

STRATEGI INOVASI PRODUK PERBANKAN SYARIAH DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH DI PT. BPRS DAYA ARTHA MENTARI BANGIL PASURUAN

Anik Fatimatuzahro dan Aslikhah

Universitas Yudharta Pasuruan

anikfatimahazzahra@gmail.com. aslikhah@yudharta.ac.id

Abstract: PT. BPRS Daya Artha Mentari Bangil Pasuruan was the first BPRS established in the Pasuruan regency. Over time many other Islamic banks were newly established so that PT. BPRS Daya Artha Mentari Bangil Pasuruan has many competitors. So that PT. BPRS Daya Artha Mentari Bangil Pasuruan must have strategies to increase the number of its customers. The problem examined in this study is how literacy of sharia banking product innovation and how is the innovation strategy of shariah banking products in increasing the number of customers. This study aims to determine customer literacy about sharia banking product innovation and also to find out sharia banking product innovation strategies in increasing the number of customers. The method used in this research is descriptive qualitative research method. This research uses observation, documentation, and interview data collection techniques. The results of this study concluded that customer literacy about product innovation at PT. BPRS Daya Artha Mentari Bangil Pasuruan is still low. And product innovation strategies in increasing the number of customers are done by looking at the needs of the community, BPRS still exist to offer product in the midst of competition, and to socialize each new product and all components of the bank to synergize well and compactly.

Keywords: Literacy, Islamic Banking Product Innovation, Customers.

A.PENDAHULUAN

Bank adalah salah satu lembaga keuangan yang memberikan produk berupa jasa. Kegiatan dan usaha bank selalu berkaitan dengan memindahkan, menerima, dan membayarkan kembali uang dalam surat berharga dan lain-lain. Tingkat pemahaman masyarakat Indonesia dalam bidang pembiayaan syariah masih cukup rendah, terutama bagi masyarakat menengah kebawah, jika dilihat lebih jauh pembiayaan syariah yang ada di Indonesia sudah cukup banyak memberikan peluang bagi masyarakat untuk melakukan transaksi dan peminjaman modal pada bank syariah. Dengan masih rendahnya pemahaman masyarakat tentang perbankan syariah maka perbankan harus terus berkembang dan memperbaiki kinerjanya. Dengan pesatnya pertumbuhan yang ditandai dengan banyaknya bank-bank konvensional yang akhirnya mendirikan

unit syariah, ini menyatakan bahwa bank syariah mempunyai kompetensi yang tinggi.¹

Salah satu cara untuk mengatasi hal tersebut adalah dengan pengembangan produk yaitu dengan memperbaiki produk yang ada atau membuat produk baru yang masih belum ada sebelumnya. Bank syariah harus mampu meningkatkan dan memberikan inovasi produk yang baru sebagai usaha manajemen dalam menghadapi perubahan selera, teknologi, dan persaingan yang terus menerus meningkat sehingga bisa memenuhi kebutuhan pasar melalui perbankan syariah dan tidak ketinggalan dengan produk bank konvensional.

Dampak globalisasi keuangan dan pasar bebas yang sangat cepat dapat berdampak pada pelaku industri dan bisnis keuangan Islam untuk tetap menjaga aspek kepatuhan syariah sebagai alat pencegahan terjadinya resiko yang sangat besar di sektor riil. Begitu juga tantangan terhadap inovasi produk bank syariah harus menciptakan produk yang benar-benar harus memperhatikan manfaat, dinamika masyarakat dan kondisi perekonomian global pada saat ini. Dalam hal ini untuk membuktikan bahwa nilai-nilai Islam mampu dan eksis dalam persaingan bisnis, serta perdagangan di era globalisasi modern.

Perbankan syariah dihadapkan pada masalah jangkauan perbankan syariah yang masih terbatas, yaitu 55% kabupaten atau kota di Indonesia dan permasalahan tentang inovasi produk. Inovasi produk bank syariah belum bisa memenuhi kebutuhan pasar dan berdaya saing tinggi. Di sisi lain permasalahan inovasi produk perbankan syariah belum mampu memanfaatkan teknologi informasi dan telekomunikasi. Oleh karena itu perbankan syariah harus bisa memilih strategi yang tepat untuk memperluas jangkauan baik pasar domestik maupun luar negeri. Selain itu perbankan syariah untuk menerapkan inovasi pada penghimpunan dana yang berbiaya murah dengan tingkat likuiditas yang rendah.²

