

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Produsen merupakan seorang, atau kelompok orang, maupun badan usaha yang membuat suatu usaha guna menghasilkan output dalam bentuk barang atau jasa. Orang atau kelompok orang maupun badan usaha yang bertindak sebagai produsen harus bisa membaca pergerakan pasar agar produk yang dihasilkan dapat menarik minat konsumen dan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat. Sikap fathonah pada Rasulullah dapat diartikan sebagai intelektual, kecerdikan atau kebijaksanaan. Produsen yang fathonah berarti produsen yang memahami, mengerti dan menghayati secara mendalam segala hal yang menjadi kewajibannya. Dalam bisnis, implementasi ekonomi yang bersifat fathonah yaitu seluruh kegiatan harus disertai kecerdasan dengan mengoptimalkan segala potensi akal yang ada untuk mencapai tujuan yang diinginkan konsumen.

Minat adalah kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi obyek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang. Dalam batasan tersebut terkandung suatu pengertian bahwa di dalam minat ada pemusatan perhatian subjek, ada usaha dari subjek yang dilakukan dengan perasaan

senang, ada daya penarik dari objek.<sup>1</sup> Dalam hal ini, produsen harus memiliki sifat inovatif dalam mengelola produknya agar mampu menarik minat konsumen untuk menggunakan produk yang di tawarkan.

Sikap inovatif memiliki kemampuan untuk mengembangkan ide baru dari ide yang telah dimilikinya dan yang bersumber dari pihak nasabah. Selanjutnya menggabungkannya sehingga membentuk inovasi produk yang dapat memberi pengaruh terhadap minat nasabah. Artinya bahwa inovasi produk akan menciptakan produk yang baru, serta produk baru tersebut telah mendapat respon dari pihak konsumen pada saat di perkenalkan kemudian akan berpengaruh terhadap kemampuan untuk menarik minat nasabah. Allah memerintahkan manusia untuk memanfaatkan daya fikir atau bersifat inovatif yang tercantum dalam potongan ayat Al-Quran surat *Al-Baqarah* ayat 219 yakni yang berbunyi:

كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ الْآيَاتِ لَعَلَّكُمْ تَتَفَكَّرُونَ ﴿٢١٩﴾

“Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepadamu supaya kamu berfikir.” (Q.S. Al-Baqarah: 219)<sup>2</sup>

Adapun makna dari ayat diatas yakni sebenarnya dalam hal berfikir, Allah memerintahkan untuk memiliki sifat kreatif dan inovatif, islam memberikan kelapangan pada umatnya untuk berkreasi dengan akal pikiranya dan dengan hati nuraninya dalam menyelesaikan segala

---

<sup>1</sup> Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab , *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Kencana, 2014), hal.262

<sup>2</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Semarang: CV. Triputra, 1989), hlm. 21

persoalan hidup dan menjalani kehidupan. Inovatif merupakan kemampuan untuk melakukan atau merealisasikan kreativitas (apa yang sebelumnya hanya berupa gagasan) menjadi sesuatu hal yang baru dan berbeda. Sesuatu yang baru dan berbeda tersebut dapat dalam bentuk hasil seperti barang dan jasa, dan bisa dalam bentuk proses seperti ide, metode dan cara.

Inovasi adalah proses yang menghasilkan nilai yang signifikan bagi perorangan, kelompok, organisasi, industri dan masyarakat luas. Dipandang dari perspektif manajemen, tipe kreativitas dalam berfikir akan menghasilkan inovasi baru yang bermanfaat dan cocok bagi organisasi dan anggotanya untuk dapat memperkenalkan atau menghasilkan produk-produk baru, unik, dan bermutu sesuai dengan permintaan pasar. Oleh karena itu kreativitas dalam berfikir sangat cocok diterapkan bagi perusahaan kecil termasuk koperasi.<sup>3</sup> Inovasi produk terdiri dari empat elemen yaitu penemuan kreasi atau proses yang baru, pengembangan atau perbaikan, duplikasi yang diberi sentuhan kreatif, serta sintesis atau menghasilkan formula baru.

