fatwa dan pedoman dari Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) yang relevan dengan pelaksanaan akad Musyarakah.

Proses analisis dilakukan menggunakan teknik analisis isi (*content analysis*), di mana narasi dari hasil wawancara dan dokumen dianalisis secara sistematis untuk mengidentifikasi pola, strategi, dan kendala dalam inovasi produk. Untuk menjaga validitas hasil, penelitian ini menerapkan triangulasi sumber dan metode, yaitu dengan membandingkan data dari berbagai sumber dan pendekatan analisis untuk memastikan keabsahan informasi yang diperoleh.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Inovasi Skema Musyarakah Berbasis Teknologi

Perkembangan teknologi digital telah menjadi katalisator dalam transformasi layanan keuangan, termasuk pada lembaga keuangan syariah. Salah satu terobosan signifikan dalam pembiayaan berbasis syariah adalah pengembangan skema Musyarakah berbasis teknologi. Bank Syariah Indonesia (BSI) sebagai pionir telah meluncurkan Musyarakah Digital Platform, sebuah aplikasi yang didesain untuk menjangkau pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) secara lebih inklusif dan efisien.

Melalui platform ini, calon mitra dapat mengajukan proposal usaha secara daring tanpa harus datang langsung ke kantor cabang. Proses ini mencakup unggahan dokumen usaha, simulasi perhitungan bagi hasil, hingga negosiasi margin secara real-time (Juneda, 2019). Aplikasi ini memfasilitasi keterbukaan informasi dan transparansi, dua prinsip utama dalam akad Musyarakah. Di dalamnya, sistem dirancang untuk menghitung rasio bagi hasil berdasarkan proporsi kontribusi modal dan risiko yang disepakati kedua belah pihak.

Inovasi ini tidak hanya mempercepat proses persetujuan pembiayaan, tetapi juga memberikan akses yang lebih luas kepada pelaku UMKM di daerah yang minim akses perbankan fisik. Misalnya, dengan integrasi teknologi GPS dan e-KYC, verifikasi lokasi dan identitas nasabah dapat dilakukan secara daring, tanpa harus tatap muka (Lupiyoadi, 2020).

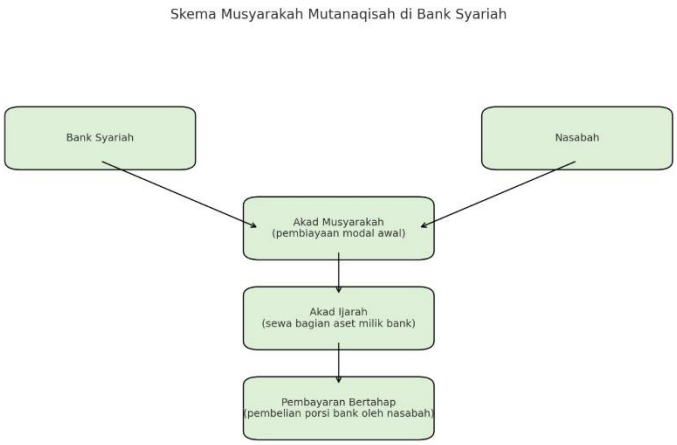
Dampak dari implementasi Musyarakah Digital Platform ini sangat signifikan terhadap inklusi keuangan syariah. Data internal BSI mencatat bahwa dalam tahun pertama peluncurannya, lebih dari 20 ribu UMKM telah mengakses layanan pembiayaan syariah berbasis Musyarakah secara digital. Mayoritas dari mereka adalah pelaku usaha kuliner, pertanian, dan kerajinan tangan yang sebelumnya tidak terjangkau oleh sistem pembiayaan konvensional (Putri & David, 2024).

Integrasi Akad Musyarakah dengan Akad Lain

Salah satu karakteristik penting dalam praktik keuangan syariah adalah fleksibilitas dalam pengembangan akad. Hal ini memungkinkan lembaga keuangan syariah untuk mengembangkan model hybrid yang mampu menjawab kebutuhan masyarakat dengan tetap menjaga prinsip-prinsip syariah. Salah satu bentuk integrasi yang telah banyak diterapkan adalah akad Musyarakah Mutanaqisah (MMQ).

Musyarakah Mutanaqisah merupakan gabungan antara akad Musyarakah dan Ijarah. Dalam konteks ini, bank dan nasabah bersama-sama membeli suatu aset, misalnya rumah atau ruko. Kepemilikan atas aset tersebut kemudian dibagi berdasarkan porsi modal yang

disetorkan. Nasabah kemudian menyewa porsi milik bank melalui akad ijarah, sambil secara bertahap membeli porsi kepemilikan bank hingga aset tersebut sepenuhnya menjadi milik nasabah.