Upaya untuk mempertahankan dan meningkatkan nasabah, bank harus menjaga citra positif dalam pandangan masyarakat. Citra positif ini dapat dilakukan melalui kualitas pelayanan, kualitas produk, dan lain-lain. Untuk itu bank perlu menyediakan *customer service* yang mampu memenuhi kebutuhan dan menangani keinginan nasabahnya. Selain itu perusahaan juga harus menyediakan pelayanan prima yakni suatu cara untuk melayani pelanggan dengan hasil yang memuaskan, kepuasan nasabah akan lebih mudah dipenuhi apabila pihak bank lebih mengenal karakter nasabah.

¹ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah, edisi revisi*, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2011), 14.

² Hani Werdi Apriyanti, "Model Inovasi Produk Perbankan Syariah Di Indonesia", *Jurnal Ekonomi Islam* 9, no. 1 (September 2018): 85.

Perkembangan bank yang terus menerus meningkat mengakibatkan persaingan antar bank semakin ketat. Hal ini dapat dilihat dengan banyaknya lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan non bank yang berpacu pada prinsip-prinsip syariah. Diantaranya yaitu Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS), yaitu bank yang berprinsip syariah yang kegiatannya tidak memberikan jasa.³

Dengan demikian, bank syariah harus mau mengembangkan inovasi produk perbankan yang akan mampu menahan meskipun banyak pesaing di lembaga keuangan, serta yang akan mampu mempertahankan nasabahnya, dan juga mewujudkan apa saja yang menjadi harapan-harapan nasabah. Karena kepuasan nasabah akan tercapai apabila kualitas produk yang diberikan sesuai dengan kebutuhan. Dengan demikian perusahaan mempunyai peluang untuk berkembang lebih baik lagi di banding dengan perusahaan lain yang hanya mengutamakan perolehan keuntungan tanpa menjaga kualitas produk yang dihasilkan.⁴

BPRS Daya Artha Mentari adalah salah satu bank syariah yang pertama kali didirikan di daerah kabupaten Pasuruan tepatnya di JL. RA Kartini Bangil Pasuruan. BPRS Daya Artha Mentari didirikan untuk mengembangkan sistem perbankan yang sesuai dengan syariat islam agar dapat menopang perkembangan perekonomian ekonomi umat secara menyeluruh. Dengan berjalannya waktu banyak bank-bank syariah lain yang didirikan untuk mengembangkan sistem perbankan yang sesuai dengan syariat islam juga. Dengan demikian, BPRS Daya Artha Mentari mempunyai banyak pesaing dalam proses pengembangan perbankan syariah. Salah satu cara untuk pengembangan perbankan adalah dengan melakukan inovasi produk. BPRS Daya Artha Mentari harus mampu mengembangkan perbankan dengan melakukan inovasi produk karena melihat dengan banyaknya pesaing dan juga kebutuhan masyarakat yang terus menerus berubah.

BPRS Daya Artha Mentari dipilih karena BPRS Daya Artha Mentari adalah bank syariah yang pertama kali didirikan dipasuran yang jelas melakukan usaha-usaha atau strategi yang dilakukan untuk mengembangkan dan mempertahankan perbankan. Dari alasan inilah penulis ingin mengetahui strategi inovasi produk apa saja yang dilakukan BPRS Daya Artha Mentari dalam meningkatkan jumlah nasabah.

Tujuan Penelitian dalam penelitian ini adalah ingin mengetahui tentang literasi inovasi produk perbankan syariah dalam meningkatkan

³ Bank Indonesia, "Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah", dalam <http://www.bi.go.id> <http://www.bi.go.id>.

⁴ Ferlangga Dan Khalifah, Pengembangan Inovasi Produk Keuangan Dan Perbankan Syariah Dalam Mempertahankan Dan Meningkatkan Kepuasan Nasabah, *jurnal edunomika*1, no. 2 (Agustus 2017): 101.

jumlah nasabah dan mengetahui tentang strategi inovasi produk perbankan syariah dalam meningkatkan jumlah nasabah di PT. BPRS Daya Artha Mentari Bangil Pasuruan.

