

ABSTRAKSI

Nama : A'rasy Fahrullah
Program Studi : Timur Tengah dan Islam
Judul : Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen
Menggunakan Jasa Baitut Tamwiil Muhammadiyah (Studi Kasus di Enam BTM di Tulungagung)

Masalah dalam penelitian ini adalah bahwa kemampuan BTM untuk mendapatkan nasabah belum maksimal. Untuk itu diadakan studi kasus pada enam BTM di Tulungagung yaitu; BTM amanah, BTM mentari, BTM Surya Buana, BTM perkasa, BTM Surya amanah, dan BTM Surya Madinah. Metode penelitian menggunakan alat kuesioner pada 100 orang sampel dengan tehnik sampling: non probability-purposive. Selanjutnya dilakukan analisis reliabilitas dan validitas kuesioner, kemudian analisis deskriptif, analisis factor untuk menemukan faktor dominan yang mempengaruhi konsumen menggunakan jasa BTM, dan analisis cross tabulation chi square untuk mengetahui hubungan antara karakteristik responden dengan faktor-faktor yang diteliti. Kesemuanya menggunakan software pengolah data SPSS. Kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian adalah bahwa faktor dominan yang mempengaruhi konsumen menggunakan jasa BTM di Tulungagung adalah sumber daya manusia dan bukti fisik. Karakteristik responden yang berhubungan dengan faktor yang diteliti adalah jenis kelamin, pekerjaan, lama responden menjadi nasabah, produk yang digunakan, menjadi nasabah lembaga keuangan lain, dan alasan menjadi nasabah lembaga keuangan lain. Sedangkan latar belakang pendidikan, besar pendapatan, dan usia responden ternyata tidak mempunyai hubungan dengan faktor-faktor yang diteliti.

Kata kunci:

Nasabah, Baitut Tamwiil Muhammadiyah, Sumber Daya Manusia, Analisis Faktor, Analisis Chi Square

ABSTRACT

Name : A'rasy Fahrullah
Study Program : Middle East and Islam
Title : Factors Influencing Consument to Use Baitut Tamwiil
Muhammadiyah Service (Case Study in Six BTM in
Tulungagung)

The problem in this research is that the ability of BTM to get customers is not yet maximalized. To answer this problem the research is held in six BTM in Tulungagung: BTM amanah, BTM mentari, BTM Surya Buana, BTM perkasa, BTM Surya amanah, and BTM Surya Madinah. Research methods using questionnaire for a hundred persons as a sample. And purposive-non probability as sampling techniques. Reliability and validity analysis, descriptive analysis, factor analysis, and cross tabulation chi square analysis is used as analysis tools. Factor analysis is used to find the dominant factor influencing consument to use BTM service, and cross tabulation analysis is used to know the relationship between respondent characteristics and factor influencing consument to use BTM service. All using SPSS software. The results of this research are that people factor and physical evidence factor is the dominant factor influencing consument to use BTM service. And sex, job, product used, how long become BTM customer, become another bank customer, and the reason become another bank customer, as respondent characteristic that has relationship with the factors. While education, income, and age has no relationship to the factors.

Key words:

Customer, Baitut Tamwiil Muhammadiyah, People Factor, Factor Analysis, Chi Square Analysis

الخلاصة

اسم	: أعرش فخر الله
برنامج دراسي	: دؤاسة ولايو الشرق الأوسط والإسلام
موضوع	: دؤاسة العوامل المؤثرة على استخدام منفعة بيت التمويل "محمديّة" (دؤاسة وافئة في سنة بيوت التمويل "محمديّة" في نولوئج أجونج)

