

SKRIPSI

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
MINAT MASYARAKAT MENJADI ANGGOTA TABUNGAN
IDUL FITRI PADA KOPERASI SERBA USAHA (KSU)
BAITUL TAMWIL MUHAMMADIYAH (BTM) SURYA
METRO SELATAN**

Oleh :

IMES KURNIA SARI

NPM. 1502100180



**Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1441 H/2019M**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
MINAT MASYARAKAT MENJADI ANGGOTA TABUNGAN
IDUL FITRI PADA KOPERASI SERBA USAHA (KSU)
BAITUL TAMWIL MUHAMMADIYAH (BTM) SURYA
METRO SELATAN**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :

IMES KURNIA SARI

NPM. 1502100180

Pembimbing I : Drs.H. M. Saleh, M.A

Pembimbing II : SuciHayati,M.S.I

**Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1441 H/2019 M**

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (satu) Berkas
Perihal : Pengajuan Skripsi untuk dimunaqosyahkan

Kepada Yth.,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya, maka Skripsi saudara:

Nama : Imes Kurnia Sari
NPM : 15020100180
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan syariah
Judul : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
MINAT MASYARAKAT MENJADI ANGGOTA
TABUNGAN IDUL FITRI PADA KOPERASI SERBA
USAHA (KSU) BAITUL TAMWIL MUHAMMADIYAH
(BTM) SURYA METRO SELATAN

Sudah dapat kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk dimunaqosyahkan.

Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Pembimbing I



Drs. H. M. Saleh, MA
NIP. 19650111 199303 1 001

Metro, Januari 2020
Pembimbing II



Suci Hayati, M.S.I
NIP. 19770309 200312 2 003

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT MENJADI
ANGGOTA TABUNGAN IDUL FITRI PADA
KOPERASI SERBA USAHA (KSU) BAITUL TAMWIL
MUHAMMADIYAH (BTM) SURYA METRO SELATAN

Nama : Imes Kurnia Sari
NPM : 15020100180
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

MENYETUJUI

Sudah dapat kami setujui untuk dimunaqosyahkan dalam sidang
Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro.

Pembimbing I

Metro, Januari 2020
Pembimbing II



Drs. H. M. Saleh, MA
NIP. 19650111 199303 1 001



Suci Hayati, M.S.I
NIP. 19770309 200312 2 003



**KEMENTERIAN AGAMA REPULIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki.Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111

M E T R O Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No: 0083 / In-28.3 / D / PP-00.9 / 01 / 2020

Skripsi dengan judul: **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT MENJADI ANGGOTA TABUNGAN IDUL FITRI PADA KOPERASI SERBA USAHA (KSU) BAITUL TAMWIL MUHAMMADIYAH (BTM) SURYA METRO SELATAN** Disusun oleh: Imes Kurnia Sari, NPM 1502100180, Jurusan: S1 Perbankan Syariah telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/ tanggal: Kamis, 02 Januari 2020

TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator : Drs. H M.. Saleh, M.A

Penguji I : Hermanita, S.E., M.M

Penguji II : Suci Hayati, M.S.I

Sekretaris : Ani Nurul Imtihanah, M.S.I



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum
NIP 197209232000032002

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
MASYARAKAT MENJADI ANGGOTA TABUNGAN IDUL FITRI PADA
KOPERASI SERBA USAHA (KSU) BAITUL TAMWIL
MUHAMMADIYAH (BTM) SURYA
METRO SELATAN**

ABSTRAK

Oleh :

IMES KURNIA SARI

Minat merupakan rasa ketertarikan terhadap suatu hal atau aktivitas yang dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor internal yang terdiri dari kepribadian, persepsi, pembelajaran, motivasi, sikap, gaya hidup, kepercayaan, pengalaman, umur, dan agama. