

**STRATEGI INOVASI PENGEMBANGAN PRODUK KOPERASI
SYARIAH DALAM MENINGKATKAN SIMPANAN NASABAH
(Studi Kasus Pada KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto)**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri
Prof. Kh. Syaifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

OLEH :
LUSIANA NUR KHASANAH
NIM. 1817202113

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SYAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2023**

**STRATEGI INOVASI PENGEMBANGAN PRODUK KOPERASI
SYARIAH DALAM MENINGKATKAN SIMPANAN NASABAH
(Studi Kasus Pada KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto)**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri
Prof. Kh. Syaifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

OLEH :
LUSIANA NUR KHASANAH
NIM. 1817202113

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. KH. SYAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2023**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Lusiana Nur Khasanah
Nim : 1817202113
Jenjang : S-1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Strategi Inovasi Pengembangan Produk Koperasi
Syariah dalam Meningkatkan Simpanan Nasabah (Studi
Kasus Pada KSPPS Hanada Quwais Sembada KC
Purwokerto)

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian
/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 04 Juli 2023

Saya yang Menyatakan,



Lusiana Nur Khasanah
NIM. 1817202113



LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**STRATEGI INOVASI PENGEMBANGAN PRODUK KOPERASI
SYARIAH DALAM MENINGKATKAN SIMPANAN NASABAH
(Studi Kasus Pada KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto)**

Yang disusun oleh Saudara **Lusiana Nur Khasanah** NIM 1817202113 Program Studi **Perbankan Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Senin** tanggal **17 Juli 2023** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi** (S.E.) oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

H. Sochim, Lc., M.Si.
NIP. 19691009 200312 1 001

Sekretaris Sidang/Penguji

Ma'ruf Hidayat, M.H.
NIP. 19940604 201903 1 012

Pembimbing

Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

Purwokerto, 25 Juli 2023



Mengetahui/Mengesahkan

Dekan

Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.

NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

di-

Purwokerto

Assalamu'alaikum wr.wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan korsi terhadap penulisan skripsi dari saudari Lusiana Nur Khasanah NIM 1817202113 yang berjudul

**STRATEGI INOVASI PENGEMBANGAN PRODUK KOPERASI
SYARIAH DALAM MENINGKATKAN SIMPANAN NASABAH (Studi
Kasus Pada KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto)**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar sarjana dalam ilmu Perbankan Syariah (S.E.).

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Purwokerto, 04 Juli 2023
Pembimbing,



Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag
NIP. 19730921 200212 1 004

MOTTO

“Jadilah diri sendiri, jangan pedulikan kata orang, tetaplh menjadi orang baik, terus maju dan jangan pantang menyerah, raih impianmu, jadikan perubahanmu sebagai inspirasi orang lain.”



**STRATEGI INOVASI PENGEMBANGAN PRODUK KOPERASI
SYARIAH DALAM MENINGKATKAN SIMPANAN NASABAH
(Studi Kasus Pada KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto)**

Lusiana Nur Khasanah
NIM. 1817202113

E-mail: lusiananurkhasanah01@gmail.com

**Program Studi Perbankan Syariah, Jurusan Ekonomi dan Keuangan
Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto**

ABSTRAK

KSPPS Hanada Quwais Sembada Kantor Cabang Purwokerto merupakan salah satu lembaga keuangan syariah yang mempunyai berbagai macam produk simpanan diantaranya : Hanabung, Hanawisata, Hanadikan, Hanapensi, Hanakaro, Hanajah, Hanaban, Hanalin, Hanajiro, terjadi peningkatan pada jumlah nasabah dan dana jumlah nasabah karena telah melakukan strategi inovasi pengembangan produk simpanan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi inovasi pengembangan produk koperasi syariah untuk meningkatkan simpanan nasabah di KSPPS Hanada Quwais Sembada Kantor Cabang Purwokerto.

Jenis penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan menggunakan analisis deskriptif pengumpulan data yang dilakukan dengan metode observasi dengan mendatangi kantor KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto serta mengamati proses akad pihak KSPPS Hanada Quwais Sembada dengan nasabah yang ingin melakukan simpanan. Metode kedua melalui wawancara dengan pihak yang terlibat diantaranya wakil *manager*, tim *marketing* dan nasabah. Metode ketiga yaitu dokumentasi dengan mengumpulkan bukti-bukti dari data yang telah di kumpulkan. Selanjutnya data penulisan dianalisis melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan terjadinya peningkatan jumlah nasabah dan dana nasabah karena KSPPS Hanada Quwais Sembada Kantor Cabang Purwokerto melakukan strategi inovasi pengembangan produk dengan menjalin silaturahmi dan memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi serta menerapkan strategi inovasi pengembangan produk simpanan kepada nasabah tentang produk baru, selalu *update* tentang kebutuhan nasabah, mengikuti perkembangan teknologi, menyesuaikan kebutuhan nasabah serta bauran pemasaran (*marketing mix*), *jemput bola*, dan *word of mouth*, dengan menggunakan strategi tersebut sehingga jumlah simpanan dari tahun 2020-2022 bertambah menjadi 650 nasabah, dana nasabah bertambah Rp. 247.523.085, maka berdampak baik dan membuat nasabah menjadi lebih tertarik untuk melakukan simpanan.

Kata Kunci: KSPPS Hanada Quwais Sembada Kantor Cabang Purwokerto, Strategi inovasi produk, Produk simpanan.

**SHARIA COOPERATIVE PRODUCT DEVELOPMENT INNOVATION
STRATEGY IN INCREASING CUSTOMER SAVINGS
(Case Study on KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto)**

**Lusiana Nur Khasanah
NIM. 1817202113**

E-mail: lusiananurkhasanah01@gmail.com

Islamic Banking Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business
State Islamic University Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRACT

KSPPS Hanada Quwais Sembada Purwokerto Branch Office is a sharia financial institution that has a variety of deposit products including: Hanabung, Hanawisata, Hanadikan, Hanapensi, Hanakaro, Hanajah, Hanaban, Hanalin, Hanajiro, there has been an increase in the number of customers and the number of customer funds because carry out an innovation strategy for developing savings products. This study aims to determine the innovative strategy for developing sharia cooperative products to increase customer deposits at KSPPS Hanada Quwais Sembada Purwokerto Branch Office.

The type of research used is a qualitative method using descriptive analysis of data collection carried out by the observation method by visiting the KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto office and observing the contract process of KSPPS Hanada Quwais Sembada with customers who wish to make deposits. The second method is through interviews with the parties involved including deputy managers, marketing teams and customers. The third method is documentation by collecting evidence from the data that has been collected. Furthermore, the writing data was analyzed through data reduction, data presentation, and drawing conclusions.

The results of this study indicate an increase in the number of customers and customer funds because KSPPS Hanada Quwais Sembada carries out a product development innovation strategy by establishing friendship and facilitating customers in making transactions and implementing an innovation strategy for developing savings products by informing customers about new products, always updating about customer needs, keeping abreast of technological developments, adjusting customer needs as well as marketing mix, ball pick-up, and word of mouth, using this strategy so that the number of deposits from 2020-2022 increases to 650 customers, customer funds increase by Rp. 247,523,085, it has a good impact and makes customers more interested in making deposits.

Keywords: KSPPS Hanada Quwais Sembada Purwokerto Branch Office, product innovation strategy, savings products.

PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor : 158/1987 dan Nomor : 0543b/U/1987.

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	B	be
ت	ta'	T	te
ث	Ša	Š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	je
ح	Ĥa	Ĥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
	Dal	D	de
ذ	Žal	Ž	ze (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	S	es (dengan titik di bawah)
ض	d'ad	d'	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	Ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ža	Ž	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	ge

ف	fa'	F	ef
ق	Qaf	Q	qi
ك	Kaf	K	ka
ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	w
ه	ha'	H	ha
ء	Hamzah	'	apostrof
ي	ya'	Y	ye

2. Konsonan Rangkap karena syadda ditulis rangkap

متعددة	Ditulis	Muta'addidah
عدة	Ditulis	'iddah

3. Ta'marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h

حكمة	Ditulis	Hikmah
جزية	Ditulis	Jizyah

(ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

- a. Bila diikuti dengan kata sandang "al" serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الاولياء	Ditulis	Karamah al-auliya'
----------------	---------	--------------------

- b. Bila ta'marbutah hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan

زكاة الفطر	Ditulis	Zakat al-fitr
------------	---------	---------------

4. Vokal pendek

◌َ	Fathah	Ditulis	a
◌ِ	Kasrah	Ditulis	i
◌ُ	Dammah	Ditulis	u

5. Vokal panjang

1.	Fathah + alif	Ditulis	a
	جاهلية	Ditulis	jahiliyah
2.	Fathah + ya' mati	Ditulis	a
	تنس	Ditulis	tansa
3.	Kasrah + ya'	Ditulis	i
	كريم	Ditulis	karim
4.	Dammah + wawu mati	Ditulis	u
	فروض	Ditulis	furud

6. Vocal rangkap

1.	Fathah + ya' mati	Ditulis	ai
	بينكم	Ditulis	bainakum
2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	au
	قول	Ditulis	qaul

7. Vocal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أنتم	Ditulis	a'antum
أعدت	Ditulis	u'iddat

8. Kata sandang alif + lam

a. Bila diikuti huruf qomariyyah

القرآن	Ditulis	al-qur'an
--------	---------	-----------

القياس	Ditulis	al-qiyas
--------	---------	----------

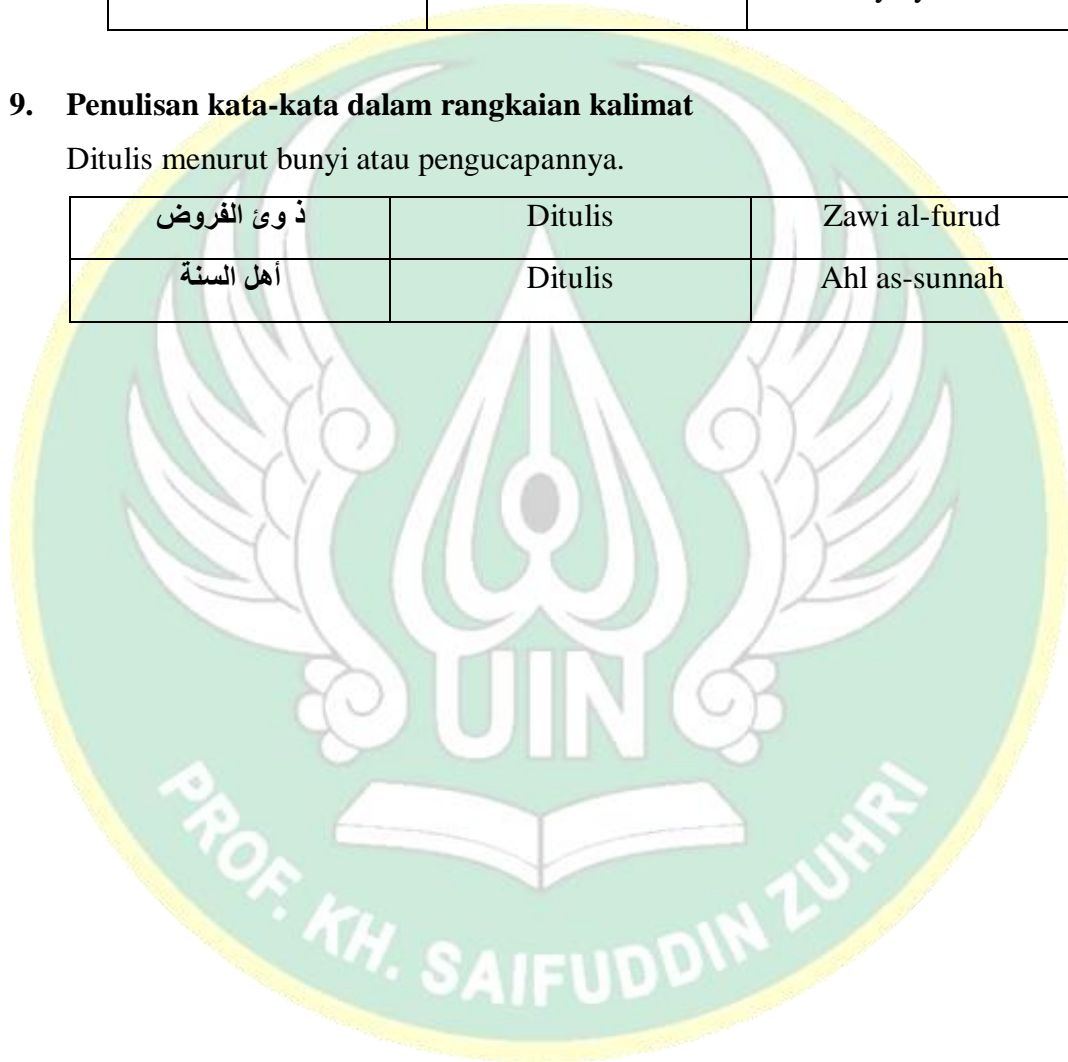
- b. Bila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan harus syamsiyyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf I (el)-nya.

السماء	Ditulis	As-sama
الشمس	Ditulis	Asy-syams

9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوئ الفروض	Ditulis	Zawi al-furud
أهل السنة	Ditulis	Ahl as-sunnah



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr.wb

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi sebagai salah satu syarat untuk lulus dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto khususnya prodi Perbankan Syariah dan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E). Sholawat serta salam tidak lupa kami panjatkan kepada Nabi Muhammad SAW, semoga kami semua mendapatkan syafa'at-Nya di yaumul akhir. Sehubung dengan selesainya skripsi ini, tentunya tidak terlepas dari bantuan pihak-pihak terkait yang membantu penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Mohammad Roqib, M.Ag. Selaku Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. H. Fauzi, M.Ag., selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., selaku Wakil Rektor II Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Prof. Dr. H. Sul Khan Chakim, S.Ag., M.M., selaku Wakil Rektor III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto sekaligus Dosen Pembimbing, terima kasih karena telah meluangkan waktu, tenaga, dan pemikirannya sehingga terselesaikannya skripsi ini. Semoga Allah SWT memberikan perlindungan dan membalas kebaikan Bapak beserta keluarga.
6. Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak. Selaku Koordinator Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri

Purwokerto.

8. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. SaifuddinZuhri Purwokerto yang telah mengajarkan dan membekali ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Segenap staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan kemudahan administrasi dan pelayanan.
10. Segenap masyarakat Muslim di Kecamatan Sokaraja yang menjadi responden dalam penelitian ini yang telah membantu dan berpartisipasi dalam penyelesaian skripsi ini.
11. Segenap pihak instansi Kecamatan Sokaraja yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
12. Orang tua saya Bapak Karyoto dan Ibu Wasinah, serta tunangan saya Raka Rasendriya Ramadhani dan kakak-kakak saya tercinta, Mujito Setiadji, Sugito, Sri suparmi, Emi Nur Setyawati, Almarhumah Retno Hartati. Terima kasih atas motivasi, bimbingan, doa dan dukungannya serta terima kasih atas semua perhatian dan kasih sayang yang telah kalian berikan hingga saat ini.

Penulisan skripsi ini tentunya masih banyak kekurangan dan kesalahan karena kesempurnaan hanya milik Allah SWT. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk berbagai pihak.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 04 Juli 2023

Penulis,



Lusiana Nur khasanah

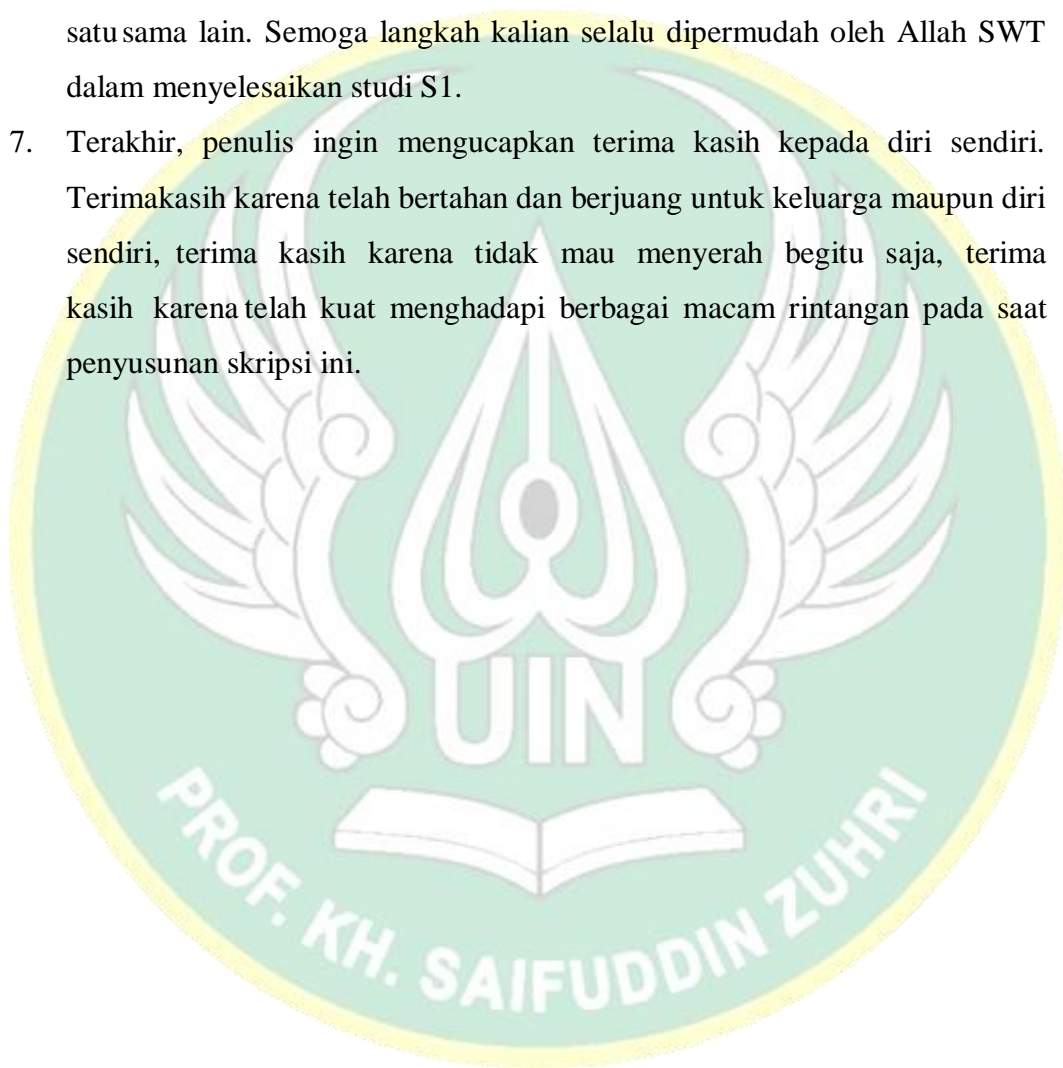
PERSEMBAHAN

Dengan segenap rasa syukur atas limpahan nikmat dan karunia dari Allah SWT, saya persembahkan karya skripsi ini kepada:

1. Allah SWT yang selalu membantu saya dalam menyelesaikan skripsi saya, memberikan kemudahan serta jalan keluar dalam proses penyusunan skripsi, serta memberikan ridho-Nya dalam setiap perjalanan hidup saya.
2. Orang tua saya tercinta, Bapak Karyoto dan Ibu Wasinah yang selalu memberikan *support* kepada saya. Selalu memberikan cinta dan kasih sayangnya, selalu mendoakan kesuksesan anak-anaknya, dan juga memberikan ridhonya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih karena telah menjadi alasan bagi penulis, untuk dapat menyelesaikan pendidikan S1 sekaligus membuat Bapak dan Ibu bangga. Semoga Allah SWT senantiasa membalas kebaikan serta kasih sayang yang diberikan Bapak dan Ibu, serta diberikan umur yang panjang dan selalu diberi kesehatan, juga kebahagiaan.
3. Kakak-kakak saya tercinta, Mujito Setiadji, Sugito, Sri suparmi, Emi Nur Setyawati, Almarhumah Retno Hartati. Terima kasih karena telah memberikan support dan juga doa, sehingga adikmu bisa sampai di titik ini. Terima kasih karena telah menjadi salah satu alasan, bahwa adik kalian ini harus mengenyam pendidikan yang tinggi sesuai dengan harapan keluarga. Semoga Allah SWT juga senantiasa selalu memberi kalian kesehatan dan kebahagiaan, dan semoga Allah SWT selalu memberikan kelancaran padamu pada saat proses menempuh pendidikan, maupun hingga bekerja nanti.
4. Tunangan saya tercinta, Raka Rasendriya Ramadhani, Terima kasih telah membantu memberikan semangat, motivasi dan memberikan fasilitas laptop untuk saya menyelesaikan skripsi saya dan juga doanya kepada penulis. Semoga senantiasa selalu dalam lindungan Allah SWT.
5. Teman-teman saya tersayang, terkhusus untuk “*Princess*” Dian Nur Lestari, S.E., Riri Setiya Wahyuni, S.E., Clarra Rosalia Agustin, S.E., Luky Triana

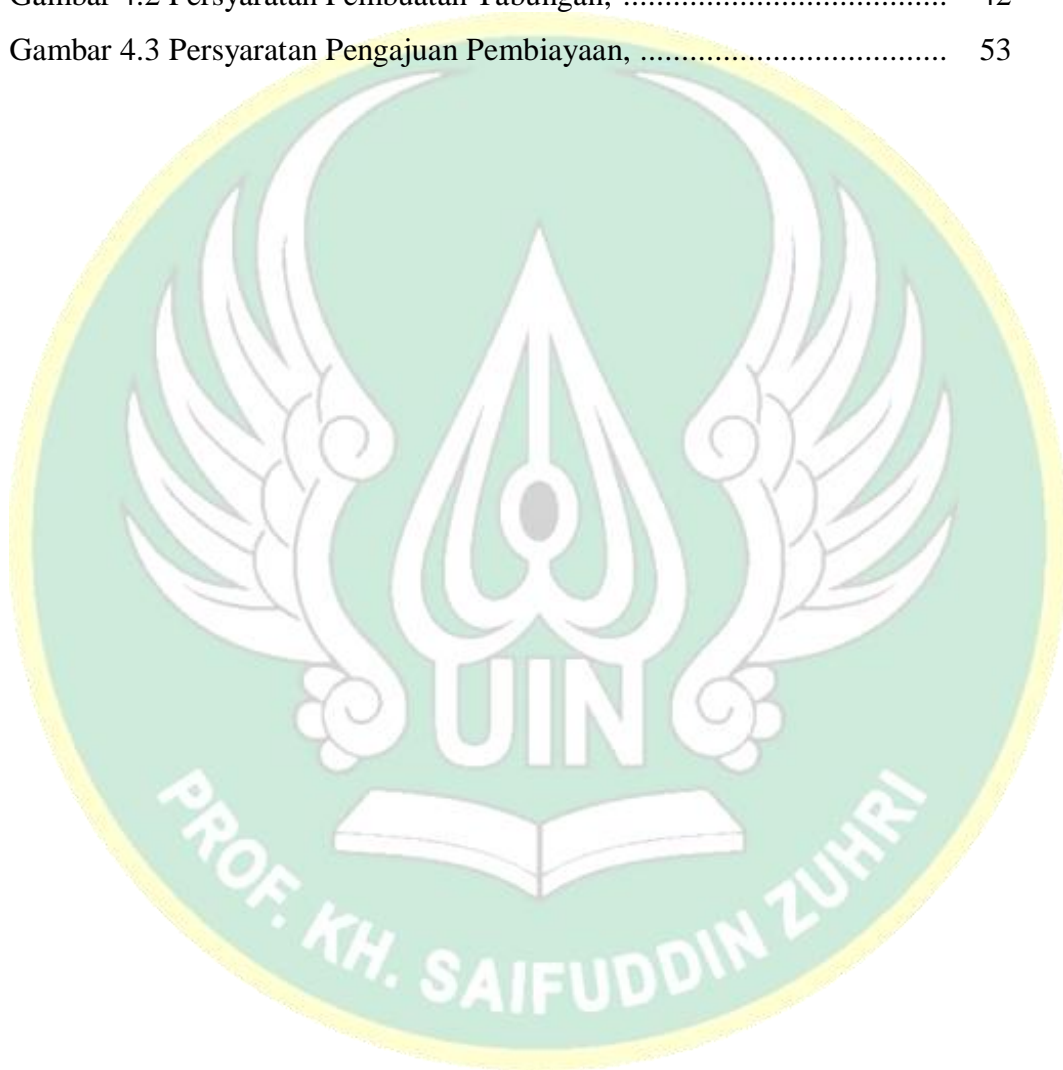
Oktavia, S.E., Nur Kamila, S.E., Elsa Rosalia, S.E., Shalu Shakila Sharma Amandangi, S.E., yang juga turut serta membantu dan penulis dalam proses penyusunan skripsi.

