

Pemahaman Transaksi Jual Beli Menggunakan Akad Murobahah bagi Pelaku UMKM di Desa Kemuning Muda

¹Kasmiati, ²M. Kurniawan Febriansyah, ³Saudah, ⁴Septia Ayu, ⁵Restu Hadi ⁶Wahyu
Jamaludin
Kasmiatioppo95@gmail.com¹, mohammad.Kurniawan@gmail.com²,
realesaudah@gmail.com³, sayu7454@gmail.com⁴, restuhadi476@gmail.com⁵
wjamaludin41@gmail.com⁶

^{1,2,3,4,5,6}Universitas Islam Indragiri

Abstract: *Implikasi akibat pandemi covid-19 membuat potensi dari penurunan tingkat konsumsi dan daya beli masyarakat, penurunan kinerja perusahaan, ancaman pada sektor perbankan dan keuangan. Hal ini tentu saja menjadi ancaman serius bagi perekonomian nasional baik dari sektor pariwisata, perdagangan dan investasi yang menjadi sektor dominan perekonomian nasional. Keberadaan UMKM menjadi salah satu pilar ekonomi nasional juga terdampak akibat pandemi covid-19 ini, mulai dari aspek total produksi, nilai perdagangan dan juga tenaga kerja yang harus kehilangan pekerjaannya. Metode sosialisasi dilakukan dengan cara menyampaikan pemahaman kepada para pelaku UMKM agar memiliki kemampuan untuk menggunakan akad murobahah dalam kegiatan transaksi jual beli usahanya.*

Keywords: *UMKM, akad murobahah.*

Pendahuluan

Covid-19 menjadi isu permasalahan global yang sangat serius sejak WHO (World Health Organization) menetapkan wabah ini menjadi pandemik. Langkah extraordinary dilakukan oleh pemerintah seluruh negara untuk bisa menyelamatkan berbagai sektor, dikutip dari Ashraf (2020) pemerintah memprioritaskan indeks keketatan, indeks penahanan dan kesehatan, dan indeks dukungan ekonomi sebagai upaya penyelamatan bangsa dan negara dari covid-19.

Implikasi akibat pandemi covid-19 membuat potensi dari penurunan tingkat konsumsi dan daya beli masyarakat, penurunan kinerja perusahaan, ancaman pada sektor perbankan dan keuangan. Hal ini tentu saja menjadi ancaman serius bagi perekonomian nasional baik dari sektor pariwisata, perdagangan dan investasi yang menjadi sektor dominan perekonomian

nasional. Keberadaan UMKM menjadi salah satu pilar ekonomi nasional juga terdampak akibat pandemi covid-19 ini, mulai dari aspek total produksi, nilai perdagangan dan juga tenaga kerja yang harus kehilangan pekerjaannya.

Dampak covid-19 ini juga mempengaruhi sektor UMKM, padahal sektor ini memiliki kontribusi terhadap PDB (Produk Domestik Bruto) Indonesia sangatlah besar. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah didetailkan bahwa ada tren peningkatan kontribusi UMKM terhadap PDB dalam 8 tahun terakhir. Pada tahun 2018 UMKM Indonesia menyumbangkan hingga Rp 8.573,9 triliun ke PDB Indonesia (Kementerian Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, 2018).

Ditambah lagi masa sekarang begitu sulitnya mencari ekonomi karena adanya pandemic covid 19, perputaran ekonomi menjadi semakin sulit. banyak karyawan karyawan di PHK (Pemutusan Hubungan Kerja) akibat dampak pandemi covid 19. Selain itu masih banyak pula pelaku UMKM yang tidak mengerti dengan sistem jual beli menggunakan akad murobahah, oleh karena itu selain sulitnya perputaran ekonomi dimasa sekarang, pelaku UMKM juga harus mampu mendapatkan ekonomi secara berkah yang tentunya tujuan akhir dari semua ini yaitu mendapatkan ridha Allah SWT dan mencapai kemenangan akhirat. Maka dari itulah sistem jual beli dilakukan dengan menggunakan salah satu LKS (Lembaga Keuangan Syari'ah) melalui akad murobahah.

Selaras dengan perkembangan zaman, maka kebutuhan dan kesibukan masyarakat juga terus bertambah. Pertambahan kebutuhan masyarakat terkendala pada kesibukan dan ketidakmampuan dalam memenuhi kebutuhan secara tunai maka masyarakat membutuhkan alternatif untuk membantunya dalam pemenuhan kebutuhan. Ditambah lagi dengan kurangnya pemahaman pelaku UMKM terhadap transaksi menggunakan akad-akad yang ada pada fiqh muamalah.

Lembaga Keuangan Syariah (LKS) hadir sebagai pilihan dan alternatif pemenuh kebutuhan masyarakat secara syariah dan jauh dari kegiatan ribawi sebagaimana yang ada di Lembaga Keuangan Konvensional (LKK). LKS muncul dengan konsep dan sistem yang dapat menampung tuntutan dan kebutuhan masyarakat, dengan sistem bagi hasil dan resiko, yang mengedepankan prinsip keadilan dan kebersamaan dalam berusaha, baik dalam memperoleh keuntungan maupun dalam menghadapi resiko.

