

**PERAN INOVASI PRODUK DAN EVOLUSI SOSIAL DALAM
PENCIPTAAN KESEJAHTERAAN NASABAH BANK WAKAF MIKRO**

Muhamad Fauzi^{1*}, IGN Oka Widana²
Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Jakarta,
Tangerang Selatan, Banten, Indonesia
[ojixzy1979@gmail.com^{1*}](mailto:ojixzy1979@gmail.com)

Manuskrip: April -2022 Ditinjau: April-2022; Diterima: April-2022; Online: Juli-2022; Diterbitkan: Juli-2022

ABSTRAK

Optimalisasi inovasi produk membutuhkan perubahan pelaku usaha mikro dalam meningkatkan kesejahteraannya secara berkelanjutan. Penelitian untuk menganalisis inovasi produk nasabah bank wakaf mikro dengan pendekatan model evolusi sosial. Metode penelitian menggunakan kualitatif dengan pendekatan grounded theory. Pengumpulan data dari observasi, wawancara, dokumentasi dan studi pustaka. Analisis menggunakan design thinking dengan teknik triangulasi. Penelitian bertempat di bank wakaf mikro An-Nawawi Tanara Kabupaten Serang. Penelitian menemukan bahwa penciptaan kesejahteraan nasabah bank wakaf mikro terhadap masyarakat sekitar pondok pesantren dengan mengoptimalkan inovasi produk melalui keterlibatan lembaga pengkajian pangan, obat-obatan dan kosmetika majelis ulama Indonesia (LPPOM-MUI), keterlibatan pemerintah dan lembaga sertifikasi produk. Penelitian menggunakan pendekatan design thinking dalam merumuskan solusi meningkatkan inovasi produk nasabah bank wakaf mikro untuk penciptaan kesejahteraan mereka melalui optimalisasi labelisasi halal, merek yang dilindungi hak kekayaan intelektual, pengemasan yang menarik dan kelayakan konsumsi produk. Implikasi penelitian bahwa enam model evolusi sosial menjadi rekomendasi mengoptimalkan inovasi produk bank wakaf mikro.

Kata Kunci: Inovasi Produk, Kesejahteraan, Evolusi Sosial, Berpikir Desain, Bank Wakaf Mikro

ABSTRACT

Optimizing product innovation requires changes in micro-business actors improving their welfare sustainability. The research aims to analyze the product innovation of micro waqf bank customers with a social evolution model. The method uses a qualitative approach with grounded theory, collecting data from observations, interviews, documentation, and a literature study. Design thinking data analysis with triangulation techniques and research objective occurred at the An-Nawawi Tanara micro waqf bank, Serang Regency. The research found that micro waqf bank customers create welfare by optimizing product innovation through the Indonesian Ulama Council roles, the government involved, and product certification bodies. The research uses a design thinking approach in formulating solutions to increase micro waqf bank customers' product innovation for their welfare through optimizing halal

labeling. These brands protect by intellectual property rights, attractive packaging, and the feasibility of product consumption. The research implies that the six social evolution models are recommendations for optimizing micro waqf bank product innovation.

Keywords: Product Innovation, Welfare, Social Evolution, Design Thinking, Micro Waqf Bank

I. PENDAHULUAN

Peran usaha ekonomi mikro menjadi bagian penting bagi sebagian besar masyarakat Indonesia yang bekerja di sektor informal, dimana hal ini membei harapan bagi kehidupan dan masa depan perekonomian nasional. Untuk itu, Halim (2020) menegaskan bahwa kegiatan usaha mikro menjadi usaha yang berkembang konsisten dalam perekonomian nasional dan wadah menciptakan lapangan pekerjaan. Potensi ini memberi kesempatan yang luas bagi siapapun menjadi pelaku usaha mikro, termasuk yang telah bekerja di sektor formal.

Dari aspek kegiatan ekonomi, dimana salah satunya keuangan mikro syariah pada tahun 2020 menunjukkan kontribusinya sebesar 31.26% dari total pelaku usaha kecil menengah, dengan kata lain dengan pencapaian sebanyak 4.230.000 pelaku usaha dari total 13.350.000 orang melalui 80 lembaga keuangan mikro syariah dengan aset Rp.490.200.000.000 dan 4.169 koperasi simpan pinjam syariah dengan aset Rp.17.628.000.000.000 (OJK, 2021; Kemenkop, 2021). Data tersebut menggambarkan potensi dan layanan keuangan mikro syariah secara pangsa pasar perlu diupayakan melalui berbagai jalur kebijakan makro sehingga laju pertumbuhannya memberikan dampak nyata bagi kalangan masyarakat kurang mampu atau miskin.

Keterbukaan antara potensi usaha mikro melalui pembiayaan lembaga keuangan mikro syariah akan meningkat seiring semakin banyaknya kebijakan pemerintah yang memberikan kemudahan dan akses yang lebih luas bagi penciptaan lapangan kerja dan kesejahteraan masyarakat, terutama menggunakan instrumen inovasi dan digitalisasi produk. Sementara itu, Nugroho et al., (2020) memberikan dorongan bahwa usaha mikro dengan inovasi akan memberikan nilai tambah dan meningkatkan daya saing dengan pelaku usaha lainnya baik dalam aspek inovasi produk dan kemudahan pemasaran.

