
**PENGARUH INOVASI PRODUK TERHADAP MINAT PENGAJUAN PEMBIAYAAN
DI BANK SYARIAH PADA MASYARAKAT KELURAHAN SAMAPUIN KECAMATAN
SUMBAWA**

Oleh
Supratama Dwi Saputra
Program Studi Manajemen Inovasi
Sekolah Pascasarjana Universitas Teknologi Sumbawa
Email: interisti.putra@gmail.com

Abstrak

Permasalahan pokok perbankan syariah saat ini adalah masih rendahnya *market share* yang di sebabkan karena perbankan syariah dinilai kurang berinovasi dalam mengembangkan produknya sehingga mempengaruhi minat nasabah untuk mengajukan pembiayaan. Hal tersebut memberikan dampak negatif bagi kelangsungan hidup perbankan syariah dalam menghadapi dunia perekonomian yang semakin kompetitif. Tujuan penelitiannya itu menganalisa pengaruh inovasi produk terhadap minat pengajuan pembiayaan di bank syariah pada masyarakat kelurahan Samapuin Kecamatan Sumbawa. Metode penelitian yang digunakannya itu metode kuantitatif. Sumber data yang digunakannya itu data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Data diolah dan dianalisis menggunakan alat bantu SPSS 22. Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai signifikansi 0.097 lebih besar dari 0.05 ($0.097 > 0.05$) dan nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel ($0.1675 < 0.1984$). Jadi berdasarkan Hipotesa awal maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, berarti bahwa inovasi produk tidak berpengaruh terhadap minat pengajuan pembiayaan di bank syariah. Dari hasil uji determinasi diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square*nya adalah 0.18 yang berarti bahwa besarnya pengaruh inovasi produk terhadap minat pengajuan pembiayaan di bank syariah adalah sebesar 1.8%. Dimana sisanya 98.2% dipengaruhi variable lain. Merujuk pada hasil penelitian, bank syariah sebaiknya lebih berinovasi dalam mengembangkan produknya dengan begitu dapat meningkatkan minat masyarakat untuk bertransaksi pada bank syariah.

Kata Kunci: Inovasi produk, Minat pengajuan pembiayaan, Bank Syariah

PENDAHULUAN

Bank Islam atau selanjutnya disebut dengan bank syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga (Wilardjo, 2005). Dalam arti sempit Yuslam Fauzi menyampaikan bank syariah dapat diartikan sebagai perusahaan yang menjalankan operasi perbankan sesuai dengan aturan-aturan legal-formal Islam, yang utamanya dirangkum menjadi ajaran tentang bebas dari praktek maysir, gharar, haram, dan riba. Sedangkan dalam makna universal, bank syariah adalah perusahaan yang menjalankan operasi perbankan dengan berusaha menerapkan semua aturan dan hukum-hukum Allah, baik yang qauliyyah (yaitu keseluruhan ajaran Islam) maupun yang Kauniyyah, baik

yang alam maupun yang social (Fauzi, 2017). Bank syariah merupakan perusahaan perbankan yang menggunakan sistem bagi hasil dan mendapatkan sejumlah keuntungan dari sistem tersebut dan system bank syariah menerapkan system bebas bunga (*interest free*) dalam operasionalnya, dan karena itu rumusan yang paling lazim untuk mendefinisikan bank syariah adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip syariat Islam dengan mengacu pada Al Qur'an dan Hadist sebagai landasan hukum dan operasional (M.S Antonio, 2016).

Sebagaimana syariah itu bertujuan menciptakan dan mengembangkan kemaslahatan atau kesejahteraan manusia, maka bank syariah pun harus bertujuan mensejahterakan umat manusia (Fauzi, 2017).

Berdasarkan tujuan tersebut maka dipandang perlu untuk didirikan Bank Syariah di Indonesia. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengatakan, inisiatif pendirian bank Islam Indonesia dimulai pada tahun 1980 melalui diskusi-diskusi bertemakan bank Islam sebagai pilar ekonomi Islam, sebagai uji coba, gagasan perbankan Islam dipraktikkan dalam skala yang relatif terbatas, di antaranya di Bandung (Bait At-Tamwil Salman ITB) dan di Jakarta (Koperasi *Ridho Gusti*). Tahun 1990, Majelis Ulama Indonesia (MUI) membentuk kelompok kerja untuk mendirikan Bank Islam di Indonesia. Pada tanggal 18-20 Agustus 1990, MUI menyelenggarakan lokakarya bunga bank dan perbankan di Cisarua, Bogor, Jawa Barat, dimana hasil lokakarya tersebut kemudian dibahas lebih mendalam pada Musyawarah Nasional IV MUI di Jakarta 22-25 Agustus 1990, yang menghasilkan amanat bagi pembentukan kelompok kerja pendirian bank Islam di Indonesia. Kelompok kerja dimaksud disebut Tim Perbankan MUI dengan diberi tugas untuk melakukan pendekatan dan konsultasi dengan semua pihak yang terkait (Cermati.com, 2021).

Di Indonesia prospek perbankan syariah makin cerah dan menjanjikan. Bank syariah di negeri ini, diyakini akan terus tumbuh dan berkembang di masa depan (Nofinawati, 2015). Dan hal itu terbukti, dimana berdasarkan data OJK, dari tahun 1992 sampai dengan tahun 1999 hanya ada satu Bank Umum Syariah di Indonesia yaitu Bank Muamalat Indonesia (BMI). Kemudian dari tahun 2000 sampai dengan tahun 2003 Bank Umum Syariah bertambah satu yaitu Bank Syariah Mandiri (BSM). Hingga tahun 2019, ada sekitar 189 bank syariah yang terdiri dari 14 Bank Umum Syariah (BUS), 20 Unit Usaha Syariah (UUS), dan 164 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) di Indonesia (OJK, 2021). Dengan semakin banyaknya perbankan atau lembaga keuangan syariah di Indonesia maka tentu saja persaingan antar bank akan semakin ketat, baik itu antara bank syariah dengan bank konvensional, maupun persaingan antara

sesama bank syariah. Indonesia adalah salah satu dari sedikit negara yang mengadopsi sistem dualbanking system, dengan sistem bank konvensional dan bank syariah beroperasi secara bersamaan dan bersaing untuk memperebutkan konsumen yang relatif sama, dengan sistem seperti ini di duga bahwa tingkat persaingan perbankan akan tinggi (Junaedi, 2019).

Walaupun perkembangan bank syariah sangat pesat, namun permasalahan utama perbankan syariah nasional yang dialami saat ini adalah rendahnya *market share*. Perbankan syariah di dalam negeri masih mengalami kesulitan dalam meningkatkan *market share*nya. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan perbandingan antara bank syariah yang memiliki *market share* yang rendah dibanding bank konvensional. *Market share* adalah persentase dari keseluruhan pasar untuk sebuah kategori produk atau jasa yang telah dipilih dan dikuasai oleh satu atau lebih produk atau jasa tertentu yang dikeluarkan sebuah perusahaan dalam kategori yang sama. *Market share* atau pangsa pasar perbankan syariah Indonesia sampai akhir Desember 2020 tercatat berada di angka 6,51%, dan di Januari 2021 terjadi kenaikan, yaitu berada di angka 6,55% (OJK, 2021).