إن المسألة في هذه الدراسة هي خفض مستوى فدره بيوت التمويل على الحصول على أصحاب أموال، فأجريت الدراسة الوافجة في سنة بيوت التمويل "محمديّة" في نولوئج أجونج. هي بيت المال أمانة، وبيت المال مينئاري، وبيت المال سوريا بووانا، وبيت المال بيركاسا، وبيت المال سوريا أمانة، و بيت المال سوريا مدينة، ونستخدم الدراسة الاستمارات لمائة شخص بقاعدة (non probability purposive)، ثم القيام بتحليل صحة الاستمارات، ثم القيام بالتحليل البياني والتحليل العاملي لمعرفة أغلب العوامل المؤثرة على أصحاب أموال لاستخدام منفعة بيوت المال، ثم القيام بتحليل (analysis cross tabulation chi square) لمعرفة الاتصال بين خصائص أصحاب الاستمارات والعوامل المدروسة، والبرنامج المستخدم هو (SPSS). والنتيجة من الدراسة أن العوامل الغالبة المؤثرة على أصحاب المال على استخدامهم بيوت المال "محمديّة" في نولوئج أجونج هي كفاءة إنسانية والبيئة الرسمية، وأما خصائص صاحب الاستمارات المتصلة بالعوامل المدروسة هي الجنس والوظيفة وطول كونهم أصحاب مال وانتاجات المستخدمة و كونهم أصحاب مال في المؤسسة المالية الأخرى، وأما عوامل خلفية الدراسة والدخل المالي والحمر فليست لها اتصال بالعوامل المدروسة.

مفتاح الكلمات:

أصحاب مال، بيت التمويل "محمديّة" كفاءة إنسانية، (analysis faktor)، (analysis chi square)

RINGKASAN EKSEKUTIF

Penelitian dari Bank Indonesia mengungkapkan bahwa 95% responden berpendapat bahwa sistem perbankan penting dan dibutuhkan dalam mendukung kelancaran transaksi ekonomi. Penelitian tersebut juga mengungkapkan bahwa kesan umum yang ditangkap oleh masyarakat tentang Bank Syari'ah adalah (1) Bank Syari'ah indentik dengan bank dengan sistem bagi hasil, (2) Bank Syari'ah adalah bank yang Islami. Namun berdasarkan survey yang dilakukan di wilayah Jawa Barat 8,1% responden yang menyatakan bahwa Bank Syari'ah secara eksklusif hanya khusus untuk umat Islam. Selain itu juga terungkap bahwa pengetahuan masyarakat tentang sistem perbankan syari'ah relatif tinggi. Meskipun demikian pemahaman mengenai keunikan produk/jasa Bank Syari'ah secara umum masih rendah. Faktor-faktor yang memotivasi masyarakat untuk menggunakan jasa perbankan syari'ah untuk masyarakat Jabar dan Jatim ternyata lebih didominasi oleh faktor kualitas pelayanan dan kedekatan lokasi bank dari pusat kegiatan. Sedangkan untuk masyarakat Jateng faktor pertimbangan agama adalah motivator penting untuk mendorong penggunaan jasa Bank Syari'ah. Penelitian yang dilakukan di Jabar mengungkapkan bahwa masyarakat non nasabah yang diberi penjelasan tentang produk/jasa Bank Syari'ah mempunyai kecenderungan yang kuat untuk memilih Bank Syari'ah, namun sebaliknya, nasabah yang telah menggunakan produk/jasa Bank Syari'ah sebagian mempunyai kecenderungan untuk berhenti menjadi nasabah karena faktor pelayanan yang kurang baik atau keraguan terhadap konsistensi penerapan prinsip syari'ah (Mu'allim: 2004).

Penduduk di Kabupaten Tulungagung sekitar 1.020.217 jiwa. Dengan jumlah penduduk pada usia produktif (20-49 tahun), 461.905 merupakan calon nasabah yang potensial bagi BTM. Dimana untuk saat ini nasabah dari enam BTM yang diteliti hanya mencapai 16.943 orang. Yang berarti hanya sekitar 3,66% dari jumlah penduduk usia produktif. Dengan demikian rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bahwa BTM belum maksimal dalam mendapatkan nasabah.

