

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

Pada bab ini akan dijelaskan beberapa uraian yang sesuai dengan hasil penelitian. Sehingga, pada uraian berikut ini peneliti akan mencocokkan hasil penelitian yang dilakukan dengan kajian teori yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya. Data-data yang dicocokkan diperoleh dari wawancara mendalam dan dokumentasi sebagaimana yang telah dideskripsikan peneliti pada analisis data kualitatif kemudian diidentifikasi agar sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Pengamatan dan wawancara mendalam yang telah dilaksanakan yaitu mengumpulkan data mengenai bagaimana upaya inovasi produk Tabungan Masa Depan (TAMPAN) dan Tabungan *Tarbiyah* yang dilakukan BMT UGT Sidogiri dalam meningkatkan minat nasabah. Adapun yang ditekankan adalah bagaimana produk Tabungan Masa Depan (TAMPAN) dan Tabungan *Tarbiyah* bisa dikatakan sebagai produk yang inovatif guna meningkatkan minat nasabah untuk senantiasa menggunakan produk BMT UGT Sidogiri. Berikut ini adalah pencocokan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan kajian teori terdahulu:

#### **A. Pembahasan tentang inovasi produk Tabungan Masa Depan (TAMPAN) dalam meningkatkan minat nasabah di BMT UGT Sidogiri cabang pembantu Sukorejo Blitar.**

Dari hasil penelitian yang dilakukan di BMT UGT Sidogiri cabang pembantu Sukorejo Blitar, didapatkan bahwa inovasi produk yang dilakukan BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar yakni dengan menciptakan berbagai desain produk yang bersumber dari pemikiran yang

kreatif sehingga meningkatkan alternatif pilihan, meningkatkan manfaat atau nilai yang didapatkan oleh nasabah, meningkatkan kualitas produk sehingga sesuai dengan yang diharapkan nasabah, yang pada akhirnya akan menarik minat nasabah untuk senantiasa menggunakan produk-produk yang ada di BMT UGT Sidogiri cabang pembantu Sukorejo Blitar.

Penerapan inovasi produk yang dilakukan oleh BMT UGT Sidogiri dalam meningkatkan minat nasabah tersebut sesuai dengan Teori Hubeis Musa bahwasanya inovasi sebagai sumber keunggulan bersaing didasarkan pada kreativitas yang didapatkan melalui proses mudah alih teknologi dan pengelolaan kemitraan, sehingga dianggap sebagai fungsi penting dari bisnis setelah pemasaran. Hal ini didasarkan pada fakta dan data bahwa pengembangan produk baru berbasis inovasi memberikan peluang tumbuh bagi perusahaan maupun para pengelolanya. Kondisi tersebut ditentukan oleh faktor seperti teknologi, biaya (skala), permintaan pasar dan tenaga kerja (ruang lingkup), serta kelangkaan sumber daya.<sup>54</sup>

Hal tersebut juga senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Rika Devi Kurniasari bahwasanya perusahaan menciptakan inovasi produk dengan berbagai macam desain produk, sehingga meningkatkan alternatif pilihan, meningkatkan manfaat atau nilai yang diterima pelanggan. Sehingga inovasi produk merupakan salah satu cara perusahaan dalam mempertahankan keunggulan bersaing.<sup>55</sup>

---

<sup>54</sup> Hubeis Musa, *Manajemen Kreativitas*..... hlm. 7

<sup>55</sup> Rika Devi Kurniasari, *Pengaruh Inovasi Produk*..... hlm. 3

Inovasi produk yang diterapkan kedalam produk Tabungan Masa Depan (TAMPAN) guna menarik minat nasabah yakni yang pertama, produk Tabungan Masa Depan (TAMPAN) termasuk produk yang kreatif. Tabungan Masa Depan (TAMPAN) dikatakan produk yang kreatif karena asli digagas BMT UGT Sidogiri yang merupakan hasil survey kebutuhan nasabah, 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, Pemberian label nama TAMPAN sendiri diciptakan agar produk ini bisa dengan mudah diingat oleh nasabah (*easy and memorable*), Selain itu, produk yang satu ini termasuk produk yang berkualitas karena sebelum produk tersebut diluncurkan, produk Tabungan Masa Depan (TAMPAN) sudah melalui beberapa proses mulai dari pengumpulan gagasan hingga dilakukan pengujian produk.