Salah satu instrumen yang diberikan pemerintah melalui otoritas jasa keuangan (OJK) dengan membentuk Bank Wakaf Mikro (BWM) melalui Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) yang telah terbentuk di Pondok Pesantren di Indonesia, hal ini memberikan kesempatan bagi pelaku usaha mikro untuk meningkatkan usaha baik permodalan, inovasi produk dan akses pemasaran. Selanjutnya, Syadiah et al., (2020) menjabarkan dengan semakin berkembangnya usaha mikro, maka akan meningkatkan penghasilan serta kesejahteraan pelaku usaha mikro melalui pembiayaan lembaga ekonomi syariah.

Namun, diantara sumber daya yang besar, kemudahan yang luas dan perkembangan yang besar, pelaku usaha mikro masih dihadapkan permasalahan terutama pada masa transisi trend industry revolution 4.0 menuju society 5.0, bukan pada kecil usahanya tetapi titik permasalahan masih rendahnya inovasi produk yang dihasilkan sehingga akses pasar masih terbatas. Adanya kendala bank wakaf mikro dalam mengoptimalkan penciptaan kesejahteraan masyarakat sekitar pondok pesantren adalah belum optimalnya inovasi produk nasabah. Padahal Zastempowski (2022) menjelaskan bahwa inovasi menjadi pendorong penting pertumbuhan usaha dalam mengamankan dan mempertahankan keunggulan kompetitif seluruh strategi produknya.

Permasalahan yang berkembang di masyarakat terutama inovasi usaha mikro, maka bank wakaf mikro sebagai salah satu model yang dibangun pemerintah bekerjasama dengan OJK, LAZNAS, LKMS dan pondok pesantren dalam memanfaatkan wakaf sebagai stimulan pemberdayaan masyarakat miskin melalui pembiayaan produktif apakah dapat menciptakan kesejahteraan masyarakat. Untuk itu penelitian ini untuk mendesain penciptaan kesejahteraan dan inovasi produk nasabah bank wakaf mikro dengan pendekatan evolusi sosial.

II. TINJAUAN PUSTAKA

1. Inovasi Produk

Dalam tahapan inovasi produk memiliki sifat dari bisnis ini adalah usaha kecil. Untuk itu Tjiptono dan Gregosius (2012) mengungkapkan dalam inovasi produk melalui tahapan berikut:

a. Pemunculan ide.

Dengan proses pengembangan produk yang dimulai dengan pencarian ide baru atau gagasan baru bersumber dari kolega atau lainnya.

b. Penyaringan.

Bertujuan untuk mengeliminasi dan mengevaluasi konsep baru.

c. Analisa bisnis.

Melakukan analisa dengan melihat gambaran sekomprensif dampak dari finansial dengan memperkenalkan pengembangan produk baru.

d. Pengembangan.

Beberapa ide yang muncul harus diuji dan dirubah sesempurna mungkin sehingga menjadi konsep yang lebih baik dari sebelumnya.

Disisi lain, inovasi dan kreatifitas nasabah bank wakaf mikro dalam mengembangkan produknya menunjukkan hal positif bagi perkembangan usaha UMKM (Nasrulloh, 2020). Walaupun peningkatan yang ada saat ini belum signifikan, namun kontribusinya telah memberikan hasil yang baik. Untuk itu inovasi produk dan kemasan berdampak positif bagi pertumbuhan UMKM walaupun ditengah masa pandemi Covid-19 (Rosmadi, 2021). Dalam hal langkah inovasi perlu disusun berbasis teknologi yang mudah dan terjangkau dimanfaatkan oleh pelaku usaha mikro yaitu telepon seluler pintar atau smartphone (Syastra & Amrizal, 2019). Disertai dengan semakin banyaknya diferensiasi inovasi produk dan evaluasi kepada nasabah serta pengurus bank wakaf mikro secara berkala (Mujaddidi, 2017).

Dengan demikian inovasi produk pada nasabah bank wakaf mikro akan memberikan keterampilan menciptakan produk-produk baru yang memiliki bahan baku yang sama akan tetapi dengan segmentasi pasar yang berbeda serta instrumen teknologi yang dimanfaatkan sehingga akan meningkatkan nilai tambah pada produk yang dihasilkan sesuai dengan selera dan permintaan pasar.

2. Usaha Mikro

Adapun pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah pemerintah mendorong daya saing melalui peningkatan kualitas, inovasi produksi dan akses pemasaran; pengembangan keterampilan dan layanan usaha; pengembangan kewirausahaan; kemudahan, kepastian dan perlindungan usaha; perluasan akses pembiayaan; koperasi dan kemitraan usaha (Kemenkop, 2021).