Tampaknya peluang semacam ini kemudian ditangkap oleh BMT UGT Sidogiri. Berbekal pemahaman akan dinamisnya produk hukum fikih, ditambah dengan rasa tertantang untuk menjawab segala bentuk hajat transaksi modern masyarakat, memotivasi divisi marketing dan pengembangan produk BMT UGT Sidogiri Blitar untuk berinovasi

---

<sup>3</sup> Muhamad Yunus, *Inovasi dan kreativitas dalam pemasaran*, (Malang: UIN Maliki Press, 2010), hlm. 53

membuat beberapa produk yang mampu menjawab kebutuhan masyarakat modern yang memiliki nilai tambah, menarik minat nasabah, serta berbeda dari produk-produk pada umumnya melalui produk Tabungan Masa Depan (TAMPAN) dan Tabungan *Tarbiyah* seperti yang dipaparkan dalam tabel berikut ini:

**Tabel 1.1**  
**Inovasi Pada Produk TAMPAN dan *Tarbiyah***

<b>Inovasi Produk</b>	<b>Tabungan Masa Depan (TAMPAN)</b>	<b>Tabungan <i>Tarbiyah</i></b>
	Tabungan Masa Depan (TAMPAN) merupakan produk tabungan untuk perencanaan masa depan yang asli digagas BMT UGT Sidogiri yang merupakan hasil survey kebutuhan nasabah. Label TAMPAN dipilih agar produk tersebut mudah diingat oleh nasabah ( <i>easy and memorable</i> ).	Tabungan <i>Tarbiyah</i> merupakan produk tabungan untuk perencanaan pendidikan nasabah yang asli digagas BMT UGT Sidogiri . yang merupakan hasil survey kebutuhan nasabah.
Kreatif	Tabungan Masa Depan (TAMPAN) merupakan tabungan berjangka yang mengalami transformasi bentuk karena hasil dari analisis kebutuhan nasabah yang semakin hari semakin beragam seiring dengan perkembangan zaman terutama dalam hal pemenuhan kebutuhan perencanaan masa depan.	Tabungan <i>Tarbiyah</i> merupakan tabungan berjangka yang mengalami transformasi bentuk karena hasil dari analisis kebutuhan nasabah yang semakin hari semakin beragam seiring dengan perkembangan zaman terutama dalam hal perencanaan pendidikan.
	Tabungan Masa Depan (TAMPAN) merupakan produk yang berkualitas karena sebelum produk tersebut diluncurkan, produk TAMPAN sudah melalui beberapa proses mulai dari survey tanggapan konsumen hingga evaluasi apakah produk Tabungan Masa Depan (TAMPAN) sudah sesuai	Tabungan <i>Tarbiyah</i> merupakan produk yang berkualitas karena sebelum produk tersebut diluncurkan, produk <i>Tarbiyah</i> sudah melalui beberapa proses mulai dari survey tanggapan konsumen hingga evaluasi apakah produk <i>Tarbiyah</i> sudah

	dengan tujuan BMT atau belum (mencakup keuntungan, sasaran, manfaat, dan prospek masa depan produk).	sesuai dengan tujuan BMT atau belum (mencakup keuntungan, sasaran, manfaat, dan prospek masa depan produk).
Penemuan Produk	Tabungan Masa Depan (TAMPAN) merupakan penemuan bentuk baru dari tabungan berjangka pada umumnya yakni dalam penyeteroran dananya bisa diangsur setiap bulan, serta tercover asuransi jika sampai nasabah mengalami risiko.	Tabungan <i>Tarbiyah</i> merupakan penemuan bentuk baru dari tabungan berjangka pada umumnya yakni dalam penyeteroran dananya bisa diangsur setiap bulan, serta tercover asuransi jika sampai nasabah mengalami risiko.
	Untuk di lingkungan segmentasi pasar BMT UGT Sidogiri, bentuk tabungan yang serupa dengan produk Tabungan Masa Depan (TAMPAN) hanya ada di BMT UGT Sidogiri saja.	Untuk di lingkungan segmentasi pasar BMT UGT Sidogiri, bentuk tabungan yang serupa dengan produk <i>Tarbiyah</i> hanya ada di BMT UGT Sidogiri saja.
Pengembangan Produk	Produk Tabungan Masa Depan (TAMPAN) merupakan hasil pengembangan produk yang sebelumnya sudah ada (tabungan berjangka biasa) menjadi produk baru karena hasil dari survey kebutuhan nasabah. Perbedaannya terletak pada sistimnya.	Produk Tabungan <i>Tarbiyah</i> merupakan hasil pengembangan produk yang sebelumnya sudah ada (tabungan lembaga peduli siswa) menjadi produk baru karena hasil dari survey kebutuhan nasabah. Perbedaannya pada sasaran dan sistimnya.
	Pengembangan produk menjadi produk Tabungan Masa Depan (TAMPAN) merupakan salah satu upaya guna menarik minat nasabah untuk selalu menggunakan produk-produk BMT UGT Sidogiri.	Pengembangan produk menjadi produk Tabungan <i>Tarbiyah</i> merupakan salah satu upaya guna menarik minat nasabah untuk selalu menggunakan produk-produk BMT UGT Sidogiri.
Duplikasi Produk	Tabungan Masa Depan (TAMPAN) merupakan hasil pengembangan produk yang tidak meniru produk pesaing	Tabungan <i>Tarbiyah</i> merupakan hasil pengembangan produk yang tidak meniru produk pesaing
	Spesifikasi produk Tabungan Masa Depan (TAMPAN) murni	Spesifikasi produk Tabungan <i>Tarbiyah</i> murni