Dengan masih rendahnya nilai *market share* perbankan syariah di Indonesia, maka perlu berbagai upaya dan usaha agar terus tumbuh dan bersaing dengan bank konvensional. Beberapa Langkah atau upaya yang mendasar ialah dengan meningkatkan minat masyarakat bertransaksi di bank syariah, diantaranya yaitu meningkatkan minat masyarakat untuk mengajukan pembiayaan. Bukanlah hal yang mudah bagi bank syariah menarik minat masyarakat untuk mengajukan pembiayaan, sebab masih banyak hal-hal yang menjadi penyebab kurangnya minat masyarakat untuk mengajukan pembiayaan khususnya pada bank syariah. Dan salah satu hal yang menjadi permasalahannya yaitu masih kurangnya inovasi yang diciptakan pihak bank

itusendiri dalam mengembangkan produknya. Inovasi produk telah menjadi strategi yang memiliki prioritas tinggi, selain memiliki peranan yang sangat penting di tengah pasar yang kompetitif, industri perbankan syariah juga harus dapat terus melakukan inovasi baru. Rendahnya nasabah bank syariah terjadi karena banyak masyarakat yang beranggapan bank syariah belum selengkap, semodern, dan sebagus bank konvensional, baik itu dalam layanan maupun produknya (Idris, 2016).

Dan salah satu terobosan terbaru di perbankan syariah adalah dengan dilaksanakannya merger 3 bank syariah nasional yaitu Bank BNI Syariah, Bank Syariah Mandiri dan Bank BRI Syariah yang bertujuan untuk meningkatkan pangsa pasar perbankan syariah dan menjadikan perbankan syariah makin eksis di kalangan masyarakat. Dengan penggabungan ketiga bank ini nantinya diharapkan mampu berinovasi dan lebih kuat lagi dalam memajukan keuangan syariah di Indonesia. Namun apakah dengan inovasi produk, jasa, dan layanan dari bank syariah ini mampu memberikan dampak bagi perekonomian Indonesia khususnya market share produk pembiayaan?

Kelurahan Samapuin adalah salah satu kelurahan di Kecamatan Sumbawa yang memiliki luas wilayah paling luas dan memiliki laju pertumbuhan tertinggi pada tahun 2020 menurut data dari BPS. Kelurahan Samapuin yang merupakan kelurahan yang didominasi oleh penduduk beragama Islam, ketika ditelusuri didapatkan bahwa beberapa masyarakat kelurahan samapuin masih banyak yang lebih memilih bertransaksi di bank konvensional di bandingkan dengan bank syariah, menurut beberapa masyarakat, mereka masih kurang memahami produk dan jasa yang ada di bank syariah, selain itu jumlah bangunan kantornya pun masih tergolong sedikit yang mengakibatkan pelayanan bank syariah dianggap belum maksimal. Oleh karena itu sangat perlu di usahakan berbagai sosialisasi tentang perbankan syariah, baik itu mekanismenya maupun produk-produk dan

jasa yang ada di bank syariah sehingga masyarakat kelurahan Samapuin pada umumnya memahami dan mengetahui tentang perbankan syariah sehingga masyarakat berminat bertransaksi di bank syariah.

Maka berdasarkan uraian di atas, perlu untuk diadakan penelitian untuk menganalisa **“Pengaruh inovasi produk terhadap minat pengajuan pembiayaan di bank syariah pada masyarakat Kelurahan Samapuin Kecamatan Sumbawa”**

LANDASAN TEORI

Inovasi Produk

Menurut Ayunda (2020), Inovasi produk dapat diartikan sebagai upaya yang dilakukan pelaku usaha pembuat produk untuk memperbaiki, meningkatkan, dan mengembangkan produk yang diproduksi selama ini. Produk yang dikembangkan tidak selalu dalam bentuk barang, tetapi bisa berupa peningkatan pelayanan. Menurut UU nomor 19 tahun 2002 bahwa inovasi merupakan suatu rangkaian pengembangan dengan menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi ke dalam sebuah produk. Inovasi suatu produk ini bisa terjadi karena beberapa hal, di antaranya adalah adanya *feedback* dari pelanggan, kombinasi hal yang sebelumnya sudah ada, hingga penemuan baru. Proses inovasi ini harus terus dilakukan sehingga produk menjadi terus berkembang, memiliki peningkatan, hingga mencapai kesempurnaan, yang bisa dilakukan dengan cara memanfaatkan ilmu pengetahuan dan teknologi. Inovasi Produk adalah Inovasi yang digunakan dalam keseluruhan operasi perusahaan dimana sebuah produk baru diciptakan dan dipasarkan, termasuk inovasi di segala proses fungsional/ kegunaannya (Crawford & De Benedetto, 2000). Inovasi produk bertujuan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, karena produk yang telah ada rentan terhadap perubahan kebutuhan dan selera konsumen, teknologi, siklus hidup produk yang lebih singkat, serta meningkatnya persaingan domestik dan luar negeri. Inovasi produk merupakan salah satu dampak dari perubahan

teknologi yang cepat dan variasi produk yang tinggi akan menentukan kinerja organisasi (Hurley & Hult, 1998).

Fokus utama inovasi adalah penciptaan gagasan baru, yang ada gilirannya akan diimplementasikan kedalam produk baru, proses baru. Adapun tujuan utama proses inovasi adalah memberikan dan menyalurkan nilai pelanggan yang lebih baik. Inovasi dapat dipandang dengan pendekatan strukturalis dan pendekatan proses. Pendekatan strukturalis memandang inovasi sebagai suatu unit dengan parameter yang tetap seperti teknologi dan praktek manajemen, Adapun pendekatan proses memandang inovasi sebagai suatu proses yang kompleks, yang sering melibatkan berbagai kelompok sosial dalam organisasi (Swan et al., 1999). Inovasi lebih merupakan aspek budaya organisasi yang mencerminkan tingkat keterbukaan terhadap gagasan baru. Di lain pihak kemampuan inovasi merupakan kemampuan organisasi untuk mengadopsi atau mengimplementasikan gagasan baru, proses dan produk baru (Hurley & Hult, 1998). Inovasi produk menjadi kunci perbankan syariah untuk lebih kompetitif dan lebih berkembang dengan cepat sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Keberhasilan sistem perbankan syariah di masa depan akan banyak tergantung kepada kemampuan bank-bank syariah menyajikan produk-produk yang menarik, kompetitif dan memberikan kemudahan transaksi, sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Inovasi produk harus menjadi strategi prioritas bagi bank-bank syariah, sebab inovasi memiliki peran penting di tengah pasar yang kompetitif. Karena itu industri perbankan syariah harus dapat terus melakukan inovasi-inovasi baru. Produk-produk bank syariah yang ada sekarang cenderung statis, hanya terbatas di tabungan, deposito, giro, pembiayaan murabahah, mudarabah, syirkah, dan itu sangat sedikit sekali. Makanya bank-bank syariah harus mengembangkan variasi dan kombinasinya, sehingga menambah daya tarik bank syariah.

Hal itu akan meningkatkan dinamisme perbankan syariah menghadapi kebutuhan masyarakat modern yang semakin kompleks. Karena itu bank-bank harus mengalokasikan dana untuk peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) dengan menggelar training atau workshop inovasi produk, bahkan membantu memberikan beasiswa bagi karyawannya untuk kuliah S2 Perbankan Syariah atau Ekonomi Syariah. Dalam Usaha pengembangan produk perbankan syariah, ulama juga mempunyai peran kuncikarena pada umumnya para ulama menguasai dan mengajarkan fiqhmu'amalah. Selain itu, mereka juga memahami keperluan sehari-hari masyarakat karena memang ulama hidup di tengah-tengah masyarakat (Antonio, 2016).

Minat

Sebagai Lembaga keuangan yang mempunyai peran penting dalam kegiatan perekonomian negara, bank hendaknya dapat menghimpun sebanyak-banyaknya sumber dana yang terutama dari masyarakat. Guna memperoleh banyak dana dari masyarakat, bank dituntut untuk dapat menarik masyarakat untuk menabung sehingga dana yang telah terhimpun dapat kembali di salurkan dalam bentuk pembiayaan. Tentu saja dalam penyaluran pembiayaan masyarakat memiliki minat dan keinginan tertentu sesuai dengan apa yang mereka kehendaki, untuk itu bank diuntut lebih inovatif dalam pemasaran produknya sehingga dapat di minati oleh masyarakat. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) minat merupakan suatu bentuk dari perhatian, kesukaan, kesenangan maupun ketertarikan (kecocokan hati) kepada sesuatu ataupun keinginan terhadap sesuatu (Anton M. Moeliono and Dkk, 1999). Minat merupakan kecenderungan seseorang untuk menentukan pilihan aktivitas. Pengaruh kondisi-kondisi individual dapat merubah minat seseorang.

Mappiare (1997) mendefinisikan minat sebagai perangkat mental campuran dari perasaan, harapan, pendirian perangka atau

kepada suatu pilihan tertentu. Kecenderungan lainnya yang mengarahkan individu kepada pilihan tertentu. Crowdan Crow mengatakan “minat atau interest berhubungan erat dengan daya yang dapat mendorong kita tertarik kepada benda, orang, kegiatan ataupun bisa berupa pengalaman yang efektif yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri (Djaali, 2007). Minat (interest) digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan, yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau Tindakan tersebut. Minat untuk menjadi nasabah tabungan dapat diasumsikan sebagai minat untuk membeli, merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian (Kotler, 2016).

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi minat antara lain (Abdul Rahman shaleh dan Muhib Abdulwahab, 2004):

1) Dorongan dari dalam individu: Merupakan dorongan yang berasal dari dalam individu, membuatnya ingin melakukan sesuatu.

2) Motif sosial: Merupakan faktor yang berasal dari luar diri seseorang yang mempengaruhinya untuk melakukan sesuatu.

3) Dorongan emosional: Merupakan minat yang mempunyai hubungan yang erat dengan emosi. Minat merupakan perasaan yang dimiliki seseorang terhadap suatu hal.

Malayu Hasibuan (2008) Menyampaikan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat diantaranya:

a) Perbedaan pekerjaan artinya dengan adanya perbedaan pekerjaan seseorang dapat memperkirakan minat terhadap tingkat pekerjaan yang ingin dicapai nya, aktivitas yang dilakukan, penggunaan waktu senggang nya, dan lain-lain.

b) Perbedaan social ekonomi artinya seseorang mempunyai social ekonomi tinggi akan lebih mudah mencapai apa yang diinginkan dari pada yang mempunyai social ekonomi rendah.

c) Perbedaan hobi/kegemaran artinya bagaimana seseorang menggunakan waktu senggangnya.

d) Perbedaan jenis kelamin artinya minat Wanita dengan pria akan berbeda, misalnya pada pola berbelanja.

e) Perbedaan usia, artinya setiap usia memiliki minat yang berbeda terhadap suatu barang atau aktivitas lainnya.

Produk Pada Bank Syariah

Secara umum, bank syariah adalah lembaga yang melaksanakan fungsi utama, yaitu penghimpunan dana, penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan, dan memberikan jasa lainnya. Perbankan syariah mempunyai produk-produk yang terbagi menjadi 3 bidang dalam memenuhi kebutuhan masyarakat yaitu:

1) Produk perbankan syariah di bidang penghimpunan dana

Menurut Sulaeman Jajuli (2015), produk bank syariah dibidang penghimpunan dana yaitu Giro, Tabungan dan deposito.

a) Giro (*Demand Deposit*)

Pada umumnya, bank syariah menggunakan akad *al-wadi'ah* pada rekening giro. Namun dalam hal ini bank syariah lebih sering menggunakan akad *wadi'ah yad adh-dhamanah* untuk rekening giro. Dimana akad *wadi'ah yad adh-dhamanah* merupakan titipan yang dilakukan dengan kondisi penerima titipan bertanggung jawab atas nilai (bukan fisik) dari uang yang dititipkan.

b) Tabungan (*Saving Deposit*)

Bank syariah menggunakan dua jenis akad dalam tabungan, yaitu *wadi'ah* dan *mudarabah*. Tabungan yang menerapkan akad *wadi'ah* mengikuti prinsip-prinsip *wadi'ah yad adh-dhamanah* seperti yang dijelaskan sebelumnya. Artinya tabungan ini tidak mendapatkan keuntungan karena ia titipan dan dapat diambil sewaktu-waktu dengan menggunakan buku tabungan atau media lain seperti kartu ATM. Sedangkan tabungan yang menerapkan akad *mudarabah*. Diantaranya sebagai berikut, pertama; keuntungan dari dana yang digunakan harus dibagi antara *shahibulmaal*

(dalam hal ini nasabah) dan *mudharib* (dalam hal ini bank), kedua; adanya tenggang waktu antara dan yang diberikan dan pembagian keuntungan, karena untuk melakukan investasi dengan memutar dana itu diperlukan waktu yang cukup.

c) *Deposito (Time Deposit)*

Bank syariah menerapkan akad *mudharabah* untuk *deposito*. Seperti dalam tabungan, dalam hal ini nasabah (*deposan*) bertindak sebagai *shahibulmaal* dan bank selaku *mudharib*. Penerapan *mudharabah* terhadap *deposito* dikarenakan kesesuaian yang terdapat diantara keduanya.

2) Produk perbankan syariah di bidang penyaluran dana

Menurut OJK (2021) Dalam menyalurkan dananya pada nasabah, secara garis besar produk pembiayaan syariah terbagi kedalam empat kategori yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaannya, yaitu:

- 1) Pembiayaan dengan prinsip jual-beli,
- 2) Pembiayaan dengan prinsip sewa,
- 3) Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil,
- 4) Pembiayaan dengan akad pelengkap

1) Prinsip jual Beli (Ba'i)

Prinsip jual beli dilaksanakan sehubungan dengan adanya perpindahan kepemilikan barang atau benda (*transfer of property*). Tingkat keuntungan bank ditentukan di depan menjadi bagian harga atas barang yang dijual. Transaksi jual-beli dapat dibedakan berdasarkan bentuk pembayarannya dan waktu penyerahan barangnya, yakni sebagai berikut:

a) Pembiayaan *murabahah*

Murabahah (*al-bai bi tsaman ajil*) lebih dikenal sebagai *murabahah* saja. *Murabahah* berasal dari kata *ribhu* (keuntungan), adalah transaksi jual beli di mana bank menyebut jumlah keuntungannya. Bank bertindak sebagai penjual, sementara nasabah sebagai pembeli. Harga jual adalah harga beli bank dari pemasok ditambah keuntungan (*margin*) Kedua belah pihak harus menyepakati harga jual dan jangka waktu pembayaran. Harga

jual dicantumkan dalam akad jual beli dan jika telah disepakati tidak dapat berubah selama berlakunya akad. Dalam perbankan *murabahah* selalu dilakukan dengan cara pembayaran cicilan (*bi tsaman ajil*, atau *muajjal*). Dalam transaksi ini barang diserahkan segera setelah akad, sementara pembayaran dilakukan secara tangguh/cicilan.

b) Pembiayaan Salam

Salam adalah transaksi jual beli di mana barang yang diperjualbelikan belum ada. Oleh karena itu, barang diserahkan secara tangguh sementara pembayaran dilakukan secara tunai. Bank bertindak sebagai pembeli, sementara nasabah sebagai penjual. Sekilas transaksi ini mirip jual beli ijon, namun dalam transaksi ini kuantitas, kualitas, harga, dan waktu penyerahan barang harus ditentukan secara pasti. Dalam praktek perbankan, ketika barang telah diserahkan kepada bank, maka bank akan menjualnya kepada rekanan nasabah atau nasabah itu sendiri secara tunai atau secara cicilan. Harga jual yang ditetapkan oleh bank adalah harga beli bank dari nasabah ditambah keuntungan. Dalam hal ini bank menjualnya secara tunai biasanya disebut dengan pembiayaan talangan (*bridging financing*). Sedangkan dalam hal bank menjualnya secara cicilan.

c) Pembiayaan *Istishna'*

Produk *istishna'* menyerupai produk salam, tapi dalam *istishna'* pembayarannya dapat dilakukan oleh bank dalam beberapa kali (*termin*) pembayaran. Skim *istishna'* dalam Bank Syariah umumnya diaplikasikan pada pembiayaan manufaktur dan konstruksi.

2) Prinsip Sewa (*jarah*)

Transaksi *ijarah* dilandasi adanya perpindahan manfaat. Jadi pada dasarnya prinsip *ijarah* sama saja dengan prinsip jual beli, tapi perbedaannya terletak pada objek transaksinya. Bila pada jual-beli objek transaksinya adalah barang pada *ijarah* objek transaksinya adalah jasa. Pada akhir

masa sewa, bank dapat saja menjual barang yang disewakannya kepada nasabah. Karena itu dalam perbankan syariah dikenal ijarah *muntahiyah bittamlik* (sewa yang diikuti dengan berpindahnya kepemilikan). Harga sewa dan harga jual disepakati pada awal perjanjian.

3) Prinsip Bagi Hasil (Syirkah)

a) Pembiayaan musyarakah

Bentuk umum dari usaha bagi hasil adalah musyarakah (syirkah atau syarikah). Transaksi musyarakah dilandasi adanya keinginan para pihak yang bekerja sama untuk meningkatkan nilai aset yang mereka miliki secara bersama-sama. Semua bentuk usaha yang melibatkan dua pihak atau lebih di mana mereka secara bersama-sama memadukan seluruh bentuk sumber daya baik yang berwujud maupun yang tidak berwujud. Secara spesifik bentuk kontribusi dari pihak yang bekerja sama dapat berupa dana, barang perdagangan (trading asset), kewirausahaan (entrepreneurship), kepandaian (skill), kepemilikan (property), peralatan (equipment), atau intangible asset (seperti hak paten atau goodwill), kepercayaan atau reputasi (credit worthiness) dan barang-barang lainnya yang dapat dinilai dengan uang. Dengan meragkum seluruh kombinasi dari bentuk kontribusi masing-masing pihak dengan atau tanpa batasan waktu menjadikan produk ini sangat fleksibel.

b) Pembiayaan Mudharabah

Secara spesifik terdapat bentuk musyarakah yang populer dalam produk perbankan syariah yaitu mudharabah. Mudharabah adalah bentuk kerja sama antara dua atau lebih pihak di mana pemilik modal kepada pengelola (*mudharib*) dengan suatu perjanjian pembagian keuntungan. Bentuk ini menegaskan kerja sama dalam paduan kontribusi 100% modal kas dari *shahib al-maal* dan keahlian dari *mudharib*. Transaksi jenis ini tidak mensyaratkan adanya wakil *shahib al-maal* dalam manajemen proyek. Sebagai orang kepercayaan, *mudharib* harus

bertindak hati-hati dan bertanggung jawab untuk setiap kerugian yang terjadi akibat kelalaian. Sedangkan sebagai wakil *shahib al-maal* dia diharapkan untuk mengelola modal dengan cara tertentu untuk menciptakan laba optimal. Perbedaan yang esensial dari musyarakah dan mudharabah terletak pada besarnya kontribusi atas manajemen dan keuangan atau salah satu di antara itu. Dalam mudharabah, modal hanya berasal dari satu pihak, sedangkan dalam musyarakah modal berasal dari dua pihak atau lebih. Musyarakah dan mudharabah dalam literatur fiqh berbentuk perjanjian kepercayaan (*uqud al-amanah*) yang menuntut tingkat kejujuran yang tinggi dan menjunjung keadilan. Karenanya masing-masing pihak harus menjaga kejujuran untuk kepentingan bersama dan setiap usaha dari masing-masing pihak untuk melakukan kecurangan dan ketidakadilan pembagian pendapatan betul-betul akan merusak ajaran islam.

3) Produk jasa perbankan lainnya

Yaitu layanan perbankan dimana bank syariah menerima imbalan atas jasa perbankan diluar fungsi utamanya sebagai Lembaga intermediasi keuangan.

1) Wakalah (Wakil)

Wakalah atau perwakilan, berarti penyerahan, pendelegasian atau pemberian mandat. Yakni bank diberikan mandat oleh nasabah untuk melaksanakan suatu perkara sesuai dengan amanah/permintaan nasabah. Secara teknis perbankan, wakalah adalah akad pemberi wewenang/kuasa dari lembaga/seseorang (sebagai pemberi mandat) kepada pihak lain (sebagai wakil, dalam hal ini bank) untuk mewakili dirinya melaksanakan urusan dengan batas kewenangan dan dalam waktu tertentu. Segala hak dan kewajiban yang diemban wakil harus mengatasnamakan yang memberi kuasa. Bank dan nasabah yang dicantumkan dalam akad pemberian kuasa harus cakap hukum.

2) Kafalah (Garansi)

Kafalah merupakan jaminan yang diberikan oleh penanggung kepada pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban pihak kedua atau yang ditanggung. Dalam pengertian lain kafalah berarti mengalihkan tanggungjawab seseorang yang dijamin dengan berpegang pada tanggungjawab orang lain sebagai penjamin (QS. Yusuf 12:72). Secara teknis perbankan, kafalah merupakan jasa penjaminan nasabah dimana bank bertindak sebagai penjamin (*kafil*) sedangkan nasabah sebagai pihak yang dijamin (*makfullah*). Prinsip syariah ini sebagai dasar layanan bank garansi, yaitu penjaminan pembayaran atas suatu kewajiban pembayaran. Bank dapat mempersyaratkan nasabah untuk menempatkan sejumlah dana untuk fasilitas ini sebagai jaminan. Atas dana tersebut bank dapat memperlakukannya dengan prinsip wadiah. Dalam hal ini bank mendapatkan imbalan atas jasa yang diberikan.

3) Sharf (Jual beli valuta asing)

Layanan jasa perbankan jual beli valuta asing sejalan dengan prinsip sharf. Jual beli mata uang yang tidak sejenis ini penyerahannya harus dilakukan pada waktu yang sama berdasarkan kurs jual atau kurs beli yang berlaku pada saat itu juga (transaksi *spot*). Jenis layanan berdasarkan transaksi spot adalah : *today*, *tomorrow*, dan *spot*. Bank syariah tidak melayani transaksi *forward*, *swap*, dan *option* yang dalam transaksinya diterapkan hedging sebagaimana telah dijelaskan di atas. Karena transaksi ini penyerahannya dilakukan pada masa yang akan datang dan mengandung unsur spekulasi.