Upaya pelaku usaha mikro tentunya memiliki skema agar pemasaran yang dilakukan menggunakan berbagai pendekatan sehingga dianggap efisien, menurut Peshev (2019) dengan menggunakan pendekatan antara lain lokasi, daya jual, target

penjualan, sistem penjualan dan solusi produk. \

Dalam meningkatkan pemasaran perlu menggunakan strategi 4P dalam memberikan perkembangan usaha UMKM yaitu:

- a. Produk (*product*): Dalam produk ini menawarkan jenis produk dan manfaatnya serta lama jangka waktunya.
- b. Harga (*price*): Harga menjadi perhatian konsumen dimana keterbatasan pendapatan konsumen ingin mendapatkan harga yang lebih terjangkau sesuai kebutuhannya.
- c. Lokasi (*place*): Lokasi merupakan faktor pendukung utama dimana keterjangkauan lokasi usaha, akses yang mudah dan aman menjadi perhatian konsumen.
- d. Promosi (*promotion*): Agar konsumen lebih mengetahui tentang produk yang ditawarkan baik jenis dan harganya untuk menarik membeli (Mandasari et al., 2019)

3. Bank Wakaf Mikro

Dalam melakukan kegiatannya, bank wakaf mikro hadir sebagai lembaga keuangan syariah bertujuan membantu akses permodalan bagi usaha kecil mikro yang mendapat kesulitan pendanaan dari bank (Arinta et al., 2020). Adapun skema pembiayaan didasarkan atas tolong menolong tanpa anggunan yang biasanya menggunakan akad *qardh* dengan legalitas fatwa dewan syariah nasional majelis ulama Indonesia sehingga terjamin baik syariat dan legalitas hukumnya.

Sebagai langkah sinergitas bank wakaf mikro ini difokuskan antara lain pada pondok pesantren dengan melakukan model bisnis keuangan mikro atas pertimbangan memiliki keragaman adat dan budaya, keagamaan serta loyalitas sehingga secara kelembagaan bank wakaf mikro mempunyai tujuan yakni menjadi lembaga yang lebih mandiri dan efisien dalam keuangan dan memberikan kontribusi memiliki bagi pendampingan, pemberdayaan dan pelayanan usaha mikro kecil kepada masyarakat miskin (Darmawan et al., 2021).

Karakteristik bank wakaf mikro antara lain: menyediakan pembiayaan dan pendampingan, pembiayaan tanpa anggunan, bukan mengelola uang masyarakat, adanya peningkatan pada tingkat inklusi keuangan, mengatasi tingkat kemiskinan, penerapan dengan mendatangi masyarakat, upaya menghindari jeratan renternir, dengan sistem imbal hasil setara 3% serta dalam bentuk tanggung jawab berkelompok (*kumpi*).

Dengan demikian bank wakaf mikro menjadi alternatif bagi terwujudnya proses distribusi kekayaan melalui wakaf tunai dan wakaf produktif dengan memberikan akses manfaat yang lebih luas bukan hanya aspek ekonomi dan sosial saja tetapi juga aspek spiritualitas atau religiusitas

4. Konsep Kesejahteraan

Kegiatan perekonomian tidak lepas dari fungsi dan tujuan pasar itu sendiri sehingga pada hakikatnya bukan hanya mendapatkan keuntungan dalam setiap aktivitas ekonomi yang dilakukan. Dari interaksi personal atau kelompok dalam aktivitas ekonomi yang berlaku dalam fungsi pasar dimana bertemunya penjual dan pembeli dengan kesepakatan atau tingkat sepadan maka mencapai kesejahteraan bersama (*pareto optimum*). Namun dilain sisi sangat sulit dalam perekonomian yang sejahtera ditandai dengan mekanisme pasar tetapi dilain sisi kemakmuran menjadi penting dalam menjaga stabilitas sosial ekonomi.

Dilain sisi, Puspitawati, (2012) menjelaskan bahwa kesejahteraan keluarga sebagai ketahanan individu dan keluarga sangat penting untuk itu menilai tingkat kesejahteraan berdasarkan sebagai berikut:

- a. Tingkat kesejahteraan ekonomi (*economic well-being*) dengan indikator pendapatan,

tabungan, kepemilikan harta benda baik yang bergerak dan tidak bergerak serta nilai aset.

- b. Tingkat kesejahteraan sosial (*social well-being*) dengan indikator tingkat pendidikan, status pernikahan dan jenis pekerjaan;
- c. Tingkat kesejahteraan fisik (*physical well-being*) dengan indikator status asupan gizi dan kegiatan fisik yang baik;
- d. Tingkat kesejahteraan mental dan spiritual (*psychological/spiritual well-being*) dengan indikator kesehatan jiwa, tingkat stress, perceraian, bunuh diri, kriminal dan sebagainya.

