

Kendala Bank Syariah dalam Mendukung Pengembangan Ukm Pasca Lahirnya Qanun LKS NO. 11 TAHUN 2018

Isnaliana¹
Rifa UI Khairi Fachruddin²

isnaliana@ar-raniry.ac.id¹
250606009@student.ar-raniry.ac.id²

**¹²Program Studi Manajemen Industri Halal, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh**

ABSTRACT

The implementation of the Islamic Financial Institutions (LKS) Qanun Number 11 of 2018 in Aceh positions Islamic banks as strategic actors in supporting the development of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). However, the implementation of this regulation has not yet fully and optimally impacted the strengthening of MSMEs, particularly in Banda Aceh City. This study aims to analyze in depth the obstacles faced by Bank Aceh Syariah and Bank Syariah Indonesia in supporting MSME development following the issuance of the LKS Qanun. The methodology used was a descriptive qualitative approach with field research. Data were collected through semi-structured interviews with bank representatives, and documentation studies, then analyzed using data reduction, data presentation, and conclusion drawing techniques. The results of the study indicate that although MSME financing has increased, Islamic banks still face various obstacles, particularly in the aspects of human resource development and marketing. These obstacles include the lack of an integrated MSME Center, weak mapping and clustering of MSMEs, limited business mentoring, minimal cross-institutional collaboration, and limited MSME involvement in promotional events. These findings indicate that the role of Islamic banks is still predominantly in financial intermediation, not fully implementing its MSME empowerment function comprehensively. Therefore, strengthening institutional and collaborative strategies is key to optimizing the implementation of the Qanun LKS and promoting MSMEs as a main pillar of the Acehnese economy.

Keywords: Sharia Banks, MSMEs, LKS Qanun, and Financial Inclusion

ABSTRAK

Implementasi Qanun Lembaga Keuangan Islam (LKS) Nomor 11 Tahun 2018 di Aceh menempatkan bank syariah sebagai aktor strategis dalam mendukung pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Namun, implementasi peraturan ini belum sepenuhnya dan optimal berdampak pada penguatan UMKM, khususnya di Kota Banda Aceh. Studi ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam hambatan yang dihadapi oleh Bank Aceh Syariah dan Bank Syariah Indonesia dalam mendukung pengembangan UMKM

setelah diterbitkannya Qanun LKS. Metodologi yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan penelitian lapangan. Data dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur dengan perwakilan bank, dan studi dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan teknik reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun pembiayaan UMKM telah meningkat, bank syariah masih menghadapi berbagai hambatan, khususnya dalam aspek pengembangan sumber daya manusia dan pemasaran. Hambatan tersebut meliputi kurangnya Pusat UMKM terintegrasi, lemahnya pemetaan dan pengelompokan UMKM, terbatasnya pendampingan bisnis, minimnya kolaborasi lintas lembaga, dan terbatasnya keterlibatan UMKM dalam kegiatan promosi. Temuan ini menunjukkan bahwa peran bank syariah masih didominasi oleh peran perantara keuangan, dan belum sepenuhnya mengimplementasikan fungsi pemberdayaan UMKM secara komprehensif. Oleh karena itu, penguatan strategi kelembagaan dan kolaborasi merupakan kunci untuk mengoptimalkan implementasi LKS Qanun dan mempromosikan UMKM sebagai pilar utama perekonomian Aceh.

Kata kunci: Bank Syariah, UMKM, LKS Qanun, dan Inklusi Keuangan

A. PENDAHULUAN

Kondisi perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Provinsi Aceh menunjukkan dinamika yang signifikan sejalan dengan tren nasional. Menurut data terbaru dari Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Aceh, hingga akhir tahun 2025 jumlah UMKM di Aceh mencapai sekitar 624.477 unit, mayoritas merupakan usaha mikro dengan jumlah mencapai 622.350 unit, disusul oleh usaha kecil sebanyak 1.839 unit dan usaha menengah sebanyak 288 unit. Tingginya jumlah UMKM ini menunjukkan bahwa sektor usaha mikro di Aceh memiliki peran dominan dalam struktur kewirausahaan regional sekaligus menjadi potensi besar bagi perekonomian daerah. Namun demikian, meskipun secara kuantitatif jumlahnya terus bertambah, tantangan struktural seperti keterbatasan akses modal, rendahnya literasi digital, dan kelemahan dalam promosi produk menjadi hambatan bagi pengembangan usaha yang berkelanjutan dan berdaya saing tinggi bagi pelaku UMKM di Aceh (Diskop UKM Aceh, 2025).

Meskipun demikian, peningkatan jumlah UMKM tersebut belum sepenuhnya diiringi dengan penguatan kualitas dan daya saing usaha. Permasalahan klasik yang masih dihadapi pelaku UMKM di Aceh meliputi keterbatasan akses permodalan, rendahnya kualitas sumber daya manusia, lemahnya pencatatan keuangan, serta keterbatasan dalam aspek pemasaran. Pemerintah daerah melalui Dinas Koperasi dan UKM Aceh telah berupaya mendorong digitalisasi UMKM sebagai bagian dari strategi perluasan pasar, sejalan dengan tuntutan era industri 4.0. Namun, upaya tersebut belum sepenuhnya memberikan dampak optimal tanpa dukungan pembiayaan dan pendampingan yang memadai.

Dalam konteks penyediaan pembiayaan, kehadiran lembaga keuangan syariah di Aceh seharusnya menjadi solusi strategis bagi pengembangan UMKM. Sebagai daerah dengan kekhususan dan otonomi khusus, Aceh telah menetapkan Qanun Nomor 11 Tahun 2018 tentang Lembaga Keuangan Syariah (LKS) yang mewajibkan seluruh lembaga keuangan beroperasi berdasarkan prinsip syariah. Qanun ini tidak hanya bertujuan memperkuat implementasi ekonomi syariah di Aceh, tetapi juga diharapkan menjadi instrumen dalam meningkatkan akses pendanaan, pemberdayaan ekonomi, dan kesejahteraan masyarakat, khususnya pelaku UMKM.

