

**STRATEGI INOVASI PRODUK  
PT BPRS BINA AMANAH Satria PURWOKERTO  
DALAM MENINGKATKAN MINAT NASABAH MENABUNG**



**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto  
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi (S.E)

**Oleh:**  
**FITA UMAROH**  
**NIM. 1522202056**

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PURWOKERTO  
2019**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Persaingan dalam dunia perbankan saat ini sudah sangat ketat dan era pasar bebas sudah mulai, maka perencanaan yang matang dan profesional menjadi suatu hal yang mutlak perlu dilakukan oleh perbankan Indonesia. Adanya UU No.23/1999, membuka peluang luas kepada bank konvensional untuk konversi ke unit-unit usaha sistem syariah.

Karakteristik sistem perbankan syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah memberikan alternatif sistem perbankan yang saling menguntungkan bagi masyarakat dan bank, serta menonjolkan aspek keadilan dalam bertransaksi, investasi yang beretika, mengedepankan nilai-nilai kebersamaan dan persaudaraan dalam berproduksi, dan menghindari kegiatan spekulatif dalam bertransaksi keuangan. Dengan menyediakan beragam produk serta layanan jasa perbankan yang beragam dengan skema keuangan yang lebih bervariasi, perbankan syariah menjadi alternatif sistem perbankan yang kredibel dan dapat dinikmati oleh seluruh golongan masyarakat Indonesia tanpa terkecuali.<sup>1</sup>

Pengembangan perbankan syariah diarahkan untuk memberikan kemaslahatan terbesar bagi masyarakat dan berkontribusi secara optimal bagi perekonomian nasional. Oleh karena itu, maka arah pengembangan perbankan syariah nasional selalu mengacu kepada rencana-rencana strategis lainnya, seperti Arsitektur Perbankan Indonesia (API), Arsitektur Sistem Keuangan Indonesia (ASKI), serta Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) dan Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RPJPN). Dengan demikian upaya pengembangan perbankan syariah merupakan bagian

---

<sup>1</sup> Bank syariah , <https://ojk.go.id/id/kanal/perbankan/Pages/Bank-Syariah.aspx> , diunduh sabtu 12 januari 2019 pukul 07.33.

dan kegiatan yang mendukung pencapaian rencana strategis dalam skala yang lebih besar pada tingkat nasional.<sup>2</sup>

Dalam jangka pendek, perbankan syariah nasional lebih diarahkan pada pelayanan pasar domestik yang potensinya masih sangat besar. Dengan kata lain, perbankan syariah nasional harus sanggup untuk menjadi pemain domestik akan tetapi memiliki kualitas layanan dan kinerja yang bertaraf internasional.<sup>3</sup>

**Tabel 1.1 Perkembangan BPRS di Indonesia Tahun 2015-2018**

<b>Bank Perkreditan Rakyat Syariah</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Jumlah Bank	163	166	167	168
Jumlah Kantor	446	453	441	466

Sumber data : Statistik Perbankan Syariah, November 2018

Data diatas menunjukkan bahwa perkembangan tahun 2015 secara total jumlah bank dari 163 bertambah 5 buah, jumlah kantor bertambah jadi ada 20 buah. Perbankan syariah di Indonesia sudah sangat baik, hal ini harus diimbangi dengan peningkatan kualitas sumber daya manusia yang memadai, sehingga perbankan syariah dapat menjalankan tugasnya dengan sebaik mungkin berdasarkan syariah-syariah Islam. Hal ini mengakibatkan persaingan pada bank syariah meningkat tajam. Tampaknya persaingan dalam bisnis perbankan syariah semakin ketat. Hal ini tidak hanya terlihat dari berbagai macam produk atau bisa dikatakan sebagai perang produk yang diberikan kepada nasabah tetapi juga pelayanan yang semakin diunggulkan disetiap banknya.

Pemerintah ikut membantu dalam perkembangan perbankan syariah. Dengan membuat program penguatan untuk kemajuan perbankan syariah. Penguatan Badan Kredit Desa (BKD) melalui peningkatan kompetensi pengurus BKD. Program penguatan ini ditujukan untuk mendorong SDM BKD agar lebih aktif dalam melayani masyarakat pedesaan

<sup>2</sup> Bank syariah , <https://ojk.go.id/id/kanal/perbankan/Pages/Bank-Syariah.aspx> , diunduh sabtu 12 januari 2019 pukul 07.33

<sup>3</sup> Bank syariah , <https://ojk.go.id/id/kanal/perbankan/Pages/Bank-Syariah.aspx> , diunduh sabtu 12 januari 2019 pukul 07.33

khususnya yang memiliki keterbatasan akses kepada perbankan. Pada tahun 2010 telah dilakukan pelatihan di delapan daerah yaitu: Malang, Kediri, Surabaya, Semarang, Salatiga, Yogyakarta, Purwokerto dan Cirebon, dan pelatihan tersebut mendapat respon yang positif dari para peserta 2011 ke depan. Mengingat terbatasnya SDM yang dapat diberikan pelatihan maka dalam rangka perluasan cakupan pelatihan, BI menginisiasi *Training for Trainers* kepada pengurus BKD untuk dipersiapkan melatih SDM BKD lain di wilayahnya.<sup>4</sup>

Hal ini menuntut untuk setiap bank memunculkan inovasi yang lebih lagi untuk menarik nasabah-nasabah baru maupun nasabah yang lama untuk tetap bergabung bersama mereka. Keberagaman produk dan jasa sebagai ciri khas bank syariah. Bank syariah perlu terus melakukan inovasi produk dan dapat mengeksplorasi kekayaan keuangan yang variatif dan sekaligus bisa menunjukkan perbedaan dengan bank lain.

Begitu juga inovasi produk yang menjadi kunci perbankan syariah untuk lebih bermanfaat, kompetitif dan lebih berkembang dengan cepat sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Inovasi produk harus menjadi strategi prioritas bagi bank-bank syariah, karena inovasi memiliki peran penting dalam merambah dan menguasai pasar yang selalu berubah. Untuk itu, industri perbankan syariah dituntut melakukan pengembangan, kreatifitas dan inovasi-inovasi produk baru. Keberhasilan sistem perbankan syariah di masa depan akan banyak tergantung kepada kemampuan bank-bank syariah menyajikan produk-produk yang menarik, kompetitif dan memberikan kemudahan transaksi, sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan industri pasar.

Inovasi merupakan suatu mekanisme perusahaan untuk beradaptasi dengan lingkungan yang dinamis. Oleh sebab itu perusahaan dituntut untuk mampu menciptakan pemikiran-pemikiran baru, gagasan-gagasan baru dengan menawarkan produk yang inovatif serta peningkatan pelayanan yang dapat

---

<sup>4</sup>Booklet Perbankan Indonesia

[https://www.ojk.go.id/Files/201401/BookletPerbankanIndonesia2011\\_1390364364.pdf#search=bookletperbankanindonesia2011](https://www.ojk.go.id/Files/201401/BookletPerbankanIndonesia2011_1390364364.pdf#search=bookletperbankanindonesia2011) , diunduh 31 Januari 2019 Pukul 09.56.

memuaskan pelanggan.<sup>5</sup> Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan termasuk benda, jasa, organisasi, tempat, orang dan ide. Philip Kotler mendefinisikan produk sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memuaskan suatu kebutuhan dan keinginan.<sup>6</sup>

Konsep inovasi jasa pertama kali dibahas oleh Miles pada tahun 1993 dan telah dikembangkan dalam dua dekade terakhir. Berikut merupakan konsep inovasi jasa yang dikemukakan oleh Miles:<sup>7</sup>

1. Inovasi dalam pelayanan, misalnya dalam produk. Produk jasa baru atau peningkatan produk jasa (komoditas atau pelayanan publik) serung kali dibedakan dengan “inovasi teknologi”, meskipun produk jasa dapat memiliki elemen teknologi. Inovasi jasa terkait erat dengan desain layanan dan “pengembangan layanan baru”
2. Inovasi dalam proses, yaitu cara-cara baru atau peningkatan dalam proses merancang dan memproduksi jasa. Ini termasuk inovasi dalam sistem pelayanan, meskipun sering dianggap bukan sebagai inovasi produk jasa. Inovasi semacam ini mungkin berbasis teknologi, teknik atau keahlian atau organisasi kerja (misalnya restrukturisasi kerja antara para profesional)
3. Inovasi dalam perusahaan jasa, organisasi dan industri. Meliputi inovasi organisasi, produk jasa, proses inovasi, dan pengelolaan proses inovasi dalam organisasi.

Dunia perbankan memanfaatkan kemajuan teknologi, khususnya pengoptimalan peranan lembaga keuangan, baik lembaga keuangan bank maupun lembaga keuangan non bank. Peranan teknologi dalam pengembangan dan penyediaan produk baru, bahkan fasilitas-fasilitas jasa perbankan sangat signifikan. Para pengguna jasa perbankan dimanjakan dengan fasilitas-fasilitas yang memudahkan mereka untuk melakukan

---

<sup>5</sup> RatnaKusumawati 2010, *Pengaruh Karakteristik Pimpinan Dan Inovasi Produk Baru Terhadap Kinerja Perusahaan Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Berkelanjutan*, Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, Vol. 5 No. 9 diakses 6 februari 2019, pukul 08.43.

<sup>6</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : Erlangga, 2009), Jilid 2, Ed.13. Hlm.4.

<sup>7</sup> Wawan Dhewanto, dkk, *Managemen Inovasi –Peluang Sukses Menghadapi Perubahan*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014), hlm 70.

transaksi-transaksi perbankan. Transaksi perbankan pada bank di Indonesia sebelum berkembangnya teknologi dilakukan dengan penulisan data, mengantri, kemudian dilanjutkan transaksi tatap muka antara nasabah dengan teller atau customer service. Proses ini sangat menyita waktu dan bahkan membuat nasabah tidak merasa nyaman, karena harus mengantri lebih lama. Namun dengan penggunaan teknologi yang canggih pada perbankan akan mengubah pola transaksi nasabah yang tadinya tidak merasa nyaman karena menyita banyak waktu dengan adanya perkembangan teknologi, menjadi pola transaksi yang berjalan secara efektif dan efisien.

