

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk secara parsial berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap produktivitas nasabah. Dilihat dari kecilnya pengaruh inovasi produk maka terdapat faktor-faktor lain yang dimungkinkan dapat mempengaruhi variabel terikat. Hal tersebut tidak mendukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Carter dan Belanger tahun 2004 yang berjudul “*The Influence of Perceived Character of Innovating on e-Government Adoption*”, yang menyimpulkan bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari karakteristik inovasi produk yang diterima dengan minat untuk berperilaku loyal (loyalty intention). Pada penelitian terdahulu didapatkan hasil analisis data yang menunjukkan bahwa pengaruh dari karakteristik inovasi produk itu cukup besar besar yaitu dilihat dari variabel yang hanya fokus pada karakteristik inovasi produk sehingga dibandingkan dengan penelitian ini, berbanding terbalik atau tidak sama hasil penemuan kali ini, karena dalam temuan variabel inovasi disini tidak menjadi variabel tunggal dan hasil dari output spss mendapatkan nilai t_{hitung} sebesar 1.586 dan nilai t_{tabel} sebesar 1.990. Kemudian berdasarkan uji signifikansi diperoleh nilai signifikansi sebesar 0.117. Karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $1.586 < 1.990$ dan juga karena hasil uji riset signifikansi $> 0.05 = 0.117 > 0.05$ sehingga inovasi produk yang berperan sebagai salah satu variabel

Masyarakat Sidoarjo yang banyak memiliki usaha. Masyarakat Sidoarjo menjadi salah satu kota bagi para pelaku bisnis. Berbagai macam bisnis bisa ditemui di kota ini. Dilihat dari perkembangan UMKM dalam prospek bisnis UMKM di kota Sidoarjo menunjukkan kemajuan setiap tahunnya. Melihat perkembangan oleh UMKM ini mulai banyak berdiri lembaga keuangan syariah yang salah satu di antaranya adalah P Sidoarjo. Untuk penjualan produk pasti dibutuhkan inovasi untuk pasar agar semakin luas. Inovasi produk muncul karena yang semakin banyak dan beragam. Proses produksi

Masyarakat Sidoarjo yang banyak memiliki usaha. Masyarakat Sidoarjo menjadi salah satu kota bagi para pelaku bisnis. Berbagai macam bisnis bisa ditemui di kota ini. Dilihat dari perkembangan UMKM dalam prospek bisnis UMKM di kota Sidoarjo menunjukkan kemajuan setiap tahunnya. Melihat perkembangan oleh UMKM ini mulai banyak berdiri lembaga keuangan syariah yang salah satu di antaranya adalah P Sidoarjo. Untuk penjualan produk pasti dibutuhkan inovasi untuk pasar agar semakin luas. Inovasi produk muncul karena yang semakin banyak dan beragam. Proses produksi

Masyarakat Sidoarjo yang banyak memiliki usaha. Masyarakat Sidoarjo menjadi salah satu kota bagi para pelaku bisnis. Berbagai macam bisnis bisa ditemui di kota ini. Dilihat dari perkembangan UMKM dalam prospek bisnis UMKM di kota Sidoarjo menunjukkan kemajuan setiap tahunnya. Melihat perkembangan oleh UMKM ini mulai banyak berdiri lembaga keuangan syariah yang salah satu di antaranya adalah P Sidoarjo. Untuk penjualan produk pasti dibutuhkan inovasi untuk pasar agar semakin luas. Inovasi produk muncul karena yang semakin banyak dan beragam. Proses produksi

Dalam merealisasikan inovasi yang telah dikeluarkan, pegawai BNI Syariah KCP Sidoarjo menjadi semakin giat untuk memberikan penawaran kepada masyarakat, terutama dalam hal pengembangan produktivitas dalam usaha yang tengah dijalani oleh masyarakat tersebut. Seperti pengakuan dari salah seorang nasabah yang sempat peneliti wawancara, bahwa beliau mengatakan sejak mengenal BNI Syariah KCP Sidoarjo usaha yang dijalankan menunjukkan peningkatan. Beliau mengaku peningkatan itu terjadi ketika BNI Syariah KCP Sidoarjo ini memberikan kontribusi yang secara operasional maupun emosional terhadap usahanya, sehingga kemajuan usaha dan pengembangan produktivitas nasabah tersebut tampak jelas dirasakan olehnya. Selain itu nasabah yang sering disapa pak mul ini juga mengaku usahanya menjadi semakin berkah sejak bekerja sama dengan BNI Syariah KCP Sidoarjo.⁸⁹ Yang terpenting dari bukti adanya inovasi produk adalah kemudahan masyarakat dalam memahami mekanisme yang dimaksudkan dari produk tersebut.

