

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Seiring dengan pesatnya kemajuan perekonomian di Indonesia, lembaga keuangan tumbuh berkembang menjadi semakin beraneka ragam jenis, jasa-jasa serta pelayanan yang diberikan. Lembaga keuangan mempunyai peran yang penting dan luar biasa dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Jasa layanan yang diberikan oleh lembaga keuangan kepada masyarakat tersebut dapat mendukung perkembangan dan pertumbuhan perekonomian.

Lembaga Keuangan Mikro Syariah seperti KSPPS BMT merupakan sebuah lembaga perekonomian mikro syari'ah yang berbadan hukum koperasi yang bergerak menghimpun dan menyalurkan dana pembiayaan kepada masyarakat kecil dan menengah baik yang bersifat sosial seperti zakat, infak dan sodakoh ataupun penyaluran dan dana pembiayaan modal usaha yang bersifat laba dengan sistem bagi hasil.

Saat ini jumlah Koperasi di Indonesia menurut Kementerian Koperasi dan UKM<sup>1</sup> sebanyak 123.048 dengan jumlah KSPPS sebanyak 4.046 atau 3,29% dari total jumlah koperasi. Jawa Barat merupakan provinsi kedua dengan jumlah koperasi terbanyak setelah Jawa Timur yaitu sebanyak 13.247 koperasi dan jumlah KSPPS BMT sebanyak 298.

---

<sup>1</sup> Kementerian Koperasi dan UKM, "Jumlah Koperasi di Indonesia Tahun 2020", <http://nik.dekop.go.id/>; diakses pada 7 Agustus 2020.

Wilayah III Cirebon merupakan kota dan kabupaten yang berada di Jawa Barat. Perkembangan koperasi di wilayah tersebut bisa di katakan cukup banyak. Saat ini jumlah operasi yang ada di wilayah III Cirebon berjumlah 2.103 dan jumlah KSPPS BMT sebanyak 44. Berikut adalah daftar KSPPS BMT di wilayah III Cirebon:

Tabel 1.1  
Daftar KSPPS BMT di wilayah III Cirebon

No	Nama	Alamat
1	Koperasi BMT Artha Mandiri	Perum Griya Cilimus Indah Blok F.7. Cilimus
2	Koperasi BMT Sabilul Muttaqin	Jl Raya Ciawi Lor Kec Ciawigebang. Ciawi Gebang
3	Koperasi BMT Hidayaatul Islam	Jl. Raya Purwasari. Garawangi
4	Koperasi BMT Amanah Wal Mu`Amanah	Ruko Pasar Ancaran. Kuningan
5	Koperasi BMT Al – Abraar	Jl. Raya Cigugur Kuningan No. 783. Cigugur
6	Koperasi BMT Akura	Jl. Raya Kuningan Cirebon KM 10 Kav.2. Jalaksana
7	KSPPS BMT Al-Falah Berkah Sejahtera	Jl. Sultan Agung No. 09 RT 004 RW 001. Sumber
8	Koperasi BMT Khusnul Aulia	Jl. Baru Komplek Bumi Siliwangi Permai Blok E4 No. 25-26 Jatiseng Kidul. Ciledug
9	Koperasi LKMS BMT Gunungjati	Jalan Sunan Gunung Jati No. 53 RT 03 RW 01Kalisapu. Gunung Jati
10	KSPPS BMT Lariba Islamic Centre Kabupaten Cirebon	Jl. Tuparev Blok Simega No. 111 RT 027 RW 006. Kedawung
11	Koperasi BMT Al Fatah	JL. Raya Ciawi Japura. Susukan Lebak
12	Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah BMT Al-Bahjah	Jl. Pangeran Cakrabuana Rt 03 Rw 01. Sumber
13	Koperasi Jasa Keuangan Syariah Baitul Maal Wattamwil (BMT) Artha Mandiri	Landoh Sumber. Sumber
14	Koperasi Bmt Alfa Dirham Mandiri	Jalan Sumber Kramat No.15 Blok Kramat RT. 015 RW. 005. Duku Puntang