	ide dari ide BMT UGT Sidogiri yakni dari hasil analisis kebutuhan nasabah	ide dari ide BMT UGT Sidogiri yakni dari hasil analisis kebutuhan nasabah
Sinetesis Produk	Perpaduan dari beberapa akad dan jenis transaksi pada produk Tabungan Masa Depan (TAMPAN) menjadikan produk tersebut unggul dari produk pesaing. Hal tersebut dikarenakan dalam merencanakan kebutuhan masa depan, nasabah mendapatkan kemudahan yakni bisa menyetorkan dana tabungan dengan sistim cicilan tiap bulan (bisa diambilkan dari tabungan harian), selain itu nasabah juga akan mendapatkan fasilitas asuransi dimana pihak BMT bersedia membayarkan setoran perbulan hingga jatuh tempo jika nasabah mengalami risiko sesuai dengan kesepakatan. Hal tersebut juga menjadi ciri khas dari produk Tabungan Masa Depan (TAMPAN).	Perpaduan dari beberapa akad dan jenis transaksi pada produk Tabungan <i>Tarbiyah</i> menjadikan produk tersebut unggul dari produk pesaing. Hal tersebut dikarenakan dalam merencanakan kebutuhan pendidikan nasabah di masa depan, nasabah mendapatkan kemudahan yakni bisa menyetorkan dana tabungan pendidikan dengan sistim cicilan tiap bulan (bisa diambilkan dari tabungan harian), selain itu nasabah juga akan mendapat fasilitas asuransi dimana pihak BMT bersedia membayar setoran perbulan hingga jatuh tempo jika nasabah mengalami risiko sesuai kesepakatan. Hal ini juga menjadi ciri khas dari produk Tabungan <i>Tarbiyah</i> .

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat perwujudan dari inovasi produk yang dilakukan oleh BMT UGT Sidogiri dengan fungsi, kelebihan dan keunikanya masing-masing antara lain dengan mengeluarkan produk Tabungan Masa Depan (TAMPAN) dan Tabungan *Tarbiyah*. Produk Tabungan Masa Depan (TAMPAN) memberikan banyak manfaat bagi para nasabahnya yakni antara lain para nasabah yang menggunakan produk Tabungan Masa Depan (TAMPAN) akan mendapatkan santunan

asuransi gratis dan secara otomatis tanpa melalui pemeriksaan kesehatan sesuai paket yang telah dipilih, mendapatkan kemudahan dalam perencanaan keuangan masa depan untuk masa tua atau dana pensiun, serta perlindungan asuransi dengan premi (*tabarru'*) gratis.