Indikasi inovatif yang selanjutnya yakni terkait penemuan produk, dimana pada Tabungan Masa Depan (TAMPAN) merupakan penemuan bentuk baru dari tabungan berjangka pada umumnya yakni dalam penyeteroran dananya bisa diangsur setiap bulan, Tabungan Masa Depan (TAMPAN) juga tercover asuransi dimana pihak BMT bersedia membayar angsuran setiap bulan sesuai dengan kesepakatan jika sampai nasabah mengalami risiko. Selain itu, untuk di lingkungan segmentasi pasar BMT UGT Sidogiri capem Sukorejo Blitar, bentuk tabungan yang serupa hanya ada di BMT UGT Sidogiri saja.

Indikasi inovatif yang selanjutnya yakni dalam hal pengembangan 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. Hal tersebut dilakukan sebagai salah satu upaya BMT UGT Sidogiri guna menarik minat nasabah untuk selalu menggunakan produk-produk BMT UGT Sidogiri.

Selanjutnya pada produk Tabungan Masa Depan (TAMPAN) juga mengandung indikasi inovatif yakni berupa duplikasi produk. Duplikasi produk yang dilakukan pada Tabungan Masa Depan (TAMPAN) merupakan hasil pengembangan produk yang tidak meniru produk pesaing, selain itu spesifikasi dari produk Tabungan Masa Depan (TAMPAN) juga murni ide dari BMT UGT Sidogiri yakni dari hasil analisis kebutuhan nasabah.

Indikasi inovatif terakhir yakni terkait dengan sinetesis produk, perpaduan dari beberapa akad dan jenis transaksi pada produk Tabungan Masa Depan (TAMPAN) menjadikan produk tersebut unggul dari produk pesaing. Akad yang ada pada Tabungan Masa Depan (TAMPAN) yakni *mudharabah musytarakah* dengan bentuk transaksi berupa gabungan antara tabungan berjangka dengan sistem cicilan yang disertai fasilitas asuransi gratis didalamnya. Sementara hal tersebut dikarenakan dalam merencanakan kebutuhan masa depan, nasabah mendapatkan kemudahan yakni bisa menyetorkan dana tabungan dengan sistem 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. Hal tersebut juga menjadi ciri khas dari produk Tabungan Masa Depan (TAMPAN).

Beberapa indikasi inovatif yang ada pada produk TAMPAN sesuai dengan Teori dari Mas'ud Machfoedz dan Mahmud Machfoedz bahwasanya didalam inovasi produk terdapat 4 elemen untuk dijadikan tolak ukur, yaitu:

- a. Penemuan: dikatakan penemuan apabila merupakan kreasi suatu produk, jasa, atau proses baru yang belum pernah dilakukan sebelumnya, konsep ini cenderung disebut revolusioner.
- b. Pengembangan: untuk hal pengembangan merupakan kelanjutan perubahan, perbaikan dari suatu produk/jasa/proses yang sudah ada sebelumnya dan konsep seperti ini menjadikan aplikasi ide yang telah ada dan berbeda.
- c. Duplikasi. Hanya dengan duplikasi, ini merupakan peniruan suatu produk, jasa, maupun proses yang telah ada. Namun demikian upaya duplikasi bukan semata-mata meniru, melainkan menambah sentuhan kreatif untuk memperbaiki konsep agar lebih mampu menanggapi persaingan.
- d. Sinetesis. Merupakan perpaduan konsep dan faktor yang telah ada menjadi formula baru, proses ini meliputi pengambilan sejumlah

ide atau produk yang telah ditemukan dan dibentuk sehingga menjadi produk yang dapat diaplikasikan dengan cara baru.<sup>56</sup>

**B. Pembahasan tentang inovasi produk Tabungan Tarbiyah dalam meningkatkan minat nasabah di BMT UGT Sidogiri cabang pembantu Sukorejo Blitar.**

Seperti halnya pada produk Tabungan Masa Depan (TAMPAN), BMT UGT Sidogiri juga menerapkan langkah inovasi produk dalam meningkatkan minat nasabah kedalam produk baru lain yang serupa namun tak sama dengan produk Tabungan Masa Depan (TAMPAN) yakni produk Tabungan *Tarbiyah*. Hal tersebut senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Bambang Supriyanto bahwasanya inovasi dalam suatu usaha sangat memegang peranan penting yakni menentukan keberlanjutan usaha tersebut di masa yang akan datang.<sup>57</sup> Produk Tabungan *Tarbiyah* juga mengandung beberapa indikasi sebagai produk yang inovatif guna menarik minat nasabah yakni sebagai berikut:

Dalam hal kreativitas, BMT UGT Sidogiri menciptakan produk Tabungan *Tarbiyah* dengan mengandung indikasi produk yang kreatif karena beberapa alasan antara lain produk Tabungan *Tarbiyah* diciptakan sebagai wujud transformasi produk yang asli digagas BMT UGT Sidogiri dari hasil survey kebutuhan nasabah yang semakin meningkat karena perkembangan zaman. Selanjutnya jika dilihat dari segi kualitas produk,