Konsep kemiskinan yang digunakan badan pusat statistik yaitu dengan pendekatan moneter yang mengartikan kemiskinan sebagai ketidakmampuan memenuhi kebutuhan standar dasar baik makanan atau bukan makanan. Kemudian untuk menjelaskan fenomena kemiskinan di Indonesia ditetapkan kriteria kemiskinan dan garis kemiskinan menurut BPS (2020), dimana seseorang dikategorikan miskin memiliki pendapatan Rp.454.652/kapita/bulan, sedangkan dikategorikan rumah tangga miskin dengan rata-rata jumlah anggota keluarga 4,66 jiwa berpendapatan Rp.2.118.678/rumah tangga/bulan.

Dengan demikian konsep kesejahteraan bukan hanya mementingkan mensejahterakan diri sendiri melainkan orang lain dan lingkungan sehingga adanya distribusi kesejahteraan akan memberikan rasa keadilan bagi semua orang dengan segala aktivitasnya termasuk di dalamnya mencapai kesejahteraan sosial dan ekonomi. Selain itu perlunya kesejahteraan yang memadukan keseimbangan antara dimensi materi duniawi dan akhirat karena keduanya perlu dirasakan manfaat atas sesuatu yang diperolehnya.

5. Enam Model Evolusi Sosial

Kemudian inovasi sosial tidak hanya terkait pada metode inovasi, melainkan metode mempromosikan solusi inovatif bagi kebutuhan sosial. Hal ini menjadi gagasan dengan berbagai cara dari model inovasi sosial yang menyelesaikan tindakan terhadap kompleksitas masalah yang merasuki masyarakat. Belum lagi dalam menentukan solusi berkelanjutan seperti masalah kesetaraan ekonomi (Palma, 2020).

Dalam menjawab penelitian ini menggunakan design thinking model social evolution 6 (SE6) yang muncul sebagai proses evolusi menuju design thinking dan inovasi sosial dengan menggabungkan model evolusi 6 dengan model spiral enam tahap inovasi sosial (Murray et al., 2010). Kemudian perusahaan Portugis Mindshake membuat model dengan mengubah proses inovasi sosial tidak hanya lebih mudah diakses tetapi juga intuitif dan menjadi penerapan di berbagai bidang multidisiplin (Moreira et al., 2021).

Dengan fakta bahwa model tersebut memiliki model design thinking evolution 6 dan model spiral inovasi sosial, tim dari Mindshake memilih untuk mempertahankan divisi dalam enam fase. Ia juga telah menyoroti huruf 'E' karena rasionalitas tidak hanya untuk meningkatkan dan mencerahkan aspek 'Evolusi' tetapi juga bentuk logis dari model yang digunakan sebagai dasar menuju penciptaannya (Moreira et al., 2021).

Secara umum model proses design thinking ini yang menjadi benang merah diawali dengan tahap observasi, kemudian dilakukan perumusan masalah, menciptakan solusi, menjadikan solusi tersebut sebagai prototype untuk diujicoba dan terakhir menguji prototype tersebut sehingga dapat menyelesaikan permasalahan atau tidak. Model ini diambil dengan pertimbangan kondisi pandemi Covid-19 dan pasca kondisi menuntut manusia melakukan evolusi sosial sehingga dapat bertahan (*survival*). Hal ini

disesuaikan dengan latar belakang disiplin ilmu dan selera. Adapun karakteristik yang dianggap tepat untuk melakukan inovasi dan evolusi yang konteksnya sesuai dengan jumlah, komposisi, dinamika serta waktu yang tersedia.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan grounded theory, menurut Creswell (2014), mengatakan bahwa grounded theory sebagai pendekatan desain sistematis dan prosedur kualitatif dapat menghasilkan teori dan penggunaan pada tingkat konseptual yang lebih luas baik dari proses, tindakan, atau interaksi yang tercakup dalam topik-topik penting.

Penelitian ini dilakukan di Bank Wakaf Mikro An-Nawawi Tanara Kabupaten Serang. Pemilihan informan menggunakan purposive sampling sesuai dengan tujuan penelitian (Etikan, 2016). Sumber data berasal dari tokoh masyarakat/nasabah, pengelola, pengurus, dan bank wakaf mikro. Pengumpulan data penelitian melalui sumber informan berupa observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi kepustakaan. Menurut Miles dan Huberman, (2005), analisis data berarti kegiatan yang dilakukan secara interaktif dan terus menerus sampai selesai sehingga datanya jenuh. Artinya jika dirasa tidak ada informasi yang diperoleh.

Teknik analisis data wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis perbandingan konstan yang dikembangkan oleh Strauss dan Corbin (1998) dengan tiga tahapan yaitu open coding, axial coding, dan selective coding. Sejak tahun 2008 hingga sekarang, design thinking harus diakui sebagai metode berpikir baru yang paling responsif dan kompatibel dalam menghadapi kemajuan dunia modern, yang terhubung dengan perubahan yang cepat akibat perkembangan teknologi.

