INOVASI PRODUK DALAM MENINGKATKAN MINAT NASABAH PADA PT. BRI SYARIAH KANTOR CABANG BENGKULU

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar sarjana Ekonomi (S.E)

OLEH:

REFSI TRIJAYA
NIM 1416142236

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
BENGKULU 2019 M/1440 H

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Refsi Trijaya
NIM	: 1416142236
Program Studi	: Perbankan Syariah
Judul	: Inovasi Produk dalam Meningkatakan Minat Nasabah Pada PT.BRI Syariah Kantor Cabang Bengkulu

Telah dilakukan Verifikasi Plagiasi melalui http://smallseotools.com/plagiarism-checker/ , skripsi yang bersangkutan dapat diterima dan tidak memiliki indikasi plagiasi.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya. Apabila terdapat kekeliruan dalam verifikasi ini maka akan dilakukan tinjau ulang kembali.

Bengkulu, 11 Juli 2019 M

Mengetahui Tim Verifikasi	Yang Membuat Pernyataan
Andang Sunarto, Ph.D	Refsi Trijaya
NIP.197611242006041002	NIM.1416142236

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1 Skripsi dengan judul "Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Pada PT. BRI Syariah Kantor Cabang Bengkulu", adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di IAIN Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.

2 Skripsi ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.

3 Di dalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.

4 Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu Juni 2019 M
Syawal 1440 H

Mahasiswa yang menyatakan

Refsi Trijaya
NIM. 1416142236

iii

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Refsi Trijaya, NIM 1416142236 dengan judul "Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Pada PT. BRI Syariah Kantor Cabang Bengkulu" Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran pembimbing I dan II. Oleh karena itu, skripsi ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam siding *munaqasyah* skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

Bengkulu, 19 Juni 2019 M
Syawal 1440H

Pembimbing I	Pembimbing II
Dra. Fatimah Yunus M. Ag	Badaruddin Nurhab,MM
NIP. 196303192000032003	NIP.198508072015031005

iv

KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Telp. (0736) 51276, 51171 Fax. (0736) 51771 Bengkulu

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Pada PT. BRI Syariah Kantor Cabang Bengkulu", oleh Refsi Trijaya NIM : 1416142236, Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Syariah, telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada :

Hari : Senin

Tanggal : 19 Agustus 2019 M/ 18 Dzul Hijjah 1440 H

Dinyatakan LULUS. Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah dan diberi gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Bengkulu, 26 Agustus 2019 M
25 Dzul Hijjah 1440 H

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua	Sekretaris
Drs. M Syakroni, M.Ag	**Badaruddin Nurhab,MM**
NIP. 195707061987031003	**NIP.198508072015031005**
Penguji I	**Penguji II**
Dr.Asnaini, MA	**Desi Isnaini, MA**
NIP. 197304121998032003	**NIP. 197412022006042001**

Mengetahui,
Dekan

Dr. Asnaini, MA
NIP. 197304121998032003

v

ABSTRAK

Inovasi Produk Dalam meningkatkan Minat Nasabah Pada PT. BRI Syariah Kantor Cabang Bengkulu. Oleh Refsi Trijaya. NIM 1416142236

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahuiinovasi produk dalam meningkatkan minat nasabah dalam menggunakan produk Pada PT. BRI Syariah Kantor Cabang Bengkulu dan kendaladalam menginovasi produk Pada PT. BRI Syariah Kantor Cabang Bengkulu. Untuk mengungkapkan persoalan tersebut secara mendalam dan menyeluruh, peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif.Hasil penelitianmenunjukkanbahwaInovasi produk dalam meningkatkan minat nasabah produk Tabungan BRISyariah iB, sudah ada inovasi baru dimana proses dan prosedur lebih mudah dibandingkan dengan dulu. Persyaratan hanya KTP saja.Tabungan Haji BRISyariah iB, sudah ada inovasi yaitu sudah diberikan ATM untuk mempermudah transaksi, mendapatkan souvenir berupa perlengkapan ibadah haji, gratis asuransi jiwa dan kecelakaan diri. Deposito BRISyariah iB, adapun inovasi pada produk ini waktu pengambilan dirubah menjadi 2 bulan.. Gadai BRISyariah iB, adapun inovasi pada produk ini yaitu jangka waktu pinjaman dapat diperpanjang 2 kali, Fleksibilitas dalam pelunasan sesuai kemampuan, Dapat dilunasi sebelum jatuh tempo tanpa biaya penalty, Penyimpanan yang aman dan berasuransi syariah serta Mendapat Sertifikat Gadai Syariah (SGS) sebagai bukti Gadai.KKB BRISyariah iB, sebelum adanya inovasi, produk ini menggunakan margin 1 % tetapi setelah adanya inovasi baru maka *margin* berubah menjadi 0,9 %. Kendala dalam menginovasi produk Pada PT. BRI Syariah Kantor Cabang Bengkulu. Kendala yang dihadapi oleh BRI Syariah sistem yang lama sehingga nasabah belum mengetahui belum memahami sistem tersebut.

Kata Kunci : Inovasi Produk, Minat nasabah

KATA PENGANTAR

Bismillahhirrohmanirohim

Alhamdulilah, segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT Yang Maha Esa, berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Inovasi produk dalam meningkatkan minat nasabah Pada PT. BRI Syariah KantorCabang Bengkulu"**.**Sholawat dan salam penulis sampaikan semoga senantiasa dilimpahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SWT yang telah membawa umatnya kejalan yang lurus dan diridhai Allah SWT.

Penulisan skripsi ini telah penulis usahakan semaksimal mungkin sesuai dengan kemampuan dan keterbatasan yang dimiliki. Namun penulis menyadari skripsi ini masih banyak kekuarangan, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Adapun tujuan penulisan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat guna untuk memperoleh Gelar Serjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi PerbankanSyariahJurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu. Dalam proses penyusunan skripsi ini izinkan penulis mengucapkan terimakasih teriring doa semoga menjadi amal ibadah dan mendapat balasan dari Allah SWT, kepada:

1. Prof. Dr. H. Sirajuddin, M, M.Ag, MH, Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN)Bengkulu yang telah mengizinkan saya menuntut ilmu dikampus ini.
2. Dr. Asnaini, MA Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu yang telah sabar dalam memberi pengarahan selama menuntut ilmu di IAIN Bengkulu.
3. DesiIsnaini, MA Ketua Jurusan Ekonomi Islam yang telah sabar dalam memberi pengarahan selama menuntut ilmu di IAIN Bengkulu.
4. Dra. Fatimah Yunus, M.A pembimbing I yang telah memberikan pengarahan, motivasi, dan semangat selama bimbingan karya ilmiah dengan penuh kesabaran.

5. Badaruddin Nurhab,M.M. pembimbing II yang telah memberikan pengetahuan dan bimbingan.
6. Bapak/Ibu dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah memberikan pengetahuan dan bimbingan dengan baik.
7. Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik.
8. Semua pihak yang telah membeantu dalam penulisan skripsi ini.

Dalam menyusun skripsi ini penulis menyadari masih banyak kelemahan dan kekurangan dari berbagai sisi. Oleh karena itu, penulis mohon maaf dan mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan penulis kedepan.

Bengkulu, Juni 2019 M

Syawal1440 H

Refsi Trijaya

NIM 1416142236

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**
SURAT PERNYATAAN PLAGIASI ..... **ii**
SURAT PERNYATAAN ..... **iii**
PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... **iv**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **v**
MOTTO ..... **vi**
PERSEMBAHAN ..... **vii**
ABSTRAK ..... **viii**
KATA PENGANTAR ..... **ix**
DAFTAR ISI ..... **xi**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiii**

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 5
C. Tujuan Penelitian 5
D. Manfaat Penelitian 5
E. Penelitian Terdahulu 6
F. Metode Penelitian 10
G. Sistematika Penulisan 14

BAB II LANDASAN TEORI

A. Inovasi 16
   1. Pengertian Inovasi 16
   2. Karakteristik Inovasi 17
B. Produk 18
   1. Pengertian Produk 18
   2. Jenis-Jenis Produk 19
   3. Produk dan Jasa PT. BRI Syariah Kantor Cabang Bengkulu 20
C. Minat Nasabah 24
   1. Pengertian Minat 24
   2. Minat Nasabah 26
   3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat 30

BAB III GAMBARAN UMUM PT. BRI SYARIAH KANTOR CABANG BENGKULU

A. Sejarah 32
B. Visi dan Misi 33

C. Moto PT. BRI Syariah Cabang Bengkulu 34
D. Produk-produk 34
E. Struktur Organisasi PT. BRI Syariah Kantor Cabang Bengkulu 38

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Dalam Menggunakan Produk Pada PT. BRI Syariah Kantor Cabang Bengkulu 42
B. Kendala Dalam Menginovasi Produk Pada PT BRI Syariah Kantor Cabang Bengkulu 51
C. Pembahasan 54

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 62
B. Saran 63

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi suatu negara dapat ditandai dengan pertumbuhan industri perbankan yang ada dalam negara tersebut.Semakin berkembang industri perbankan maka semakin baik pula pertumbuhan ekonomi negara itu sendiri.Karena kegiatan perekonomian berhubungan erat dengan perbankan.Bank merupakan lembaga keuangan yang menjadi tempat bagi perusahaan, badan-badan pemerintahan dan swasta, maupun perorangan untuk menyimpan dananya.Pada situasi persaingan perbankan, bank membutuhkan usaha yang keras untuk mendapat calon nasabah dan mempertahankan yang sudah ada.Keberhasilan usaha tersebut sangat ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas.[1]

Untuk meningkatkan laba perusahaan dan menjaga komitmen nasabah pada bank tersebut maka perusahaan perlu meningkatkan keinovatifan produk dan kualitas layanan.*Keinovatifan produk* bisa disamakan dengan pemandangan. Hal ini termasuk fasilitas eksterior (lanskap, desain eksterior, parkir, serta lingkungan).Serta fasilitas interior (interior desain, dekorasi, peralatan, tata letak, kualitas udara, suhu dan suasana. Dengan begitu nasabah/pelanggan akan merasa nyaman ketika keinovatifan produk yang ada

[1]Richard L,*Era Baru Manajemen*, Edisi 9, Buku 2. (Jakarta: Salemba Empat. 2010), h. 176

di perusahaan sudah memenuhi standar. Masalah Keinovatifan produk dalam penelitian ini adalah hampir semua fasilitas yang ada dalam perusahaan ini sudah menjamin kepuasan nasabah dari kenyamanan tempat duduk kesejukan ruangan, ketenangan dalam ruangan, serta aroma ruangan, petunjuk tata letak ruangan. Namun ada salah satu masalah dalam penelitian ini yaitu lift dalam perusahaan belum ada yang sangat berpengaruh kepada komitmen nasabah serta karyawan dalam perusahaan ini karena dimana jika nasabah atau karyawan ada keperluan di lantai 3 dan nasabah akan merasa lelah karena melewati tangga yang berkepanjangan. Inilah salah satu msalah dalam perusahaan ini.Karena Keinovatifan produknya belum mampu menjamin kenyamanan karyawan dan nasabah yang bekerja dan menabung di Bank ini.

Kualitas pelayanan ini dapat diartikan sebagai tingkat kepuasan tamu atau konsumen.Sedangkan tingkat kepuasan tamu ini sendiri dapat diperoleh dari perbandingan atas jenis pelayanan yang nyata diterima oleh konsumen dengan jenis pelayanan yang diharapkan oleh konsumen.Jenis kualitas pelayanan yang baik adalah jenis pelayanan yang memuaskan dan sesuai dengan pelayanan yang diharapkan oleh konsumen.Namun jika pelayanan ini dapat melampaui harapan konsumen, maka jenis kualitas pelayanan ini dapat dikategorikan sebagai pelayanan yang sangat berkualitas atau sangat memuaskan.Sedangkan jenis kualitas pelayanan yang buruk adalah jenis pelayanan yang berada jauh di bawah standar atau tidak sesuai dengan ekspekstasi pelayanan yang diharapkan oleh konsumen. Kualitaspelayanan ini menjadi penting karena akan berdampak langsung pada citra perusahaan.

