

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank adalah salah satu lembaga keuangan yang memberikan produk berupa jasa. Lembaga bank adalah lembaga yang aktivitasnya berkaitan dengan masalah uang. Bank syariah merupakan suatu lembaga keuangan yang menerapkan prinsip-prinsip yang konsisten berdasarkan tuntunan Al-Qur'an dan hadist. Kegiatan dan usaha bank akan selalu terkait dengan komoditas dan beberapa permasalahan pokok, antara lain: prinsip titipan atau simpanan, prinsip bagi hasil, prinsip jual beli, prinsip sewa, serta prinsip jasa¹.

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa, bank juga mengikuti konsep produk pada produk jasa yang di berikan. Konsumen akan menyukai produk yang memberikan kualitas dan prestasi yang paling baik. Manajer pada organisasi yang berorientasi pada produk ini akan memfokuskan energi pada pembuatan produk yang baik dan perbaikannya secara terus menerus.²

Salah satu cara untuk menghadapi hal-hal tersebut di atas adalah dengan pengembangan produk yaitu melakukan perbaikan atau menghasilkan produk baru yang berbeda dengan produk yang telah ada. Pengembangan produk pada dasarnya adalah usaha yang di lakukan untuk memperbaiki produk yang sedang berjalan atau menambah produk yang belum ada. Bank syariah harus mampu meningkatkan dan memberikan inovasi baru pada produk jasa dan layanannya sebagai menejemen dalam menghadapi perubahan selera,

¹ Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2004. Hal 13.

² Ibit.Hal.14

teknologi yang semakin meningkat sehingga dapat mempertemukan keinginan pasar melalui produk bank syariah yang tidak ketinggalan dari produk bank konvensional. Karena nasabah cenderung mencari produk yang baru di pasar perbankan dengan kecepatan dan kemudahan dalam bertransaksi.

Kondisi persaingan di bidang perekonomian khususnya perbankan pada saat ini cukup ketat dan kompleks. Setiap perusahaan dituntut untuk selalu mengerti dan memahami apa yang terjadi di pasar dan apa yang menjadi keinginan konsumen, dengan tujuan agar mampu bersaing dengan pihak pesaing. Perubahan disini terkait dengan bagaimana perusahaan berinovasi untuk memenuhi apa yang menjadi keinginan konsumen atau nasabah. dunia bisnis yang menganut pemikiran baru, dimana perusahaan dituntut untuk dapat berdaya saing yang tinggi dengan menggerakkan tenaga dan pikiran untuk menciptakan atau mencapai suatu tujuan.³

Dengan melakukan inovasi perusahaan berharap untuk dapat menciptakan produk yang benar-benar baru atau lain dengan yang sebelumnya atau membuat produk yang merupakan perbaikan produk yang telah ada sebelumnya. Dalam mengkonsumsi suatu produk khususnya diperbankan syariah, nasabah tidak hanya sebatas melihat pada nilai atau fungsi dari suatu produk yang dibutuhkan tetapi nasabah juga memperhatikan apakah produk yang dipilih mempunyai nilai tambah atau kelebihan dibandingkan dengan produk lain pada perusahaan yang sama. dengan demikian produk inovatif

³ Wahyono, "*Orientasi Pasar dan Inovasi: Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran*". *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*. . 2002. Vol.1,No.1,

yang sukses memenuhi permintaan yang nantinya berpengaruh pada penjualan dan meningkatkan margin.⁴

Keinginan inilah yang harus dimengerti oleh manajemen perbankan sebagai landasan untuk melakukan proses inovasi. Inovasi yang berhasil akan menjadi strategi yang tepat untuk mempertahankan kedudukan produk perbankan syariah. Wahyono, menempatkan inovasi sebagai salah satu variabel penting dalam menentukan kinerja. Selain itu, granhaug dan kaufmann menyatakan bahwa inovasi merupakan suatu hal yang sangat penting sebagai sarana perthan, bukan hanya pertumbuhan dalam menghadapi ketidak pastian lingkungan dan situasi persaingan bisnis yang semakin meningkat. Studi yang dilakukan ini menyimpulkan bahwa perusahaan dengan kemampuan berinovasi tinggi kan lebih berhasil dalam merespon lingkungannya dan mengembangkan kemampuan baru yang menyebabkan keunggulan kompetitif dan kinerja pemasaran.

Strategi pemasaran produk mesti diselenggarakan dengan melakukan aliansi strategis dengan media masa (radio, televisi, media online dan media cetak) dan penyelenggara kegiatan (even organiser) berupa pameran (expo), agar produk tersebut dikenal luas dan langsung dirasakan mafaatnya oleh masyarakat luas. Pengertian pemasaran produk yang terus berkembang dari waktu kewaktu, dari jaman kejaman, di mulai dari pengertian pemasaran secara sederhana sampai dengan pemasaran dalam lingkungan persaingan bisnis yang semakin modern dan kompotitif. Pemasaran dapat di artikan sebagai fungsi manajemen yang bertanggung jawab untuk meyakinkan bahwa

⁴ Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2004.

setiap aspek dari organisasi berfokus pada hubungan pelanggan dengan menyampaikan nilai yang superior, dan menyadari bahwa perusahaan berada pada tujuannya untuk berhubungan dengan aset perusahaan yang paling penting.⁵

