

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Usaha manusia dalam rangka mewujudkan kesejahteraan hidup umat di muka bumi ini sangat berkaitan dengan kegiatan ekonomi. Dalam pandangan Islam, kegiatan ekonomi yang sesuai dan dianjurkan adalah melalui kegiatan bisnis dan investasi. Beberapa perintah dalam dua hal tersebut disampaikan secara eksplisit dan implisit dalam kitab suci al-Qur'an dan Sunah Rasulullah SAW. Dari konsep yang disampaikan dalam dua pegangan hidup umat manusia tersebut kita dapat melihat bahwa sistem ekonomi yang dikembangkan oleh Islam memiliki tujuan untuk mewujudkan tingkat pertumbuhan ekonomi umat manusia dalam jangka panjang serta jangka pendek dan juga dalam rangka memaksimalkan tingkat kesejahteraan umat manusia. Sistem keuangan Islam sebagai bagian dari sistem ekonomi Islam tentunya mengemban amanat yang sama dengan apa yang diharapkan terwujud dalam konsep sistem ekonomi Islam.¹

Ekonomi Islam mempunyai tujuan memberikan keselarasan bagi kehidupan di dunia. Hal ini karena nilai islam tidak hanya kehidupan muslim, tetapi untuk seluruh makhluk hidup di muka bumi. Esensi proses ekonomi Islam adalah pemenuhan kebutuhan manusia yang berlandaskan nilai-nilai Islam untuk mencapai pada tujuan agama (*falah*). Ekonomi Islam menjadi

¹ Nurul Huda dan Mohamad Heykal, *Lembaga Keuangan Islam: Tinjauan Teoritis dan Praktis*, (Jakarta: Kencana, 2010), 03.

rahmat seluruh alam yang tidak terbatas oleh ekonomi, sosial, budaya dan politik dari bangsa.²

Wujud ekonomi Islam tersebut secara institusional di antaranya ditandai dengan berdirinya Bank Syariah sebagai antitesa terhadap sistem perbankan dengan memakai bunga yang nyaris gagal secara total, seperti realitas yang ada di Indonesia pada saat krisis ekonomi dan moneter pada tahun 1997/1998 yang lalu.³

Bank Syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Atau, dengan kata lain adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip Syariah Islam.⁴

Bank syariah dikembangkan sebagai lembaga bisnis keuangan yang melaksanakan kegiatan usahanya sejalan dengan prinsip-prinsip dasar dalam ekonomi Islam. Tujuan ekonomi Islam bagi bank Syariah tidak hanya terfokus pada tujuan komersil yang tergambar pada pencapaian keuntungan maksimal, tetapi juga mempertimbangkan perannya dalam memberikan kesejahteraan secara luas bagi masyarakat. Kontribusi untuk turut serta dalam mewujudkan

² Sukarno Wibowo dan Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013), 29.

³ Syukri Iska, *Sistem Perbankan Syariah di Indonesia dalam Perspektif Fikih Ekonomi*, (Yogyakarta: Fajar Media Press, 2012), 04.

⁴ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, edisi revisi, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2005), 13.

kesejahteraan masyarakat tersebut merupakan peran bank syariah dalam melaksanakan fungsi sosialnya.⁵

Pada prinsipnya fungsi bank Syariah dalam menyalurkan produk usahanya dapat dibagi menjadi tiga bagian, yaitu:⁶

1. Produk penyaluran dana (*financing*)
2. Produk penghimpunan dana (*funding*)
3. Produk jasa (*service*)

Pengembangan ekonomi dan bisnis Islam telah diadopsi ke dalam kerangka besar kebijakan ekonomi Indonesia. Hal tersebut dipelopori oleh Indonesia sebagai otoritas perbankan di tanah air, dengan menetapkan perbankan syariah sebagai salah satu pilar penyangga *dual-banking system* dan mendorong pangsa pasar bank-bank syariah yang lebih luas sesuai cetak biru perbankan syariah.⁷

Dewasa ini, perkembangan perbankan syariah semakin terlihat eksistensinya yang ditandai semakin meningkatnya penabung dan semakin meningkatnya jumlah lembaga keuangan syariah tersebut. Pada awalnya, hanya ada satu bank Syariah di Indonesia yaitu Bank Muamalah. Dan setelah itu terus bertambah hingga Februari 2017 jumlah Bank Syariah yang ada di Indonesia berjumlah 200 Bank Syariah yang terdiri dari 13 Bank Umum Syariah (BUS),

⁵ Herry Susanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013), 106.

⁶ Adiwarman Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: PT RajaGrafindoPersada, 2011), 97.

⁷ Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: CV Alfabeta, 2014), 03.