Qanun LKS secara eksplisit mengamanatkan bank syariah untuk meningkatkan porsi pembiayaan kepada UMKM secara bertahap, yaitu minimal 30% pada tahun 2020 dan meningkat menjadi minimal 40% pada tahun 2022. Secara normatif, regulasi ini membuka peluang besar bagi UMKM untuk memperoleh akses pembiayaan yang lebih luas. Namun, realitas di lapangan menunjukkan bahwa implementasi kebijakan tersebut masih menghadapi berbagai kendala. Berdasarkan wawancara awal dengan sejumlah pelaku UMKM di Kota Banda Aceh menunjukkan bahwa akses pembiayaan ke bank syariah masih dirasakan sulit. Persyaratan administratif yang dianggap rumit, keterbatasan agunan, serta proses analisis pembiayaan yang ketat menyebabkan sebagian pelaku UMKM tidak mampu mengakses pembiayaan perbankan. Kondisi ini mendorong sebagian pelaku usaha memilih alternatif pembiayaan nonformal seperti rentenir, meskipun dengan risiko biaya yang tinggi dan memberatkan (Pelaku UMKM, 2024).

Bagi pelaku UMKM yang sudah menerima pembiayaan dari bank syariah, berbagai tantangan nyata masih muncul. Studi menunjukkan bahwa meskipun jumlah pembiayaan yang disalurkan oleh bank syariah telah meningkat signifikan-misalnya pembiayaan UMKM oleh Bank Syariah Indonesia mencapai lebih dari Rp52 triliun pada pertengahan 2025, hal tersebut belum serta-merta mengatasi kebutuhan pengembangan usaha secara penuh, terutama dalam hal peningkatan skala dan produktivitas usaha (Konto & Anti, 2025). Data empiris juga menegaskan bahwa keterbatasan pembiayaan yang tidak dibarengi dengan pendampingan teknis, pelatihan manajemen, dan bimbingan pemasaran sering kali membuat pelaku UMKM kesulitan dalam pengelolaan usaha, pemanfaatan teknologi digital, serta pencatatan keuangan yang efektif yang pada gilirannya berdampak pada penggunaan dana yang kurang sesuai dengan tujuan produktifnya (Anggraini et al., 2025; Kompas, 2024).

Penelitian terbaru yang dilakukan oleh Anggraini, Permata Sari, Rahmelia, Hak, dan Sumarni (2025) secara khusus menunjukkan bahwa pendampingan dalam pemasaran dan pembukuan keuangan sangat penting untuk meningkatkan kemampuan UMKM dalam memenuhi syarat pembiayaan

bank syariah, serta mengoptimalkan dampak pembiayaan itu sendiri terhadap perkembangan usaha. Kajian lain juga melaporkan bahwa tanpanya, dana yang diperoleh seringkali digunakan untuk konsumsi atau pengeluaran yang tidak berdampak langsung pada pertumbuhan usaha (Kompas, 2024; Anggraini et al., 2025).

Di sisi lain, Bank Aceh Syariah sebagai bank daerah yang telah melakukan konversi menjadi bank umum syariah serta Bank Syariah Indonesia (BSI) sebagai hasil merger tiga bank BUMN, sejatinya memiliki potensi besar dalam mendukung pengembangan UMKM di Banda Aceh. Bank Aceh memiliki jaringan kantor yang luas, sementara BSI memiliki kapasitas modal dan variasi produk pembiayaan yang lebih besar. Namun demikian, meskipun secara kuantitatif porsi pembiayaan UMKM menunjukkan peningkatan, secara kualitas dan jangkauan pembiayaan tersebut belum sepenuhnya menjawab kebutuhan riil pelaku UMKM.

Berdasarkan keseluruhan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa penguatan sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagaimana diamanatkan dalam Qanun Lembaga Keuangan Syariah Nomor 11 Tahun 2018 masih menghadapi berbagai tantangan dalam implementasinya, khususnya di Kota Banda Aceh. Meskipun regulasi ini secara normatif memberikan ruang dan peluang yang luas bagi bank syariah untuk berperan aktif dalam mendorong pengembangan UMKM, realitas di lapangan menunjukkan bahwa kontribusi tersebut belum sepenuhnya optimal. Kendala yang dihadapi tidak hanya terbatas pada aspek permodalan, tetapi juga mencakup keterbatasan dalam pengembangan sumber daya manusia, lemahnya pendampingan usaha, serta minimnya dukungan terhadap aspek pemasaran dan transformasi digital UMKM.

Kondisi ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara tujuan regulatif dan praktik implementatif bank syariah dalam menjalankan fungsi intermediasinya bagi sektor UMKM. Padahal, sebagai lembaga keuangan yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dan berlandaskan nilai keadilan serta pemberdayaan ekonomi umat, bank syariah memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan UMKM yang berkelanjutan dan inklusif. Oleh karena itu, kajian yang mengkaji secara mendalam kendala bank syariah dalam mendukung pengembangan UMKM pasca lahirnya Qanun LKS menjadi sangat penting dan relevan.

Kajian ini diharapkan tidak hanya mampu mengidentifikasi faktor-faktor penghambat dalam penyaluran pembiayaan dan program pemberdayaan UMKM, tetapi juga dapat merumuskan rekomendasi kebijakan dan strategi yang lebih komprehensif serta aplikatif. Dengan demikian, hasil kajian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi perbankan syariah, pemerintah daerah, dan pemangku kepentingan lainnya dalam memperkuat sinergi, meningkatkan efektivitas implementasi Qanun LKS, serta menjadikan UMKM sebagai pilar

utama dalam pembangunan ekonomi Aceh yang berkeadilan dan berkelanjutan.

B. TEORI

Ada beberapa teori yang relevan dengan kajian ini, berikut uraiannya yaitu:

Teori Intermediasi Keuangan

Teori intermediasi keuangan menjelaskan peran lembaga keuangan sebagai perantara antara pihak yang memiliki kelebihan dana (*surplus units*) dan pihak yang membutuhkan dana (*deficit units*). Bank berfungsi mengurangi biaya transaksi, mengelola risiko, serta mengatasi masalah informasi yang tidak simetris antara pemberi dan penerima dana (Gurley & Shaw, 1960). Dalam konteks perbankan syariah, fungsi intermediasi tidak hanya bersifat ekonomi tetapi juga moral, karena bank syariah dituntut menjalankan prinsip keadilan, kemitraan, dan keberpihakan pada sektor produktif, termasuk UMKM. Namun, dalam praktiknya, fungsi intermediasi bank syariah sering terkendala oleh keterbatasan analisis risiko UMKM, persyaratan agunan, serta orientasi kehati-hatian yang tinggi, sehingga pembiayaan belum sepenuhnya menjangkau sektor usaha mikro dan kecil. Teori ini menjelaskan mengapa meskipun Qanun LKS mewajibkan peningkatan pembiayaan UMKM, bank syariah masih menghadapi kendala struktural dalam menyalurkan pembiayaan secara optimal.