Di dalam hasil penelitian sebelumnya menyebutkan bahwa inovasi produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat dalam perilaku loyal. Dalam penelitian ini inovasi memang memiliki pengaruh positif

⁸⁹ Wawancara bersama pak mulyono, pengusaha Aluminium. Tanggal 14 Juni 2016

tapi tidak signifikan dan dalam penelitian empiris membuktikan bahwa kondisinya sesuai dengan teori yang dikatakan oleh Roger. Roger menyebutkan bahwa dalam pengadopsian inovasi itu meliputi lima hal yaitu: keunggulan relatif, kompatibilitas, kerumitan, kemampuan diujicobakan dan kemampuan diamati.⁹⁰ Hal pertama yaitu keunggulan relatif, yaitu produk pembiayaan mikro dianggap lebih baik dari sebelumnya. Hal pertama ini dapat dibuktikan dengan adanya inovasi produk di dalam pembiayaan mikro mampu membuat produktivitas usaha mereka menjadi semakin baik dan berkembang sesuai harapan mereka. Seperti untuk menanggulangi kerugian BNI Syariah KCP Sidoarjo tidak membiarkan begitu saja. Mereka ikut berpartisipasi untuk menanggulangnya bersama dengan nasabah yang bersangkutan agar bisa kembali melewati kerugian tersebut. Melalui komunikasi secara teratur dan tetap selalu bisa hadir ketika nasabah memang membutuhkan kritik dan saran. Disinilah nanti timbul adanya timbal balik bagi keduanya. Itu membuktikan bahwa inovasi yang ada di BNI Syariah sesuai dengan apa yang dikatakan oleh Roger. Hal kedua adalah kompatibilitas, yaitu pembiayaan mikro konsisten dengan nilai-nilai syariah. Hal kedua ini dibuktikan dengan adanya inovasi produk yang masih tetap sesuai dengan prinsip syariah yang berlaku dan dapat dirasakan oleh nasabah melalui kinerjanya yang semakin meningkat karena memang menggunakan produk yang sesuai syariat islam. Dikatakan sesuai dengan syariat islam adalah BNI Syariah KCP Sidoarjo tidak memandang bagaimana kondisi perekonomian yang terjadi dari nasabah tersebut. Tetapi

⁹⁰ Bayu Hendrawan S dan Sri Setyo Iriani, “Pengaruh Inovasi Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Mie Sedaap Cup” *Jurnal Ilmu Manajemen*, No. 4 (Vol. 2, Oktober 2014), 1177.

BNI Syariah KCP Sidoarjo juga tidak sembarangan mengambil nasabah, mereka masih tetap berhati-hati. Ketika ada nasabah yang memang potensial untuk diberikan pembiayaan meskipun dia berada dikalangan kebawah BNI Syariah KCP Sidoarjo akan tetap memberikan pembiayaan sesuai yang dibutuhkan. Maka dari itu disinilah BNI Syariah KCP Sidoarjo akan bisa membantu nasabah dalam meningkatkan produktivitasnya. Hal ketiga yaitu kerumitan, yaitu pembiayaan mikro tidak menawarkan kerumitan tetapi kemudahan. Hal ketiga ini dibuktikan dengan adanya inovasi produk juga tidak menyulitkan nasabah yang bersangkutan. Kemudahan yang ditawarkan oleh pihak BNI Syariah KCP Sidoarjo ini juga menjadi salah satu hal yang paling dibutuhkan nasabah. Kesibukan nasabah untuk semakin mengembangkan usahanya jadi lebih leluasa sehingga nasabah dapat dengan cepat mengembangkan produktivitasnya. Dan nasabah juga bisa lebih focus untuk mengembangkan usaha yang sedang dijalankannya. Hal keempat yaitu kemampuan diujicobakan, yaitu pembiayaan mikro dengan waktu yang cepat mampu menunjukkan keunggulannya. Hal keempat ini dibuktikan dengan adanya inovasi produk prosedur pembiayaan mikro bagi nasabah tidak berbelit-belit dan memang transaksinya dibantu oleh BNI Syariah KCP Sidoarjo sehingga nasabah hanya menyiapkan hal-hal yang diperlukan tanpa susah payah lagi. Hal kelima yaitu kemampuan diamati, yaitu pembiayaan mikro mudah terlihat perkembangannya oleh masyarakat. Hal kelima ini dibuktikan dengan adanya inovasi produk yang memang mudah tersebar oleh masyarakat karena BNI Syariah KCP Sidoarjo memiliki strategi terhadap nasabahnya dan