B. KAJIAN TEORI

1. Strategi

Strategi perusahaan akan menentukan keberhasilan dan hidup matinya perusahaan tersebut. Strategi menunjukkan arahan umum yang hendak ditempuh oleh suatu organisasi untuk mencapai tujuannya. pada dasarnya, perusahaan menetapkan strategi melalui penyesuaian kemampuan perusahaan dengan peluang yang ada dalam industri.⁵

2. Inovasi Produk

Inovasi dapat dilihat sedikitnya dari dua sudut yang menguntungkan yaitu, kebaruan dalam arti sesuatu itu belum pernah dilakukan sebelumnya, kebaruan dalam arti sesuatu itu belum pernah dilakukan oleh instansi atau oleh perusahaan yang kini melaksanakannya. Dalam arti yang lebih sempit inovasi hanya terjadi bilamana sesuatu itu sama sekali baru tidak pernah dikerjakan sebelumnya. Inovasi adalah sesuatu yang baru atau berbeda dalam arti absolute atau dalam arti situasional. Selain itu inovasi merupakan kegiatan yang mengarah pada perubahan produk atau jasa (teknis) dan administratif (manajerial) yang ditawarkan oleh perusahaan untuk beradaptasi dengan lingkungan yang dinamis.⁶

3. Literasi Inovasi Produk Perbankan Syariah

Literasi perbankan syariah dapat didefinisikan sebagai kesadaran, pengetahuan, sikap dan tingkah laku dalam membuat keputusan-keputusan berkaitan dengan berbagai aktifitas perbankan seseorang yang dalam hal ini spesifik perbankan syariah. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi literasi, diantaranya:

a. Faktor Internal

- 1) Usia
- 2) Pengalaman
- 3) Intelegensia

b. Faktor Eksternal

- 1) Pendidikan

⁵ Panji Anoraga, *Pengantar Bisnis: Pengelolaan Dalam Era Globalisasi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), 357.

⁶ Rofiaty, *Inovasi dan Kinerja* (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2012), 51.

- 2) Pekerjaan
- 3) Sosial Budaya Dan Ekonomi
- 4) Lingkungan
- 5) Informasi

4. Perbankan syariah

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. Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah. Prinsip syariah adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syariah. Industri perbankan syariah memiliki karakteristik umum yang melekat pada industri yang dapat regulasi, dan industri yang berdasarkan pada kepercayaan.

5. Nasabah

Nasabah adalah orang yang biasa berhubungan atau dengan menjadi pelanggan bank dalam hal keuangan atau perusahaan asuransi (pelanggan).⁷ Nasabah dapat diartikan orang atau badan hukum yang mempunyai rekening baik rekening simpanan atau pinjaman pada pihak bank. Sehingga nasabah merupakan orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan.⁸

6. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah

Nasabah sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor yang ada diluar diri manusia (*eksternal*) dan faktor-faktor yang ada di dalam diri manusia (*internal*). Faktor eksternal yang utama adalah kebudayaan dan sosial, sedangkan faktor-faktor internal yang utama adalah faktor pribadi dan psikologis.

- a. Faktor Budaya
- b. Faktor Sosial
- c. Faktor Pribadi
 - 1) Umur dan tahap siklus hidup
 - 2) Pekerjaan
 - 3) Situasi ekonomi

⁷ Meity Taqdir Qodratillah, dkk, *kamus bahasa indonesia untuk pelajar* (Jakarta: badan pengembangan bank dan pembinaan bahasa, kementerian pendidikan dan kebudayaan, 2011),347.

⁸ M. Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2010), 190.

- 4) Kepribadian dan konsep diri
- d. Faktor psikologis
 - 1) Motif
 - 2) Persepsi
 - 3) Pembelajaran dan sikap

C. METODE

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah suatu penelitian yang hasil penelitiannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau metode kuantifikasi yang lain. Peneliti biasanya menggunakan pendekatan naturalistik untuk memahami suatu fenomena tertentu. Penelitian kualitatif berusaha mendapatkan pencerahan, pemahaman terhadap suatu fenomena dan ekstrapolasi pada situasi yang sama.⁹

Jenis penelitian yang digunakan penulis adalah penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang menggambarkan suatu objek yang berkenaan dengan yang diteliti tanpa mempersoalkan hubungan antar variabel penelitian.¹⁰

2. Kehadiran Peneliti

Dalam penelitian ini, peneliti bertindak langsung sebagai pengumpul data dan sebagai instrument aktif dalam upaya mengumpulkan data-data di lapangan. Sedangkan instrumen data yang lain selain manusia adalah berbagai bentuk alat-alat bantu berupa dokumen-dokumen lainnya yang dapat digunakan untuk menunjang keabsahan hasil penelitian, namun berfungsi sebagai instrumen pendukung.

3. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat yang digunakan dalam melakukan penelitian untuk memperoleh data yang di inginkan. Penelitian ini bertempat di PT. BPRS Daya Artha Mentari Bangil Pasuruan.

4. Data dan Sumber Data

Ada dua jenis sumber data yang biasanya digunakan dalam penelitian, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.¹¹

a. Data Primer

⁹ Albi Anggito, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jawa Barat: CV Jejak, 2018), 9.

¹⁰ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jakarta: PT. Remaja Rosda Karya, 2010), 54.

¹¹ Prof. Dr.H.M.Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Social Dan Ekonomi* (Kencana: Prenadamedia, 2015), 129.

Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber data pertama dilokasi penelitian atau objek penelitian.¹² Data primer dalam penelitian ini peneliti membagi menjadi dua bagian, yaitu diperoleh dari observasi dan dari wawancara kepada Direktur PT. BPRS Daya Artha Mentari.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang kita butuhkan. Karena peneliti sukar memperoleh data dari sumber data primer, dan mungkin juga karena menyangkut hal-hal yang sangat pribadi sehingga sukar data itu didapat langsung dari sumber data primer. Data sekunder dalam penelitian ini berasal dari literatur-literatur seperti buku, majalah, hasil penelitian dan lain-lain.¹³

5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan beberapa metode, yaitu:

1) Observasi

Observasi pada penelitian ini dilakukan dengan cara melihat suatu peristiwa atau kejadian-kejadian yang terjadi pada PT. BPRS Daya Artha Mentari Bangil Pasuruan.

2) Dokumentasi

Adapun sumber-sumber dokumentasi tersebut berasal dari dokumen-dokumen yang dimiliki BPRS Daya Artha Mentari seperti arsip-arsip, formulir dokumen transaksi yang digunakan untuk transaksi produk.

3) Wawancara

Peneliti mengadakan wawancara dengan Direktur PT. BPRS Daya Artha Mentari terkait masalah strategi inovasi produk karena dalam hal ini untuk masalah inovasi produk di bidang oleh Direktur sendiri.

6. Analisis Data

Dalam analisis penelitian ini, peneliti berusaha untuk memecahkan masalah yang ada dalam rumusan masalah dengan menggambarkan keadaan atau fenomena yang ada. Teknik analisis data penelitian ini adalah:

1. Menelaah seluruh data, baik wawancara observasi maupun dokumentasi untuk kemudian dicatat secara teliti dan di rinci.
2. Reduksi data dilakukan untuk proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstaraksian dan

¹² Ibid,132.

¹³ Ibid,133.

transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan serta dapat dengan cara merangkum dengan tetap menjaga inti, proses dan pernyataan yang ada.

3. Penyajian data dalam kualitatif dapat dilakukan dalam berbagai jenis matriks, grafik, jaringan, dan bagan. Semuanya dirancang untuk menggabungkan informasi yang tersusun dalam suatu bentuk yang padu padan dan mudah diraih sehingga data ketika sudah direduksi kemudian dapat di kelompokkan melalui media tersebut dan dapat diberi kesimpulan.
 4. Verifikasi atau disebut menarik kesimpulan. Kesimpulan dapat dipertanggungjawabkan apabila bukti-bukti yang kuat atau valid dapat mendukung pada tahap pengumpulan data, sebaliknya ketika kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara maka dapat mendukung tahap pengumpulan data berikutnya.¹⁴
7. Pengecekan Keabsahan Temuan

Dalam penelitian, setiap hal temuan harus di cek keabsahannya agar hasil penelitiannya dapat di pertanggung jawabkan kebenarannya dan dapat di buktikan keabsahannya. Pengecekan keabsahan data yang dilakukan sebagai berikut:¹⁵

1. Perpanjangan Masa Pengamatan

Perpanjangan masa pengamatan, berarti peneliti berada di lapangan yaitu di PT. BPRS Daya Artha Mentari Bangil Pasuruan sampai kejenuhan pengumpulan data tercapai. Peneliti akan memperpanjang masa pengamatan untuk memperoleh data yang valid dari lokasi penelitian. Disini peneliti tidak hanya sekali atau dua kali, akan tetapi peneliti mungkin sering datang untuk mendapatkan informasi.¹⁶

2. Triangulasi

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain.¹⁷ Triangulasi berarti cara terbaik untuk menghilangkan perbedaan-perbedaan kontruksi kenyataan yang ada dalam kontek suatu studi sewaktu mengumpulkan data tentang berbagai kejadian. Dengan kata lain peneliti dapat mengecek temuannya dengan jalan membandingkan berbagai sumber, metode, atau teori. Adapun untuk mencapai kepercayaan itu, maka ditempuh langkah sebagai berikut:

- a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.