Seharusnya BTM-BTM di Tulungagung mampu mendapatkan nasabah lebih banyak mengingat calon nasabah potensial di Kabupaten Tulungagung masih cukup banyak. Maka perlu diteliti apakah faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen menggunakan jasa BTM.

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka penelitian ini mencoba untuk menjawab pertanyaan penelitian yaitu:

1. Apakah faktor dominan yang mempengaruhi konsumen untuk menggunakan jasa BTM di Tulungagung
2. Adakah hubungan antara karakteristik responden BTM yaitu jenis kelamin, agama, umur, pendidikan, pekerjaan, penghasilan, lama menjadi nasabah, produk yang digunakan, menjadi nasabah lembaga keuangan lain, serta alasan menjadi nasabah lembaga keuangan lain dengan faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah menggunakan jasa BTM di Tulungagung.

Dengan pertanyaan tersebut diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui apakah faktor dominan yang mempengaruhi konsumen untuk menggunakan jasa BTM di Tulungagung sehingga dengan demikian dapat dirancang strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran.
2. Mengetahui adakah hubungan antara karakteristik responden BTM yaitu jenis kelamin, agama, umur, pendidikan, pekerjaan, penghasilan, lama menjadi nasabah, produk yang digunakan, menjadi nasabah lembaga keuangan lain, serta alasan menjadi nasabah lembaga keuangan lain dengan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen menggunakan jasa BTM di Tulungagung. Dengan mengetahui hal ini diharapkan BTM mampu memposisikan diri diantara para pesaingnya dan menciptakan keunggulan kompetitif.

Secara umum manfaat yang diharapkan diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1 Hasil penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan sebagai masukan, sumber informasi tambahan bagi BTM agar selanjutnya dapat menjadi sumber acuan bagaimana menentukan strategi pemasaran kedepan.

- 2 Dengan mengetahui faktor dominan yang mempengaruhi konsumen menjadi nasabah BTM, maka pengelola BTM dapat lebih fokus pada variabel tersebut untuk ditingkatkan.
- 3 Dengan mengetahui karakteristik nasabah, pengelola BTM dapat memetakan para nasabahnya dan menentukan *positioning* BTM di antara lembaga keuangan sejenis.

Namun demikian penelitian ini tetap mempunyai keterbatasan cakupan sehingga diberi batasan tertentu. Hal ini juga perlu agar penelitian tidak melenceng dari tujuan semula. Maka batasan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Objek penelitian adalah enam BTM di Kabupaten Tulungagung sehingga tidak dapat digeneralisir untuk daerah lainnya.
2. Faktor yang diteliti terbatas pada price, product, place, promotion, process, physical evidence, people, syariah, dan reference group.

Sedangkan hipotesis dari penelitian ini adalah bahwa faktor dominan yang mempengaruhi konsumen memilih BTM adalah faktor pelayanan dari karyawan dan faktor Muhammadiyah sebagai kelompok acuan.

Karakteristik responden berupa jenis kelamin, agama, umur, pendidikan, pekerjaan, penghasilan, lama menjadi nasabah, produk yang digunakan, menjadi nasabah lembaga keuangan lain, dan alasan menjadi nasabah lembaga keuangan lain juga memiliki hubungan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen menggunakan jasa BTM. Oleh karena itu hipotesis yang kedua dari penelitian ini adalah:

H₀: tidak ada hubungan antara karakteristik responden dengan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen menggunakan jasa BTM.

H₁: ada hubungan antara karakteristik responden dengan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen menggunakan jasa BTM.