4) Qardh

Qardh adalah pemberian harta kepada orang lain yang dapat ditagih atau diminta kembali. Menurut teknis perbankan, qardh adalah pemberian pinjaman dari bank kepada nasabah yang

dipergunakan untuk kebutuhan mendesak, seperti dana talangan dengan kriteria tertentu dan bukan untuk pinjaman yang bersifat konsumtif. Pengembalian pinjaman ditentukan dalam jangka waktu tertentu (sesuai kesepakatan bersama) sebesar pinjaman tanpa ada tambahan keuntungan dan pembayarannya dilakukan secara angsuran atau sekaligus. Bank dapat meminta jaminan atas pinjaman ini kepada peminjam.

5) Rahn (Gadai)

Rahn adalah menahan salah satu harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Tujuan akad rahn adalah untuk memberikan jaminan pembayaran kembali kepada bank dalam memberikan pembiayaan. Secara sederhana rahn adalah jaminan hutang atau gadai. Biasanya akad yang digunakan adalah akad qardh wal ijarah, yaitu akad pemberian pinjaman dari bank untuk nasabah yang disertai dengan penyerahan tugas agar bank menjaga barang jaminan yang diserahkan. Barang yang digadaikan wajib memenuhi kriteria, yaitu milik nasabah sendiri; memiliki nilai ekonomis sehingga bank memperoleh jaminan untuk dapat mengambil seluruh atau sebagian piutangnya; harus jelas ukuran, sifat, dan nilainya ditentukan berdasarkan nilai riil pasar; dapat dikuasai namun tidak boleh dimanfaatkan bank.

6) Hiwalah (layanan transfer)

Hiwalah adalah transaksi mengalihkan utang piutang. Dalam praktik perbankan syariah fasilitas hiwalah lazimnya untuk membantu *supplier* mendapatkan modal tunai agar dapat melanjutkan produksinya. Bank mendapat ganti biaya atas jasa pemindahan utang. Untuk mengantisipasi risiko kerugian yang akan timbul, bank perlu melakukan penelitian atas kemampuan pihak yang berhutang dan kebenaran transaksi antara yang memindahkan piutang dengan yang

berhutang. Katakanlah seorang *supplier* bahan bangunan menjual barangnya kepada pemilik proyek yang akan dibayar dua bulan kemudian. Karena kebutuhan *supplier* akan likuiditas, maka ia meminta bank untuk mengambil alih piutangnya. Bank akan menerima pembayaran dari pemilik proyek.

7) Ijarah (Jasa sewa)

Akad ijarah selain menjadi landasan syariah untuk produk pembiayaan, yaitu sewa cicil, juga menjadi prinsip dasar pada jasa perbankan lainnya, antara lain layanan penyewaan kotak simpanan atau SDB (*safe deposit box*). Bank mendapat imbalan sewa atas jasa tersebut.

8) Al-Wadiah (Titipan)

Akad al-wadiah selain menjadi landasan syariah produk tabungan, termasuk giro, juga menjadi prinsip dasar layanan jasa tata laksana administrasi dokumen (*custodian*). Bank mendapatkan imbalan atas jasa tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan di Kelurahan Samapuin Kecamatan Sumbawa dari Bulan Oktober 2021 hingga Bulan Desember 2021. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, karena penelitian ini berfokus untuk mengetahui pengaruh variable inovasi produk terhadap minat pengajuan pembiayaan di Bank Syariah pada masyarakat Kelurahan Samapuin Kecamatan Sumbawa. Populasi penelitian adalah masyarakat Kelurahan Samapuin Kecamatan Sumbawa yang memiliki jumlah penduduk sebanyak 5.128 jiwa. Teknik penentuan jumlah sampel menggunakan metode *Slovin*, sehingga didapatkan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 98.09 sampel yang dibulatkan menjadi 100 sampel. Data yang digunakan pada penelitian ini ada 2 jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan dari hasil kuesioner yang disebarkan dan diisi oleh responden.

Sedangkan data sekunder didapatkan dari berbagai literatur yang didapatkan oleh peneliti.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang disebarkan secara random dan diisi oleh masyarakat Kelurahan Samapuin Kecamatan Sumbawa. Untuk mengukur pendapat responden digunakan 5 (lima) *skalalikert* dengan memberi skor dari jawaban kuesioner yang diisi oleh responden. Data-data yang diperoleh selanjutnya akan dilakukan analisis melalui statistik. Adapun Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah menggunakan *purposive sampling*, yaitu salah satu Teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan khusus agar data dari hasil penelitian yang dilakukan menjadi lebih representatif. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif dengan menggunakan *Statistical Package for Social Science (SPSS) 22 for windows* sebagai alat ukurnya. Analisa data dilakukandengantahap uji validitas, reabilitas, uji asumsiklasik, dan uji regresi. Untuk pembuktian hipotesis penulis menggunakan uji T dan uji Determinasi R Square.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Data

1) Uji Validitas

Hasil uji validitasvariabelinovasi produk

No	Pertanyaan/pernyataan	Perbandingan		Ket.
		r Hitung	r Tabel	
1	Perubahan desain_1	0.611	0.195	VALID
2	Perubahan desain_2	0.622	0.195	VALID
3	Perubahan desain_3	0.353	0.195	VALID
4	Perubahan desain_4	0.620	0.195	VALID
5	Inovasi teknis_5	0.524	0.195	VALID
6	Inovasi teknis_6	0.633	0.195	VALID
7	Inovasi teknis_7	0.503	0.195	VALID
8	Pengembangan Prod_8	0.523	0.195	VALID
9	Pengembangan Prod_9	0.546	0.195	VALID
10	Pengembangan Prod_10	0.313	0.195	VALID

Sumber: Data Output SPSS 22

Hasil uji validitas variable minat pembiayaan

No	Pertanyaan/pernyataan	Perbandingan		Ket.
		r Hitung	r Tabel	
1	Transaksional_1	0.533	0.195	VALID
2	Transaksional_2	0.510	0.195	VALID
3	Transaksional_3	0.439	0.195	VALID
4	Referensi_4	0.293	0.195	VALID
5	Referensi_5	0.654	0.195	VALID
6	Referensi_6	0.623	0.195	VALID
7	Referensi_7	0.526	0.195	VALID
8	Referensi_8	0.639	0.195	VALID
9	Eksplorasi_9	0.583	0.195	VALID
10	Eksplorasi_10	0.543	0.195	VALID

Sumber: Data Output SPSS 22

Dari 2 tabel diatas didapatkan bahwa nilai r hitung lebih besardarini nilai r tabel, (r hitung > r Tabel) baik itu variable inovasi produk maupun variable minat pengajuan pembiayaan. Maka dapat disimpulkan bahwa data angket dinyatakan valid.

2) Uji Realibilitas

Hasil uji reliabilitas variable inovasi produk

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,703	10

Sumber: Data Output SPSS 22

Hasil uji reliabilitas variable minat pembiayaan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,721	10

Sumber: Data Output SPSS 22

Dari 2 tabel diatas didapatkan bahwa nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari nilai r tabel (0.703 dan 0.721>0.195) maka dapat disimpulkan bahwa data angket Reliabel atau konsisten. Selain dibandingkan dengan nilai r tabel, nilai Cronbach's Alpha juga dapat dibandingkan dengan nilai α (0.6). Maka didapatkan bahwanilai 0.703 dan 0.721>0.6 sehingga dapat dikatakan bahwa kedua data tersebut Reliabel.

3) Uji Normalitas

Hasil uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal	Mean	.0000000
Parameters ^{a,b}	Std.	3.262185
	Deviation	48
Most Extreme	Absolute	.071
Differences	Positive	.068
	Negative	-.071
Test Statistic		.071
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data Output SPSS 22

Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui nilai signifikansi diperoleh sebesar 0.200 yang artinya nilai tersebut lebih besar dari taraf signifikansi 0.05 (0.200 > 0.05). Maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal. Karena tergolong normal, maka hasil analisis ini dapat dilanjutkan keanalisis regresi.

4) Uji Heteros kedastisitas dengan uji Glejser Hasil uji Heteros kedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.805	2.242		2.143	.035
InovasiProduk	-.058	.058	-.100	-.993	.323

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber: Data Output SPSS 22

Berdasarkan hasil uji Heteros kedastisitas dapat disimpulkan bahwa untuk model regresi yaitu pengaruh inovasi produk terhadap minat pengajuan pembiayaan tidak terjadi masalah Heteros kedastisitas yang dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,323 lebih besar dari 0,05.

5) Uji Linearitas
Hasil uji linieritas

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
MinatPembinaan * InovasiProduk	Between Groups	(Combined) Linearity	240.737	14	17.195	1.734	.063
		Deviation from Linearity	30.166	1	30.166	3.042	.085
			210.570	13	16.198	1.633	.092
		Within Groups	842.973	85	9.917		
Total			1083.710	99			

Sumber: Data Output SPSS 22

Berdasarkan hasil uji linearitas terlihat bahwa nilai signifikansi *DeviationFrom Linearity* adalah sebesar 0.092. Dengan demikian maka nilai signifikansi *DeviationFrom Linearity* lebih besar dari taraf 0.05 ($0.092 > 0.05$). Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa inovasi produk berhubungan linear dengan minat pengajuan pembiayaan.

6) Uji t
Hasil uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	30.997	3.735		8.299	.000
Inovasi Produk	.163	.097	.167	1.675	.097

a. Dependent Variable: MinatPembinaan

Sumber: Data Output SPSS 22

Dari table dapat dilihat bahwa nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 ($0.097 > 0.05$) maka dapat disimpulkan bahwa inovasi produk tidak berpengaruh terhadap minat pengajuan pembiayaan. Selain memperhatikan nilai signifikansi, dapat dilihat juga nilai t hitungnya, dimana t hitung lebih kecil dari nilai t tabel ($1.675 < 1.984$) yang berarti inovasi produk tidak berpengaruh terhadap minat pengajuan pembiayaan. Jadi berdasarkan Hipotesa awal maka: H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang berarti bahwa Inovasi produk tidak berpengaruh terhadap minat pengajuan pembiayaan di bank syariah.

7) Uji Koefisien Determinasi (R²)
Hasil uji determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.167 ^a	.028	.018	3.279

Sumber: Data Output SPSS 22

Dari table *model summary* di atas dapat dilihat bahwa nilai *Adjusted R Squarenya* adalah 0.018 yang berarti bahwa besarnya pengaruh Inovasi produk terhadap minat pengajuan pembiayaan di bank syariah adalah sebesar 1.8%. Dimana sisanya 98.2% dipengaruhi variable lain. Nilai tersebut tergolong sangat rendah sehingga dapat disimpulkan bahwa inovasi produk tidak berpengaruh terhadap minat pengajuan pembiayaan di bank syariah pada masyarakat Kelurahan Samapuin Kecamatan Sumbawa.

Pembahasan

Sebagian besar masyarakat Kelurahan Samapuin masih belum memahami, mengetahui bahkan ada yang belum mengenal apa itu bank syariah. Masyarakat Kelurahan Samapuin masih minim akan pengetahuan bahkan produk bank syariah. Hal tersebut dapat terlihat pada saat peneliti membagikan kuesioner penelitian pada 100 responden dari total 5.128 populasi di Kelurahan Samapuin dimana ada beberapa masyarakat yang bertanya apa itu bank syariah? Apa bedanya dengan bank konvensional? Apa saja produk bank syariah?

Melihat fenomena tersebut dapat disimpulkan bahwa masyarakat Kelurahan Samapuin memiliki pemahaman yang minim tentang bank syariah. Dengan kata lain masyarakat Kelurahan Samapuin tidak memiliki ilmu pengetahuan tentang bank syariah. Karena ilmu pengetahuan sangat berpengaruh dalam hal penentuan minat atau keinginan seseorang dalam melakukan sesuatu. Pengetahuan memiliki arti berbagi hasil yang dapat ditemukan pada seseorang berdasarkan hasil akal dan pengamatan. Pengetahuan didapatkan pada seseorang dengan menggunakan kecerdasan dalam mengenali berbagai objek serta peristiwa

tertentu meski sebelumnya tidak pernah di rasakan atau di lihat. Pengetahuan adalah berbagai macam jenis pengalaman yang mencakup informasi tentang produk atau jasa tertentu yang dimiliki (Mowen dan Minor, 2002). Pengetahuan merupakan hasil dari tahu dan terjadi setelah seseorang melakukan penginderaan terhadap suatu objek. Sebagian besar pengetahuan diperoleh dari indra penglihatan dan pendengaran (Notoatmodjo, 2007). Dapat disimpulkan bahwa pengetahuannya itu suatu informasi yang sudah dipadu dengan pemahaman serta potensi untuk memutuskan dan selanjutnya terekam pada pikiran. Ningsih dalam samsudin (2006) mengatakan bahwa pengetahuan diartikan sebagai informasi yang dimiliki mengenai berbagai macam produk serta pengetahuan lainnya yang terkait dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya.

Ketidak pahaman masyarakat akan bank syariah semakin terlihat dari hasil penelitian yang diadakan, dimana dari hasil uji analisa data, diketahui bahwa hasil penelitian menunjukkan tidak ada pengaruh antara inovasi produk dengan minat pengajuan pembiayaan di bank syariah pada masyarakat Kelurahan Samapuin Kecamatan Sumbawa. Hal ini terlihat dari hasil uji regresi sederhana dimana hasilnya nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 ($0.097 > 0.05$) maka dapat disimpulkan bahwa inovasi produk tidak berpengaruh terhadap minat pengajuan pembiayaan. Selain memperhatikan nilai signifikansi, dapat dilihat juga nilai t hitungnya, dimana t hitung lebih kecil dari nilai t tabel ($1.675 < 1.984$) yang berarti inovasi produk tidak berpengaruh terhadap minat pengajuan pembiayaan. Jadi berdasarkan Hipotesa awal maka: H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang berarti bahwa Inovasi produk tidak berpengaruh terhadap minat pengajuan pembiayaan di bank syariah.

Dalam kasus ini yang menjadi masalah dasar adalah masalah literasi. Pengamat Ekonomi IPB Universitas Irfan Syauqi Beik mengatakan perbankan syariah masih mampu menorehkan kinerja lebih baik dari saat ini

namun terkendala oleh permasalahan literasi syariah masyarakat yang masih rendah. "Produk bank syariah sudah banyak, tapi memang masalah literasi, masalah persepsi perbankan syariah masih menjadi kendala utama. Dia menjelaskan masyarakat sudah sangat terbiasa berhitung menggunakan acuan suku bunga. Hal ini menyebabkan semua produk bank syariah dibandingkan langsung dengan tingkat margin yang ditawarkan Padahal, produk perbankan syariah memiliki akad, dan proses perhitungan risiko yang berbeda, yang memberi manfaat baik kepada nasabah dan bank sekaligus. "Misalnya, akad jual beli. Itu akan berbeda dengan akad pinjaman. Tapi masyarakat selalu terfokus pada besaran margin. itukan sangat disayangkan. Adapun, literasi keuangan nasional berada di kisaran 38% hingga 39%. Sementara itu, literasi keuangan syariah nasional baru berada di kisaran 8% sampai 9% (Bisnis.com, 2021).