6. Teman-teman Perbankan Syariah C 2018, terima kasih telah memberikan kenangan yang indah selama penulis menempuh pendidikan di kampus. Terima kasih telah menjadi teman berkeluh kesah dan saling menguatkan satu sama lain. Semoga langkah kalian selalu dipermudah oleh Allah SWT dalam menyelesaikan studi S1.
7. Terakhir, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri. Terimakasih karena telah bertahan dan berjuang untuk keluarga maupun diri sendiri, terima kasih karena tidak mau menyerah begitu saja, terima kasih karena telah kuat menghadapi berbagai macam rintangan pada saat penyusunan skripsi ini.



DAFTAR TABEL

Gambar 1.1 Data Jumlah Anggota Simpanan dari Bulan Januari 2020 – Desember 2022,	04
Gambar 4.1 Struktur Organisasi KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto,	47
Gambar 4.2 Persyaratan Pembuatan Tabungan,	42
Gambar 4.3 Persyaratan Pengajuan Pembiayaan,	53



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR KEASLIAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA	viii
KATA PENGANTAR	xii
PERSEMBAHAN	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR ISI	xvii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Definisi Operasional	5
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
E. Kajian Pustaka.....	8
F. Sistematika Pembahasan.....	15
BAB II	16
LANDASAN TEORI	16
A. Pengertian Strategi	16
B. Inovasi Pengembangan Produk Lembaga Keuangan Syariah	17
C. Peningkatan Simpanan Nasabah dan Faktor-Faktornya.....	26
BAB III	33
METODE PENELITIAN	33
A. Metode Penelitian.....	33
B. Jenis Penelitian.....	33
C. Lokasi dan Waktu Penelitian	33
D. Subjek dan Objek	34

E. Sumber Data.....	34
F. Teknik Pengumpulan data	35
G. Teknik Analisis data	35
H. Uji Keabsahan Data.....	36
BAB IV	38
ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	38
A. Profil KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto	38
B. Inovasi Pengembangan Produk Koperasi Syariah dalam Bentuk Simpanan di KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto.....	55
C. Dampak Inovasi Pengembangan Produk Terhadap Peningkatan Simpanan Nasabah.....	60
BAB V.....	62
PENUTUP	62
A. Kesimpulan	62
B. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN – LAMPIRAN	67
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	76



BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) sebagai salah satu lembaga keuangan syariah non bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah, pada mulanya dikenal dengan sistem Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) dengan dasar dari Keputusan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia nomor 91/Kep/M.KUKM/IX/2004 tentang petunjuk pelaksanaan Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah, yang kemudian dikenal dengan sistem Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) berdasarkan atas peraturan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor 16/Per/M.KUKM/IX/2015 tentang Pelaksanaan Kegiatan Usaha Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah oleh Koperasi (Farid, 2016).

Tujuan dari koperasi syariah menurut Nur S. Buchori yaitu mensejahterakan ekonomi anggotanya sesuai dengan norma dan prinsip syariah Islam, menciptakan persaudaraan dan keadilan bagi para anggotanya, pendistribusian pendapatan dan kekayaan yang merata sesama anggotanya berdasarkan kontribusi anggota, kebebasan pribadi dalam kemaslahatan sosial yang didasarkan pada pengertian bahwa manusia diciptakan hanya untuk tunduk kepada Allah SWT, meningkatkan kesejahteraan pada anggota secara khususnya dan masyarakat pada umumnya serta turut membangun tatanan perekonomian yang berkeadilan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Dan untuk mewujudkan tujuan tersebut koperasi menjalankan berbagai usaha komersial, termasuk segala usaha yang berhubungan dengan penyaluran dan penghimpunan dana dalam bentuk jasa serta usaha lain yang berhubungan dengan penyediaan barang manufaktur atau produk konsumen (Sofian, 2018). Keberadaan koperasi syariah sebagai salah satu bentuk lembaga keuangan mikro syariah di Indonesia turut memberikan warna bagi perekonomian di Indonesia terlebih pada saat perekonomian Indonesia sedang terkena dampak

pandemi Covid-19 yang mana Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) ini berkontribusi dalam meningkatkan perekonomian secara nasional karena menggerakkan sektor riil perekonomian di Indonesia.

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

Upaya untuk mempertahankan dan meningkatkan nasabah, koperasi syariah harus menjaga citra positif dalam pandangan masyarakat. Citra positif ini dapat dilakukan melalui kualitas pelayanan, kualitas produk, dan lain-lain. Untuk itu koperasi syariah 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 koperasi lebih mengenal karakter nasabah (Apriyanti, 2018:3).

Pengembangan produk baru atau penciptaan produk baru merupakan tugas yang sering terlupakan. Pada salah satu ataupun beberapa produk yang sedang di pasarkan itu berada pada tahap “kedewasaan”, maka pengusaha haruslah mulai memanfaatkan keuntungan yang diperolehnya dari produk yang berada pada tahap tersebut untuk mengembangkan ide menciptakan produk baru. Produk baru inilah yang di harapkan nantinya dapat menggantikan produk lama yang sedang jaya tersebut.

Menurut data badan pusat statistik struktur ekonomi Indonesia masih didominasi oleh para pelaku usaha mikro, dengan 64,2 juta atau 99,99% dari seluruh unit yang ada. Dengan perkembangan usaha mikro, maka Lembaga keuangan seperti koperasi sangat berperan penting dalam mendukung perkembangannya. Sistem koperasi di Indonesia sendiri terbagi menjadi 2 yaitu sistem koperasi konvensional dan sistem koperasi syariah. Dalam sistem koperasi

syariah atau sering disebut dengan lembaga Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS), faktanya Indonesia memiliki tingkat perkembangan yang sangat signifikan dan dinamis (Nainggolan, 2020).

Berdasarkan survei awal di KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto, Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto telah melakukan berbagai strategi inovasi pengembangan produk simpanan, dimana terdapat 9 produk simpanan tetapi ada produk simpanan yang sampai saat ini belum ada peminatnya dari awal berdirinya KSPPS Hanada Quwais Sembada sampai dengan saat ini yaitu produk :

Hanawisata (Hanada Pariwisata dan Ziarah), Hanalin (Hanada Bersalin). Kedua produk tersebut belum ada peminat. Untuk Produk yang banyak peminat dan sudah berjalan ada 7 produk yaitu : Hanabung (Hanada Tabungan Berkah), Hanajah (Hanada Tabungan Hajatan/Walimah), Hanaban (Hanada Qurban), Hanakaro (Hanada Simpanan Berjangka Mudharabah), Hanapensi (Hanada Pensiun), Hanadikan (Hanada Pendidikan), Hanajiro (Hanada Haji/Umroh).

Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto telah melakukan berbagai strategi inovasi pengembangan produk simpanan sehingga terdapat produk simpanan yang paling diminati oleh nasabah yaitu produk simpanan Hanabung (Hanada Tabungan Berkah). Bukan hanya itu saja KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto juga sedang melakukan riset untuk meningkatkan produk simpanan Hanajiro dan telah bekerja sama dengan biro haji/umroh khusus secara langsung. Produk simpanan Hanajiro bukan hanya menabung untuk haji atau umroh saja tetapi juga dapat melakukan pembiayaan untuk melakukan ibadah haji/umroh, sebelum nasabah melakukan pembiayaan Hanajiro, nasabah harus melakukan transaksi simpanan terlebih dahulu atau membuka rekening tabungan terlebih dahulu. Produk Hanajiro memiliki kelebihan sistem pembiayaan dengan minimal 20 juta. Kelebihan lainnya yaitu dapat membantu nasabah untuk melakukan ibadah haji/umroh dengan lebih cepat dibandingkan harus menabung terlebih dahulu dengan jangka waktu yang cukup lama dan baru mendapatkan nomor urut pemberangkatan haji, produk hanajiro sudah berjalan dan ada peminat tetapi baru

sedikit, dan ada nasabah yang sudah pernah melakukan simpanan haji dengan sistem pembiayaan baru dapat sedikit simpanannya lalu ditarik kembali oleh nasabah, oleh karena itu KSPPS Hanada Quwais Sembada perlu melakukan strategi untuk menarik minat guna untuk meningkatkan simpanan nasabah.

Dengan berbagai inovasi produk simpanan tersebut, KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto memiliki jumlah minat nasabah yang cenderung meningkat, berikut tabel data jumlah nasabah yang telah melakukan produk simpanan dalam kurun waktu 3 tahun terakhir :

Tabel 1.1
Data jumlah anggota simpanan dari Januari 2020-Desember2022

Tahun	Periode Bulan	Jumlah Data Anggota	Jumlah Nominal Simpanan Anggota
2020	Januari-Maret	567	Rp. 47.826.018
	April-Juni	719	Rp. 61.332.637
	Juli-September	856	Rp. 102.057.883
	Oktober- Desember	1031	Rp. 145.799.146
2021	Januari-Maret	1196	Rp. 206.035.927
	April-Juni	1251	Rp. 231.071.046
	Juli-September	1327	Rp. 275.946.590
	Oktober- Desember	1382	Rp. 298.833.966
2022	Januari-Maret	1456	Rp. 316.338.885
	April-Juni	1576	Rp. 330.766.860
	Juli-September	1621	Rp. 345.522.758
	Oktober- Desember	1681	Rp. 393.322.231

Sumber : KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto.

Berdasarkan tabel di atas periode bulan Januari tahun 2020 sampai dengan bulan Desember tahun 2022, data jumlah nasabah yang telah menggunakan produk simpanan di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto cenderung meningkat setiap tahunnya. Artinya KSPPS Hanada Quwais Sembada cukup berhasil membuat strategi inovasi yang banyak diminati dan dibutuhkan oleh masyarakat, sehingga nasabah tertarik untuk menabung atau melakukan simpanan di KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto.

Dengan meningkatnya data jumlah nasabah tentunya juga akan meningkatkan simpanan nasabah agar dapat selalu meningkatkan dan pembaharuan inovasi-inovasi produk dalam KSPSS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto. Sehingga dapat terus meningkatkan simpanan nasabah, pada tahun 2020 KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto memiliki jumlah anggota sebanyak 1031 anggota dengan jumlah nominal dana nasabah Rp. 145.799.146 lalu pada tahun 2021 KSPPS jumlah anggota bertambah menjadi 1382 dengan jumlah nominal dana nasabah Rp. 298.833.966 kemudian pada tahun 2022 jumlah anggota meningkat menjadi 1681, dengan nominal dana nasabah Rp. 393.322.231. Oleh karena itu KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto terjadi adanya peningkatan jumlah simpanan nasabah.

Berdasarkan hasil penjelasan dari wawancara dan observasi diatas maka peneliti tertarik mengangkat judul tentang **“Strategi Inovasi Pengembangan Produk Koperasi Syariah dalam Meningkatkan Simpanan Nasabah (Studi kasus pada KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto)”**

B. Definisi Operasional

Untuk menghindari terjadinya kekeliruan dan kesalahpahaman dalam menginterpretasikan judul dan memperjelas batas penelitian, terlebih dahulu dipertegasakan pengertian dan istilah-istilah yang terdapat dalam judul ”Strategi Inovasi Pengembangan Produk Koperasi Syariah dalam Meningkatkan Simpanan Nasabah.(Studi kasus pada KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto)”

Maka penulis membuat batasan istilah sebagai berikut:

1. Strategi

Strategi adalah cara mengerjakan sesuatu untuk mencapai tujuan tertentu (Safitri Mangkupanwirra, 2011: hlm 11). Jack Trout dalam bukunya *Trout On Strategy*, inti dari strategi adalah bagaimana bertahan hidup dalam dunia kompetitif, bagaimana membuat persepsi yang baik di benak konsumen, menjadi berbeda, mengenali kekuatan dan kelemahan pesaing, menjadi spesialisasi, menguasai satu kata yang sederhana di kepala, kepemimpinan yang memberi arah dan memahami realitas pasar dengan menjadi yang pertama dari pada menjadi yang terbaik.

2. Inovasi

Inovasi ialah sesuatu yang baru yaitu dengan memperkenalkan dan melakukan praktik atau proses baru (barang atau layanan) atau bisa juga dengan mengadopsi pola baru yang berasal dari organisasi lain (Nurdin, 2016).

3. Pengembangan

Pengembangan adalah suatu usaha yang dilakukan secara terarah dan terencana untuk membuat dan memperbaiki, sehingga menjadi produk yang semakin bermanfaat untuk meningkatkan kualitas sebagai upaya menciptakan mutu yang lebih baik (Wahyono, 2021).

4. Simpanan Syariah

Simpanan Syariah adalah Jenis atau simpanan yang dijalankan berdasarkan akad syariah dalam hukum Islam, jenis simpanan ini di sebut syariah karena seluruh transaksi dan akadnya menggunakan dasar aturan Islam (Asbindo, 2022).

5. Nasabah

Nasabah dalam KSPPS di istilahkan dengan anggota. Menurut Otoritas Jasa Keuangan nasabah adalah orang atau badan usaha yang mempunyai rekening simpanan atau pinjaman pada bank.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dibahas diatas, maka dapat dirumuskan pokok rumusan masalah, yang menarik untuk dikaji dan dianalisis, antara lain :

1. Bagaimana strategi inovasi pengembangan produk Koperasi Syariah dalam Meningkatkan Simpanan Nasabah di KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto ?
2. Bagaimana dampak pengembangan produk simpanan di KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto terhadap peningkatan simpanan nasabah ?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan dan manfaat penelitian perlu dilakukan karena terkait erat dengan perumusan masalah dan judul dari penelitian diatas. Oleh karena itu penulis mempunyai tujuan dan manfaat tersendiri baik secara subjektif maupun objektif.

Tujuan dari penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui bagaimana strategi inovasi pengembangan produk Simpanan di KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto.
- b. Untuk mengetahui bagaimana dampak pengembangan produk simpanan di KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto terhadap peningkatan simpanan nasabah.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini mencakup 2 hal yaitu:

- a. Manfaat secara teoritis
Secara teoritis dan akademis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menyumbang ilmu dan pengetahuan yang dapat digunakan sebagai bahan informasi secara mendalam tentang permasalahan tersebut dan masukan untuk penelitian berikutnya.
- b. Manfaat Praktis
 - 1) Bagi penulis diharapkan dapat meningkatkan wawasan dan pengetahuan mengenai strategi inovasi pengembangan pada pelaksanaan produk simpanan

di KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto. Selain itu sebagai wahana aplikasi ilmu yang didapat selama kuliah.

- 2) Bagi KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto hasil penelitian ini diharapkan nantinya dapat memberikan saran dan masukan dalam rangka meningkatkan kiprah institusi atau perusahaan dalam meningkatkan ekonomi umat.
- 3) Bagi pihak lain, diharapkan dapat memberikan informasi serta masukan yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu ekonomi dan diharapkan dapat menjadi tambahan informasi bagi para pembaca.

E. Kajian Pustaka

Dalam penulisan proposal ini peneliti mengambil beberapa referensi baik dari buku, skripsi, jurnal, dan lain sebagainya guna mendapatkan dan menggali informasi secara lebih mendalam dan terperinci mengenai topik penelitian yang dikaji. Sebelum peneliti membahas lebih lanjut mengenai Strategi Inovasi Pengembangan Produk Koperasi Syariah dalam Meningkatkan Simpanan Nasabah. (Studi kasus pada KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto). peneliti menelusuri beberapa penelitian terdahulu yang berhubungan dengan variabel tersebut, yaitu sebagai berikut:

Anna Siti Sundari (2018) dalam penelitian yang berjudul “Implementasi Strategi Pemasaran sebagai Upaya Meningkatkan Jumlah Anggota Produk Hanabung di BMT Hanada Quwais Sembada Kalisalak Kebasen, Banyumas” menemukan strategi pemasaran yang dilakukan oleh KSPPS Hanada Quwais Sembada Kalisalak Kebasen Banyumas. Strategi pemasaran yang digunakan di BMT Hanada Quwais Sembada dalam meningkatkan jumlah anggota produk Hanabung yaitu menggunakan strategi jemput bola. Jemput bola adalah kegiatan menjalin hubungan dengan anggota di mana pemasar mendatangi anggota untuk memasarkan produknya. Adapun strategi lain yang digunakan yaitu bekerjasama dengan lembaga/instansi, melakukan grebeg pasar serta layanan telepon dan SMS (Sundari, 2018).

Ririn Indah lestari (2019) dalam penelitian yang berjudul “Manajemen Promosi BMT Syahida Ikaluin dalam Meningkatkan Keanggotaan Produk

Simpanan Syahida” menemukan bahwa strategi yang dilakukan oleh BMT Syahida Ikaluin adalah dengan cara segmentasi pasar yaitu melihat kebutuhan masyarakat ketika sudah ditemukan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat lalu BMT Syahida Ikaluin mengeluarkan produk yang dapat memenuhi kebutuhan tersebut (Lestari, 2019).

Indi Masita Lisdawami (2017) dalam penelitian yang berjudul “Pengembangan Produk *Funding* KSPPS BMT Amanah Ummah Jawa Timur ” menemukan bahwa pada awalnya strategi pengembangan produk KSPPS BMT Amanah Ummah Jawa Timur menggunakan strategi imitasi karena menyesuaikan dengan apa yang sudah dipahami dan familiar di masyarakat yakni produk-produk simpanan konvensional. Produk yang menggunakan strategi imitasi ini adalah produk simpanan mudharabah dan produk simpanan berjangka mudharabah. Selain itu, sebagian besar strategi pengembangan produk berikutnya menggunakan pendekatan strategi mutasi yaitu dengan memodifikasi produk-produk simpanan syariah yang sudah dimiliki maupun di mutasi dari produk-produk simpanan yang ada di lembaga keuangan syariah yang lain sesuai dengan kebutuhan anggota yaitu produk simpanan tilmidzun, simpanan fitri, simpanan walimah, simpanan aqiqoh, simpanan beasiswa, simpanan sejahtera, simpanan qurban, simpanan haji dan simpanan mudharabah muqayyadah (Lisdawami, 2017).

Muhammad Nu“man Annabhan (2021) dalam penelitian yang berjudul “Strategi Pemasaran pada Produk Hanabung (Hanada tabungan berkah) di KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto Banyumas” menemukan strategi pemasaran guna meningkatkan jumlah nasabah dengan menjalin silaturahmi dan memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi. KSPPS BMT Hanada Quwais Sembada Kantor Cabang Purwokerto Banyumas menerapkan strategi pemasarannya menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*), jemput bola, dan word of mouth (Annabhan, 2021).

Sri Wartini (2021) dalam penelitian yang berjudul “Strategi Pengembangan Koperasi dalam Meningkatkan Sisa Hasil Usaha (Studi Kasus pada Koperasi Pegawai Republik Indonesia (KPRI) Mepeng Kaligondang Purbalingga)”

menemukan strategi pengembangan koperasi dalam meningkatkan sisa hasil usaha dapat dilakukan dengan cara meningkatkan partisipasi anggota dan menambah jumlah anggota, *rebranding* koperasi, mengembangkan dan mencari peluang usaha lain, memberikan *reward* bagi anggota yang aktif, menggunakan software dalam transaksi, menambah modal koperasi, dan memberikan target minimum belanja bagi anggota (Wartini, 2021).