Adanya kesamaan tampilan produk sejenis dari pesaing merupakan faktor pendorong terjadinya inovasi produk, umumnya produk pesaing itu muncul tanpa mengalami perubahan yang berarti bahkan cenderung statis. Keadaan seperti ini dapat menjadi hal yang menguntungkan, karena persaingan yang timbul dengan munculnya produk pesaing dapat diatasi dengan melakukan inovasi produk. Inovasi produk merupakan sesuatu yang dapat dilihat sebagai kemajuan fungsional produk yang dapat membawa produk selangkah lebih maju dibandingkan dengan produk pesaing. Apabila produk tersebut memiliki suatu kelebihan yang dipandang sebagai nilai tambah bagi nasabah. Inovasi untuk sebuah produk memang harus tetap sesuai dengan khas dari bank syariah yaitu tetap berbasis bagi hasil dan *falah oriented*.

P. Kotler, G. Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jakarta: 2001: Erlangga), 229

sidoarjo padat dengan para pelaku UMKM. Melihat hal tersebut BNI Syariah KCP Sidoarjo kembali memberikan fasilitas baru dari pembiayaan mikro agar masyarakat merasa dipenuhi kebutuhannya dan tidak kembali merasa kesulitan untuk mencari tambahan modal kerja.

Dalam meluncurkan produk perbankan syariah yang dikenal sebagai bank yang bisa dijangkau oleh segala kalangan juga sebagai pertimbangan mereka. Produk yang dikembangkan dari pembiayaan mikro juga bisa dijangkau oleh masyarakat khususnya kalangan menengah kebawah. Melihat kondisi inilah BNI Syariah KCP Sidoarjo mendapatkan sambutan positif dari masyarakat sekitar, sehingga dalam menyalurkan pembiayaan sudah tidak lagi kesulitan untuk menjelaskan secara lebih mendalam kepada nasabah.

Inovasi mempunyai pengaruh untuk variable dependen penelitian ini yaitu produktivitas nasabah, tetapi inovasi tidak signifikan karena identifikasi peneliti bahwa terdapat factor-faktor lain yang lebih berhubungan untuk variable dependen. Variable lain yang tidak di bahas disini dimungkinkan berhubungan atau dengan cara melihat fenomena sebenarnya dilapangan.

Berdasarkan hasil penelitian selanjutnya menunjukkan bahwa pengetahuan produk secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap produktivitas nasabah, yaitu pengetahuan produk benar adanya dapat mempengaruhi produktivitas nasabah. Dilihat dari pengaruh hasil variabel pengetahuan produk yang memberikan pengaruh besar terhadap pengetahuan produk dibandingkan dengan variabel lainnya. Hal tersebut didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Alek Murtin dan Mayang Darpito

56%. Pada penelitian terdahulu didapatkan hasil bahwa pengaruh pengetahuan cukup besar dibandingkan dengan pengalaman sebagai salah satu variabel bebas dari penelitian ini dikarenakan subjek dan objek penelitian ini sama-sama nasabah juga karena signifikansi = $0.000 < 0,05$ sehingga dapat berperan sebagai salah satu variabel bebas dari penelitian pengaruh cukup besar terhadap variabel terikat nasabah.

Penelitian terdahulu diatas mendukung dengan penelitian ini karena variabel bebas dari penelitian ini sama-sama memberikan pengaruh terhadap variabel terikat. Perbedaan antara penelitian ini adalah objek penelitiannya begitu juga

56%. Pada penelitian terdahulu didapatkan hasil bahwa pengaruh pengetahuan cukup besar dibandingkan dengan pengalaman sebagai salah satu variabel bebas dari penelitian ini dikarenakan subjek dan objek penelitian ini sama-sama nasabah juga karena signifikansi = $0.000 < 0,05$ sehingga dapat berperan sebagai salah satu variabel bebas dari penelitian pengaruh cukup besar terhadap variabel terikat nasabah.