Kualitas pelayanan yang baik akan menjadi sebuah keuntungan bagi perusahaan.[2]

Maka dari itu, sangat penting untuk mempertimbangkan aspek kepuasan pelanggan terkait kualitas pelayanan yang diberikan.Jenis-jenis pelayanan yang dapat diberikan misalnya berupa kemudahan, kecepatan, kemampuan, dan keramahtamahan yang ditunjukkan melalui sikap dan tindakan langsung kepada konsumen.Beberapa pelayanan yang kerap harus diperhatikan untuk pelayanan masyarakat diantaranya adalah di bidang kualitas pelayanan kesehatan, kualitas pelayanan jasa, kualitas pelayanan prima, kualitas pelayanan hotel, kualitas pelayanan akademik, dan kualitas pelayanan bank.Beberapa instansi seperti rumah sakit, bank, hotel, dan universitas, memiliki standar kualitas pelayanan masing-masing.Namun umumnya masyarakat juga memiliki penilaian dan harapan kualitas pelayanan tersendiri dari masing-masing instansi tersebut. Banyak cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan, di antaranya adalah dengan melakukan evaluasi dan perbaikan-perbaikan yang dilakukan secara berkala.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan oleh peneliti di PT. BRI Syariah Kantor Cabang Bengkulu bahwa setelah inovasi produk diterapkan, banyak nasabah yang berminat menggunakan produk yang diberikan oleh PT. BRI Syariah Kantor Cabang Bengkulu. Terdapat banyak produk yang ada di Bank BRI Syariah diantaranya Produk Tabungan terdiri dari Tabungan BRISyariah Ib, Tabungan Haji BRISyariah iB, Giro BRISyariah iB, Deposito

[2] Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran* Jilid 1. (Jakarta: Prenhalindo. 2012), h. 223

BRISyariah iB, Pembiayaan Pengurusan Ibadah Haji BRISyariah iB, Gadai BRISyariah iB, KKB BRISyariah iB, dan KPR BRISyariah iB. Produk Pembiayaan terdiri dari Pembiayaan Modal Kerja, Pembiayaan Konsumen, Pembiayaan investasi dan Produk Multijasa iB. namun jumlah nasabah yang meningkat setelah dilakukan inovasi produk hanya pada tabungan BRI Syariah iB, KKB BRISyariah iB, dan KPR BRISyariah iB.Terdapat satut produk yang tidak diinovasi malah lebih meningkat yaitu KPR BRISyariah iB.

Berikut ini jumlah nasabah pada tabunganBRI Syariah iB, KKB BriSyariah iB, dan KPR BRISyariah iBdi PT. BRI Syariah Kantor Cabang Bengkulu dari tahun 2014 sampai 2018.

No	**Tahun**	**Jumlah Nasabah (Orang)**
1	2014	38
1	2015	67
2	2016	88
3	2017	122
4	2018	182
	Jumlah	497

Sumber: wawancara kepada bapak Marco

Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka penulis tertarik untuk mengambil penelitian dengan judul: "**Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Pada PT. BRI Syariah Kantor Cabang Bengkulu**".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah

1. Bagaimanainovasi produk dalam meningkatkan minat nasabah Pada PT. BRI Syariah Kantor Cabang Bengkulu?
2. Apa kendaladalam melakukan inovasi produk Pada PT. BRI Syariah Kantor Cabang Bengkulu?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian adalah untuk mengetahui:

1. Inovasi produk dalam meningkatkan minat nasabah dalam menggunakan produk Pada PT. BRI Syariah Kantor Cabang Bengkulu
2. Kendaladalam melakukan inovasi produk Pada PT. BRI Syariah Kantor Cabang Bengkulu.

D. Manfaat Penelitian

a. Bagi Peneliti

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan dalam membuat suatu karya ilmiah dan mengaplikasikan hasil yang telah didapat di bangku kuliah dengan kenyataan yang ada di lapangan.

b. Bagi Perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai bahan pertimbangan dan pengambilan keputusan untukperusahaan.

c. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya yang mengangkat permasalahan yang sama.

E. Penelitian Terdahulu

1. Wanly (Jurnal EMBA Vol.6 No.3 Juli 2018) dengan judul Pengaruh *Keinovatifan produk*Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Komitmen Nasabah Tabungan Pada Bank Sulutgo Manado. Karena kegiatan perekonomian berhubungan erat dengan perbankan, Bank merupakan lembaga keuangan yang menjadi tempat bagi perusahaan, badan-badan pemerintahan dan swasta, maupun perorangan untuk menyimpan dananya. Untuk meningkatkan laba perusahaan dan menjaga komitmen nasabah pada bank tersebut maka perusahaan perlu meningkatkan keinovatifan produkdan kualitas layanan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Keinovatifan produk dan kualitas pelayanan terhadap komitmen nasabah tabungan pada Bank Sulut Go Manado. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda, Hasil penelitian menunjukan bahwa secara simultan Keinovatifan produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap komitmen nasabah. Sebaiknya perusahaan meningkatkan kualitas pelayanan yang ada dan tetap mempertahankan Keinovatifan produk yang sudah dilakukan perusahaan agar tidak hanya melihat dari satu aspek saja tapi melihat dari beberapa aspek.[3]
2. Yulita Sari (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Perbanakn SyariahInstitut Agama Islam Negeri Raden Intan) dengan judul strategi pengembanagn produk pada bank syariah dalam meningkatkan kualitas

[3]Wanly (Jurnal EMBA Vol.6 No.3 Juli 2018) *"Pengaruh Keinovatifan produkDan Kualitas Pelayanan Terhadap Komitmen Nasabah Tabungan Pada Bank Sulutgo Manado"*

pembiayaan murabaha. Permasalah yang dikaji pada penelitian ini adalah bagaimana strategi pengembangan produk dalam pembiayaan murabahahdan bagaimana cara meningkatakan kualitas pembiyaan murabahahdi PT.BPRS Mitra AgroUsaha Bandar Lampung. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui startegi apa yang diterapkan oleh PT.BPRS Mitra Agro Usaha dan bagaimana analisis dari strategi pengembangan produk bank syariah dalam meningkatkan kualitas pembiayaan. Hasil penelitian yang diperoleh adalah(1) dalam aplikasi pembiayaan murabahah PT.BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung memberikan pelayanan prima (*good service*) terhadap calon nasabah yang melakukan pengajuan pembiayaan.(2) startegi yang diterapkan PT.BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung dalam pengembangan produk pembiayaan murabahah adalah bauran pemasaran yaitu (a) produk yaitu PT.BPRS Mitra Agro Usaha menciptakan produk pembiayaan murabahah yang inovatif, yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan calon nasabah (b)promotionyaitu PT.BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung menggunakan media cetak , elektronik, dan online serta melalui pameran (c) placeyaitu PT.BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung terletak di Jln. Hayam Wuruk Sawah Lama sehinggalokasi kantor yang strategis, selain itu PT.BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung sehingga bekerja sama dengan PT.BPRS pusat yang di Bandar Lampung dalam

mendistribusikan pembiayaan murabahah.[4]

3. Stefhani (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado) dengan judul Analisis Kualitas Layanan, *Keinovatifan produk* Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Sinarmas Bitung: Bank dikenal sebagai lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menerima giro, tabungan dan deposito. Memasuki era globalisasi dan informasi saat ini yang merupakan era persaingan bebas, bank bersaing untuk menarik minat dari nasabah dan calon nasabah untuk menggunakan layanan jasa yang diberikan. Hal ini membuat bank berlomba untuk menawarkan pelayanan yang terbaik untuk menguasai pasar dan menciptakankepuasan kepada para nasabah. Faktor–faktor yangmempengaruhi kepuasan nasabah selain kualitas layanan juga lingkungan fisik (keinovatifan produk)dan kepercayaan nasabah terhadap bank. Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, keinovatifan produk dan kepercayaan baik secara simultan dan parsial terhadap kepuasan nasabah. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 95 orang. Pengumpulan data dilakukan dengan membagikan kuesioner kepadapara responden. Alat analisis yang dig unakan adalah analisis Regresi Linear B erganda, uji hipotesis menggunakan uji F dan uji T. Hasil penelitian menunjukan secara simultan kualitas layanan, keinovatifan produk dan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan. Secara parsial kualitas layanan dan kepercayaan berpengaruh signifikan

[4]Yulita Sari (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Perbanakn SyariahInstitut Agama IslamNegeriRaden Intan)"*strategi pengembanagn produk pada bank syariah dalam meningkatkan kualitas pembiayaan murabahah"*

terhadap kepuasan sedangkan keinovatifan produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Sebaiknya manajemen PT. Bank Sinarmas Bitung memperhatikan kualitas layanan dan kepercayaan, karena memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.[5]

4. Savanna (*International Journal Economic*) dengan judul *Investigating the Role of Keinovatifan produk on Site Selection for Traditionaland Virtual Event Venues: A Comparative Study*. Industri pertemuan dan acara telah berubah menjadi salah satu sektor terkemuka di Indonesiaindustri perhotelan dan pariwisata, membuatnyapenting untukbahkan tradisional dan virtualtempat untuk memahami logistik di balik keputusan pemilihan situs perencana pertemuan.Penelitian revious telah menunjukkan konsumen dipengaruhi oleh lingkungan mereka, ataufaktor lingkungan yang dikenal sebagai 'keinovatifan produk'. Studi ini meneliti hubunganbetween tata letak dan fungsi venue, daya tarik estetika, keselamatan dan keamanan, dan sosialfaktor untuk tempat acara virtual, dalam hal memenuhi keinginan para perencana untuk kembali ke tempat tersebutatau merekomendasikannya kepada orang lain. Selain itu, penelitian inibertujuan untuk mengidentifikasi suatuperbedaan yaituada di antaratradisional dan virtualtempat acara. [6]

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

[5]Stefhani (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado) "*Analisis Kualitas Layanan, Keinovatifan produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Sinarmas Bitung"*

[6]Savanna (*International Journal Economic)Investigating the Role of Keinovatifan produk on Site Selection for Traditionaland Virtual Event Venues: A Comparative Study.*

Penelitian ini penelitian lapangan dengan pendekatan deskriptif kualitatif.Jenis deskriptif adalah jenis yang dilakukan untuk menggambarkan dan menginterpretasi objek sesuai dengan apa adanya. Dalam penelitian ini jenis deskriptif digunakan untuk memperoleh deskripsi keinovatifan produk dalam meningkatkan minat nasabah dalam menggunakan produk Pada PT. BRI Syariah Kantor Cabang Bengkulu.

2. Waktu dan Lokasi Penelitian

1. Waktu Penelitian

Waktu penelitian awal pada bulan Mei 2019sampai selesai penelitian (Jadwal Terlampir)

2. Lokasi Penelitian

Sesuai dengan judul yang penulis ajukan dan supaya terfokus pada ruang lingkup penelitian, sehingga lebih terarah maka untuk memperoleh data yang berkaitan dengan permasalahan yang ada maka penulis mengambil lokasi penelitian di PT. BRI Syariah Kantor Cabang Bengkulu

3. Informan Penelitian

Informan penelitian adalah orang memberikan informasi pada saat penelitian.Pada penelitian ini, informan penelitian terdiri dari 3 orang karyawan bank serta lima orang nasabah di PT. BRI Syariah Kantor Cabang Bengkulu.

Teknik pemilihan informan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dimana informan dipilih yang memahami tentang produk yang diteliti.

4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer yaitu data hasil wawancara dari karyawan PT. BRI Syariah Kantor Cabang Bengkulu yang di anggap paham mengenai keinovatifan produk dalam meningkatkan minat nasabah dalam menggunakan produk Pada PT. BRI Syariah Kantor Cabang Bengkulu. Sehingga data primer adalah data yang diperoleh dari hasil observasi lapangan oleh peneliti.

b. Data Sekunder

Data sekunder penelitian ini diperoleh secara tidak langsung dari bank seperti brosur produk, mengenai ketentuan, syarat, profil tentang bank serta sumber data yang sudah dijadikan dalam bentuk dokumen-dokumen seperti buku-buku dan referensi tentang minat nasabah.

2. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperolah data yang dibutuhkan, penulis akan mengumpulan data dengan memperoleh dua sumber data. Teknik dilakukan dengan:

a. Observasi

Observasi adalah penelitian atau pengamatan secara langsung kelapangan untuk mendapatkan informasi dan mengetahui permasalahan yang di teliti. Observasi menurut kenyataan yang terjadi di lapangan dapat diartikan dengan kata kata yang cermat dan tepat apa yang diamati, mencatatnya kemudian mengelolanya dan diteliti sesuai dengan cara ilmiah. Dalam hal ini peneliti mengadakan penelitian dengan cara mengumpulkan data secara langsung ke tempat penelitian, melalui pengamatan di lapangan terhadap aktivitas yang akan di lakukan untuk mendapat kan data tertulis yang di anggap relevan. Pada penelitian ini peneliti melakukan observasi ke tempat penelitian.

b. Wawancara

Wawancara adalah suatu bentuk komunikasi secara respon antara penanya dan narasumber yang bertujuan untuk mendapatkan informasi. Dalam hal ini peneliti mengadakan tanya jawab secara langsung dengankaryawan dan nasabah PT. BRI Syariah Kantor Cabang Bengkulu.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah kegiatan untuk merekam dan menyimpan berbagai data penting yang dihasilkan oleh kegiatan. Kegiatan dokumentasi pada penelitian digunakan untuk mendapatkan gambar atau foto pada saat melakukan penelitian.

5. Teknik Analisis Data

Peneliti menggunakan model analisis interaksi, di mana komponen reduksi data dan sajian data dilakukan bersamaan proses pengumpulan data. Tiga tahap dalam menganalisa data, yaitu:[7]

1. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Dengan demikian data yang telah di reduksi akan memberikan gambar yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan. Reduksi data juga dapat dibantu dengan menggunakan peralatan elektronik.

2. *Data Display* (Penyajian Data)

Setelah data reduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif data yang dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan sejenisnya.

3. Penarikan Kesimpulan

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih

[7]Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2013),h.247

bersifat sementara dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali kelapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan yang kredibel.