15	Koperasi BMT Amanah	Kasugengan Lor. Depok
16	BMT Al Ishlah	Jl. Raya Otista No.17 Plumbon
17	Koperasi Jasa Keuangan Syariah BMT Talaga	Talaga Kulon.Talaga
18	Koperasi BMT Assalam	Jl. Raya Barat No. 18. Sumberjaya
19	Koperasi BMT Darul Amanah	Ranji Kulon. Kasokandel
20	Koperasi BMT Babul Khoer	Desa Werasari. Malausma
21	Koperasi BMT Al-Amanah	Margajaya. Lemahsugih
22	Koperasi KBMT Sri Mukti Sadawangi	Sadawangi. Lemahsugih
23	Koperasi BMT Babussalam Bantarujeg Majalengka	Jl Jend A Yani No 15 Bantarujeg. Bantarujeg
24	Koperasi BMT Amanah	Cidulang. Cikijing
25	Koperasi BMT Jabal Rahmah	Blok Kaum Kaler RT.06 RW.018. Talaga
26	Koperasi KBMT BIM	Sukasari Kaler. Argapura
27	Koperasi BMT Babburohmah	Ds. Maja Selatan. Maja
28	Koperasi BMT Al Mubaroq	Jl.Siti Armila No 88 Majalengka. Majalengka
29	KSPPS BMT Barokah Investasi	Jl. KH. Abdul Halim No. 176. Majalengka
30	Koperasi BMT Fajar Insani	Jln Raya Pasar Cigasong. Cigasong
31	Koperasi BMT Al-Ikhlash	Jl Pangeran Muhammad No 01 Sukahaji
32	Koperasi BMT Almaghfur	Tanjungsari. Sukahaji
33	Koperasi BMT El Bilqis	Jerukleueut. Sindangwangi
34	Koperasi Jasa BMT El Amanah	Jalan Raya Tukdana No. 25. Tukdana
35	Koperasi BMT El-Amanah Lelea	Jl. Pasar Lelea. Lelea
36	Koperasi BMT Agro Bisnis	Buyut Dolong Blok Telaga. Krangkeng
37	Koperasi BMT Ikhlasul Amal	Jl. Raya Karangampel No. 1589. Karangampel
38	Koperasi Serba Usaha S BMT Isra Mandiri Karangapel	Karangampel Kidul No. 1148. Karangampel
39	Koperasi BMT El-Amanah Indramayu	Jl. Raya Pasar Baru Pasar Ikan Higinis. Indramayu
40	Koperasi BMT Isra Indramayu	Jl. Letjen Suprpto No. 205. Indramayu
41	Koperasi BMT El-Qomariyah Rajasingga	Jl. Raya Rajasingga. Terisi
42	Koperasi Bank Perkreditan Rakyat BMT Lautze	Jl. Astana Gaib. Harjamukti
43	Koperasi Bank Perkreditan	Jl. Ciremai Giri, Blok. T2 No. 19.

	Rakyat BMT Syariah Al – Fath	Harjamukti
44	KPBR BMT Bairuha	Jl. Perjuangan Komp. Al Kautsar Rt.06/10. Kesambi

Seiring berjalannya waktu KSPPS BMT mulai banyak dikenal konsumen sehingga tingkat pertumbuhan KSPPS BMT di wilayah III Cirebon mengalami kenaikan yang cukup signifikan. Dengan adanya KSPPS BMT sebenarnya bisa menjadi suatu solusi dan alternatif bagi perekonomian kita yang kebanyakan masyarakatnya bergerak di bidang Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Hal ini dikarenakan KSPPS BMT lebih bisa menjangkau masyarakat kecil.