Teori Credit Rationing (Pembatasan Kredit)

Teori *credit rationing* yang dikemukakan oleh Stiglitz dan Weiss (1981) menjelaskan bahwa bank cenderung membatasi penyaluran kredit kepada kelompok usaha tertentu meskipun tingkat bunga atau margin telah disesuaikan. Hal ini disebabkan oleh tingginya risiko gagal bayar dan asimetri informasi antara bank dan nasabah. UMKM sering kali berada pada posisi lemah dalam teori ini karena keterbatasan agunan, lemahnya pencatatan keuangan, dan tidak stabilnya arus kas. Dalam konteks bank syariah, mekanisme kehati-hatian (*prudential banking*) sering kali menyebabkan pembiayaan UMKM dibatasi, meskipun secara regulatif sektor ini diprioritaskan oleh Qanun LKS. Teori ini menjelaskan kendala akses permodalan UMKM pada bank syariah pasca Qanun LKS, khususnya terkait selektivitas pembiayaan dan risiko pembiayaan bermasalah.

Teori Asimetri Informasi

Teori asimetri informasi menjelaskan kondisi ketika salah satu pihak dalam transaksi memiliki informasi yang lebih lengkap dibanding pihak lainnya (Akerlof, 1970). Dalam pembiayaan UMKM, pelaku usaha memiliki informasi lebih baik tentang kondisi usaha dibandingkan pihak bank, sementara bank kesulitan memperoleh data yang akurat. Kondisi ini memunculkan masalah

adverse selection dan moral hazard, yang menyebabkan bank syariah menerapkan persyaratan ketat, termasuk agunan dan dokumentasi formal, yang justru menjadi hambatan bagi UMKM. Teori ini mendukung analisis kendala pembiayaan UMKM akibat lemahnya sistem pencatatan, literasi keuangan, dan transparansi usaha.

Teori Inklusi Keuangan

Teori inklusi keuangan menekankan pentingnya akses yang adil dan terjangkau terhadap layanan keuangan formal bagi seluruh lapisan masyarakat, termasuk UMKM. Inklusi keuangan tidak hanya mencakup akses pembiayaan, tetapi juga literasi keuangan, perlindungan konsumen, dan kualitas layanan (World Bank, 2018). Dalam konteks Qanun LKS, bank syariah di Aceh memiliki mandat strategis untuk meningkatkan inklusi keuangan berbasis syariah. Namun, kendala kapasitas UMKM dan keterbatasan program pendampingan menyebabkan tingkat inklusi keuangan belum optimal. Teori ini menjelaskan pentingnya peran bank syariah tidak hanya sebagai penyedia modal, tetapi juga sebagai agen pemberdayaan ekonomi.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk memahami secara mendalam terkait kendala bank syariah dalam pengembangan UMKM di Banda Aceh pasca lahirnya Qanun LKS Nomor 11 Tahun 2018. Pendekatan kualitatif digunakan untuk menggali pandangan, pengalaman, dan tafsiran para narasumber dan informan dalam situasi alami melalui interaksi langsung. Fokus kajian diarahkan pada tiga indikator utama, yaitu aspek permodalan, aspek pengembangan sumber daya manusia (SDM), dan aspek pemasaran. Subjek penelitian meliputi Bank Aceh Syariah, Bank Syariah Indonesia di Banda Aceh, dan Pelaku UMKM dengan tujuan memperoleh gambaran komprehensif mengenai kendala yang dihadapi dalam mendukung sektor UMKM. Berikut narasumber yang diwawancarai yaitu:

Tabel 1. Narasumber Penelitian

No	Nama Lembaga	Tujuan
1	Bank Aceh Syariah a. Divisi Pembiayaan b. Divisi UMKM Center	Untuk mengidentifikasi dan mendeskripsikan kendala yang dihadapi dalam mendukung sektor UMKM pasca lahir Qanun LKS No. 11 Tahun 2018
2	Bank Syariah Indonesia a. Divisi Pembiayaan b. Divisi UMKM Center	Untuk mengidentifikasi dan mendeskripsikan kendala yang dihadapi dalam mendukung sektor UMKM pasca lahir Qanun LKS No. 11 Tahun 2018

3	Pelaku UMKM Binaan Bank Aceh Syariah dan Bank Syariah Indonesia	Untuk melihat umpan balik terhadap apa yang telah dilakukan oleh kedua bank syariah tersebut kepada pelaku UMKM yang ditinjau dari tiga aspek yaitu aspek permodalan, aspek pengembangan SDM, dan aspek pemasaran.
---	---	--

Selanjutnya, jenis data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi langsung dan wawancara semi-terstruktur maupun tidak terstruktur dengan teknik *snowball sampling*, sedangkan data sekunder diperoleh melalui studi dokumentasi dan studi kepustakaan yang relevan. Teknik analisis data dilakukan melalui tiga tahap, yaitu reduksi data, display data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Proses analisis ini dilakukan secara berkelanjutan dengan menerapkan triangulasi dan pengecekan data untuk menjamin validitas dan kebermaknaan temuan, sehingga hasil penelitian diharapkan mampu memberikan pemahaman yang utuh dan mendalam mengenai kendala bank syariah dalam mendorong pengembangan UMKM di Banda Aceh.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kendala Bank Syariah Dalam Mendukung Pengembangan UMKM Pasca Lahirnya Qanun LKS No. 11 Tahun 2018

Dalam mendukung pengembangan sektor usaha mikro kecil dan menengah pasca lahirnya Qanun LKS No. 11 Tahun 2018 bank syariah baik Bank Aceh Syariah maupun Bank Syariah Indonesia mengalami beberapa kendala, hal ini dapat dilihat pada penjelasan di bawah ini:

Bank Aceh Syariah

Ditinjau pada tiga aspek kontribusi bank syariah dalam mendukung pengembangan sektor UMKM yaitu aspek permodalan, pengembangan Sumber Daya Manusia dan aspek pemasaran. Terdapat beberapa kendala pada dua aspek yakni pengembangan SDM dan pemasaran walaupun tidak begitu signifikan yaitu: *Pertama*, belum adanya Bank Aceh Syariah UMKM Center. Bank Aceh Syariah sampai saat ini belum memiliki Center khusus pelayanan bagi UMKM seperti UMKM Center. Selama ini yang mewadahi konsultasi dan pelatihan/pembinaan bagi pengembangan UMKM hanya masing-masing kantor cabang dimana UMKM mendapatkan pembiayaan, sehingga jumlah yang ditampung untuk kegiatan pelatihan/pembinaan terbatas kecuali lembaga tersebut mengadakannya di aula atau tempat lain yang jumlah pesertanya tidak terbatas.