IV. HASIL PENELITIAN

1. Optimalisasi Bank Wakaf Mikro pada Kesejahteraan

Dalam mengoptimalkan bank wakaf mikro terhadap penciptaan kesejahteraan masyarakat melalui ide gagasan mengajak keterlibatan majelis ulama Indonesia dan pemerintah serta lembaga sertifikasi. Data kinerja bank wakaf mikro An-Nawawi sebagai berikut:

Tabel 1: Kinerja Bank Wakaf Mikro An-Nawawi Tanara Tahun 2021

No	Kinerja	Jumlah
1	Pembiayaan Kumulatif	1,8 Milyar
2	Pembiayaan Outstanding	255,2 Juta
3	Nasabah Kumulatif	1,2 Ribu Orang
4	Nasabah Outstanding	232 Orang
5	Kumpi	89 Kumpi
6	Produk Binaan	3 Jenis

(Sumber: BWM, 2021)

Terlihat dari tabel 1 yang menunjukkan sejak awal berdiri tahun 2018-2021 jumlah produk binaan yang dilakukan bank wakaf mikro An-Nawawi dengan produk unggulan yaitu kue ulang tahun dan kropicok. Namun belum memanfaatkan sumberdaya lokal atau ciri khas Kabupaten Serang untuk melakukan variasi inovasi produk yang lebih banyak sehingga memberi potensi pasar dan *brand image* yang lebih kuat.

Tabel 2. Data Penduduk Kecamatan Tanara Dalam Angka Tahun 2021 dan Data Kemiskinan Kabupaten Serang 2021

Kec/Kab/ Prov	Laki- Laki	Wanita	Jumlah	Toko/ Warung	Warga Miskin	GK (Rp/Bln)
Tanara (Serang)	20.982	19.490	40.472	111	83.090	362.102
Provinsi Banten	-				867.23	508.091

(Sumber: BPS, 2021a)

Pada tabel 1 dan 2 di atas menunjukkan bahwa berdasarkan jumlah warga miskin yang ada di Kabupaten Serang tercatat sebanyak 83.090 jiwa dengan tingkat pendapatan garis kemiskinan Rp.362.102/jiwa/bulan kemudian disandingkan dengan jumlah nasabah kumulatif BWM An-Nawawi sebanyak 1200 orang dengan jumlah pembiayaan kumulatif Rp. 1.800.000.000. Dari kedua data tersebut menjelaskan bahwa peran BWM An-Nawawi berpotensi mengurangi jumlah angka kemiskinan di Kabupaten Serang relatif kecil sebesar 1,44% atau jumlah angka kemiskinan menjadi 81.890 jiwa dengan rata-rata pendapatan Rp. 2.000.000. Dengan demikian dari berbagai penjelasan tersebut di atas dijelaskan bahwa bank wakaf mikro An-Nawawi Tanara berperan sebagai agen sosial menciptakan kesejahteraan masyarakat sekitar pondok pesantren.

Dalam fokusnya BWM menjalankan operasionalnya sebagai LKMS pada pembiayaan masyarakat miskin tanpa imbal hasil dan dinyatakan lembaga ini murni untuk pembiayaan. Adapun dana berasal dari donasi perseorangan, lembaga atau korporasi yang diserahkan melalui lembaga amil zakat nasional (LAZNAS). Kemudian BWM memfasilitasi dalam hal penyediaan pembiayaan yang dapat membantu pihak yang membutuhkan yang berada di sekitar pondok pesantren. Kenapa harus pondok pesantren? Karena merupakan salah satu elemen masyarakat yang mempunyai fungsi strategis dalam pendampingan yang bertujuan mendorong perekonomian masyarakat sekitarnya (Faujiah, 2018).

Peran BWM memberi arti bagi keberlangsungan usaha mereka bukan hanya pembiayaan atau keuntungan usaha yang didapatkan, relasi dan jaringan usaha yang lebih luas, ketenangan dalam rumah tangga serta meningkatkan sikap dan perilaku keagamaan. Hal tersebut didukung sebagaimana pendapat Wulandari dan Dzakiroh (2019), dimana peran bank wakaf mikro terhadap kesejahteraan anggota nasabah antara lain: *pertama*, pembiayaan komersial syariah secara signifikan meningkatkan likuiditas bulanan anggotanya; *kedua*, kondisi sosial anggota menunjukkan bahwa setelah menjadi anggota mereka menciptakan lingkungan yang lebih ramah dan saling membantu; dan *ketiga*, kesadaran spiritual anggota meningkat setelah mereka bisa mengamalkan beberapa muamalah berdasarkan ayat dan hadits di muamalah sehingga jumlah anggota yang bergerak dari kondisi miskin ke kondisi berdaya menunjukkan tren positif. Dengan pencapaian kesejahteraan keluarga atau masyarakat salah satunya melalui ketahanan keluarga, dimana Musfiroh et al., (2019) menjelaskan bahwa ketahanan keluarga merupakan kemampuan keluarga menggunakan sumberdaya yang dimilikinya dalam mencapai kesejahteraan keluarga.