Tabel 1.2
Ringkasan Penelitian Terdahulu

NO	Nama Peneliti, Judul, dan Metodologi	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1.	Anna Siti Sundari (2018) “Implementasi Strategi Pemasaran sebagai Upaya Meningkatkan Jumlah Anggota Produk Hanabung di BMT Hanada Quwais Sembada Kalisalak Kebasen, Banyumas”	Hasil yang dapat disimpulkan dalam penelitian ini yaitu strategi pemasaran yang digunakan di BMT Hanada Quwais Sembada dalam meningkatkan jumlah anggota produk Hanabung yaitu menggunakan strategi jemput bola. Jemput bola adalah kegiatan menjalin hubungan dengan anggota dimana pemasar mendatangi anggota untuk memasarkan produknya. Adapun strategi lain yang digunakan yaitu bekerjasama dengan lembaga/instansi, melakukan grebeg pasar serta layanan telepon dan SMS.	Persamaan: Membahas tentang strategi untuk meningkatkan produk simpanan. Perbedaan: Penelitian sebelumnya lebih ke aspek strategi pemasaran sebagai upaya untuk meningkatkan jumlah anggota produk hanabung, sedangkan penelitian sekarang

			<p>membahas tentang strategi inovasi untuk meningkatkan inovasi pengembangan produk simpanan secara keseluruhan bukan hanya produk hanabung saja.</p>
2.	<p>Ririn Indah lestari (2019) “Manajemen Promosi BMT Syahida Ikaluin dalam Meningkatkan Keanggotaan Produk Simpanan Syahida”</p>	<p>Hasil penelitian ini menemukan menemukan bahwa strategi yang dilakukan oleh BMT Syahida Ikaluin adalah dengan cara segmentasi pasar yaitu melihat kebutuhan masyarakat ketika sudah ditemukan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat lalu BMT Syahida Ikaluin mengeluarkan produk yang dapat memenuhi kebutuhan tersebut.</p>	<p>Persamaan: Membahas terkait strategi untuk meningkatkan keanggotaan produk simpanan.</p> <p>Perbedaan: Penelitian sebelumnya lebih membahas ke aspek promosi meningkatkan keanggotaan peoduk simpanan nya saja, sedangkan penelitian sekarang</p>

			membahas yang lebih rinci seperti strategi inovasi produk simpanan dan meningkatkan simpanan nasabah.
3.	Indi Masita Lisdawami (2017) “Pengembangan Produk <i>Funding</i> KSPPS BMT Amanah Ummah Jawa Timur ”	Hasil penelitian ini pada awalnya strategi pengembangan produk KSPPS BMT Amanah Ummah Jawa Timur menggunakan strategi imitasi karena menyesuaikan dengan apa yang sudah dipahami dan familiar di masyarakat yakni produk-produk simpanan konvensional. Produk yang menggunakan strategi imitasi ini adalah produk simpanan mudharabah dan produk simpanan berjangka mudharabah. Selain itu, sebagian besar strategi pengembangan produk berikutnya menggunakan pendekatan strategi mutasi yaitu dengan memodifikasi produk-produk simpanan syariah yang sudah dimiliki	Persamaan: Sama-sama membahas tentang pengembangan produk simpanan. Perbedaan : Pada penelitian sebelumnya membahas tentang pengembangan produk <i>funding</i> atau simpanan sedangkan penelitian sekarang membahas tentang strategi inovasi pengembangan produk simpanan dengan berbagai strategi bukan hanya strategi

		<p>maupun di mutasi dari produk-produk simpanan yang ada di lembaga keuangan syariah yang lain sesuai dengan kebutuhan anggota yaitu produk simpanan tilmidzun, simpanan fitri, simpanan walimah, simpanan aqiqoh, simpanan beasiswa, simpanan sejahtera, simpanan qurban, simpanan haji dan simpanan mudharabah muqayyadah.</p>	<p>dalam pengembangannya saja.</p>
4.	<p>Muhammad Nu'man Annabhan (2021) "Strategi Pemasaran Pada Produk Hanabung (Hanada tabungan berkah) di KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto Banyumas"</p>	<p>Hasil penelitian ini KSPPS BMT Hanada Quwais Sembada Kantor Cabang Purwokerto Banyumas melakukan strategi pemasaran guna meningkatkan jumlah nasabah, menjalin silaturahmi dan memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi.</p> <p>KSPPS BMT Hanada Quwais Sembada Kantor Cabang Purwokerto Banyumas menerapkan strategi pemasarannya menggunakan</p>	<p>Persamaan: Sama-sama membahas terkait dengan strategi produk simpanan dan tempat penelitian yang sama.</p> <p>Perbedaan: Penelitian sebelumnya lebih ke aspek strategi pemasarannya saja, sedangkan penelitian sekarang</p>

		<p>bauran pemasaran (<i>marketing mix</i>), jemput bola, dan word of mouth.</p>	<p>melakukan penelitian lebih rinci bukan hanya strategi pemasarannya saja, tetapi strategi inovasi pengembangan produk simpanan dan bukan hanya 1 produk simpanan saja.</p>
5.	<p>Sri Wartini (2021) “Strategi Pengembangan Koperasi dalam Meningkatkan Sisa Hasil Usaha (Studi Kasus Pada Koperasi Pegawai Republik Indonesia (KPRI) Mempeng Kaligondang Purbalingga)”</p>	<p>Hasil dari penelitian ini adalah strategi pengembangan koperasi dalam meningkatkan sisa hasil usaha dapat dilakukan dengan cara meningkatkan partisipasi anggota dan menambah jumlah anggota, rebranding koperasi, mengembangkan dan mencari peluang usaha lain, memberikan reward bagi anggota yang aktif, menggunakan software dalam transaksi, menambah modal koperasi, dan memberikan target minimum belanja bagi anggota.</p>	<p>Persamaan: Membahas terkait Strategi pengembangan. Perbedaan: Penelitian sebelumnya membahas terkait strategi namun hanya strategi pengembangannya saja, sedangkan penelitian sekarang membahas terkait strategi inovasi pengembangan.</p>

F. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah melihat dan mengetahui pembahasan yang ada pada penelitian ini secara menyeluruh, maka perlu dikemukakan sistematika pembahasan sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan, terdiri dari lima sub bab, yang pertama yaitu latar belakang. Pada latar belakang menjelaskan tentang definisi Strategi inovasi dan pengembangan produk koperasi syariah dalam bentuk simpanan, strategi inovasi pengembangan produk simpanan dalam meningkatkan simpanan nasabah. Selanjutnya pada sub bab kedua yaitu rumusan masalah yang berisi masalah apa saja yang akan diteliti. Pada sub bab ketiga yaitu tujuan dan manfaat, peneliti menjelaskan mengenai tujuan penelitian ini dilakukan dan manfaat dari penelitian. Kemudian pada sub bab ke empat yaitu kajian pustaka berisi penelitian-penelitian yang sudah pernah dilakukan sebelumnya. Terakhir, pada sub bab ke lima yaitu metode penelitian, pada sub bab ini dijelaskan metode apa yang digunakan dalam penelitian.

BAB II Landasan Teori, menjelaskan teori yang berkaitan dengan penelitian dan faktor-faktor yang mempengaruhi.

BAB III Metode Penelitian, menjelaskan tentang jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian. Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Sumber data yang terdiri dari data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dokumentasi, dan triangulasi.

BAB IV Hasil dan Pembahasan, menjelaskan hasil dari penelitian yang telah dilakukan. Bab ini berisi hasil penelitian dan pembahasan mengenai gambaran umum, inovasi, dampak pengembangan produk koperasi syariah terhadap peningkatan simpanan di KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto.

BAB V Penutup, berisi tentang kesimpulan setelah dilakukannya penelitian

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengertian Strategi

Secara etimologi strategi berasal dari bahasa Yunani, yaitu *starategos* yang berarti sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal perang dalam membuat rencana untuk memenangkan perang. Strategi merupakan rencana jangka panjang untuk mencapai tujuan (Hazmanan Khair, ddk, 2016: hlm. 2-3). Strategi adalah cara mengerjakan sesuatu untuk mencapai tujuan tertentu (Mangkupenrwira, 2011: hlm 11).

Jack Trout dalam bukunya *Trout On Strategy*, inti dari strategi adalah bagaimana bertahan hidup dalam dunia kompetitif, bagaimana membuat persepsi yang baik di benak konsumen, menjadi berbeda, mengenali kekuatan dan kelemahan pesaing, menjadi spesialisasi, menguasai satu kata yang sederhana di kepala, kepemimpinan yang memberi arah dan memahami realitas pasar dengan menjadi yang pertama dari pada menjadi yang terbaik. Setiap perusahaan memang dituntut untuk bisa dengan cepat memahami arah kondisi pergerakan persaingan bisnis, karena tidak mungkin membuat strategi bisnis jika seorang pembisnis tidak memiliki kemampuan menganalisis persaingan bisnis (Ilham Fahmi, 2013: hlm 3).

Strategi adalah suatu perencanaan jangka panjang yang disusun untuk menghantarkan pada suatu pencapaian akan tujuan dan sasaran tertentu. Menurut Jauch dan Glueck (2000) menyatakan bahwa strategi adalah rencana yang disatukan, menyeluruh dan terpadu yang mengaitkan keunggulan perusahaan dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh perusahaan.

Menurut Hamel dan Prahalad yang dikutip Rangkuti (2002) “Strategi Merupakan Alat Untuk Mencapai Tujuan Perusahaan dalam kaitannya dengan Tujuan Jangka Panjang, Program Tindak Lanjut, Serta Prioritas Alokasi Sumber Daya”. Berdasarkan berbagai definisi tentang strategi yang dikemukakan oleh para ahli maka dapat disimpulkan bahwa strategi adalah rumusan perencanaan

untuk mencapai tujuan jangka panjang melalui pengintegrasian keunggulan dan alokasi sumber daya yang ada di perusahaan.

Strategi inovasi dibutuhkan dalam perusahaan karena dalam banyak industri, akan semakin berisiko jika perusahaan tidak berinovasi. Baik konsumen maupun industri telah mengalami perubahan dan perbaikan berkala terhadap produk yang ditawarkan. Akibatnya, beberapa perusahaan merasa beruntung bisa melakukan inovasi strategi (Kazinguvu, 2016). Strategi inovasi juga membantu bisnis menemukan tantangan baru bagi perkembangan dan pertumbuhan perusahaan. Strategi inovasi merupakan konsep manajemen, terdiri dari banyak kegiatan internal dan eksternal yang meningkatkan potensi inovasi bisnis, dapat disimpulkan yang dimaksud dengan strategi inovasi produk adalah suatu strategi penciptaan nilai baru pada produk yang telah ada sebelumnya. Inovasi produk sangat dibutuhkan untuk memajukan perusahaan, karena perusahaan yang sukses adalah perusahaan yang mampu beradaptasi dan berkembang dengan keinginan dan kebutuhan konsumen termasuk mengikuti perkembangan zaman (Suhaeni, 2018 : 65).

Dalam dunia perbankan syariah, strategi merupakan hal yang wajib disusun dengan sebaik mungkin agar perusahaan dapat mencapai sasaran ataupun target yang telah ditentukan. Sama halnya dalam meningkatkan jumlah nasabahnya, perusahaan juga harus menyusun strategi-strategi yang nantinya akan dijalankan baik secara pelayanan, produk yang ditawarkan (pengembangan produk atau inovasi produk), serta hal-hal lain dengan tujuan meningkatkan nasabahnya (Hasnita, Fitria, Maidari, 2023).

B. Inovasi Pengembangan Produk Lembaga Keuangan Syariah

Pangsa pasar lembaga keuangan syariah terbilang masih relatif kecil dibanding lembaga keuangan konvensional, yaitu di kisaran 5 persen. Hal tersebut tak terlepas pula dari masih sedikitnya varian produk di industri keuangan syariah, sehingga produk yang ditawarkan kurang beragam dibanding industri keuangan konvensional. Oleh karena itu, suplai produk keuangan syariah perlu ditingkatkan. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengharapkan pengembangan produk perbankan syariah ke depannya mampu menciptakan outlet investasi bagi nasabah,

khususnya kalangan menengah ke atas. Selain itu, bank syariah juga diharapkan dapat menambah variasi produk pembiayaan mikro, mengembangkan produk pembiayaan korporasi, *trade finance*, produk pengelolaan kas, pembiayaan bagi *start up*, serta produk-produk *development financing*, khususnya untuk pembangunan infrastruktur bank syariah senantiasa memperbaiki kinerja, melakukan inovasi produk, penyiapan SDM yang mumpuni, dan perbaikan pelayanan sehingga nasabah merasa nyaman jika harus berinteraksi dengan prinsip-prinsip yang ditawarkan oleh bank syariah.

Tidak ada yang dirugikan dari kedua belah pihak, dan nasabah “terpuaskan” dengan apa yang sudah ditentukan sehingga bank syariah bukan saja akan menjadi alternatif pilihan, tapi akan menjadi pilihan utama untuk memenuhi jasa perbankan masyarakat. Inovasi produk bank syariah adalah sebuah keniscayaan, agar bank syariah bisa kembali tumbuh dan bersaing dengan perbankan konvensional maupun lembaga lain. Inovasi produk juga sangat dibutuhkan dalam menghadapi perkembangan bisnis yang terus berubah. Inovasi produk keuangan dan perbankan syariah merupakan pokok utama dalam pengembangan industri perbankan syariah, tentunya pengembangan harus didukung dengan kompetensi sumber daya manusia yang selain handal tetap berpegang teguh dengan prinsip-prinsip syariah (Trijaya, 2019).

Lembaga keuangan syariah terus berkembang mengikuti perubahan zaman. Untuk dapat memenuhi permintaan masyarakat, perbankan dituntut untuk selalu menciptakan inovasi baru. Lembaga keuangan syariah juga tanpa terkecuali dituntut untuk mengikuti perubahan pasar serta mengembangkan produknya namun juga harus tetap mengikuti aturan syariah. Dengan semakin berkembangnya teknologi maka mempengaruhi gaya hidup masyarakat sekarang ini. Bukan hanya sebagai alat komunikasi, teknologi kini juga membuka peluang terciptanya transaksi-transaksi yang diinovasikan menjadi lebih mudah baik secara langsung maupun secara digital.

1. Pengertian Inovasi

Pengertian inovasi menurut UU No. 18 Tahun 2002 adalah “Inovasi adalah kegiatan penelitian, pengembangan, dan/atau perekayasaan yang bertujuan mengembangkan penerapan praktis nilai dan konteks ilmu pengetahuan yang baru, atau cara baru untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada ke dalam produk atau proses produksi”. Secara konvensional istilah inovasi diartikan sebagai suatu terobosan yang berhubungan dengan produk-produk baru.

Sedangkan menurut Hurly and Hult dalam jurnal (Aang Curatman, Rahmadi, Soesanty Maulany dan Mastur Majib 2016 : 64). Mendefinisikan “Inovasi sebagai sebuah mekanisme perusahaan untuk beradaptasi dalam lingkungan yang dinamis, oleh karena itu perusahaan dituntut untuk mampu menciptakan pemikiran-pemikiran baru, gagasan-gagasan baru dan menawarkan produk yang inovatif serta peningkatan pelayanan yang memuaskan pelanggan”.

Selanjutnya mengajukan dua konsep inovasi yaitu :

- a. Keinovatifan, keinovatifan adalah fikiran tentang keterbukaan untuk gagasan baru sebagai sebuah aspek kultur perusahaan.
- b. Kapasitas untuk berinovasi Yaitu kemampuan perusahaan untuk menggunakan atau menerapkan gagasan, proses, atau produk baru secara berhasil.

Inovasi produk merupakan sesuatu yang bisa dilihat dari kemajuan fungsional produk yang dapat membawa produk selangkah lebih maju di banding dengan produk pesaing. Apabila produk tersebut memiliki suatu kelebihan yang dipandang sebagai nilai tambah bagi konsumen. Pengembangan produk baru dan strateginya yang efektif seringkali menjadi penentu keberhasilan dan kelangsungan hidup suatu perusahaan (Curatman, Rahmadi, Maulany, Majib, 2016 : 64).

Hendro (2011) dalam jurnal Tintin Suhaeni (2018 : 60) inovasi produk menjelaskan mengenai produk yakni :

- a. Isi produk, yaitu menjelaskan bagaimana isi produk tersebut.
- b. Rasa/Aroma produk, yaitu menjelaskan bagaimana aroma dari produk tersebut.

- c. Kemasan Produk, yaitu menjelaskan bagaimana kemasan dari produk tersebut.

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.

Inovasi dan pengembangan yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia yang paling mencuri perhatian masyarakat belakangan ini ada pada produk tabungan BSI tabungan wadiah dan tabungan Mudharabah. Pengembangan yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia pada kedua produk ini terletak pada mekanisme pembukaan rekeningnya, yaitu hanya memerlukan identitas diri serta sebuah telepon pintar. Jika sebelumnya masyarakat harus mendatangi kantor Bank Syariah Indonesia untuk dapat melakukan pembukaan rekening, kini calon nasabah hanya perlu melakukan registrasi pembukaan rekening melalui aplikasi BSI Mobile serta mengupload identitas diri yang diminta. Fitur ini menjadikan Bank Syariah Indonesia menjadi satu-satunya bank syariah di Indonesia yang telah menciptakan mekanisme pembukaan rekening secara online.

Abdurahmat dalam Othenk (2007: 7) menjelaskan bahwa “dalam mengukur tingkat keberhasilan dalam suatu pencapaian, diperlukan pertimbangan dengan teori efektivitas. Pada kegiatan pengembangan produk, efektivitas dapat dinilai dari seberapa besar efek yang ditimbulkan setelah adanya pengembangan terhadap produk. Perusahaan pasti memiliki tujuan dan sasaran terhadap pengembangan produk tersebut, Teori efektivitas ini akan mengukur seberapa besar manfaat yang diberikan oleh produk tersebut dalam mencapai target dan sasaran perusahaan. Pada awal tahun 2018 hingga akhir November 2019 transaksi Bank Syariah Indonesia lebih dari 87 juta kali, setara dengan 27,57 %. Kini, semenjak adanya

fitur rekening online transaksi tumbuh lebih dari 103 %, maka teori efektivitas ini akan digunakan oleh penulis untuk meneliti lebih dalam sebagaimana yang diketahui bahwa Bank Syariah Indonesia di Aceh bahkan Indonesia telah berhasil mengembangkan mekanisme pembukaan rekeningnya yang semula secara manual menjadi secara online.

Melakukan inovasi produk bukan hanya dengan meniru atau merujuk produk-produk yang sudah dipraktekkan di luar negeri. Inovasi produk juga dapat dilakukan dengan menggali dan mengembangkan secara kreatif konsep-konsep fiqh muamalah kontemporer dengan menggunakan ilmu ushul fiqh, qawaid fiqh, tarikh tasyri' dan falsafahnya, serta dan ilmu maqashid syariah. Metode Ijtihad insya'iy dan ijtihad intiqah'iy sangat diperlukan dalam melakukan inovasi produk.

a. Indikator inovasi Produk :

Menurut Thomas W. Zimmerer dkk, indikator inovasi produk yaitu:

- 1) Perubahan desain; yaitu menciptakan produk dengan tingkatan kategori yang sama
- 2) Inovasi teknis; yaitu perubahan mendasar ataupun memperbaiki teknologi pada produk yang sudah ada
- 3) Pengembangan produk; yaitu inovasi dengan mewujudkan produk yang benar-benar baru atau mengembangkan produk lama menjadi produk baru.

Dalam Usaha pengembangan produk perbankan syariah, ulama juga mempunyai peran kunci karena pada umumnya para ulama menguasai dan mengajarkan *fiqh mu'amalah*. Selain itu, mereka juga memahami keperluan sehari-hari masyarakat karena memang ulama hidup ditengah-tengah masyarakat.

b. Ciri-ciri Inovasi Produk

Menurut Stephen Robbins (1994), inovasi memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- 1) Memiliki kekhasan/khusus artinya inovasi memiliki ciri khas dalam segi ide, program, tatanan, sistem, termasuk kemungkinan hasil yang diharapkan.
- 2) Memiliki unsur atau ciri kebaruan artinya suatu inovasi harus memiliki kadar kebaruan dan orisinalitas.
- 3) Program inovasi yang dilakukan telah terencana, dalam arti bahwa suatu

inovasi dilakukan melalui suatu proses yang tidak tergesa-gesa, namun inovasinya telah dipersiapkan secara matang dengan program yang jelas dan direncanakan terlebih dahulu.

- 4) Inovasi yang diaplikasikan memiliki tujuan, program inovasi yang dilakukan harus memiliki arah dan tujuan yang ingin dicapai, termasuk arah dan strategi dalam mencapainya (Ulyah, 2019).

c. Proses Inovasi

Menurut Buchari Alma (2010), proses inovasi merupakan faktor personal yang mendorong inovasi itu sendiri, adalah: keinginan berprestasi, adanya sifat penasaran, keinginan menanggung risiko, faktor pendidikan dan faktor pengalaman. Sedangkan faktor-faktor *environment* mendorong inovasi adalah adanya peluang, pengalaman, dan kreativitas. Benar saja perkataan beberapa orang bijak bahwa pengalaman adalah sebagai guru yang berharga yang memicu perintisan usaha apalagi ditunjang oleh adanya peluang dan kreativitas (Ulyah, 2019).

Sedangkan menurut Eddy Soeryanto Soegoto (2009) proses inovasi adalah kemampuan dalam menambahkan nilai guna/manfaat dari suatu produk serta menjaga mutu produk dengan memerhatikan “*market oriented*” atau apa yang sedang laku dipasaran (Ulyah, 2019).

d. Pengertian Produk

Kata produk berasal dari bahasa Inggris *product* artinya “sesuatu yang diproduksi oleh tenaga kerja atau sejenisnya“. Sedangkan bentuk kerja dari kata *product*, yaitu *produce*, merupakan serapan dari bahasa latin *prōdūce(re)*, yang berarti (untuk) memimpin atau membawa sesuatu untuk maju.

Produk secara umum adalah sesuatu yang diproduksi oleh tenaga kerja atau sebuah usaha (*effort*) atau hasil dari sebuah tindakan atau sebuah proses. Secara umum produk merupakan sesuatu yang dibuat oleh perorangan atau sekelompok orang sebagai ajang untuk mendapatkan keuntungan melalui proses pertukaran ataupun jual beli dalam transaksi. Produk identik dengan sesuatu yang memiliki ciri khas yang dapat ditawarkan, diperhatikan, dipakai, dimiliki atau

dikonsumsi serta memberikan kepuasan dan memenuhi kebutuhan seseorang maupun berkelompok. Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminya, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.

e. Jenis-Jenis Produk

Setelah mengetahui beberapa pengertian produk menurut para ahli diatas selanjutnya mari kita ketahui apa saja jenis-jenis produk itu sendiri. Produk terbagi menjadi dua jenis yaitu Produk Konsumsi (*Consumer Goods*) dan Produk Industri

1) Produk Konsumsi.

