

**PENGARUH MANAJEMEN PENGETAHUAN, ORIENTASI
PESAING DAN ORIENTASI NASABAH TERHADAP INOVASI
PRODUK DI KOSPIN JASA SYARIAH PEMALANG**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh :

NOFITA TRI RAHAYU

NIM : 4217042

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

2021

**PENGARUH MANAJEMEN PENGETAHUAN, ORIENTASI
PESAING DAN ORIENTASI NASABAH TERHADAP INOVASI
PRODUK DI KOSPIN JASA SYARIAH PEMALANG**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh :

NOFITA TRI RAHAYU

NIM : 4217042

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

2021

SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **NOFITA TRI RAHAYU**

NIM : **4217042**

Judul : **PENGARUH MANAJEMEN PENGETAHUAN, ORIENTASI PESAING DAN ORIENTASI NASABAH TERHADAP INOVASI PRODUK DI KOSPIN JASA SYARIAH PEMALANG**

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya sendiri kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan. Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Apabila terbukti melanggar penulis bersedia menerima sanksi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 19 Juli 2021
Yang menyatakan,



NOFITA TRI RAHAYU
NIM. 4217042

LEMBAR NOTA PEMBIMBING

Drajat Stiawan, M.Si.
Perum Griya Alya A.10, Wiradesa – Pekalongan

Lamp : 2 (dua) Eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Nofita Nofita Tri Rahayu

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
c.q Ketua Jurusan Perbankan Syariah
PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini
saya kirimkan naskah skripsi saudari:

Nama : Nofita Tri Rahayu

NIM : 4217042

Jurusan : Perbankan Syariah

Judul : Pengaruh Manajemen Pengetahuan, Orientasi Pesaing, dan
Orientasi Nasabah Terhadap Inovasi Produk Di KOSPIN Jasa
Syari'ah Pemalang.

Dengan ini mohon agar Skripsi Saudari tersebut dapat segera
dimunaqasahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan
sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pekalongan, 01 Juni 2021

Pembimbing
Drajat Stiawan
Nofita Nofita Tri Rahayu
NIP. 19830118 201503 1 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, www.febi.iainpekalongan.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara:

Nama : Nofita Tri Rahayu
NIM : 4217042
Judul Skripsi : Pengaruh Manajemen Pengetahuan, Orientasi Pesang dan Orientasi Nasabah Terhadap Inovasi Produk Di KOSPIN Jasa Syariah Pemalang

Telah diujikan pada hari Kamis tanggal 24 Juni 2021 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Pengaji,

Pengaji I


Dr. AM, M. Hafidz Ma'shum, M.Ag
NIP. 19780616 200312 1 003

Pengaji II


Happy Sista Devy, MM
NIP. 199310142018012003

Pekalongan, 24 Juni 2021

Disahkan oleh




Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H, M.H

NIP 197502201999032001

ABSTRAK

Nofita Tri Rahayu. Pengaruh Pengetahuan Manajemen, Orientasi Pesaing, dan Orientasi Nasabah Terhadap Inovasi Produk di KOSPIN Jasa Syariah Pemalang.

Dalam melakukan pengembangan atau penginovasian suatu produk di dalam perusahaan, dibutuhkan sistem yang tidak hanya berkaitan dengan aturan atau standar yang ada di perusahaan saja melainkan perlunya manajemen pengetahuan, penyesuaian pada perusahaan pesaing, dan penyesuaian pada nasabah. Dengan demikian, tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh manajemen pengetahuan terhadap inovasi produk, untuk mengetahui pengaruh orientasi pesaing terhadap inovasi produk dan untuk mengetahui pengaruh orientasi nasabah terhadap inovasi produk.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode angket (kuesioner) dengan menggunakan sampel sebanyak 50 responden. Teknik pengambilan sampel yaitu teknik *Non Probability Sampling* dengan jenis pendekatan *Purposive Sampling*. Penelitian ini menggunakan metode analisis data uji regresi linier berganda dengan bantuan SPSS 16.0 dan uji asumsi klasik. Hasil penelitian menunjukan bahwa pengetahuan manajemen, orientasi pesaing dan orientasi nasabah berpengaruh terhadap inovasi produk. Kemudian secara simultan, pengetahuan manajemen, orientasi pesaing dan orientasi nasabah berpengaruh terhadap inovasi produk di KOSPIN Jasa Syari'ah Pemalang.