G. Sistematika Penulisan

BAB I: Dalam bab ini berisikan pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, dua buah rumusan masalah, dua buah tujuan penelitian, kegunaan penelitian yang terdiri dari kegunaan teoritis dan praktis, peneltian terdahulu, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II: Berisikan Kajian Teori yang memuat mengenai inovasi produk dan minat nasabah.

BAB III: Berisikan Gambaran Umum Objek Penelitian yang terdiri dari sejarah, Visi dan misi, Struktur organisasi, Produk penyaluran dana dan prosedur pembiayaan, Kepengurusan dan keanggotaan.

BAB IV: Berisikan Hasil Penelitian dan Pembahasan mengenai keinovatifan produk dalam meningkatkan minat nasabah dalam menggunakan produk Pada PT. BRI Syariah Kantor Cabang Bengkulu

BAB V: Penutup yang berisikan Kesimpulan dan Saran. Kesimpulan menguraikan jawaban dari permasalahan yang disajikan dalam

rumusan masalah untuk menghaasilkan penjelasan yang jelas. Sedangkan pada bagian saran berisikan hal yang memberi saran.

BAB II
LANDASAN TEORI

A. Inovasi

1. Pengertian Inovasi

Inovasi adalah produk, jasa, ide, dan persepsi yang baru dari seseorang. Inovasi adalah produk atau jasa yang dipersepsikan oleh konsumen sebagai produk atau jasa baru. Secara sederhana, inovasi dapat diartikan sebagai terobosan yang berkaitan dengan produk-produk baru.[8]

Pengertian inovasi adalah pengembangan dan implementasi gagasan-gagasan baru oleh orang dalam jangka waktu tertentu yang dilakukan dengan berbagai aktivitas transaksi di dalam tatanan organisasi tertentu.[9]

Inovasi tidak hanya terbatas pada pengembangan produk-produk atau jasa-jasa baru. Inovasi juga termasuk pada pemikiran bisnis baru dan proses baru. Inovasi juga dipandang sebagai mekanisme perusahaan untuk beradaptasi terhadap lingkungan yang dinamis. Oleh sebab itu maka perusahaan diharapkan menciptakan pemikiran-pemikiran baru, gagasan baru yang menawarkan produk inovatif serta memberikan pelayanan yang memuaskan bagi pelanggan. Inovasi semakin memiliki arti penting bukan

[8]BasuSwasthaDharmmestadanT.HaniHandoko,*ManajemenPemasaranAnalisisPerilakuKonsumen*,(Yogyakarta:BPFE, 2014),h. 99

[9]BasuSwasthaDharmmestadanT.HaniHandoko,*ManajemenPemasaran…*,h. 99

saja sebagai suatu alat untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan melainkan juga untuk unggul dalam persaingan. [10]

2. Karakteristik inovasi

Karakteristik inovasi terdiri dari 5 hal yaitu:

a. Keunggulan relatif (*relatif advantage*), pertanyaan terpenting untuk diajukan dalam mengevaluasi keberhasilan potensial dari suatu produk baru yaitu, "apakah produk bersangkutan akan dirasa menawarkan keunggulan yang jauh lebih besar dibandingkan produk yang digantikan?

b. Keserasian/kesesuaian (*compatibility*), adalah determinan penting dari penerimaan produk baru. Kesesuaian merujuk pada tingkat dimana produk konsisten dengan nilai yang sudah ada dan pengalaman masa lalu dari calon *adopter*.

c. Kekomplekan (*complexity*), adalah tingkat dimana inovasi dirasa sulit untuk dimengerti dan digunakan. Semakin komplek produk bersangkutan, semakin sulit produk itu memperoleh penerimaan.

d. Ketercobaan (*trialability*) Merupakan tingkat apakah suatu inovasi dapat dicoba terlebih dahulu atau harus terikat untuk menggunakannya. Suatu inovasi dapat diujicobakan pada keadaan sesungguhnya, inovasi pada umumnya lebih cepat diadopsi. Untuk lebih mempercepat proses adopsi, maka suatu inovasi harus mampu menunjukkan keunggulannya. Produk baru lebih mungkin berhasil jika konsumen dapat mencoba atau bereksperimen dengan ide secara terbatas.

[10]BasuSwasthaDharmmestadanT.HaniHandoko,*ManajemenPemasaranAnalisisPerilakuKonsumen*,(Yogyakarta:BPFE, 2014),h. 99

e. Keterlihatan (*observability*) Tingkat bagaimana hasil penggunaan suatu inovasi dapat dilihat oleh orang lain. Semakin mudah seseorang melihat hasil suatu inovasi, semakin besar kemungkinan inovasi diadopsi oleh orang atau sekelompok orang. Keterlihatan dan kemudahan komunikasi mencerminkan tingkat di mana hasil dari pemakaian produk baru terlihat oleh teman dan tetangga.[11]

B. Produk

1. Pengertian Produk

Kata produk berasal dari bahasa Inggris product artinya "*sesuatu yang diproduksi oleh tenaga kerja atau sejenisnya*". Sedangkan bentuk kerja dari kata product, yaitu *produce*, merupakan serapan dari bahasa latin prōdūce(re), yang berarti (untuk) memimpin atau membawa sesuatu untuk maju.[12]

Produk secara umum adalah sesuatu yang diproduksi oleh tenaga kerja atau sebuah usaha (*effort*) atau hasil dari sebuah tindakan atau sebuah proses.Secara umum produk merupakan sesuatu yang dibuat oleh perorangan atau sekelompok orang sebagai ajang untuk mendapatkan keuntungan melalui proses pertukaran ataupun jual beli dalam transaksi. Produk identik dengan sesuatu yang memiliki ciri khas yang dapat ditawarkan, diperhatikan, dipakai, dimiliki atau dikonsumsi serta

[11]BasuSwasthaDharmmestadanT.HaniHandoko,*ManajemenPemasaranAnalisisPerilakuKonsumen*,(Yogyakarta:BPFE, 2014),h. 100

[12]Kotler dan Keller. *Manajemen Pemasaran Edisi 12*.(Jakarta: PT. Macanan jaya cemerlang. 2009), h. 67

memberikan kepuasan dan memenuhi kebutuhan seseorang maupun perkelompok.

Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminya, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.[13]

2. Jenis-Jenis Produk

Setelah mengetahu beberapa pengertian produk menurut para ahli diatas selanjutnya mari kita ketahui apa saja jenis-jenis produk itu sendiri.Produk terbagi menjadi dua jenis yaitu Produk Konsumsi (Consumer Goods) dan Produk Industri

a. Produk Konsumsi. Produk Konsumsi sering juga disebut dengan barang kebutuhan sehari-hari (convenience goods), Sedangkan pengertian produk konsumsi adalah barang yang umumnya dikonsumsi atau digunakan sendiri oleh anggota keluarga atau perorangan maupun diberikan kepada orang lain dan pembeliannya didasarkan atas kebiasaan dari konsumen itu sendiri.
b. Produk Industri. Produk Industri adalah barang yang dapat membantu manusia mengerjakan suatu kegiatan produksi nya.Contoh barang produk industri seperti mesin penggiling beras, kulkas, majig jar, kompor, blender, mesin mesin di pabrik yang membantu proses pengepakan maupun produksi nya.Produk barang yang berwujud fisik, adalah yang bisa dilihat, diraba atau disentuh, dirasa, dipegang,

[13]Kotler dan Keller.*Manajemen Pemasaran …*, h. 67

disimpan, dipindahkan, dan perlakuan fisik lain.Sedangkan pengertian produk jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apa pun. Produknya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik."[14]

3. Produk dan Jasa PT. BRI Syariah Kantor Cabang Bengkulu

Bank Rakyat Indonesia Syariah banyak meluncurkan produk-produk handal yang berkarakter syariah, adapau produk-produk tersebut akan diuraikan sebagai berikut :[15]

1. Tabungan BRISyariah iB

   Tabungan BRISyariah iB merupakan tabungan dari BRIS yariah bagi nasabah perorangan yang menggunakan prinsip titipan, dipersembahkan untuk Anda yang menginginkan kemudahan dalam transaksi keuangan.Manfaat Ketenangan serta kenyamanan yang penuh nilai kebaikan serta lebih berkah karena pengelolaan dana sesuai syariah.

2. Tabungan Haji BRISyariah iB

   Manfaat dari tabungan haji ini adalah Ketenangan, kenyamanan serta lebih berkah dalam penyempurnaan ibadah karena pengelolaan dana sesuai syariah. Fasilitas yang diberikan kepada nasabah yang menggunakan produk ini adalah :

   a. Aman, karena diikutsertakan dalam program penjaminan pemerintah

[14]Siagian, Sondang. *Manajemen Strategik*. Jakarta : Bumi Aksara. 2004), h. 65
[15]Profil BRI Syariah, 2017

b. Dapat bertransaksi di seluruh jaringan kantor cabang BRI Syariah secara Online dengan SISKOHAT (Sistem Komputerisasi Haji Terpadu)
c. GRATIS asuransi jiwa dan kecelakaan
d. GRATIS biaya administrasi bulanan
e. Bagi hasil yang kompetitif
f. Pemotongan zakat secara otomatis dari bagi hasil yang Anda dapatkan
g. Dana tidak dapat ditarik sewaktu-waktu, tidak diberikan Kartu ATM
h. Kemudahan dalam merencanakan persiapan ibadah haji Anda
i. Tersedia Fasilitas Dana Talangan Haji BRI Syariah iB yang merupakan solusi terbaik mempercepat ke Baitullah dengan persyaratan dan ketentuan mudah serta cepat.

3. Giro BRISyariah iB

Merupakan simpanan untuk kemudahan berbisnis dengan pengelolaan dana berdasarkan prinsip titipan (wadi'ah yad dhamanah) yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan Cek/Bilyet Giro.Keuntungan dan fasilitas yang diberikan berupa Online real time di seluruh kantor BRISyariah dan Laporan dana berupa rekening Koran setiap bulannya.[16]

4. Deposito BRISyariah iB

Deposito BRISyariah iB adalah produk investasi berjangka kepada Deposan dalam mata uang tertentu. Keuntungan yang diberikan adalah

[16]Profil BRI Syariah, 2017

dana dikelola dengan prinsip syariah sehingga shahibul maal tidak perlu kuatir akan pengelolaan dana. Fasilitas yang diberikan berupa ARO (*Automatic Roll Over*) dan Bilyet Deposito.

5. Pembiayaan Pengurusan Ibadah Haji BRISyariah iB

Pembiayaan Pengurusan Ibadah Haji BRISyariah iB merupakan layanan pinjaman *(qardh)* untuk perolehan nomor porsi pelaksanaan ibadah haji, dengan pengembalian yang ringan dan jangka waktu yang fleksibel beserta jasa pengurusannya, sehingga Anda leluasa dalam mewujudkan niat menuju *Baitullah*.Manfaat Solusi terbaik serta lebih berkah untuk mewujudkan langkah ke *Baitullah* karena pembiayaan sesuai syariah.

6. Gadai BRISyariah iB

Gadai BRISyariah iB hadir untuk memberikan solusi memperoleh dana tunai untuk memenuhi kebutuhan dana mendesak ataupun untuk keperluan modal usaha dengan proses cepat, mudah, aman dan sesuai syariah untuk ketentraman Anda.Manfaat Pilihan tepat, penuh manfaat serta lebih berkah karena pembiayaan sesuai syariah.Fasilitas yang diberikan adalah Persyaratan mudah dan proses cepat, Jenis emas yang dapat digadaikan : perhiasan ataupun emas batangan (LM atau lokal), Nilai pinjaman 90% dari nilai taksir barang, Biaya administrasi ringan dan terjangkau bersadarkan berat emas, Biaya simpan & pemeliharaan per 10 harian dibayar pada saat pelunasan pinjaman, Jangka waktu pinjaman maksimal 120 hari dan dapat diperpanjang 2 kali, Fleksibilitas

dalam pelunasan sesuai kemampuan, Dapat dilunasi sebelum jatuh tempo tanpa biaya penalty, Penyimpanan yang aman dan berasuransi syariah serta Mendapat Sertifikat Gadai Syariah (SGS) sebagai bukti Gadai.[17]

7. KKB BRISyariah iB

KKB BriSyariah iB merupakan produk jual-beli yang menggunakan system murabahah, dengan akad jual beli barang dengan menyatakakn harga perolehan dan keuntungan (margin) yang disepakati oleh bank dan nasabah sebagai harga jual (fixed margin).Manfaat yang diberikan dengan menggunakan produk ini adalah system syariah, jangka waktu maksimal 5 tahun, cicilan tetap dan meringankan selama jangka waktu serta bebas pinalti untuk pelunasan sebelum jatuh tempo.Produk ini dilaunching bertujuan untuk pembelian mobil baru, second, take over atau pengalihan pembiayaan KKB dari pembiayaan lain.

8. KPR BRISyariah iB

Merupakan Pembiayaan Kepemilikan Rumah kepada perorangan untuk memenuhi sebagian atau keseluruhan kebutuhan akan hunian dengan mengunakan prinsip jual beli (Murabahah) dimana pembayarannya secara angsuran dengan jumlah angsuran yang telah ditetapkan di muka dan dibayar setiap bulan.