Produk Konsumsi sering juga disebut dengan barang kebutuhan sehari-hari (*convenience goods*), Sedangkan pengertian produk konsumsi adalah barang yang umumnya dikonsumsi atau digunakan sendiri oleh anggota keluarga atau perorangan maupun diberikan kepada orang lain dan pembeliannya didasarkan atas kebiasaan dari konsumen itu sendiri.

2) Produk Industri.

Produk Industri adalah barang yang dapat membantu manusia mengerjakan suatu kegiatan produksinya. Contoh barang produk industri seperti mesin penggiling beras, kulkas, majig jar, kompor, blender, mesin di pabrik yang membantu proses pengepakan maupun produksinya. Produk barang yang berwujud fisik, adalah yang bisa dilihat, diraba atau disentuh, dirasa, dipegang, disimpan, dipindahkan, dan perlakuan fisik lain. Sedangkan pengertian produk jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apa pun. Produknya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik” (Trijaya, 2019).

2. Pengertian Pengembangan Produk

Pengembangan Produk Pengembangan produk merupakan proses perubahan yang dilakukan oleh terhadap produk yang sudah ada sekaligus proses pencarian inovasi untuk merubah nilai terhadap barang lama dengan mengkoversikan ke

dalam produk tersebut. Dengan adanya pengembangan produk berarti perusahaan sudah memahami tentang kebutuhan dan kegiatan pasar.

Tjiptono (2008), mengatakan pengembangan produk adalah strategi untuk produk baru guna untuk meliputi produk orisinal, produk yang di sempurnakan, produk yang dimodifikasi, dan merk baru yang dikembangkan melalui usaha riset dan pengembangan. Butarbutar (2020), mengatakan bahwa pengembangan produk adalah strategi dan proses yang dilakukan oleh perusahaan dalam upaya mengembangkan produk, memperbaiki produk lama, atau memperbanyak kegunaan produk ke segmen pasar dengan asumsi bahwa konsumen membutuhkan unsur-unsur baru mengenai produk. Pengembangan produk adalah kegiatan-kegiatan produksi barang dan perantara yang bermaksud melakukan penyesuaian barang-barang yang dibuat atau ditawarkan untuk dijual atas permintaan pembeli (Sunyoto, 2013).

Henard dan Szymanski (2001), menyebutkan bahwa proses pengembangan produk menjadi faktor penting dalam membangun keunggulan produk. Pengembangan produk dilakukan ini menggunakan teknologi yang canggih dalam menghasilkan produk yang unik. Produk akan unik, selain kesesuaian produk dengan kebutuhan pelanggan, juga ditentukan oleh harga, dan keunggulan produk. Keunggulan produk akan dilihat dari kelebihan dan perbedaan (*superiority and/or differentiation*) produk, dibanding produk yang lain. Dengan adanya keunggulan produk yang dimiliki oleh perusahaan, maka akan membantu perusahaan dalam mengusulkan produknya secara lebih efektif.

Menurut Alma (2002), terdapat beberapa alasan yang membuat perusahaan melakukan pengembangan produk:

- a. Untuk memenuhi keinginan konsumen.
- b. Untuk memenuhi omset penjualan.
- c. Untuk mendayagunakan sumber-sumber produksi.
- d. Untuk memenangkan persaingan.
- e. Untuk meningkatkan keuntungan dengan pemakaian bahan yang sama.
- f. Untuk mendayagunakan sisa-sisa bahan.
- g. Untuk mencegah kebosanan konsumen.

h. Untuk menyederhanakan produk pembungkus.

Tujuan umum yang ingin di capai dari penciptaan produk baru/ pengembangan produk adalah:

- a. Untuk memenuhi kebutuhan baru dan memperkuat reputasi perusahaan sebagai investor, yaitu dengan menawarkan produk yang lebih baru dari pada produk sebelumnya.
- b. Untuk mempertahankan daya saing terhadap produk yang sudah ada, yaitu dengan jalan menawarkan produk yang dapat memberikan jenis kepuasan yang baru. Bentuknya bisa bertambah terhadap lini produk yang sudah ada maupun revisi terhadap produk yang telah ada.

Joshep dan Gordon (1992: 4), mengatakan bahwa upaya pengembangan produk dapat dilakukan dengan program-program sebagai berikut:

a. Modifikasi Lini Produk

Produk lama pada umumnya dipilih dengan sasaran meningkatkan penjualan lini yang ada saat ini. Jenis program ini mungkin diperlukan untuk menerapkan strategi pemasaran mempertahankan pelanggan guna memenuhi kebutuhan pembeli yang sedang berubah untuk mengimbangi penawaran baru dari pesaing, atau sekedar untuk meningkatkan kepuasan terhadap produk. Sasaran ini dapat dicapai dengan merancang ulang atau merumuskan kembali produk untuk menambahkan manfaat baru atau menyempurnakan mutu produk atau dengan menggunakan banyak macam kemasan untuk mengurangi peluang pesaing.

b. Perluasan Lini Produk

Sasaran dari perluasan lini adalah menjangkau sesuatu segmen baru dipasar. Artinya, program seperti ini dapat diterapkan untuk menjaring pelanggan pesaing dalam segmen dimana perusahaan saat ini tidak mempunyai produk untuk ditawarkan atau untuk merangsang permintaan diantara para bukan pemakai bentuk-bentuk produk pada situasi tersebut produk baru harus dibuat berbeda dengan produk sebelumnya.

c. Produk Komplementer

Produk-produk komplementer ini adalah produk yang pada umumnya digunakan bersama-sama dengan produk yang sudah ada. Produk-produk ini dapat dikembangkan baik untuk meningkatkan penjualan produk yang sudah ada ataupun untuk memantapkan pertumbuhan penjualan dipasar yang bersangkutan.

d. *Diversifikasi*

Suatu kebijakan menambahkan produk-produk baru guna melayani pasar yang baru pula. Program *diversifikasi* biasanya dirancang untuk mendirikan perusahaan baru guna mencapai sasaran –sasaran seperti peluang pertumbuhan baru atau stabilitas penjualan.

C. Peningkatan Simpanan Nasabah dan Faktor-Faktornya

Menurut Pedoman Akuntansi Perbankan Indonesia (PAPI, 2008), Simpanan atau Tabungan merupakan bagian dari simpanan atau dana pihak ketiga. Tabungan merupakan simpanan pihak lain pada bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, atau alat lainnya yang dapat dipersamakan dengan itu. Menurut Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah bahwa Tabungan merupakan simpanan berdasarkan akad *wadi'ah* atau investasi dana berdasarkan akad *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan atau alat lainnya yang dapat dipersamakan dengan itu. Tabungan dalam ilmu ekonomi makro didefinisikan sebagai bagian dari pendapatan disposabel yang disimpan karena tidak habis digunakan untuk konsumsi. Tabungan dalam lingkup luas merupakan bagian dari pada pendapatan nasional per tahun yang tidak digunakan untuk konsumsi. Menurut Latumaerissa (2014: 23) “tabungan merupakan simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek atau alat yang dapat dipersamakan dengan itu”. Sedangkan I Gusti dkk (2014: 60)

mendefinisikan “tabungan merupakan simpanan masyarakat atau pihak lain yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang telah disepakati tetapi tidak bisa ditarik dengan menggunakan cek, bilyet giro atau yang dipersamakan dengan itu” (Hasnita, Fitria, Maidari, 2023).

Nasabah adalah orang yang biasa berhubungan atau dengan menjadi pelanggan bank dalam hal keuangan atau perusahaan asuransi (pelanggan). 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 (Muallim, 2020).

1. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Peningkatan 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. *Marketing Mix*
- c. Faktor Sosial.
- d. Faktor Pribadi :
 - 1) Umur dan tahap siklus hidup.
 - 2) Pekerjaan.
 - 3) Situasi ekonomi.
 - 4) Kepribadian dan konsep diri.
- e. Faktor psikologis :
 - 1) Motif.
 - 2) Persepsi.
 - 3) Pembelajaran dan sikap.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen :

a. Faktor *Marketing Mix*

Pengertian *marketing mix* adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus-menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran. Jika sasaran pasarnya sudah ditentukan melalui riset pemasaran, maka perusahaan

harus membuat suatu rencana yang baik untuk memasuki segmen pasar yang dipilih.

Keputusan-keputusan dalam pemasaran dapat dikelompokkan dalam beberapa bauran:

a. Produk

Pengertian produk bagi konsumen selain merupakan benda yang mempunyai manfaat dan kegunaan juga merupakan suatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian untuk di beli, digunakan atau di konsumsi yang dapat memenuhi suatu kegiatan atau kebutuhan. Pengembangan sebuah produk menghasilkan perusahaan menetapkan manfaat-manfaat apa yang akan di berikan produk itu. Manfaat ini dikomunikasikan dan hendaknya di penuhi oleh atribut produk.

b. Harga

Harga adalah faktor utama yang harus di tentukan sebelum suatu produk di luncurkan ke pasar sasaran. Harga produk juga salah satu faktor penentu bagi permintaan pasar yang secara otomatis akan mempengaruhi volume penjualan. Jika harga produk tidak dapat di jangkau konsumen, maka target penjualan yang telah di tetapkan tidak tercapai. Harga menurut Umar (2005:32) adalah sejumlah nilai yang di tukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar menawar atau di tetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli.

c. Distribusi

Suatu pemasaran perusahaan dimulai dari distribusi, namun fungsi *place komponen place* memegang peranan yang sangat penting dalam pemasaran. *Place* atau kalau diterjemahkan bisa berarti penempatan produk, distribusi atau penyebaran produk yang sangat menentukan keberhasilan pemasaran. Suatu produk atau jasa didistribusikan oleh *principal* secara terencana. Perusahaan berusaha agar produk atau jasa dapat tersebar melalui *channel-channel* pemasaran. Strategi distribusi ini dilakukan melalui penggunaan *sales force* yang cukup banyak. Setelah produk atau jasa tersebar barulah perusahaan mendorong

dengan promosi. Sistem distribusi ini dikenal dengan sistem push *distribution*.

d. Promosi

Pemasaran tidak hanya membicarakan mengenai produk, harga produk dan mendistribusikan produk, tetapi juga mengkomunikasikan produk ini kepada masyarakat agar produk itu di kenal dan ujung-ujungnya di beli. Menurut Boyd, Walker, dan Larreche (2000:65) menyatakan strategi promosi merupakan sebuah program terkendali dan terpadu dari metode komunikasi dan material yang di rancang untuk menghadirkan perusahaan dan produk-produknya kepada calon konsumen, menyampaikan ciri-ciri produk yang memuaskan kebutuhan untuk mendorong penjualan yang pada akhirnya memberikan kontribusi pada kinerja laba jangka panjang. Menurut Swastha (2007) promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Selain juga harus memperkerjakan, melatih dan memotivasi wiraniaganya.

b. Faktor Budaya

1) Budaya

Budaya menurut Kotler dan Armstrong (2011) adalah merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar. Menurut Lamb, Hair dan McDaniel (2011) budaya adalah karakter yang penting dari suatu sosial yang membedakannya dari kelompok kultur yang lainnya.

2) Kelas Sosial

Kelas Sosial menurut Lamb, Hair dan McDaniel (2011) merupakan sekelompok orang yang sama-sama mempertimbangkan secara dekat persamaan di dalam status atau penghargaan komunitas yang secara terusmenerus bersosialisasi di antara mereka sendiri baik secara formal dan informal, dan yang membagikan norma-norma perilakunya. Defenisi dari kelas sosial adalah pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen yang tersusun secara hierarkis dan yang anggotanya menganut nilai-nilai, minat dan perilaku yang serupa. Kelas sosial menunjukkan preferensi produk dan merek yang berbeda dalam banyak hal.

c. Faktor Sosial

1) Kelompok Acuan

Kelompok acuan menurut Kotler dan Armstrong (2011) merupakan semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Orang sangat di pengaruhi oleh kelompok acuan mereka sekurangnya melalui tiga jalur: Kelompok acuan menghadapi seseorang pada perilaku dan gaya hidup baru. Kelompok acuan juga mempengaruhi perilaku dan konsep pribadi seseorang. Dan kelompok menciptakan tekanan untuk mengikuti kebiasaan kelompok yang mungkin mempengaruhi pilihan produk dan merek aktual seseorang.

2) Keluarga

Keluarga menurut Kotler dan Armstrong (2011) merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat dan ia telah menjadi objek penelitian yang luas. Anggota keluarga merupakan kelompok acuan primer yang paling berpengaruh. Menurut Lamb, Hair dan McDaniel (2011) keluarga merupakan institusi sosial yang paling penting bagi beberapa konsumen, karena secara kuat mempengaruhi nilai, sikap, konsep pribadi, dan perilaku pembelian.

3) Peran dan Status

Seseorang berpartisipasi kedalam banyak kelompok sepanjang hidupnya, keluarga, klub, organisasi. Kedudukan orang itu di masing-masing kelompok dapat di tentukan berdasarkan peran dan status. Peran merupakan kegiatan yang di harapkan dilakukan oleh seseorang. Status merupakan masing-masing dari peran tersebut akan menghasilkan status.

d. Faktor Pribadi Keputusan pembelian juga di pengaruhi karakteristik pribadi yang terdiri dari:

1) Usia dan Tahap Siklus Hidup

Beberapa karya terbaru telah mengidentifikasi tahap siklus hidup psikologis orang dewasa mengalami “perjalanan“ dan “perubahan” sepanjang hidupnya. Pemasar memberikan perhatian yang besar pada perubahan situasi hidup dan dampak situasi itu terhadap perilaku konsumsi.

2) Gaya Hidup

Merupakan pola hidup seseorang didunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya.

3) Kepribadian dan Konsep Diri Kepribadian

Merupakan karakteristik psikologis seseorang yang berbeda dengan orang lain yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungannya. Kepribadian biasanya dijelaskan dengan menggunakan ciri-ciri seperti kepercayaan diri, dominasi, otonomi, kehormatan, kemampuan berorientasi, pertahanan diri, dan kemampuan beradaptasi. Kepribadian dapat menjadi variabel yang sangat berguna dalam menganalisis perilaku konsumen, asalkan jenis kepribadian tersebut dapat *diklasifikasikan* dengan akurat dan asalkan terdapat korelasi yang kuat antara jenis kepribadian tertentu dengan pilihan produk atau merek. Berkaitan dengan kepribadian adalah konsep diri seseorang. Pemasar berusaha mengembangkan citra merek yang sesuai dengan citra pribadi pasar sasaran.

e. Faktor Psikologis Pilihan pembelian konsumen di pengaruhi oleh empat faktor psikologis, yang terdiri dari:

1) Motivasi

Motivasi konsumen merupakan suatu kebutuhan yang cukup besar dalam mendorong konsumen untuk bertindak.

2) Persepsi

Bagaimana seseorang yang termotivasi bertindak akan dipengaruhi oleh persepsinya terhadap situasi tertentu. Persepsi menurut Lamb, Hair dan McDaniel (2011) adalah proses dimana kita memilih, mengatur dan menginterpretasikan ransangan tersebut ke dalam gambaran yang memberi makna dan melekat. Menurut Kotler dan Armstrong (2011) persepsi merupakan proses yang digunakan seorang individu untuk memilih mengorganisasi dan menginterpretasi masukan-masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti.

3) Pembelajaran

Pembelajaran menurut Kotler dan Armstrong (2011) merupakan perubahan perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman. Sebagian besar perilaku manusia adalah hasil dari belajar. Teori pembelajaran mengajarkan ke para pemasar bahwa mereka dapat membangun permintaan atas sebuah produk yang mengaitkannya pada dorongan yang kuat, dengan menggunakan petunjuk yang memberikan dorongan atau motivasi dan penguatan yang positif.

4) Keyakinan dan Sikap

Keyakinan mungkin berdasarkan pengetahuan pendapat atau kepercayaan kesemuanya itu mungkin atau tidak mungkin mengandung faktor emosional. Keyakinan itu membentuk citra produk dan merk dan orang akan bertindak berdasarkan citra tersebut. Jika beberapa keyakinan tempat salah dan menghambat pembelian perusahaan manufaktur akan meluncurkan kampanye untuk mengoreksi keyakinan-keyakinan tersebut. Adapun keyakinan menurut Kotler dan Armstrong (2011) yaitu merupakan suatu gambaran pikiran yang dianut seseorang tentang sesuatu hal. Sikap menurut Kotler dan Armstrong (2011) sikap merupakan evaluasi, perasaan, emosional dan kecenderungan tindakan yang menguntungkan atau tidak menguntungkan dan bertahan lama dari seseorang terhadap suatu objek.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode Penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2015:3). Atau dengan kata lain penelitian adalah metode sistematis yang terdiri dari perumusan masalah, hipotesis pengumpulan data dan fakta, serta pencapaian kesimpulan untuk menemukan pemecahan masalah (Endah & Esti, 2020).

B. Jenis Penelitian

Jenis pada penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif berbentuk deskriptif yang menggambarkan Strategi Inovasi Pengembangan Produk Koperasi Syariah dalam Meningkatkan Simpanan Nasabah (Studi kasus pada KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto). Dalam penelitian kualitatif, landasan teori yang dikemukakan tidak merupakan harga mati, tetapi bersifat sementara. Penelitian kualitatif justru dituntut untuk melakukan *ground research*, yaitu mengemukakan teori berdasarkan data yang diperoleh dilapangan atau situasi sosial (Sugiyono, 2015:296). Dalam penelitian kualitatif, teori yang digunakan harus sudah jelas karna teori akan berfungsi untuk memperjelas masalah yang diteliti, sebagai dasar untuk merumuskan hipotesis, dan sebagai referensi untuk menyusun instrument penelitian.

C. Lokasi dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian adalah lokasi dimana penelitian dilakukan. Dalam hal ini menjadi tahapan yang penting, karena dengan ditetapkannya tempat penelitian berarti objek dan tujuan sudah ditetapkan, hal ini akan mempermudah penulis dalam melakukan penelitian. Dalam penelitian ini penulis telah menentukan tempat penelitian yaitu di KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto yang beralamat di Jl. Veteran 71 No. 5 RT 02 RW 07 Pasir Muncang, Kecamatan Purwokerto Barat Kabupaten Banyumas, Jawa tengah.

Waktu penelitian adalah waktu yang digunakan peneliti untuk melakukan suatu penelitian. Waktu penelitian dimulai sejak bulan Februari sampai Juni 2023.

D. Subjek dan Objek

Subjek dalam penelitian ini adalah wakil manager, staff marketing serta nasabah. Objek dalam penelitian ini adalah Strategi Inovasi Pengembangan produk Koperasi Syariah dalam Meningkatkan Simpanan Nasabah.

E. Sumber Data

Sumber data yang didapatkan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sumber data sekunder, yaitu:

1. Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini menggunakan observasi dan wawancara. Dengan demikian, dalam penelitian ini sumber data primer diperoleh dari hasil wawancara.

Dengan demikian, sumber data primer dalam penelitian ini adalah sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya yaitu: pihak-pihak KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto: Ibu Tri Damayanti (Wakil Manager), Rizal Faozi (Marketing), dan nasabah KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto. Data yang diambil yaitu mengenai Strategi Inovasi Pengembangan Produk Koperasi Syariah dalam Meningkatkan Simpanan Nasabah (Studi kasus pada KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto).

2. Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen (Sugiyono, 2015).

Dalam penelitian ini, sumber data sekunder diperoleh melalui: Gambaran umum dan profil KSPPS, Laporan jumlah nasabah, Laporan jumlah nasabah Simpanan, laporan data sumber dana, susunan pengurus, serta brosur KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto. Data sekunder yang terkumpul ini digunakan sebagai data pendukung.

F. Teknik Pengumpulan data

1. Observasi

Nasution (1988) dalam (Sugiyono, 2015) menyatakan bahwa, Observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan observasi pasif, yaitu pengamat tidak ikut serta dalam kegiatan, namun hanya berperan mengamati kegiatan. Penulis melakukan observasi pada kantor dan suasana kerja serta berapa banyak nasabah yang datang pada KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto.

2. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau self-report, atau setidaknya-tidaknya pada pengetahuan dan atau keyakinan pribadi (Sugiyono, 2015).

Dalam melakukan wawancara peneliti menggunakan metode wawancara tidak terstruktur dimana dalam wawancaranya penulis tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis, melainkan pedoman wawancara yang digunakan hanya sesuai garis besar permasalahannya saja (Sugiyono, 2016).

Wawancara dilakukan oleh penulis dengan wakil manager dan dengan staff marketing mengenai strategi inovasi pengembangan produk koperasi syariah dalam meningkatkan simpanan nasabah (Studi kasus pada KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto).

G. Teknik Analisis data

Analisis data dalam penelitian kualitatif adalah bersifat induktif, yaitu suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh, selanjutnya dikembangkan menjadi hipotesis. Berdasarkan hipotesis yang dirumuskan berdasarkan data tersebut, selanjutnya dicarikan data lagi secara berulang-ulang sehingga selanjutnya apakah hipotesis tersebut dapat diterima atau ditolak berdasarkan data yang terkumpul.

Bila dengan teknik triangulasi, ternyata hipotesis diterima, maka hipotesis tersebut berkembang menjadi teori (Sugiyono, 2015).

Dalam menganalisis data kualitatif penulis menggunakan langkah-langkah :

1. *Data Reduction*

(Reduksi Data) Reduksi data merupakan proses berfikir sensitive yang memerlukan kecerdasan keluasan serta kedalaman wawasan yang tinggi. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi, akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk mengumpulkan data.

2. *Data Display* (Penyajian Data)

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart, dan sejenisnya. Dengan mendisplaykan data maka akan mempermudah untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

3. *Conclusion Drawing/ verification*

Merupakan kesimpulan dan verifikasi, Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, data akan berubah apabila tidak menemukan bukti-bukti yang kuat untuk mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya.