Dengan demikian dari pembahasan di atas dapat dijelaskan bahwa bank wakaf mikro memiliki peran terhadap penciptaan kesejahteraan masyarakat antara lain adanya pemberian pembiayaan, adanya peningkatan pendapatan usaha, adanya pengentasan kemiskinan, adanya pendampingan anggota melalui Halaqoh Mingguan (HALMI), adanya pembinaan UMKM, adanya sosialisasi program BWM dan inovasi produk

BWM. Sedangkan kesejahteraan masyarakat yang didapatkan yaitu kesejahteraan ekonomi dan mental spiritual bagi masyarakat atau nasabah. Adapun peran perempuan dalam kepesertaan aktif di BWM mendorong efektivitas dalam kegiatan yang diselenggarakan serta kedisiplinan dalam menyerahkan cicilan rutin sehingga partisipasinya mendorong upaya ketahanan keluarga.

2. Enam Model Evolusi Sosial Menciptakan Inovasi Produk

Kendala kurangnya inovasi produk, namun setelah pembiayaan diberikan kepada nasabah selanjutnya nasabah melakukan aktivitas usahanya, hanya saja karena merupakan usaha mikro yang siklusnya cepat atau harian sehingga perlu perputaran uang atau bisnis yang cepat pula dituntut untuk mendapatkan penghasilan harian selain untuk kehidupannya termasuk mengalokasikan dana untuk pembayaran cicilan.

Dalam mengembangkan produk yang dihasilkan nasabah bank wakaf mikro perlu pemetaan jenis produknya, apakah dalam bentuk produk konsumsi makanan mentah, olahan atau makanan siap saji yang memiliki waktu daya simpan yang berbeda. Untuk itu salah satu meyakinkan konsumen atau pasar terhadap produk UMKM maka instrumen inovasi produk dapat dilakukan baik bahan, cara pengolahan, rasa, kemasan serta sistem pemasaran produknya.

Design thinking merupakan konsep yang banyak dilakukan oleh desainer produk agar mengembangkan produknya agar diterima kepada konsumen. Hal tersebut juga melibatkan pencarian masalah dan menentukan masalah yang masuk dalam proses dan tak berhenti layaknya siklus. Apabila desain selalu disesuaikan dengan perilaku dan keinginan produsen dan konsumen akan selalu relevan dengan yang mereka inginkan dalam hal ini masyarakat sebagai nasabah dan pengelola bank wakaf mikro. Berdasarkan metode *design thinking*, penulis mencoba memaparkan dalam kerangka alur model sehingga dapat dijadikan bahan pertimbangan stakeholder dalam mengembangkan inovasi produk bagi nasabah bank wakaf mikro mendatang

Empati	Eksplorasi	Elaborasi	Ekspos	Eksekusi	Ekspansi
Inovasi Produk Nasabah BWM Masih Lemah/Belum Optimal.	<ul style="list-style-type: none"> • Keterlibatan MUI • Keterlibatan Pemerintah • Keterlibatan lembaga sertifikasi 	<ul style="list-style-type: none"> • Pelatihan standarisasi halal • Kemudahan perizinan produk • Teknologi Pengemasan • Standar kesehatan produk 	<ul style="list-style-type: none"> • Sertifikasi Halal • Labelisasi Merek • Produk memiliki izin resmi • Pengemasan Menarik • Layak konsumsi 	<ul style="list-style-type: none"> • Mendapatkan label halal • Mendapatkan merek produk berizin resmi dan HAKI • Melakukan pengemasan sederhana • Melakukan uji layak konsumsi produk 	<ul style="list-style-type: none"> • Adanya label halal • Adanya merek berizin/haki • Adanya pengemasan menarik • Mempertahankan kelayakan konsumsi produk

Model enam evolusi sosial memandu bisnis dalam pengembangan proyek dalam lingkup tanggung jawab sosial dan inovasi sosial mereka. *Design thinking* yang diterapkan pada inovasi sosial dalam organisasi menciptakan dampak positif pada komunitas di mana mereka berada dan menambah nilai pada proses inovasi karena merupakan metode yang inklusif, kolaboratif, memotivasi, dan memberdayakan sehingga memungkinkan pembelajaran dalam konteks nyata yang dapat diterapkan oleh para anggotanya.

Sedangkan mengoptimalkan inovasi produk nasabah bank wakaf mikro yaitu

melalui keterlibatan majelis ulama Indonesia, keterlibatan pemerintah dan keterlibatan lembaga sertifikasi. Namun belum memanfaatkan sumberdaya lokal atau ciri khas dari masing-masing daerah untuk melakukan variasi inovasi produk yang lebih banyak sehingga memberi potensi pasar dan *brand image* yang lebih kuat.

a. Empati

Umumnya, dapat menggunakan bantuan data untuk berempati, mengapa para user sebagai manusia memiliki perilaku tertentu. Dengan melakukan empati, maka designer mengesampingkan asumsi dan bias agar dapat memiliki pemahaman lebih jelas mengenai user.