Kondisi kemajuan teknologi diterapkan juga di BPRS Bina Amanah Satria, bank ini memunculkan layanan aplikasi transaksi lewat handphone yang bernama “kolektor”. Aplikasi ini mulai digunakan pada tahun 2015. Adanya aplikasi handphone ini karena perkembangan zaman dan semakin majunya teknologi. Aplikasi ini muncul pada tahun, BPRS Bina Amanah Satria mempunyai alat itu dengan membelinya. Aplikasi ini dibeli dan diuji coba lalu dilaporkan pada OJK. Setelah OJK menguji alatnya OJK mengizinkan alat tersebut digunakan dan bisa beroperasi. Untuk setiap harinya aplikasi ini diupdate oleh bagian operasional. Aplikasi ini bisa digunakan dengan menghubungkan handphone dengan print menggunakan bluetooth yang tersedia di handphone kolektor. Manfaat aplikasi “kolektor” ini memberikan layanan yang memudahkan penginputan dana setiap hari tanpa nasabah harus datang ke kantor. Petugas kolektor tabungan akan berkeliling mendatangi nasabah yang menabung setiap hari, sehingga ketika nasabah sedang melakukan aktivitas usaha tidak usah takut meninggalkan usaha yang sedang dijalankan. Manfaat untuk kolektornya itu sendiri dapat menyingkat waktu dan mempermudah sehingga tidak ditulis secara manual. Lebih praktis karna saldonya langsung diinput dan langsung tahu berapa nominalnya. Aplikasi ini digunakan untuk seluruh transaksi setoran prodak di Bina Amanah Satria kecuali untuk pembiayaan tidak memakai aplikasi ini. Aplikasi ini termasuk inovasi dari bank karena tabungan yang awalnya menggunakan manual sekarang sudah menggunakan alat itu. Dari adanya alat ini secara tidak

langsung menarik nasabah untuk bergabung dengan ketertarikan atas alat itu sehingga masyarakat lebih percaya untuk menyimpan uangnya di bank. Dan yang untuk nasabah lama memberikan kepercayaan tersendiri, karena uang yang ditabungnya aman disimpan karena langsung diinput dan mengetahui nominalnya karena diprint juga.<sup>8</sup>



Gambar 1.1 Tampilan Aplikasi “Kolektor”

Dari gambar 1.1 yang digunakan menu “setoran” dengan penggunaannya awalnya klik setoran lalu masukan nama nasabah atau rekening nasabah dan masukan nominalnya. Setelah disimpan lalu diprint lalu nominal yang tertera di struck sudah bertambah dan jumlahnya sudah diketahui.

<sup>8</sup> Hasil Wawancara Agus Selaku Kolektor BRPS Bina Amanah Satria Pada 31 Januari 2019 Pukul 17.30.

**Tabel 1.2 Data Nasabah Tabungan, Deposito Dan Pembiayaan  
BPRS Bina Amanah Satria Kantor Purwokerto  
Tahun 2015-2018**

Tahun	Tabungan		Deposito		Pembiayaan	
	$\Sigma$ Rekening	$\Sigma$ Nominal	$\Sigma$ Rekening	$\Sigma$ Nominal	$\Sigma$ Rekening	$\Sigma$ Nominal
2015	7.096	11.029.191	234	9.928.000	378	19.970.941
2016	8.532	12.431.020	218	12.556.400	351	18.492.201
2017	8.703	12.430.609	341	19.295.294	374	21.652.070
2018	9.081	15.071.589	350	19.629.003	436	21.209.046

Sumber data : Kurniati Pimpinan BPRS Bina Amanah Satria Purwokerto

Berdasarkan tabel diatas, data nasabah tabungan terlihat pada tahun 2015 ada 7.096 kemudian tahun 2016 ada 8.532 meningkat pada tahun 2017 menjadi 8.703 nasabah dan pada tahun 2018 meningkat menjadi 9.081 nasabah. Sedangkan pada data nasabah deposito tahun 2015 ada 234 menurun pada tahun 2016 menjadi 218 pada tahun 2017 terjadi peningkatan menjadi 341 dan pada tahun 2018 meningkat menjadi 350 nasabah. Pada pembiayaan pada tahun 2015 terdapat 378 nasabah tahun 2016 menurun menjadi 351 pada tahun 2017 meningkat menjadi 374 nasabah dan pada tahun 2018 meningkat menjadi 436 nasabah. Dari data tersebut produk yang yang nasabahnya meningkat dari tahun ke tahun adalah produk tabungan. Dari peningkatan jumlah nasabah dari tahun ketahun dapat diketahui bahwa peminatnya paling banyak diantara produk deposito dan pembiayaan. BPRS Bina Amanah Satria ini memiliki strategi tersendiri untuk meningkatkan minat nasabah menabung di bank. Strategi untuk tetap menjaga loyalitas dari nasabahnya agar nasabah merasakan puas dan tidak beralih ke pelayanan bank lain yang bisa memberikan fasilitas yang lebih baik. Serta mempunyai strategi yang berbeda dalam menetapkan cara untuk memberikan pelayanan yang lebih baik, dari segi variasi dan inovasi produk untuk menyesuaikan kebutuhan masyarakat maupun dari sisi pelayanan baik di kantor maupun pelayanan jemput bolanya yang disertakan dengan aplikasi handphone untuk transaksi.

Oleh karena itu, inovasi produk dapat dikatakan sebagai sumber penting bagi keunggulan kompetitif ketika perusahaan berusaha bersaing di wilayah-wilayah yang diciptakan oleh ciri-ciri perekonomian global. Dan salah satu strategi bank dalam meningkatkan minat nasabahnya untuk menabung. Dengan dasar pemikiran tersebut maka penulis tertarik untuk mencoba mengadakan penelitian guna mengetahui strategi inovasi apa yang digunakan bank untuk meningkatkan minat menabung dengan judul penelitian **“STRATEGI INOVASI PRODUK DALAM MENINGKATKAN MINAT NASABAH MENABUNG PT BPRS BINA AMANAH Satria Purwokerto”**.

## **B. Definisi Operasional**

### **1. Strategi**

Menurut Chandler strategi adalah alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya. Selain pendapat di atas strategi merupakan rencana atau tindakan yang menjabarkan alokasi sumber daya dan aktivitas lain untuk menanggapi lingkungan dan membantu organisasi mencapai sasarannya. Intinya strategi adalah pilihan untuk melakukan aktivitas yang berbeda atau untuk melakukan aktivitas dengan cara berbeda dari pesaingnya.<sup>9</sup> Strategi yang dimaksud strategi inovasi untuk meningkatkan minat nasabah menabung.