Kata Kunci : Manajemen Pengetahuan, Orientasi Pesaing, Orientasi Nasabah dan Inovasi.

ABSTRACT

Nofita Tri Rahayu. The Influence of Management Knowledge, Competitor Orientation, and Customer Orientation on Product Innovation at KOSPIN Syariah Services Pemalang.

In developing or innovating a product within the company, a system is needed that is not only related to the rules or standards that exist in the company but also the need for knowledge management, adjustments to competing companies, and adjustments to customers. Thus, the purpose of this study is to determine the effect of knowledge management on product innovation, to determine the effect of competitor orientation on product innovation and to determine the effect of customer orientation on product innovation.

This research is a type of quantitative research. The method of data collection in this study is a questionnaire (questionnaire) using a sample of 50 respondents. The sampling technique is the Non Probability Sampling technique with the type of Purposive Sampling approach. This study uses multiple linear regression test data analysis method with the help of SPSS 16.0 and the classical assumption test. The results showed that management knowledge, competitor orientation and customer orientation had an effect on product innovation. Then simultaneously, management knowledge, competitor orientation and customer orientation affect product innovation at KOSPIN Jasa Syariah Pemalang.

Keywords: Knowledge Management, Competitor Orientation, Customer Orientation and Innovation.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana Ekonomi Jurusan Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag selaku Rektor IAIN Pekalongan.
2. Ibu Dr. H. Shinta Dewi Rismawati, S.H, M.H. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
3. Bapak. Dr. H. Tamamudin, M.M. selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah IAIN Pekalongan.
4. Bapak Drajat Stiawan, M.Si Selaku Sekretaris Jurusan Perbankan Syariah IAIN Pekalongan sekaligus selaku dosen pembimbing skripsi penulis.
5. Ibu Nurfani Arisnawati, S.E., M.M selaku dosen wali.
6. Segenap dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan beserta staff.
7. Ibu Muyati dan Bapak Suwarjo yang tak pernah berhenti berjuang hingga rela merendahkan diri, hutang kesana kemari dan bersujud dimalam hari demi kelangsunganku dalam menyelami perguruan tinggi. serta sahabat yang selalu memberikan do'a dan dukungan.

8. Semua pihak yang telah membantu saya dalam segala hal terutama yang berkaitan dengan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membala segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 17 April 2021

Penulis



Nofita Tri Rahayu

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
TRANSLITERASI.....	xii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	8
A. Landasan Teori	8
1. Manajemen Pengetahuan.....	8
2. Orientasi Pesaing	13
3. Orientasi Nasabah.....	14
4. Inovasi Produk	15
B. Kajian Pustaka	20
C. Kerangka Berpikir	26
D. Hipotesis	27
BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	29
B. Setting Penelitian.....	29
C. Variabel Penelitian	29
D. Definisi Operasional	30
E. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	32
1. Populasi	32
2. Sampel	33
3. Teknik Pengambilan Sampel	33
F. Sumber Data	33
1. Data Primer.....	33
2. Data Sekunder	34
G. Metode Pengumpulan Data	34
H. Metode Analisis Data	35

1. Analisis Deskriptif	35
2. Uji Instrumen	35
a. Uji Validitas.....	35
b. Uji Reliabilitas	36
3. Uji Asumsi Klasik	38
a. Uji Normalitas	38
b. Uji Multikolinearitas	38
c. Uji Linearitas	38
d. Analisis Regresi Linear Berganda	39
4. Uji Hipotesis	40
a. Uji T.....	40
b. Uji F.....	40
c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	41
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	42
A. Deskripsi Data	42
1. Deskripsi Data Penelitian	42
2. Karakteristik Responden.....	43
a. Responden Berdasarkan Usia	43
b. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
c. Responden Berdasarkan Posisi Jabatan.....	44
d. Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	46
e. Responden Berdasarkan Tingkatan Manajemen	47
f. Responden Berdasarkan Sumber Pengetahuan Tambahan	47
B. Analisis Data	48
1. Uji Instrumen.....	48
a. Uji Validitas.....	48
b. Uji Reliabilitas	50
2. Uji Asumsi Klasik	51
a. Uji Normalitas	51
b. Uji Multikolinearitas	52
c. Uji Linearitas	53
d. Analisis Regresi Linear Berganda	56
3. Uji Hipotesis.....	56
a. Uji T.....	57
b. Uji F.....	58
c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	60
C. Pembahasan dan Hasil Peneltian	60
1. Analisis Karakteristik Responden	60
2. Pengaruh Manajemen Pengetahuan (X1) Terhadap Inovasi Produk (Y)	60
3. Pengaruh Orientasi Pesaing (X2) Terhadap Inovasi Produk (Y)	62
4. Pengaruh Orientasi Nasabah (X3) Terhadap Inovasi Produk (Y)	63