Skema ini banyak digunakan dalam pembiayaan kepemilikan rumah atau properti karena memiliki struktur yang lebih adil dibandingkan dengan sistem konvensional berbasis bunga. Tidak ada unsur riba dalam perjanjian, dan keuntungan diperoleh berdasarkan transaksi sewa dan jual beli yang sah menurut syariah (Putri & David, 2024). Proses MMQ biasanya melibatkan tiga tahapan utama:

1. Akad Musyarakah: Bank dan nasabah menyepakati kontribusi modal untuk membeli aset tertentu. Misalnya, bank menyumbang 70% dan nasabah 30%.
2. Akad Ijarah: Nasabah menyewa bagian milik bank dengan nilai sewa yang disepakati.
3. Akad Jual-Beli Bertahap: Nasabah mencicil untuk membeli bagian kepemilikan bank secara periodik hingga 100% kepemilikan beralih.

Skema ini dianggap unggul karena menciptakan struktur pembayaran yang tidak hanya menghindari riba, tetapi juga fleksibel dan memungkinkan nasabah memiliki aset secara bertahap. Lembaga keuangan syariah juga memperoleh pendapatan dari sewa dan keuntungan atas porsi penjualan aset secara bertahap.

5. KESIMPULAN

Inovasi produk pada akad Musyarakah menunjukkan potensi besar dalam meningkatkan penetrasi pasar dan efisiensi pembiayaan syariah. Melalui integrasi teknologi, penerapan skema hybrid, dan pendekatan pemasaran berbasis nilai, lembaga keuangan syariah dapat menjawab tantangan zaman dan memperluas akses keuangan syariah yang inklusif.

Saran dari penelitian ini adalah pentingnya dukungan regulasi dan literasi keuangan syariah agar inovasi Musyarakah tidak hanya menjadi produk elitis, tetapi menjangkau seluruh lapisan masyarakat, khususnya sektor mikro.

DAFTAR PUSTAKA

Ascarya. (2006). *Akad dan produk bank syariah: Konsep dan prakteknya di beberapa negara*. Jakarta: Bank Indonesia.

Aziroh, N. (2014). Dalam fiqih dan perbankan syariah. *Journal STAIN Kudus, 2*(2), 310–327.

Balgis, P. D. (2017). Akad musyarakah mutanaqisa: Inovasi baru produk pembiayaan bank syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia (JESI), 7*(1), 14–25.

Basalamah, M. R., Athia, I., & Jannah, M. (2023). Strategi pemasaran yang tepat guna dalam menghadapi persaingan pasar UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, 5*(2), 75–85.

Fitriani, D. (2021). *Analisis inovasi kebijakan pembiayaan musyarakah di masa pandemi COVID-19 (Studi kasus KSPPS BMT Buana Mas Purwokerto)* [Skripsi, UIN Saizu]. Repository UIN Saizu.

Hasanah, U., & Ichfan, H. (2021). Aplikasi pembiayaan akad musyarakah pada perbankan syariah. *Muhasabatuna: Jurnal Akuntansi Syariah, 3*(1), 1–10.

Hidayat, S. T. (2025). Strategi pemasaran produk Mitraguna di PT Bank Syariah Indonesia (Studi kasus di Region IV Jakarta). *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Islam, 15*(1), 45–58.

Hosen, M. N. (2016). Musyarakah mutanaqishah. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah, 1*(2), 45–60.

Juneda. (2019). Strategi pemasaran produk pembiayaan PT. BNI Syariah KC. Parepare. *Jurnal Balanca, 1*, 215–225.

Lupiyoadi, R. (2020). *Manajemen pemasaran jasa* (Edisi ke-3). Jakarta: Salemba Empat.

Machmud, A., & Rukmana. (2010). *Bank syariah: Teori, kebijakan, dan studi empiris di Indonesia*. Jakarta: Erlangga.

Mustofa, I. (2016). *Fiqh muamalah kontemporer*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Nastiti, A. S. (2022). Implementasi akad musyarakah dalam produk pembiayaan perbankan syariah di Indonesia. *Jurnal Adz-Dzahab: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, 7*(1), 1–19.

Putri, D., & David, R. (2024). Strategi pemasaran perbankan syariah berbasis teknologi digital. *Jurnal Sahmiyya, 3*(1), 220–230.

Sahir, H., & Syafrida. (2021). *Metodologi penelitian*. Yogyakarta: Penerbit KBM Indonesia.