¹⁴ Sugiyono, *Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2008),245-250.

¹⁵ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Roda Karya),330.

¹⁶ Ibid,329.

¹⁷Ibid,330.

- b. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi.
 - c. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.
3. Pembahasan Tema Sejawat
- Teknik ini dilakukan dengan cara mengekspos hasil sementara atau hasil akhir yang diperoleh dalam bentuk diskusi dengan rekan-rekan sejawat. Usaha ini juga bisa dikatakan sebagai cara untuk mengecek persamaan dan perbedaan pandangan antara penulis dan rekan melalui diskusi dan tanya jawab agar penulis dalam menghadapi data bisa diperkuat.
4. Menggunakan Bahan Refrensi
- Yang dimaksud dengan bahan refrensi adalah adanya pendukung untuk membuktikan data yang telah ditemukan oleh peneliti.¹⁸

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Literasi Inovasi Produk Perbankan Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah

Pengetahuan nasabah tentang bank syariah ini sangat penting karena tanpa adanya pengetahuan maka seseorang tersebut mustahil melakukan kegiatan perbankan dengan perbankan syariah. Bahkan orang yang sudah mengetahui tentang bank syariah pun belum tentu melakukan kegiatan perbankan dengan menggunakan perbankan syariah. Dengan masih rendahnya pengetahuan nasabah tentang bank syariah maka sulit bagi perbankan syariah untuk berkembang dengan cepat sementara disisi lain Indonesia adalah Negara dengan penduduk mayoritas beragama Islam.

Pengetahuan nasabah PT. BPRS Daya Artha Mentari Bangil Pasuruan dikatakan masih rendah karena kebanyakan nasabah PT. BPRS Daya Artha Mentari berasal dari pedagang pasar yang mana tingkat pengetahuan, pendidikan, usia, pengalaman, pekerjaan masih sangat minim. Masyarakat yang sudah bergabung di PT. BPRS Daya Artha Mentari cuma menganggap bank syariah hanya sekedar untuk menabung padahal di PT. BPRS Daya Artha Mentari banyak sekali produk-produk yang lain. Nasabah kebanyakan tidak mengetahui kalau PT. BPRS Daya Artha Mentari selalu melakukan perubahan-perubahan atau melakukan inovasi produk, padahal pegawainya selalu melakukan penawaran setiap ada produk baru. Nasabah kurang

¹⁸ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2008),275.

memahami berbagai produk yang ada di PT. BPRS Daya Artha Mentari Bangil Pasuruan, karena mereka beranggapan kalau semuanya itu sama saja. Dari hasil observasi maka dapat peneliti analisis bahwa literasi nasabah tentang perbankan syariah dan inovasi produk di pengaruhi oleh beberapa hal, yaitu: Usia, pengalaman, intelegensia, pendidikan, pekerjaan, sosial budaya dan ekonomi, lingkungan, informasi.