BAB V PENUTUP**64**

A. Simpulan.....	64
B. Saran	65

DAFTAR PUSTAKA**66****LAMPIRAN**

1. Lampiran 1 Surat Permohonan Izin Penelitian.....	I
2. Lampiran 2 Surat Bukti Penelitian	II
3. Lampiran 3 Kuesioner	III
4. Lampiran 4 Data Mentah Kuesioner	X
5. Lampiran 5 Hasil Uji Kualitas Data	XXI
6. Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik	XXVIII
7. Lampiran 7 Analisis Regresi Linier Berganda	XXXII
8. Lampiran 8 Hasil Pengujian Hipotesis	XXXIII
9. Lampiran 9 Dokumentasi	XXXIV
10. Daftar Riwayat Hidup.....	XXXVII

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543h/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia. Secara garis besar, pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

1. Konsonan

Fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Dibawah ini daftar huruf arab dan transliterasinya dengan huruf Latin :

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
ه	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er

ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Sad	§	Es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ঠ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ঢ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ঢ়	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
	Hamzah	‘	Apostrof
	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia yang terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a) Vokal Tunggal (Monoftong)

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	Fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	Dhammah	U	U

b) Vokal Rangkap (Diftong)

Vokal rangkap dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
...	Fathah dan Ya	Ai	a dan i
...	Fathah dan Wau	Au	a dan u

Contoh:

كتب	ditulis	Kataba
فعل	ditulis	Fa'ala

3. Ta' marbutah

Transliterasi untuk Ta' marbutah ada dua, yaitu :

a) Ta'marbutah hidup

Ta'marbutah yang hidup atau mendapatkan harakat fathah, kasrah dan dhammah, transliterasinya adalah "t"

b) Ta'marbutah mati

Ta'marbutah yang hidup atau mendapatkan harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

Kalau pada kata terakhir dengan Ta'marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah maka Ta'marbutah itu ditransliterikan dengan ha (h).

Contoh :

رَوْضَةُ الْأَطْفَالُ ditulis raudah al-atfâl

dibaca raudatulatfâl

4. Syaddah (Kalimat Tasydid)

Syaddah atau kalimat tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah dilambangkan dengan huruf yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

رَبَّنَا ditulis rabbanâ

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu **ال** namun dalam transliterasinya ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariyah.

6. Hamzah

Dinyatakan didepan bahwa ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak ditengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, isi dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:  ditulis ta'kužūna

DAFTAR TABEL

- Tabel 1.1 Data Nasabah Produk Ijarah Haji, 4
- Tabel 2.1 Tinjauan Pustaka, 21
- Tabel 3.1 Definisi Operasional, 30
- Tabel 3.2 Skala Likert, 34
- Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia, 43
- Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, 44
- Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Posisi Jabatan, 45
- Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Akhir, 46
- Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkatan Manajemen, 47
- Tabel 4.6 Sumber Pengetahuan Tambahan (SPT), 48
- Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas, 49
- Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas, 50
- Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov - Smirnov , 51
- Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas, 52
- Tabel 4.11 Hasil Uji Linearitas X1, 53
- Tabel 4.12 Hasil Uji Linearitas X2, 54
- Tabel 4.13 Hasil Uji Linearitas X3, 55
- Tabel 4.14 Hasil Uji T (Partial), 57
- Tabel 4.15 Hasil Uji F (Simultan), 59
- Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2), 60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kondisi Ruang Tunggu Nasabah, XXVII