21 Unit Usaha Syariah (UUS) dan 166 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Berikut tabel jumlah bank Syariah yang ada di Indonesia.⁸

No.	Perbankan Syariah*	Tahun																					
		2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016				2017	
																		Mar	Jun	Sep	Des	Jan	Feb
1	Bank Umum Syariah	2	2	2	2	3	3	3	3	5	6	11	11	11	11	12	12	12	12	13	13	13	13
2	Unit Usaha Syariah	3	3	6	8	15	19	20	26	27	25	23	23	24	23	22	22	22	22	21	21	21	21
3	Bank Pembiayaan Rakyat Syariah	79	81	83	84	88	92	105	114	131	138	150	155	158	163	163	163	165	165	164	166	166	166
Total		84	86	91	94	106	114	128	143	163	169	184	189	193	197	197	197	199	199	198	200	200	200

Sumber: diolah dari OJK

TABEL 1: Jumlah Bank Syariah di Indonesia

Kondisi ini merupakan suatu latar belakang mengapa pengembangan produk baru menjadi keharusan agar perbankan syariah tetap dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya. Upaya pengembangan produk baru dan strategi yang efektif seringkali merupakan faktor penentu kelangsungan hidup suatu perbankan. Akan tetapi, Ini bukanlah pekerjaan yang mudah. Pengembangan produk baru membutuhkan berbagai usaha, waktu, dan kemampuan sumber daya perbankan termasuk besarnya risiko dan biaya kegagalan yang harus ditanggung. Hal ini menjadi permasalahan yang dihadapi oleh perbankan dalam mengembangkan produk-produk barunya. Pertimbangan utama yang perlu diperhatikan adalah kesesuaian produk yang ingin dihasilkan dengan kebutuhan dan keinginan pasar. Suatu perbankan harus mampu

⁸Otoritas Jasa Keuangan (OJK), *statistik Perbankan Syariah*, (Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia, Departemen Perizinan dan Informasi Perbankan, 2017), 5&82.

melakukan proses pengembangan produk baru dan menerapkan strategi yang efektif demi kelangsungan hidup perbankan.

Peluncuran produk dan jasa layanan baru di pasar sangat penting dalam meningkatkan besaran bisnis dan keuntungan perusahaan. Perusahaan yang berhasil dalam mempercepat peluncuran produk baru ke pasar dibandingkan pesaing dapat memperoleh keuntungan untuk mendapatkan pasar yang lebih dominan. Sangatlah penting untuk mengetahui faktor yang menentukan kesuksesan produk baru dalam pasar.

Oleh karena itu dengan banyaknya lembaga keuangan syariah, menjadikan posisi PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Bhakti Sumekar sebagai salah satu lembaga keuangan syariah harus mampu bersaing terutama dengan lembaga keuangan maupun bank syariah ataupun konvensional yang sudah mempunyai nama dan sudah benefit di bidang keuangan, sumber daya manusia (SDM) dan produk yang berkualitas.

Dalam penelitian ini akan lebih mendalami tentang poses pengembangan produk baru yang ada di BPRS Bhakti Sumekar. Produk pembiayaan Sanitasi dan Air Bersih (Sadar Bersih) adalah produk pembiayaan pembuatan jamban sehat, penyediaan air bersih, penyaringan air dan pengadaan/renovasi toilet.⁹ Produk tersebut merupakan produk pembiayaan yang baru pada BPRS Bhakti Sumekar yang menggunakan akad *Murābahah* (jual beli). (*Lihat Lampiran 1*)

⁹ Brosur Pembiayaan Sanitasi dan Air bersih (SADAR BERSIH) di BPRS Bhakti Sumekar.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut: Bagaimana proses pengembangan produk baru (*new product development*) pada produk Pembiayaan Sanitasi dan Air Bersih (Sadar Bersih) di BPRS Bhakti Sumekar?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah: untuk mengetahui dan memahami proses pengembangan produk baru (*new product development*) pada produk Pembiayaan Sanitasi dan Air Bersih (Sadar Bersih) di BPRS Bhakti Sumekar.

Sedangkan manfaat penelitian ini dapat diklasifikasikan dalam beberapa kategori, antara lain:

1. Bagi Peneliti

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi peneliti dalam hal pengetahuan dan pemahaman yang mendalam tentang proses pengembangan produk baru pada BPRS Bhakti Sumekar.

2. Bagi kalangan akademisi maupun praktisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi kalangan akademisi ekonomi syariah, sehingga dapat dijadikan sebagai rujukan referensi oleh semua kalangan dan secara khusus oleh akademisi Fakultas Keislaman yang di dalamnya menaungi dua Program Studi yakni Ekonomi Syariah dan Hukum Bisnis Syariah dalam menunjang penelitian selanjutnya dan sebagai bahan perbandingan bagi penelitian yang lain.

3. Bagi lembaga atau instansi Perbankan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai sarana sumbangan pikiran serta acuan untuk memproses pengembangan produk baru pada BPRS Bhakti Sumekar dalam meningkatkan kelangsungan hidup perbankan Syariah.