H. Uji Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif, data dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi. Kebenaran realitas data dalam penelitian kualitatif tidak bersifat tunggal, tetapi jamak dan tergantung pada konstruksi manusia, dibentuk dalam diri seorang sebagai hasil proses mental tiap individu dengan berbagai latar belakangnya (Sugiyono, 2015) dalam hal ini alat yang digunakan yaitu teknik analisa data triangulasi.

Menurut Maleong (2004), metode triangulasi yaitu suatu metode dengan cara mengecek dan membandingkan kembali derajat kepercayaan dari informasi yang diperoleh dengan waktu dan data berbeda. Menurut (Wahyu, 2010: 102-103) ada empat macam teknik triangulasi yaitu :

1. Triangulasi Metode, Yaitu suatu teknik menganalisa data dan informasi dengan minimal menggunakan data metode. Jika informasi yang didapatkan berupa wawancara maka, perlu diuji kebenarannya dengan hasil observasi.
2. Triangulasi Sumber, yaitu sebuah teknik pengujian keabsahan data dengan cara mencari data dan informasi yang sama dengan subyek lainnya. Data dan informasi tertentu perlu ditanyakan kembali tapi dengan responden yang berbeda dengan bukti dokumentasi. Hasil komparasi dan pengecekan sumber ini guna membuktikan apakah data yang didapatkan memiliki kebenaran yang sama atau maka sebaliknya. Jadi, dalam triangulasi sumber ada beberapa langkah yaitu:
 - a. Membandingkan data atau informasi hasil pengamatan dengan data atau informasi hasil wawancara.
 - b. Membandingkan apa yang dikatakan orang ketika dalam keadaan didepan umum dan apa yang dikatakan ketika dalam keadaan sendirian.
 - c. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu.
 - d. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan perspektif dari orang lain.
 - e. Membandingkan isi wawancara dengan isi dari suatu dokumen yang berkaitan dengan fokus penelitian.
3. Triangulasi Situasi, yaitu suatu bentuk pengujian kebenaran data dari penuturan seseorang responden jika dalam keadaan orang lain bukan dalam keadaan sendirian. Dalam hal ini, faktor lingkungan sangat mempengaruhi hasil wawancara.

Triangulasi Teori, yaitu suatu bentuk pengujian data dengan mengkomparasikan apakah terdapat keparalelan penjelasan atau tidak antara satu teori dengan teori lain terhadap hasil penelitian.

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Profil KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto

1. Sejarah dan Profil KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto

Sebagai salah satu lembaga keuangan mikro berbasis syariah yang bergerak dalam bidang perekonomian, KSPPS Hanada Quwais Sembada Purwokerto didirikan dalam upaya meningkatkan perekonomian pada pengusaha kecil dan mitra bisnisnya dengan mengembangkan bisnis produktif serta dengan melakukan investasi melalui kegiatan utamanya yaitu mendorong kegiatan menabung dan berkontribusi dalam kegiatan pembiayaan bagi masyarakat.

Bermula dari perbincangan ringan antara bapak Alfalisyado yang kemudian menjabat sebagai manajer pertama di lembaga ini dengan bapak Sochimim yang sampai saat ini masih konsisten menjabat sebagai ketua pengurus dari awal pendirian hingga sekarang, perbincangan pada bulan Juli 2012 ini melahirkan ide dan gagasan dari para pendiri tentang ketertarikannya untuk mendirikan sebuah lembaga keuangan mikro yang dalam operasinya menggunakan sistem syariah. Dengan pengalaman yang dimiliki oleh manajer yang pada saat itu telah memberikan kontribusinya pada pembangunan BMT Al Furqon, dan dengan keahlian yang dimiliki oleh ketua pengurus, mereka bersama sama menciptakan sebuah komitmen untuk mendirikan suatu lembaga keuangan yang saat ini dikenal dengan nama KSPPS Hanada Quwais Sembada Purwokerto (Amandangi, 2022).

Gagasan-gagasan ini muncul dengan dilatarbelakangi oleh beberapa hal, yaitu:

- a. Mayoritas masyarakat yang berdomisili di desa Kalisalak bersifat agamis namun masih minim kesadarannya untuk menggunakan produk dari ekonomi syariah sehingga masih menggunakan produk ekonomi konvensional.
- b. Desa Kalisalak merupakan pusat perekonomian di Kecamatan Kebasen karena memiliki produk gula merah dengan standar kualitas nasional.
- c. Dalam misi dakwah.
- d. Terdapat beberapa Lembaga Keuangan Syariah di Kecamatan Kebasen belum menembus ke masyarakat di daerah Kalisalak.

Untuk dapat mewujudkan ide yang telah digagas, sebagai langkah awal mereka bekerja sama dengan pembagian tugas antara lain melakukan silaturahmi serta bersosialisasi kepada para tokoh agama dan masyarakat serta para pengusaha (Amandangi, 2022).

Dari sinilah muncul banyak sekali dukungan dari tokoh - tokoh penting dan para pengusaha yang telah memotivasi para pendiri untuk merealisasikan ide dan gagasannya, dorongan semangat itu membawa para pendiri lebih giat lagi dalam merumuskan mengenai ide - ide dengan merancang langkah - langkah apa saja yang dibutuhkan, kemudian lahirlah gagasan mengenai sistem operasional yang akan digunakan. Agar sesegera mungkin para pendiri dapat meraih keberhasilannya dan agar dengan cepat dapat mencapai tujuannya, mereka kembali melakukan pembagian tugas secara spesifik. Ketua pengurus bertugas mempersiapkan sumber daya operasionalnya seperti mempersiapkan gedung, inventaris, peralatan dan perlengkapan yang akan dibutuhkan oleh kantor. Selanjutnya yaitu manajer mengemban tugas untuk membentuk sebuah mini tim yang kemudian bekerja sama untuk merancang master plan, Rencana Anggaran Belanja, Break Even Point (BEP), Company Profile serta menyusun slip proposal.

Ketekunan dan kesabaran yang dimiliki oleh para pendiri membuat waktu berjalan dengan cepat tanpa terasa. Proses yang dilalui memakan waktu hampir genap satu tahun sampai pada bulan April, meskipun dibutuhkan waktu selama hampir 2 minggu untuk merealisasikannya, mereka berhasil membuat rancangan mengenai produk dan akad yang akan digunakan dalam kegiatan penghimpunan dan penyaluran dana. Kemudian mereka menunjuk dua orang anggota sebagai Dewan Pengawas Syariah yaitu Akhmad Dahlan, S.Ag dan Akhmad Faozan, Lc., M.Ag. yang diberi tugas untuk mengawasi segala aktivitas dan kegiatan operasional KSPPS Hanada Quwais Sembada. Selain itu mereka juga membentuk sebuah tim kecil yang bertugas menyiapkan program software untuk mempermudah dalam pengoperasian koperasi, kemudian mereka mendapatkan sebuah program software yang diluncurkan oleh Aulia Software dari Jawa Barat karena sudah dikenal banyak digunakan oleh mayoritas lembaga keuangan syariah di Indonesia (Amandangi, 2022).

Memasuki tahap akhir sebelum peresmian, pada bulan Juni dilakukan Perekrutan Sumber Daya Manusia yang akan membantu keberlangsungan koperasi dalam menjalankan aktivitasnya, yang termasuk kedalam anggota pertama yaitu Mustaniroh, Syefi Nur Jannah, dan Nasrul Aziz. Setelahnya, dilakukan pematangan pada persiapan-persiapan yang memakan waktu sampai bulan September mengenai rancangan kegiatan operasional koperasi syariah sebelum akhirnya KSPPS Hanada Quwais Sembada resmi berdiri pada bulan Oktober tahun 2013 (Amandangi, 2022).

Selanjutnya, rancangan Visi dan Misi yang akan digunakan oleh KSPPS Hanada Quwais Sembada telah siap. Guna merancang ini, membutuhkan waktu selama dua malam oleh manajer sebelum akhirnya melaporkan kepada ketua pengurus bahwa Visi dan Misinya sudah siap untuk diterbitkan. Tidak mudah untuk merancangnya, meskipun pada saat itu sudah ada gambaran secara umum namun dibutuhkan inspirasi dan waktu untuk merancang kata per kata agar menjadi sebuah kalimat yang dapat dipahami dengan mudah serta dapat memberikan gambaran bagi pembaca mengenai tujuan dari didirikannya koperasi simpan pinjam ini.

Dalam rangka peresmian Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Hanada Quwais Sembada Purwokerto, selain dihadiri oleh beberapa aparaturnya pemerintah yaitu Pemerintah Desa, Kecamatan, Polsek, Koramil, dan Muspika Kecamatan Kebasen, hadir pula seluruh lembaga pendidikan baik swasta maupun negeri, serta tokoh masyarakat, mitra bisnis, dan pengusaha.

Seiring perkembangannya, Lembaga Keuangan Syariah yaitu KSPPS Hanada berhasil menjalankan sistem operasionalnya dengan baik sehingga mendapatkan respon positif dari masyarakat yang mulai tertarik menjadi anggota di Hanada dengan peningkatan jumlah nasabah yang luar biasa untuk lembaga keuangan yang tergolong baru yaitu sebanyak 210 nasabah, serta dalam pemasarannya telah meluas ke beberapa daerah disekitarnya seperti wilayah Sampang, Kecamatan Tambak, dan wilayah Kecamatan Kebasen sebagai domisili dari koperasi syariah itu sendiri. Dari situlah terlihat peluang akan keberhasilan kegiatan usaha funding dan financing di masa yang akan datang.

Terbukti seiring perkembangannya yang cukup pesat banyak nasabah dari KSPPS Hanada Quwais Sembada yang berdomisili di Purwokerto, dewan pengurus berdiskusi mengenai perluasan jangkauan dari Koperasi syariah ini dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki yaitu tempat yang dapat dijadikan kantor yang berlokasi di Gang Anggrek Pasir Muncang, Kecamatan Purwokerto Barat Kabupaten Banyumas, kemudian dewan pengurus bersepakat untuk membuka cabang dari KSPPS Hanada Quwais Sembada. Pembangunan kantor cabang ini juga bertujuan untuk melakukan misi dakwah di daerah tersebut karena masih minimnya literasi masyarakat mengenai lembaga keuangan dengan sistem syariah. Dengan ini pada tanggal 25 Maret 2019 KSPPS Hanada Quwais Sembada Kantor Cabang Purwokerto resmi beroperasi (Tri Damayanti, wawancara, 19 Mei 2023).

2. Visi dan Misi KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto

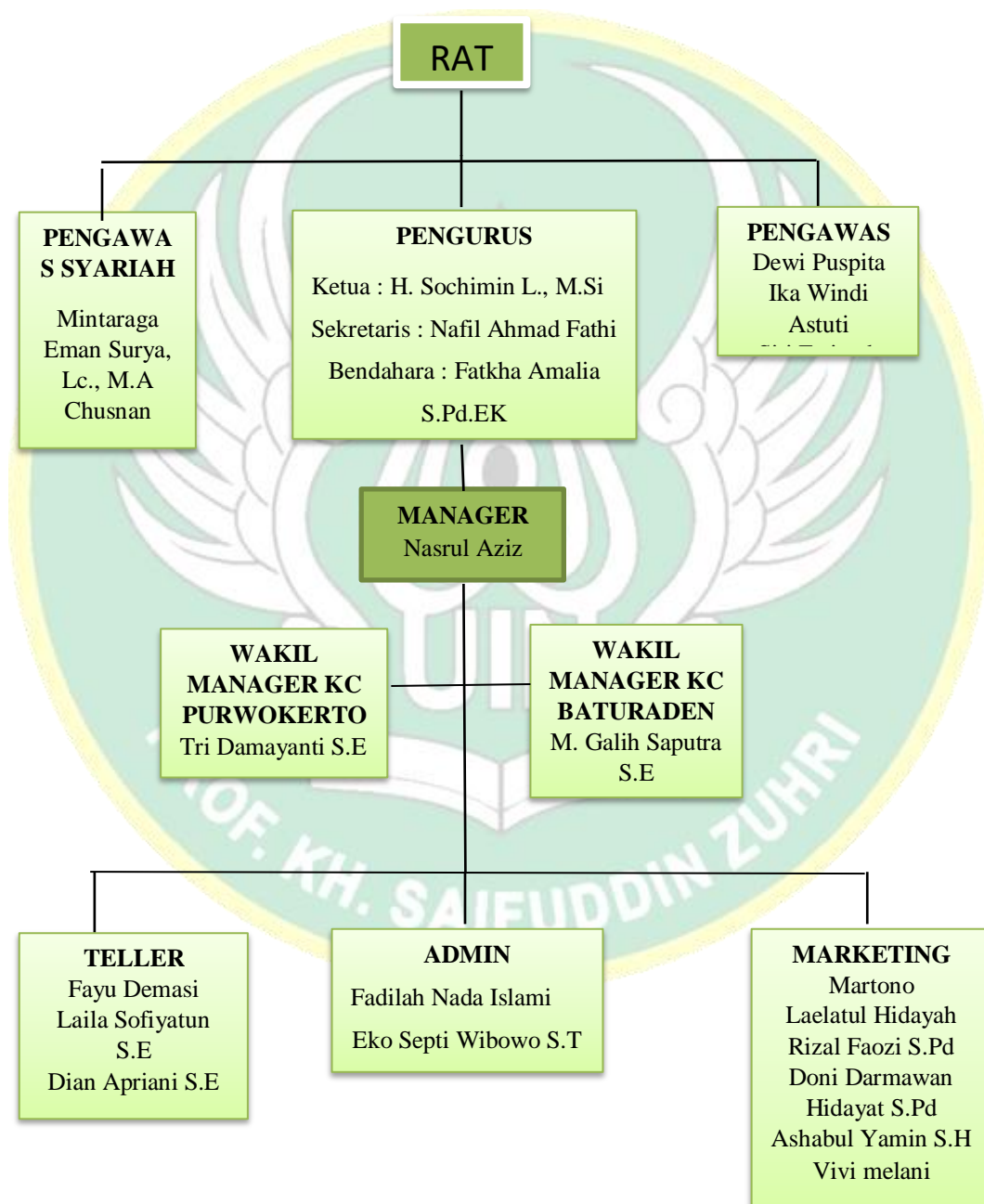
KSPPS Hanada Quwais Sembada hadir diengah – tangan masyarakat dengan Visi menjadi lembaga keuangan syariah yang tepat dalam bermitra, terpercaya dan investasi dan sesuai syariah. Sedangkan Misi yang dianut oleh KSPPS Hanada Quwais Sembada dalam merealisasikan Visinya adalah: (Tri Damayanti, wawancara, 19 Mei 2023).

- a. Memberikan layanan prima.
- b. Mengutamakan kebersamaan.
- c. Mengedepankan akuntabilitas.
- d. Memberdayakan ekonomi umat.
- e. Berdakwah dalam bingkai muamalah.
- f. Melaksanakan prinsip-prinsip syariah.

3. Struktur Organisasi KSPPS Hanada Quwais Sembada KC. Purwokerto

Secara struktural, susunan kepengurusan KSPPS Hanada Quwais Sembada KC. Purwokerto yang dipilih dan disusun berdasarkan rapat anggota adalah sebagai berikut: (Tri Damayanti, wawancara, 19 Mei 2023).

Tabel 4.1 Struktur Organisasi KSPPS Hanada Quwais Sembada



4. Produk-Produk KSPPS Hanada Quwais Sembada KC. Purwokerto

KSPPS Hanada memiliki dua kegiatan utama yaitu penghimpunan dana (*funding*) dan penyaluran dana (*financing*), dengan produk-produk yang tersedia, sebagai berikut: (Tri Damayanti, wawancara, 19 Mei 2023).

1. Produk *Funding*

Pada produk *funding*, KSPPS Hanada memiliki produk unggulan yaitu hanabung (hanada tabungan berkah). Seluruh produk *funding* di lembaga ini menggunakan akad wadi'ah atau titipan, yang dapat diambil sewaktu-waktu, nasabah dapat menghemat biaya transport dan menghemat waktu untuk proses menabung karena dengan keunggulan yang dimiliki yaitu pada layanan antar jemputnya setiap kali penyetoran yang diharapkan dapat mempermudah dan menarik minat nasabah. Selain dari pelayanannya, dari segi profit nasabah bisa mendapatkan beraneka macam bonus dari dana yang telah dipercayakan kepada lembaga untuk disimpan dengan amanah

1) Hanabung (Hanada Tabungan Berkah)

Sebagai produk unggulan dari KSPPS Hanada, Hanada Tabungan Berkah atau yang lebih familiar disebut Hanabung ini sudah terjamin kesyariahnya dan terpercaya dapat menjadi produk simpanan yang dapat digunakan oleh seluruh kalangan baikatas nama pribadi atau lembaga.

2) Hanawisata (Hanada Pariwisata dan Ziarah)

Inovasi dari produk simpanan di KSPPS Hanada dengan merancang produk Hanada Pariwisata dan Ziarah yang diperuntukan bagi masyarakat yang senang melakukan perjalanan luar daerah baik untuk berwisata religi atau berpetualang menjelajahi tempat wisata di Indonesia, KSPPS Hanada menyediakan produk simpanan yang difasilitasi dengan layanan armada wisata yang dapat menunjang produk Hanawisata ini. Selain itu juga terdapat fasilitas lain seperti layanan antar jemput serta perolehan bagi hasil berupa bonus yang menarik.

3) Hanadikan (Hanada Pendidikan)

Investasi jangka panjang yang dapat dilakukan oleh masyarakat untuk bekal hidup selain melalui penyimpanan harta adalah dengan meraih pendidikan sebaik-baiknya. KSPPS Hanada Quwais Sembada menyediakan layanan bagi masyarakat

yang hendak menyisihkan penghasilannya untuk program pendidikan untuk seluruh kalangan, dengan fasilitas jempot bola dan bonus menarik produk simpanan Hanada Pendidikan atau Hanadikan ini hadir dengan menggunakan akad wadiah yang tersedia untuk dimanfaatkan bagi mereka yang ingin mewujudkan impiannya melalui program pendidikan

4) Hanapensi (Hanada Pensiun)

Sebagai makhluk yang memiliki keterbatasan usia, manusia memerlukan jaminan yang dapat memastikan ketrentaman hidupnya ketika memasuki usia senja dimana produktifitas manusia akan menurun seiring bertambahnya usia. Untuk menghadapi problema tersebut, KSPPS Hanada Quwais Sembada menawarkan produk yang selain dapat dimanfaatkan sebagai jaminan hari tua juga dapat dimanfaatkan sebagai jaminan pada pembiayaan yaitu produk simpanan Hanapensi atau Hanada Pensiun. Sama dengan produk simpanan lainnya, produk ini juga memiliki keunggulan pada layanan jempot bola dan profit berupa bonus menarik yang diberikan oleh lembaga bagi nasabah yang dengan konsisten menggunakan produk-produk dari lembaga ini.

5) Hanakaro (Hanada Simpanan Berjangka Mudharabah)

Sebagai lembaga yang juga melakukan kegiatan investasi, KSPPS Hanada mendukung masyarakat untuk mengembangkan kondisi perekonomiannya dengan kegiatan investasi, oleh karena itu KSPPS Hanada menyediakan produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat yang ingin menabung sekaligus mendapatkan profit dari dana yang disimpan melalui produknya yaitu Hanada Simpanan Berjangka Mudharabah atau disingkat Hanakaro yang akan terpercaya aman dan dapat perolehan bagi hasil dengan berbagai macam presentase sebagai berikut sesuai dengan jangka waktu yang ditentukan:

- a) Jangka waktu selama 3 bulan akan memperoleh presentase bagi hasil 40:60
- b) Jangka waktu selama 6 bulan akan memperoleh presentase bagi hasil 45:55
- c) Jangka waktu selama 12 bulan akan memperoleh presentase bagi hasil 50:50
- 6) Hanajah (Hanada Hajatan/Walimah)

Secara naluri sudah selayaknya bagi manusia memiliki rasa ingin hidup bersama dengan orang terkasihnya di dunia, pernikahan merupakan langkah yang

dijalankan dalam rangka memenuhi ibadah terhadap Allah dan untuk mengikuti sunah Rasulullah, namun sering kali dalam realisasinya harus menghadapi beberapa problematika salah satunya yaitu berkaitan dengan biaya. Untuk itu KSPPS Hanada hadir dengan memberikan solusi bagi masyarakat yang ingin mewujudkan impian tersebut melalui produk simpanannya yaitu Hanada Hajatan/Walimah yang disebut juga Hanajah. Layaknya produk simpanan lainnya, produk Hanajah ini memiliki fasilitas layanan jemput bola dengan penyetoran sesuai dengan kesepakatan awal pada saat pembukaan rekening, simpanan ini hanya dapat diambil jika program telah selesai dan minimal jangka waktunya adalah 6 bulan.

7) Hanaban (Hanada Qurban)

Salah satu ibadah yang wajib dilaksanakan bagi setiap muslim yang mampu adalah ibadah qurban, dimana ibadah ini hanya bisa dilakukan setiap satu tahun sekali pada bulan Dzulhijah dalam kalender Hijriyah. Namun, bukan hanya masyarakat dari kalangan atas saja, masyarakat dengan penghasilan yang hanya terbilang cukup untuk memenuhi kebutuhannya tidak jarang juga berupaya menyisihkan sedikit dari penghasilannya.

Melihat adanya problematika tersebut KSPPS Hanada menawarkan solusi melalui produk simpanannya yang disebut Hanaban atau Hanada Qurban, yang diharapkan dapat membantu masyarakat dalam menyimpan dananya baik untuk nasabah perorangan atau dalam sekelompok anggota. Dengan ketentuan setoran awal sebesar Rp. 100.000,- dan untuk setoran berikutnya minimal sebesar Rp. 10.000,-, yang disetorkan langsung oleh nasabah atau melalui service jemput bola, serta mendapatkan layanan pembelian hewan qurban yang sebelumnya telah dipilih sesuai standar dan persyaratan yang sesuai hukum Islam.

8) Hanalin (Simpanan Bersalin)

Seiring berkembangnya teknologi, berdampak juga terhadap proses-proses persalinan yang kini membutuhkan biaya yang cukup besar selain itu kebutuhan akan barang sandang dan pangan bagi bayi yang akan dilahirkan juga memerlukan biaya yang tidak sedikit, banyaknya problematika keuangan dikarenakan masyarakat yang kurang mempersiapkan dalam hal keuangannya, KSPPS Hanada

Quwais Sembada menganggap problem ini sebagai hal yang tidak dapat diremehkan karena memiliki dampak yang besar bagi kehidupan seseorang. Kemudian KSPPS menciptakan inovasi produknya agar sesuai dengan kebutuhan masyarakat yaitu produk simpanan Hanalin (Hanada Bersalin) dengan ketentuan dan fasilitas yang tidak berbeda dengan produk simpanan lainnya.

9) Hanajiro (Hanada haji/umroh)

Dalam Islam setiap umatnya wajib menjalankan rukun Islam yang berjumlah lima, dengan urutan yang paling akhir yaitu ibadah haji bagi umat muslim yang mampu dan terpilih. Ibadah haji sebagai ibadah penutup dan penyempurna keIslaman seseorang, menjadi impian dan cita-cita yang ingin diwujudkan oleh umat muslim pada umumnya. Kemudian KSPPS Hanada memberikan layanan simpanan melalui produk Hanajiro yang dikhususkan sebagai program bagi mereka yang berkeinginan pergi ke tanah suci. Dengan ketentuan untuk setoran awal sebesar Rp. 500.000-, dan setoran selanjutnya minimal Rp. 10.000-, untuk setiap kali penyeteroran dapat disetorkan secara langsung ke kantor atau melalui layanan jemput bola. Kemudian produk Hanajiro telah melakukan pengembangan inovasi yaitu dengan melakukan riset untuk meningkatkan produk simpanan Hanajiro dan telah bekerja sama dengan biro haji/umroh khusus secara langsung. Produk simpanan Hanajiro bukan hanya menabung untuk haji atau umroh saja tetapi juga dapat melakukan pembiayaan untuk melakukan ibadah haji/umroh, sebelum nasabah melakukan pembiayaan Hanajiro, nasabah harus melakukan transaksi simpanan terlebih dahulu atau membuka rekening tabungan terlebih dahulu. Produk Hanajiro memiliki kelebihan sistem pembiayaan dengan minimal 20 juta. Kelebihan lainnya yaitu dapat membantu nasabah untuk melakukan ibadah haji/umroh dengan lebih cepat dibandingkan harus menabung terlebih dahulu dengan jangka waktu yang cukup lama dan baru mendapatkan nomor urut pemberangkatan haji.

Berikut adalah persyaratan atau berkas yang harus dipenuhi oleh nasabah yang ingin membuka tabungan, diantaranya:

Tabel 4.2
Persyaratan Pembukaan Tabungan

No	Persyaratan
1.	Menjadi anggota KSPPS Hanada Quwais Sembada
2.	Mengisi formulir pembukaan rekening
3.	Mengisi fotocopy kartu identitas (KTP)

Sumber : KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto.

2. Produk Penyaluran Dana (*Financing*)

1) Pembiayaan mudharabah

Diperuntukan bagi setiap anggota yang ingin memiliki usaha produktif dengan syarat usaha yang akan dijalankan tidak bertentangan dengan ketentuan syariah. Melalui ini KSPPS Hanada memberikan kontribusi modal secara tunai untuk keperluan produksi dan bisnis yang dinggap memiliki peluang untuk menghasilkan keuntungan yang baik.

2) Produk pembiayaan murabahah

KSPPS Hanada menyediakan produk yang berguna untuk membantu para anggotanya yang sedang membutuhkan dana untuk keperluan konsumtif, meliputi pembelian bahan produksi bagipedangang dan untuk kebutuhan konsumtif rumah tangga.

3) Pembiayaan talangan

Produk ini merupakan jenis pembiayaan yang memberikan bantuan dengan tanpa mengharapkan imbalan apaun, biasanya hanya berlaku untuk anggota yang dalam keadaan mendesak dan segera membutuhkan dana. Dengan sistem yang sama dengan proses pinjam meminjam namun peminjam bleh memberikan imbalan jasa meskipun tidak diperjanjikan di awal.

Berikut adalah persyaratan yang harus dipenuhi oleh nasabah sebelum melakukan pembiayaan, antara lain :

Tabel 4.3
Persyaratan pengajuan pembiayaan

No.	Persyaratan
1.	Menjadi anggota KSPPS Hanada Quawais Sembada
2.	Mengisi formulir pengajuan pembiayaan
3.	Melampirkan fotocopy KTP Suami dan Istri (bagi yang sudah menikah) atau orang tua (bagi yang belum menikah)
4.	Melampirkan fotocopy kartu keluarga
5.	Melampirkan fotocopy surat yang akan dijaminkan
6.	Melampirkan surat keterangan usaha (untuk pembiayaan produktif)
7.	Bersedia disurvei

Sumber : KSPPS Hanada Quawais Sembada KC Purwokerto.

3. Produk PPOB

Payment Point Online Bank atau bisa disingkat dengan PPOB adalah produk layanan jasa penyedia pembayaran online yang dijalankan dengan memanfaatkan koneksi internet untuk membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya, dalam produk ini KSPPS Hanada bekerja sama dengan pihak bank yang dapat beroperasi selama 24 jam.

Diantara produk PPOB yang terdapat di KSPPS Hanada Quawais Hanada Sembada adalah sebagai berikut:

- 1) Pembayaran telepon
- 2) Pembayaran listrik
- 3) Pembayaran PDAM
- 4) Pembayaran indihome
- 5) Pembelian tiket kereta api

- 6) Jual dan deposit pulsa
- 7) Transfer uang

5. Fungsi dan Tugas Bagian Tempat Badan Usaha

Dewan pengurus secara struktural dipilih oleh anggota dan dibentuk berdasarkan rapat anggota yang didalam rapat tersebut pengurus boleh menunjuk seseorang pemimpin yang dipercaya mengatur jalannya rapat. Biasanya dalam rapat pemimpin tersebut terdiri dari Ketua, Sekretaris, dan Bendahara. Secara fungsional, tugas dari pemimpin adalah: (Amandangi, 2022).

- 1) Sebagai pengatur jalannya organisasi dan kegiatan usaha pada lembaga.
- 2) Menjalankan seluruh tindakan yang berhubungan dengan hukum untuk dan atas nama lembaga.
- 3) Menjadi perwakilan dari lembaga diluar dan hadapan pengadilan. Beberapa fungsi dan tugas badan pengurus secara rinci di KSPPS Hanada Quwais Sembada yaitu:

a. Dewan Pengawas Syariah (DPS)

Dewan Pengawas Syariah yang dibentuk oleh anggota ini memiliki beberapa tugas, antara lain: (Amandangi, 2022).

- 1) Memantau serta menilai seluruh kegiatan operasional dari KSPPS Hanada agar tetap berjalan sesuai dengan ketentuan syariah.
- 2) Memeriksa kinerja manajer khususnya dalam hal administrasi keuangan yang meliputi pengelolaan dana kekayaan/asset milik lembaga.
- 3) Melakukan supervise atau agunan (jaminan) yang akan diterima oleh lembaga.
- 4) Menyampaikan saran dan masukan sebagai bahan pertimbangan mengenai beberapa tindakan yang harus diambil dalam penyelesaian suatu kasus.

b. Manajer

Fungsi dan peran manajer yaitu:

- 1) Bertanggung jawab kepada pengurus atas pelaksanaan seluruh aktivitas lembaga di bidang usaha.
- 2) Bertanggung jawab atas pelaksanaan kebijakan yang telah dirancang oleh dewan pengurus.

- 3) Memastikan keberlangsungan usaha yang dijalankan serta menentukan struktur organisasi dan manajemen dari lembaga.
- 4) Tidak melakukan pekerjaan yang bertentangan dengan AD/ART yang telah diputuskan pada rapat anggota.
- 5) Meningkatkan rasa kepercayaan atas kekurangan dan kelebihan dari lembaga dalam menjalankan kegiatannya.
- 6) Menerima laporan pertanggung jawaban dan berwenang melakukan pemantauan terhadap kinerja para bawahannya.

c. Bagian Pembiayaan (Amandangi, 2022).

- 1) Membuat arsip dari seluruh permohonan pembiayaan yang diajukan oleh nasabah.
- 2) Melakukan survei atas usaha nasabah dan mengidentifikasi peluang keberhasilan dari usaha yang akan dijalankan oleh nasabah.
- 3) Mewujudkan permohonan nasabah
- 4) Bertanggung jawab untuk menyampaikan penolakan kepada calon nasabah yang tidak memenuhi kriteria sebagai nasabah pembiayaan berdasarkan hasil survei.
- 5) Melakukan pemantauan posisi pada setiap pembiayaan dari anggota, dan memastikan agar nasabah melunasi setorannya sesuai dengan kesepakatan awal.
- 6) Melakukan penarikan setoran kepada setiap anggota dengan sopan, arif, mendidik, dan efektif sesuai dengan batasan tanggal atau waktu yang disepakati bersama.
- 7) Menghitung presentase nasabah aktif dan pembiayaan yang mengalami kemacetan setiap akhir bulan.

d. Kasir atau Teller (Amandangi, 2022).

Kasir atau Teller memiliki tanggung jawab atas seluruh transaksi yang berhubungan dengan keuangan, serta wajib melaporkannya kepada manajer.

e. Marketing atau Kolektor

Tugas – tugasnya adalah: (Amandangi, 2022).

- 1) Memasarkan seluruh produk dalam KSPPS agar terjual dengan cepat, serta

menentukan pendekatan yang dapat menarik perhatian masyarakat, baik melalui brosur maupun dengan pemanfaatan media sosial.

- 2) Memberikan jaminan atas terlaksannya layanan jemput bola pada setiap angsuran sesuai waktu yang ditentukan.
- 3) Menjamin dana yang disetorkan sesuai dengan jumlah nominal yang seharusnya, tidak lebih atau tidak kurang.
- 4) Turut memberikan masukan dan solusi atas mitra yang mengalami pembiayaan bermasalah, menemukan jalan keluar yang terbaik untuk persoalan tersebut. Dan melakukan penjualanjaminan jika upaya-upaya secara kekeluargaan telah dilakukan namun belum juga menemui penyelesaian.
- 5) Menyelenggarakan administrasi yang berisi daftar *nominative* pendaftaran pembiayaan.
- 6) Bertanggung jawab atas target dan rekap hasil tagihan yang memuat seluruh total pembiayaan.

6. Penerapan *sharia compliance* di KSPPS Hanada Quwais Sembada KC. Purwokerto

Pemenuhan terhadap kepatuhan syariah atas *sharia compliance* dilakukan dengan maksud untuk mengukur sejauh mana penerapan prinsip- prinsip syariah dilakukan oleh KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto dalam menajalnkan seluruh aktivitasnya terutama dalam kegiatan utamanya yaitu penghimpunan dan penyakuran dana.

1. Mekanisme akad yang dilakukan oleh KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto :

Akad merupakan suatu perjanjian yang didalamnya tertulis kesepakatan anatara pihak-pihak yang telah menyetujui atas suatu obyek perjanjian. Dalam ekonomi Islam, akad merupakan salah satu cara yang digunakan sebagai pedoman atas suatu transaksi yang melibatkan dua pihak atau lebih mengenai suatu obyek, biasanya akad dilakukan dalam kegiatan jual beli, kerjasama, sewa menyewa, dan lain sebagainya.

KSPPS Hanada Quwais Sembada KC. Purwokerto dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, memiliki 2 produk yaitu Produk penghimpunan

(*funding*) dan penyaluran (*financing*) dana. Berikut adalah akad-akad yang digunakan, diantaranya:

a. Produk Penghimpunan Dana (*Funding*).

Sebagai koperasi yang bergerak dalam bidang penghimpunan dan penyaluran dana dengan berlandaskan sistem syariah, KSPPS Hanada Quwais Sembada menyediakan jasa pelayanan melalui produk simpanannya yang berjalan dengan menggunakan akad wadiah sebagaimana ketentuan bermuamalah dalam Islam agar terhindar dari hal-hal yang membawa kemudharatan dan agar tetap terjaga nilai syariahnya dalam produk simpanan tersebut.

Sejatinya, akad wadiah ini memang digunakan untuk produk- produk simpanan pada lembaga keuangan syariah dengan ketentuan dana yang dititipkan dapat dikelola atau tidak dikelola oleh lembaga sesuai dengan persetujuan dari anggota.

Berikut adalah macam- macam akad wadiah yaitu:

1) *Wadiah yad amanah*

Wadiah yad amanah adalah akad titipan dengan ketentuan obyek yang dititipkan oleh penitip kepada penerima titipan tidak boleh dimanfaatkan dan dikelola dalam bentuk apapun, agar sewaktu waktu dapat diambil oleh penitip dengan jumlah yang tetap sama tanpa ada pengurangan.

2) *Wadiah yad dhamanah*

Wadiah yad dhamanah merupakan akad titipan dengan ketentuan obyek yang dititipkan oleh penitip kepada penerima titipan dapat dipergunakan manfaatnya dan dapat dikelola oleh penerima titipan. Namun penerima titipan bertanggung jawab ketika penitip akan mengambil barang titipannya yang harus dikembalikan secara utuh tanpa mengurangi jumlah dan kualitasnya, serta penerima titipan diperkenankan memberikan imbalan/bonus sebagaimana pada awal perjanjian kepada penitip sebagai bentuk rasa terimakasih. Bonus yang diberikan

Oleh karena itu, akad wadiah yad dhamanah merupakan akad yang sesuai dengan kebutuhan bagi produk penghimpunan dana di KSPPS Hanada Quwais Sembada karena dalam praktiknya, dana yang dititipkan oleh nasabah kepada

lembaga akan dimanfaatkan dan dikelola melalui produk penyaluran dana atau yang bisa disebut dengan produk pembiayaan. Dengan timbal balik berupa bonus yang diberikan oleh KSPPS kepada nasabah dengan presentase yang ditetapkan oleh manajer berdasarkan pendapatan per bulan yang dihasilkan oleh KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto.

b. Produk penyaluran dana (*Financing*)

1) Pembiayaan mudharabah

Diperuntukan untuk anggota yang menekuni usaha produktif dibidang industri perekonomian dengan presentase keuntungan yang menjanjikan namun membutuhkan modal dalam pelaksanaannya. KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto sebagai *shahibul mal* bekerja sama dengan *mudharib* (nasabah) untuk mendirikan usaha dengan perjanjian bagi hasil yang mana modal usaha tersebut 100% diberikan oleh *shahibul maal*. kemudian keuntungan yang diperoleh akan dibagi untuk kedua belah pihak. Presentase bagi hasil ini akan ditetapkan diawal sebagai kesepakatan bersama.

2) Produk pembiayaan murabahah

Seperti halnya koperasi syariah pada umumnya, KSPPS Hanada Quwais Sembada memiliki produk pembiayaan yang menjadi keunggulan dikalangan masyarakat, dan dianggap mampu memberikan kontribusi besar bagi masyarakat yang sedang memerlukan dana baik untuk kepentingan konsumtif maupun produktif.

Terdapat dua jenis pembiayaan murabahah dilembaga ini, yaitu pembiayaan murabahah tanpa wakalah dan pembiayaan murabahah bil wakalah.

3) Produk talangan

Produk ini merupakan jenis pembiayaan yang memberikan bantuan dengan tanpa mengharapkan imbalan apaun, biasanya hanya berlaku untuk anggota yang dalam keadaan mendesak dan segera membutuhkan dana. Dengan sistem yang sama dengan proses pinjam meminjam namun peminjam boleh memberikan imbalan jasa meskipun tidak diperjanjikan di awal.

2. Penempatan dana pada bank syariah

Penempatan dana pada lembaga keuangan syariah yaitu kegiatan penanaman dana pada lembaga keuangan lain, baik didalam maupun diluar negeri,

dalam bentuk (*interbank call money*), tabungan, deposito berjangka, ataupun bentuk lain dalam upaya mendapatkan penghasilan.

KSPPS Hanada Quwais Sembada KC. Purwokerto lebih berfokus menempatkan dananya dalam kegiatan pembiayaan di bidang usaha, sebab merupakan salah satu tujuan didirikannya lembaga ini adalah dalam upaya pemberdayaan masyarakat guna menciptakan suatu masyarakat yang produktif dan melek bisnis, sebagaimana data jumlah nasabah berikut. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka penempatan dana di KSPPS Hanada Quwais Sembada KC. Purwokerto menunjukkan hasil yang patuh terhadap prinsip syariah.

Dalam menyalurkan dananya KSPPS Hanada hanya memberikan kepada usaha yang sesuai dengan ketentuan syariah dan merupakan suatu pantangan bagi KSPPS Hanada untuk berinvestasi atau berkontribusi dalam usaha/bisnis yang bertentangan dengan prinsip syariah. Untuk menjaga kesyariahnya seluruh transaksi keuangan yang dilakukan, termasuk mengenai laporan dana pada kegiatan pembiayaan selalu tercatat dalam laporan keuangannya yang mengacu pada standar akuntansi syariah PSAK Syariah, antara lain:

- a. Laporan Posisi Keuangan
- b. Laporan Laba Rugi
- c. Laporan Arus Kas
- d. Laporan Perubahan Ekuitas
- e. Laporan Sumber dana
- f. Laporan Penggunaan dana ZIS
- g. Laporan penggunaan dana kebajikan

Seluruh laporan ini akan dilaporkan kepada ketua pengurus dan diperiksa oleh Dewan Pengawas Syariah mengenai kinerja dan kesesuaiannya dengan aturan dan standar akuntansi PSAK Syariah.

3. Keberadaan Dewan Pengawas Syariah

KSPPS Hanada Quwais Sembada memiliki lembaga pengawas yaitu Dewan Pengawas Syariah yang memiliki tugas untuk mamantau seluruh aktivitas operasional lembaga agar sesuai dengan prinsip dan ketentuan syariah. Dewan Pengawas Syariah di lembaga ini beranggotakan 2 orang, yaitu bapak Mantaraga

Eman Surya, Lc., M.A dan bapak Chusnan. Anggota Dewan Pengawas Syariah diangkat serta dipilih melalui rapat anggota. Hasil ini sesuai dengan Peraturan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Nomor 11 Tahun 2017 yang mengatur bahwa setiap Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) dan Unit Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (USPPS) wajib memiliki Dewan Pengawas Syariah yang minimal beranggotakan 2 orang. Dengan ini, keberadaan Dewan Pengawas Syariah di KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto menunjukkan hasil yang patuh terhadap prinsip syariah.

B. Inovasi Pengembangan Produk Koperasi Syariah dalam Bentuk Simpanan di KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto

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

Pengetahuan nasabah KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto dikatakan masih rendah karena kebanyakan nasabah KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto berasal dari pedagang yang mana tingkat pengetahuan, pendidikan, usia, pengalaman, pekerjaan masih sangat minim. Masyarakat yang sudah bergabung di KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto cuma menganggap bank syariah hanya sekedar untuk menabung padahal di KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto banyak sekali produk-produk yang lain. Nasabah kebanyakan tidak mengetahui kalau KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto selalu melakukan perubahan-perubahan atau melakukan inovasi produk, staff karyawan khususnya tim marketing selalu melakukan penawaran dan *mengfollow up* setiap ada produk baru namun nasabah masih kurang memahami berbagai produk yang ada di KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto, karena mereka beranggapan kalau semuanya itu sama saja bahkan

ada yang beranggapan koperasi syariah sama saja dengan koperasi konvensional. Dari hasil observasi maka dapat dikatakan bahwa pemahaman nasabah tentang koperasi syariah dan inovasi produk dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu: Usia, pengalaman, intelegensi, pendidikan, pekerjaan, sosial budaya dan ekonomi, lingkungan, informasi.

Berdasarkan hasil wawancara kepada Tri Damayanti mengatakan :

“Strategi yang dilakukan biasanya dengan jemput bola, dan tanpa pemungutan biaya kalo koperasi lain biasanya ada yang pakai ongkir sedangkan hanada tidak dikenakan ongkir, dan nasabah terkadang tidak suka dengan adanya ongkir, dengan sistem bagi hasil nanti dalam bentuk SHU, SHU dapat berupa uang atau barang sesuai dengan permintaan nasabah yang sesuai dengan SHU yang di dapat, dan memsocialisasikan agar produk yang ada tetap eksis sesuai dengan kebutuhan nasabah, mengfollow up memsocialisasikan produk hanada karena masih banyak yang belum memahami produk koperasi syariah karena ada beberapa faktor”(Wawancara, 19 Mei 2023).

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 koperasi 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 koperasi syariah khususnya di KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto. Selain literasi atau pengetahuan tentang bank syariah nasabah juga harus mengetahui produk-produk yang ada di koperasi syariah tersebut agar dapat bergabung dengan koperasi syariah. Produk-produk yang ada di koperasi syariah mempunyai keselarasan atau penyeragaman produk di seluruh koperasi syariah maupun di perbankan syariah di Indonesia. Hanya saja variasi produk, kemudahan akses dan pendekatan terhadap nasabah yang berbeda antara koperasi syariah dan perbankan syariah di Indonesia. Salah satu cara yang dilakukan KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto 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 kesyariahnya masyarakat akan

lebih paham. Meskipun dalam proses penawaran banyak nasabah yang beranggapan bahwa produknya sama saja ataupun membandingkan dengan produk koperasi syariah atau bank syariah yang lain, namun staff karyawan KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto tetap selalu eksis dalam menawarkan produk ditengah persaingan yang sangat banyak (Tri Damayanti, wawancara, 19 Mei 2023).

Pada dasarnya perusahaan menetapkan strategi melalui penyesuaian kemampuan perusahaan dengan peluang yang ada dalam perusahaan. Kemampuan di KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto yaitu menyesuaikan produk yang ada dengan kebutuhan masyarakat sekarang dengan melakukan beberapa inovasi produk.

Inovasi produk menjadi kunci koperasi syariah untuk lebih berkembang dengan cepat sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Dalam memenuhi kebutuhan masyarakat KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto 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 pendukung untuk melakukan inovasi produk pada KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto adalah faktor kebutuhan. Melihat kebutuhan masyarakat yang terus menerus berubah ini KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto berupaya untuk mengambil perhatian masyarakat dengan tetap menggunakan jasa yang ada di KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto agar produk yang ada tetap laku. Selain tetap menggunakan produk yang ada, KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto juga menambah dan menawarkan produk-produk yang baru yang dapat menambah jumlah simpanan nasabah pada KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto.