Selain masalah literasi, yang menjadi masalah lain pada bank syariah yaitu kurangnya sosialisasi produk-produk bank syariah. Jadi masyarakat banyak yang menilai bahwa bank syariah dengan bank konvensional sama saja. Hal tersebut juga dikuatkan dengan hasil wawancara peneliti dengan seorang salah satu tokoh masyarakat Kelurahan Samapuin yaitu Bapak Achmad Fachry Syamsuddin (Adik kandung Prof. Dr. H. Dien Syamsuddin) yang juga sebagai anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Sumbawa dan juga merupakan ketua Lembaga Pemberdayaan Masyarakat (LPM) Kelurahan Samapuin mengatakan bahwa di Kelurahan Samapuin hamper tidak pernah ada kegiatan sosialisasi oleh Lembaga keuangan syariah manapun yang membuat masyarakat masih banyak yang belum memahami apa itu bank syariah dan apa saja produk-produk yang dimiliki oleh bank syariah. Senada dengan bapak Achmad Fachri Syamsuddin, Lurah Kelurahan Samapuin yaitu bapak Ditha (sapaan akrabnya) juga menyampaikan hal yang sama dimana selama beliau menjadi Lurah, belum pernah ada

kegiatan sosialisasi dan kegiatan literasi keuangan di Kelurahan binaannya tersebut.

Faktor lain yang memberikan pengaruh terhadap minat pengajuan pembiayaan adalah indikator 'inovasiteknis'. Dalam hal ini yang mencakup inovasi teknis salah satunya ialah masalah teknologi dan peralatan seperti keberadaan mesin ATM, jumlah kantor dan jangkauan layanan. Seperti diketahui bahwa di Kecamatan Sumbawa jumlah bank syariah masih minim, hanya ada Bank NTB Syariah, BSI, Muamalat dan BTPN Syariah serta BPRS Dinar Ashri. Selain jumlah kantor yang sedikit, jumlah mesin ATM nya pun juga sedikit. Hal ini sangat berbanding jauh dengan fasilitas yang disediakan bank konvensional, diman kantor dan ATM nya sudah tersedia dalam jumlah yang sangat banyak dan mudah diakses. Selain jumlah kantor dan ATM, faktor lain yang berpengaruh terhadap minat nasabah untuk bertransaksi di bank syariah ialah masalah lokasi kantor bank tersebut. Lokasi menjadi sangat penting bila dapat diakses dengan mudah oleh masyarakat. Dalam artian lokasi adalah tempat dimana orang-orang biasa berkunjung. Lokasi hubungannya dengan pemasaran ialah tempat yang khusus dan unik dimana lahan tersebut dapat digunakan untuk bertransaksi. Maka dapat disimpulkan bahwa lokasi yang dimaksud adalah suatu letak atau tempat yang tetap dimana orang bisa berkunjung untuk bertransaksi. Keputusan tentang lokasi, baik untuk perusahaan manufaktur maupun perusahaan jasa bisa menentukan keberhasilan usaha. Lokasi yang strategis mempengaruhi seseorang dalam menimbulkan keinginan (Render, 2001).

Adapula faktor yang juga sangat berpengaruh terhadap timbulnya minat masyarakat dalam mengajukan pembiayaan di bank syariah ialah pelayanan yang diberikan oleh bank syariah itu sendiri. Seperti diketahui bahwa bank syariah jumlahnya masih sedikit yang membuat daya jangkauannya masih minim sehingga pelayanan yang mereka berikan masih kalah jika dibandingkan dengan bank konvensional yang sudah menjamur dimana-mana. Kualitas pelayanan yang baik akan

menimbulkan minat masyarakat untuk bertransaksi di bank syariah. Kotler dalam Alma (2007), mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus-meneru terhadap proses, produk dan service yang dihasilkan perusahaan. Sedangkan menurut Tjiptono (2009), kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen.

Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi. Menurut Kotler dan Keller (2016) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Perusahaan akan berhasil memperoleh pelanggan dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan. Ketika pelanggan telah merasa puas maka akan terjalin hubungan harmonis antara produsen dan konsumen, menciptakan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan membentuk rekomendasi/referensi dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan sebuah perusahaan.

Dari berbagai masalah tersebut maka dapat diambil beberapa Langkah strategis atau inovasi guna meningkatkan market share perbankan syariah antara lain:

1. Peningkatan Literasi dan Inklusi keuangan syariah

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) juga memberikan penekanan mengenai pentingnya inklusi finansial sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari literasi finansial. Inklusi finansial sendiri ialah proses yang menjamin kemudahan akses, ketersediaan, dan penggunaan sistem keuangan formal untuk semua individu. Maka dari itu, masyarakat

perlu diberikan bekal edukasi yang memadai dan mencukupi untuk mengambil keputusan keuangan dengan lebih baik sesuai dengan apa yang mereka butuhkan dan memberikan manfaat yang lebih besar (Masyarakat Ekonomi Syariah, 2020). Dalam konteks keuangan syariah, sangat penting memberikan pemahaman secara memadai pada masyarakat terkait dengan masalah keuangan seperti pengenalan Lembaga jasa keuangan syariah bank dan non bank, produk dan jasa keuangan syariah, fitur-fitur yang melekat pada produk dan jasa keuangan syariah, manfaat dan risiko dari produk dan jasa keuangan, serta hak dan kewajiban sebagai konsumen pengguna jasa keuangan. Selain itu, masyarakat juga perlu diberikan pemahaman terkait akad transaksi keuangan Syariah, kemampuan dan keterampilan minimum penghitungan investasi berbasis margin pada akad *murabahah*, bagi hasil pada akad berbasis *syirkah*, penentuan *ujrah* (fee) pada berbagai produk dan jasa keuangan Syariah baik termasuk mengetahui biaya-biaya dan risiko yang akan ditanggung oleh konsumen. Masyarakat juga perlu diberi keyakinan dan kesadaran tentang pentingnya aspek kepatuhan syariah bagi industry keuangan syariah dan peran pengawasan syariah pada semua kegiatan operasional dan produknya.

Proses literasi ini bisa dilakukan secara *offline* maupun online. Secara *offline* pihak perbankan syariah bisa bekerjasama dengan Lembaga-lembaga masyarakat seperti Lembaga Pemberdayaan Masyarakat, KarangTaruna, Remaja Masjid ataupun bekerjasama dengan pihak Kelurahan guna mengadakan literasi keuangan di daerah tersebut. Sedangkan jika dilaksanakan secara *online*, maka ada beberapa Langkah yang bisa di ambil, misalnya seperti pemanfaatan media teknologi, seperti media sosial Facebook, Whatsapp peserta media zoom dapat digunakan sebagai media informasi, sosialisasi, komunikasi, ajang kompetisi penulisan ekonomi syariah, seminar, dialog interaktif maupun konferensi terkait ekonomi dan keuangan

syariah. Selain melalui media social, dengan teknologi bisa juga dibuatkan sebuah *platform digital literacy* sebagai media sosialisasi dan edukasi keuangan syariah yang bisa menjangkau berbagai wilayah hingga kedaerah terpencil, kesemua level dan semua kalangan.

