



AL-QARDHU: JURNAL EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

VOL. 3, NO. 1, September 2024

Jl. TGKH M. Zainuddin Abdul Majid No. 134 Pancor, Kec. Selong

Kab. Lombok Timur Nusa Tenggara Barat

<https://jurnal.iaihpancor.ac.id/index.php/alqardhu>

DOI: 10.37216/alqardhu.v3i01.1641

Analisis Model Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Di BMT Tunas Harapan Syariah

Muhammad Sapwan

Institut Agama Islam Hamzanwadi Pancor Lombok Timur

Email: m.safwan@gmail.com

Abstract

The aim of this research is to determine the product innovation model in increasing customer interest in BMT Tunas Harapan Syariah. To find out more deeply, what innovation models are used by BMT to increase customer loyalty. Researchers also used qualitative research methods, where the research results showed that the existing innovation model at Tunas Harapan Syariah showed that the procedures and processes were easier. Where customers are pampered by BMT both in terms of service system and so on. There are three products innovated by BMT, such as: education savings, marriage savings, qurban savings. Where in these three products innovation was carried out by providing bonuses which created improvements both in terms of customers and improvements for BMT. The obstacles experienced in innovating products at BMT Tunas Harapan Syariah are the old system so that customers do not know and do not understand the system.

Keywords: Product, innovation and customer interest

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui model inovasi produk dalam meningkatkan minat nasabah di bmt tunas harapan syariah. Untuk mengetahui lebih mendalam, apa saja model inovasi yang digunakan oleh bmt agar loyalitas nasabah semakin meningkat. Peneliti juga menggunakan metode penelitian kualitatif, dimana hasil penelitian yang di dapatkan bahwa model inovasi yang ada di bmt tunas harapan syariah menunjukkan bahwa prosedur dan prosesnya lebih mudah. Dimana nasabah dimanjakan oleh pihak bmt baik dari segi sistem pelayanan dan lain sebagainya. Adapun tiga produk yang diinovasikan oleh bmt seperti: tabungan pendidikan, tabungan pernikahan, tabungan qurban. Dimana dalam tiga produk tersebut dilakukan penginovasian dengan diadakannya bonus yang membuat peningkatan baik dari segi nasabah dan peningkatan bagi pihak bmt. Adapun kendala yang dialami dalam menginovasikan produk di bmt tunas harapan syariah yaitu sistem yang lama sehingga nasabah belum mengetahui dan belum memahami sistem tersebut.

Kata kunci : Inovasi produk, minat nasabah

Pendahuluan

Dengan perkembangan zaman dan arus globalisasi, semakin banyak juga perkembangan dan kemajuan yang terjadi dalam Lembaga Keuangan. Lembaga keuangan merupakan istilah dari bahasa Inggris *Financial Institution*. Sebagai badan usaha, lembaga keuangan menjalankan usahanya di bidang jasa keuangan, baik penyediaan dana untuk membiayai usaha produktif maupun konsumtif, atau jasa keuangan.¹ Adapun Industri Keuangan non Bank atau biasa disingkat dengan istilah IKNB, terdiri dari asuransi, pembiayaan modal ventura, pegadaian, dana pensiun, lembaga keuangan mikro (LKM), lembaga pembiayaan ekspor Indonesia (LPEI), dan sarana multi infrastruktur (SMI). Industri Keuangan non Bank adalah industri keuangan di luar perbankan dan pasar modal yang menawarkan produk keuangan kepada masyarakat dan menarik dana dari masyarakat secara tidak langsung.

¹ Sunaryo, "Hukum Lembaga Pembiayaan", (Sinar Grafika, Jakarta. 2013). hlm.2



AL-QARDHU: JURNAL EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

VOL. 3, NO. 1, September 2024

Jl. TGKH M. Zainuddin Abdul Majid No. 134 Pancor, Kec. Selong

Kab. Lombok Timur Nusa Tenggara Barat

<https://jurnal.iaihpancor.ac.id/index.php/alqardhu>

DOI: 10.37216/alqardhu.v3i01.1641

Industri Keuangan non Bank memiliki peran dalam perekonomian yaitu pembiayaan, proteksi atas kerugian keuangan, penyertaan modal sementara, investasi, dan bantuan likuiditas, serta ada sekitar 140 perusahaan IKNB. IKNB Syariah adalah bidang kegiatan yang berkaitan dengan aktivitas di industri asuransi, dana pensiun, lembaga pembiayaan, dan lembaga jasa keuangan lainnya, yang dalam pelaksanaannya tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah.²

Lembaga keuangan syariah adalah lembaga keuangan yang dijalankan berdasarkan prinsip syariah baik dari produk ataupun akad yang digunakan berdasarkan Al-Qur'an dan Hadist. Awal mula lembaga keuangan syariah berkembang di negara-negara Islam termasuk di Indonesia yang terkenal dengan mayoritas muslim. Sejak awal tahun 1980-an sering didiskusikan terkait lembaga keuangan syariah itu sebagai pilar ekonomi Islam, akan tetapi untuk prakarsa pendirian lembaga syariah itu dimulai ditahun 1990-an. Uji coba sering dilakukan dengan mendirikan *Baitul Tamwil* dan koperasi diberbagai daerah.³

Perkembangan BMT ini tak terlepas dari dukungan pemerintah dan lembaga terkait lainnya. Pemerintah misalnya, melalui UU no. 1 tahun 2013 tentang lembaga keuangan mikro, memberikan payung hukum atas keberadaan BMT di tengah-tengah masyarakat. Begitu juga dengan OJK (Otoritas Jasa Keuangan) telah mengeluarkan aturan khusus mengenai perizinan dan kegiatan usaha BMT. Bahkan, semenjak awal, lembaga keuangan lainnya seperti PINBUK (Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil) juga telah mewadahi untuk perlindungan terhadap BMT yang ada di seluruh wilayah Indonesia.

Baitul Maal wat Tamwil (selanjutnya disebut BMT) diadopsi dari bahasa Arab yang merupakan gabungan dari *Baitul Maal* dan *Baitul Tamwil*. *Baitul Maal* berarti rumah harta (terjemahan Harfiah) sedangkan *Baitul Tamwil* berarti rumah kelola (pengolahan). Jika keduanya digabung, maka *Baitul Maal wat Tamwil* berarti rumah tempat mengelola harta. Dalam hal BMT sebagai rumah tempat mengelola harta ini, maka dapat juga didefinisikan bahwa BMT adalah suatu lembaga yang memiliki kegiatan menghimpun dan menyalurkan harta (uang) dari dan untuk masyarakat. Fungsi BMT sebagai *Baitul Maal* dapat tercermin pada kerja BMT sebagai lembaga sosial dalam hal pengelolaan harta yang bersumber dari dana zakat, Infak dan Sedekah. Sedangkan fungsi BMT sebagai lembaga bisnis dapat terlihat pada *Baitul Tamwil*nya, dimana BMT juga mengembangkan pola Simpanan dan Pembiayaan layaknya seperti yang terdapat pada lembaga keuangan Bank.⁴

Sebagai lembaga keuangan yang bergerak di bawah prinsip-prinsip syariah seperti *baitul tamwil*, maka pada saat ini akan di hadapkan dengan persaingan-persaingan yang sangat ketat baik dari lembaga keuangan syariah maupun dari lembaga konvensional, yang dimana akan menuntut dari pihak-pihak lembaga untuk melakukan inovasi-inovasi produk yang baru, guna untuk meningkatkan minat

² Joko Robi Prasetyo, Supriyanto dan Budi Sukardi, "Penguatan Financial Performance dan Poverty Reduction Melalui Literasi Keuangan di Industri Keuangan Non Bank (IKNB) Syariah Pada Masyarakat Jawa Tengah", dalam *jurnal of Finance and Islami Banking*, (Vol. 2 No. 2 July-December 2019). hlm. 221

³ Muhammad Syafi'i Antonio, "Bank Syariah dari teori ke praktik", (Gema Insani, Jakarta 2001). hlm. 25.

⁴ Syukri Iska dan Ifelda Nengsih, "Manajemen Lembaga Keuangan Syariah Non Bank", dalam *jurnal Manajemen Lembaga Keuangan Syariah Non Bank*, 1, Juli (2016). hlm. 1.2.



AL-QARDHU: JURNAL EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

VOL. 3, NO. 1, September 2024

Jl. TGKH M. Zainuddin Abdul Majid No. 134 Pancor, Kec. Selong

Kab. Lombok Timur Nusa Tenggara Barat

<https://jurnal.iaihpancor.ac.id/index.php/alqardhu>

DOI: 10.37216/alqardhu.v3i01.1641

masyarakat untuk menggunakan produk- produk yang di tawarkan. Setiap lembaga perusahaan dituntut untuk selalu mengerti dan memahami apa yang terjadi di pasar dan apa yang menjadi keinginan konsumen, serta perubahan yang ada agar mampu bersaing dengan pihak pesaing. Perubahan disini terkait dengan bagaimana perusahaan berinovasi untuk menjawab apa yang menjadi keinginan konsumen.

Perkembangan BMT Tunas harapan syariah yang di kutip langsung oleh manager, bahwa kondisi pada BMT selama covid mengalami penurunan. Dimana solusi yang dilakukan oleh pihak manager yaitu dengan tidak meliburkan lembaga keuangan tersebut, karna yang kita ketahui bahwa dimasa pandemi baik lembaga atau perusahaan yang lain dibatasi untuk beroperasi pada saat ini, tapi tidak dengan BMT ini malah sebaliknya dengan tetap membuka BMT tersebut. Disebutkan juga alasan mengapa dimasa pandemi pihak lembaga tetap membuka BMT, karena ditakutkan semakin menumpuknya penarikan pembiayaan (penarikan pembiayaan full) diakibatkan karna dibatasinya lembaga untuk beroperasi, oleh karena itu lembaga tetap buka pada masa pandemi agar penarikan dan pengeluaran menjadi stabil.⁵

Adapun produk-produk yang ada di BMT tunas harapan syariah tersebut yang sudah diinovasi, dimana inovasi ini dilakukan untuk meningkatkan minat dan kepercayaan masyarakat karna keadaan pandemi membuat menurunnya minat nasabah maka, pihak lembaga melakukan setrategi dengan melakukan inovasi produk seperti yang sekarang ada produk simpanan pendidikan, pembiayaan menabung seadanya dan yang terbaru yaitu gadai emas, dimana yang dikatakan langsung oleh manager bahwa di produk gadai emas tersebut nasabah akan mendapatkan bonus di awal.⁶

Memanfaatkan pesat dan semakin canggihnya teknologi informasi, muncul banyaknya inovasi dalam lembaga keuangan non bank seperti hadirnya *Financial Technology* (selanjutnya disebut *Fintech*) yang berkembang di Indonesia akhir-akhir ini. *Fintech* adalah sebuah inovasi layanan dalam lembaga keuangan non bank yang memanfaatkan teknologi informasi sebagai alat untuk menjangkau konsumennya. Menurut Muliaman D. Hadad, Ph.D *Fintech* merupakan Sebuah inovasi berhasil mentransformasi suatu sistem atau pasar yang eksisting, dengan memperkenalkan kepraktisan, kemudahan akses, kenyamanan, dan biaya yang ekonomis.⁷

Dengan melakukan inovasi, perusahaan berharap untuk dapat menciptakan produk yang benar-benar baru atau lain dari yang sebelumnya atau membuat produk yang merupakan perbaikan dari produk yang telah ada sebelumnya. Dalam menggunakan produk, konsumen juga memperhatikan apakah produk yang dipilih memiliki nilai tambah atau kelebihan dibandingkan dengan produk lain yang sejenis. Keinginan inilah yang harus dimengerti oleh lembaga sebagai landasan untuk melakukan proses inovasi. Perkembangan inovasi yang berhasil akan menjadi strategi

⁵ Ramdhan, wawancara tentang perkembangan BMT Tunas Harapan Syariah, (Kamis, 12, 2021).