Pun demikian dengan UMKM yang bergabung dan mendapatkan pelatihan/pembinaan dari lembaga ini. Saat ini pihak bank hanya fokus melakukan pelatihan/pembinaan dan pendampingan bagi UMKM yang hanya mendapatkan pembiayaan pada lembaga tersebut. Ini dilakukan supaya UMKM yang dibinaannya fokus dalam meningkatkan kualitas usaha. Pihaknya juga mengharapkan ke depannya supaya menyediakan gedung khusus untuk menampung segala persoalan dan layanan bagi pengembangan UMKM di Aceh terutama Banda Aceh sebagai pusat operasional Bank Aceh Syariah juga kota yang mendominasi jumlah sektor tersebut. Begitu juga dengan UMKM-UMKM lainnya di Aceh yang tidak mendapatkan injeksi dana dari bank tersebut supaya nantinya juga dapat bergabung dalam wadah ini.

keberadaan UMKM Center memegang peran penting dalam pemberdayaan UMKM melalui layanan yang lebih luas dan terstruktur. Misalnya, Bank Syariah Indonesia telah membangun beberapa BSI UMKM Center di berbagai daerah, termasuk Aceh, yang berfungsi sebagai pusat pendampingan UMKM dari hulu hingga hilir melalui pelatihan usaha, konsultasi bisnis, sertifikasi produk halal, akses digitalisasi transaksi, dan perluasan jaringan pemasaran (*business matching*) bagi pelaku UMKM binaan (Bank Syariah Indonesia, 2025). Keberadaan pusat layanan semacam ini terbukti mampu memperkuat inkubasi usaha, meningkatkan kapasitas UMKM, serta memperluas akses pasar dalam skala lokal dan nasional, yang sekaligus relevan bagi kebutuhan Bank Aceh Syariah untuk mengembangkan fungsi layanan UMKM secara lebih efektif.

Kemudian yang *kedua*, belum adanya fasilitas display aneka produk UMKM. Selama ini bank belum menyediakan tempat display produk UMKM pada setiap kantor cabang masing-masing. Display produk UMKM pada dasarnya perlu dilakukan sebagai ajang promosi dan penjualan, meskipun peran bank disini bukan sebagai penjual. Akan tetapi dengan adanya layanan ini sendiri dapat memperluas akses produk UMKM kepada masyarakat yang melakukan transaksi dengan bank, sehingga produknya dikenal dan dibeli oleh masyarakat luas. *Ketiga*, belum adanya program pembinaan kesiapan UMKM menuju sertifikasi halal. Untuk meningkatkan pengembangan UMKM menuju Go Halal, program ini perlu diwujudkan supaya pelaku usaha dapat naik kelas. Hal ini juga perlu diwujudkan oleh bank dalam rangka menyukseskan amanat Undang-undang No. 33 Tahun 2014 dan Qanun Aceh No. 8 Tahun 2018 tentang Sistem Jaminan Produk Halal. Bank Aceh selaku bank daerah perlu melihat ini sebagai peluang untuk mendorong pertumbuhan industry halal yang akan berkontribusi pada perekonomian nasional umumnya dan daerah khususnya.

Keempat, terbatasnya kerjasama dengan lembaga lain. Kerjasama yang dijalin oleh bank selama ini masih terbatas, baik ditingkat local maupun

nasional. Sehingga dalam kegiatan pelatihan/pembinaan bahkan pendampingan yang dilakukan masih terbatas pada narasumber internal bank atau lokal. Bahkan dengan trend digitalisasi UMKM saat ini, pihaknya juga belum menggandeng perusahaan Shopee untuk penjualan secara market place. Marketplace saat ini menjadi salah satu media yang paling banyak digunakan untuk aspek pemasaran produk. Memasarkan produk-produk secara e-commerce atau melalui digital marketing menjadi sebuah tuntutan di era sekarang ini. Pun demikian dengan dinas-dinas terkait dalam meningkatkan pengembangan sektor UMKM di Banda Aceh seperti Dinas Kesehatan, BPOM, LPPOM dan lainnya terkait dengan pengurusan izin usaha dan halal usaha. Juga Bea Cukai bagi UMKM yang produknya di pasarkan ke luar negeri.

Kolaborasi antar lembaga keuangan syariah dengan platform digital dan lembaga pemerintah terkait secara signifikan meningkatkan akses pasar dan kapasitas UMKM dalam ekosistem ekonomi digital. Nugroho dan Putri (2025) menekankan bahwa UMKM yang tergabung dalam marketplace dan didukung oleh kemitraan bank dengan platform digital mengalami peningkatan penetrasi pasar hingga 28% dibandingkan yang hanya bergantung pada pemasaran offline. Selanjutnya, Sari dan Hidayat (2025) menegaskan bahwa kerja sama antara bank, pemerintah daerah, dan lembaga sertifikasi seperti BPOM, LPPOM MUI, serta dinas terkait secara simultan mampu mempercepat proses perizinan usaha dan sertifikasi produk halal, sehingga semakin memperkuat daya saing produk UMKM di tingkat nasional maupun internasional.

Kolaborasi yang intensif dengan pihak eksternal juga berperan dalam peningkatan literasi digital, pemasaran online, serta integrasi logistik UMKM, yang diperlukan untuk menghadapi dinamika pasar modern. Temuan-temuan ini menggarisbawahi pentingnya perluasan kerja sama strategis oleh Bank Aceh Syariah dengan berbagai pihak, termasuk marketplace, lembaga pemerintah, dan organisasi kewirausahaan, sebagai bagian dari strategi terintegrasi dalam pengembangan UMKM.

Kemudian terakhir yang *kelima* yaitu, keterbatasan dalam melibatkan UMKM pada event-event penting. Keterlibatan UMKM pada event-event penting baik yang diselenggarakan secara lokal, nasional bahkan internasional. Selama ini pihaknya sudah melakukan koordinasi dengan dinas terkait yaitu Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, akan tetapi penyelenggaraan event selalu membatasi jumlah peserta yang bergabung. Sehingga bank melakukan kurasi atas produk-produk UMKM yang dianggap sebagai produk unggulan dan lokomotif untuk daerah Aceh, itu dilakukan apabila eventnya ditingkat nasional dan internasional. Sedangkan untuk

tingkat lokal proses kurasi juga tetap dilakukan dengan pertimbangan produk yang berkualitas.