### **2. Inovasi produk**

Menurut Damanpour inovasi merupakan sebuah pengenalan peralatan, system, hukum, produk atau jasa, teknologi proses produksi yang baru, sebuah struktur atau system administrasi yang baru, atau program perencanaan baru yang untuk diadopsi sebuah organisasi.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> Freddy Rangkuti, *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*, (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2014) Hlm.3.

<sup>10</sup> Mohamad Soleh, Tesis : *Analisis Strategi Inovasi Dan Dampaknya Terhadap Kinerja Perusahaan Studi Kasus UKM Manufaktur Di Semarang* (Semarang : Universitas Diponegoro Semarang, 2008) hlm.34.

Inovasi produk yang dimaksud di BPRS Bina Amanah Satria Purwokerto ialah aplikasi “kolektor” yang digunakan untuk penginputan pada produk tabungan.

### 3. Minat Menabung

Menurut Prof. Dr. Iskandarwasid dan Dr. H. Dadang Sunendar, minat adalah perpaduan antara keinginan dan kemauan yang dapat berkembang. Minat merupakan salah satu faktor yang cukup penting dalam mempengaruhi preferensi nasabah dalam menabung. Terdapat tiga batasan minat yakni pertama, suatu sikap yang dapat mengikat perhatian seseorang ke arah objek tertentu secara selektif. Kedua, suatu perasaan bahwa aktivitas dan kegemaran terhadap objek tertentu sangat berharga bagi individu. Ketiga, sebagai bagian dari motivasi atau kesiapan yang membawa tingkah laku ke suatu arah atau tujuan tertentu.<sup>11</sup> Sedangkan menabung berarti menyimpan pendapatannya di bank dengan pengambilan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Minat menabung yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kondisi ketertarikan nasabah dalam menabung.

### 4. BPRS

BRPS adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayarannya. BPRS tidak dapat melaksanakan transaksi lalu lintas pembayaran atau transaksi dalam lalu lintas giral. Fungsi BPRS pada umumnya terbata pada hanya penghimpunan dana dan penyaluran dana.<sup>12</sup> Jadi BPRS yang di maksud disini adalah BPRS Bina Amanah Satria Purwokerto, yang berada di Jalan Pramuka No 124 Purwokerto, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah.

---

<sup>11</sup> Iskandarwasid & Dadang Sunendar, *Strategi Pembelajaran Bahasa*, (Bandung: Rosda, 2011), hlm. 113.

<sup>12</sup> Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2011) Hlm. 54.

### C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas maka rumusan masalah yang akan di teliti adalah bagaimana strategi inovasi produk PT BPRS Bina Amanah Satria dalam meningkatkan minat nasabah menabung?

### D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui strategi inovasi produk PT BPRS Bina Amanah Satria Purwokerto dalam meningkatkan minat nasabah menabung

### E. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini, diharapkan dapat bermanfaat sebagai berikut :

1. Secara teoritis, sebagai kontribusi pengetahuan dalam memeperkaya khazanah di perpustakaan IAIN Purwokerto pada umumnya dalam khususnya di perpustakaan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.
2. Secara praktis, diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran, motivasi evaluasi dan pertimbangan bagi para karyawan PT BPRS Bina Amanah Satria Purwokerto.

### F. Kajian Pustaka

Tabel 1.3 penelitian terdahulu yang relevan

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1	Skripsi: Dewisri Wulandari, 2017 Universitas Lampung	Pengaruh Inovasi Produk (Keuntungan Relatif, Kompatibilitas Dan Kompleksitas) Terhadap Niat Penggunaan <i>Mobile Banking Bri</i> (Studi Pada Agen	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel keuntungan relatif berpengaruh positif terhadap niat penggunaan <i>Mobile Banking BRI</i>	Persamaan : Sama sama membahas tentanf inovasi produk  Perbedaan :

		Lpg 3 Kg Di Bandar Lampung)		-Objek penelitiannya -metode analisis data -variabel
2	Skripsi : Riandar Fata Huda, 2011 UIN Syarifhidayatulloh Jakarta	Strategi Inovasi Produk PT. Bank Panin Syariah Tbk Dalam Meningkatkan Daya Saing Antar Sesama Bank Syariah Dan bank Konvensional	Hasil penelitian ini menunjukkan strategi yang dilakukan bank panin syariah dalam berinovasi adalah melakukan mirroring pada produk perbankan. Bank ini tidak menciptakan produk terluak banyak tetapi ditekankan pada men-delivered produknya tepat pasa masyarakat	Persamaan : Skripsi ini sama sama membahas tentang strategi inovasi produk di bank syariah  Perbedaan: -Objek penelitiannya - variabel nya penelitian ini meningkatkan daya saing sedangkan penelitian saya membahas tentang minat menabung
3	Jurnal : Abdul Pauji, Jurnal Ekonomi Islam Vol. 6 No. 2, September 2015	Strategi Pemasaran Funding Officer Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Di Bprs	Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah penerapan strategi pemasaran	-objeknya beda -variabelnya beda pada penelitian ini membahas