Penelitian terdahulu diatas mendukung dengan penelitian ini karena variabel bebas dari penelitian ini sama-sama memberikan pengaruh terhadap variabel terikat. Perbedaan antara penelitian ini adalah objek penelitiannya begitu juga dengan

56%. Pada penelitian terdahulu didapatkan hasil bahwa pengaruh pengetahuan cukup besar dibandingkan dengan pengalaman sebagai salah satu variabel bebas dari penelitian ini dikarenakan subjek dan objek penelitian ini sama-sama nasabah juga karena signifikansi = $0.000 < 0,05$ sehingga dapat berperan sebagai salah satu variabel bebas dari penelitian pengaruh cukup besar terhadap variabel terikat nasabah.

Penelitian terdahulu diatas mendukung dengan penelitian ini karena variabel bebas dari penelitian ini sama-sama memberikan pengaruh terhadap variabel terikat. Perbedaan antara penelitian ini adalah objek penelitiannya begitu juga dengan

Setiap produk yang dikeluarkan oleh sebuah merek perusahaan telah memiliki citra tersendiri. Pembiayaan mikro di BNI Syariah KCP Sidoarjo ini merupakan produk yang belum lama beroperasi di bank tersebut. Dan pasti belum banyak tersebar di masyarakat khususnya di masyarakat Sidoarjo. Peter menyebutkan bahwa nasabah bisa jadi memiliki pengetahuan mengenai sebuah produk secara lebih nyata melalui sebuah model yang secara spesifik dari sebuah merek. Itulah yang memang dilakukan pihak BNI Syariah KCP Sidoarjo kepada nasabahnya, mereka memberikan pengetahuan secara detail mengenai maksud dari adanya produk pembiayaan mikro. Dengan begitu nasabah tidak lagi berfikir ulang untuk bekerja sama dengan BNI Syariah KCP Sidoarjo karena penawaran mereka memang sudah terbukti kenyataannya.

BNI Syariah KCP Sidoarjo menempatkan diri mereka sebagai partner bagi nasabahnya, sehingga nasabah merasa bahwa diantara BNI Syariah dengannya memang ada kedekatan. **Konsekuensi fungsional** (*functional consequences*) adalah hasil nyata akibat penggunaan produk yang dialami nasabah secara langsung. Konsekuensi fungsional juga mencakup sifat fisik, hasil performa dapat dirasakan ketika menggunakan atau mengonsumsi produk.⁹⁴ Dengan begitu nasabah bisa leluasa untuk dapat berdiskusi kepada pihak BNI Syariah tersebut mengenai pemahaman bagaimana agar semakin

[illegible]

Sedangkan pengaruh yang ditimbulkan oleh pengetahuan produk mencakup banyak hal bukan hanya secara operasional tetapi juga emosional. Secara operasional (Manajemen usaha) bagi nasabah dapat memberikan dampak dalam pengembangan usaha nasabahnya dengan perbaikan struktur manajemen usaha yang lebih baik, sedangkan secara emosional (keluhan dalam perbaikan usaha) karena kerjasamanya dengan BNI Syariah KCP Sidoarjo nasabah menjadi lebih dekat dengan mereka dalam berdiskusi serta tidak ada lagi rasa canggung dari nasabah dalam mengungkapkan keluhan mereka. Kerena kedekatan itulah tujuan dari adanya pembiayaan mikro dari BNI Syariah KCP Sidoarjo ini jadi tersampaikan yaitu untuk membantu mngembangkan usaha serta meningkatkan produktivitas bagi nasabah yang bersangkutan. Tidak hanya produktivitas dari usahanya tetapi juga produktivitas terhadap dirinya sendiri. Karena hal itulah nasabah mampu melakukan efesiensi dan efektivitas secara stabil terhadap usahanya karena nasabah sudah mumpuni dalam pengetahuan dan pemahaman mengenai bisnis. Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa sumbangan efektif dari masing-masing variabel bebas terhadap penelitian, ternyata variabel pengetahuan produk mempunyai pengaruh yang kuat terhadap produktivitas nasabah, sedangkan variabel inovasi mempunyai pengaruh yang lemah terhadap produktivitas nasabah. Berdasarkan hasil tersebut maka inovasi produk harus terus dikembangkan dengan tetap membawa dan menerapkan prinsip-prinsip sesuai kaidah syariah.