Gambar 1.2 Proses Pengisian Kuesioner, XXVII

Gambar 1.3 Pemberian Tanda Terimakasih, XXVIII

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir, 26

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner, I
- Lampiran 2 Tabulasi Data Kuesioner, VII
- Lampiran 3 Rumus dan Hasil Uji SPSS, X
- Lampiran 4 Tabulasi Nilai-nilai R Product Moment, XXI
- Lampiran 5 Titik Persentase Distribusi F Untuk Probabiliti 0,05, XXIII
- Lampiran 6 Titik Persentase Distribusi t (df = 41-80), XXV
- Lampiran 7 Lembar Dokumentasi Penelitian, XXVII
- Lampiran 8 Surat Izin Penelitian, XXIX
- Lampiran 9 Surat Bukti Penelitian, XXX

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada masa sekarang, tidak sedikit ditemukan beberapa masalah pada perusahaan yang menyebabkan kinerja perusahaan terhambat, terhambatnya kinerja tersebut dikarenakan kurangnya inovasi di dalam perusahaan. Pembaharuan ini merupakan hal yang sangat berpengaruh guna lebih mampu bersaing dan mempertahankan kehidupan dalam era modern. Agbim, dalam bukunya membahas bahwa pembaharuan (inovasi) merupakan resintensi terpenting untuk meningkatkan performa perusahaan dan juga bisa untuk peningkatan perkembangan dan perluasan ekonomi. Sedangkan dalam Damanpour (1991) dapat dinyatakan bahwa sebuah inovasi meliputi barang maupun jasa yang sudah diperbarui dengan teknologi proses, sistem, admninitrasi serta perencanaan yang baru (Puryantini, 2017).

Namun dalam melakukan inovasi, dibutuhkan pengetahuan manajemen guna pembaharuan atau inovasi tersebut sesuai dengan yang ditargetkan agar lembaga keuangan mampu menjaga eksistensial produk di era sekarang ini. Dalam pengertiannya, manajemen pengetahuan merupakan suatu sistem penggabungan dimana didalamnya meliputi pelaku, proses, dan teknologi (Andhara, dkk, 2018). Manajemen pengetahuan di era disrupti ini memiliki peran penting dalam menghasilkan inovasi-inovasi baru. Hal-hal yang dianggap berhasil pada masa lalu hanyalah sebuah sejarah. Dengan demikian diperlukan adanya perubahan *mindset* baru. Meskipun persaingan semakin ketat apalagi dimasa pandemi seperti sekarang ini dan semakin berkembangnya ekonomi di suatu negara, maka membumbungnya petisi kepentingan finansial guna menanggung biaya hajat masyarakat, guna kepentingan usaha ataupun kepentingan konsumsi.

Oleh sebab itu, perbankan syari'ah lahir sebagai lembaga keuangan yang aktivitas juga hasilnya ditingkatkan atas dasar Ayat yang mana terdapat dalam QS. An- Nisa ayat 161:

وَأَخْذِهِمُ الرِّبَا وَقَدْ نُهُوا عَنْهُ وَأَكْلِهِمْ أَمْوَالَ النَّاسِ بِالْبَطَلِ ۝ وَأَعْتَدْنَا
لِلْكَافِرِينَ مِنْهُمْ عَذَابًا أَلِيمًا ۝

Artinya: Dan disebabkan mereka memakan riba, padahal sesungguhnya mereka telah dilarang daripadanya, dan karena mereka memakan harta benda orang dengan jalan yang batil. Kami telah menyediakan untuk orang-orang yang kafir di antara mereka itu siksa yang pedih. (QS. An- Nisa: 161).

Selain memperhatikan pengetahuan manajemen, Bank juga harus tetap memperhatikan orientasi pasar untuk meningkatkan profitabilitas. Orientasi pasar adalah dua kata popular yang dipakai beberapa aktivis dibidang marketing untuk menerapkan rancangan penjualan. Selama kurun waktu 40 tahun, strategi perindustrian yang berorientasikan pada pasar, diasumsikan bagi akademisi juga praktisi selaku basis awal dalam pencapaian prestasi perusahaan yang terbaik pada industri manufaktur ataupun industri pelayanan (Aprizal, 2018). Orientasi pasar berpusat ketika proses menciptakan nama baik perusahaan atas keahliannya dalam mendapatkan rasa solidaritas nasabah sebab mampu membrikan pelayanan yang sangat baik. Dengan demikian nasabah senang dan lega. Industri dimana selalu berkiblat pada pasar artinya industri tersebut dapat memenuhi kepentingan nasabah dimasa yang akan datang. Melalui pengetahuan akan kebutuhan pasar, artinya industri tersebut menjadi sangat bisa dalam menyiapkan apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan pasar. Lembaga keuangan yang terpaku pada masyarakat artinya lembaga tersebut dapat mengetahui keinginan masyarakat (Anshori, 2010).