		Amanah Ummah	yang dilakukan oleh <i>funding officer</i> memberikan hasil yang baik, dari hasil yang dilakukan di lapangan, kepuasan, dan pelayanan yang baik, dan strategi <i>marketing mix</i> yang diterapkan berjalan sesuai dengan tujuan dan sasaran.	minat nasabah sedangkan penelitian yang terkait membahas tentang minat nasabah menabung
4	Jurnal : Tri Astuti , 2013 jurnal nominal	Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah	Hasil penelitian secara keseluruhan Persepsi Nasabah tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung Nasabah di BRI Cabang.	Persamaan : Membahas tentang minat menabung nasabah bank  Perbedaan: -metode penelitian Objek penelitian Variabel penelitian
5	Jurnal : Bari`ah Zaenal Abidin	Hubungan Antara Kualitas Layanan Bank Dengan Minat	Hasil penelitian ini Kondisi tersebut menunjukkan bahwa terdapat	Persamaan : Membahas

		Menabung Nasabah Pt Bri Kantor Cabang Ungaran.	hubungan positif antara kualitas layanan dengan minat menabung nasabah PT. BRI di Kantor Cabang Ungaran.	tentang minat nasabah menabung  Perbedaan: -metode penelitian -objek penelitian
--	--	--	--	---

## G. Kerangka Teori

### 1. Strategi Inovasi Produk

Dalam kamus besar Besar Bahasa Indonesia, strategi berarti rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Menurut Chandler, strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kegiatannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya. Sedangkan menurut Porter, strategi adalah alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing. Pakar strategi Hamel dan Prahalad mendefinisikan strategi yang terjemahannya sebagai berikut, strategi merupakan tindakan yang bersifat senantiasa meningkat dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian, strategi adalah dimulai dari apa yang dapat terjadi bukan dimulai dari apa yang terjadi. perusahaan perlu mencari kompetensi ini didalam bisnis yang dilakukan.<sup>13</sup>

Sedangkan pengertian Inovasi produk adalah gabungan dari berbagai macam proses yang saling mempengaruhi antara yang satu dengan yang lain. Produk baru berperan penting dalam meningkatkan

<sup>13</sup> Husein umar, *Desain Penelitian Manajemen Strategik*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2010), hlm.16-17.

profitabilitas perusahaan, sementara inovasi proses memainkan peran sebagai strategi dalam menekan biaya.<sup>14</sup>

Inovasi dapat diartikan sebagai “proses” atau “hasil” pengembangan atau pemanfaatan atau mobilisasi pengetahuan, ketrampilan (termasuk ketrampilan teknologis), dan pengalaman untuk menciptakan atau memperbaiki produk (barang atau jasa), proses atau sistem baru, yang memberikan nilai yang berarti atau secara signifikan (terutama ekonomi dan sosial).

Inovasi sebagai suatu “objek” juga memiliki arti sebagai suatu produk atau praktik baru yang tersedia bagi aplikasi, umumnya dalam suatu konteks komersial. Biasanya, beragam tingkat kebaruannya dapat dibedakan, tergantung pada konteks suatu inovasi dapat bersifat baru bagi suatu perusahaan (agen atau aktor), baru bagi pasar, negara atau daerah, atau baru secara global. Sementara itu, inovasi sebagai suatu “aktivitas” merupakan proses penciptaan inovasi, seringkali diidentifikasi dengan komersialisasi suatu inovasi. Istilah inovasi memang sering diidentifikasi secara berbeda, walaupun pada umumnya memiliki pemaknaan serupa inovasi dalam ilmu linguistik adalah munculnya kata-kata baru dan kata-kata warisan.<sup>15</sup>

Inovasi merupakan suatu mekanisme perusahaan untuk beradaptasi dengan lingkungan yang dinamis. Oleh sebab itu perusahaan dituntut untuk mampu menciptakan pemikiran-pemikiran baru, gagasan-gagasan baru dengan menawarkan produk yang inovatif serta peningkatan pelayanan yang dapat memuaskan pelanggan. Indikator inovasi dalam penelitian ini meliputi :

---

<sup>14</sup> Adelina Agnes Lopian, *Pengaruh Orientasi Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Pada PT BPR Prisma Dana Amurang*, jurnal 2016, diakses 6 february 2019 pukul 09.00.

<sup>15</sup> Riandar Fata Hudaya, *Strategi Inovasi Produk Pt Bank Panin Syariah Tbk Dalam Meningkatkan Daya Saing Antara Sesama Bank Syariah Dan Bank Konvensional*. Skripsi .(Jakarta : UIN Syarifhidayatullah, 2011)

a. Keunikan

Keunikan dalam membuat sebuah produk akan menjadi awal kelangsungan bisnis tersebut. Selanjutnya tinggal melakukan inovasi atau perbaikan yang tanpa henti untuk meningkatkan kualitas produk tersebut. Bila ini sudah dijalankan dijamin bisa mendapatkan margin keuntungan yang maksimal.

b. Kualitas

Kualitas yang lebih tinggi memungkinkan perusahaan meningkatkan kepuasan pelanggan, membuat produk laku terjual, dapat bersaing dengan pesaing, meningkatkan pangsa pasar dan volume penjualan, serta dapat dijual dengan harga yang lebih tinggi.

c. Multi Fungsi

Produk yang multifungsi menyebabkan perusahaan dapat mengurangi tingkat kesalahan, mengurangi pengerjaan kembali dan pemborosan, mengurangi pembayaran biaya garansi, mengurangi ketidakpuasan pelanggan, mengurangi inspeksi dan pengujian, mengurangi waktu pengiriman produk ke pasar, meningkatkan hasil (*yield*) dan kapasitas, dan memperbaiki kinerja penyampaian produk atau jasa.<sup>16</sup>

2. Minat Menabung

Minat merupakan motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Setiap minat akan memuaskan suatu kebutuhan. Dalam melakukan fungsinya kehendak itu berhubungan erat dengan pikiran dan perasaan. Pikiran mempunyai kecenderungan bergerak dalam sektor rasional analisis, sedang perasaan yang bersifat halus/tajam lebih mendambakan kebutuhan.

