

BAB V

PEMBAHASAN

Setelah peneliti melakukan penelitian secara langsung dengan melakukan penyebaran kuesioner yang diajukan kepada anggota BTM Surya Madinah Pagerwojo Tulungagung. Kemudian penulis mengolah data hasil dari jawaban responden atas kuesioner yang telah di sebarakan kepada anggota BTM Surya Madinah Pagerwojo Tulungagung yang masih aktif oleh penulis, dan dalam pengolahan data dibantu oleh aplikasi SPSS 16.0.

1. Pengaruh faktor produk terhadap keputusan menjadi anggota BTM Surya Madinah Pagerwojo

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat dilihat bahwa hipotesis pertama yang berbunyi “Adakah Pengaruh signifikan faktor produk terhadap keputusan menjadi anggota BTM Surya Madinah Pagerwojo Tulungagung”, setelah dilakukan analisis produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan untuk menjadi anggota BTM Surya Madianah Pagerwojo Tulungagung.

Produk yang ditawarkan BTM Surya Madinah Pagerwojo Tulungagung ini yaitu Pembiayaan *Musyarakah*, Pembiayaan *Murabahah*, Pembiayaan *Mudharabah*, Simpanan *Al Wadiah* (SIWADA), Simpanan Arisan (Si Aris), dan Tabungan Haji. Dari keenam produk pembiayaan dan tabungan, mayoritas ketertarikan anggota menggunakan produk BTM Surya

Madinah Pagerwojo Tulungagung yakni Pembiayaan *Mudharabah*, Simpanan *Al Wadiah*, dan Simpanan Arisan. Beberapa alasan ketertarikan anggota menggunakan produk tersebut yakni produk pembiayaan dan simpanan BTM Surya Madinah bervariasi dan menarik dan sesuai dengan kebutuhan anggota.

Menurut beberapa anggota memilih produk pembiayaan *Mudharabah* adalah dari proses persyaratan dan pendaftaran tidak begitu dipersulit asalkan tujuan penggunaan modal hasil dari pembiayaan *Mudharabah* jelas. Sedangkan beberapa alasan anggota memilih produk Simpanan *Al Wadiah* yakni setoran awal yang minimal 10.000 mempermudah masyarakat yang mayoritas adalah petani, pekebun, dan peternak. Penyetoran dan penarikan dapat dilakukan setiap waktu dan bagi hasil yang sesuai menjadi alasan ketertarikan anggota memilih produk simpanan *Al Wadiah*.

Selanjutnya, beberapa alasan anggota memilih simpanan arisan adalah setoran awal sebesar 20.000 menurut anggota begitu ringan karena dapat jangka waktu pembayaran mulai tanggal 1 s/d 20 setiap bulannya. Terdapat pembagian bonus yang sesuai dengan anggota yang tertib membayar arisan dengan yang tidak tertib sehingga anggota merasa nyaman dan tenang.

Pengaruh signifikan faktor produk terhadap keputusan menjadi anggota BTM Surya Madinah Pagerwojo Tulungagung selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Melawati yang berjudul “Hubungan Antara Strategi Promosi Produk Pembiayaan *Musyarakah* Dengan Minat Menjadi Nasabah (Penelitian Pada BMT Al-Ikhlas Sukahaji Kabupaten

Majalengka)”. Melawati menyatakan terdapat pengaruh signifikan dari pemasaran produk terhadap kepuasan anggota di BMT Al-Ikhlas Kecamatan Sukahaji Kabupaten Majalengka. Dari Penelitian di atas dapat diperjelas bahwa produk berpengaruh terhadap minat anggota di BTM Surya Madinah Pagerwojo Tulungagung, sehingga apabila terjadi peningkatan produk terutama produk *Mudharabah*, *Al Wadiah*, dan Arisan, maka akan meningkatkan minat anggota untuk memilih tabungan tersebut di BTM Surya Madinah Pagerwojo Tulungagung.

Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan hasil signifikan, produk selaras dengan teorinya yang berbunyi “Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginannya.¹ Produk merupakan variabel terpenting dalam *marketing mix* suatu produk pada konsumen akan membawa pengaruh bagi kelangsungan hidup perusahaan pada masa yang akan datang.² Produk ini bertujuan agar masyarakat memilih produk tersebut agar bisa digunakan untuk memenuhi keinginan.”