Berdasarkan data pendukung yang diperoleh peneliti, bahwa KOSPIN Jasa Syariah memiliki 24 kantor yang terdiri dari 1 kantor pusat berlokasi di Jl. KH. Wahid Hasyim No. 21-23 Kauman Pekalongan. Dan 23 kantor cabang antara lain di Banjaran, Batang, Bekasi, Beringharjo, Bulakamba, Denpasar, Jepara, Kedungwuni, Kendal, Magelang, Padalarang Bandung, Pasar Klewer Solo, Pekalongan, Pemalang, Purbalingga, Semarang, Subah, Surabaya, Surakarta, Suradadi, Tegal, Yogyakarta, dan Warung Buncit Jakarta. Pada tahun 2015, grafik perkembangan pembiayaan KOSPIN Jasa Produk Layanan Syariah dapat terealisasikan perkembangannya mencapai Rp.900.000,-. Di tahun yang sama, Tabungan dan Simpanan KOSPIN Jasa produk Layanan Syariah pun mengalami perkembangan yang cukup pesat yaitu dari hampir Rp.700.000 meningkat sampai hampir mencapai angka Rp.1.000.000,-. Kemudian, pada modal mengalami perkembangan mencapai Rp.200.000,-. Yang terakhir yaitu terkait aset yang diperoleh KOSPIN Jasa layanan syariah mengalami perkembangan dari hampir Rp. 800.000,- menjadi 1.000.000,- pada tahun 2015 (<http://kospinjasa.com/id/produk-dan-layanan>, 2021).

Jika berbicara mengenai produk, KOSPIN Jasa Syariah ini memiliki produk yang cukup banyak guna memenuhi kebutuhan anggota atau nasabah. Disebut anggota karena memang dalam kantor menyebutnya nasabah dengan istilah atau sebutan anggota. Hal ini disebabkan karena siapapun mereka poin pentingnya adalah yang mau berkontribusi untuk kemajuan KOSPIN Jasa Syariah. Lembaga ini memiliki banyak produk diantaranya ada simpanan atau tabungan, dan berbagai jenis pembiayaan. Pada produk simpanan atau tabungan ini terbagi menjadi beberapa produk antara lain Tabungan Safari, TaKop Wadi'ah, Simpanan Harian Wadi'ah, TaKop Mudharabah, Tabungan Haji Labbaika Mudharabah dan Simpanan Berjangka Mudharabah. Sedangkan untuk produk pembiayaan sendiri terdiri dari Pembiayaan Murabahah, Pembiayaan Musyarakah dan Pembiayaan Ijarah. Adapun untuk jenis jasa layanan terbagi menjadi dua macam yaitu Kiriman Uang dan Penagihan Warkat (Inkas) – Wakalah

(http://kospinjasasyariah.com/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=42&Itemid=56, 2021).

Berikut adalah tabel perkembangan penambahan nasabah untuk produk Ijarah Haji.

Tabel 1.1
Data Nasabah Produk Ijarah Haji

Tahun	Jumlah Nasabah
2015	65
2016	87
2017	93

Sumber: Data dari ibu Anggita Apriliyani, bagian Pembiayaan Kospin Jasa Syariah Pemalang.

Koperasi simpan pinjam jasa syariah cabang pemalang ini termasuk salah satu lembaga keuangan yang setiap tahunnya mengalami perkembangan dengan bertambahnya nasabah atau anggota dalam suatu produk salah satunya pada produk Ijarah Haji. Argumen yang demikian dapat dibuktikan bahwa pada tahun 2015 berjumlah 65 nasabah. Lalu di tahun 2016 bertambah cukup banyak yaitu 22 nasabah. Akan tetapi penambahan pada tahun 2017 memang tidak sebanyak di tahun sebelumnya hanya 6 nasabah (Oktaviani, 2019). Sedikit banyaknya penambahan setiap tahun pasti akan berpengaruh pada penciptaan produk baru untuk memenuhi kebutuhan nasabah.