Sesuai dengan hasil wawancara kepada Tri Damayanti mengatakan :

“Staff Marketing selalu memfollow up nasabah dan dari pihak KSPPS Hanada juga selalu memberi informasi terkait dengan perubahan-perubahan inovasi produk agar nasabah tidak bosan dengan produk yang itu-itu saja, kita juga melakukan inovasi produk sesuai dengan kebutuhan masyarakat atau nasabah

sehingga nasabah lebih tertarik untuk menabung sehingga dapat meningkatkan simpanan nasabah di kspps hanada Quwais sembada, serta kita perbarui juga dengan sistem' lain nya agar transaksi dapat berjalan dengan lebih memudahkan nasabah untuk menabung” (Wawancara, 19 Mei 2023).

Inovasi produk yang ada di KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto adalah: Hanabung, Hanada Tabungan Berkah (memberikan *reward*, seperti SHU dan SHU dapat berupa uang atau barang sesuai dengan permintaan nasabah dan sesuai SHU yang di dapat, Hanajah Hanada Tabungan Hajatan/Walimah, Hanaban Hanada Qurban, Hanakaro Hanada Simpanan Berjangka Mudharabah, Hanapensi Hanada Pensiun, Hanadikan Hanada Pendidikan, Hanajiro, Hanada Haji/Umroh (telah melakukan pengembangan inovasi yaitu dengan melakukan riset untuk meningkatkan produk simpanan Hanajiro dan telah bekerja sama dengan biro haji/umroh khusus secara langsung. Produk simpanan Hanajiro bukan hanya menabung untuk haji atau umroh saja tetapi juga dapat melakukan pembiayaan untuk melakukan ibadah haji/umroh dan dapat berangkat haji dengan lebih cepat). Selain itu ada juga beranekaragam pembiayaan, mulai dari jual beli, dan modal kerja. Semua produk tersebut mempunyai tujuan masing-masing, jadi bank dapat menjual produknya dan masyarakat dapat mengambil kemanfaatannya, dilakukan dengan cara mempertajam informasi penawaran kepada masyarakat dan setiap produk disebutkan juga tentang kelebihan-kelebihannya.

Berdasarkan hasil wawancara kepada Tri Damayanti mengatakan :

“Produk simpanan Hanajiro, simpanan Hanajiro sedang di kembangkan dengan pembiayaan yaitu produk simpanan Hanajiro dan telah bekerja sama dengan biro haji/umroh khusus secara langsung. Produk simpanan Hanajiro bukan hanya menabung untuk haji atau umroh saja tetapi juga dapat melakukan pembiayaan untuk melakukan ibadah haji/umroh dan dapat berangkat haji dengan lebih cepat” (Wawancara, 19 Mei 2023).

Berdasarkan data yang didapat di telah melakukan pengembangan inovasi yaitu dengan melakukan riset untuk meningkatkan produk simpanan Hanajiro dan telah bekerja sama dengan biro haji/umroh khusus secara langsung. Produk simpanan Hanajiro bukan hanya menabung untuk haji atau umroh saja tetapi juga dapat melakukan pembiayaan untuk melakukan ibadah haji/umroh,, pengembangan jumlah nasabah pertahunnya sangat mengalami peningkatan. Pada

tahun 2020 jumlah nasabah keseluruhan sebanyak 1031 nasabah, tahun 2021 sebanyak 1382 nasabah, tahun 2022 sebanyak 1681 nasabah. Jumlah nasabah yang paling banyak yaitu pada produk Hanabung (Hanada Tabungan Berkah) dikarenakan produk lama yang sudah ada beberapa inovasi, jadi sudah banyak yang bergabung pada produk tersebut, namun ada beberapa produk yang belum ada peminat dari nasabah di karenakan persaingan seperti simpanan Hanalin (Hanada Tabungan Bersalin), dikarenakan nasabah lebih memilih asuransi kesehatan pemerintah yaitu dengan KIS/BPJS kesehatan.

Sesuai dengan hasil wawancara kepada Rizal Faozi mengatakan :

“Produk yang kurang diminati ada produk Hanalin karena masyarakat lebih memilih menggunakan asuransi kesehatan dari pemerintah, seperti BPJS, KIS” (Wawancara, 19 Mei 2023).

Strategi yang dilakukan oleh KSPPS Hanada quwais Sembada KC Purwokerto untuk meningkatkan jumlah nasabah yaitu dengan melakukan inovasi produk. Sebelum melakukan inovasi produk, KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto melihat dari kebutuhan nasabah karena kebutuhan nasabah terus menerus mengalami perubahan. Inovasi produk tersebut selalu ditawarkan atau dipromosikan pada nasabah, paling tidak KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto tetap eksis dalam melakukan penawaran meskipun berada ditengah persaingan. Selain itu strategi yang dilakukan KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto adalah selalu mensosialisasikan setiap ada produk baru dan seluruh komponen bersinergi dengan baik dan kompak. Dengan adanya beberapa strategi yang dilakukan KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto maka ada perubahan dalam jumlah nasabahnya. Meskipun banyak persaingan tapi KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto tetap selalu melakukan inovasi-inovasi produk baik produk lama maupun menambah produk baru dengan tetap mempertahankan nasabah yang ada (Rizal Faozi, wawancara, 19 Mei 2023).

C. Dampak Inovasi Pengembangan Produk Terhadap Peningkatan Simpanan Nasabah.

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.

Berdasarkan dari hasil wawancara yang di lakukan kepada Rizal Faozi mengatakan :

“Dengan pengembangan inovasi tentu berdampak baik untuk meningkatkan simpanan nasabah sehingga jumlah nasabah pertahun nya selalu meningkat” (Wawancara, 19 Mei 2023).

Dengan inovasi pengembangan produk terhadap peningkatan simpanan nasabah tentu akan berdampak positif dan negatif, seperti :

1) Dampak positif :

Dengan adanya inovasi pengembangan produk maka nasabah lebih tertarik untuk bergabung atau melakukan simpanan, oleh karena itu dengan adanya inovasi produk baru dapat meningkatkan simpanan nasabah.

2) Dampak Negatif :

Dengan adanya inovasi pengembangan produk maka nasabah akan membandingkan produk mana yang lebih di minati oleh karena itu dapat berpengaruh terhadap tingkat persaingan antar lembaga keuangan syariah khusus nya pada koperasi syariah.

Dampak bagi KSPPS Hanada Quwais Sembada sendiri tentunya berdampak baik dengan adanya inovasi produk koperasi syariah khususnya produk simpanan yaitu dengan meningkatkan angka jumlah nasabah di KSPPS Hanada Quwais Sembada dapat di lihat dari kurun waktu 3 tahun dari tahun 2020 jumlah nasabah dan jumlah nominal simpanan nasabah pada bulan desember sebesar 1031

anggota dan nominal simpanan sebesar Rp. 145.799.146 sedangkan pada tahun 2022 pada Bulan Desember jumlah nasabah menjadi 1681 dengan nominal simpanan nasabah Rp. 393.322.231, maka dapat di lihat dari tahun 2020 sampai dengan tahun 2022 terjadi peningkatan bertambah sejumlah 650 nasabah dan nominal dana nasabah bertambah Rp. 247.523.085, dengan terjadi peningkatan simpanan nasabah melakukan inovasi produk simpanan berdampak baik bagi KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto.

Dampak dari inovasi pengembangan produk juga berdampak pada kepuasan nasabah untuk meningkatkan simpanan nasabah karena dengan melakukan inovasi pengembangan produk nasabah akan lebih tertarik untuk melakukan simpanan di KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto di tengah persaingan antar perbankan maupun koperasi baik berbasis syariah maupun konvensional, dengan pengembangan inovasi produk membuat nasabah tidak bosan terhadap produk yang monoton.

Sesuai dengan hasil wawancara kepada nasabah Sugiarti mengatakan:

“Saya lebih memilih menabung di KSPPS Hanada Quwais Sembada karena produk nya banyak dan kalau ada produk baru saya juga selalu dikasih info dan ditawarkan pengembangan produk baru nya dan sesuai dengan kebutuhan saya dan juga sesuai dengan syariah Islam” (Wawancara, 19 Mei 2023).

Selain membuat nasabah lebih tertarik dengan inovasi pengembangan produk baru, nasabah juga tertarik karena kemudahan dalam melakukan simpanan di KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto.

Berdasarkan hasil wawancara kepada nasabah Semiwati mengatakan:

“Saya tertarik karena selain produk simpanan nya banyak, mau menabung juga mudah, saya tidak perlu pergi ke kantor atau setor tunai untuk menabung, kalau mau menabung tinggal menghubungi Mas Rizal untuk mengambil setoran tabungan saya, bisa juga melalui *transfer*” (Wawancara, 19 Mei 2023).

BAB V

PENUTUP

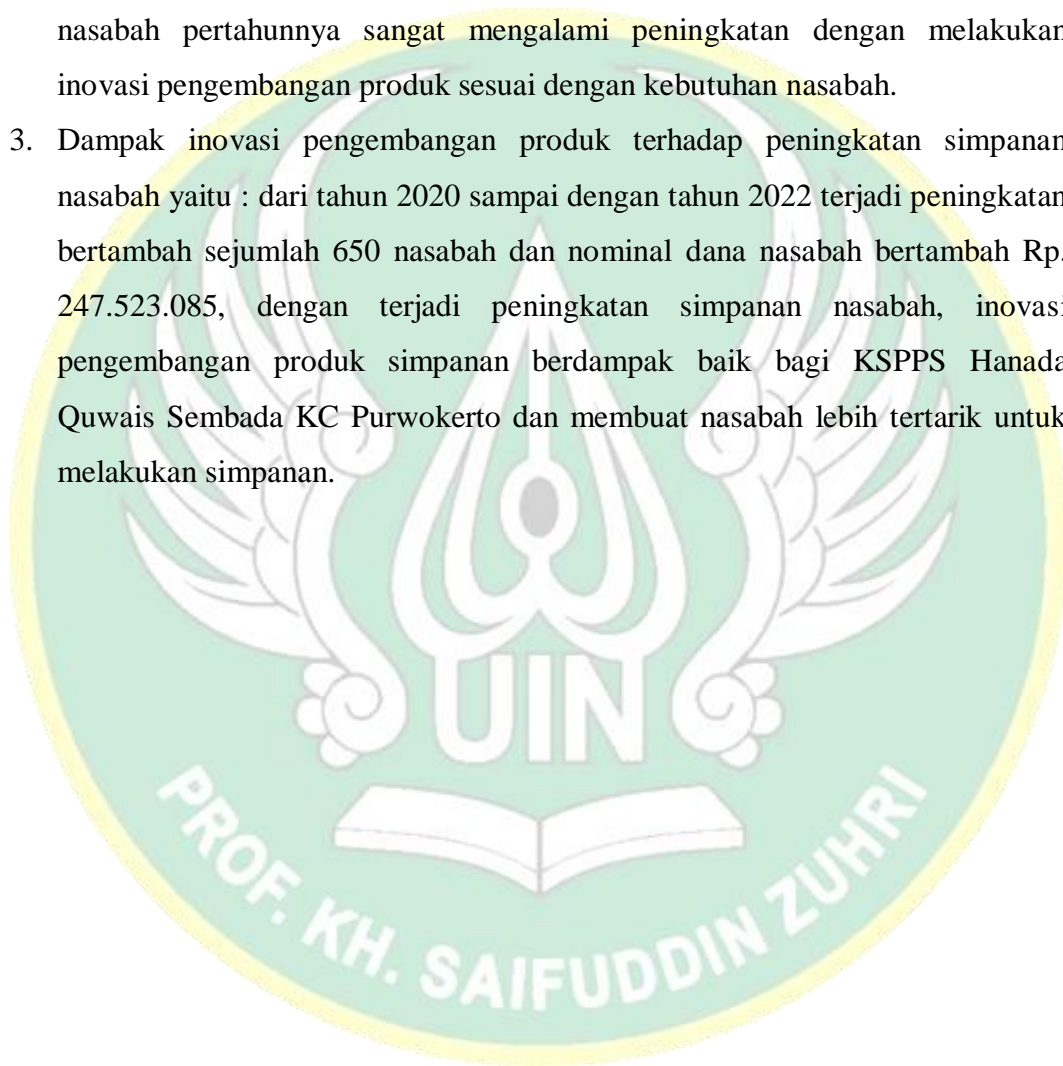
A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan melalui perbandingan antara teori dan praktek di KSPPS Hanada Quwais Sembada KC. Purwokerto maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi yang dilakukan oleh KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto untuk meningkatkan jumlah simpanan nasabah. Dengan melakukan inovasi produk. Sebelum melakukan inovasi produk, KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto melihat dari kebutuhan nasabah karena kebutuhan nasabah terus menerus mengalami perubahan. Inovasi produk tersebut selalu ditawarkan atau dipromosikan pada nasabah, paling tidak KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto tetap eksis dalam melakukan penawaran meskipun berada ditengah persaingan. Selain itu strategi yang dilakukan KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto adalah selalu mensosialisasikan dan menawarkan setiap ada produk baru dan seluruh komponen bersinergi dengan baik dan kompak. Dengan adanya beberapa strategi yang dilakukan KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto maka ada perubahan dalam jumlah nasabahnya. Meskipun banyak persaingan tapi KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto tetap selalu melakukan inovasi-inovasi produk baik produk lama maupun menambah produk baru dengan tetap mempertahankan nasabah yang ada.
2. Inovasi pengembangan produk yang di lakukan KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto untuk meningkatkan jumlah simpanan yaitu telah melakukan inovasi pada produk Hanajiro. Produk Hanajiro sudah ada sejak awal berdirinya KSPPS Hanada Quwais Sembada lalu pada Tahun 2022 telah dilakukan pengembangan yaitu nasabah harus melakukan transaksi simpanan terlebih dahulu atau membuka rekening tabungan terlebih dahulu. Produk Hanajiro berinovasi dengan sistem pembiayaan namun dengan minimal 20 juta. Sehingga dapat membantu nasabah untuk melakukan ibadah haji/umroh dengan lebih cepat dibandingkan harus menabung terlebih dahulu dengan

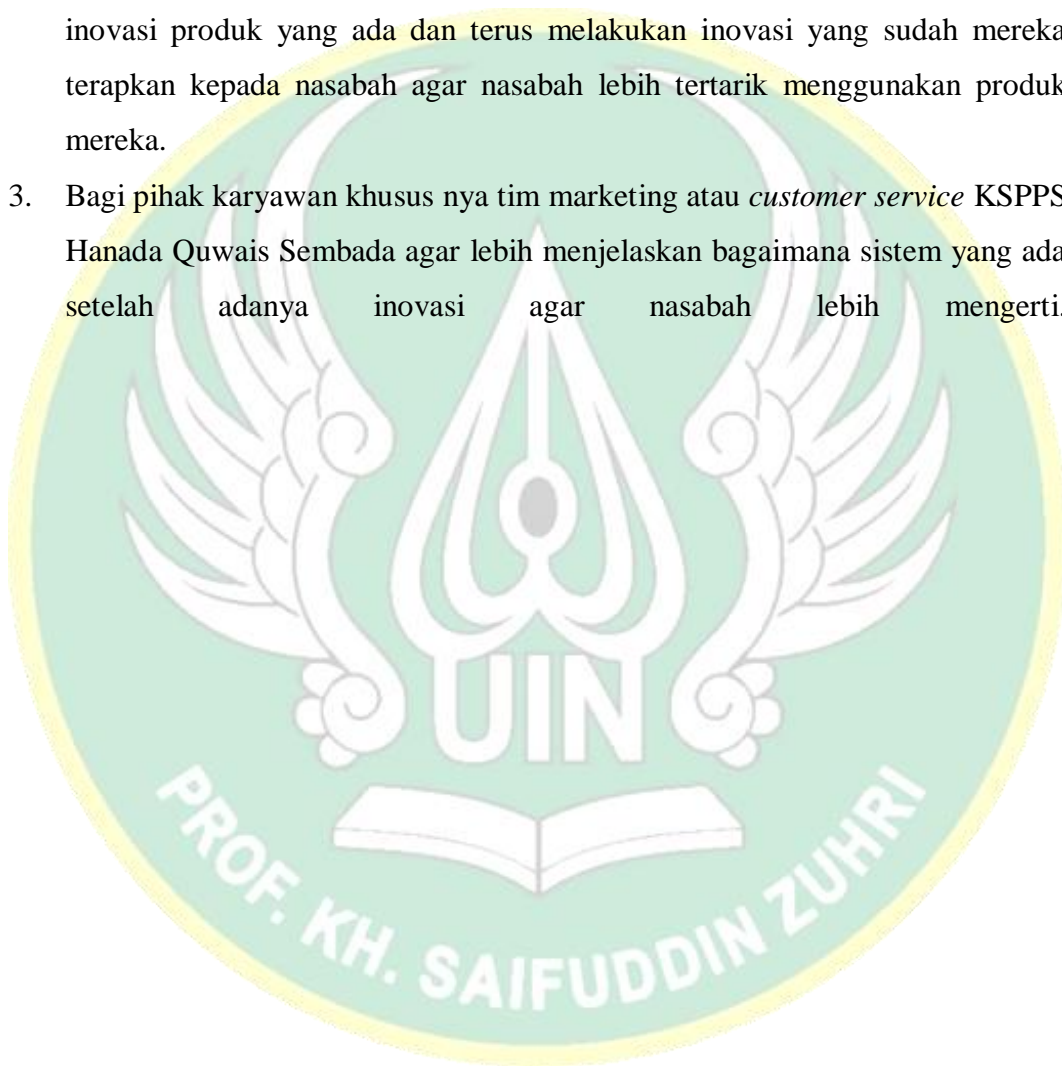
jangka waktu yang cukup lama dan baru mendapatkan nomor urut pemberangkatan haji. Bukan hanya produk Hanajiro saja tetapi pada SHU juga telah melakukan inovasi pengembangan yaitu pada awalnya SHU hanya berupa uang saja namun sekarang nasabah sudah dapat menentukan pilihan mau berupa barang atau uang sesuai dengan SHU yang di dapatkan, SHU di dapatkan pada setiap akhir tahun, oleh karena itu pengembangan jumlah nasabah pertahunnya sangat mengalami peningkatan dengan melakukan inovasi pengembangan produk sesuai dengan kebutuhan nasabah.

3. Dampak inovasi pengembangan produk terhadap peningkatan simpanan nasabah yaitu : dari tahun 2020 sampai dengan tahun 2022 terjadi peningkatan bertambah sejumlah 650 nasabah dan nominal dana nasabah bertambah Rp. 247.523.085, dengan terjadi peningkatan simpanan nasabah, inovasi pengembangan produk simpanan berdampak baik bagi KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto dan membuat nasabah lebih tertarik untuk melakukan simpanan.



B. Saran

1. Bagi peneliti selanjutnya meneliti tentang permasalahan lain atau mengembangkan penelitian yang berhubungan dengan inovasi produk koperasi syariah atau inovasi di lembaga keuangan syariah dengan lebih *spesifik* lagi.
2. Bagi Pihak KSPPS Hanada Quwais Sembada agar bisa mempertahankan inovasi produk yang ada dan terus melakukan inovasi yang sudah mereka terapkan kepada nasabah agar nasabah lebih tertarik menggunakan produk mereka.
3. Bagi pihak karyawan khususnya tim marketing atau *customer service* KSPPS Hanada Quwais Sembada agar lebih menjelaskan bagaimana sistem yang ada setelah adanya inovasi agar nasabah lebih mengerti.



DAFTAR PUSTAKA

- Anggita, Ratri Rizki. 2018. "Strategi Pemasaran Tabungan si-Amin di PT. BPRS Formes Yogyakarta". Tugas Akhir. Program Studi Manajemen Perbankan Syariah IAIN Purwokerto. Purwokerto: IAIN Purwokerto
- Anna Siti Sundari. 2018. "Implementasi strategi pemasaran sebagai upaya meningkatkan jumlah anggota produk hanabung Di bmt hanada quwais sembada kalisalak kebasen, banyumas". Tugas Akhir. Program Studi Manajemen Perbankan Syariah IAIN Purwokerto. Purwokerto: IAIN Purwokerto
- Akanji, O.O. 2007. "Microfinance as a Strategy for Poverty Reduction." CBN Economic and Financial Review 39 (4).
- Alma Bukhori . 2017. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran jasa. Bandung: Alfabeta.
- Endah, E. (2020). Penelitian Kuantitatif Metode dan Alat Analisis. Yogyakarta: Gosyen Publishing.
- Fika, NY. (2020) "Ini PR Koperasi Syariah di Indonesia" di akses 11 Desember 2020.
- iska, s. (2014). Sistem perbankan syariah di indonesia dalam perspektif fikih ekonomi. Yogyakarta: fajar media press.
- Kasmir. (2002). Dasar – Dasar Perbankan. PT Raja Grafindo Persada
- Kholifah, Alif. 2015. "Penyajian Laporan Sumber dan Penggunaan Dana Kebajikan KJKS BMT Mandiri Sejahtera Gresik berdasarkan PSAK No. 101". Jurnal Akuntansi Integratif Vol. 1 No. 1
- Muhammad, Model Model Akad di Bank Syariah, Yogyakarta: UII Press, 2011.
- Nawawi, Hadari, Penelitian Terapan, Yogyakarta: Gajah Mada Press, 1994.
- Nurul Ulyah. 2019. " Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Pada Masyarakat Kelurahan Benteng Kota Palopo". Tugas Akhir. Program Studi Perbankan Syariah IAIN Palopo. Palopo: IAIN Palopo.
- Peraturan Bank Indonesia No. 15/13/PBI/2013 tentang Perubahan atas Peraturan Bank Indonesia Nomor. 11/3/PBI/2009 tentang Bank Umum Syariah, pasal 1 ayat 15.
- Peraturan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor 11/PER/M.KUKM/IX/2015 tentang Petunjuk Pelaksanaan Pemupukan Modal Penyertaan pada Koperasi.

Peraturan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor 16/PER/M.KUKM/IX/2015 tentang Penyelenggaraan Rapat Anggota Koperasi.

Peraturan Deputi Bidang Pengawasan Kementerian Koperasi dan UKM Nomor: 07/Per/Dep.6/VI/2016.