Partisipasi UMKM dalam pameran dan event bisnis memiliki dampak positif terhadap ekspansi pasar dan peningkatan penjualan produk, sehingga pembatasan akses ini berimplikasi pada rendahnya tingkat eksposur dan penetrasi pasar bagi produk UMKM lokal. Putra dan Afifah (2025) menemukan bahwa UMKM yang aktif serta mendapatkan dukungan penuh untuk terlibat dalam event nasional dan internasional mengalami peningkatan pencapaian penjualan hingga 35% dibandingkan yang hanya berpartisipasi pada event lokal. Temuan tersebut menunjukkan pentingnya keterlibatan yang lebih luas serta sistem penunjang yang memadai agar semua UMKM binaan dapat merasakan manfaat event strategis. Selain itu, Rahman dan Safitri (2025) merekomendasikan adanya kolaborasi multipihak antara bank syariah, lembaga pemerintah, asosiasi UMKM dan penyelenggara event untuk memperluas kuota keterlibatan, serta mengoptimalkan promosi dan jaringan pemasaran.

Agar hambatan ini tidak terus membatasi peluang UMKM untuk berkembang, diperlukan strategi yang lebih inklusif, seperti mekanisme rotasi peserta berdasarkan klaster usaha, dukungan logistik dan pemasaran pra-event, serta penguatan kolaborasi dengan penyelenggara event skala nasional. Hal ini sejalan dengan kebutuhan untuk menghadirkan platform yang memberi ruang partisipasi yang lebih adil dan efektif bagi UMKM di Banda Aceh untuk memperkuat kehadiran mereka di pasar yang lebih luas.

Kendala substantif yang dialami Bank Aceh Syariah dalam mendukung pengembangan UMKM, terutama terkait keterbatasan wadah komunitas UMKM, kurangnya ruang display produk, dan lemahnya kolaborasi dengan lembaga eksternal, merupakan gambaran nyata dari tantangan kelembagaan dalam pemberdayaan UMKM. Temuan ini sejalan dengan penelitian oleh Rahman dan Hidayat (2025) yang menunjukkan bahwa kelemahan struktur dukungan dan kolaborasi lintas pemangku kepentingan menjadi salah satu hambatan utama dalam optimalisasi peran bank syariah dalam ekosistem UMKM. Mereka menekankan bahwa *integrated support system* diperlukan agar bank syariah tidak hanya menjadi penyalur modal, tetapi juga fasilitator pembangunan kapasitas UMKM melalui sinergi dengan pemerintah daerah, asosiasi usaha, lembaga sertifikasi halal, serta platform digital marketing.

Hal senada juga diungkapkan dalam studi oleh Putri dan Siregar (2025) yang menemukan bahwa keterbatasan fasilitas promosi, seperti ruang display fisik dan digital, berdampak negatif terhadap penetrasi pasar UMKM, khususnya di daerah yang memiliki potensi ekonomi lokal tinggi namun kurang terekspos secara luas. Penelitian ini merekomendasikan pengembangan UMKM Hub terpadu yang menggabungkan dukungan

modal, pelatihan SDM, fasilitasi sertifikasi halal (Go Halal), serta akses pemasaran digital sebagai strategi komprehensif pemberdayaan UMKM dalam era ekonomi digital. Pendekatan semacam ini sangat relevan dengan tuntutan Qanun Aceh No. 8 Tahun 2016 tentang Sistem Jaminan Produk Halal (SJH), serta Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 tentang SJH, yang menempatkan sertifikasi halal sebagai bagian dari strategi peningkatan kualitas dan daya saing produk UMKM lokal.

Secara teoritis, temuan-temuan ini sejalan dengan teori ekosistem kewirausahaan, yang menyatakan bahwa keberhasilan pengembangan sektor UMKM sangat ditentukan oleh interaksi dan kolaborasi antar aktor dalam ekosistemnya termasuk lembaga keuangan, pemerintah, asosiasi bisnis, dan platform digital serta oleh tersedianya institutional support yang memadai (Isenberg, 2011; Stam, 2015). Bank syariah yang berperan aktif dalam membangun jejaring kolaboratif dan infrastruktur dukungan UMKM memiliki peluang lebih besar untuk meningkatkan produktivitas, kemampuan inovasi, dan akses pasar UMKM, dibandingkan yang berfokus semata pada aspek pembiayaan. Oleh karena itu, memperluas kerjasama dengan lembaga terkait, melakukan pemetaan klaster UMKM, serta mengembangkan UMKM Center terpadu merupakan strategi yang tidak hanya memperbaiki kinerja bank syariah tetapi juga memperkuat ekosistem UMKM pasca Qanun LKS No. 11 Tahun 2018.

Bank Syariah Indonesia

Ditinjau pada tiga aspek kontribusi bank syariah dalam mendukung pengembangan sektor UMKM yaitu aspek permodalan, pengembangan Sumber Daya Manusia dan aspek pemasaran. Juga terdapat beberapa kendala pada aspek pengembangan SDM walaupun tidak begitu signifikan yaitu: *Pertama*, belum adanya pemetaan jenis usaha berdasarkan klasternya. Komunitas yang tergabung dalam BSI UMKM Center khususnya pada Whatsapp Group belum dipetakan berdasarkan klasternya baik untuk jenis usaha mikro, kecil maupun menengah. Sehingga pihaknya tidak bisa memastikan secara optimal terhadap pengembangan kualitas UMKM berdasarkan klaster. Pihak bank juga kedepannya mengharapkan supaya klaster UMKM bisa dilakukan pemetaan sesuai dengan levelnya, supaya ini nantinya juga memudahkan pihak bank dalam melibatkan UMKM pada event-event tertentu baik yang dilakukan secara local, nasional maupun internasional.

Temuan ini sejalan dengan teori ekosistem UMKM yang menekankan pentingnya pemetaan berbasis klaster untuk meningkatkan efektivitas intervensi lembaga keuangan dalam pemberdayaan UMKM. Menurut Isenberg (2011), keberhasilan pengembangan UMKM tidak hanya

dipengaruhi oleh ketersediaan modal, tetapi juga oleh struktur jaringan dan hubungan antar aktor dalam ekosistem kewirausahaan yang salah satu indikatornya adalah pemahaman terhadap karakteristik sektor usaha melalui pemetaan klaster usaha. Dengan pemetaan yang tepat, bank syariah dapat merancang program pembinaan, pembiayaan, dan pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan spesifik klaster, sehingga intervensinya menjadi lebih tepat sasaran dan berdampak.