D. Kajian Pustaka

Pada penelitian kali ini tentunya banyak peneliti yang sudah melakukan penelitian yang serupa, akan tetapi terdapat beberapa hal yang membedakan antara penelitian yang penulis teliti dengan penelitian sebelumnya, di antaranya ialah sebagai berikut:

1. Tugas akhir yang ditulis oleh Muhammad Ainur Rifqi mahasiswa DIII Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga dengan judul “*Strategi Pemasaran dan Perkembangan Produk tabungan wadiah di Bank Syariah Mandiri KCP Gubug Semarang*”. Hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa strategi yang digunakan Bank Syariah Mandiri KCP Gubug Semarang dalam pemasaran produk khususnya tabungan *wadiah* adalah dengan menggunakan sistem *marketing mix*. Sedangkan perkembangan dan pertumbuhan pada produk tabungan *wadiah* pada tahun 2012-2013 mengalami kenaikan yang signifikan, dari segi tabungan simpatik naik sebesar 51,74%, tabunganku naik sebesar 157,19% sedangkan dari sektor produk giro mengalami kenaikan 20,94%.¹⁰

¹⁰ Muhammad Ainur Rifqi, *Strategi Pemasaran dan Perkembangan Produk Tabungan Wadiah di Bank Syariah Mandiri KCP Gubug Semarang*, (TUGAS AKHIR: IAIN Salatiga, 2015), 70.

2. Skripsi yang ditulis oleh Noer Aji Febriyanti Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dengan judul *“Pengaruh Pengembangan Produk Terhadap Volume Penjualan pada Konveksi Busana Muslim Clothing Kendal”*. Hasil dari penelitian tersebut menyatakan besarnya pengaruh pengembangan produk terhadap volume penjualan adalah 28,112%. Berdasarkan hasil uji t diperoleh t sebesar 5,345 dengan nilai signifikan 1, dimana nilai signifikansinya lebih besar dari 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa pengembangan produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan.¹¹
3. Skripsi yang ditulis oleh Anjarini Mandasari Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan judul *“Pola Pengembangan Produk Bank Syariah Dalam Meningkatkan Kualitas Manajerial (Studi Kasus di BRI Syariah Cabang Yogyakarta)”*. Hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa BRI Syariah Cabang Yogyakarta menetapkan pola pengembangan produk dengan melakukan proses pengembangan produk yang berkaitan dengan hal sebagai berikut: *Pertama*, tujuan dan strategi produk yang dikembangkan. *Kedua*, mengidentifikasi peluang pasar melalui segmentasi pasar yang luas untuk meningkatkan sumber pendanaan bank dan likuiditas bank. *Ketiga*, membuat desain produk yang sesuai dengan permintaan atau kebutuhan nasabah.¹²

¹¹ Noer Aji Febriyanto, *Pengaruh Pengembangan Produk Terhadap Volume Penjualan pada Konveksi Busana Muslim Clothing Kendal*, (SKRIPSI: UIN Walisongo Semarang, 2015), 63.

¹² Anjarini Mandasari, *Pola Pengembangan Produk Bank Syariah dalam Meningkatkan Kualitas Manajerial (Studi Kasus di BRI Syariah Cabang Yogyakarta)*, (SKRIPSI: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2010), 137.

Dari beberapa paparan penelitian terdahulu, dapat diketahui letak perbedaan judul antara penelitian yang diangkat oleh penulis dengan penelitian terdahulu ialah terletak pada obyek penelitian. Selain itu, perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang ditulis oleh Muhammad Ainur Rifqi bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran dan pengembangan produk tabungan wadiah di BSM cabang Gubug Semarang, sedangkan penulis disini bertujuan untuk mengetahui tahapan Proses pengembangan produk baru yang dilakukan oleh BPRS Bhakti Sumekar.

Pada penelitian yang kedua yang diteliti oleh Noer Aji Febriyanti letak perbedaannya pada jenis penelitian, dimana Noer Aji Febriyanti disini meneliti dengan menggunakan jenis penelitian kuantitatif, namun pada penelitian ini penulis meneliti dengan menggunakan jenis penelitian kualitatif. Sedangkan untuk perbedaan penelitian yang terakhir yang diteliti oleh Anjarini Mandasari tentang pola pengembangan produk dalam meningkatkan kualitas manajerial. Sedangkan penulis disini akan meneliti tentang proses pengembangan produk baru.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa peneliti terdahulu fokus terhadap Strategi pemasaran produk , pola pengembangan produk serta pengaruhnya terhadap penjualan. sedangkan penulis akan menfokuskan terhadap proses pengembangan produk baru (*New Product Development*) yang dilakukan oleh PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Bhakti Sumekar.

E. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pemahaman dan memperjelas arah pembahasan maka penulisan skripsi ini disistematikakan menjadi lima bab dengan uraian kalimat sebagai berikut:

- Bab I** Merupakan bab pendahuluan. Dalam bab ini peneliti menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka dan sistematika pembahasan.
- Bab II** Merupakan bab landasan teori. Dalam bab ini peneliti menguraikan tinjauan teori yang dipergunakan sebagai dasar dalam penelitian.
- Bab III** Merupakan bab metode penelitian. Dalam bab ini peneliti menguraikan lokasi penelitian dan metode penelitian yang digunakan oleh peneliti.
- Bab IV** Merupakan bab hasil penelitian dan pembahasan. Dalam bab ini peneliti menguraikan tentang deskripsi objek penelitian, pembahasan tentang hasil penelitian yang digunakan untuk menjawab permasalahan dalam rumusan masalah.
- Bab V** Merupakan bab penutup yang berisikan kesimpulan dan saran.