⁶ Ramdan, wawancara tentang inovasi produk di BMT tunas harapan syariah, (Sabtu, 14, Agustus, 2021).

⁷ I Wayan Bagus Pramana, Ida Bagus Putra Atmadja, dan Ida Bagus Putu Utama, "Peranan Otoritas Jasa Keuangan Dalam Mengawasi Lembaga Keuangan Non Bank Berbasis *Financial Technology* Jenis *Peer To Peer Lending*", Universitas Udayana, hlm. 3.



AL-QARDHU: JURNAL EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

VOL. 3, NO. 1, September 2024

Jl. TGKH M. Zainuddin Abdul Majid No. 134 Pancor, Kec. Selong

Kab. Lombok Timur Nusa Tenggara Barat

<https://jurnal.iaihpancor.ac.id/index.php/alqardhu>

DOI: 10.37216/alqardhu.v3i01.1641

yang tepat untuk mempertahankan kedudukan produk di pasar, karena sebagian besar dari produk pesaing tampil statis dari tahun ke tahun.⁸

Inovasi produk bisa disamakan dengan pemandangan. Hal ini termasuk fasilitas eksterior (desain eksterior, parkir, serta lingkungan). Serta fasilitas interior (interior desain, dekorasi, peralatan, tata letak, kualitas udara, suhu dan suasana. Dengan begitu nasabah atau pelanggan akan merasa nyaman ketika inovasi produk yang ada di perusahaan sudah memenuhi standard.⁹

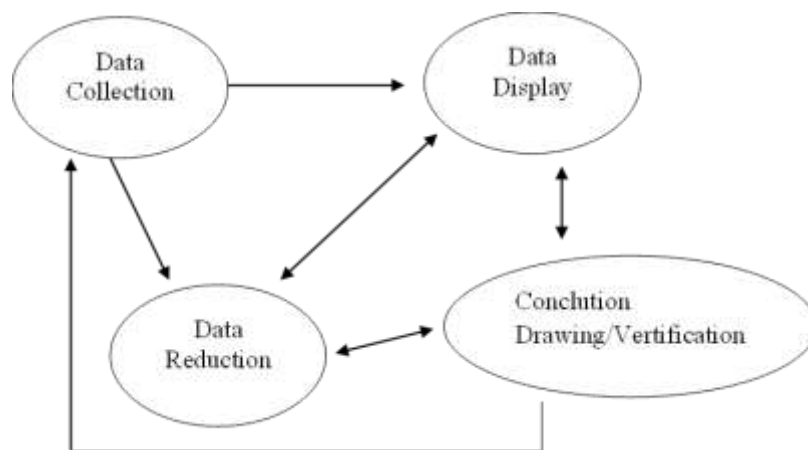
Berdasarkan uraian tersebut, maka pada penelitian ini saya akan menganalisis bagaimana model inovasi produk-produk yang di tawarkan oleh pihak lembaga keuangan syariah khususnya pada BMT (*baitul maal tamwil*) untuk meningkatkan minat nasabah menggunakan produk yang di tawarkan, dengan menganalisis model inovasi yang ada di BMT Tunas Harapan Syariah membuat saya tertarik untuk mengangkat judul tersebut apakah dengan adanya inovasi yang dilakukan bisa meningkatkan minat nasabah di BMT tersebut sebagaimana yang saya lihat semakin banyaknya lembaga keuangan pada saat ini.

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Instrumen kunci pada penelitian ini adalah peneliti sendiri yang berfungsi sebagai pengumpul data, mencari informan untuk menjadi sumber data dan menetapkan fokus penelitian. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Dalam pemilihan/penentuan informan peneliti menggunakan metode *purposive sampling*. *Purposive Sampling* (Sampel Bertujuan). Artinya, peneliti tidak memberikan kesempatan yang sama kepada seluruh populasi, melainkan menetapkan kriteria dan karakteristik khusus yang wajib dipenuhi oleh calon responden agar data yang didapatkan sesuai dan benar-benar relevan dengan tujuan dan ruang lingkup penelitian.

Model analisis data interaktif Miles & Huberman. Ada empat tahapan dalam model analisis ini, yaitu pengumpulan data, reduksi data, tampilan data (*data display*), dan penarikan kesimpulan (*verification*).

Gambar 1
Analisis Kualitatif Miles dan Huberman



⁸ Agung Raharjo Wibowo Kusumo, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Inovasi Produk Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Pemasaran", (2006). hlm. 1

⁹ Kotler, Philip, "Manajemen Pemasaran Jilid 1", (Jakarta: Prenhalindo, 2012). hlm. 223



AL-QARDHU: JURNAL EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

VOL. 3, NO. 1, September 2024

Jl. TGKH M. Zainuddin Abdul Majid No. 134 Pancor, Kec. Selong

Kab. Lombok Timur Nusa Tenggara Barat

<https://jurnal.iaihpancor.ac.id/index.php/alqardhu>

DOI: 10.37216/alqardhu.v3i01.1641

Dalam penelitian ini, validitas diuji melalui uji kredibilitas, dengan teknik triangulasi untuk membandingkan berbagai sumber data serta kecukupan bahan referensi guna memastikan data yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan. Pelaksanaan teknik pemeriksaan didasarkan atas sejumlah kriteria tertentu. Ada 4 kriteria yang digunakan, yaitu derajat kepercayaan (*credibility*), keteralihan (*transferability*), kebergantungan (*dependability*), dan kepastian (*confirmability*).

Hasil dan Pembahasan

Model Inovasi Produk Di BMT Tunas Harapan Syariah Dalam Meningkatkan Minat Nasabah

Inovasi produk pada BMT Tunas Harapan Syariah sangat penting karena persaingan antar lembaga semakin ketat dan pasar antar lembaga dipenuhi produk-produk yang hampir homogen. Apalagi suatu produk lembaga mempunyai siklus hidup, dari tahap pengenalan (*introduction*) sampai penurunan. Artinya produk lembaga keuangan ada yang mempunyai umur terbatas. Lembaga BMT pun tidak dapat lepas dari kewajiban melakukan inovasi produk. Produk-produk BMT harus bisa memenuhi kebutuhan masyarakat Sebagai industri yang pada tahap pertumbuhan, lembaga BMT harus banyak berinovasi, terus menerus. Secara garis besar, inovasi produk dipengaruhi perubahan selera pasar, kemajuan teknologi dan kondisi ekonomi.

Nasabah mempunyai selera yang senantiasa berubah sesuai trend, gaya hidup, nilai sosial budaya dan globalisasi. Teknologi akan membuat bundling produk yang lebih modern dan praktis. Sedangkan kondisi ekonomi mempengaruhi strategi bisnis lembaga BMT misalnya dalam keadaan resesi, lembaga-lembaga fokus ke sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Poin penting dalam berinovasi, lembaga BMT harus melakukan riset dan berkaca di mana segmen pasarnya. Disinilah perlunya positioning produk lembaga. Positioning yang jelas akan mengarahkan inovasi agar tidak salah sasaran.

Inovasi produk BMT Tunas Harapan Syariah juga harus bersandar pada prinsip syariah. Prinsip syariah-lah yang membedakan lembaga BMT dengan lembaga konvensional. Dimana lembaga BMT melarang adanya unsur spekulasi (*gharar*), judi (*maysir*), bunga (*riba*), *zalim*, dana suap (*risywah*), barang haram dan maksiat dalam kontrak transaksi syariah. Pada inovasi produk yang dilakukan adalah menunjukkan keunggulan relatif 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.

Semakin inovatif lembaga BMT membuat produk semakin cepat pula pasar berkembang. Maka, lemahnya inovasi produk BMT bagaimanapun berimbas secara signifikan kepada lambatnya pengembangan pasar di daerah tersebut. Dimana inovasi model produk di BMT tidak semata-mata hanya mengeluarkan ide-ide untuk melakukan inovasi akan tetapi perlu suvey atau sosialisasi dengan memberikan pengertian kepada masyarakat akan inovasi tersebut. Dengan memberikan banyak keuntungan baik dari masyarakat atau pihak BMT dan juga melihat situasi pada saat itu. Apakah dengan



AL-QARDHU: JURNAL EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

VOL. 3, NO. 1, September 2024

Jl. TGKH M. Zainuddin Abdul Majid No. 134 Pancor, Kec. Selong

Kab. Lombok Timur Nusa Tenggara Barat

<https://jurnal.iaihpancor.ac.id/index.php/alqardhu>

DOI: 10.37216/alqardhu.v3i01.1641

dikeluarkannya produk inovasi tersebut memberikan dampak yang baik bagi kedua belah pihak atau malah sebaliknya.

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.¹⁰ Lemahnya inovasi produk dan pengembangan pasar lembaga BMT harus segera diatasi, agar akselerasi pengembangan lembaga lebih cepat. Inovasi produk diperlukan agar BMT bisa lebih optimal dalam memanfaatkan fenomena global. Karena itu harus melakukan inisiatif akselerasi luar biasa dalam pengembangan pasar dan pengembangan produk.

Ketercobaan (*trialability*) Merupakan tingkat apakah suatu inovasi dapat dicoba terlebih dahulu atau harus terikat untuk menggunakannya. Suatu inovasi dapat diuji cobakan pada keadaan sesungguhnya, inovasi pada umumnya lebih cepat diadopsi. Untuk lebih mempercepat proses adopsi, maka suatu inovasi harus mampu menunjukkan keunggulannya.¹¹

Kekompleksan (*complexity*), adalah tingkat dimana inovasi dirasa sulit untuk digunakan. Semakin kompleks 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. Inovasi produk yang menjadi kunci lembaga BMT untuk lebih bermanfaat, kompetitif dan lebih berkembang dengan cepat sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Inovasi produk harus menjadi strategi prioritas bagi BMT, karena inovasi memiliki peran penting dalam merambah dan menguasai pasar yang selalu berubah. Untuk itu, industri BMT dituntut melakukan pengembangan, kreativitas dan inovasi-inovasi produk baru.

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, BMT Tunas Harapan Syariah dapat membangun hubungan kerja sama dengan lembaga-lembaga keuangan lainnya. Seperti yang dikutip langsung oleh manager BMT Tunas Harapan Syariah bahwa BMT Tunas Harapan Syariah melakukan kerja sama dengan lembaga keuangan seperti bank NTB.¹² Jadi di mana intinya kenapa dilakukan inovasi pada BMT yaitu guna meningkatkan minat nasabah atau menarik minat masyarakat untuk melakukan pembiayaan pada BMT tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara kepada Bapak Ramdhan selaku manager cabang BMT Tunas Harapan Syariah dan karyawan-karyawan BMT Tunas Harapan Syariah bahwa produk BMT Tunas Harapan Syariah telah melakukan inovasi terhadap beberapa produk seperti berikut ini:¹³

1. Tabungan Siswa (Simpanan Pendidikan) BMT Tunas Harapan Syariah

¹⁰ Basu Swastha Dharmmesta dan Hani Handoko, "Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen," (Yogyakarta:BPFE, 2014), hlm. 99

¹¹ Basu Swastha Dharmmesta dan Hani Handoko "Manajemen pemasaran analisis perilaku konsumen...", hlm. 99

¹² Ramdhan manager BMT Tunas Harapan Syariah pada tanggal 04 november 2021

¹³ Wawancara kepada bapak ramdhan dan bapak aziz BMT Tunas Harapan Syariah pada tanggal 01 november 2021