Manfaat produk ini yaitu Skim pembiayaan adalah jual beli (MURABAHAH), adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (margin) yang disepakati oleh Bank dan

[17]Profil BRI Syariah, 2017

Nasabah (*fixed margin*), Uang muka ringan, Jangka waktu maksimal 15 tahun, Cicilan tetap dan meringankan selama jangka waktu, serta Cicilan tetap dan meringankan selama jangka waktu.

C. Minat Nasabah

1. Pengertian Minat

Minat adalah suatu keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikan lebih lanjut.Minat adalah kesadaran seseorang terhadap suatu objek, seseorang, situasi maupun suatu soal tertentu yang menyangkut dengan dirinya atau dipandang sebagai sesuatu yang sadar.[18]

Minat berperilaku adalah keinginan (minat) seseorang untuk melakukan perilaku diprediksi oleh sikapnya terhadap perilakunya dan bagaimana dia berpikir orang lain akan menilainya jika dia melaku kan perilaku tersebut. Minat adalah kecenderungan jiwa yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa aktivitas atau kegiatan.Jadi apabila seseorang berminat untuk memperhatikan suatu aktivitas dan melakukan aktivitas yang dilakukan pasti dengan dilandasi rasa senang dalam melakukannya. Jika menimbulkan rasa senang, maka seseorang di masa yang akan datang akan secara terus-menerus ingin menggunakannya.[19]

---

[18]Agus Sujanto.*Psikologi Umum*. (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2004), h. 223

[19] Abin Syamsudin.*Psikologi Kependidikan.* (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2009), h.12

Fungsi minat sangat berhubungan erat dengan perasaan dan pikiran. Manusia akan memberikan suatu penilaian, menentukan sesudah memilih pilihan yang diinginkan dan secara langsung mengambil suatu keputusan. Minat merupakan kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu yang timbul karena kebutuhan, yang dirasa atau tidak dirasakan atau keinginan hal tertentu. Kenyataan yang sebenarnya, Minat dapat berubah-ubah sesuai dengan kehendak yang diinginkan suatu individu yang bersangkutan. Minat tidak hanya selalu bersifat tetap.

Semakin panjang lama waktunya, minat yang akan dialami akan terjadi perubahan yang semakin besar. Begitu juga sebaliknya, apabila lama waktu semakin kecil, terjadinya perubahan minat dapat diminimalisir.Sebagai usaha pemasar yang memicu konsumen untukm embicarakan, mempromosikan, merekomendasikan, dan menjual produk atau merek kepada penjual lainnya agar berminat menggunakan produk[20].

Berbicara yang baik dianjurkan baik dalam kehidupan masyarakat maupun dalam pemasaran.QS. an Nisa (5): 9, Allah berfirman :

وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكُوا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعَافًا خَافعَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلا سَدِيدًا

"*Dan hendaklah takut (kepada Allah) orang-orang yang sekiranya mereka meninggalkan keturunan yang lemah diBelakang mereka, yang mereka khawatirkan terhadap (kesejahteraannya)nya. Oleh sebab itu, hendaklah*

[20]Didik Harjadi, dan Fatmasari Dewi. *WOM Communication sebagaiAlternatif Kreatif dalam Komunikasi Pemasaran.(*Yogyakarta: Medpress, 2008), h. 72

mereka bertaqwa kepada Allah dan hendaklah mereka berbicara dengan tutur kata yang benar (qaulan sadida)"(QS.An Nisa ayat 9)[21].

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa Minat adalah ketertarikan individu pada sesuatu yang sifatnya tetap agar lebih mengingat dan memperhatikan secara terus menerus yang diikuti dengan rasa senang untuk memperoleh sesuatu kepuasan dalam mencapai kepuasan penggunaan teknologi. Seseorang akan lebih sering menggunakan teknologi, jika kepuasan yang dirasakan memiliki manfaatnya.

2. Minat Nasabah

Nasabah disini adalah nasabah debitur, yaitu nasabah yang memperoleh fasilitas pembiayaan berdasarkan prinsip syariah atau dipersamakan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan. Nasabah adalah nasabah yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan nasabah yang menempatkan dananya dibank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.[22]

Minat nasabah adalah sumber motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan apa yang ingin dilakukan ketika bebas memilih, ketika seseorang menilai bahwa sesuatu bisa bermanfaat, maka

[21]Al-Quran online diakses pada tanggal 12 juni 2018
[22]*Alma*, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, (Bandung: Alfabeta, 2008), h. 120

bisa menjadi berminat, kemudian hal tersebut bisa mendatangkan kepuasan, ketika kepuasan menurun maka minatnya juga bisa menurun. Sehingga minat tidak bersifat permanen, tetapi minat bersifat sementara atau dapat berubah-ubah. Jadi dapat disimpulkan bahwa minat nasabah adalah motivasi nasabah untuk melakukan atau menilai suatu produk dalam bank sehingga mendatangkan kepuasan.[23]

Menurut Komarudin Minat Nasabah adalah suatu rasa lebih suka dan rasa keterkaitan pada suatu hal atau aktifitas tanpa ada yang menyuruh, minat beli merupakan suatu proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen ada beberapa tahap dalam proses pengambilan keputusan untuk membeli yang umumnya dilakukan oleh seseorang yaitu pengenalan kebutuhan dan proses informasi konsumen.[24]

Minat dalam pandangan Islam yaitu Alquran dalam surat Al-Alaq ayat pertama yang berartikan "Bacalah" dimana memerintahkan agar kita membaca, maksudnya membaca bukan hanya membaca buku atau dalam artitekstual saja, akan tetapi juga semua aspek apakah itu untuk membaca cakrawala jasad yang merupakan tanda kekuasaannya kita dapat memahami apa yang sebenarnya menarik minat kita dalam hidup ini.[25]

Tiga indikator yang dijadikan acuan terbentuknya minat nasabah, yaitu sebagai berikut:

---

[23]*Alma*, Manajemen Pemasaran…, h. 120

[24]Komarudin, *Kamus Perbankan*, (Jakarta:Grafindo, 2004), h.94

[25]Andi Mappiere, *Psikolog Orang Dewasa bagi Penyesuaian dan Pendidikan*, (Surabaya: UsahaOffsite Printing, 2004),h.275

a. Ketertarikan (*Interest*) yang menunjukkan adanya pemusatan perhatian dan perasaan senang,
b. Keinginan (*desire*) ditunjukkan dengan adanya dorongan untuk ingin memiliki
c. Keyakinan (*conviction*) ditunjukkan dengan adanya perasaan percaya diri individu terhadap kualitas, daya guna, dan keuntungan dari produk yang akan dibeli.

Selain itu, ada beberapa factor yang mempengaruhi minat,[26]yaitu:

b. Perbedaan pekerjaan artinya dengan adanya perbedaan pekerjaan seseorang dapat memperkirakan minat terhadap tingkat pekerjaaan yang ingin dicapainya, aktivitas yang dilakukan, penggunaan waktu senggangnya, dan lain-lain.
c. Perbedaan sosial ekonomi artinya seseorang mempunyai sosial ekonomi artinya seseorang yang mempunyai sosial ekonomi tinggi akan lebih mudah mencapai apa yang diinginkannya dari pada yang mempunyai sosial ekonomi rendah.
d. Perbedaan hobi/kegemaran, artinya bagaimana seseorang mengggunakan waktu senggangnya.
e. Perbedaan jenis kelamin, artinya minat wanita akan berbeda dengan minat pria, misalnya dalam pola belanja.

[26]MalayuHasibuan,*Dasar-dasarPerbankan,* (Jakarta:BumiAksara,2008),h.205

f. Perbedaan usia,artinya usia anak-anak, remaja, dewasa, dan orang tua akan berbeda minatnya terhadap suatu barang, aktivitas, benda, dan seseorang.

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli barang dan jasa perusahaan adalah:[27]

a. Faktor Lingkungan Ekstern

Perilaku konsumen sangat dipengaruhi berbagai lapisan masyarakat dimana ia dilahirkan dan dibesarkan. Ini berarti konsumen yang berasal dari lapisan masyarakat atau lingkungan yang berbeda akan mempunyai penilaian, kebutuhan, pendapat,sikap, dan selerayang berbeda-beda. Faktor ekstern yang mempengaruhi perilaku konsumen,yaitu: (1) kebudayaan (*culture*) dan kebudayaan khusus (*subculture*); (2) kelas sosial (*socialclass*); (3) kelompok-kelompok sosial (*socialgroup*) dan kelompok referensi (*referencegroup*) ;dan (4) keluarga (*family*).

b. Faktor Lingkungan Intern

Selain faktor lingkungan ekstern, faktor Psikologis yang berasal dari proses intern individu, sangat berpengaruh terhadap perilaku pembelian konsumen. Teori-teori psikologi sakan banyak membantu dalam memberikan pengetahuan yang sangat penting tentang alasan-alasan menyangkut perilaku konsumen.Faktor-faktor psikologis yang menjadi faktor dasar dalam perilaku konsumen

[27]Basu Swastha Dharmmesta dan T.Hani Handoko, *Manajemen Pemasara Analisis Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta:BPFE, 2014), h. 99

adalah(1) motivasi, (2) Pengamatan, (3) belajar, (4) Kepribadian dan konsep diri, dan (5) Sikap.

Selain itu juga Swastha dan Irawan mengemukakan bahwa aspek-aspek yang terdapat dalam minat beli antara lain :

a. Ketertarikan (*Interest*) yang menunjukkan adanya pemusatan perhatian dan perasaan senang,
b. Keinginan (*desire*) ditunjukkan dengan adanya dorongan untuk ingin memiliki
c. Keyakinan (*conviction*) ditunjukkan dengan adanya perasaan percaya diri individu terhadap kualitas, dayaguna, dan keuntungan dari produk yang akan dibeli.[28]

3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat

Minat tidak dibawa sejak lahir, melainkan diperoleh kemudian.Minat terhadap sesuatu merupakan hasil belajar dan menyokong belajar selanjutnya.Hal ini menggambarkan bahwa minat dapat ditumbuhkan dan dikembangkan. Minat tidak akan muncul dengan sendirinya secara tiba-tiba dari dalam diri individu. Minat dapat timbul pada diri seseorang melalui proses. Dengan adanya perhatian dan interaksi dengan lingkungan, maka minat tersebut dapat berkembang.Munculnya minat ini biasanya ditandai dengan adanya dorongan, perhatian, rasa senang, kemampuan, dan kecocokan atau kesesuaian.

[28]Basu Swastha Dharmmesta dan T.Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*,(Yogyakarta:BPFE, 2014),h. 99

Timbulnya minat seseorang disebabkan oleh beberapa hal, yaitu rasa tertarik atau rasa senang, perhatian dan kebutuhan.Minat timbul karena perasaan senang serta tendensi yang dinamis untuk berperilaku atas dasar ketertarikan seseorang pada jenis-jenis kegiatan tertentu. Perasaan senang seseorang akan menimbulkan dorongan-dorongan dalam dirinya untuk segera beraktifitas. Faktor-faktor yang menimbulkan minat dapat digolongkan sebagai berikut: [29]

a. Faktor kebutuhan dari dalam. Kebutuhan ini dapat berupa kebutuhan yang berhubungan dengan jasmani dan kejiwaan.

g. Faktor motif sosial, timbunya minat dalam diri seseorang dapat didorong oleh motif sosial yaitu kebutuhan untuk mendapatkan pengakuan, penghargaan dari lingkungan dimana ia berada.

h. Faktor emosional. Faktor ini merupakan ukuran intensitas seseorang dalam menaruh perhatian terhadap sesuatu kegiatan atau objek tertentu.

[29]Dalyono.*Psikologi Pendidikan*. (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), h. 224

BAB III

GAMBARAN UMUM PT. BRI SYARIAH KANTOR CABANG BENGKULU

A. Sejarah

Berawal dari akuisisi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. terhadap Bank Jasa Arta pada 19 Desember 2007 dan setelah mendapatkan izin dari Bank Indonesia pada 16 Oktober 2008 melalui suratnya o.10/67/KEP.GBI/DpG/2008, maka pada tanggal 17 November 2008 PT. Bank BRISyariah secara resmi beroperasi. Kemudian PT. Bank BRI Syariah merubah kegiatan usaha yang semula beroperasional secara konvensional, kemudian diubah menjadi kegiatan perbankan berdasarkan prinsip syariah Islam.[30]

Dua tahun lebih PT. Bank BRI Syariah hadir mempersembahkan sebuah bank ritel modern terkemuka dengan layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna. Melayani nasabah dengan pelayanan prima (*service excellence*) dan menawarkan beragam produk yang sesuai harapan nasabah dengan prinsip syariah.

