

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah negara dimana penduduknya mayoritas muslim sehingga konsep Ekonomi Syariah akan cepat beradaptasi dan mudah diterima. Pertumbuhan Ekonomi Syariah di Indonesia merupakan yang terbaik di dunia dengan pertumbuhan mencapai 39 persen setiap tahunnya. Jumlah tersebut jauh lebih tinggi dari pertumbuhan Ekonomi Konvensional yang hanya sebesar 19 persen setiap tahunnya (<http://www.tempo.co/read/news>). Dewasa ini, alternatif akses permodalan yang diminati masyarakat disamping lembaga perbankan adalah Lembaga Keuangan Mikro (LKM). Keberadaan lembaga keuangan ini adalah yang secara formal seperti bank kredit kecamatan (BKK), atau bank kredit desa (BKD) dan ada yang dibentuk berdasarkan inisiatif masyarakat (non formal) seperti kelompok swadaya masyarakat (KSM) dan *Baitul Maal wat Tamwil* (BMT).

Baitul Maal wat Tamwil (BMT) merupakan salah satu lembaga keuangan mikro syariah. Hal tersebut mengingat layanan keuangan mikro syariah yang *unbankable*. Pembiayaan maupun simpanan syariah memberikan kelebihan yang tidak dimiliki oleh lembaga konvensional karena tidak adanya sistem bunga yang membebani (beban bunga yang terus bertambah). Kinerja penyaluran pembiayaan mikro syariah dari BMT semakin meningkat. Laporan kinerja BMT pada bulan April tahun 2017 secara nasional menyebutkan bahwa

jumlah BMT sebanyak 5400 unit mencapai aset sebesar 4,7 Triliun dengan jumlah pembiayaan sebesar 3,6 Triliun dan jumlah simpanan sebanyak 2,1 Triliyun (www.republika.co.id).

Dalam menghadapi persaingan antar BMT tersebut, maka dibutuhkan strategi untuk menghindari risiko gagal bisnis dan menciptakan kemampuan bertahan. Oleh sebab itu, perusahaan didorong untuk terus menerus melakukan upaya peningkatan pertumbuhan, pangsa pasar, dan keuntungan perusahaan. Perusahaan perlu melakukan strategi pengembangan perusahaannya yang penting untuk mencapai pertumbuhan dan kesuksesan, dimana kinerja perusahaan yang baik akan menjaga kelangsungan hidup perusahaan.

Kunci pertumbuhan dan kelangsungan hidup perusahaan adalah dengan mengembangkan produk dan perbaikan produk secara berkelanjutan, salah satunya dengan melakukan inovasi produk. Han (1988:35) menyatakan inovasi produk pada dasarnya adalah untuk memenuhi permintaan pasar sehingga produk inovasi merupakan salah satu yang dapat digunakan sebagai keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Produk inovasi sebagai hasil dari keinovatifan yang bermutu tinggi yang diperlukan oleh konsumen, baik berupa dari lini produk yang ada, ataupun produk yang benar-benar baru bagi pasar juga merupakan salah satu strategi dalam penciptaan. Menurut Nur Khamidah (2005:232) menegaskan bahwa untuk mengembangkan produk baru harus lebih inovatif karena sangat mendukung dalam meningkatkan kinerja perusahaannya.

Pendapat lain mengatakan bahwa kreativitas mempunyai pengaruh yang cukup penting terhadap kinerja perusahaan, karena hal tersebut sangat

menguntungkan untuk mengembangkan produknya karena konsumen menyukai produk yang kreativitasnya bernilai tinggi dan unik (Varadarajan (1993) dalam Ginanjar, (2010:11)). Menurut Porter (1993) kreativitas didefinisikan sebagai strategi *benefit* dari perusahaan yang melakukan kerjasama untuk berkompetisi lebih efektif dalam *market place*. Kreativitas mempunyai pengaruh yang cukup penting terhadap kinerja perusahaan, karena hal tersebut sangat menguntungkan untuk mengembangkan produknya karena konsumen menyukai produk yang kreativitasnya bernilai tinggi dan unik Varadarajan (1993) dalam Ginanjar (2010:54).