BNI Syariah lebih menciptakan perasaan positif terhadap merek selama pengalaman menggunakan produk dengan memberikan nilai bagus yang secara konsisten mempertahankan komitmen dari perusahaan sebagai pemberi produk yang sesuai kaidah syariah, dibuktikan dengan produk andalannya yang berlabel hasanah, serta memberikan kredibilitas dan rasa percaya diri atas merek sehingga mempengaruhi keputusan pembelian nantinya, dimana asosiasi dari merek BNI Syariah terus dilakukan saat mereka mulai menawarkan kepada masyarakat. Pembentukan persepsi kualitas melalui inovasi akan membentuk persepsi pelanggan terhadap keseluruhan kualitas dari suatu produk jasa BNI Syariah KCP Sidoarjo. Persepsi kualitas ini terbentuk dari testimony para nasabah lama dengan melontarkan komentar positif seputar produk secara verbal maupun di sosial media dan manfaat dari produk pembiayaan mikro. Keseluruhan dimensi dari kualitas produk melalui penawaran yang diberikan ini nantinya akan membuat nasabah loyal terhadap produk. Dimensi loyalitas dapat terbentuk dengan adanya nilai yang lebih pada produk, melalui penawaran yang memberikan komitmennya pada nasabah dalam menunjang keberlangsungan usaha mereka, hal ini dilakukan BNI Syariah KCP Sidoarjo untuk membuat kenyamanan dan kepercayaan kepada nasabah terhadap perusahaan dan berharap akan menjadi nasabah yang loyal. Penciptaan ekuitas merek sebagai bentuk respon terhadap pemasaran sebuah merek mampu memberikan nilai bagi nasabah yang telah memilih bermitra dengan BNI Syariah KCP Sidoarjo. Ekuitas merek dapat membantu nasabah manafsirkan, memproses dan menyimpan informasi mengenai suatu produk

Selain itu juga ada faktor lain yang dapat mempengaruhi produktivitas selain dua variabel seperti yang diterangkan dalam penelitian Sri Puji Astutik mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi produktivitas koperasi simpan pinjam adalah sebagai berikut :

- 1) Pelatihan, dalam pengembangan minat bakat dan mengembangkan kreatifitas memang diperlukan kegiatan pelatihan secara kolektif.

[illegible]

Melalui perbaikan produktivitas nasabah, dan kualitas jasa diharapkan BNI Syariah KCP Sidoarjo dapat meningkatkan nilai dari kredibilitasnya tersebut tersebut. Produktivitas adalah suatu tingkat perbandingan antara besarnya keluaran dengan besarnya masukan. Dengan demikian hal ini menjelaskan kepada kita kuantitas keluaran yang dapat di hasilkan dari sejumlah masukan tertentu. Berdasarkan evaluasi ekonomi terhadap kinerja yang dicapai dalam proses produksi, produktivitas, efisiensi, dan efektivitas merupakan kriteria yang paling sering dipakai dalam bidang ekonomi. Efisiensi dan efektivitas seringkali dianggap sebagai suatu yang saling berhubungan tetapi secara konsep keduanya sebenarnya berbeda. Apabila proses tersebut dijalankan merupakan peluang potensial untuk meningkatkan output terutama kinerja dari seorang nasabah untuk lebih mengembangkan usahanya. Namun, pemasar BNI Syariah KCP Sidoarjo tetap harus terus mengontrol produktivitas melalui pengamatan terhadap proses transformasi input dan output dari usaha nasabahnya apakah sudah sesuai dengan apa yang diinginkan oleh nasabah itu sendiri.

[illegible]

⁹⁷ Edy Sutrisno, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Kencana: Jakarta: 2009), 104

Bank BNI Syariah KCP Sidoarjo memang terkenal dengan pelayanannya. Dalam menangani nasabah mereka memberikan kemudahan-kemudahan yang bagi nasabah itu tidak didapatkan di perbankan syariah lainnya. Oleh karena itu, dalam melakukan produktivitas nasabah pembiayaan mikro perusahaan harus mampu memberikan pengetahuan secara lebih baik lagi dan melakukan inovasi-inovasi lanjutan untuk tetap menjaga konsistensi nasabahnya.