b. Eksplorasi

Dengan demikian dalam tahap eksplorasi ini perlunya keterlibatan banyak pihak sebagai langkah promotif agar peningkatan literasi masyarakat tentang bank wakaf mikro dapat terwujud secara bertahap, peningkatan pemasaran produk nasabah yang optimal serta meningkatkan optimalisasi inovasi produk nasabah bank wakaf mikro.

c. Elaborasi

Namun dikarenakan bank wakaf mikro baru berjalan 4 tahun sejak dibentuk tahun 2018 lebih banyak pada penguatan internal dan kebutuhan nasabah, maka protipenya masih dibuat jangka pendek. Sedangkan peningkatan inovasi produk nasabah melalui gagasan pelatihan standarisasi halal, kemudahan dalam perizinan produk dan pemanfaatan teknologi pengemasan.

d. Ekspos

Sedangkan peningkatan inovasi produk nasabah melalui gagasan mendapatkan sertifikat halal, mendapatkan labelisasi merek produk, produk memiliki izin resmi dan terbentuknya pengemasan yang menarik.

e. Eksekusi

Tahap eksekusi menerapkan solusi ke lingkungan untuk mengevaluasi dampak. Untuk mempertahankan implementasi solusi yang ramping, serta untuk melacak dampaknya, evaluasi ke beberapa dimensi, seperti sosial dan psikologis, dalam hal untuk efek negara sosial disorot dalam penelitian ini dan jika itu adalah solusi inovatif sosial.

f. Ekspansi

Sedangkan peningkatan inovasi produk nasabah melalui gagasan penerapan lulus label halal pada setiap produk, mendapatkan merek produk izin resmi dan menerapkan pengemasan yang menarik serta lulus uji layak konsumsi produk.

Landasan metodologi *design thinking* enam evolusi sosial merupakan pengembangan program lokakarya dengan mempertimbangkan analisis komparatif dan kualitatif terhadap model yang disebutkan di atas dan beberapa alat. Adapun pendekatan yang digunakan metodologi penelitian kualitatif menurut penulis cukup tepat karena perbandingan dilakukan berdasarkan tinjauan literatur *design thinking*, dimana sesuai dengan evolusi sosial dan masing-masing keadaan masyarakat sekitar pondok pesantren secara umum dan khususnya pada nasabah bank wakaf mikro.

Penulis menilai adanya kelemahan pada penggunaan analisis *design thinking* dalam penelitian ini, dimana informan seluruhnya berada di pedesaan yang relatif memiliki kendala pada akses layanan internet antara lain lemahnya sinyal, konsistensi aplikasi yang akan diterapkan dan tingkat partisipasi penggunaannya baik nasabah sebagai penjual dan masyarakat umum sebagai pembeli

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Upaya mengoptimalkan bank wakaf mikro terhadap masyarakat sekitar pondok pesantren dengan mengoptimalkan inovasi produk melalui keterlibatan Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika-Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI), keterlibatan pemerintah dan lembaga sertifikasi produk.

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan design thinking dalam merumuskan solusi meningkatkan inovasi produk nasabah bank wakaf mikro dalam penciptaan kesejahteraan mereka melalui optimalisasi labelisasi halal, merek yang dilindungi hak kekayaan intelektual, pengemasan yang menarik dan kelayakan konsumsi produk. Penelitian ini menggunakan pendekatan grounded theory sehingga hasil yang didapatkan merupakan pengembangan teori dari permasalahan yang ada di lapangan.

Dalam melihat faktor yang mempengaruhi variabel inovasi produk, kesejahteraan dan peran bank wakaf mikro diperlukan penelitian lanjutan terutama kuantitatif dengan melihat model yang memiliki peran dan pengaruh dominan.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- Arinta, Y. N., Nabila, R., Albab Al Umar, A. U., Alviani, A. W., & Inawati, Y. (2020). Eksistensi Bank Wakaf Mikro Dan Implikasinya Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(2), 372. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i2.1124>
- BPS. (2021). Profil Kemiskinan di Banten. In *Profil Kemiskinan di Banten Maret 2021* (Issue 37). <https://banten.bps.go.id/pressrelease/2021/07/15/627/persentase-penduduk-miskin-banten-maret-2021-naik-menjadi-6-66-persen.html>
- Brudesesth, J. (2015). *Microfinance and Life Satisfaction in Ecuador*. University of Agder.
- BWM. (2021). *Statistik Data Nasional Tahun 2021*. Bank Wakaf Mikro. http://lkmsbwm.id/data_nasional
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design : Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). Sage Publication.
- Darmawan, A. Z., Aini, Arinda Dewi Nur Dahlan, D., Idris, D. M. I., Wardhani, D. H., Nazar, J. K., Azhar, G. H. A., Hutagalung, Miranda Hasanah, R., Lestari, T. P., & Setio, Shandy Primanda Nugraha, Wahyu Ega Nasser, Z. (2021). Laporan Ekonomi dan Keuangan Syariah 2021. In *Bank Indonesia*.
- Diniyya, A. A. (2019). Development Of Waqf Based Microfinance And Its Impact In Alleviating The Poverty. *Ihtifaz: Journal of Islamic Economics, Finance, and Banking*, 2(2), 107. <https://doi.org/10.12928/ijiefb.v2i2.879>
- Disemadi, H. S., & Roisah, K. (2019). Kebijakan Model Bisnis Bank Wakaf Mikro Sebagai Solusi Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat. *Law Reform*, 15(2), 177–194. <http://proceedings.kopertais4.or.id/index.php/ancoms/article/view/141>
- Duasa, J., & Thaker, M. (2017). Proposed Integrated Cash Waqf Investment Model for Micro Enterprises in Malaysia: an Empirical Analysis. *Journal of Islamic Philanthropy & Social Finance*, 1(2), 2590–3942.
- Elitan, L., & Anatan, L. (2009). *Manajemen Inovasi*. Alfabeta.
- Etikan, I. (2016). Comparison of Convenience Sampling and Purposive Sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11>
- Halim, A. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(2), 157–172. <https://stiemmamuju.e-journal.id/GJIEP/article/view/39>
- Hendarsyah, D. (2019). E-Commerce Di Era Industri 4.0 Dan Society 5.0.

- IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 8(2), 171–184.
<https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v8i2.170>
- Luamba, D. D. S., Blye, D. M. L. J., Mwema, D. I. E. M., Williams, D. I. A., James, D. K., & Chagadama, D. J. (2021). The Benefits of Innovation for Small Businesses. *International Journal of Business and Management Research*, 9(4), 425–432.
<https://doi.org/10.37391/ijbmr.090405>
- Maulida, S., Aderemi, A., Maikabara, A. A., Anward, R. J., Fasa, M. I., Pambuko, Z. B., & Purwanto, P. (2020). The Role of Islamic Social Finance Institution to Building Halal Industry. *Kresna Social Science and Humanities Research*, 1(Figure 1), 1–4.
<https://doi.org/10.30874/ksshr.13>
- Mujaddidi, A. S. (2017). *Peran Strategis Bayt al-Mal wa al-Tamwil Dalam Mengatasi Praktek Rentenir : Studi BMT NU Jawa Timur*. UIN Syarif Hidayatullah.
- Murray, R., Grice, J. J., & Mulgan, G. (2010). *The Open Book of Social Innovation*.
www.socialinnovator.info
- Nugroho, Lubis, C., Fitrijanti, T., & Sukmadilaga, C. (2020). Peluang Pengusaha Mikro Dan Kecil (Umk) Menggunakan Layanan Digital Lembaga Keuangan Mikro Syariah. *Jurnal Al-Qardh*, 5(1), 56–68.
- Palma, G. T. (2020). *Design Thinking for Social Innovation in an Era of Social Distancing: a Proposal for a Workshop Programme*. University Do Porto.
- Peshev, M. (2019). *How to Combine Digital and Traditional Marketing*. MarioPeshev.
<https://mariopeshev.com/why-how-hybrid-marketing-work-businesses/>
- Pindyck, R. S., & Rubinfeld, D. L. (2009). *Microeconomics* (5th ed.). Prentice-Hal.
- Puspitawati, H. (2012). *Gender dan Keluarga*. IPB Press.
- Rosmadi, M. L. N. (2021). Inovasi dan Kreativitas Pelaku Usaha UMKM di Era Covid-19. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4(2), 87–94.
- Salamah, U. (2012). *Pengantar Ilmu Kesejahteraan Sosial*. Insan Akademika.
- Slavec, A. (2022). Underrated Innovativeness of Micro-Enterprises Compared to Small to Medium Enterprises in the Slovenian Forest-Wood Sector. *Sustainability (Switzerland)*, 14(4). <https://doi.org/10.3390/su14041991>
- Sugiono, S. (2020). Industri Konten Digital dalam Perspektif Society 5.0 Digital Content Industry in Society 5.0 Perspective. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komunikasi*, 22(2), 175–191. <http://dx.doi.org/10.33164/iptekom.22.2.2020.175-191>
- Syadiah, N. D., Rosiana, R., & Said, S. (2020). Pembiayaan Lembaga Keuangan Mikro Syariah dan Dampaknya Bagi Perkembangan Usaha Serta Peningkatan Kesejahteraan Usaha Mikro di Kota Serang. *Syi`ar Iqtishadi : Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, 4(1), 14. <https://doi.org/10.35448/jiec.v4i1.8178>
- Syastra, M. T., & Amrizal. (2019). Strategi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Menjadi Inovatif dengan Menggunakan Teknologi Smartphone. *Snistek* 2, 1(September), 139–144.
- Wulandari, R., & Dzakiroh, H. (2019). Do Islamic Microfinance Practise Decrease the Level of Three Aspects of Poverty. *Iqtishadia*, 12(1), 87.
<https://doi.org/10.21043/iqtishadia.v12i1.2883>
- Zastempowski, M. (2022). What Shapes Innovation Capability in Micro-Enterprises? New-to-the-Market Product and Process Perspective. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(1). <https://doi.org/10.3390/joitmc8010059>.