Pemasaran dianggap sebagai proses perencanaan konsep, harga, promosi, dan dan pendistribusian ide-ide barang maupun jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan individu dan tujuan organisasi. Pemasaran merupakan fungsi organisasi dan satu set proses unruk menciptakan, mengkomunikasikan dan menyampaikan nilai kepada pelanggan untuk membangun hubungan pelanggan yang memberikan keuntungan kepada organisasi dan pihak-pihak yang berkepentingan kepada organisasi. Penelitian ini akan meneliti tentang Strategi Inovasi Produk Perbankan Syariah Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran, dipilihnya bank muamalat sebagai obyek yang kan diteliti pada penelitian ini dikarenakan bank muamalat merupakan perbankan yang menjadi andalan dan merupakan perbankan pertama di Indonesia. jumlah perbankan syariah di kota pasuruan sangatlah banyak seperti bank mandiri syariah, bank BNI syariah, bank BRI syariah yang memiliki strategi untuk mengembangkan produk perbankannya masing-masing, sehingha disini Bank muamalat harus mempunyai inovasi produknya yang dapat meningkatkan keunggulan bersaing dan kinerja pemasaran.

⁵ Umar Husein. *“Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen”*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2002.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Landasan Hukum Produk yang ada pada PT Bank Muamalat KCP Pasuruan?
2. Bagaimana Strategi Inovasi Produk yang ada pada PT Bank Muamalat KCP Pasuruan?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Landasan Hukum Produk yang ada pada PT Bank Muamalat KCP Pasuruan.
2. Untuk Mengetahui Strategi Inovasi Produk yang ada pada PT Bank Muamalat KCP Pasuruan.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti
 - a. Mengembangkan dan menerapkan keterampilan yang telah diperoleh dari lembaga.
 - b. Sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan Program Studi Ekonomi Syariah dan mendapatkan gelar S1 di Universitas Yudharta Pasuruan.
2. Bagi Akademik
 - a. Untuk mengetahui kemampuan mahasiswa dalam menerapkan ilmu yang di peroleh dari bangku perkuliahan.
 - b. Sebagai tolak ukur aktifitas perkuliahan.
3. Bagi Perusahaan

- a. Sebagai bahan evaluasi bagi perusahaan. Dan di harapkan menjadi sebuah acuan yang informatif dalam pengambilan keputusan, pemeliharaan maupun pengembangan terutama dalam hal ini adalah tentang kantor cabang bank.
- b. Hasil dari penelitian ini dapat diimplimentasikan sebagai bahan pertimbangan kebijaksanaan dalam melaksanakan inovasi produk yang dapat mempengaruhi kinerja pemasaran.

E. Definisi Istilah

1. Pengertian Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani kuno yang berarti “Seni Berperang” suatu strategi mempunyai dasar-dasar atau skema untuk mencapai sasaran yang dituju. Jadi, pada dasarnya strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan.⁶

Strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa depan.⁷

2. Pengertian Inovasi

Inovasi merupakan suatu gagasan ataupun barang/hal baru belum ada ataupun yang sudah ada tetapi belum diketahui oleh pengadopsi. Inovasi juga dapat berupa metode baru untuk meningkatkan mutu kualitas terhadap suatu program atau barang yang sudah ada.⁸

Inovasi adalah suatu penemuan baru yang berbeda dari yang sudah ada atau yang sudah dikenal sebelumnya. Inovasi tidak hanya terbatas pada

⁶ Husein Umar, *Strategi Management in Action*, PT Gramedia Pustaka Utama, 2001

⁷ Ibit, hal 31

⁸ Udin Syaifudin Sa'ud, *inovasi pendidikan*, cet ke VII (Bandung: Alfabeta, 2014), hal.4

benda atau barang hasil produksi, tetapi juga mencakup sikap hidup, perilaku atau gerakan-gerakan menuju proses perubahan di dalam segala bentuk tata kehidupan masyarakat. Jadi, secara umum, inovasi berarti suatu ide, produk, konfirmasi teknologi, kelembagaan, perilaku, nilai-nilai dan praktek-praktek baru yang belum banyak diketahui, diterima dan digunakan atau diterapkan oleh sebagian besar warga masyarakat dalam suatu lokalitas tertentu, yang dapat digunakan atau mendorong terjadinya perubahan-perubahan disegala aspek kehidupan masyarakat demi terwujudnya perbaikan mutu setiap individu dan seluruh warga masyarakat yang bersangkutan.⁹

3. Pengertian Produk

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan atau di konsumsi dan dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Jika didefinisikan secara luas, produk meliputi obyek secara fisik, pelayanan, orang, tempat, organisasi, dan gagasan.¹⁰

4. Pengertian Perbankan Syariah

Dimaksud dengan perbankan syariah menurut Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.¹¹

⁹ Ahmed, Pervaiz K, Charles D, Shepherd, *Innovation Management*, Pearson

¹⁰ Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, Cet. II, Jakarta: PT RajaGrafindo Perseda, 2013

¹¹ UUD 1945 Nomor 21 Tahun 2008 Pasal 1 Ayat (1)

Perbankan Syariah adalah bank yang melakukan kegiatan usaha perbankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Sebagaimana telah ditegaskan dalam penjelasan umum Undang-Undang Perbankan Syariah bahwa kegiatan usaha yang dijalankan tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah meliputi kegiatan usaha yang tidak mengandung unsur *riba*, *maisir*, *gharar*, *haram* dan *zalim*.¹²

¹² Wangsawidjaja, *Pembiayaan Bank Syariah*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2012