---

<sup>56</sup> Mas'ud Machfoedz dan Mahmud Machfoedz, *Kewirausahaan*.....hlm. 24

<sup>57</sup> Bambang Supriyatno, *Daya Inovasi* ..... hlm. 67

Tabungan *Tarbiyah* memiliki kualitas produk yang dirasa cukup baik karena sebelum produk tersebut diluncurkan, produk Tabungan *Tarbiyah* sudah melalui beberapa proses mulai dari survey tanggapan konsumen hingga evaluasi apakah produk *Tarbiyah* sudah sesuai dengan tujuan BMT atau belum (mencakup keuntungan, sasaran, manfaat, dan prospek masa depan produk).

Selain merupakan suatu produk yang kreatif, tabungan *Tarbiyah* juga mengandung indikasi lain dari produk yang inovatif yakni dalam hal penemuan produk, Tabungan *Tarbiyah* merupakan penemuan bentuk baru dari tabungan berjangka pada umumnya yang setorannya hanya dilakukan satu kali di awal akad menjadi tabungan berjangka yang pembayaran tabunganya berupa setoran perbulan yang bisa diambilkan dari tabungan umum harian, Tabungan *Tarbiyah* juga tercover asuransi sehingga pihak BMT bersedia menanggung setoran perbulan jika nasabah mengalami risiko sesuai dengan kesepakatan. Selain itu, tabungan yang serupa dengan produk Tabungan *Tarbiyah* hanya ada di BMT UGT Sidogiri saja.

Indikasi dari inovatif yang selanjutnya adalah pengembangan produk, yakni Tabungan *Tarbiyah* merupakan hasil pengembangan produk yang sebelumnya sudah ada (Tabungan Lembaga Peduli Siswa) menjadi produk baru karena hasil dari survey kebutuhan nasabah. Perbedaan dari Tabungan Lembaga Peduli Siswa dan Tabungan *Tarbiyah* terletak pada objek dan sistimnya. Untuk Tabungan Peduli Siswa sarasanya lembaga pendidikan, sementara Tabungan *Tarbiyah* sarasanya langsung pada

nasabahnya. Untuk sistimnya, kalau tabungan Lembaga Peduli Siswa hanya disetorkan di awal akad. Sementara untuk Tabungan *Tarbiyah* angsuranya di cicil setiap bulan. Pengembangan produk ini dilakukan sebagai upaya guna menarik minat nasabah untuk selalu menggunakan produk-produk BMT UGT Sidogiri.

Selanjutnya terkait dengan indikasi inovatif yang ke empat yakni berupa duplikasi produk, Tabungan *Tarbiyah* merupakan hasil pengembangan produk yang tidak meniru produk pesaing, spesifikasi produk *Tarbiyah* pun juga murni ide dari BMT UGT Sidogiri yakni dari hasil analisis kebutuhan nasabah.

Indikasi terahir yakni tetang sinetesis produk, dimana pada produk Tabungan *Tarbiyah* BMT UGT Sidogiri memadukan beberapa akad dan jenis transaksi pada produk *Tarbiyah* sehingga menjadikan produk tersebut unggul dari produk pesaing. Akad yang ada pada Tabungan *Tarbiyah* yakni berupa akad *mudharabah musytarakah* dengan bentuk transaksi berupa gabungan antara tabungan berjangka dengan sistim cicilan yang disertai fasilitas asuransi gratis didalamnya dimana pihak BMT bersedia membayarkan setoran perbulan hingga jatuh tempo jika nasabah mengalami risiko sesuai kesepakatan. Hal tersebut juga menjadi ciri khas dari produk Tabungan *Tarbiyah*.

Inovasi produk yang dilakukan BMT UGT Sidogiri melalui produk Tabungan *Tarbiyah* guna meningkatkan minat nasabah sesuai dengan

Teori dari Hubeis Musa bahwasanya dalam inovasi baik produk maupun proses merupakan suatu perubahan pada sekumpulan informasi yang berhubungan diantara masukan dan luaran yang terkait dengan upaya meningkatkan atau memperbaiki sumber daya yang ada, memodifikasi untuk menjadikan sesuatu bernilai, menciptakan hal-hal baru dan berbeda, merubah suatu bahan menjadi sumber daya dan menggabungkan sumber daya - sumber daya menjadi suatu konfigurasi baru yang lebih produktif, baik secara langsung maupun tidak langsung yang dipengaruhi oleh kepastian (untung/rugi) atau proses waktu melaksanakannya, dalam rangka meraih keunggulan kompetitif.<sup>58</sup>

---

<sup>58</sup> Hubeis Musa, *Manajemen Kreativitas*..... hlm. 70