

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “**Faktor-Faktor Persepsi, Promosi, dan Bagi Hasil Yang Dipertimbangkan Anggota dalam Memilih Pembiayaan di Koperasi Syariah Baitul Tamwil Muhammadiyah Surya dan Campurdarat Tulungagung**” ini ditulis oleh Fita Rahma Lestari NIM. 1741143134, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. Pembimbing: Sri Eka Astutiningsih, SE., M.M.

Lembaga keuangan mikro yang berjenis koperasi salah satunya adalah *Baitul Maal wa Tamwil* yakni lembaga keuangan mikro yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah. *Baitul Maal wa Tamwil* memiliki tujuan salah satunya untuk menarik minat masyarakat agar melakukan pembiayaan di lembaga tersebut. Sebagai lembaga keuangan mikro yang ditumbuh kembangkan oleh masyarakat yang mampu menjangkau masyarakat kecil dan pengusaha kecil sehingga menjadikan *Baitul Tamwil Muhammadiyah* terus berkembang. Dengan demikian BTM perlu mengetahui faktor-faktor yang dipertimbangkan masyarakat dalam memilih pembiayaan. Hal yang dipertimbangkan masyarakat dalam memilih pembiayaan adalah faktor persepsi, promosi, dan bagi hasil.

Rumusan Masalah dalam penelitian ini adalah 1) Faktor-faktor persepsi apa sajakah yang dipertimbangkan anggota dalam memilih pembiayaan di koperasi syariah *Baitul Tamwil Muhammadiyah Surya Dana Campurdarat Tulungagung*? 2) Faktor-faktor promosi apa sajakah yang dipertimbangkan anggota dalam memilih pembiayaan di koperasi syariah *Baitul Tamwil Muhammadiyah Surya Dana Campurdarat Tulungagung*? 3) Faktor-faktor bagi hasil apa sajakah yang dipertimbangkan anggota dalam memilih pembiayaan di koperasi syariah *Baitul Tamwil Muhammadiyah Surya Dana Campurdarat Tulungagung*? 4) Faktor-faktor persepsi, promosi, dan bagi hasil faktor manakah yang paling dipertimbangkan anggota dalam memilih pembiayaan di koperasi syariah *Baitul Tamwil Muhammadiyah Surya Dana Campurdarat Tulungagung*?

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Pengumpulan data menggunakan Kuisisioner (angket), Wawancara, dan Dokumentasi. Adapun teknik analisis data yang digunakan yaitu Uji Validitas dan Reliabilitas, dan Analisis Faktor menggunakan Multivariate Normal, Uji *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO), dan Uji MSA (*Measure of Sampling Adequacy*).

Hasil dalam penelitian menunjukkan 1) Faktor-faktor persepsi yang dipertimbangkan anggota dalam memilih pembiayaan yaitu faktor keunggulan dan kemudahan proses dengan nilai *eigen value* sebesar 9,021. 2) Faktor-faktor promosi yang dipertimbangkan anggota dalam memilih pembiayaan yaitu faktor strategi pemasaran dengan nilai *eigenvalue* sebesar 1,932. 3) Faktor-faktor bagi hasil yang dipertimbangkan anggota dalam memilih pembiayaan yaitu faktor pembagian keuntungan dengan nilai *eigenvalue* sebesar 2,350. 4) Faktor keunggulan dan kemudahan proses merupakan faktor pertama yang terbentuk dengan nilai *eigenvalue* sebesar 9,021 dan lebih besar dari nilai *eigenvalue* faktor-faktor lain yang terbentuk yaitu faktor pembagian keuntungan sebesar 2,350, faktor strategi pemasaran dengan nilai *eigenvalue* sebesar 1,932, dan faktor pengambilan keputusan dengan nilai *eigenvalue* sebesar 1,780.

Kata Kunci: Persepsi, Promosi, Bagi Hasil, Pembiayaan.

ABSTRACT

Thesis with title “**Perception, Promotion, and Profit Sharing Factors Considered by Members in Choosing Financing at the *Baitul Tamwil Muhammadiyah Surya Cooperative Syariah Fund Campurdarat Tulungagung***” Written by Fita Rahma Lestari NIM. 1741143134. Faculty of Economics and Islamic Business, Department of Sharia Economy, State Islamic Institute of Tulungagung. Advisor: Sri Eka Astutiningsih, SE., M.M.

One of the cooperative type microfinance institutions is *Baitul Maal wa Tamwil*, which is a microfinance institution that operates based on sharia principles. *Baitul Maal wa Tamwil* aims to attract public interest in financing the institution. As a microfinance institution developed by the community that is able to reach small communities and small entrepreneurs so that *Baitul Tamwil Muhammadiyah* continues to grow. Thus, BMT needs to know the factors that are considered by the community in choosing financing. Things that people consider in choosing financing are perception, promotion, and profit sharing factors.

The formulations in this research 1) What perception factors are considered by members in choosing financing in the sharia cooperative *Baitul Tamwil Muhammadiyah Surya Dana Campurdarat Tulungagung*? 2) What promotional factors do members consider in choosing financing in the sharia cooperative *Baitul Tamwil Muhammadiyah Surya Dana Campurdarat Tulungagung*? 3) What is the profit sharing factors that members consider in choosing financing in the *Baitul Tamwil Muhammadiyah Surya Dana Campurdarat Tulungagung sharia cooperative*? 4) Which perception, promotion, and profit-sharing factors are the most considered by members in choosing financing in the sharia cooperative *Baitul Tamwil Muhammadiyah Surya Dana Campurdarat Tulungagung*??

This research used a quantitative research approach. Collecting data using Questionnaire (questionnaire), Interview, and Documentation. The data analysis techniques used are Validity and Reliability Test, and Factor Analysis using *Multivariate Normal, Kaiser-Mayer-Olkin (KMO) Test*, and MSA Test (*Measure of Sampling Adequacy*).

The results showed that 1) The perception factors that are considered by members in choosing financing are the superiority factor and the ease of processing with an eigen value of 9,021. 2) Promotional factors that are considered by members in choosing financing are marketing strategy factors with an *eigenvalue* of 1,932. 3) Profit-sharing factors that are considered by members in choosing financing are profit-sharing factors with an *eigenvalue* of 2.350. 4) The superiority factor and the ease of processing are the first factors formed with an *eigenvalue* of 9.021 and greater than the *eigenvalue* of other factors formed, namely the profit sharing factor of 2.350, the marketing strategy factor with an *eigenvalue* of 1.932, and the decision-making factor with the *eigenvalue* is 1,780..

Keywords: Perception, Promotion, Profit Sharing, Financing.