Dari beberapa faktor tersebut sangat berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah. Jika faktor-faktor tersebut dimiliki oleh setiap individu masyarakat maka masyarakat akan bergabung atau menggunakan jasa perbankan syariah dan produk-produk yang ada. Begitu juga sebaliknya jika setiap individu tidak memiliki beberapa faktor tersebut maka masyarakat akan sulit bergabung atau menggunakan jasa perbankan syariah khususnya di PT. BPRS Daya Artha Mentari Bangil Pasuruan. Selain literasi atau pengetahuan tentang bank syariah nasabah juga harus mengetahui produk-produk yang ada di perbankan syariah tersebut agar dapat bergabung dengan bank syariah. Produk-produk yang ada di perbankan syariah mempunyai keselarasan atau penyeragaman produk di seluruh perbankan syariah di Indonesia. Hanya saja variasi produk, kemudahan akses dan pendekatan terhadap nasabah yang berbeda anatara perbankan syariah di Indonesia. Salah satu cara yang dilakukan PT. BPRS Daya Artha Mentari Bangil Pasuruan untuk mengetahui produk yang ada di perbankan yaitu dengan melakukan inovasi produk. Inovasi produk tersebut disampaikan dengan cara mempertajam informasi dan penawaran kepada masyarakat. Sehingga dengan banyak penawaran yang dipaparkan maka masyarakat akan lebih spesifik dan dalam hal kesyariahannya masyarakat akan lebih paham. Meskipun dalam proses penawaran banyak nasabah yang beranggapan bahwa produknya sama saja ataupun membandingkan dengan produk bank syariah yang lain tapi pegawai PT. BPRS Daya Artha Mentari tetap selalu eksis dalam menawarkan produk ditengah persaingan yang sangat banyak.

2. Strategi Inovasi Produk Perbankan Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah

Strategi menunjukkan arahan umum yang hendak ditempuh oleh suatu organisasi untuk mencapai tujuannya. Pada dasarnya perusahaan menetapkan strategi melalui penyelarasan kemampuan perusahaan dengan peluang yang ada dalam perusahaan. Kemampuan di PT. BPRS Daya Artha Mentari Bangil Pasuruan yaitu

menyesuaikan produk yang ada dengan kebutuhan masyarakat sekarang dengan melakukan beberapa inovasi produk.

Inovasi produk menjadi kunci perbankan syariah untuk lebih berkembang dengan cepat sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Dalam memenuhi kebutuhan masyarakat PT. BPRS Daya Artha Mentari Bangil Pasuruan melakukan penawaran suatu produk terhadap nasabah baik nasabah tingkat menengah ke atas maupun nasabah tingkat menengah ke bawah dengan cara terjun langsung kepada nasabah kemudian menjelaskan kepada mereka tentang inovasi-inovasi yang telah dibuat dan menjelaskan tentang kelebihan-kelebihan dalam setiap produknya.

Faktor pendorong untuk melakukan inovasi produk pada PT. BPRS Daya Artha Mentari Bangil Pasuruan adalah faktor kebutuhan. Melihat kebutuhan masyarakat yang terus menerus berubah ini PT. BPRS Daya Artha Mentari Bangil Pasuruan berupaya untuk mengambil perhatian masyarakat dengan tetap menggunakan jasa yang ada di PT. BPRS Daya Artha Mentari Bangil Pasuruan agar produk yang ada tetap laku. Selain tetap menggunakan produk yang ada, PT. BPRS Daya Artha Mentari Bangil Pasuruan juga menambah dan menawarkan produk-produk yang baru yang dapat menambah jumlah nasabah pada PT. BPRS Daya Artha Mentari Bangil Pasuruan .

Inovasi produk yang ada di PT. BPRS Daya Artha Mentari Bangil Pasuruan adalah: tabungan anak taqwa (memberikan reward , tabungan investasi syariah, tabungan qurban, tabungan wisata, tabungan asuransi. Selain itu ada juga beranekaragam pembiayaan, mulai dari jual beli, perdagangan, pertanian, dan modal kerja. Semua produk tersebut mempunyai tujuan masing-masing, jadi bank dapat menjual produknya dan masyarakat dapat mengambil kemanfaatannya.

Tujuan utama yang dilakukan PT. BPRS Daya Artha Mentari Bangil Pasuruan yaitu mengentaskan kemiskinan dan juga mengembangkam pembiayaan perbankan berbasis syariah, karena kebanyakan seseorang meremehkan perbankan syariah. Semua itu dilakukan dengan cara mempertajam informasi penawaran kepada masyarakat dan setiap produk disebutkan juga tentang kelebihan-kelebihannya.

Berdasarkan data yang didapat di PT. BPRS Daya Artha Mentari Bangil Pasuruan, perkembangan jumlah nasabah pertahunnya sangat mengalami peningkatan. Pada tahun 2016 jumlah nasabah keseluruhan sebanyak 7.942 orang, tahun 2017 sebanyak 8.090 orang, tahun 2018 sebanyak 8.255 orang, tahun 2019 sebanyak 9.958 orang, dan tahun 2020 sebanyak 8.841 orang. Pada tahun 2019 ke

tahun 2020 mengalami penurunan dikarenakan data yang didapat pada tahun 2020 hanya sampai bulan mei. Jumlah nasabah yang paling banyak yaitu pada produk AT-TIIN (tabungan industri, investasi dan niaga) itu dikarenakan produk lama namun selalu ada sedikit perubahan atau beberapa inovasi, jadi sudah banyak yang bergabung pada produk itu.