Di antara berbagai produk-produk yang ada di LKS, produk murabahah masih mendominasi dibandingkan dengan produk-produk lainnya. Hal tersebut dikarenakan produk murabahah LKS relatif bisa menerapkan prinsip kehati-hatian yang ketat dan standar

sehingga risiko kerugian sangat kecil, dibandingkan dengan prinsip bagi hasil yang tingkat risiko dan kerugiannya sangat tinggi. Karena kelebihan tersebut LKS cenderung menjadikan murabahah sebagai produk unggulan yang ditawarkan kepada nasabah.

Murabahah secara bahasa berasal dari kata *ربح* yang berarti keuntungan. Sedangkan menurut istilah murabahah adalah jual beli dengan harga pokok dengan tambahan keuntungan. Dalam pengertian lain murabahah adalah akad jual beli barang dengan harga jual sebesar biaya perolehan ditambah keuntungan yang disepakati yang di dalamnya penjual harus mengungkapkan biaya perolehan barang kepada pembeli. Murabahah adalah salah satu skim di perbankan syariah yang paling diminati masyarakat. Dalam pembiayaan murabahah bank menetapkan harga jual barang yaitu harga pokok perolehan barang ditambah sejumlah margin keuntungan. Harga jual yang telah disepakati di awal akad tidak boleh berubah selama jangka waktu pembiayaan.

Kebijakan

Akad murobahah yang merupakan bagian dari fiqh muamalah menjadi salah satu komponen yang harus diterapkan oleh usaha mikro.

Strategi

Langkah pertama dalam pemahaman transaksi jual beli menggunakan akad murobahah yaitu dengan mengumpulkan seluruh pelaku UMKM kemudian sosialisasikan kepada mereka mengenai pemahaman akad murobahah se jelas mungkin dan dengan bahasa yang mudah dipahami sehingga para pelaku UMKM bisa memahami dengan baik bagaimana melakukan transaksi jual beli menggunakan akad murobahah.

Setelah mendapatkan pemahaman Langkah selanjutnya adalah menerapkannya dengan menggunakan akad murobahah

Upaya

Melakukan pemahaman mengenai akad murobahah kepada pelaku UMKM dengan cara sosialisasi kepada seluruh pelaku UMKM.

Metode

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat ini dilakukan dengan menggunakan metode sosialisasi. Metode sosialisasi dilakukan dengan cara menyampaikan pemahaman kepada para pelaku UMKM agar memiliki kemampuan untuk menggunakan



akad murobahah dalam kegiatan transaksi jual beli usahanya.

Gambar 1. Wawancara dengan kepala desa

Gambar 2. Kunjungan kantor desa kemuning muda.





Gambar 3. Wawancara dengan warga kemuning muda

Kesimpulan

Pada intinya semua yang kita lakukan itu adalah ibadah, jika kita berniat untuk melakukan ibadah maka itu adalah ibadah, termasuk dalam hal berniaga jika kita berniat untuk ibadah dan melakukannya sesuai dengan syariat yang diajarkan islam, maka itu akan menjadi sesuatu yang baik. Selain itu yang kita capai adalah fallah (kemenangan) akhirat bukan hanya sebatas di dunia.

Saran

Hasil kegiatan pengabdian ini menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

Para pelaku UMKM di Desa kemuning muda Kecamatan kemuning harus mulai membiasakan untuk melakukan praktik transaksi jual beli dengan menggunakan akad murobahah sehingga perkembangan kegiatan usaha dan kinerjanya mampu menghasilkan yang terbaik.

Pemahaman sistem akad murobahah kepada para pelaku UMKM di Desa kemuning muda Kecamatan kemuning masih sangat rendah sehingga sosialisasi perlu dilanjutkan secara berkesinambungan dan terprogram dengan baik. Hal ini bertujuan agar para pelaku UMKM di Desa kemuning muda dapat menerapkan praktik jual beli menggunakan akad murobahah dalam kegiatan usahanya dengan baik.

Daftar Pustaka

- Syauqoti, Rofiatus.2018.Aplikasi Akad Murobahah Pada Lembaga Keuangan Syariah. Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah. Vol. 5, No.1.
- Rozaq Moch, Agus, Widiyarta.2021. Implementasi Program Bantuan bagi Pelaku Usaha Mikro di Kecamatan Gubeng Kota Surabaya. Journal Publicuho. Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur. Volume 4 No 2.
- Alma, Buchari. 2006. Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Hill and Hall. 2001. Ekonomi Indonesia. Edisi kedua. Jakarta: Murai Kencana.
- Manulang, Dapot Tua. 2012. Analisis Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Kedatangan Wisatawan asal Malaysia di Medan. Thesis
- Murni. 1996. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Pariwisata. Jurnal Pariwisata (Hal. 1-15).
- Pitana G, Diarta I K S. 2009. Pengantar Ilmu Pariwisata. Yogyakarta: Andi.
- Saladin, Djaslim 2003. Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran. Bandung: cv.
- Linda Karya. Widagdho, Djoko. (2004). *Djoko Widagdho, Ilmu Budaya Dasar*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Wirawan Kepemimpinan. (2013). *Teori, Perilaku Organisasi, Aplikasi dan penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.