Seperti pada penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa dengan adanya produk baru di Koperasi Simpan Pinjam Jasa Syariah Pemalang yaitu produk ijarah haji ini dapat membantu banyak orang yang ingin menunaikan ibadah haji akan tetapi terkendala oleh biaya (Oktaviani, 2019). Namun, keberagaman pengetahuan yang dimiliki oleh karyawan terkait penginovasian produk belum dapat disinergikan satu dengan yang lainnya. Inilah yang

menjadi pokok permasalahan bahwa kinerja karyawan dapat terhambat, tanpa adanya penginovasian suatu produk yang didasarkan pada pengetahuan manajemen, orientasi pesang dan orientasi nasabah baik produk simpanannya maupun produk pembiayaan yang ada di KOSPIN Jasa Syariah Pemalang. Dengan demikian, *urgent*/ penting bagi peneliti untuk mengkaji ulang apakah pengetahuan manajemen yang baik, penyesuaian pesaing dan penyesuaian nasabah ini dapat mempengaruhi inovasi produk. Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Pengetahuan Manajemen, Orientasi Pesaing dan Orientasi Nasabah Terhadap Inovasi Produk di KOSPIN Jasa Syariah Pemalang”** dengan menggunakan metode-metode dan pendekatan penelitian. Sedangkan untuk metodologi pengumpulan informasi diantaranya peneliti menggunakan *interview*, pembagian kuesioner serta observasi di lokasi atau objek penelitian.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka permasalahan yang akan dibahas dalam proposal ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh Manajemen Pengetahuan terhadap inovasi produk pada KOSPIN Jasa Syari’ah Pemalang?
2. Apakah ada pengaruh orientasi pesaing terhadap inovasi produk di KOSPIN Jasa Syari’ah Pemalang?
3. Apakah ada pengaruhnya orientasi nasabah terhadap inovasi produk di KOSPIN Jasa Syari’ah Pemalang?
4. Apakah ada pengaruh Manajemen Pengetahuan, orientasi pesaing dan orientasi nasabah terhadap inovasi produk di KOSPIN Jasa Syari’ah Pemalang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dirumuskan, maka dapat diketahui tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Manajemen Pengetahuan terhadap inovasi produk pada KOSPIN Jasa Syari'ah Pemalang
2. Untuk mengetahui pengaruh orientasi pesaing terhadap inovasi produk pada KOSPIN Jasa Syari'ah Pemalang
3. Untuk mengetahui pengaruh orientasi nasabah terhadap inovasi produk pada KOSPIN Jasa Syari'ah Pemalang
4. Untuk mengetahui pengaruh Manajemen Pengetahuan, orientasi pesaing, dan orientasi nasabah terhadap inovasi produk pada KOSPIN Jasa Syari'ah Pemalang

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang ingin penulis capai yaitu meliputi:

1. Manfaat Teoritis
 - a) Memberikan gambaran pengaruh Manajemen Pengetahuan, orientasi pesaing dan orientasi nasabah terhadap inovasi produk pada KOSPIN Jasa Syari'ah Pemalang
 - b) meningkatkan pemahaman peneliti dan pembaca serta memperluas wawasan mengenai pengaruh Manajemen Pengetahuan orientasi pesaing, dan orientasi nasabah terhadap inovasi produk pada KOSPIN Jasa Syari'ah Pemalang
2. Manfaat Praktis
 - a) Manfaat bagi peneliti

Mampu memberikan pemahaman juga wawasan baru kepada peneliti tentang pengaruh Manajemen Pengetahuan, orientasi pesaing, dan orientasi nasabah terhadap inovasi produk pada KOSPIN Jasa Syari'ah Pemalang

- b) Manfaat bagi masyarakat

Sebagai sumber ilmu pengetahuan mengenai pentingnya Manajemen Pengetahuan orientasi pesaing, dan orientasi nasabah terhadap inovasi produk pada KOSPIN Jasa Syari'ah Pemalang

c) Manfaat bagi Lembaga Keuangan yang diteliti

Sebagai bahan pertimbangan dalam mengembangkan profitabilitas secara maksimal melalui peningkatan inovasi produk dengan memperhatikan *knowledge management* (pengetahuan manajemen) yang bagus dan mengimplementasikan orientasi pesaing dan orientasi nasabah.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Dari hasil analisis data responden juga uji hipotesis, maka dapat ditarik simpulan antara lain:

1. Manajemen Pengetahuan memiliki pengaruh signifikan terhadap Inovasi Produk. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat menjawab rumusan masalah ke-1 dan hipotesis pada variabel X1 (Manajemen Pengetahuan) yang menyatakan bahwa Ha1 diterima dan H₀1 ditolak.
2. Orientasi Pesaing memiliki pengaruh signifikan terhadap Inovasi Produk. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat menjawab rumusan ke-2 masalah dan hipotesis pada variabel X2 (Orientasi Pesaing) yang menyatakan bahwa Ha2 diterima dan H₀2 ditolak.
3. Orientasi Nasabah memiliki pengaruh signifikan terhadap Inovasi Produk. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat menjawab rumusan masalah ke-3 dan hipotesis pada variabel X3 (Orientasi Nasabah) yang menyatakan bahwa Ha3 diterima dan H₀3 ditolak.
4. Variabel Manajemen Pengetahuan, Orientasi Pesaing, dan Variabel Orientasi Nasabah secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel inovasi produk. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat menjawab rumusan masalah ke-4 dan hipotesis yang menyatakan bahwa Ha4 diterima dan H₀4 ditolak.

B. Saran

1. Bagi Lembaga Keuangan

Dalam riset ini menunjukkan bahwa, manajemen pengetahuan dan orientasi nasabah telah dinyatakan memiliki pengaruh signifikan terhadap Inovasi produk. Untuk variabel Orientasi Pesaing menunjukkan bahwa variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap Inovasi. Artinya untuk lembaga keuangan, dalam hal ini adalah Koperasi Simpan Pinjam Jasa Syariah pemalang harus lebih meningkatkan knowledge management atau manajemen pengetahuan dari semua karyawan, berorientasi pada nasabah sebagai strategi untuk melakukan penginovasian suatu produk. Dan selalu berorientasikan pada perusahaan pesaing. Karena perusahaan pesaing juga dapat berperan dalam proses penginovasian produk.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Adapun hasil dari riset ini menunjukkan, pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat dapat dilihat dari nilai Adjusted R Square dalam regresi berganda yaitu sebesar 0,752 atau 75,2% dan sebesar 24,8% dapat dijelaskan oleh variabel yang lain. Maka dari itu besar harapan penulis riset ini mampu menjadi sumber rujukan untuk penelitian selanjutnya. Akan tetapi, penelitian selanjutnya harus lebih mampu mengembangkan faktor lain yang mempengaruhi Inovasi produk. Sehingga, selain variabel dalam penelitian ini juga harus mampu menjelaskan gambaran faktor-faktor yang mempengaruhi inovasi secara lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Yozika, Ferlangga & Nurul Khalifah. (2017). Pengembangan Inovasi Produk Keuangan dan Perbankan Syariah Dalam Mempertahankan dan Meningkatkan Kepuasan Nasabah. Surakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AAS. *Jurnal Edunomika*. 1-2, 33-50.
DOI:<https://media.neliti.com/media/publications/301220-pengembangan-inovasi-produk-keuangan-dan-e7a6e22c.pdf>
- Andhara, Bobby Andre, dkk. (2018). *Knowledge Management Strategi Mengelola Pengetahuan Agar Unggul Di Era Disrupsi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Apriyanti , Hani Werdi. (2018). Model Inovasi Produk Perbankan Syariah Di Indonesia. Semarang: Universitas Islam Sultan Agung. *Jurnal Ekonomi Islam*. 9-1, 95-106.
DOI: <https://dx.doi.org/10.21580/economica.2018.9.1.2053>
- Aprizal. (2018). *Orientasi Pasar dan Keunggulan Bersaing*. Makasar: Celebes Media Perkasa.
- Anshori, Mohammad Yuzak. (2010). Pengaruh Orientasi Pasar, Intelectual Capital, dan Orientasi Pembelajaran Terhadap Inovasi. *Jurnal Manajemen Bisnis*. 3-3,73-80.
DOI: <http://www.irjbs.com/index.php/jurnalirjbs/article/view/76>
- Bungin, Burhan.(2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Christensen, Clayton M. & Michael E. Raynor. (2006). *Solusi Sang Inovator Menciptakan dan Memelihara Pertumbuhan yang Sukses*. Jakarta: Serambi.
- Daranto & Sri Wardaya. (2016). *Manajemen Pemasaran Untuk Mahasiswa, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. Yogyakarta: Deepublish.
- Darmanto, dkk. (2015). *Bauran Orienasi Strategi Dan Kinerja Organisasi Penerapan Variabel Aneseden, Moderasi, Dan Mediasi Dalam Penlitian Ilmiah*. Yogyakarta: Deepublish. Cetakan-1.
- Dewi, Dian Ayunita Nugraheni Nurmala. (2018). *Modul Uji Validitas dan Reliabilitas*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Denila, Nevi. (2014). Inovasi Produk Syariah. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*. 3-2, 81-82.
DOI:<https://media.neliti.com/media/publications/111765-ID-inovasi-produk-syariah.pdf>
- Firmanzah. (2008). *Marketing Politik- Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Hendrawan, Muhammad Rosyihan. (2019). *Manajemen Pengetahuan Konsep dan Praktik Berpengetahuan pada Organisasi Pembelajar*. Malang: UB Press. Cetakan-1.
- HS, Widjono. (2007). *Bahasa Indonesia Mata Kuliah Pengembangan Kepribadian di Perguruan Tinggi*. Jakarta: PT. Grasindo.