---

<sup>16</sup> Ratna Kusumawati, *Pengaruh Karakteristik Pimpinan dan Inovasi Produk Baru Terhadap Kinerja Perusahaan Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Berkelanjutan*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 5 No. 9, 2010, hlm.55 diunduh 14 februari 2019 pukul 11.46.

## H. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan

### 1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bersifat analisis deskriptif. Analisis deskriptif yaitu suatu metode yang digunakan terhadap data yang dikumpulkan, kemudian disusun, dijelaskan dan selanjutnya dianalisis. Metode deskriptif ini digunakan untuk menjelaskan bagaimana strategi-strategi PT BPRS Bina Amanah Satria Purwokerto dalam membuat sebuah inovasi produk dalam meningkatkan minat nasabah menabung.

### 2. Tempat dan Waktu Penelitian

- a. Tempat Penelitian : BPRS Bina Amanah Satria Purwokerto yang berada di Jln. Pramuka No. 124 Purwokerto
- b. Waktu Penelitian : Dari 31 Desember 2018 sampai dengan 31 Juli 2019

### 3. Sumber Data

Dalam penelitian ini ada dua jenis data yaitu :

#### a. Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data.<sup>17</sup> Data ini diperoleh dengan cara wawancara langsung kepada ibu Kurniawati sebagai (pimpinan pusat), bapak Agus sebagai (kolektor), bapak Sofyan sebagai kolektor, bapak Wahib sebagai marketing BPRS Bina Amanah Satria Purwokerto.

#### b. Data Sekunder

Sumber sekunder adalah sumber data tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari : majalah, internet dan surat kabar.

---

<sup>17</sup> Sugiono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* , (Alfabeta : Bandung ), hlm. 137.

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

Sesuai dengan permasalahan yang diangkat, maka dalam pengumpulan data ini, penulis menggunakan teknik penelitian Lapangan (*field Research*), data yang diperoleh dari PT. BPRS Bina Amanah Satria Purwokerto. Dengan metode ini penulis memperoleh data dan informasi tentang analisa strategi inovasi produk dalam meningkatkan minat nasabah menabung , dengan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

##### a. Observasi

Teknik observasi yaitu cara pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian.<sup>18</sup> Pada teknik ini penulis melakukan observasi secara langsung di BPRS Bina Amanah Satria Purwokerto.

##### b. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan melakukan interview pada satu atau beberapa orang yang bersangkutan. Dalam pengertian lain, wawancara merupakan cara untuk mengumpulkan data dengan mengadakan tatap muka secara langsung antara orang yang bertugas mengumpulkan data dengan orang yang menjadi sumber data orang atau objek penelitian.

##### c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah dilakukan dengan cara mengumpulkan data berdasarkan laporan yang di dapat dari pihak PT BPRS Bina Amanah Satria Purwokerto dan laporan lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

#### 5. Uji Keabsahan Data

Dalam pengecekan data peneliti menggunakan teknik pemeriksaan keabsahan data yaitu triangulasi. Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu.

---

<sup>18</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif...* Hlm.145

Triangulasi pada penelitian ini, peneliti gunakan sebagai pemeriksaan melalui sumber lainnya. Dalam pelaksanaannya peneliti melakukan pengecekan data yang berasal dari hasil wawancara dengan pimpinan, marketing, kolektor, dan nasabah BPRS Bina Amanah Satria Purwokerto. Lebih jauh lagi, hasil wawancara tersebut kemudian peneliti telaah lagi dengan hasil pengamatan yang peneliti lakukan selama masa penelitian untuk mengetahui strategi inovasi produk dalam meningkatkan minat nasabah menabung. Setelah keempat metode tersebut di atas terlaksana, maka data-data yang dibutuhkan akan terkumpul. Peneliti diharapkan untuk mengorganisasi dan mensistematisasi data agar siap dijadikan bahan analisis.

Triangulasi Teknik untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber data yang sama dengan teknik berbeda. Misalnya data diperoleh dengan wawancara, lalu di cek dengan observasi, dokumentasi, atau kuesioner. Bila dengan tiga teknik pengujian kredibilitas data tersebut, menghasilkan data yang berbeda-beda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan atau yang lain, untuk memastikan data mana yang dianggap benar. Atau mungkin semuanya benar, karena sudut pandangnya berbeda.<sup>19</sup>

#### 6. Teknik Analisa Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif analisis, yaitu penelitian yang menggambarkan suatu gejala data-data dan informasi yang berdasarkan fakta yang diperoleh dari lapangan. Kemudian penulis menggambarkan dan memaparkan analisis data tentang strategi inovasi produk BPRS Bina Amanah Satria dalam meningkatkan minat nasabah menabung yang kemudian diambil kesimpulan. Analisis data menggunakan analisis interaktif model Miles dan Huberman, mulai dari reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

---

<sup>19</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif...* hlm. 273

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dari hasil penelitian serta pembahasan dengan membandingkan teori dengan praktek di BPRS Bina Amanah Satria sebagaimana telah dijelaskan diatas, strategi inovasi produk BPRS Bina Amanah Satria Purwokerto menggunakan strategi dengan empat dimensi inovasi dalam meningkatkan minat nasabah menabung yaitu sebagai berikut:

1. Menciptakan sesuatu yang baru, dalam hal ini yang dilakukan oleh BPRS Bina Amanah Satria Purwokerto yaitu adanya inovasi yang dilakukan oleh BPRS Bina Amanah Satria Purwokerto dalam layanan jasa, yang dahulu menggunakan manual sekarang menciptakan sesuatu yang baru dengan adanya kemajuan teknologi merubah dengan adanya teknologi digital yang semakin berkembang. Baik dalam IT nya maupun dalam sistem pelayanannya.
2. Menghasilkan ide, metode dan alat bantu, dalam konteks ini pada BPRS Bina Amanah Satria terbentuk dari kebutuhan masyarakat terhadap kemudahan dalam pelayanan. Sehingga BPRS Bina Amanah Satria memunculkan produk baru berupa alat bantu pelayanan yang bernama aplikasi “kolektor” yaitu alat bantu berbentuk aplikasi handphone untuk memudahkan penginputan dana setiap hari tanpa nasabah harus datang ke kantor. Adanya alat bantu tersebut muncul dari adanya permintaan kebutuhan masyarakat akan kemudahan dalam pelayanan. Adanya hal tersebut bank harus memiliki inovasi untuk tetap mempertahankan nasabah lama maupun untuk mendapatkan nasabah baru. Metodenya aplikasi ini bank membelinya dan diuji oleh OJK, setelah OJK menguji alatnya baru BPRS Bina Amanah Satria dapat menggunakannya. Petugas kolektor menawarkan kepada nasabah yang akan menabung bahwa sekarang ada alata untuk memudahkan transaksi dan saldonya bisa dilihat saat transaksi sudah selsesai.

3. Melakukan sesuatu dengan cara baru merupakan sesuatu yang sudah biasa dikerjakan secara konvensional dilakukan dengan cara baru yang berbeda dari sebelumnya. Hal ini dilakukan oleh BPRS Bina Amanah Satria Purwokerto dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, makanya tiap bank harus memiliki keunggulan tersendiri untuk tetap bisa mendapatkan nasabah. Misalnya dengan penggunaan teknologi canggih yaitu yang dulunya BPRS ini pada produk tabungannya menggunakan manual yaitu dengan menulis dibuku tabungan dengan bolpoint mulai pada tahun 2015 sudah menggunakan alat bantu berupa handphone yang dibawa kolektor saat penginputan dana. Yang kedua penginovasian pada marketing dan kolektornya sendiri bagaimana bisa menyampaikan keunggulan dari produk BPRS Bina Amanah Satria dibanding yang lain, setiap marketing dan kolektor ditarget seminggu minimal mendapatkan nasabah untuk membuka rekening baru. Yang ketiga perubahan baru pada BPRS Bina Amanah Satria jadi untuk nasabah yang memiliki tabungan dengan nominal terbesar dan nasabah yang bisa mengajak orang lain untuk nabung di BPRS Bina Amanah Satria akan diberi *reward* atau bonus pada hari raya lebaran. Yang keempat dari pemasarannya dahulu hanya dengan komunikasi yang baik kepada nasabah namun sekarang adanya penginovasian dengan adanya brosur dan kartu nama, sehingga nasabah lebih yakin kepada marketing dalam menawarkan produknya.<sup>59</sup> Melakukan dengan cara baru yang dahulu belum pernah ada di BPRS dilakukan dengan adanya permintaan akan kebutuhan masyarakat yang apabila tidak dilakukan penginovasian akan berakibat pada kurangnya kepuasan nasabah.
4. Mengikuti pasar yaitu inovasi dibangun atas kebutuhan pasar pada BPRS Bina Amanah Satria Purwokerto ini mulai mengikuti pasar misalkan maraknya bank-bank perkreditan rakyat baik syariah maupun konvensional menggunakan dengan adanya pelayanan jemput bola, alat bantu handphone. Jemput bola pada BPRS Bina Amanah Satria sama dengan

---

<sup>59</sup> Wawancara Dengan Wahib Selaku Marketing BPRS Bina Amanah Satria, Pada Selasa 25 Juni 2019 Pukul 12.00.

bank lain namun dalam pendekantannya BPRS Bina Amanah Satria menggunakan pendekatan emosional.<sup>60</sup> Untuk nasabah yang sudah lama jika ada hajatan ataupun ada berita duka, karyawan mendatangi rumah nasabah tersebut sebagai rasa peduli dan untuk membangun kekeluargaan kepada nasabah.

## **B. SARAN**

Dari hasil penelitian yang penulis sudah teliti maka saran-sarannya sebagai berikut :

1. Dari adanya inovasi produk di BPRS Bina Amanah Satria dengan memunculkan alat aplikasi handphone ini diharapkan bisa dipakai untuk semua jenis produk, termasuk produk pembiayaan.
2. Selalu memunculkan inovasi-inovasi secara terus menerus agar fasilitas yang diberikan untuk nasabah dikalangan BPRS tidak jauh beda dengan bank-bank umum lainnya.
3. Mempertahankan dan selalu meningkatkan pelayanan prima kepada nasabah, agar nasabah tetap loyal dan setia kepada BPRS Bina Amanah Satria Purwokerto.