Sedangkan produk Tabungan *Tarbiyah* merupakan produk tabungan umum berjangka untuk memenuhi kebutuhan nasabah mempersiapkan biaya pendidikan anak dimasa mendatang yang di dalamnya ada fasilitas gratis perlindungan asuransi jiwa. Tabungan *Tarbiyah* merupakan pengembangan dari produk yang sebelumnya berupa produk Tabungan Peduli Siswa yang merupakan produk tabungan pendidikan yang sarasanya lembaga sekolah, menjadi produk Tabungan *Tarbiyah* yang juga merupakan tabungan pendidikan namun sarasanya langsung kepada siswa (bersifat langsung kepada individu yang bersangkutan). Produk ini dikeluarkan untuk menjawab kebutuhan nasabah akan tabungan pendidikan serta mereka akan mendapatkan manfaat yakni antara lain mendapatkan santunan asuransi dengan premi (*tabarru'*) gratis, memudahkan perencanaan biaya pendidikan putra/putri, serta mendapatkan santunan jiwa secara otomatis tanpa melalui pemeriksaan kesehatan sesuai dengan paket yang dipilih.<sup>4</sup>

Selanjutnya atas dasar fenomena tersebut, melalui penelitian ini penulis tertarik untuk mengulas dan menganalisa terkait inovasi produk yang dilakukan oleh BMT UGT Sidogiri dalam menarik minat nasabah

---

<sup>4</sup> Dwi Suryanto (Staff Pegawai BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Sukorejo Blitar), *Wawancara*, Blitar, 30 September 2017

dalam sebuah karya ilmiah dengan judul: **“INOVASI PRODUK TABUNGAN MASA DEPAN DAN TABUNGAN *TARBIYAH* DALAM MENINGKATKAN MINAT NASABAH (Studi Kasus di *Baitul Maal Wa Tamwil Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri Cabang Sukorejo Blitar*)”**

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, dengan ini penulis merumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana inovasi produk Tabungan Masa Depan dalam meningkatkan minat nasabah di BMT UGT Sidogiri cabang pembantu Sukorejo Blitar?
2. Bagaimana inovasi produk Tabungan *Tarbiyah* dalam meningkatkan minat nasabah di BMT UGT Sidogiri cabang pembantu Sukorejo Blitar?

### **C. Tujuan Penelitian**

Dari perumusan masalah yang penulis ambil berdasarkan latar belakang, dapat diketahui peneliti ingin mengetahui hasil dari rumusan masalah tersebut, sehingga adapaun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:



1. Untuk mendiskripsikan bagaimana inovasi produk Tabungan Masa Depan dalam meningkatkan minat nasabah di BMT UGT Sidogiri cabang pembantu Sukorejo Blitar.
2. Untuk mendiskripsikan bagaimana inovasi produk Tabungan *Tarbiyah* dalam meningkatkan minat nasabah di BMT UGT Sidogiri cabang pembantu Sukorejo Blitar.

#### **D. Batasan Masalah**

Penelitian ini tidak meneliti semua aspek yang terkait dengan masalah. Untuk memperjelas masalah serta penafsiran yang kurang terarah dalam penelitian ini, maka peneliti perlu membatasi masalah sebagai berikut:

1. Objek penelitian difokuskan pada BMT UGT Sidogiri cabang pembantu Sukorejo Blitar.
2. Inovasi produk Tabungan Masa Depan dalam meningkatkan minat nasabah di BMT UGT Sidogiri cabang pembantu Sukorejo Blitar.
3. Inovasi produk Tabungan *Tarbiyah* dalam meningkatkan minat nasabah di BMT UGT Sidogiri cabang pembantu Sukorejo Blitar.

#### **E. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoretis

Penulisan laporan ini diharapkan memberikan manfaat yakni untuk menambah ilmu pengetahuan serta menambah literatur yang

berkaitan dengan manajemen pemasaran pada lembaga keuangan syari'ah.