Kehadiran PT. Bank BRI Syariah di tengah-tengah industri perbankan nasional dipertegas oleh makna pendar cahaya yang mengikuti logo perusahaan. Logo ini menggambarkan keinginan dan tuntutan masyarakat terhadap sebuah bank modern sekelas PT. Bank BRI Syariah yang mampu melayani masyarakat dalam kehidupan modern. Kombinasi warna yang

[30]Profil BRI Syariah, diakses melalui https://www.brisyariah.co.id

digunakan merupakan turunan dari warna biru dan putih sebagai benang merah dengan brand PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk.[31]

Bank BRI Syariah Bengkulu berdiri pada tanggal 27 November 2011. Pimpinan cabang BRI Syariah Bengkulu pertama adalah Bapak Rangga Lawe. BRI Syariah Bengkulu terdiri dari satu cabang yang terletak di Jl. S. Parman, No. 51 A-B kota Bengkulu dan 2 UMS Yaitu UMS Panorama dan Pasar Minggu. Seiring berjalannya waktu unit bertambah dan satu kantor cabang pembantu, unit tersebut antara lain outlet Kepahyang, outlet Argamakmur, outlet Pagar Dewa, outlet Seluma, outlet Pasar Minggu, UMS Bengkulu dan Panorama 1, outlet Panorama 2. Sedangkan KCP nya adalah KCP Panorama yang terletak di jalan Salak No. 80 yang dipimpin oleh pemimpin cabang pembantu Bapak Anton Budiona, Bri Syariah Bengkulu sudah tiga kali berganti pemimpin yaitu pertama Bapak Rangga Lawe, yang kedua Bapak Yuliawan Andri Putra, dan saat ini adalah Bapak Dede Saepudin.[32]

B. Visi dan Misi

1. Visi

   Menjadi bank ritel terkemuka dengan ragam layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna.[33]

2. Misi

   a. Memahami keragaman individu dan mengakomodasi beragam kebutuhan finansial nasabah.

[31]Profil BRI Syariah, diakses melaluihttps://www.brisyariah.co.id
[32]Profil BRI Syariah, diakses melaluihttps://www.brisyariah.co.id
[33]https://www.brisyariah.co.id,

b. Menyediakan produk dan layanan yang mengedepankan etika sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

c. Menyediakan akses ternyaman melalui berbagai sarana kapan pun dan dimana pun.

d. Memungkinkan setiap individu untuk meningkatkan kualitas hidup dan menghadirkan ketenteraman pikiran.[34]

C. Motto PT. BRI Syariah Cabang Bengkulu

BRI Syariah mempunyai motto yang berbunyi "bersama wujudkan harapan bersama" sebagai perwujudan visi dan misi BRI Syariah sendiri yang mempunyai arti bahwa BRI Syariah ingin menjelaskan bahwa seluruh *stake holder* baik internal (karyawan) maupun eksternal (nasabah) merupakan instrument penting dalam mewujudkan *stake holder*.

D. Produk-Produk

Bank Rakyat Indonesia Syariah banyak meluncurkan produk-produk handal yang berkarakter syariah, adapun produk-produk tersebut akan diuraikan sebagai berikut :[35]

1. Tabungan BRI Syariah iB

Tabungan BRI Syariah iB merupakan tabungan dari BRI Syariah bagi nasabah perorangan yang menggunakan prinsip titipan, dipersembahkan untuk Anda yang menginginkan kemudahan dalam transaksi keuangan. Manfaat Ketenangan serta kenyamanan yang penuh nilai kebaikan serta lebih berkah karena pengelolaan dana sesuai syariah.

[34]Profil BRI Syariah, diakses melalui https://www.brisyariah.co.id
[35]Profil BRI Syariah, diakses melalui https://www.brisyariah.co.id

2. Tabungan Haji BRI Syariah iB

Manfaat dari tabungan haji ini adalah Ketenangan, kenyamanan serta lebih berkah dalam penyempurnaan ibadah karena pengelolaan dana sesuai syariah. Fasilitas yang diberikan kepada nasabah yang menggunakan produk ini adalah :

a. Aman, karena diikutsertakan dalam program penjaminan pemerintah
b. Dapat bertransaksi di seluruh jaringan kantor cabang BRI Syariah secara Online dengan SISKOHAT (Sistem Komputerisasi Haji Terpadu)
c. GRATIS asuransi jiwa dan kecelakaan
d. GRATIS biaya administrasi bulanan
e. Bagi hasil yang kompetitif
f. Pemotongan zakat secara otomatis dari bagi hasil yang Anda dapatkan
g. Dana tidak dapat ditarik sewaktu-waktu, tidak diberikan Kartu ATM
h. Kemudahan dalam merencanakan persiapan ibadah haji Anda
i. Tersedia Fasilitas Dana Talangan Haji BRI Syariah iB yang merupakan solusi terbaik mempercepat ke Baitullah dengan persyaratan dan ketentuan mudah serta cepat.

3. Giro BRI Syariah iB

Merupakan simpanan untuk kemudahan berbisnis dengan pengelolaan dana berdasarkan prinsip titipan (wadi'ah yad dhamanah) yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan Cek/Bilyet Giro. Keuntungan dan fasilitas yang diberikan berupa Online real time di

seluruh kantor BRISyariah dan Laporan dana berupa rekening Koran setiap bulannya.[36]

4. Deposito BRI Syariah iB

   Deposito BRI Syariah iB adalah produk investasi berjangka kepada Deposan dalam mata uang tertentu. Keuntungan yang diberikan adalah dana dikelola dengan prinsip syariah sehingga shahibul maal tidak perlu kuatir akan pengelolaan dana. Fasilitas yang diberikan berupa ARO (*Automatic Roll Over*) dan Bilyet Deposito.

5. Pembiayaan Pengurusan Ibadah Haji BRI Syariah iB

   Pembiayaan Pengurusan Ibadah Haji BRI Syariah iB merupakan layanan pinjaman *(qardh)* untuk perolehan nomor porsi pelaksanaan ibadah haji, dengan pengembalian yang ringan dan jangka waktu yang fleksibel beserta jasa pengurusannya, sehingga Anda leluasa dalam mewujudkan niat menuju *Baitullah*.Manfaat Solusi terbaik serta lebih berkah untuk mewujudkan langkah ke *Baitullah* karena pembiayaan sesuai syariah.

6. Gadai BRI Syariah iB

   Gadai BRI Syariah iB hadir untuk memberikan solusi memperoleh dana tunai untuk memenuhi kebutuhan dana mendesak ataupun untuk keperluan modal usaha dengan proses cepat, mudah, aman dan sesuai syariah untuk ketentraman Anda. Manfaat Pilihan tepat, penuh manfaat serta lebih berkah karena pembiayaan sesuai syariah. Fasilitas yang

[36]Profil BRI Syariah, diakses melalui https://www.brisyariah.co.id

diberikan adalah Persyaratan mudah dan proses cepat, Jenis emas yang dapat digadaikan : perhiasan ataupun emas batangan (LM atau lokal), Nilai pinjaman 90% dari nilai taksir barang, Biaya administrasi ringan dan terjangkau bersadarkan berat emas, Biaya simpan & pemeliharaan per 10 harian dibayar pada saat pelunasan pinjaman, Jangka waktu pinjaman maksimal 120 hari dan dapat diperpanjang 2 kali, Fleksibilitas dalam pelunasan sesuai kemampuan, Dapat dilunasi sebelum jatuh tempo tanpa biaya penalty, Penyimpanan yang aman dan berasuransi syariah serta Mendapat Sertifikat Gadai Syariah (SGS) sebagai bukti Gadai.[37]

7. KKB BRI Syariah iB

KKB Bri Syariah iB merupakan produk jual-beli yang menggunakan system murabahah, dengan akad jual beli barang dengan menyatakakn harga perolehan dan keuntungan (margin) yang disepakati oleh bank dan nasabah sebagai harga jual (fixed margin). Manfaat yang diberikan dengan menggunakan produk ini adalah system syariah, jangka waktu maksimal 5 tahun, cicilan tetap dan meringankan selama jangka waktu serta bebas pinalti untuk pelunasan sebelum jatuh tempo. Produk ini dilaunching bertujuan untuk pembelian mobil baru, second, take over atau pengalihan pembiayaan KKB dari pembiayaan lain.

8. KPR BRI Syariah iB

Merupakan Pembiayaan Kepemilikan Rumah kepada perorangan untuk memenuhi sebagian atau keseluruhan kebutuhan akan hunian

[37]Profil BRI Syariah, diakses melaluihttps://www.brisyariah.co.id

dengan mengunakan prinsip jual beli (Murabahah) dimana pembayarannya secara angsuran dengan jumlah angsuran yang telah ditetapkan di muka dan dibayar setiap bulan.

Manfaat produk ini yaitu Skim pembiayaan adalah jual beli (MURABAHAH), adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (*margin*) yang disepakati oleh Bank dan Nasabah (*fixed margin*), Uang muka ringan, Jangka waktu maksimal 15 tahun, Cicilan tetap dan meringankan selama jangka waktu, serta Cicilan tetap dan meringankan selama jangka waktu.

D. Struktur Organisasi PT. BRI Syariah kantor Cabang Bengkulu

Setiaporganisasi yang sangat sederhana maupun organisasi yang sangat sederhana maupun organisasi yang sangat kompleks, masalah penyusunan organisasi menjadi hal yang penting dan sangat diperlukan. Hal ini dilakukan agar setiap karyawan mengetahui tugasnya dan bertanggung jawab atas pekerjaannya masing-masing.[38]

Struktur Organisasi Bank BRI Syariah Kantor Cabang Bengkulu menggunakan desain model horizontal, model ini dibuat dengan menarik garis secara horizontal dengan pembagian fungsional masing-masing bersama tugasnya masing-masing.

Adapun fungsi pokok masing-masing bagian dalam struk organisasi tersebut adalah sebagai berikut:[39]

[38]Profil BRI Syariah, diakses melaluihttps://www.brisyariah.co.id
[39]Profil BRI Syariah, diakses melaluihttps://www.brisyariah.co.id

1. Satuan kerja operasional. Satuan kerja oprasional terdiri dari *Meneger Oprasional, teller, Customer Service, Back Office, general Affair, branch Administration, branch quality assurance*.
2. Satuan kerja bisnis yang terdiri dari m*arketing manager dan accounting manager, micro Collection officer, Account officer micro, unit head, area dan supervisor collection.*
3. Pimpinan cabang pembantu bertanggungjawab atas keseluruhan berjalannya system operasional perbankan baik level kantor cabang utama dan kantor cabang pembantu dan merencanakan mengkoordinasi dan mensupervisi seluruh kegiatan cabang kantor.
4. SME *financing Head* (SFH)
    a. Menyusun target volume sasaran kegiatan kerja di bidang pembiayaan produktif.
    b. Menyelenggarakan penelitian potensi ekonomi maupun kegiatan usaha setempat.
    c. Mencari nasabah-nasabah untuk memasarkan produk pembiayaan produktif.

    SFH membawahi SME *Account office* (SAO).[40]
5. *Sales Head* (SH)
    a. Menyusun target volume sasaran kegiatan kerja di bidang pembiayaan konsumtif dan pendanaan.
    b. Menyelenggarakan penelitian potensi ekonomi setempat.

[40]Profil BRI Syariah, diakses melaluihttps://www.brisyariah.co.id

c. Mencari nasabah-nasabah untuk memasarkan produk pembiayaan konsumtif dan produk-produk perbankan lainnya.

SH membawahi:

1) *Sales office* (SO)

2) *Sales assisten* (SA)[41]

6. *Processing Head* (PH)

a. Memastikan bahwa semua pembiayaan, penambahan pembiayaan atau cross clearing telah mendapatkan persetujuan pejabat yang berwenang sesuai dengan limit.

b. Memastikan kebenaran administrasi atas pembiayaan yang di berikan.

c. Memastikan bahwa fisik jaminan sesuai dengan nilai dan lokasinya.

CPH membawahi:

1) Consumer processing Assistant (CPA)

2) Collection assistant (CSH)[42]

7. Costomer service Head (CSH)

a. Menyelenggarakan dan melakukan pemantauan layanan.

b. Menyusun target untuk pencapaian Indeks pelayanan (KP)

c. Memeriksa aplikasi pembukuan rekening dan transaksi harian.

CSH membawahi:

1) Customer Service

[41]Profil BRI Syariah, diakses melaluihttps://www.brisyariah.co.id
[42]Profil BRI Syariah, diakses melaluihttps://www.brisyariah.co.id

2) *Teller* [43]

8. *Financing Adminitration Head* (FAH)

   a. Memeriksa mutasi harian

   b. Memastikan kebenaran posting

   c. Menyiapkan penyelenggaraan pengadminitrasiannya.

   OH membawahi:

   1) *Financing Adminitration Assistant* (FAA)

   2) *Operational Assistant* (OA)[44]

9. Back Office Head (BOH)

   a. Mengelola secara optimal fasilitas fisik cabang untuk menunjang pelayanan kantor cabang.

   b. Menyediakan dan mensupport kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan fasilitas cabang.

   c. Mengawasi dan menyusun penyelenggaraan administrasi asset cabang.