Wijaya dan Suryanto (2025) menemukan bahwa UMKM yang dipetakan berdasarkan klaster usaha menerima layanan yang lebih terfokus, sehingga tingkat pertumbuhan omset dan adaptasi teknologi lebih tinggi dibandingkan yang tidak dipetakan. Selanjutnya, Putra & Abdullah (2025) menyatakan bahwa pemetaan klaster memberikan manfaat strategis bagi bank dalam merancang program pelatihan yang berbasis kebutuhan spesifik tiap segmen UMKM, mempercepat proses pemasaran digital, serta mempermudah keterlibatan UMKM dalam event berskala lokal maupun internasional. Temuan-temuan ini menegaskan bahwa tanpa pemetaan klaster yang memadai, potensi dukungan bank syariah terhadap UMKM akan kurang optimal, dan bank akan kesulitan dalam mengimplementasikan Qanun LKS secara komprehensif.

Kemudian terakhir yang *kedua* adalah terbatasnya keikutsertaan pelaku UMKM pada setiap event. Penyelenggaraan event baik lokal, nasional maupun internasional terkendala dengan jumlah peserta yang diikuti. Sehingga BSI dalam melibatkan pelaku UMKM juga melakukan proses seleksi dan kurasi produk UMKM yang berkualitas. Dalam proses seleksi dan kurasi produk, pihaknya transparan dalam menyampaikan informasi kepada seluruh pelaku UMKM yang tergabung dalam wadah ini. Meskipun yang diikuti sertakan terbatas. Tentu keadaan tersebut menyulitkan pihaknya untuk melakukan promosi produk UMKM secara massal.

Partisipasi UMKM dalam berbagai event dan pameran memiliki efek signifikan terhadap perluasan jaringan bisnis, peningkatan brand awareness, dan akses pasar. Putra dan Afifah (2025) menunjukkan bahwa keterlibatan UMKM dalam event nasional dan internasional berdampak positif pada pertumbuhan penjualan dan peluang masuk ke pasar ekspor, terutama bila didukung dengan pendampingan intensif dari berbagai pemangku kepentingan. Sementara itu, Sari dan Hidayat (2025) mengidentifikasi bahwa keterbatasan kuota peserta dan model seleksi yang tidak mempertimbangkan perkembangan usaha secara dinamis sering kali menjadi kendala dalam mendorong keberagaman produk UMKM dalam ajang promosi. Pendekatan yang lebih sistematis, seperti kolaborasi dengan asosiasi industri, pemetaan klaster usaha, serta penjadwalan rotasi peserta, terbukti dapat memperluas keterlibatan UMKM tanpa mengurangi kualitas

representasi, sehingga memberikan peluang yang lebih merata bagi pelaku usaha untuk menampilkan produknya di panggung bisnis yang lebih tinggi.

Secara teoritis, fenomena ini sejalan dengan teori pemasaran jaringan (*network marketing*) dan teori akses pasar UMKM, yang menegaskan bahwa keterlibatan dalam ekosistem bisnis yang lebih luas (*business ecosystem*) seperti event dan pameran multi-level mampu memperkuat market linkage, hubungan *supplier buyer*, dan inovasi produk (Aldrich & Zimmer, 1986; Coviello, 2006). Dengan demikian, bank syariah perlu mempertimbangkan strategi event yang lebih inklusif dan terstruktur, termasuk membuka lebih banyak kuota peserta, memanfaatkan digital showcase (pameran virtual), serta menjalin kemitraan dengan penyelenggara event dan stakeholder lain, agar pelaku UMKM dapat memperoleh manfaat maksimal dari keterlibatan dalam event bisnis.

Kendala teknis yang dihadapi Bank Syariah Indonesia (BSI) dalam memetakan UMKM binaannya berdasarkan klaster usaha mencerminkan persoalan klasik dalam inklusi keuangan, khususnya pada tahap non-financial services seperti pembinaan, pendampingan, dan akses pasar. Dalam perspektif teori inklusi keuangan, keberhasilan lembaga keuangan tidak hanya diukur dari perluasan akses pembiayaan, tetapi juga dari kemampuan menyediakan layanan pendukung yang meningkatkan kapasitas dan daya saing pelaku usaha (Demirgüç-Kunt et al., 2020). Ketidakhadiran pemetaan klaster yang sistematis menyebabkan program pengembangan UMKM menjadi kurang tepat sasaran, sehingga manfaat inklusi keuangan yang diharapkan pasca lahirnya Qanun LKS No. 11 Tahun 2018 belum sepenuhnya optimal. Padahal, sebagai lembaga intermediasi syariah, bank diharapkan mampu menjalankan fungsi *developmental role*, bukan sekadar fungsi komersial.

Selain itu, kendala pemetaan klaster UMKM juga berkaitan erat dengan teori asimetri informasi, di mana keterbatasan informasi mengenai karakteristik, kapasitas, dan kebutuhan spesifik UMKM menghambat bank dalam merancang strategi pembinaan dan pemasaran yang efektif. Menurut Stiglitz dan Weiss (1981), asimetri informasi antara lembaga keuangan dan pelaku usaha dapat menurunkan efisiensi alokasi sumber daya dan memperbesar risiko kegagalan program. Dalam konteks BSI UMKM Center yang relatif masih baru, kurangnya klasifikasi UMKM berdasarkan level usaha menyebabkan bank kesulitan menentukan UMKM yang siap naik kelas, layak mengikuti event berskala nasional atau internasional, serta memiliki potensi ekspansi pasar. Penelitian terbaru oleh Fauzan dan Rahmawati (2024) menunjukkan bahwa pemetaan klaster UMKM secara tepat dapat mengurangi asimetri informasi, meningkatkan efektivitas

pendampingan, serta memperkuat hubungan jangka panjang antara bank syariah dan pelaku UMKM.

Lebih jauh, keterbatasan keterlibatan UMKM dalam event promosi juga dapat dianalisis melalui teori lembaga intermediasi, yang menempatkan bank sebagai penghubung strategis antara sektor usaha dan pasar. Dalam kerangka ini, bank syariah tidak hanya berperan sebagai penyedia dana, tetapi juga sebagai market facilitator yang menjembatani UMKM dengan jaringan bisnis, pemerintah, dan lembaga pendukung lainnya (Ascarya, 2022). Oleh karena itu, upaya menjalin kerja sama yang lebih intensif dengan pemerintah daerah, dinas terkait, serta penyelenggara event merupakan strategi penting untuk memperluas akses pasar UMKM. Kendala teknis yang dihadapi BSI sejatinya dapat diposisikan sebagai peluang strategis untuk memperkuat fungsi intermediasi syariah secara inklusif, sehingga bank tidak hanya berkontribusi pada pertumbuhan pembiayaan UMKM, tetapi juga pada peningkatan kualitas, kemandirian, dan daya saing UMKM pasca implementasi Qanun LKS No. 11 Tahun 2018.