AL-QARDHU: JURNAL EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

VOL. 3, NO. 1, September 2024

Jl. TGKH M. Zainuddin Abdul Majid No. 134 Pancor, Kec. Selong

Kab. Lombok Timur Nusa Tenggara Barat

<https://jurnal.iaihpancor.ac.id/index.php/alqardhu>

DOI: 10.37216/alqardhu.v3i01.1641

Simpanan merupakan dana yang dipercayakan oleh masyarakat kepada bank berdasarkan perjanjian penyimpanan dana dalam bentuk giro, deposit, sertifikat deposit, tabungan dan bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu. Tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan atau alat lainnya yang dipersamakan itu.¹⁴ Tabungan siswa adalah tabungan yang dikeluarkan oleh para siswa pada saat masuk sekolah dan tabungan siswa dapat diambil pada saat pengambilan raport saja. Biaya pendidikan semakin mahal. Dengan simpanan ini masyarakat bisa menyisihkan pendapatan untuk persiapan biaya pendidikan keluarganya. Sehingga cita-cita untuk meneruskan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi bisa terwujud dengan persiapan matang sehingga mendapatkan prestasi gemilang. Dimana tabungan siswa adalah inovasi yang dilakukan BMT Tunas Harapan Syariah dalam meningkatkan nasabah karena kebanyakan orang tua dari para siswa lebih memilih menabung di BMT karena banyak keuntungan dan beasiswa yang diperoleh siswa untuk melanjutkan pendidikan mereka. Adapun beberapa pendapat dari bapak ramdhan selaku meneger dan bapak Aziz selaku karyawan BMT Tunas Harapan Syariah mengenai simpanan pendidikan yakni:

“jadi kalau wali murid menabung disekolah itu setelah penarikan tabungan tersebut kebanyakan wali murid memakai untuk kebutuhan sehari-hari mereka dan kalau mereka menabung disini uang mereka aman dan mendapatkan basil berupa uang dan berbentuk barang ”.¹⁵ “dimana keunggulannya juga misalkan disetiap kenaikan kelas itu sekolah sering mengadakan liburan maka pihak dari lembaga atau BMT yang membiayai mereka ”.¹⁶ “Sebenarnya sama dengan tabungan sekolah yang ada disetiap sekolah namun yang ada diBMT memberikan keuntungan baik yang melakukan per orang atau per kelompok seandainya menggunakan kelompok maka keuntungannya didapatkan atas nama yang menabung tersebut”

Menurut kamus umum bahasa Indonesia, penerapan adalah hal, cara atau hasil. Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa penerapan merupakan sebuah tindakan yang dilakukan baik secara individu maupun kelompok dengan maksud untuk mencapai tujuan yang telah dirumuskan. Adapun unsur-unsur penerapan meliputi : ¹⁷ Adanya program yang dilaksanakan, Adanya kelompok target, yaitu masyarakat yang menjadi sasaran dan diharapkan akan menerima

¹⁴ Adiwarman A. Karim, “ *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*”, (Jakarta: RajawaliPers, 2009), hlm. 297

¹⁵ Wawancara kepada bapak Ramdahan, maneger BMT Tunas Harapan Syariah pada tanggal 01, November 2021

¹⁶ Wawancara kepada bapak Aziz karyawan BMT Tunas Harapan Syariah pada tanggal 01, November 2021

¹⁷Badudu dan Zain, “ *Kamus Umum Bahasa Indonesia*”, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan,1996), hlm. 1044



AL-QARDHU: JURNAL EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

VOL. 3, NO. 1, September 2024

Jl. TGKH M. Zainuddin Abdul Majid No. 134 Pancor, Kec. Selong

Kab. Lombok Timur Nusa Tenggara Barat

<https://jurnal.iaihpancor.ac.id/index.php/alqardhu>

DOI: 10.37216/alqardhu.v3i01.1641

manfaat dari program tersebut dan adanya pelaksanaan, baik organisasi atau perorangan yang bertanggung jawab dalam pengelolaan, pelaksanaan maupun pengawasan dari proses penerapan tersebut.¹⁸

2. Tabungan Walimah (Pernikahan)

Tabungan pernikahan ialah tabungan yang dilakukan oleh nasabah yang ingin dan belum menikah serta memiliki rencana untuk menikah. Tabungan ini memiliki manfaat untuk nasabah yang apabila esok akan melaksanakan pernikahan. Tabungan ini tentu saja membantu nasabah yang nantinya sangat membutuhkan biaya untuk menikah. Simpanan *walimah* adalah tabungan yang kegunaannya untuk keperluan resepsi (pernikahan, khitanan dan lain sebagainya).¹⁹ Adapun pendapat bapak ramdhan dan karyawan BMT Tunas Harapan Syariah mengenai tabungan walimah yakni:

jadi walimah ini sama halnya dengan deposito persentasenya (pembagian) sama hanya bisa diambil ketika nasabah H-1 pernikahannya. Misalkan nasabah yang melakukan walimah mempunyai target menikah tahun 2023 maka mereka melakukan walimah dari tahun sebelumnya.²⁰ “maka tabungan nya dihitung dari berapa pengendapannya misalkan mereka punya target menikah 2022 dan diambil 2021 maka dihitung pengendapannya.²¹ “karena ditabungan walimah ini tetap mendapatkan keuntungan dari pihak BMT. Misalkan tabungan mereka mengendap satu tahun maka akan mendapatkan keuntungan tergantung berapa pengendapan tabungan mereka. “²² “jadi akad yang digunakan ditabungan walimah ini yaitu menggunakan akad wadiah (titipan) yang dimana bisa diambil kapan saja.”

3. Tabungan Qurban

Tabungan hari raya qurban pada prinsipnya sama seperti tabungan hari raya idul fitri yaitu pengambilan hanya bisa dilakukan pada saat menjelang perayaan hari raya qurban. Qurban dalam Bahasa Arab artinya dekat berasal dari Bahasa “*qorob*” yang berarti mendekati. Maksudnya mendekatkan diri kepada Allah SWT. Dalam pengertian termonologi fiqih, qurban adalah penyembelihan hewan tertentu dengan niat mendekatkan diri kepada Allah SWT pada masa-masa tertentu. Penyembelihan pada hari raya Idul Adha dan tiga hari setelahnya dalam rangka mensyiarkan hari

¹⁸ Solichin Abdul Wahab, “*Analisis Kebijakan Negara*”, (Jakarta: Rineka Cipta, 1990), hlm. 45

¹⁹ Mirnawati, “pengaruh periklanan dan personal selling terhadap peningkatan minat masyarakat memilih produk tabungan pada BMT fauzan azhima” (20, juli, 2019). hlm. 30

²⁰ Wawancara kepada bapak Ramdhan manajer BMT Tunas Harapan Syariah pada tanggal 01 november 2021.

²¹ Wawancara kepada bapak Aziz karyawan BMT Tunas Harapan Syariah pada tanggal 01 november 2021

²² Wawancara kepada bapak Ramdhan manajer BMT Tunas Harapan Syariah pada tanggal 01 november 2021.



AL-QARDHU: JURNAL EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

VOL. 3, NO. 1, September 2024

Jl. TGKH M. Zainuddin Abdul Majid No. 134 Pancor, Kec. Selong

Kab. Lombok Timur Nusa Tenggara Barat

<https://jurnal.iaihpancor.ac.id/index.php/alqardhu>

DOI: 10.37216/alqardhu.v3i01.1641

raya Idul Adha.²³ Adapun beberapa pendapat yang disampaikan oleh meneger dan beberapa karyawan BMT Tunas Harapan Syariah mengenai tabungan qurban yakni:

“jadi untuk tabungan qurban sama dengan deposito tetap akan mendapatkan bonus dimana bonus akan diberikan kepada nasabah tergantung dari berapa hasil tabungan mereka. Misalkan untuk qurban dalam jangka 12 bulan dan terkumpul 18 jt maka akan mendapatkan basil kurang lebih di kalikan 9% dan tidak ada potongan.”²⁴

Inovasi produk sangat penting karena persaingan antar lembaga sangat ketat dan pasar non bank dipenuhi produkproduk yang hampir homogen. Apalagi suatu produk non bank mempunyai siklus hidup, dari tahap pengenalan (*introduction*) sampai penurunan. Artinya produk non bank ada yang mempunyai umur terbatas. Bank syariah pun tidak dapat lepas dari kewajiban melakukan inovasi produk. Oleh sebab itu maka pihak BMT melakukan inovasi atas produk-produk mereka harus bisa memenuhi kebutuhan masyarakat.

Mengenai 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 misalnya dalam keadaan resesi, bankbank fokus ke sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Poin penting dalam berinovasi, BMT harus melakukan riset dan berkaca di mana segmen pasarnya. Disinilah perlunya positioning produk pada BMT. Positioning yang jelas akan mengarahkan inovasi agar tidak salah sasaran.

Dengan pangsa pasar yang masih kecil, yang penting bagaimana asset pada BMT bisa meningkat sesuai penerimaan pasar. Perlu diingat bahwa proses memasyarakatkan produk BMT perlu waktu. Nanti, seiring dengan naiknya pangsa pasar, dimana kesadaran masyarakat sudah lebih tinggi, barulah masyarakat bisa disuguhi produk-produk BMT yang lebih beragam. Menurut ibu Fitri dan bapak Ramdan:

“Iya setiap adanya produk baru pastinya banyak pertimbangan yang dikaji terlebih dahulu baik itu untuk BMT itu sendiri maupun untuk masyarakat, karena disetiap adanya produk-produk yang baru (diinovasikan) pastinya akan membetrakan sesuatu yang lebih baik daripada produk-produk sebelumnya “²⁵ “Pada dasarnya suatu inovasi produk tentunya lebih baik lagi dari produk yang sudah ada, maka keuntungan yang diberikan harus lebih

²³ Zulfah, “*pengaruh strategi promosi terhadap tabungan qurban dibank syariah mandiri*,”(skripsi konsentrasi perbankan syariah, prodi muammalah,fakultas syariah dan hukum, UIN syarif hidayatulloh, 2010). hlm. 13

²⁴ Wawancara kepada bapak Ramdhan maneger BMT Tunas Harapan Syariah pada tanggal 01 november 2021.

²⁵ Wawancara kepada Baiq Fitri Rahmayanti Karyawan BMT Tunas Harapan Syariah pada tanggal 04 november 2021.



AL-QARDHU: JURNAL EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

VOL. 3, NO. 1, September 2024

Jl. TGKH M. Zainuddin Abdul Majid No. 134 Pancor, Kec. Selong

Kab. Lombok Timur Nusa Tenggara Barat

<https://jurnal.iaihpancor.ac.id/index.php/alqardhu>

DOI: 10.37216/alqardhu.v3i01.1641

daripada produk sebelumnya dan juga harus membuat masyarakat lebih memilih produk tersebut”²⁶ “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.”²⁷ “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”²⁸ “Kita disini menginovasikan produk karena sudah melihat bagaimana keinginan masyarakat dan condongnya kemana, Kita ikuti ketertarikan dan keinginan masyarakat itu seperti apa”

Adapun minat nasabah disini dikukur dengan bagaimana semakin meningkatnya nasabah di BMT Tunas Harapan Syariah seperti yang dikatakan oleh manager dan adapun wawancara ke beberapa nasabah seberapa minat menggunakan inovasi produk tersebut.

“Iya menurut saya produknya semakin berkembang saja. Dulu nya hanya keuntungan tidak terlalu besar, tapi sekarang keuntungan sudah besar.” “iya mungkin karena BMT ingin agar nasabahnya lebih banyak lagi sehingga mereka menawarkan produk yang lebih baik lagi dan menawarkan keuntungan”²⁹ “bagi saya sebenarnya produknya itu sama, hanya saja yang beda itu aturannya saja. Misanya untuk produk pembiayaan, mungkin beda di akadnya. Mereka mencari akad yang lebih membuat nasabah tertarik.”³⁰ “menurut saya sangat bagus karena dimasa seperti ini BMT memberikan banyak keuntungan selaku saya yang melakukan simpanan pendidikan disana kadang BMT memberikan perabotan rumah tangga salah satunya”³¹

Survei yang mana tujuan dari survei untuk mengetahui kondisi lingkungan masyarakat sekitar apakah dengan cara melakukan inovasi tersebut bisa memenuhi apa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Analisis yaitu melihat produk apa yang cocok untuk diinovasikan sesuai dengan apa yang dibutuhkan masyarakat. Studi kelayakan apakah inovasi yang dikeluarkan cocok atau sesuai dengan prosedur-prosedur yang