[43]Profil BRI Syariah, diakses melaluihttps://www.brisyariah.co.id
[44]Profil BRI Syariah, diakses melaluihttps://www.brisyariah.co.id

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Dalam Menggunakan Produk Pada PT. BRI Syariah Kantor Cabang Bengkulu

Berdasarkan hasil wawancara kepada Bapak Merco bahwa produk PT. BRi Syariah telah melakukan inovasi terhadap beberapa produk seperti berikut ini:[45]

1. Tabungan BRISyariah iB

   Tabungan BRI Syariah iB merupakan tabungan dari BRI Syariah bagi nasabah perorangan yang menggunakan prinsip titipan, dipersembahkan untuk nasabah yang menginginkan kemudahan dalam transaksi keuangan. Manfaat Ketenangan serta kenyamanan yang penuh nilai kebaikan serta lebih berkah karena pengelolaan dana sesuai syariah. sebelum adanya inovasi, untuk menggunakan produk Tabungan BRI Syariah iB ini menggukan proses yang cukup rumit seperti blanko yang harus diisi banyak, persyaratan juga banyak seperti surat keterangan dari RT, tetapi sekarang sudah ada inovasi baru dimana proses dan prosedur lebih mudah dibandingkan dengan dulu. Persyaratan hanya KTP saja. Inovasi ini sudah dilakukan selama satu tahun. Adapun jumlah nasabah setelah adanya inovasi adalah dari 76 menjadi 156 nasabah.

[45]Wawancara Kepada Bapak Merco, karyawan PT. BRI Syariah pada tanggal 22 Mei 2019

2. Tabungan Haji BRI Syariah iB

Manfaat dari tabungan haji ini adalah Ketenangan, kenyamanan serta lebih berkah dalam penyempurnaan ibadah karena pengelolaan dana sesuai syariah. Fasilitas yang diberikan kepada nasabah yang menggunakan produk ini adalah :

j. Aman, karena diikutsertakan dalam program penjaminan pemerintah
k. Dapat bertransaksi di seluruh jaringan kantor cabang BRI Syariah secara Online dengan SISKOHAT (Sistem Komputerisasi Haji Terpadu)
l. GRATIS asuransi jiwa dan kecelakaan
m. GRATIS biaya administrasi bulanan
n. Bagi hasil yang kompetitif
o. Pemotongan zakat secara otomatis dari bagi hasil yang Anda dapatkan
p. Dana tidak dapat ditarik sewaktu-waktu, tidak diberikan Kartu ATM
q. Kemudahan dalam merencanakan persiapan ibadah haji Anda
r. Tersedia Fasilitas Dana Talangan Haji BRI Syariah iB yang merupakan solusi terbaik mempercepat ke Baitullah dengan persyaratan dan ketentuan mudah serta cepat.

Keterangan tersebut merupakan fasilitas produk tabungan Haji BRISyariah iB sebelum adanya inovasi. Sudah ada inovasi yaitu sudah diberikan ATM untuk mempermudah transaksi, mendapatkan souvenir berupa perengkapan ibadah haji, gratis asuransi jiwa dan kecelakaan diri.

Inovasi ini sudah dilakukan selama dua tahun. Adapun jumlah nasabah setelah adanya inovasi adalah dari 121 menjadi 143 nasabah.

3. Deposito BRI Syariah iB

Deposito BRI Syariah iB adalah produk investasi berjangka kepada Deposan dalam mata uang tertentu. Keuntungan yang diberikan adalah dana dikelola dengan prinsip syariah sehingga shahibul maal tidak perlu kuatir akan pengelolaan dana. Fasilitas yang diberikan berupa ARO (*Automatic Roll Over*) dan Bilyet Deposito. Adapun inovasi pada produk ini dimana dulunya jangka waktu pengambilan deposito hanya ada satu tahun dan enam bulan, tetapi dengan adanya inovasi arum aka waktu pengambilan dirubah menjadi 2 bulan.Inovasi ini sudah dilakukan selama setengah tahun. Adapun jumlah nasabah setelah adanya inovasi adalah dari 15 menjadi 31 nasabah.

4. Gadai BRISyariah iB

Gadai BRISyariah iB hadir untuk memberikan solusi memperoleh dana tunai untuk memenuhi kebutuhan dana mendesak ataupun untuk keperluan modal usaha dengan proses cepat, mudah, aman dan sesuai syariah untuk ketentraman Anda.Manfaat Pilihan tepat, penuh manfaat serta lebih berkah karena pembiayaan sesuai syariah.Fasilitas yang diberikan adalah Persyaratan mudah dan proses cepat, Jenis emas yang dapat digadaikan: perhiasan ataupun emas batangan (LM atau lokal), Nilai pinjaman 90% dari nilai taksir barang, Biaya administrasi ringan dan terjangkau bersadarkan berat emas, Biaya simpan & pemeliharaan

per 10 harian dibayar pada saat pelunasan pinjaman, Jangka waktu pinjaman maksimal 120 hari dan tidak dapat dipeepanjang lagi. Adapun inovasi pada produk ini yaitu jangka waktu pinjaman dapat diperpanjang 2 kali, Fleksibilitas dalam pelunasan sesuai kemampuan, Dapat dilunasi sebelum jatuh tempo tanpa biaya penalty, Penyimpanan yang aman dan berasuransi syariah serta Mendapat Sertifikat Gadai Syariah (SGS) sebagai bukti Gadai.Inovasi ini sudah dilakukan selama satu tahun. Adapun jumlah nasabah setelah adanya inovasi adalah dari 58 menjadi 265 nasabah.

5. KKB BRISyariah iB

KKB BriSyariah iB merupakan produk jual-beli yang menggunakan system murabahah, dengan akad jual beli barang dengan menyatakakn harga perolehan dan keuntungan (margin) yang disepakati oleh bank dan nasabah sebagai harga jual (*fixed margin*). Manfaat yang diberikan dengan menggunakan produk ini adalah system syariah, jangka waktu maksimal 5 tahun, cicilan tetap dan meringankan selama jangka waktu serta bebas pinalti untuk pelunasan sebelum jatuh tempo. Produk ini dilaunching bertujuan untuk pembelian mobil baru, *second, take over* atau pengalihan pembiayaan KKB dari pembiayaan lain. Sebelum adanya inovasi, produk ini menggunakan margin 1 % tetapi setelah adanya inovasi baru maka margin berubah menjadi 0,9 %. Inovasi ini sudah dilakukan selama satu tahun. Adapun jumlah nasabah setelah adanya inovasi adalah dari 45 menjadi 76 nasabah.

Menurut Bapak Merco bahwa inovasi produk sangat penting karena persaingan antar bank sudah memanas dan pasar perbankan dipenuhi produk-produk yang hampir homogen. Apalagi suatu produk bank mempunyai siklus hidup, dari tahap perkenalan (introduction) sampai penurunan. Artinya produk bank ada yang mempunyai umur terbatas. Bank syariah pun tidak dapat lepas dari kewajiban melakukan inovasi produk. Produk-produk bank syariah harus bisa memenuhi kebutuhan masyarakat Sebagai industri yang pada tahap pertumbuhan, bank syariah harus banyak berinovasi, terus menerus. Secara garis besar, inovasi produk dipengaruhi perubahan selera pasar, kemajuan teknologi dan kondisi ekonomi.

Dalam hal ini adalah nasabah, mempunyai selera yang senantiasa berubah sesuai trend, gaya hidup, nilai sosial budaya dan globalisasi. Teknologi akan membuat bundling produk yang lebih modern, praktis dan simplify. Misalnya saja penerapan electronic banking. Sedangkan kondisi ekonomi mempengaruhi strategi bisnis perbankan misalnya dalam keadaan resesi, bank-bank fokus ke sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Poin penting dalam berinovasi, bank syariah harus melakukan riset dan berkaca di mana segmen pasarnya. Disinilah perlunya positioning produk bank syariah. Positioning yang jelas akan mengarahkan inovasi agar tidak salah sasaran.

Inovasi produk BRI syariah juga harus bersandar pada prinsip syariah. Prinsip syariah-lah yang mebedakan bank syariah dengan bank konvensional. Dimana bank syariah melarang adanya unsur spekulasi (gharar), judi (maysir), bunga (riba), zalim, dana suap (risywah), barang haram

dan maksiat dalam kontrak transaksi syariah. Tiadanya unsur bunga (interest) membuat return bank syariah beragam yaitu dari marjin, bagi hasil, sewa dll. Dampaknya skim transaksi bank syariah pun bervariasi. Skim perbankan syariah antara lain wadi'ah (penitipan dana atau barang), mudharabah (penyertaan modal), musyarakah (sharing dana kerja sama), murabahah (jual beli barang), salam (jual beli barang dengan cara pemesanan), istishna' (jual beli barang dalam bentuk pemesanan pembuatan barang), ijarah (sewa menyewa), qardh (pinjam meminjam dana tanpa imbalan) dan lainnya. Dari karakteristiknya yang khas dan beragamnya skema pada perbankan syariah maka praktisi perbankan syariah sebenarnya punya ruang yang sangat luas untuk berinovasi. Apalagi terdapat kaidah dalam fiqh muamalah yang berbunyi : ”Segala bentuk muamalah boleh dilakukan sepanjang tidak ada dalil yang mengharamkannya”.

Tapi bank syariah juga jangan terlalu terlena dengan banyaknya skema. Dengan pangsa pasar yang masih mungil perbankan syariah harus mengutamakan market demand. Artinya produk bank syariah harus customer oriented bukan product oriented. Apalagi banyaknya produk di industri perbankan membuat posisi tawar nasabah menjadi besar. Nasabah pun menjadi raja. Bank syariah juga harus mempertimbangkan tingkat penerimaan masyarakat karena masyarakat sebenarnya masih kurang familiar dan paham dengan produk syariah. Bank syariah sebaiknya melakukan pendekatan akomodatif. Bank syariah meng-copy fitur produk-produk bank konvensional tapi agar ada diferensiasi, produk itu disesuaikan dengan skema syariah.

Dengan produk yang tidak terlalu berbeda dengan produk bank konvensional maka penerimaan masyarakat akan lebih mudah.

Dengan pangsa pasar yang masih kecil, yang penting bagaimana aset bank syariah bisa meningkat sesuai penerimaan pasar. Perlu dingat bahwa proses memasyarakatkan produk bank syariah perlu waktu. Nanti, seiring dengan naiknya pangsa pasar bank syariah, dimana awareness masyarakat sudah lebih tinggi, barulah masyarakat bisa disuguhi produk-produk bank syariah yang lebih beragam. Jalan untuk berinovasi sendiri sudah tidak terlalu banyak rintangan. Dalam tataran hukum, bank syariah sudah diberi karpet merah berupa UU No.21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Bank Indonesia, sebagai regulator, juga telah mengeluarkan Buku Kodifikasi Produk Perbankan Syariah. Oleh karena itu, kini tinggal kualitas SDM perbankan syariah yang menentukan proses inovasi. Produk bagus akan bagus juga dipasar jika marketingnya bagus. Jadi, inovasi jangan hanya terbatas pada proses ”produksi” tetapi juga penjualannya. Karena sejatinya inovasi produk perlu dikombinasikan dengan unsur marketing lainnya. Sehingga produk bank syariah bisa diterima masyarakat.

Adapun hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada informan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah produk pada PT. BRI Syariah Kantor Cabang Bengkulu menawarkan keunggulan yang jauh lebih besar dibandingkan produk yang digantikan?

"Iya setiap adanya produk baru pastinya banyak pertimbangan yang dikaji terlebih dahulu baik itu untuk BRI Syariah maupun untuk masyarakat itu sendiri"[46]

"Bukan hanya BRI syariah yang menjadi pertimbangan nya tetapi juga pangsa pasar. Kalau di pasaran masyarakat memang produk tersebut banyak kurangnya maka ada inovasi yang membuat agar masyarakat lebih tertarik tentunya membuat masyarakat lebih untung"[47]

"Pada dasarnya suatu inovasi produk tentunya lebih baik lagi dari produk yang sudah ada, maka keuntungan yang diberikan harus lebih darpada produk sebelumnya dan juga harus membuat masyarakat lebih memilih produk tersebut"[48]

2. Apakah produk pada PT. BRI Syariah Kantor Cabang Bengkulu memiliki keserasian yang mirip dengan produk yang sebelumnya ?

"Sebenarnya produknya ya itu-itu juga tapi diinovasikan, dibuat dalam kemasan yang lebih menarik, dibuat dalam kondisi yang lebih bagus tapi kalau untuk kemiripan tentu saja ada mirip dengan produk sebelumnya"[49]

"Kemiripan ada, hanya dibuat berbeda saja dan dibuat lebih menguntungkan dari yang sebelumnya baik itu untuk menrarik minat masyarakat dan juga bagi keuntungan bank sendiri"[50]

3. Apakah produk pada PT. BRI Syariah Kantor Cabang Bengkulu mampu menunjukkan keunggulan produk barunya ?

"Harus mampu menunjukkan keunggulan kalau mau maju karena kalau sama saja dan tidak ada keunggulan percuma saja dan dianggap tidak ada inovasi. Inovasi itu kan perubahan ke yang baru jadi harus berubah menjadi lebih baik dan lebih memiliki daya saing lagi"[51]

[46]Wawancara Kepada Bapak Merco, karyawan PT. BRI Syariah pada tanggal 22 Mei 2019
[47]Wawancara Kepada Bapak Roby, karyawan PT. BRI Syariah pada tanggal 22 Mei 2019
[48]Wawancara Kepada Bapak Ferry, karyawan PT. BRI Syariah pada tanggal 22 Mei 2019
[49]Wawancara Kepada Bapak Merco, karyawan PT. BRI Syariah pada tanggal 22 Mei 2019
[50]Wawancara Kepada Bapak Ferry, karyawan PT. BRI Syariah pada tanggal 22 Mei 2019
[51]Wawancara Kepada Bapak Merco, karyawan PT. BRI Syariah pada tanggal 22 Mei 2019

4. Apakah inovasi produk pada PT. BRI Syariah Kantor Cabang Bengkulu memiliki ketertarikan, keinginan dan keyakinan nasabah untuk menggunakan jasa perbankan syariah di PT. BRI Syariah Kantor Cabang Bengkulu?