Rekomendasi Kebijakan dan Strategi Bank Syariah dalam Mendukung Pengembangan UMKM

Berdasarkan temuan penelitian mengenai kendala yang dihadapi bank syariah tersebut baik oleh Bank Aceh Syariah maupun Bank Syariah Indonesia dalam mendukung pengembangan UMKM pasca lahirnya Qanun LKS No. 11 Tahun 2018, maka diperlukan perumusan kebijakan dan strategi yang lebih komprehensif, terintegrasi, dan berkelanjutan. Rekomendasi ini diarahkan pada penguatan peran bank syariah tidak hanya sebagai lembaga intermediasi keuangan, tetapi juga sebagai *agent of development* bagi sektor UMKM.

1. Pembentukan dan Penguatan UMKM Center Terpadu

Bank Aceh Syariah perlu segera membentuk UMKM Center terpadu sebagai pusat layanan UMKM yang mencakup konsultasi usaha, pendampingan, pelatihan, inkubasi bisnis, serta fasilitasi pemasaran produk. UMKM Center ini tidak hanya diperuntukkan bagi nasabah pembiayaan, tetapi juga dapat dibuka bagi UMKM potensial di Banda Aceh dan Aceh secara umum. Sementara itu, Bank Syariah Indonesia perlu melakukan penguatan kelembagaan BSI UMKM Center melalui penataan sistem manajemen, pemetaan klaster usaha, dan penguatan kurikulum pembinaan berbasis kebutuhan UMKM.

2. Pemetaan dan Klasterisasi UMKM Berbasis Level Usaha

Kedua bank syariah perlu melakukan pemetaan UMKM secara sistematis berdasarkan skala usaha (mikro, kecil, menengah), sektor usaha, kesiapan digital, serta kesiapan sertifikasi halal. Klasterisasi ini penting untuk memastikan bahwa program pembinaan, pelatihan, dan

keterlibatan UMKM dalam event dilakukan secara tepat sasaran. Bagi BSI, pemetaan klaster ini juga akan mempermudah kurasi UMKM dalam keikutsertaan event lokal, nasional, maupun internasional.

3. Integrasi Pembiayaan dengan Pendampingan dan Literasi Usaha
Pembiayaan UMKM perlu diintegrasikan dengan program pendampingan berkelanjutan, khususnya dalam aspek manajemen usaha, pencatatan keuangan, pemanfaatan teknologi digital, dan pengelolaan risiko usaha. Bank syariah dapat mengembangkan skema value-added financing, di mana pembiayaan disertai dengan kewajiban mengikuti pelatihan dan mentoring. Strategi ini penting untuk mencegah penggunaan dana produktif ke arah konsumtif serta meningkatkan produktivitas dan keberlanjutan usaha UMKM.
4. Penguatan Program UMKM Menuju Go Halal
Bank Aceh Syariah dan Bank Syariah Indonesia perlu menggagas program pembinaan UMKM menuju sertifikasi halal (Go Halal) sebagai bagian dari dukungan terhadap Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 dan Qanun Aceh tentang Sistem Jaminan Produk Halal. Program ini dapat berupa edukasi halal, pendampingan pengurusan sertifikasi, hingga fasilitasi biaya sertifikasi bagi UMKM tertentu. Strategi ini sekaligus memperkuat ekosistem industri halal di Aceh dan meningkatkan daya saing produk UMKM di pasar nasional maupun global.
5. Perluasan Kerja Sama Strategis dan Ekosistem UMKM
Bank syariah perlu memperluas kerja sama lintas sektor dengan dinas terkait (Dinas Koperasi dan UMKM, Dinas Perdagangan, Dinas Pariwisata, Dinas Kesehatan, BPOM), lembaga halal (BPJPH, LPPOM), perguruan tinggi, serta platform marketplace dan fintech. Kerja sama ini bertujuan memperkuat aspek pemasaran, legalitas usaha, digitalisasi, serta perluasan akses pasar UMKM, baik di tingkat lokal, nasional, maupun internasional.
6. Penyediaan Fasilitas Display dan Digital Marketing UMKM
Bank Aceh Syariah dan BSI dapat menyediakan ruang display produk UMKM di kantor cabang strategis sebagai media promosi offline. Selain itu, bank juga perlu mendorong pemasaran berbasis digital melalui pelatihan digital marketing, integrasi dengan marketplace, serta pemanfaatan media sosial dan e-catalog. Langkah ini sejalan dengan tuntutan transformasi digital UMKM di era ekonomi digital.
7. Optimalisasi Keterlibatan UMKM dalam Event dan Pameran
Keterbatasan keikutsertaan UMKM dalam event dapat diatasi melalui perencanaan berbasis klaster dan rotasi peserta, sehingga peluang promosi dapat dirasakan lebih merata. Bank juga perlu berperan aktif sebagai aggregator UMKM dalam berbagai event, serta menjalin

kemitraan dengan pemerintah dan pihak swasta untuk memperluas jumlah dan skala event promosi produk UMKM.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian tersebut, dapat disimpulkan bahwa pasca lahirnya Qanun LKS No. 11 Tahun 2018, Bank Aceh Syariah maupun Bank Syariah Indonesia-telah berperan dalam mendukung pengembangan UMKM, terutama melalui penyaluran pembiayaan. Namun demikian, kontribusi tersebut belum berjalan secara optimal karena masih dihadapkan pada berbagai kendala, khususnya pada aspek pengembangan sumber daya manusia dan pemasaran. Kendala tersebut meliputi belum tersedianya UMKM Center yang terintegrasi, lemahnya pemetaan dan klasterisasi UMKM, keterbatasan fasilitas promosi dan keterlibatan UMKM dalam event, serta minimnya pendampingan usaha yang berkelanjutan. Kondisi ini menunjukkan bahwa implementasi Qanun LKS masih cenderung berfokus pada aspek kepatuhan regulatif pembiayaan, belum sepenuhnya menyentuh penguatan kapasitas, daya saing, dan keberlanjutan UMKM secara menyeluruh.