2. Peningkatan layanan perbankan syariah berbasis teknologi

Selain pengembangan inovasi teknis seperti penambahan mesin ATM dan penambahan jumlah kantor layanan perbankan syariah, yang perlu juga dicermati ialah layanan perbankan syariah berbasis teknologi. Pengembangan layanan keuangan syariah berbasis teknologi informasi (*Sharia Financial Technology*) mampu memperluas jangkauan, kemudahan pelayanan dan kecepatan akses masyarakat di semua lapisan dan semua level terhadap produk halal dan jasa keuangan syariah. Pemanfaatan teknologi informasi ini juga sangat penting untuk peningkatan literasi dan inklusi keuangan syariah sehingga *market share* perbankan syariah dapat ditingkatkan. Tantangan lainnya adalah soal Sumber Daya Manusia yang memiliki kompetensi, kreativitas dan kemampuan inovatif dalam menyiapkan konten atau materi untuk literasi keuangan syariah dan juga kemampuan inovasi dalam mendesain produk dan jasa layanan keuangan syariah berbasis digital. Literasi yang baik dan inklusi yang baik akan mampu membuat pangsa pasar keuangan syariah meningkat. Dengan peningkatan transaksi keuangan syariah yang tinggi maka roda pertumbuhan ekonomi dan usaha produktif masyarakat pun akan semakin tinggi sehingga dalam jangka Panjang dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi Indonesia menjadi lebih baik (Masyarakat Ekonomi Syariah, 2020).

PENUTUP

Kesimpulan

Dari hasil uji t didapatkan bahwa nilai signifikansi 0.097 lebih besar dari 0.05 ($0.097 > 0.05$) dan nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel ($1.675 < 1.984$) maka dapat

disimpulkan bahwa inovasi produk tidak berpengaruh terhadap minat pengajuan pembiayaan. Jadi berdasarkan Hipotesa awal maka: H0 diterima dan H1 ditolak, yang berarti bahwa Inovasi produk tidak berpengaruh terhadap minat pengajuan pembiayaan di bank syariah.

Dari hasil uji determinasi diketahui bahwa nilai-nilai *Adjusted R Squared*nya adalah 0.018 yang berarti bahwa besarnya pengaruh Inovasi produk terhadap minat pengajuan pembiayaan di bank syariah adalah sebesar 1.8%. Dimana sisanya 98.2% dipengaruhi variable lain. Dengan kata lain kemampuan variable bebas (inovasi produk) dalam menjelaskan varian variable terikatnya (minat pengajuan pembiayaan) sebesar 1.8%.

Saran

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi data mengenai inovasi produk perbankan syariah dan minat pengajuan pembiayaan di bank syariah. Peneliti selanjutnya perlu juga menganalisa faktor lain/variabel lain yang dapat meningkatkan minat masyarakat dalam hal mengajukan pembiayaan di bank syariah. Hasil penelitian selanjutnya diharapkan dapat menjadi pendukung penelitian ini untuk menemukan alasan-alasan lebih lanjut mengenai tidak berpengaruhnya inovasi produk terhadap minat pengajuan pembiayaan di bank syariah pada masyarakat Kelurahan Samapuin Kecamatan Sumbawa.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Alma, Buchari. 2007. *“Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa”*. Bandung: CV Alfabeta
- [2] Antonio, Muhammad Syafi'i. 2016. *“Bank Syariah: Dari teori KePraktik”*. Jakarta: GemaInsani Press.
- [3] Djaali. 2007. *“Psikologi Pendidikan”*. Jakarta: BumiAksara
- [4] Fachry, Achmad. 2021. *“Literasi Keuangan Syariah”*. Hasil wawancara pribadi. Kelurahan Samapuin
- [5] Frisqy. Ditha. 2021. *“Literasi Keuangan Syariah”*. Hasil wawancara pribadi. Kelurahan Samapuin
- [6] Hasibuan, Malayu. 2008. *“Dasar – Dasar Perbankan”*. Jakarta: BumiAksara
- [7] Hurley, R. & Hult, G.T. 1998. *“Innovation, Market Orientation and Organizational Learning: An Integration and Empirical Examination”*. *Journal of Marketing*, 62(3): 42-54.
- [8] Jajuli, Sulaeman. 2015. *“Produk Pendanaan Bank Syari'ah”*. Yogyakarta: Deepublish
- [9] Junaedi. 2019. *Persaingan Dan Stabilitas Bank Umum Syariah Di Indonesia*. Surakarta: Politeknik Surakarta.
- [10] Kotler, Philip. dan Keller, Kevin Lane. 2016. *“Manajemen Pemasaran”*. Jakarta: Erlangga.
- [11] Mappiare, Andi. 1997. *“Psikologi Remaja”*. Surabaya: Usaha Nasional.
- [12] Moeliono, Anton M. dkk. 1999. *“Kamus Besar Bahasa Indonesia”*. Jakarta: Balai Pustaka.
- [13] Morle, C. Crawford Dan Benedetto, C. Anthony Di. 2000. *“New Product Management.”* Edisi: 6th. Ed. Boston: Irwin/Mcgraw.Hill.
- [14] Nofinawati. 2015. *Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia*. Padangsidimpuan: IAIN Padangsidimpuan.
- [15] Notoatmodjo S. 2007. *“Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku”*. Rineka Cipta: Jakarta.
- [16] Render dan Jay Heizer. 2001. *“Prinsip-prinsip Manajemen Operasi”*. Jakarta: Salemba Empat.
- [17] Samsudin, Sadali. 2006. *“Manajemen Sumberdaya Manusia”*. Cetakan Kesatu. Bandung: Pustaka Setia.
- [18] Shaleh, Abdul Rahman. dan Wahab, Muhib Abdul. 2004. *“Psikologi Suatu Pengantar (Dalam Perspektif Islam)”*. Jakarta: Kencana.

- [19] Swan, J., Newel, H. Scarbrought & Hislop. 1999. "Knowledge Management and Innovations: Networks and Networking". *Journal of Knowledge Management*, 3(4): 262-275.
- [20] Tjiptono, Fandy. 2009. "Service Marketing: Esensi dan Aplikasi". Yogyakarta: Marknesis.
- [21] Zulkarnaen. Aries. 2021. "Sejarah Kelurahan Samapuin". Hasil wawancara pribadi. Kelurahan Seketeng
- [22] **Internet**
- [23] Accurate by Ayunda. 2020. Inovasi Produk: Pengertian, Tujuan, Fungsi dan Manfaatnya dalam Pengembangan Bisnis. <https://accurate.id>. Di unduh pada 2 Agustus 2021.
- [24] Bisnis.com. 2021. Literasi Rendah, Pertumbuhan Kinerja Bank Syariah Terkendala. <https://finansial.bisnis.com>. Di unduh 04 September 2021
- [25] Cermati.com. 2021. Sejarah dan Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia. <https://www.cermati.com>. Di Unduh 2 Agustus 2021.
- [26] Harmony. 2021. Inovasi Produk? Apa Itu, Fungsi, Manfaat dan Tips Memaksimalkannya. <https://www.harmony.co.id>. Di unduh 2 Agustus 2021
- [27] Idris, Muhammad. 2016. Ini Alasan Nasabah Perbankan Syariah RI Masih Minim. <https://finance.detik.com>. Di unduh 3 Agustus 2021
- [28] Masyarakat Ekonomi Syariah. 2020. Peningkatan Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah di Indonesia melalui Pemanfaatan Teknologi Informasi. <https://www.ekonomisyariah.org>. Di Unduh pada 4 September 2021
- [29] Ojk. 2021. Konsep Operasional Perbankan Syariah. <https://www.ojk.go.id>. Di unduh pada 19 Agustus 2021
- [30] Ojk. 2021. Sejarah Perbankan Syariah. <https://www.ojk.go.id>. Di unduh pada 19 Agustus 2021
- [31] Ojk. 2021. Statistik Perbankan Syariah. <https://www.ojk.go.id>. Di unduh pada 14 Agustus 2021