> "Kita disini menginovasikan produk karena sudah melihat bagaimana keinginan masyarakat da condongnya kemana, Kita ikuti ketertarikan dan keinginan masyarakat itu seperti apa"[52]

Selain melakukan wawancara kepada karyawan bank, peneliti juga melaukan wawancara kepada nasabah BRI Syariah sebagai berikut:

1. Apakah menurut Bapak/Ibuproduk pada PT. BRI Syariah Kantor Cabang Bengkulu menawarkan keunggulan yang jauh lebih besar dibandingkan produk yang digantikan?

> "Iya menurut saya produknya semakin berkembang saja. Dulu nya hanya keuntungan tidak terlalu besar, tapi sekarang keuntungan sudah besar"[53]
> "iya mungkin karena BRI Syariah ingin agar nasabahnya lebih banyak lagi sehingga mereka menawarkan produk yang lebih baik lagi dan menawarkan keuntungan"[54]

2. Menurut Bapak/Ibu produk pada PT. BRI Syariah Kantor Cabang Bengkulumemiliki keserasian yang mirip dengan produk yang sebelumnya ?

> "Mirip itu pasti ada, tapi yang jelas tetap ada perbedaanynya dan biasanya lebih menguntungkan. Begitu menurut saya"[55]

> "bagi saya sebenarmya produknya itu sama, hanya saja yang beda itu aturannya saja. Misanya untuk roduk pembiayaan, mungkin beda di akadnya. Mereka mencari akad yang lebig membuat nasabah tertarik"[56]

[52]Wawancara Kepada Bapak Merco, karyawan PT. BRI Syariah pada tanggal 22 Mei 2019
[53]Wawancara Kepada Ibu Nur, Nasabah PT. BRI Syariah pada tanggal 22 Mei 2019
[54]Wawancara Kepada Ibu Aisyah, Nasabah PT. BRI Syariah pada tanggal 22 Mei 2019
[55]Wawancara Kepada bapak Gunawan, Nasabah PT. BRI Syariah pada tanggal 22 Mei 2019
[56]Wawancara Kepada bapak Reza, Nasabah PT. BRI Syariah pada tanggal 22 Mei 2019

"Untuk hal yang seprti ini bagi saya biasa saja karena BRI Syarih tidak mau kehilangan nasabahnya. Makanya mereka ingin yang terbaik untuk nasabahnya juga"[57]

3. Apakah Bapak/Ibuproduk pada PT. BRI Syariah Kantor Cabang Bengkulumampu menunjukkan keunggulan produk pada barunya ?

   "Biasanya begitu. Kalau ada produk baru pastinya mereka menunjukkan keunggulannya juga"[58]
   "Bagi saya memang keunggulan itulah yang paling penting dan juga memang harus menunjukkan keunggulannya"[59]

4. Apakah inovasi produk pada PT. BRI Syariah Kantor Cabang Bengkulumemiliki ketertarikan, keinginan dan keyakinan Bapak/Ibu untuk menggunakan jasa perbankan syariah di PT. BRI Syariah Kantor Cabang Bengkulu

   "Iya kalau memang ada bedanya dan juga lebih baik, maka saya pasti memiliki keinginan dan juga ketertarikan untuk menggunakan jasa BRI Syariah yang baru itu"[60]

B. Kendala Dalam Menginovasi Produk Pada PT. BRI Syariah Kantor Cabang Bengkulu

Kinerja perbankan syariah memiliki andil besar bagi perkembangan perekonomian di Indonesia, ketika krisis ekonomi sejak tahun 1997, sistem pembiayaan berdasarkan prinsip-prinsip syariah mampu bertahan dan memiliki kinerja yang lebih baik daripada bankkonvensional. Lembaga keuangan syariah yang pada kasus ini dikhususkan pada perbankan syariahyang memiliki produk serta layanan yang berbasis syariah tentu saja harus mempunyai sistemtata kelola yang bisa memastikan bahwa prinsip

[57]Wawancara Kepada Ibu Nur, Nasabah PT. BRI Syariah pada tanggal 22 Mei 2019
[58]Wawancara Kepada Ibu Aisyah, Nasabah PT. BRI Syariah pada tanggal 22 Mei 2019
[59]Wawancara Kepada Ibu Nur, Nasabah PT. BRI Syariah pada tanggal 22 Mei 2019
[60]Wawancara Kepada Bapak Gunawan, Nasabah PT. BRI Syariah pada tanggal 22 Mei 2019

syariah benar-benar sedang diterapkan padakeseluruhan perusahaan. Istilah tata kelola syariah atau *shariah governance* dimunculkan olehlembaga berstandar internasional seperti AAOIFI *(Accounting and Auditing Organization forIslamic Financial Institutions)* dan IFSB *(Islamic Financial Services Board)* sebagai bentuksistem tata kelola bagi lembaga keuangan syariah. Hal mendasar yang membedakan antara lembaga keuangan konvensional dengansyariah adalah terletak pada pengembalian dan pembagian keuntungan yang diberikan olehnasabah kepada lembaga keuangan dan/atau yang diberikan oleh lembaga keuangan kepadanasabah, hal kegiatan operasional bank syariah menggunakan prinsip *profit and loss sharing*.

Pangsa pasar lembaga keuangan syariah terbilang masih relatif kecil dibanding lembagakeuangan konvensional, yaitu di kisaran 5 persen. Hal tersebut tak terlepas pula dari masih sedikitnya varian produk di industri keuangan syariah, sehingga produk yang ditawarkankurang beragam dibanding industri keuangan konvensional. Oleh karena itu, suplai produk keuangan syariah perlu ditingkatkan. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengharapkanpengembangan produk perbankan syariah ke depannya mampu menciptakan outlet investasibagi nasabah, khususnya kalangan menengah ke atas. Selain itu, bank syariah juga diharapkan dapat menambah variasi produk pembiayaan mikro, mengembangkan produk pembiayaan korporasi, *trade finance*, produk pengelolaan kas, pembiayaan bagi *start up*, serta produk-produk *development financing*, khususnya untuk pembangunan infrastruktur

bank syariah senantiasa memperbaiki kinerja, melakukan inovasi produk,penyiapan SDM yang mumpuni, dan perbaikan pelayanan sehingga nasabah merasa nyamanjika harus bertransaksi dengan prinsip-prinsip yang ditawarkan oleh bank syariah.

Tidak adayang dirugikan dari kedua belah pihak, dan nasabah "terpuaskan" dengan apa yang sudahditentukan sehingga bank syariah bukan saja akan menjadi alternatif pilihan, tapi akan menjadipilihan utama untuk memenuhi jasa perbankan masyarakat. Inovasi produk banksyariah adalah sebuah keniscayaan, agar bank syariah bisa kembali tumbuh dan bersaingdengan perbankan konvensional maupun lembaga lain. Inovasi produk juga sangat dibutuhkandalam menghadapi perkembangan bisnis yang terus berubah. Inovasi produk keuangan dan perbankan syariah merupakan pokok utama dalampengembangan industri perbankan syariah, tentunya pengembangan harus didukung dengankompetensi sumber daya manusia yang selain handal tetap berpegang teguh dengan prinsip-prinsipsyariah. BRI syariah harus memiliki produkinovatif yang semakin beragam agar bisa berkembang dengan baik. Inovasi juga harusdilakukan agar produk bank syariah tidak monoton dan dominan dengan akad tertentu di tengahbervariasinya kebutuhan bisnis masyarakat. Oleh karena itu, Otoritas Jasa Keuangan (OJK)terus mendorong pelaku industri keuangan syariah untuk terus berinovasi demi memenuhikebutuhan masyarakat. OJK.

Dalam melakukan inovasi produk, BRI Syariah menemukan kendala ketika adanya suatu peubahan maka semua yang berhubungan dengan produk

tersebut harus dirubah termasuk semua sistem yang adamulai dari blanko formulir, brosur dan semua administrasi harus dirubah dan hal ini yang membuat nasabah bingung jika tidak dijelaskan oleh karyawan terlebih dahulu.

Adapun inovasi produk bisa berasal dari internal maupun eksternal. Faktor internal berarti organisasi dan segala sesuatu di dalamnya, antara lain sumber daya manusia, budaya perusahaan, strategi perusahaan, dan struktur organisasi perusahaan. Sedangkan faktor eksternal yang mempengaruhinya adalah pertumbuhan pasar, tingkat persaingan, regulasi Bank Indonesia, OJK dan Fatwa Dewan Syariah Nasional.

Adanya bank syariah memberikan pilihan bagi masyarakat untuk memperolehpembiayaan yang tidak hanya bergantung pada satu jenis bank dengan produk-produknya,namun masyarakat bebas memilih lembaga dan produk mana yang paling sesuai dengankapasitas yang dimiliki dan kondisi usaha yang dijalankan. Pada prinsipnya, jika bank syariah peka membaca kebutuhan masyarakat berdasarkan pada kondisi geografis, dan mampu memetakan kebutuhan masyarakat berdasarkan sumber pendapatan masyarakat pada wilayah tersebut, maka pengembangan produk perbankan untuk memenuhi kebutuhan pada masingmasing daerah akan berbeda.

C. Pembahasan

Inovasi produk pada BRI syariah sangat penting karena persaingan antar bank sudah memanas dan pasar perbankan dipenuhi produk-produk yang hampir homogen. Apalagi suatu produk bank mempunyai siklus hidup, dari

tahap perkenalan (introduction) sampai penurunan. Artinya produk bank ada yang mempunyai umur terbatas. Bank syariah pun tidak dapat lepas dari kewajiban melakukan inovasi produk. Produk-produk bank syariah harus bisa memenuhi kebutuhan masyarakat Sebagai industri yang pada tahap pertumbuhan, bank syariah harus banyak berinovasi, terus menerus. Secara garis besar, inovasi produk dipengaruhi perubahan selera pasar, kemajuan teknologi dan kondisi ekonomi.

Dalam hal ini adalah nasabah, mempunyai selera yang senantiasa berubah sesuai trend, gaya hidup, nilai sosial budaya dan globalisasi. Teknologi akan membuat bundling produk yang lebih modern, praktis dan simplify. Misalnya saja penerapan electronic banking. Sedangkan kondisi ekonomi mempengaruhi strategi bisnis perbankan misalnya dalam keadaan resesi, bank-bank fokus ke sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Poin penting dalam berinovasi, bank syariah harus melakukan riset dan berkaca di mana segmen pasarnya. Disinilah perlunya positioning produk bank syariah. Positioning yang jelas akan mengarahkan inovasi agar tidak salah sasaran.

Inovasi produk BRI syariah juga harus bersandar pada prinsip syariah. Prinsip syariah-lah yang mebedakan bank syariah dengan bank konvensional. Dimana bank syariah melarang adanya unsur spekulasi (gharar), judi (maysir), bunga (riba), zalim, dana suap (risywah), barang haram dan maksiat dalam kontrak transaksi syariah.

Tiadanya unsur bunga (interest) membuat return bank syariah beragam yaitu dari *margin*, bagi hasil, sewa dll. Dampaknya skim transaksi bank

syariah pun bervariasi. Skim perbankan syariah antara lain *wadi'ah* (penitipan dana atau barang), *mudharabah* (penyertaan modal), musyarakah (sharing dana kerja sama), *murabahah* (jual beli barang), *salam* (jual beli barang dengan cara pemesanan), *istishna*' (jual beli barang dalam bentuk pemesanan pembuatan barang), *ijarah* (sewa menyewa), qardh (pinjam meminjam dana tanpa imbalan) dan lainnya. Dari karakteristiknya yang khas dan beragamnya skema pada perbankan syariah maka praktisi perbankan syariah sebenarnya punya ruang yang sangat luas untuk berinovasi

Pada inovasi produk yang dilakukan adalah menunjukkan keunggulan relative pada produk yang diinovasi agar nasabah lebih tertarik menggunakan produk karena adanya keunggulan yang relatif daripada produk yang lama. Inovasi juga merupakan kunci untuk meningkatkan produktivitas dan daya saing. Bagi dunia bisnis inovasi artinya pertumbuhan perusahaan. Bisa dikatakan perusahaan yang inovatif tentu saja merupakan idaman para pemegang saham lantaran ia dapat mendongkrak laba.

Ketiadaan inovasi dapat menimbulkan stagnasi bisnis, di mana kondisi ini membuat rentannya terjadi pengurangan lapangan kerja. Karenanya perbankan syariah harus mampu berinovasi dan berpikir *out of box* agar bersaing dengan perbankan konvensional meningkatkan *market share.* Semakin inovatif bank syariah membuat produk, semakin cepat pula pasar berkembang. Maka, lemahnya inovasi produk bank syariah, bagaimanapun berimbas secara signifikan kepada lambatnya pengembangan pasar.