E. KESIMPULAN

1. Literasi nasabah pada PT. BPRS Daya Artha Mentari Bangil Pasuruan dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu:
 - a. Usia
 - b. Pengalaman
 - c. Intelegensi
 - d. Pendidikan
 - e. Pekerjaan
 - f. Sosial budaya dan ekonomi
 - g. Lingkungan
 - h. Informasi

Dari beberapa faktor tersebut, literasi nasabah PT. BPRS Daya Artha Mentari Bangil Pasuruan masih dikatakan rendah, karena kebanyakan nasabah bekerja sebagai pedagang di pasar. Selain itu nasabah juga membandingkan dengan bank syariah lain karena lingkungannya banyak sekali bank syariah selain PT. BPRS Daya Artha Mentari Bangil Pasuruan.

2. Strategi yang dilakukan PT. BPRS Daya Artha Mentari Bangil Pasuruan untuk meningkatkan jumlah nasabah yaitu dengan melakukan inovasi produk. Sebelum melakukan inovasi produk, PT. BPRS Daya Artha Mentari Bangil Pasuruan melihat dari kebutuhan nasabah karena kebutuhan nasabah terus menerus mengalami perubahan. Inovasi produk tersebut selalu ditawarkan atau dipromosikan pada nasabah, paling tidak PT. BPRS Daya Artha Mentari Bangil Pasuruan tetap eksis dalam melakukan penawaran meskipun berada ditengah persaingan. Selain itu strategi yang dilakukan PT. BPRS Daya Artha Mentari Bangil Pasuruan adalah selalu mensosialisasikan setiap ada produk baru dan seluruh komponen bank bersinergi dengan baik dan kompak. Dengan adanya beberapa strategi yang dilakukan PT. BPRS Daya Artha Mentari Bangil Pasuruan maka ada perubahan dalam jumlah nasabahnya. Meskipun banyak persaingan tapi PT. BPRS Daya Artha Mentari Bangil Pasuruan tetap selalu melakukan inovasi-

inovasi produk baik produk lama maupun menambah produk baru dengan tetap mempertahankan nasabah yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Muhammad. *Bank Syariah Problem dan Prospek Perkembangan di Indonesia*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005.
- Ferlangga dan khalifah. Pengembangan Inovasi Produk Keuangan Dan Perbankan Syariah Dalam Mempertahankan Dan Meningkatkan Kepuasan Nasabah. *jurnal edunomika*01, no. 02 (Agustus 2017): 101.
- Hafidz, M. "Keterlekatan Social Inovasi Produk Bank Syariah Di Indonesia." *jurnal hukum islam* 13,no. 2 (Desember 2015): 2.
- Apriyanti, Hani Werdi. "Model Inovasi Produk Perbankan Syariah Di Indonesia", *jurnal ekonomi islam*9, no. 1 (September 2018): 85.
- Bank Indonesia. "Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah", dalam <http://www.bi.go.id> <http://www.bi.go.id> diakses pada (04 Juli 2013).
- Anaroga, Panji. *Pengantar Bisnis: Pengelolaan Dalam Era Globalisasi*. Jakarta: Rineka Cipta, 2011.
- Rofiaty. *Inovasi dan Kinerja*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Qodratillah, Meity Taqdir. *Kamus Bahasa Indonesia Untuk Pelajar*. Jakarta: Badan Pengembangan Bank Dan Pembinaan Bahasa, Kementrian Pendidikan Dan Kebudayaan. 2011.
- Al-Arif, M. Nur Rianto. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Anggito, Albi. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jawa Barat: CV Jejak, 2015.
- Bungin, Burhan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Remaja Rosda Karya, 2010.
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Social Dan Ekonomi*. Kencana: Prenadamedia, 2015.
- Sugiyono. *Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2008.
- Lexy, J. Moleong. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Roda Karya, 2001.
- Apriyanti, Hani Werdi. "Model Inovasi Produk Perbankan Syariah Di Indonesia", *jurnal ekonomi islam*9, no. 1 (September 2018): 85.