**IAIN PURWOKERTO**

---

<sup>60</sup> Wawancara Dengan Bu Kurniati Selaku Pimpinan BPRS Bina Amanah Satria Purwokerto, Pada Selasa 22 Januari 2019 Pukul 09.00.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, H Dan Soejono. 1999. *Metode Penelitian Suatu Pemikiran Dan Penerapan*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Amir Mohammad Faisal. 2014. *Kreativitas Dan Inovasi Dalam Bisnis Menggali Potensi Diri Untuk Berkreasi Dan Berinovasi*. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Astuti ,Tri. 2014. *Analisa Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Aksesibilitas terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Danamon di Surabaya*, Jurnal vol.2, no.1, diakses 6 februari 2019, Pukul 09.00.
- Azwar, Saifuddin. 2005. *Metode Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Bank Perkreditan Rakyat. <https://ojk.go.id/id/kanal/perbankan/Pages/Bank-Perkreditan-Rakyat.aspx> diakses 05 februari 2019 pukul.13.04.
- Bank syariah , <https://ojk.go.id/id/kanal/perbankan/Pages/Bank-Syariah.aspx> , diunduh sabtu 12 januari 2019 Pukul 07.33
- BookletPerbankanIndonesia  
[https://www.ojk.go.id/Files/201401/BookletPerbankanIndonesia2011\\_1390364364.pdf#search=bookletperbankanindonesia2011](https://www.ojk.go.id/Files/201401/BookletPerbankanIndonesia2011_1390364364.pdf#search=bookletperbankanindonesia2011) , diunduh 31 Januari 2019 Pukul 09.56.
- Corbin, juliet ,Anselm Strauss. 2003. *Dasar-Dasar Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Cravens,W David. 1996. *Pemasaran Strategis* . Jakarta : Erlangga
- Dhewanto,Wawan dkk . 2014. *Managemen Inovasi –Peluang Sukses Menghadapi Perubahan* . Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Gunawan,Imam. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif Teori Dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hakim, Lukman. 2012. *Prinsip Prinsip Ekonomi Islam*. Jakarta : Erlangga.
- Hasan, Ali. 2010. *Marketing Bank Syariah*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Hudaya, Riandar Fata. 2011. *Strategi Inivasi Produk Pt Bank Panin Syariah Tbk Dalam Meningkatkan Daya Saing Antara Sesama Bank Syariah Dan Bank Konvensional*. Skripsi . Jakarta : UIN Syarifhidayatullah.
- Ireland,Hitt Michael A dkk. 2002 . *Manajemen Stategis : Daya Saing &Globalisasi* . Jakarta : Salemba Empat

- Iskandarwasid & Dadang Sunendar. 2011. *Strategi Pembelajaran Bahasa*. Bandung: Rosda.
- Ismail . 2011. *Perbankan Syariah* . Jakarta: Kencana Prenadamedia Group
- Kasmir. 2008. *Pemasaran Bank*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Kodrat, David Sukardi. 2009. *Manajemen Strategi Membangun Keunggulan Bersaing Era Global Di Indonesia Berbasis Kewirausahaan*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Kotler,Philip . 1997. *Manajemen Pemasaran* . Jakarta : Prehalindo
- Kusmaedi, Husdarta, Nurlan. 2010. *Pertumbuhan Dan Perkembangan Peserta Didik*. Bandung: Alfabeta.
- Kusumawati, Ratna. 2010. *Pengaruh Karakteristik Pimpinan Dan Inovasi Produk Baru Terhadap Kinerja Perusahaan Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Berkelanjutan*, Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, Vol. 5 No. 9 diakses 6 februari 2019, pukul 08.43
- Lapian, Adelina Agnes. 2016. *Pengaruh Orientasi Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Pada PT BPR Prisma Dana Amurang* . Jurnal diakses 6 februari 2019 pukul 09.00.
- Manap, Abdul. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Marzuki. 2005. *Metodelogi Riset Panduan Penelitian Bidang Bisnis Dan Sosial*. Yogyakarta : Ekonisia Kampus Fakultas Ekonomi Uii Yogyakarta.
- Maulana, Ikbal. 2014. *Learning Intelligence For Innovative Business*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Olson C Jerry Dan Paul Pater. 2014. *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*, Jakarta : Salemba Empat.
- Rangkuti, Freddy. 2014. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Shinta, Agustina Shinta. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press
- Sochimim. 2017. *Kewirausahaan Teori Aplikatif Dan Praktik*. Yogyakarta : Cinta Buku.
- Soleh, Mohamad. 2008. Tesis : *Analisis Strategi Inovasi Dan Dampaknya Terhadap Kinerja Perusahaan Studi Kasus UKM Manufaktur Di Semarang* . Semarang : Universitas Diponegoro Semarang.

- Sugiono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* . Bandung : Alfabeta.
- Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sumarni,Murti. 2002. *Manajemen Pemasaran Bank* . Yogyakarta: Liberty
- Surakhmadi. 1999. *Metode Penelitian Survey* . Jakarta : Aneka.
- Suryabrata, Sumadi. 2016. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Suryana. 2013. *Ekonomi Kreatif Ekonomi Baru Mengubah Ide Dan Menciptakan Peluang*. Jakarta: Salemba Empat.
- Suyanto, M. 2008. *Muhammad Business Strategy & Ethics Etika Dan Strategi Bisnis Nabi Muhammad SAW*. Yogyakarta: Cv Andi Offset
- Tresnati, Ratih dan Eti Roehaety. 2005. *Kamus Istilah Ekonomi*. Jakarta : PT Numi Aksara
- Umar ,Husein. 2001. *Stategic Management In Action* . Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- \_\_\_\_\_. 2010. *Desain Penelitian Manajemen Strategik*. Jakarta : Rajawali Pers
- Yaya, Rizal Dkk. 2014. *Akuntansi Perbankan Syariah Teori Dan Praktik Kontemporer*. Jakarta : Salemba Empat.
- Yunus,Muh. 2010. *Inovasi Kreativitas Dalam Pemasaran*. Malang : UIN Maliki Press.