Keserasian/kesesuaian (*compatibility*), adalah determinan penting dari penerimaan produk baru. Kesesuaian merujuk pada tingkat dimana produk konsisten dengan nilai yang sudah ada dan pengalaman masa lalu dari calon *adopter*. Lemahnya inovasi produk dan pengembangan pasar bank syariah harus segera diatasi, agar akselerasi pengembangan bank syariah lebih cepat. Inovasi produk diperlukan agar bank syariah bisa lebih optimal dalam memanfaatkan fenomena global. Karena itu harus melakukan inisiatif akselerasi luar biasa dalam pengembangan pasar dan pengembangan produk.[61]

Ketercobaan (*trialability*) Merupakan tingkat apakah suatu inovasi dapat dicoba terlebih dahulu atau harus terikat untuk menggunakannya. Suatu inovasi dapat diujicobakan pada keadaan sesungguhnya, inovasi pada umumnya lebih cepat diadopsi. Untuk lebih mempercepat proses adopsi, maka suatu inovasi harus mampu menunjukkan keunggulannya. Produk baru lebih mungkin berhasil jika konsumen dapat mencoba atau bereksperimen dengan ide secara terbatas. [62]

Kekomplekan (*complexity*), adalah tingkat dimana inovasi dirasa sulit untuk digunakan. Semakin komplek produk bersangkutan, semakin sulit produk itu memperoleh penerimaan. Kurangnya inovasi produk antara lain, dikarenakan kemampuan SDM yang masih terbatas. Jangankan untuk mengembangkan produk dengan kreatif dan inovatif, untuk memahami konsep produk yang sudah ada, kemampuan SDM bank syariah masih terbatas. Para *officer* bank syariah umumnya sudah memahami konsep dasar produk syariah

[61]BasuSwasthaDharmmestadanT.HaniHandoko,*ManajemenPemasaranAnalisisPerilakuKonsumen*,(Yogyakarta:BPFE, 2014),h. 99

[62]BasuSwasthaDharmmestadanT.HaniHandoko…,h. 99

yang sudah ada, namun masih banyak *officer* bank syariah yang belum memahami dengan baik konsep dan penerapan fatwa-fatwa Dewan Syarah Nasional untuk dijadikan dasar acuan inovasi produk perbankan syariah. Inovasi produk yang menjadi kunci perbankan syariah untuk lebih bermanfaat, kompetitif dan lebih berkembang dengan cepat sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Inovasi produk harus menjadi strategi prioritas bagi bank-bank syariah, karena inovasi memiliki peran penting dalam merambah dan menguasai pasar yang selalu berubah. Untuk itu, industri perbankan syariah dituntut melakukan pengembangan, kreativitas dan inovasi-inovasi produk baru. Keberhasilan sistem perbankan syariah di masa depan akan banyak tergantung kepada kemampuan bank-bank syariah menyajikan produk-produk yang menarik, kompetitif dan memberikan kemudahan transaksi, sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan industri pasar.

Keterlihatan (*observability*) yaitu tingkat bagaimana hasil penggunaan suatu inovasi dapat dilihat oleh nasabah. Semakin mudah nasabah melihat hasil suatu inovasi, semakin besar kemungkinan inovasi dilihat oleh nasabah. Untuk mengembangkan produk-produk yang bervariasi dan menarik, bank syariah di Indonesia dapat membangun hubungan kerja sama atau berafiliasi dengan lembaga-lembaga keuangan internasional. Kerja sama itu akan bermanfaat dalam mengembangkan produkproduk bank syariah. Bank syariah bisa belajar praktis kepada bank-bank yang telah berpengalaman di luar negeri di berbagai negara yang mengembangkan perbankan syariah. Skim dan model

ini setidaknya bisa menjadi contoh atau memberi inspirasi untuk mengembangkan produk bank syariah.

Perbankan konvensional sudah lama memerankan perannya sebagai lembaga keuangan yang melayani masyarakat Indonesia sudah sangat lama bila dibandingkan dengan perbankan syariah. Sehingga mau tidak mau perbankan syariah harus lebih aktif lagi di dalam melakukan inovasi produk jika ingin memiliki pangsa pasar yang lebih banyak sekaligus berangsur-angsur mampu memenangi persaingan meskipun jika diprediksi membutuhkan waktu yang sangat lama. Untuk mendapatkan sebuah kepercayaan, bank harus dapat bekerja secara profesional seperti yang diharapkan oleh pelanggan mulai dari segi finansial, dalam hal pelayanan, dan strategi pemasaran yang harus dikelola dengan baik, serta perbankan juga harus lebih kreatif dalam menghasilkan produk baru yang diinginkan publik atau pelanggan, agar eksistensi lembaga ini terus dapat dipertahankan di tengah persaingan.

Inovasi sendiri bukanlah sesuatu yang mudah dilakukan, diperlukan kecerdasan serta kreatifitas dan keunikan yang lebih dan memberikan *value-added*. Kreatifitas (keunikan) dalam praktek dan konsep dapat diwujudkan dengan keunikan yang ada pada diri praktisinya (manusianya) itu sendiri, karena pada dasarnya semua manusia itu unik maka mewujudkan konsep TIM yang berdasarkan pada kreativitas dan keunikan untuk mensinergikan beberapa elemen bukanlah sesuatu yang tidak mungkin dilakukan, selaras dengan firman Allah Subhanahu wa ta'ala *"....Kemudian Kami jadikan dia (manusia) makhluk yang unik."*. Jadi, konsep TIM ini sebenarnya konsep yang

berbasis pada fitroh manusia itu sendiri-yaitu unik, yang tentunya sangat cocok dan dapat dikembangkan kedepannya. Karena konsep TIM ini berbasis inovasi yang membutuhkan kreatifitas dalam pelaksanaannya, maka mustahil paradigma baru ini dapat dijalankan tanpa usaha dan usaha untuk berfikir bagaimana mensinergikan faktor-faktor yang mempengaruhi. Kewajiban untuk berfikir ini sejalan dengan perintah Alloh Subhanahu wa ta'ala"

وَاعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا وَلَا تَفَرَّقُوا ۚ وَاذْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ عَلَيْكُمْ إِذْ كُنْتُمْ أَعْدَاءً فَأَلَّفَ بَيْنَ قُلُوبِكُمْ فَأَصْبَحْتُمْ بِنِعْمَتِهِ إِخْوَانًا وَكُنْتُمْ عَلَىٰ شَفَا حُفْرَةٍ مِنَ النَّارِ فَأَنْقَذَكُمْ مِنْهَا ۗ كَذَٰلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ آيَاتِهِ لَعَلَّكُمْ تَهْتَدُونَ

Artinya:

"Dan berpeganglah kamu semuanya kepada tali (agama) Allah, dan janganlah kamu bercerai berai, dan ingatlah akan nikmat Allah kepadamu ketika kamu dahulu (masa Jahiliyah) bermusuh-musuhan, maka Allah mempersatukan hatimu, lalu menjadilah kamu karena nikmat Allah, orang-orang yang bersaudara; dan kamu telah berada di tepi jurang neraka, lalu Allah menyelamatkan kamu dari padanya. Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepadamu, agar kamu mendapat petunjuk". (Surat Ali Imron: 103)

يَسْأَلُونَكَ عَنِ الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ ۖ قُلْ فِيهِمَا إِثْمٌ كَبِيرٌ وَمَنَافِعُ لِلنَّاسِ وَإِثْمُهُمَا أَكْبَرُ مِنْ نَفْعِهِمَا ۗ وَيَسْأَلُونَكَ مَاذَا يُنْفِقُونَ قُلِ الْعَفْوَ ۗ كَذَٰلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمُ الْآيَاتِ لَعَلَّكُمْ تَتَفَكَّرُونَ

Artinya: *"Mereka bertanya kepadamu tentang khamar dan judi. Katakanlah: Pada keduanya terdapat dosa yang besar dan beberapa manfaat bagi manusia, tetapi dosa keduanya lebih besar dari manfaatnya". Dan mereka bertanya kepadamu apa yang mereka nafkahkan. Katakanlah: "Yang lebih dari keperluan". Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepadamu supaya kamu berfikir,* (Surat Al Baqarah: 219)

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah penulis paparkan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. **Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Dalam Menggunakan Produk Pada PT. BRI Syariah Kantor Cabang Bengkulu**

   a. Tabungan BRISyariah iB, sebelum adanya inovasi, untuk menggunakan produk Tabungan BRI Syariah iB ini menggunakan proses yang cukup rumit seperti blanko yang harus diisi banyak, persyaratan juga banyak seperti surat keterangan dari RT, tetapi sekarang sudah ada inovasi baru dimana proses dan prosedur lebih mudah dibandingkan dengan dulu. Persyaratan hanya KTP saja.

   b. Tabungan Haji BRISyariah iB, sudah ada inovasi yaitu sudah diberikan ATM untuk mempermudah transaksi, mendapatkan souvenir berupa perengkapan ibadah haji, gratis asuransi jiwa dan kecelakaan diri

   c. Deposito BRISyariah iB, adapun inovasi pada produk ini dimana dulunya jangka waktu pengambilan deposito hanya ada satu tahun dan enam bulan, tetapi dengan adanya inovasi maka waktu pengambilan dirubah menjadi 2 bulan.

d. Gadai BRISyariah iB, adapun inovasi pada produk ini yaitu jangka waktu pinjaman dapat diperpanjang 2 kali, Fleksibilitas dalam pelunasan sesuai kemampuan, Dapat dilunasi sebelum jatuh tempo tanpa biaya penalty, Penyimpanan yang aman dan berasuransi syariah serta Mendapat Sertifikat Gadai Syariah (SGS) sebagai bukti Gadai.

e. KKB BRISyariah iB, sebelum adanya inovasi, produk ini menggunakan margin 1 % tetapi setelah adanya inovasi baru maka margin berubah menjadi 0,9 %

2. **Kendala Dalam Menginovasi Produk Pada PT. BRI Syariah Kantor Cabang Bengkulu**

Kendala yang dihadapi oleh BRI Syariah ketika adanya inovasi produk yaitu kurangnya sosialisasi Bank kepada nasabah tentang inovasi Produk produk yangtelah dilakukan dan nasabah yang kurang komperatif.

B. Saran

1. Diharapkan peneliti lain selanjutnya meneliti tentang permasalahan lain yang berhubungan dengan inovasi produk bank syariah.
2. Bagi Pihak BRI Syariahagar bisa mempertahankan inovasi produk yang ada dan terus melakukan inovasi yang sudah mereka terapkan kepada nasabah agar nasabah lebih tertarik menggunakan produk mereka.
3. Bagi karyawan bank agar lebih menjelaskan bagaimana sistem yang ada setelah adanya inovasi agar nasabah lebih mengerti

DAFTAR PUSTAKA

Abin Syamsudin. *Psikologi Kependidikan.* Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2009

Agus Sujanto. *Psikologi Umum*. Jakarta: PT. Rineka Cipta. 2004

Alma, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta. 2008

Andi Mappiere, *Psikolog Orang Dewasa bagi Penyesuaian dan Pendidikan*, Surabaya: UsahaOffsite Printing. 2004

Basu Swastha Dharmmesta dan T. Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta:BPFE. 2014

Didik Harjadi, dan Fatmasari Dewi. *WOM Communication sebagai Alternatif Kreatif dalam Komunikasi Pemasaran.* Yogyakarta: Medpress. 2008

Komarudin, *Kamus Perbankan*. Jakarta: Grafindo. 2004

Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran* Jilid 1. Jakarta: Prenhalindo. 2012

Malayu, Hasibuan. *Dasar-dasar Perbankan***.** Jakarta:Bumi Aksara. 2008

Muhammad. *Sistem dan Prosedur Operasional Bank Syariah*, Cet. 1. Yogyakarta: UII Press. 2014.

Muhammad, Djumhana. *Hukum Perbankan di* Indonesia. Bandung: Citra Aditya Bhakti. 2016.

Malayu, Hasibuan. *Dasar-dasar Perbankan***.** Jakarta: Bumi Aksara. 2015.

Nasir, Moh. *Metode Penelitian.* Bandung: Mizan.2016

Richard L, Era Baru Manajemen, Edisi 9, Buku 2. Jakarta: Salemba Empat. 2010

Savanna. 2015. *Investigating the Role of Keinovatifan produk on Site Selection for Traditionaland Virtual Event Venues: A Comparative Study.* (International Journal Economic).

Siagian, Sondang. *Manajemen Strategik*. Jakarta : Bumi Aksara. 2004

Stefhani. *Analisis Kualitas Layanan, Keinovatifan produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Sinarmas Bitung.* (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado). 2016

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta. 2013)

Wanly. Pengaruh *Keinovatifan produk*Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Komitmen Nasabah Tabungan Pada Bank Sulutgo Manado. (Jurnal EMBA Vol. 6 No.3 Juli 2018)

Yulita Sari. *Strategi pengembanagn produk pada bank syariah dalam meningkatkan kualitas pembiayaan murabahah.* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Perbanakn SyariahInstitut Agama Islam Negeri Raden Intan). 2016