Penelitian ini menggunakan dua jenis data yaitu data primer yang adalah data yang diperoleh secara langsung melalui kuesioner maupun wawancara. Yang kedua adalah data sekunder yang mendukung data primer yang didapat melalui literatur baik berupa buku, media massa, maupun internet.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Dalam proses analisis datanya terlebih dahulu akan diberi tanda untuk memudahkan dengan

teknik coding (pemberian kode). Kemudian data tersebut akan diolah dengan menggunakan program komputer. Program yang digunakan adalah SPSS version 16 dalam platform windows XP. Beberapa tehnik analisis statistik yang dipakai adalah:

1. Analisis validitas dan reliabilitas instrument penelitian.
2. Descriptive statistics antara lain, mean, median, dan modus.
3. Factor analysis untuk mereduksi data faktor-faktor dan menemukan faktor dominan.
4. Analisis hubungan antara karakteristik responden dengan faktor-faktor yang diteliti menggunakan analisis cross tabulation (chi square).

Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel-variabel yang dominan mempengaruhi keputusan konsumen untuk memilih BTM adalah:

1. Karyawan menerima keluhan
2. Karyawan melayani dengan memuaskan
3. Karyawan berbusana rapi
4. Karyawan profesional
5. Cash cepat
6. Kantor yang megah
7. Surat menyurat resmi

Variabel-variabel diatas adalah faktor sumber daya manusia dan bukti fisik. Sedangkan karakteristik responden setelah dianalisis menggunakan cross tabulasi chi square menunjukkan bahwa karakteristik yang berhubungan dengan faktor-faktor yang diteliti hanya:

1. jenis kelamin
2. pekerjaan
3. lama responden menjadi nasabah
4. produk yang digunakan
5. menjadi nasabah lembaga keuangan lain
6. alasan menjadi nasabah lembaga keuangan lain

Karakteristik yang lain ternyata tidak berpengaruh.

Jadi kesimpulan penelitian ini yang digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian adalah sebagai berikut. Pertanyaan pertama tentang faktor dominan

yang mempengaruhi konsumen menggunakan jasa BTM setelah dianalisis menggunakan analisis faktor ternyata adalah faktor sumber daya manusia dan bukti fisik BTM. Maka hipotesis awal bahwa faktor dominan yang mempengaruhi konsumen memilih BTM adalah faktor pelayanan dari karyawan dan faktor Muhammadiyah sebagai kelompok acuan ditolak. Karena ternyata masyarakat Tulungagung memilih BTM dengan sebab pelayanan karyawan yang baik dan bukti fisik jelas yang meyakinkan konsumen.

Pertanyaan penelitian yang kedua yaitu adakah hubungan antara karakteristik responden dengan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen untuk menggunakan jasa BTM, setelah di analisis ternyata terbukti karakteristik responden yang berhubungan dengan faktor yang mempengaruhi konsumen menggunakan jasa BTM adalah jenis kelamin, pekerjaan, lama responden menjadi nasabah, produk yang digunakan, menjadi nasabah lembaga keuangan lain, dan alasan menjadi nasabah lembaga keuangan lain. Sedangkan latar belakang pendidikan, besar pendapatan, dan usia responden ternyata tidak mempunyai hubungan dengan faktor-faktor yang diteliti.

Saran yang bisa diajukan pada BTM di Tulungagung adalah:

1. Kesan pertama berupa kantor yang megah dan representatif memberi kepercayaan pada konsumen untuk menjadi nasabah BTM. Untuk itu, investasi pembangunan kantor yang menelan biaya besar tidaklah sia-sia. Sedangkan menjaganya tetap menarik adalah hal penting yang harus terus dipertahankan.
2. Faktor lokasi ternyata sangat penting, dan masih banyak lokasi-lokasi strategis yang belum digarap oleh BTM. Sebagian BTM yang sudah tumbuh besar kiranya perlu untuk membangun cabang baru guna menjaring nasabah yang lebih banyak.
3. Mengingat konsumen sangat mempertimbangkan pelayanan dari karyawan dalam memilih BTM, pelatihan bagi karyawan perlu diadakan secara rutin agar karyawan dapat terbiasa menerima keluhan, melayani konsumen dengan sepenuh hati, mempelajari sopan santun yang baik, dan tetap mengedepankan profesionalitas yang selama ini sudah terbangun.