²⁶ Wawancara kepada bapak Ramdhan manager BMT Tunas Harapan Syariah pada tanggal 04 november 2021

²⁷ Wawancara kepada bapak Ramdhan manager BMT Tunas Harapan Syariah pada tanggal 04 november 2021

²⁸ Wawancara kepada bapak Ramdhan manager BMT Tunas Harapan Syariah pada tanggal 04 november 2021

²⁹ Wawancara kepada ibu Mirna nasabah BMT Tunas Harapan Syariah pada hari rabu, 08 Desember 2021

³⁰ Wawancara kepada bapak suryono kepala sekolah SD 1 PERINGGASELA sekaligus nasabah BMT pada tanggal 08 Desember 2021

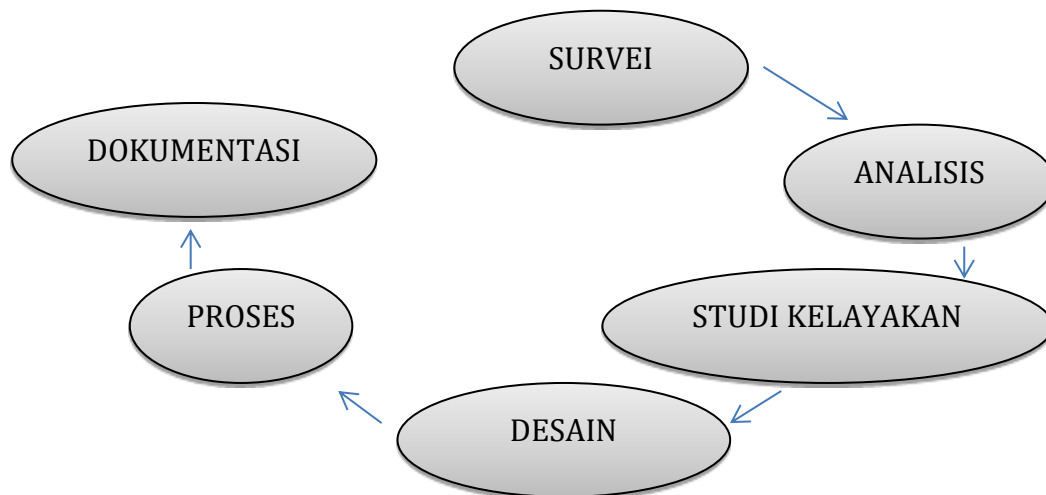
³¹ Wawancara kepada ibu Husna nasabah BMT Tunas Harapan Syariah pada hari rabu, 08 Desember 2021



ada. Baik dari segi hukum atau peraturan yang ada. Desain apakah desain produk ini layak atau jauh lebih bagus dengan desain produk sebelumnya. Proses yaitu apa saja yang dilakukan oleh pihak BMT dalam melakukan proses inovasi contohnya seperti melakukan rapat anggota, studi banding dengan kantor-kantor yang lain. Dokumentasi yaitu menjelaskan kepada masyarakat atau sosialisasi memberikan pemahaman kepada masyarakat dengan adanya inovasi produk yang lebih baik atau lebih bagus dengan produk sebelumnya.

Skema Sistematis Inovasi Produk

Gambar 2
Skema Inovasi Produk



Kendala dalam melakukan inovasi produk di BMT Tunas Harapan Syariah

Kinerja BMT Tunas Harapan Syariah memiliki andil besar bagi perkembangan perekonomian di daerah tersebut. dimana sistem pembiayaan berdasarkan prinsip-prinsip syariah mampu bertahan dan tidak kalah saing dengan lembaga konvensional maupun sesama lembaga syariah. Lembaga keuangan syariah yang pada kasus ini dikhususkan pada lembaga keuangan non bank yang memiliki produk serta layanan yang berbasis syariah tentu saja harus mempunyai system tata kelola yang bisa memastikan bahwa prinsip syariah benar-benar sedang diterapkan padakeseluruhan perusahaan. Dimana yang membedakan tata kelola lembaga syariah dan konvensional terletak pada pengembalian dan pembagian keuntungan yang diberikan oleh nasabah kepada lembaga keuangan dan yang diberikan oleh lembaga keuangan kepada nasabah.

Pangsa pasar lembaga keuangan syariah terbilang masih relatif kecil dibanding lembaga keuangan konvensional, yaitu di kisaran 5 persen. Hal tersebut tak terlepas pula dari masih sedikitnya varian produk di industri keuangan syariah, sehingga produk



AL-QARDHU: JURNAL EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

VOL. 3, NO. 1, September 2024

Jl. TGKH M. Zainuddin Abdul Majid No. 134 Pancor, Kec. Selong

Kab. Lombok Timur Nusa Tenggara Barat

<https://jurnal.iaihpancor.ac.id/index.php/alqardhu>

DOI: 10.37216/alqardhu.v3i01.1641

yang ditawarkan kurang beragam dibanding industri keuangan konvensional. Oleh karena itu, suplai produk keuangan syariah perlu ditingkatkan.³²

Dalam melakukan inovasi produk, BMT Tunas Harapan Syariah menemukan kendala ketika adanya suatu perubahan maka semua yang berhubungan dengan produk tersebut harus dirubah termasuk semua sistem yang ada mulai dari blanko formulir, brosur dan semua administrasi harus dirubah.