Resfi Trijaya.2019. “ Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Minat Nasabag Pasa PT.BRI Syariah Kantor Cabang Bengkulu”. Tugas Akhir. Program Studi Perbankan Syariah IAIN Bengkulu. Bengkulu: IAIN Bengkulu.

Ridwan, Muhammad, Manajemen Baitul Mal wa Tamwil, Yogyakarta: UII Press, 2005.

Shalu Shakila Sharma Amandangi.2022. “ Analisis Proses Pengawasan *Sharia Compliance* Di KSPPS Hanada Quwais Sembada KC. Purwokerto”. Tugas Akhir. Program Studi Perbankan Syariah UIN Saizu Purwokerto. Purwokerto: UIN Saizu Purwokerto.

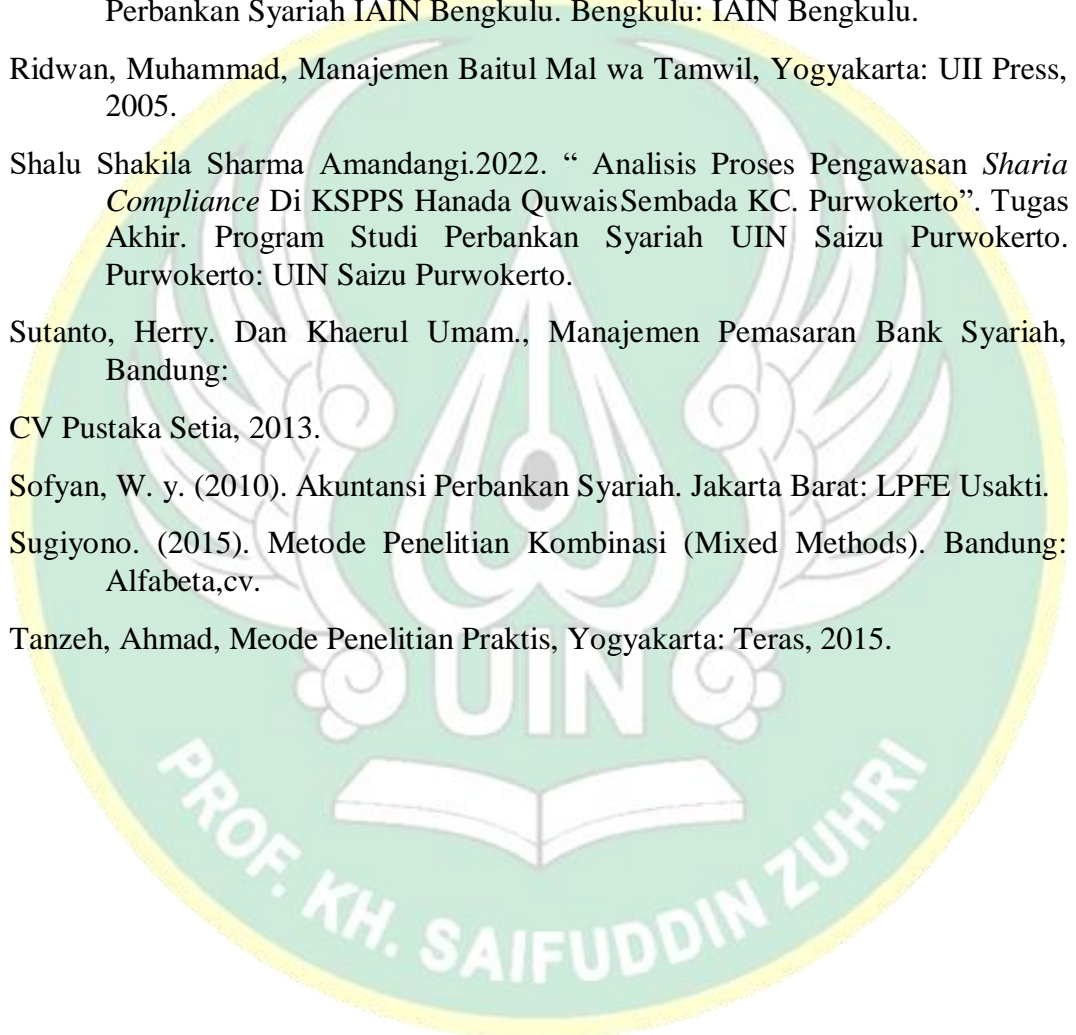
Sutanto, Herry. Dan Khaerul Umam., Manajemen Pemasaran Bank Syariah, Bandung:

CV Pustaka Setia, 2013.

Sofyan, W. y. (2010). Akuntansi Perbankan Syariah. Jakarta Barat: LPFE Usakti.

Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: Alfabeta,cv.

Tanzeh, Ahmad, Meode Penelitian Praktis, Yogyakarta: Teras, 2015.



LAMPIRAN – LAMPIRAN



Lampiran 1

Pedoman wawancara

A. Pedoman Wawancara

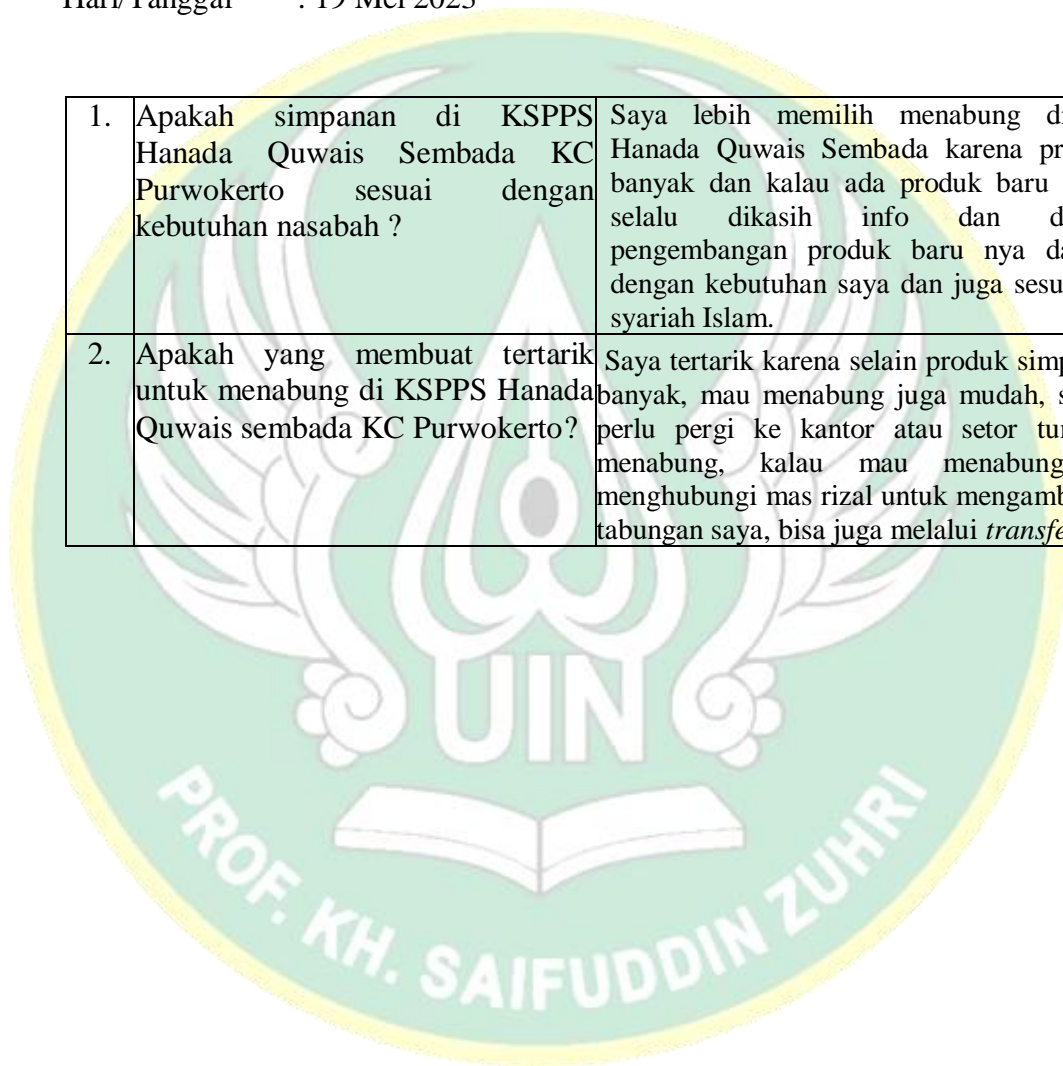
- a. Apakah yang membedakan KSPPS Hanada Quwais Sembada (koperasi syariah dengan Koperasi lain atau koperasi konvensional ?
- b. Apa saja strategi yang di gunakan KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto untuk menarik minat nasabah untuk meningkatkan simpanan nasabah ?
- c. Apa saja strategi yang di lakukan KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto dalam menentukan inovasi produk simpanan ?
- d. Apakah nasabah yang melakukan transaksi simpanan mendapatkan keuntungan/*reward* ?
- e. Bagaimana cara melakukan pendekatan dengan nasabah ?
- f. Produk simpanan apa saja yang paling di minati oleh nasabah ?
- g. Produk simpanan apa saja yang kurang di minati oleh nasabah ?
- h. Pengembangan inovasi produk apakah yang sedang di lakukan oleh KSPPS Hanada Quwais Sembada ?
- i. Bagaimana strategi inovasi pengembangan produk koperasi syariah dalam meningkatkan simpanan nasabah di KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto ?
- j. Bagaimana dampak pengembangan produk simpanan nasabah di KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto terhadap peningkatan simpanan nasabah ?
- k. Apakah yang membuat tertarik untuk menabung di KSPPS Hanada Quwais sembada KC Purwokerto ?
- l. Apakah simpanan di KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto sesuai dengan kebutuhan nasabah ?

Lampiran 2

Hasil Wawancara

- A. Wawancara dengan nasabah KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto
Informan : Semiwati dan Sugiarti
Jabatan : Nasabah
Hari/Tanggal : 19 Mei 2023

1.	Apakah simpanan di KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto sesuai dengan kebutuhan nasabah ?	Saya lebih memilih menabung di KSPPS Hanada Quwais Sembada karena produk nya banyak dan kalau ada produk baru saya juga selalu dikasih info dan ditawarkan pengembangan produk baru nya dan sesuai dengan kebutuhan saya dan juga sesuai dengan syariah Islam.
2.	Apakah yang membuat tertarik untuk menabung di KSPPS Hanada Quwais sembada KC Purwokerto?	Saya tertarik karena selain produk simpanan nya banyak, mau menabung juga mudah, saya tidak perlu pergi ke kantor atau setor tunai untuk menabung, kalau mau menabung tinggal menghubungi mas rizal untuk mengambil setoran tabungan saya, bisa juga melalui <i>transfer</i>



B. Wawancara dengan pihak KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto

Informan : Tri Damayanti S.E

Jabatan : Wakil *Manager*

Hari/Tanggal : 19 Mei 2023

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Apakah yang membedakan KSPPS Hanada Quwais Sembada (koperasi syariah dengan Koperasi lain atau koperasi konvensional ?	Pada koperasi syariah tidak sama dengan koperasi konvensional karena tidak membebankan bunga kepada nasabah melainkan menerapkan margin keuntungan dari pembelian barang dan KSPPS berperan sebagai penjual barang yang diinginkan oleh nasabah.
2.	Bagaimana dampak pengembangan produk simpanan nasabah di KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto terhadap peningkatan simpanan nasabah ?	Dengan pengembangan inovasi tentu berdampak baik untuk meningkatkan simpanan nasabah sehingga jumlah nasabah pertahun nya selalu meningkat.
3.	Apa saja strategi yang dilakukan KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto dalam menentukan inovasi produk simpanan ?	Strategi yang dilakukan biasanya dengan jemput bola, dan tanpa pemungutan biaya kalo koperasi lain biasanya ada yang pakai ongkir sedangkan hanada tidak dikenakan ongkir, dan nasabah terkadang tidak suka dengan adanya ongkir, dengan sistem bagi hasil nanti dalam bentuk SHU, SHU dapat berupa uang atau barang sesuai dengan permintaan nasabah yang sesuai dengan SHU yang di dapat, dan memsosialisasikan agar produk yang ada tetap eksis sesuai dengan kebutuhan nasabah.
4.	Apakah nasabah yang melakukan transaksi simpanan mendapatkan keuntungan/reward ?	Mendapatkan bagi hasil berupa SHU setiap tahun nya.
5.	Pengembangan inovasi produk apakah yang sedang dilakukan oleh KSPPS Hanada Quwais	Produk simpanan hanajiro, simpanan hanajiro sedang dikembangkan dengan pembiayaan yaitu produk simpanan

	Sembada ?	Hanajiro dan telah bekerja sama dengan biro haji/umroh khusus secara langsung. Produk simpanan Hanajiro bukan hanya menabung untuk haji atau umroh saja tetapi juga dapat melakukan pembiayaan untuk melakukan ibadah haji/umroh dan dapat berangkat haji dengan lebih cepat).
6.	Bagaimana strategi inovasi pengembangan produk koperasi syariah dalam meningkatkan simpanan nasabah di KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto ?	Staff Marketing selalu memfollow up nasabah dan dari pihak kspps hanada juga selalu memberi informasi terkait dengan perubahan-perubahan inovasi produk agar nasabah tidak bosan dengan produk yang itu-itu saja, kita juga melakukan inovasi produk sesuai dengan kebutuhan masyarakat atau nasabah sehingga nasabah lebih tertarik untuk menabung sehingga dapat meningkatkan simpanan nasabah di kspps hanada Quwais sembada, serta kita perbarui juga dengan sistem' lain nya agar transaksi dapat berjalan dengan lebih memudahkan nasabah untuk menabung.



C. Wawancara dengan pihak KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto

Informan : Rizal Faozi S.E

Jabatan : *Staff Marketing*

Hari/Tanggal : 19 Mei 2023

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Produk simpanan apa saja yang paling di minati oleh nasabah ?	Untuk produk simpanan yang paling di minati itu ada produk Hanabung, Hanabung itu Hanada tabungan berkah, dari produk Hanabung ini nasabah dapat mendapatkan <i>reward</i> SHU.
2.	Apa saja strategi yang di gunakan KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto untuk menarik minat nasabah untuk meningkatkan simpanan nasabah ?	Strategi yang di lakukan kita selalu memfollow up nasabah baik yang masih menabung secara rutin maupun yang sudah jarang menabung, kita selalu tanyakan kabar, melakukan pendekatan, dan memberi informasi terkait produk baru.
3.	Bagaimana cara melakukan pendekatan dengan nasabah ?	Dengan <i>follow up</i> dan tanya kabar serta pada saat bertemu utamakan ramah tamah kepada nasabah
4.	Produk simpanan apa saja yang kurang di minati oleh nasabah ?	Produk yang kurang di minati ada produk Hanalin karena masyarakat lebih memilih menggunakan asuransi kesehatan dari pemerintah, seperti BPJS, KIS.

Lampiran 3

Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian



**KOPERASI SIMPAN PINJAM PEMBIAYAAN SYARIAH (KSPPS)
HANADA QUWAI SEMBADA BANYUMAS KC. PURWOKERTO**

Jl. Veteran No. 5 Pasirmuncang, Purwokerto Barat, Banyumas Kode Pos 53137

Telp (+62)87720403322 Email : ksppshanada.pwt@gmail.com

SURAT KETERANGAN PENELITIAN
NO. 203/SKP/HQS.PWT/X/2022

Saya yang bertanda tangan di bawah ini adalah manager KSPPS Hanada Quwais Sembada KC. Purwokerto, menerangkan bahwa mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto :

Nama : Lusiana Nur Khasanah
NIM : 1817202113
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Islam
Program Studi : Perbankan Syariah

Benar-benar telah melakukan penelitian mulai tanggal 17 September 2022 hingga 15 November 2022 di KSPPS Hanada Quwais Sembada KC. Purwokerto untuk menyusun skripsi dengan judul **“STRATEGI INOVASI PENGEMBANGAN PRODUK KOPERASI SYARIAH DALAM MENINGKATKAN SIMPANAN NASABAH (Studi Kasus pada KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto)”**

Demikian surat keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Purwokerto, 26 Oktober 2022

KSPPS HANADA
Tri Damayanti, S.E.

Lampiran 4

Foto Dokumentasi Penelitian

DOKUMENTASI

Kantor KSPSS Hanada Quwais Sembada
KC Purwokerto.



Wawancara dengan wakil *Manager* dan *Staff Marketing*
KSPSS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto.



Lampiran 5

Brosur KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto



3. SYARAT-SYARAT SIMPANAN

- Menjadi anggota KSPPS Hanada
- Mengisi formulir pembukaan rekening
- Melampirkan fotocopy identitas (KTP)

4. PRODUK FINANCING

PEMBIAYAAN MUDHARABAH
Diperuntukan bagi anggota yang memiliki usaha produktif dengan tingkat keuntungan yang baik serta membutuhkan modal kerja.

PEMBIAYAAN MURABAHAH
KSPPS Hanada membantu anggota yang membutuhkan barang untuk keperluan dagang, kebutuhan rumah tangga dan produksi. Namun tidak memiliki dana yang cukup untuk membeli secara tunai.

PEMBIAYAAN TALANGAN

- Pembiayaan tanpa palmbalan
- Pinjaman untuk keperluan mendesak
- Kewajiban penjaminan sesuai pinjaman
- Pemegang diperbolehkan memberikan jasa tanpa diperjanjikan di awal

5. SYARAT-SYARAT PEMBIAYAAN

- Menjadi anggota KSPPS Hanada
- Mengisi formulir pengajuan pembiayaan
- Melampirkan fotocopy KTP suami/istri
- Melampirkan fotocopy Kartu Keluarga
- Melampirkan fotocopy Buku Nikah
- Melampirkan fotocopy agunan yang akan dijaminkan
- Bersedia disurvei



**KSPPS HANADA
AMANAH & BERKAH**
Alamat Kantor Pusat:
Desa Kalisalak RT/002 RW/007,
Kec. Kebasen Kab. Banyumas 53172
Telp/WA: 0855 4878 7222

Alamat Kantor Cabang:
Desa Pasir Muncang RT/002 RW/007
Kec. Purwokerto Barat
Telp/WA: **0817 8040 3322**






1. PRODUK LAYANAN

- HANABUNG: Tabungan Hanada
- HANAWISATA: Hanada Pariwisata dan Ziarah
- HANAJAH: Tabungan Hajatan/ Walimah
- HANADIKAN: Tabungan Pendidikan
- HANALIN: Simpanan Bersalin
- HANAPENSI: Simpanan Pensiun
- HANABAN: Hanada Qurban
- HANAKARO: Hanada Haji/ Umroh
- HANAKARO: Hanada Simpanan Berjangka Mudharabah
- PEMBIAYAAN

2. PRODUK SIMPANAN

HANABUNG (Hanada Tabungan Berkah)

- Mendapatkan bonus menarik
- Service antar jemput
- Amanah dan berkah
- Atas nama perorangan/ lembaga
- Sangat cocok untuk semua kalangan

HANAWISATA (Hanada Pariwisata dan Ziarah)
Produk yang dirancang bagi yang gemar berpetualang dan wisata religi

- Mendapatkan bonus menarik
- Service antar jemput untuk setiap kali setoran
- Penyetoran simpanan sesuai dengan kesepakatan paket HANAWISATA
- Dapat diambil ketika program selesai
- Mendapatkan bagi hasil yang berkah
- Dengan jangka waktu simpanan 1 tahun
- BMT Hanada menyediakan armada dan biro pariwisata bagi program HANAWISATA kolektif

HANADIKAN (Hanada Pendidikan)
Bagi Orang Tua yang Ingin Mewujudkan Impian Putrinya

- Service antar jemput untuk setiap kali setoran



b. Penyetoran simpanan sesuai dengan kesepakatan paket HANADIKAN

c. Dapat diambil ketika program selesai

HANAPENSI (Hanada Pensiun)
Untuk Masa Tua Lebih Tenang

- Service antar jemput setiap kali setoran
- Penyetoran simpanan sesuai dengan kesepakatan paket HANAPENSI
- Dapat diambil ketika program selesai. Dengan alternatif waktu minimal 5 tahun
- Dapat dijadikan jaminan pembiayaan

HANAKARO (Hanada Simpanan Berjangka Mudharabah)

- Dana aman
- Bagi hasil yang kompetitif
 - 3 bulan 70 : 30
 - 6 bulan 65 : 35
 - 12 bulan 60 : 40

HANAJAH (Hanada Tabung Hajatan/ Walimah)
Simpanan Menuju Masa Depan Penuh Dengan Impian

- Service antar jemput setiap kali setoran
- Penyetoran simpanan sesuai dengan kesepakatan program HANAJAH
- Dapat diambil ketika program selesai dengan minimal waktu 6 bulan



HANABAN (Hanada Qurban)
Semua Orang Bisa Qurban

- Service pelayanan pembagian hingga diantar
- Service jemput untuk setiap kali setoran
- Setoran awal Rp100.000 dan selanjutnya minimal Rp10.000
- Bisa pribadi atau kelompok
- Dapat disetorkan langsung atau diambil oleh petugas hanada

HANALIN (Hanada Bersalin)
Bagi Keluarga yang Mempersiapkan Persalinan

- Mendapatkan bonus menarik
- Service jemput untuk setiap kali setoran

HANAJIRO (Hanada Haji/ Umroh)
Produk yang dirancang untuk mewujudkan/ menyempurnakan rukun Islam

- Service jemput untuk setiap kali setoran

Caramya:

- Membuka simpanan Hanajiro
- Setoran awal Rp.500.000

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama : Lusiana Nur Khasanah
2. NIM : 1817202113
3. Tempat, Tanggal Lahir : Banyumas, 21 November 2000
4. Alamat : Jl. Turmudi RT 002/002
Kecamatan Sokaraja, Kabupaten
Banyumas, Jawa Tengah
5. E-mail : lusiananurkhasanah01@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
 - a. SD/MI, tahun lulus : SD Negeri Sokaraja Lor, 2012
 - b. SMP/MTS, tahun lulus : SMP Muhammadiyah Sokaraja, 2015
 - c. SMA/MA, tahun lulus : MAN 2 Purwokerto, 2018
2. Pendidikan Non Formal : -

Purwokerto, 04 Juli 2023



Lusiana Nur khasanah