Selaras dengan persepsi konsumen, maka citra perusahaan penting bagi perusahaan sendiri. Moodley, 2008 mengemukakan bahwa citra perusahaan adalah perpanjangan dari bentuk layanan dan indikator penting dari kepercayaan pelanggan di sebuah perusahaan. Citra perusahaan menurut Adona (2006:107) adalah kesan atau impresi mental atau suatu gambaran dari sebuah perusahaan di mata para khalayaknya yang terbentuk berdasarkan pengetahuan serta pengalaman mereka sendiri. Citra dengan sengaja perlu diciptakan agar bernilai positif Soemirat (2003: 113). Hal positif yang dapat meningkatkan citra perusahaan melalui keberhasilan perusahaan dan sejarah atau riwayat perusahaan. Dengan demikian, citra suatu perusahaan merupakan representasi dari suatu lembaga dengan harapan mampu mendorong citra perusahaan yang positif. Tujuan dari meningkatkan citra perusahaan adalah untuk memenangkan pengakuan dan loyalitas dari pelanggan dan akhirnya meningkatkan pendapatan dan menciptakan keuntungan.

Berkaitan dengan citra perusahaan, kinerja secara umum merupakan gambaran prestasi yang dicapai oleh organisasi/perusahaan dalam operasionalnya Fahmi (2012) dalam Christian (2014:1594). Kinerja perusahaan merupakan ukuran keberhasilan dari suatu perusahaan yang diukur setiap jangka waktu yang telah ditentukan. Hasil ini dapat dikatakan sebagai nilai dari setiap efektifitas yang telah disusun dan dilaksanakan untuk dapat mengidentifikasi apakah strategi yang dibuat dan pelaksanaannya adalah tepat atau bahkan sebaliknya. Pelham & Wilson 1996, dalam Bagas 2010 mendefinisikan kinerja perusahaan sebagai kesuksesan produk baru dan pengembangan pasar, pertumbuhan penjualan dan porsi pasar dapat diukur dari kinerja perusahaan. Kinerja merupakan hasil keputusan-keputusan manajemen untuk mencapai suatu tujuan secara efektif dan efisien terhadap kepuasan pelanggan untuk tetap setia dalam penggunaan produk suatu perusahaan.

Kinerja perusahaan yang terwujud melalui kepuasan pelanggan juga dialami oleh KSPPS *Baitul Maal Wat Tamwil* Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta (KSPPS BMT BIF). KSPPS BMT BIF merupakan salah satu institusi keuangan yang telah berdiri selama 20 tahun. Kerja keras yang dilakukan KSPPS BMT BIF Yogyakarta selama 20 tahun tersebut telah membuahkan hasil, KSPPS BMT BIF sudah mendapatkan penghargaan sebanyak 3 (tiga) kali berturut-turut, yaitu sebagai berikut:

1. Tahun 2012 KSPPS BMT BIF mendapatkan Award sebagai anggota LPDB (Lembaga Pengelola Dana Bergulir) terbaik se-Indonesia yang diselenggarakan di Medan.

2. Tahun 2013 mendapatkan Award Menteri Koperasi: BMT terbaik di Indonesia yang diselenggarakan di Lombok.
3. Tahun 2014 KSPPS BMT BIF mendapatkan Award keuangan tersehat se-Indonesia dari Menteri Koperasi yang diselenggarakan di Jakarta. (Bapak Sutardi Manager KSPPS BMT BIF cabang Bugisan).