2. Pengaruh Faktor Harga Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Di BTM Surya Madinah Pagerwojo Tulungagung

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat dilihat bahwa hipotesis kedua yang berbunyi “Adakah Pengaruh signifikan harga terhadap keputusan menjadi anggota BTM Surya Madinah Pagerwojo Tulungagung”, setelah

¹ Taufiq Amir, (2005), *Dinamika Pemasaran Jelajahi dan Rasakan*, Jakarta: PT Grafindo Persada, hal. 139.

² *Ibid.*, hal. 22

dilakukan analisis harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan untuk menjadi anggota BTM Surya Madinah PAGERWOJO Tulungagung.

Berdasarkan hasil analisis kuesioner menunjukkan alasan anggota memilih BTM Surya Madinah PAGERWOJO Tulungagung adalah porsi bagi hasil sesuai dengan harapan anggota. Selanjutnya, biaya administrasi yang dibebankan murah.

Bagi hasil yang ditetapkan BTM Surya Madinah sebesar 2,5% per bulan. Jika melihat beberapa persyaratan pembiayaan dan pembukaan tabungan calon anggota cukup mengeluarkan biaya untuk menyiapkan berkas-berkas pendaftaran yang harus di *fotocopy* sejumlah yang ditetapkan oleh lembaga.

Penelitian selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Irsad. Z yang berjudul “Analisis *Marketing Mix (Product, Price, Promotion, dan Place)* yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pengguna Operator Esia”. Irsad menyatakan terdapat pengaruh signifikan harga terhadap keputusan pelanggan (konsumen). Dalam hal ini, harga menjadi faktor penentu keputusan konsumen untuk memilih produk yang ditawarkan. Sama halnya dengan keputusan calon anggota memilih menjadi anggota di BTM Surya Madinah, proses transaksi yang dilakukan dengan proses keuntungan yang didapat oleh anggota dirasa sesuai dengan akad diawal. Sehingga anggota merasa puas jika melihat dari segi “berapa lama menjadi anggota” hampir rata-rata anggota sudah menjadi anggota selama 3 tahun bahkan lebih dari 5

tahun. Ini terlihat ketika narasumber sudah selesai di akhir periode dan membuka rekening kembali.

Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan hasil signifikan, harga selaras dengan teorinya yang berbunyi “Tujuan penetapan harga ini untuk memperoleh laba yang maksimum, sehingga perusahaan mengambil manfaat memperoleh keuntungan dari faktor harga yang terjadi di pasar. Dalam hal penetapan harga jika mengambil laba terlalu banyak akan mengakibatkan konsumen tidak memilih produk tersebut. Jadi harga merupakan suatu cara bagi seorang penjual untuk membedakan penawarannya dari para pesaing.”³

3. Pengaruh Faktor Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Di BTM Surya Madinah Pagerwojo Tulungagung

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat dilihat bahwa hipotesis ketiga yang berbunyi “Adakah Pengaruh signifikan lokasi terhadap keputusan menjadi anggota BTM Surya Madinah Pagerwojo Tulungagung”, setelah dilakukan analisis lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan untuk menjadi anggota BTM Surya Madinah Pagerwojo Tulungagung.

Berdasarkan hasil analisis kuesioner menunjukkan alasan anggota memilih BTM Surya Madinah Pagerwojo Tulungagung adalah lokasi BTM Surya Madinah Pagerwojo mudah dijangkau, dekat dengan pertokoan dan dekat dengan fasilitas umum. Jika melihat lokasi BTM Surya Madinah

³ *Ibid.*, hal. 60.

Pagerwojo Tulungagung yakni sebelah utara terdapat Puskesmas Pagerwojo, sebelah timur terdapat pemukiman warga, sebelah selatan terdapat Kantor Pos, dan sebelah barat terdapat Pasar Mulyosari. Melihat kondisi lokasi BTM Surya Madinah Pagerwojo sangat strategi karena aktivitas masyarakat begitu padat melihat ada pasar, pemukiman warga, kantor pos, dan puskesmas.

Penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Amalia Nuril Hidayati yang berjudul “Pengaruh faktor *Marketing Mix* dan faktor syariah terhadap keputusan untuk menjadi nasabah BMT Sahara Tulungagung”. Amalia menyatakan bahwa lokasi berperan signifikan terhadap keputusan anggota untuk bergabung menjadi nasabah. Faktor lokasi menjadi pertimbangan masyarakat menengah bawah untuk melakukan transaksi di lembaga keuangan. Sehingga keberadaan BTM Surya Madinah tepat berada dilokasi pemukiman warga yang secara geografis pegunungan dan jauh dari pusat perkotaan. Keberadaan BTM Surya Madinah membantu masyarakat Pagerwojo untuk melakukan aktivitas perekonomian.

Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan hasil signifikan, lokasi selaras dengan teorinya yang berbunyi “Lokasi merupakan variabel yang sangat penting dalam analisis ekonomi spasial dimana tata ruang dan lokasi kegiatan ekonomi merupakan unsur utama. Teori lokasi memberikan kerangka analisis yang sistematis mengenai pemilihan lokasi kegiatan ekonomi dan sosial, serta interaksi antarwilayah. Teori lokasi menjadi

penting dilakukan karena pemilihan lokasi yang tepat akan dapat memberikan penghematan dalam ongkos biaya angkut dan biaya produksi sehingga mendorong terjadinya efisiensi baik dalam bidang produksi maupun pemasaran. Sedangkan interaksi antarwilayah akan dapat pula mempengaruhi perkembangan bisnis yang pada gilirannya akan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi wilayah bersangkutan.”

4. Pengaruh Faktor Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Di BTM Surya Madinah Pagerwojo Tulungagung

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat dilihat bahwa hipotesis keempat yang berbunyi “Adakah Pengaruh signifikan promosi terhadap keputusan menjadi anggota BTM Surya Madinah Pagerwojo Tulungagung”, setelah dilakukan analisis promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan untuk menjadi anggota BTM Surya Madinah Pagerwojo Tulungagung.

Berdasarkan hasil analisis kuesioner menunjukkan alasan anggota memilih BTM Surya Madinah Pagerwojo Tulungagung adalah promosi yang dilakukan oleh teman dan keluarga menjadi alasan paling dominan. Melihat geografis yang pegunungan menjadikan kekerabatan masyarakat begitu kental, komunikasi masyarakat dengan tetangga masih begitu intens. Sehingga faktor promosi dari teman dan keluarga masih sangat dipercaya. Bila dibandingkan dengan media massa, menurut hasil kuesioner jawaban masyarakat adalah jarang sekali menemukan atau mendapatkan informasi dari media massa.

Dari penelitian di atas dapat diperjelas bahwa faktor promosi berpengaruh terhadap minat anggota di BTM Surya Madinah Pagerwojo Tulungagung, sehingga apabila promosi ditingkatkan maka akan meningkatkan minat anggota untuk memilih berbagai produk dengan bagi hasil yang berbeda di BTM Surya Madinah Pagerwojo Tulungagung. Promosi juga diutamakan untuk digencarkan melalui anggota sehingga dengan meningkatkan kepercayaan pada anggota, anggota dapat membagi informasi BTM Surya Madinah kekerabat terdekat.

Penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Anisa Nurul Islamadina yang berjudul “Pengaruh Metode *Marketing Mix* Terhadap Keputusan Pelanggan Membeli *Green Product* (Studi Kasus Pada Swalayan Di Kota Yogyakarta dan Magetan)”. Anisa menyatakan bahwa promosi berperan penting untuk menginformasikan lembaga keuangan. Promosi dianggap penting untuk menimbulkan kepercayaan kepada anggota maupun calon anggota. Selain itu, promosi juga harus melihat kondisi geografis di lokasi dimana berdirinya lembaga keuangan agar seluruh lapisan masyarakat mengetahui produk yang ditawarkan oleh BTM Surya Madinah.

Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan hasil signifikan, promosi selaras dengan teorinya yang berbunyi “Promosi adalah salah satu bagian dari bauran pemasaran yang besar peranannya. Promosi merupakan suatu ungkapan dalam arti luas tentang kegiatan-kegiatan yang secara aktif

dilakukan oleh perusahaan untuk mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan”.

5. Pengaruh Faktor *Sharia Compliance* Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Di BTM Surya Madinah Pagerwojo Tulungagung

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat dilihat bahwa hipotesis kelima yang berbunyi “Adakah Pengaruh signifikan *Sharia Compliance* terhadap keputusan menjadi anggota BTM Surya Madinah Pagerwojo Tulungagung”, setelah dilakukan analisis *Sharia Compliance* berpengaruh signifikan terhadap keputusan untuk menjadi anggota BTM Surya Madinah Pagerwojo Tulungagung.

Berdasarkan hasil analisis kuesioner menunjukkan alasan anggota memilih BTM Surya Madinah Pagerwojo Tulungagung adalah setiap praktik transaksi menggunakan prinsip-prinsip syariah dan bebas dari bunga (riba).

Penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Amalia Nuril Hidayati di hipotesis ketiga. Amalia menyatakan bahwa *Sharia Compliance* menjadi faktor pertimbangan keputusan anggota melihat mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam. Dalam lingkup kecil, jika melihat secara geografis masyarakat Pagerwojo adalah pegunungan memperlihatkan pula mayoritas agama yang dianut oleh masyarakat Pagerwojo adalah Islam. Sehingga ketaatan menggunakan prinsip syariah menjadi pertimbangan keputusan anggota.

Dari penelitian di atas dapat diperjelas bahwa faktor *sharia compliance* berpengaruh terhadap minat anggota di BTM Surya Madinah Pagerwojo Tulungagung, sehingga apabila *sharia compliance* ditingkatkan maka akan meningkatkan minat anggota untuk memilih berbagai produk dengan bagi hasil yang berbeda di BTM Surya Madinah Pagerwojo Tulungagung.

Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan hasil signifikan, *Sharia Compliance* selaras dengan teorinya yang berbunyi “*Sharia Compliance* adalah ketaatan menggunakan prinsip-prinsip syariah”.

6. Pengaruh Faktor Produk, Harga, Lokasi, Promosi dan *Sharia Compliance* Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Di BTM Surya Madinah Pagerwojo Tulungagung

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat dilihat bahwa hipotesis kelima yang berbunyi “Adakah pengaruh yang signifikan faktor produk, harga, lokasi, promosi dan *sharia compliance* terhadap keputusan menjadi anggota BTM Surya Madinah Pagerwojo Tulungagung”. Setelah dilakukan analisis produk, harga, lokasi, promosi dan *sharia compliance* berpengaruh signifikan terhadap keputusan untuk menjadi anggota BTM Surya Madinah Pagerwojo Tulungagung.

Penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Achmanatul Wahyuni Surya Ningsih yang berjudul “Pengaruh Pemasaran Tabungan Mudharabah Terhadap Minat Anggota Di Koperasi Wanita

Syariah”. Achmanatul menyatakan bahwa penelitian ini menunjukkan produk, harga, lokasi, promosi dan *sharia compliance* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat anggota. Hal ini juga sesuai dengan penentuan *marketing mix* yang ditunjukkan agar setiap kegiatan pemasaran dapat berlangsung dengan sukses dan lancar, produknya lebih dikembangkan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat ataupun anggota Koperasi, dan agar diberi harga yang terjangkau oleh konsumen lalu ditempatkan dimana konsumen bisa mengetahui dan belanja dimana kebutuhan itu ada dan dipromosikan melalui teman dan keluarga agar terjangkau oleh anggota koperasi.

Dari penelitian di atas dapat diperjelas bahwa faktor produk, harga, lokasi, promosi dan *sharia compliance* berpengaruh terhadap minat anggota di BTM Surya Madinah Pagerwojo Tulungagung, sehingga apabila produk, harga, lokasi, promosi dan *sharia compliance* ditingkatkan maka akan meningkatkan minat anggota untuk memilih berbagai produk dengan bagi hasil yang berbeda di BTM Surya Madinah Pagerwojo Tulungagung.