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

Adanya lembaga BMT memberikan pilihan bagi masyarakat untuk memperoleh pembiayaan yang tidak hanya bergantung pada satu jenis lembaga dengan produk-produknya, namun masyarakat bebas memilih lembaga dan produk mana yang paling sesuai dengan kapasitas yang dimiliki dan kondisi usaha yang dijalankan. Pada prinsipnya, jika lembaga BMT peka membaca kebutuhan masyarakat berdasarkan pada kondisi geografis, dan mampu memetakan kebutuhan masyarakat berdasarkan sumber pendapatan masyarakat pada wilayah tersebut. Adapun kendala yang dialami seperti yang disampaikan langsung oleh manager yakni:

“Dalam melakukan inovasi produk, BMT menemukan kendala ketika adanya suatu perubahan maka semua yang berhubungan dengan produk tersebut harus dirubah termasuk semua sistem yang ada mulai 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 dan Fatwa Dewan Syariah Nasional dimana apakah sesuai dengan fatwa-fatwa yang ada”.³³

Inovasi sendiri bukanlah sesuatu yang mudah dilakukan, diperlukan kecerdasan serta kreatifitas dan keunikan yang lebih dan memberikan *valueadded*. Kreatifitas (keunikan) dalam praktek dan konsep dapat diwujudkan dengan keunikan yang ada pada diri praktisi (manusianya) itu sendiri, karena pada dasarnya semua manusia itu unik maka mewujudkan konsep TIM yang berdasarkan pada kreativitas dan keunikan

³² Refsi Trijaya, “Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Pada Pt. Bri Syariah Kantor Cabang Bengkulu” ...hal. 51, 54

³³ Wawancara kepada bapak Ramdhan manager BMT Tunas Harapan Syariah pada tanggal 18 november 2021.



AL-QARDHU: JURNAL EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

VOL. 3, NO. 1, September 2024

Jl. TGKH M. Zainuddin Abdul Majid No. 134 Pancor, Kec. Selong

Kab. Lombok Timur Nusa Tenggara Barat

<https://jurnal.iaihpancor.ac.id/index.php/alqardhu>

DOI: 10.37216/alqardhu.v3i01.1641

untuk mensinergikan beberapa elemen bukanlah sesuatu yang tidak mungkin dilakukan. Jadi, konsep TIM ini sebenarnya konsep yang berbasis pada fitrah manusia itu sendiri yaitu unik, yang tentunya sangat cocok dan dapat dikembangkan kedepannya.

Kesimpulan

Tabungan siswa (simpanan pendidikan) adalah Tabungan siswa adalah tabungan yang dikeluarkan oleh para siswa pada saat masuk sekolah dan tabungan siswa dapat diambil pada saat pengambilan rapot saja. Tabungan siswa ini tidak jauh halnya dengan deposito atau investasi dimana tabungan siswa menggunakan jangka waktu yang sudah ditentukan. Dan sekarang sudah dilakukan inovasi dimana bonus yang diberikan baik berupa uang dan bonus lainnya terkadang juga bonus yang diberikan adapun berupa perabot-perabotan rumah tangga, dan ketika sekolah mengadakan liburan akhir tahun maka akan ditanggung oleh pihak bmt yang membuat suatu terketarikannya masyarakat atau nasabah memilih produk tersebut.

Tabungan walimah (pernikahan) dimana tabungan walimah memberikan keuntungan bagi nasabah yang menggunakan produk tersebut untuk keperluan disaat melakukan pernikahan. Dimana inovasinya memberikan bagi hasil kepada nasabah yang menggunakan produk tersebut dengan basil dihitung dari berapa pengendapannya. Tabungan qurban dimana pengambilan hanya bisa diambil disaat hari raya Idul Adha dimana inovasi yang dilakukan bmt Tunas Harapan Syariah sama dengan tabungan walimah yaitu inovasi dengan memberikan bonus kepada yang melakukan tabungan.

Daftar Pustaka

- Adiwarman A. Karim," *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*", (Jakarta: RajawaliPers, 2009)
- Agung Raharjo Wibowo Kusumo," *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Inovasi Produk Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Pemasaran*" ,(2006)
- Badudu dan Zain," *Kamus Umum Bahasa Indonesia*", (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan,1996)
- Basu Swastha Dharmmesta dan Hani Handoko,"*Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*,"(Yogyakarta: BPFE, 2014)
- I Wayan Bagus Pramana, Ida Bagus Putra Atmadja, dan Ida Bagus Putu Utama," *Peranan Otoritas Jasa Keuangan Dalam Mengawasi Lembaga Keuangan Non Bank Berbasis Financial Technology Jenis Peer To Peer Lending*", Universitas Udayana.
- Joko Robi Prasetyo, Supriyanto dan Budi Sukardi," *Penguatan Financial Performance dan Poverty Reduction Melalui Literasi Keuangan di Industri Keuangan Non Bank (IKNB) Syariah Pada Masyarakat Jawa Tengah*",dalam *jurnal of Finance and Islami Banking*,(Vol. 2 No. 2 July-December 2019).
- Kotler, Philip," *Manajemen Pemasaran Jilid 1*", (Jakarta: Prenhalindo, 2012)



AL-QARDHU: JURNAL EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

VOL. 3, NO. 1, September 2024

Jl. TGKH M. Zainuddin Abdul Majid No. 134 Pancor, Kec. Selong

Kab. Lombok Timur Nusa Tenggara Barat

<https://jurnal.iaihpancor.ac.id/index.php/alqardhu>

DOI: 10.37216/alqardhu.v3i01.1641

Mirnawati,"pengaruh periklanan dan peronal selling terhadap penigkatan minat masyarakat memilih produk tabungan pada BMT fauzan azhima"(20,juli,2019).

Muhammad Syafi'I Antonio," *Bank Syariah dari teori ke praktik*", (Gema Insani, Jakarta 2001).

Solichin Abdul Wahab, "*Analisis Kebijaksanaan Negara*", (Jakarta: Rineka Cipta, 1990)

Sunaryo," *Hukum Lembaga Pembiayaan*",(Sinar Grafika, Jakarta. 2013)

Syukri Iska dan Ifelda Nengsih," *Manajmen Lembaga Keuangan Syariah Non Bank*" ,dalam jurnal Manajmen Lembaga Keuangan Syariah Non Bank, 1, Juli (2016).

Zulfah, "*Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Tabungan Qurban Dibank Syariah Mandiri*," (skripsi konsentrasi perbankan syariah, prodi muammalah ,fakultas syariah dan hokum, UIN Syarif Hidayatulloh, 2010)