- Hutapea, Parulian & Nurianna Thoha. (2008). *Kompetensi Plus Teori, Desain, Kasus dan Penerapan untuk HR serta Organisasi yang Dinamis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Indriani, Farida & Eko Prasetyo. (2008). Studi Mengenai Inovasi Produk Pada Usaha Kecil Kerajinan Ukiran Di Jepara. Semarang: UNDIP. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*. 7-2. 89-95.
- DOI: <https://doi.org/10.14710/jspi.v7i2.%25p>
- Kriyantono, Rachmat. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Kosasih , Natalia & Sri Budiani. (2007). Pengaruh Knowledge Management Terhadap Kinerja Karyawan. Studi Kasus Departemen Front Office Surabaya Plaza Hotel. Surabaya: Universitas Kristen Petra. *Jurnal Manajemen Perhotelan*. 2-3, 43-46.
- DOI: <https://doi.org/10.9744/jmp.3.2.80-88>
- Kospin Jasa. (2021, Januari 16). <http://kospinjasa.com/id/produk-dan-layanan>.
- Mulyono. (2018). *Berprestasi Melalui JFP Ayo Kumpulkan Angka Kreditmu*. Yogyakarta: Deepublish.
- Purnomo, Rochmat Aldy. (2017). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*. Ponorogo: CV. Wade Group.
- Puryantini, Navik, dkk. (2017). Pengaruh Knowledge Management Terhadap Kinerja Organisasi Dimediasi Inovasi di Organisasi Penelitian Pemerintah. Surabaya: Universitas Airlangga. *Jurnal BAKI*. 2, 35-37. doi = <http://dx.doi.org/10.20473/baki.v2i2.5325>
- Riyanti, Benedicta Prihatin Dwi. (2019). *Kreatifitas dan Inovasi Di Tempat Kerja*. Jakarta: Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya.
- Rukajat, Ajat. (2012). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif Quantitative Research Approach*. Yogyakarta: Deepublish.
- Siregar, Ameliya Zuliyanti dan Nurliana Harahap. *Strategi dan Teknis Penulisan Karya Tulis Ilmiah dan Publikasi*. Yogyakarta: Deepublish. cetakan-1.
- Sukmadi. (2016). *Inovasi dan Kewirausahaan (Edisi Paradigma Baru Kewirausahaan)*. Bandung: Humaniora Utama Press. Cetakan- 1.
- Sugiono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA CV.
- Ulum, Fahrur. (2014). Inovasi Produk Perbankan Syariah di Indonesia. Surabaya: UIN Sunan Ampel. *Jurnal Al- Qanun*. 17- 1, 33-59.
- DOI: <https://doi.org/10.15642/alqanun.2014.17.1.33-59>
- Wahyuni , Sri. (2020). *Kinerja Sharia Confirmity And Profitability Index dan Faktor Determinan*. Surabaya: SCOPINDO.