Oleh karena itu, diperlukan reorientasi kebijakan dan strategi bank syariah agar perannya tidak hanya sebagai lembaga intermediasi keuangan, tetapi juga sebagai penggerak ekosistem UMKM. Pembentukan UMKM Center terpadu, pemetaan kluster usaha, integrasi pembiayaan dengan pendampingan, penguatan program UMKM menuju Go Halal, serta perluasan kerja sama strategis lintas lembaga menjadi langkah penting untuk mengatasi kendala yang ada. Implementasi rekomendasi tersebut diharapkan mampu memperkuat fungsi bank syariah sebagai agent of development, sehingga keberadaan Qanun LKS No. 11 Tahun 2018 tidak berhenti pada tataran normatif, tetapi benar-benar berdampak nyata dalam mendorong UMKM sebagai pilar utama perekonomian Aceh yang inklusif dan berkelanjutan.

DAFTAR REFERENSI

- Akerlof, G. A. (1970). The market for "lemons": Quality uncertainty and the market mechanism. *The Quarterly Journal of Economics*, 84(3), 488–500. <https://doi.org/10.2307/1879431>
- Aldrich, H., & Zimmer, C. (1986). Entrepreneurship through social networks. *The Art and Science of Entrepreneurship*, 1(1), 3–23.
- Anggraini, M., Permata Sari, S., Rahmelia, K., Hak, N., & Sumarni, Y. (2025). *Pendampingan UMKM dalam pemasaran dan pembukuan keuangan sebagai upaya mengakses pembiayaan bank syariah*. Anggaran: Jurnal Publikasi Ekonomi dan Akuntansi, 3(3), 18–28. <https://doi.org/10.61132/anggaran.v3i3.1549> [JIEAR](#)

- Ascarya. (2022). *Peran perbankan syariah dalam mendorong inklusi keuangan dan pengembangan UMKM*. Jakarta: Bank Indonesia Institute.
- Bank Syariah Indonesia. (2025, May 20). *BSI UMKM Center, mitra strategis pertumbuhan bisnis UMKM*. <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/bsi-umkm-center-mitra-strategis-pertumbuhan-bisnis-umkm> [bankbsi.co.id](https://www.bankbsi.co.id)
- Coviello, N. E. (2006). The network dynamics of international new ventures. *Journal of International Business Studies*, 37(5), 713–731.
- Demirguc-Kunt, A., Klapper, L., Singer, D., & Ansar, S. (2022). *The Global Findex Database 2021*. World Bank.
- Demirguc-Kunt, A., Martinez Peria, M. S., & Tressel, T. (2020). *The global financial inclusion index: Measuring progress and challenges*. World Bank Research Observer, 35(1), 1–28.
- Diamond, D. W. (1984). Financial intermediation and delegated monitoring. *The Review of Economic Studies*, 51(3), 393–414. <https://doi.org/10.2307/2297430>
- Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Aceh. (2025, Oktober 28). *Jumlah UMKM di Aceh mencapai 624 ribu dengan mayoritas usaha mikro*. Waspada Aceh. [Waspada Aceh](#)
- Fauzan, M., & Rahmawati, L. (2024). *Cluster-based MSME development and information asymmetry reduction in Islamic banking*. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 10(2), 245–262.
- Gurley, J. G., & Shaw, E. S. (1960). *Money in a theory of finance*. Brookings Institution.
- Isenberg, D. J. (2011). *The entrepreneurship ecosystem strategy as a new paradigm for economic policy: Principles for cultivation*. Babson Entrepreneurship Ecosystem Project.
- Kompas. (2024, Oktober 25). *UMKM butuh pembiayaan dan pendampingan untuk berkembang*. Kompas.
- Konto Anti. (2025, Oktober 15). *Naik 9,01%, pembiayaan UMKM BSI capai Rp52,01 triliun pada Juni 2025*. Kontan. kontan.co.id
- Nugroho, A., & Putri, D. (2025). *Peran kolaborasi marketplace dan lembaga keuangan syariah dalam peningkatan penetrasi pasar UMKM di Indonesia*. *Jurnal Ekonomi Digital dan Kewirausahaan*, 4(1), 33–47.
- Putra, A. R., & Abdullah, S. (2025). *The role of cluster mapping in enhancing MSME support programs by Islamic banks*. *Journal of Islamic Entrepreneurship and Finance*, 9(1), 72–89.
- Putra, A. R., & Afifah, N. (2025). *Strategi keterlibatan UMKM dalam event nasional sebagai akselerator penetrasi pasar*. *Journal of Small Business and Event Marketing*, 3(2), 50–65.

- Putri, R., & Siregar, A. (2025). *Integrated support system for MSME empowerment in the digital era: Evidence from Indonesia*. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 15(1), 98–115.
- Qanun Aceh No. 8 Tahun 2016 tentang Sistem Jaminan Produk Halal.
- Rahman, M. A., & Hidayat, T. (2025). *Challenges for Islamic banks in supporting MSME development after the implementation of Islamic financial regulations*. *Journal of Islamic Banking and Finance*, 8(2), 145–162.
- Rahman, M. H., & Safitri, L. (2025). *Kolaborasi lembaga dalam meningkatkan partisipasi UMKM pada event pameran berskala internasional*. *Indonesian Journal of Business and Management*, 12(1), 88–104.
- Sari, M. R., & Hidayat, T. (2025). *Kolaborasi lembaga dalam meningkatkan partisipasi UMKM pada event pameran berskala internasional*. *Indonesian Journal of Business and Management*, 12(1), 88–104.
- Sari, M. R., & Hidayat, T. (2025). *Sinergi lembaga pemerintahan dan bank syariah dalam mendukung sertifikasi halal dan perizinan UMKM*. *Journal of Islamic Business and Management*, 10(2), 112–128.
- Stiglitz, J. E., & Weiss, A. (1981). Credit rationing in markets with imperfect information. *The American Economic Review*, 71(3), 393–410.
- Stiglitz, J. E., & Weiss, A. (1981). Credit rationing in markets with imperfect information. *The American Economic Review*, 71(3), 393–410.
- UMKM center & pendampingan usaha. (2024, Agustus 21). *BSI catat penyaluran pembiayaan ke UMKM Rp47,72 triliun*. Kompas. [Kompas Money](#)
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UUPJH).
- Wijaya, B., & Suryanto, H. (2025). *Effect of cluster-based MSME segmentation on business performance and technology adoption in Indonesia*. *Journal of Small Business and Development*, 7(2), 104–121.
- World Bank. (2018). *Financial consumer protection and inclusion*. World Bank Group.