Dari perolehan penghargaan yang didapatkan KSPPS BMT BIF tersebut, peneliti berpendapat bahwa sebagai Lembaga Keuangan Syariah yang beroperasi di Yogyakarta, KSPPS BMT BIF selalu melakukan peningkatan kinerja perusahaan. Selain itu, sebagai Lembaga Keuangan Syariah yang berkonsentrasi pada sektor mikro melalui simpanan dan pembiayaannya, KSPPS BMT BIF yang sudah berdiri sejak 1992 hingga saat ini, diyakini memiliki kemampuan bertahan perusahaan didorong dengan kinerja perusahaan yang baik.

**Tabel 1.1 Profil Keuangan KSPPS BMT BIF Yogyakarta 2010-2015
(dalam jutaan)**

Keterangan	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Laba	290.670	296.231	401.964	538.370	883.119	870.822.011
Simpanan	26.634.493	34.891.984	45.4443.142	65.802.894	78.603.800	91.900.418.422
Pembiayaan	17.141.050	22.624.278	36.191.065	46.760.042	66.604.773	73.662.428.344
Aset	18.691.846	29.104.681	32.942.102	44.780.880	60.024.724	69.597.242.345
Kondisi	S	S	S	S	S	S

Sumber: *Profil KSPPS Baitul Maal Wat Tamwil Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta*

Dari Tabel 1. Menunjukkan pertumbuhan KSPPS *Baitul Maal Wat Tamwil Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta* (KSPPS BMT BIF) disetiap tahunnya

mengalami peningkatan, hal ini terjadi pada seluruh aspek yaitu laba, simpanan, pembiayaan, dan aset. Kondisi keuangan KSPPS BMT BIF pada tahun 2010-2015 menunjukkan sehat (S). Kondisi tersebut membuktikan bahwa KSPPS *Baitul Maal Wat Tamwil Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta* (KSPPS BMT BIF) mampu meningkatkan kinerja perusahaannya dengan baik.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti ingin menganalisis seberapa penting inovasi produk, kreativitas perusahaan, dan citra perusahaan yang dilakukan oleh KSPPS BMT BIF Yogyakarta, maka dari itu peneliti mengambil judul **“Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas, dan Citra Perusahaan terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Kasus di KSPPS *Baitul Maal Wat Tamwil Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta*).**

B. Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang di atas, perumusan masalah pada penelitian ini terbagi menjadi beberapa bagian, diantaranya adalah;

1. Apakah inovasi produk dapat mempengaruhi kinerja perusahaan?
2. Apakah inovasi kreativitas dapat mempengaruhi kinerja perusahaan?
3. Apakah citra perusahaan dapat mempengaruhi kinerja perusahaan?
4. Apakah inovasi produk, kreativitas dan citra perusahaan secara simultan dapat mempengaruhi kinerja perusahaan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis hubungan antar variabel yang dirumuskan sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis apakah inovasi produk dapat mempengaruhi kinerja perusahaan?
2. Untuk menguji dan menganalisis apakah kreativitas dapat mempengaruhi kinerja perusahaan?
3. Untuk menguji dan menganalisis apakah citra perusahaan dapat mempengaruhi kinerja perusahaan?
4. Untuk menguji dan menganalisis apakah inovasi produk, kreativitas perusahaan dan citra perusahaan secara simultan dapat mempengaruhi kinerja perusahaan?

D. Manfaat Penelitian

Suatu penelitian diarahkan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan akan lebih bernilai apabila hasil penelitian tersebut mampu memberikan manfaat atau kontribusi baik secara teoritis maupun praktis. Adapun hasil penelitian ini adalah:

1. Manfaat secara teoritis

Memberi kontribusi bagi kepentingan sumber daya manusia dibidang pemasaran pada Lembaga Keuangan Syariah yang dipengaruhi oleh inovasi produk, strategi perusahaan, dan kreativitas bersaing sehingga dapat

meningkatkan kinerja perusahaan. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan menjadi dasar untuk penyempurnaan dan perbaikan kekurangan yang masih ada serta mempertahankan yang sudah baik.

2. Manfaat secara praktis.

Sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan ilmu lebih lanjut terkait dengan bidang sumber daya manusia berkaitan dengan kinerja perusahaan.