Kondisi pasar yang semakin canggih dan modern serta semakin banyaknya keinginan dan kebutuhan pasar merupakan keadaan yang bagus dalam memperbesar pasar KSPPS BMT, dengan demikian KSPPS BMT dapat meningkatkan pendapatan dan asset lembaga secara signifikan. Faktanya, di lapangan banyak ditemukan KSPPS yang mengalami kesulitan dalam merespon keadaan tersebut sehingga KSPPS kalah dalam persaingan mendapatkan pasar.

Faktor yang mempengaruhi lambatnya respon KSPPS BMT ialah SDM yang kurang memadai, terbukti dengan masih banyak karyawan yang bukan lulusan dalam bidang ekonomi, sehingga kemampuan dalam merespon keadaan dan keinginan pasar menjadi lambat. Masih rendahnya budaya kerja yang efektif dan efisien, kurangnya strategi dalam memasarkan produk di pasar, motivasi serta *support* dari pimpinan yang rendah, masih kurangnya

pengetahuan dan pemahaman tentang fatwa DSN MUI serta tingginya tingkat persaingan antar lembaga keuangan.

Menurut Oza<sup>2</sup> dalam tulisannya menyebutkan bahwa faktor yang mempengaruhi inovasi produk ialah bisa dari faktor internal ataupun faktor eksternal. Rendahnya inovasi produk dan pengembangan pasar harus segera dibenahi, agar proses pertumbuhan dan perkembangan perusahaan dapat berjalan lebih cepat. Inovasi produk harus menjadi strategi yang utama bagi perusahaan, karena inovasi mempunyai peran yang penting ditengah persaingan pasar lembaga keuangan, oleh karena itu suatu perusahaan harus mampu untuk terus melakukan inovasi-inovasi yang baru<sup>3</sup>. Oleh karena itu pengembangan produk baru sangat penting bagi perusahaan agar dapat tetap bertahan dan bersaing.

Tujuan dari pengembangan produk ialah sebagai bentuk upaya untuk menghasilkan inovasi-inovasi produk baru KSPPS BMT yang dapat memberikan keunggulan dalam produk-produknya sehingga dapat diminati oleh pasar sebagai kecepatan KSPPS BMT dalam merespon perubahan keinginan dan kebutuhan pasar.

Inovasi produk harus menjadi strategi yang utama bagi KSPPS BMT, karena inovasi memiliki peran yang sangat penting ditengah persaingan pasar.

Karena itu KSPPS BMT harus mampu untuk terus melakukan inovasi-inovasi

---

<sup>2</sup> Oza Restianita, "Analisis Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Murabahah Terhadap Keberlangsungan Usaha Anggota", *Tesis*, (Lampung: Program Studi Ekonomi Islam, UIN Raden Intan Lampung, 2018), hlm. 12.

<sup>3</sup> Mahendra Dicky, "Inovasi Produk Syariah dari Aspek Pengembangan Fikih Muamalah", <http://mahendradicky.co.id/2012/1/inovasi-produk-perbankan-syariahdari.html>; diakses 16 April 2020.

baru. Produk KSPPS BMT yang bermacam-macam jenis dan sesuai kebutuhan pasar tercipta dari inovasi produk yang brilian. Inovasi produk merupakan jalan untuk menuju pengembangan produk. Inovasi produk bisa menghasilkan produk yang akan dikemas ulang atau produk baru.

Semua perusahaan yang ingin dapat bersaing dengan para pesaingnya secara penuh harus mempunyai mental yang kuat dan mampu memperhitungkan hal-hal yang akan/belum terjadi serta dapat berkreasi dengan hal-hal baru. KSPPS BMT pun tidak dapat lepas dari kewajiban melakukan inovasi produk sebagai upaya untuk meningkatkan daya saing dan kinerjanya. Produk-produk KSPPS BMT harus bisa memenuhi kebutuhan pasar dengan cara melakukan inovasi produk secara terus menerus.

Usaha untuk meningkatkan pasar KSPPS BMT harus tetap terus dilakukan. Salah satu cara yang penting tersebut adalah dengan melakukan inovasi produk sesuai dengan kebutuhan pasar tetapi tetap berada dalam aturan prinsip-prinsip syariah. Inovasi produk ini diharapkan akan mampu menjadi salah satu cara untuk terus meningkatkan pertumbuhan KSPPS BMT yang pada akhirnya akan membantu memperbesar jangkauan pasar KSPPS BMT.

Inovasi produk menjadi kunci KSPPS BMT untuk lebih bersaing dan lebih berkembang dengan cepat sesuai dengan kebutuhan pasar. Inovasi produk harus menjadi prioritas bagi KSPPS BMT. Untuk itulah KSPPS BMT harus mampu mengembangkan ragam dan kombinasi produknya sehingga menambah daya tarik KSPPS BMT.

Artikel yang ditulis oleh Agustianto<sup>4</sup> menyebutkan bahwa terdapat pengaruh yang kuat antara inovasi produk dengan pengembangan pasar lembaga keuangan syariah. Tulisan yang dibuat oleh Anatan<sup>5</sup> menyebutkan bahwa untuk menjamin keberhasilan inovasi dibutuhkan dukungan sumber daya manusia yang memadai dan berpengalaman. Pernyataan ini dibantah oleh Cholisa Risanti<sup>6</sup> dalam penelitiannya menyatakan bahwa sumber daya manusia tidak berpengaruh positif terhadap inovasi produk.

Pada tulisan yang dibuat oleh Febransyah<sup>7</sup> mengatakan budaya perusahaan mendukung terciptanya inovasi. Pernyataan ini ditolak oleh Putranto<sup>8</sup> yang mengatakan bahwa bukan budaya perusahaan yang mendukung inovasi melainkan karakter spesifik dari budaya perusahaan tersebut yang mempengaruhi inovasi. Chaudury<sup>9</sup> dan Manurung<sup>10</sup> mengatakan strategi perusahaan dan struktur perusahaan dapat mempengaruhi inovasi. Karinda<sup>11</sup> dalam penelitiannya mengatakan bahwa menilai keinginan

---

<sup>4</sup>Agustianto, "Pentingnya Inovasi Produk Bank Syariah". [http://www.islamicfinance.co.id/berita\\_detail.php?id=785](http://www.islamicfinance.co.id/berita_detail.php?id=785); diakses tanggal 16 Juni 2020.

<sup>5</sup> Anatan Lina, "Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing; Suatu Pandangan Berbasis Sumber Daya", *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, MODUS, Vol. 19, No. 02, (Juli, 2007), hlm. 157-165.

<sup>6</sup> Rosanti Cholisa, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Inovasi Produk Koperasi Jasa Keuangan Syariah pada KJKS BTM Se Jawa Tengah". *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 6 No, 01, (Agustus, 2020), hlm. 24.

<sup>7</sup> Ade febransyah, *INNOVATION*, (Jakarta: Prasetya Mulya Publishing, 2010), hlm. 102

<sup>8</sup> Ardino Putranto, "Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Inovasi Produk Pada TV Berita Milik Pemerintah Indonesia (Studi Kasus Pada LPP Televisi Republik Indonesia)", *Journal*, Vol. 12 No.3, (Desember, 2013), hlm. 47.

<sup>9</sup> Sukumar Raychaudhuri, "Hidden Attributes of Human Resources for Successful Innovation", [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1589399](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1589399); diakses tanggal 12 September 2020.

<sup>10</sup> Manurung Laurensius, *Strategi Dan Inovasi Model Bisnis Meningkatkan Kinerja Usaha (Studi Empiris Industri Penerbangan)*, (Jakarta: PT. Media Elex Komputindo-Kompas Gramedia, 2010), hlm. 107.