## 2. Manfaat Praktis

Yaitu sebagai informasi bagi semua pihak yang terlibat dalam penelitian ini diantaranya:

- a. Bagi lembaga, sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi BMT untuk mengambil langkah dalam perencanaan strategi selanjutnya dalam hal strategi produk
- b. Bagi akademik, sebagai sumbangan perbendaharaan kepustakaan di IAIN Tulungagung
- c. Bagi peneliti selanjutnya, peneliti ini diharapkan dapat dijadikan referensi untuk penelitian lanjutan dengan tema yang sama, tetapi dengan model dan teknis analisa yang lain. Sehingga dapat dilakukan proses verifikasi demi kemajuan ilmu pengetahuan

## **F. Penegasan Istilah**

1. Inovasi adalah proses dan/atau hasil pengembangan pemanfaatan/mobilisasi pengetahuan, ketrampilan dan pengalaman untuk menciptakan atau memperbaiki produk, proses atau sistem

yang baru, yang memberikan nilai yang berarti atau secara signifikan (terutama ekonomi dan sosial).<sup>5</sup>

2. Produk berasal dari bahasa Inggris *product* yang berarti sesuatu yang diproduksi oleh tenaga kerja atau sejenisnya. Dalam penggunaan yang lebih luas, produk dapat merujuk pada sebuah barang atau unit, sekelompok produk yang sama, sekelompok barang dan jasa, atau sebuah pengelompokan industri untuk barang dan jasa.<sup>6</sup>
3. Tabungan Masa Depan adalah tabungan umum berjangka untuk membantu merencanakan keuangan masa depan dengan fasilitas gratis perlindungan asuransi.
4. Tabungan *Tarbiyah* adalah tabungan umum berjangka untuk mempersiapkan biaya pendidikan anak dengan fasilitas gratis perlindungan asuransi jiwa.
5. *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) merupakan lembaga keuangan syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah dan berbadan koperasi. BMT terdiri dari dua istilah yakni baitul maal dan baitul tanwil. Baitul maal adalah menerima titipan BAZ/LAZ dan dana zakat, infaq dan shadaqah dan menjalankannya sesuai dengan aturan dan amanah dari penitip, serta bersifat pula sebagai intuisi yang bergerak dibidang investasi yang bersifat produktif

---

<sup>5</sup> Wikipedia Online, [https://id.m.wikipedia.org/wiki/reka\\_baru](https://id.m.wikipedia.org/wiki/reka_baru) diakses tanggal 6 Oktober 2017

<sup>6</sup> Wikipedia Online, <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Produk> diakses tanggal 6 Oktober 2017

sebagaimana layaknya bank. Baitul tanwil berfungsi sebagai lembaga keuangan yang bertugas menghimpun dana dari masyarakat yang mempercayakan dananya disimpan di BMT yang diberikan pinjaman oleh BMT.<sup>7</sup>

### G. Sistematika Penulisan Skripsi

Agar dapat diperoleh pemahaman yang sistematis, runtut dan jelas serta terarah, maka penulis memberikan sistematika penulisan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

**BAB I PENDAHULUAN:** Dalam bab ini berisi mengenai beberapa alasan teoretis dan atau alasan praktis mengenai judul yang akan diteliti. Diuraikan secara garis besar mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat hasil penelitian, penegasan istilah serta sistematika penulisan skripsi.

**BAB II KAJIAN PUSTAKA:** Dalam bab ini akan diuraikan mengenai kajian teori, penelitian terdahulu, dan kerangka berfikir teoretis yang melandasi penelitian ini. Kajian teori dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori-teori sebagai berikut yaitu teori inovasi produk, teori tentang minat nasabah, teori tentang *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT), tinjauan tentang produk tabungan TAMPAN dan *Tarbiyah*, penelitian terdahulu, dan kerangka berfikir.

---

<sup>7</sup> Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2009), hlm. 448

**BAB III METODE PENELITIAN:** Dalam bab ini berisi mengenai pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan, dan tahap-tahap penelitian.

**BAB IV HASIL PENELITIAN:** Dalam bab ini akan menguraikan paparan data/temuan penelitian yang disajikan dalam topik sesuai dengan pertanyaan-pertanyaan atau pernyataan-pernyataan penelitian dan hasil analisis data.

**BAB V PEMBAHASAN:** Dalam bab ini berisi mengenai pembahasan yang menjawab semua permasalahan yang ada pada fokus penelitian.

**BAB VI PENUTUP:** Dalam bab ini berisi tentang rangkuman dari seluruh rangkaian pembahasan. Kemudian menarik kesimpulan yang merupakan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam rumusan masalah serta mengemukakan saran atau gagasan-gagasan atas dasar hasil penelitian tersebut.