<sup>11</sup> Karinda Melanie, "Pengaruh Strategi Pemasaran dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Produk IndieHome PT Telkom Area Tomohon", *Journal EMBA*, Vol. 6, No. 3, (Juli, 2013), hlm. 156.

dan kepuasan pelanggan lebih berpengaruh terhadap inovasi produk dibandingkan dengan strategi perusahaan terhadap inovasi produk.

Dari sisi eksternal, Mashudi dalam tulisannya mengatakan<sup>12</sup> terciptanya inovasi produk pada lembaga keuangan syariah dapat dipengaruhi oleh faktor regulasi Bank Indonesia dan ketersediaan fatwa oleh Dewan Syariah Nasional dan juga dapat dipengaruhi oleh pertumbuhan pasar serta tingkat persaingan antar lembaga keuangan syariah.

Berbeda dengan lembaga keuangan konvensional, lembaga keuangan syariah KSPPS BMT mempunyai Dewan Pengawas Syariah (DPS) pada struktur organisasi lembaganya sebagai perwakilan dari Dewan Syariah Nasional (DSN) yang berperan mengawasi sistem operasional KSPPS BMT dan juga memberikan pendapat atau melahirkan fatwa-fatwa baru yang dijadikan patokan dan landasan oleh KSPPS BMT dalam melakukan inovasi produknya.

Dari uraian yang telah dikemukakan di atas dapat disebutkan bahwa masih rendahnya produktifitas KSPPS dalam berinovasi untuk menciptakan produk baru yang dapat merespon keadaan dan keinginan pasar.

---

<sup>12</sup>Mashudi, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Karakteristik Inovasi Produk Terhadap Peningkatan Kinerja Perusahaan (Studi Empiris Pada BPR di Jawa Tengah)”, *Tesis*, (Semarang: Program Studi Magister Manajemen, Universitas Diponegoro, 2009), hlm. 43.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana pengaruh sumber daya manusia terhadap inovasi produk KSPPS BMT di Wilayah III Cirebon?
2. Bagaimana pengaruh budaya perusahaan terhadap inovasi produk KSPPS BMT di Wilayah III Cirebon?
3. Bagaimanakah pengaruh strategi perusahaan terhadap inovasi produk KSPPS BMT di Wilayah III Cirebon?
4. Bagaimana pengaruh struktur perusahaan terhadap inovasi produk KSPPS BMT di Wilayah III Cirebon?
5. Bagaimana pengaruh dukungan faktor eksternal terhadap inovasi produk KSPPS BMT di Wilayah III Cirebon?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk menganalisis pengaruh faktor sumber daya manusia terhadap Inovasi produk pada KSPPS BMT di Wilayah III Cirebon.
2. Untuk menganalisis pengaruh budaya perusahaan terhadap inovasi produk KSPPS BMT di Wilayah III Cirebon.
3. Untuk menganalisis pengaruh strategi perusahaan terhadap inovasi produk KSPPS BMT di Wilayah III Cirebon.
4. Untuk menganalisis pengaruh struktur perusahaan terhadap inovasi produk KSPPS BMT di Wilayah III Cirebon.
5. Untuk menganalisis pengaruh dukungan faktor eksternal terhadap inovasi KSPPS BMT di Wilayah III Cirebon.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak sebagai berikut :

1. Sebagai bahan masukan bagi KSPPS BMT di Wilayah III Cirebon dalam melakukan pengembangan dan inovasi produk-produknya guna meningkatkan kinerja perusahaan, memenangkan persaingan pasar serta meningkatkan pendapatan perusahaan.
2. Dapat memberikan kontribusi terhadap disiplin ilmu ekonomi dan keuangan syariah, khususnya konsentrasi KSPPS BMT di Wilayah III Cirebon tentang pentingnya inovasi produk sebagai kunci dalam pengembangan KSPPS di masa yang akan datang.
3. Sebagai bahan referensi, informasi dan masukan bagi peneliti lain yang berkeinginan melakukan penelitian yang sama atau berhubungan dengan bidang yang diteliti dalam tesis ini.

#### **E. Kerangka Pemikiran**

Kerangka Pemikiran merupakan fondasi yang mendasari pelaksanaan riset dan secara logis membangun, menggambarkan dan mengelaborasi hubungan-hubungan (*network of association*) antara variable-variabel yang relevan terhadap permasalahan. Kerangka pemikiran diidentifikasi melalui suatu proses, diantaranya observasi dan tinjauan kepustakaan. Kerangka pemikiran mengelaborasi hubungan-hubungan antara variable-variabel, menjelaskan teori yang mendasari hubungan-hubungan ini dan menjelaskan sifat dan arahnya.

Dalam persaingan koperasi syariah yang semakin ketat, maka inovasi produk menjadi kunci penting dalam meningkatkan daya saing dan memacu pertumbuhan perusahaan. Oleh karena itu penting bagi koperasi syariah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi pengembangan dan inovasi produk koperasi syariah tersebut.

Produk yang selalu inovatif diyakini akan membuat peningkatan dalam pertumbuhan koperasi syariah, diantaranya terjadi peningkatan jumlah anggota dan peningkatan asset koperasi syariah.

Faktor-faktor yang mempengaruhi 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 Indonesia dan Fatwa Dewan Syariah Nasional.

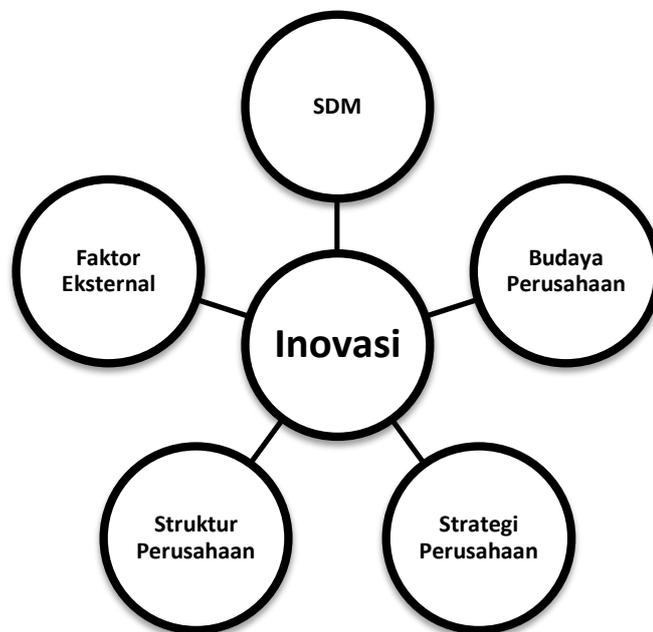
Sumber daya manusia memegang peranan yang sangat penting dalam proses inovasi, karena merekalah faktor penggerak dan pelaksana inovasi. Sebuah perusahaan akan semakin inovatif apabila didukung oleh sumber daya manusia yang kompeten, kreatif dan mendapat pelatihan yang baik untuk mengembangkan kompetensinya.

Sumber daya manusia yang ada di perusahaan bisa menjadi lebih kreatif disebabkan budaya perusahaan yang menciptakan suasana dan dorongan/motivasi untuk berinovasi di kalangan personel perusahaan. Budaya

perusahaan yang inovatif akan berdampak pada peningkatan kinerja sumber daya manusianya, yang pada akhirnya mendorong peningkatan kinerja perusahaan termasuk kinerja dalam berinovasi.

Struktur perusahaan dan orientasi strategi perusahaan juga dapat mempengaruhi inovasi produk. Kemudian Dukungan faktor eksternal juga sangat penting dalam mendukung inovasi produk koperasi syariah, selain dari regulasi, tingkat pertumbuhan dan persaingan, inovasi produk koperasi syariah juga membutuhkan fatwa dari DSN-MUI.

Lebih jelasnya lagi kerangka pemikiran tersebut digambarkan dalam gambar sebagai berikut;



Gambar 1.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi inovasi produk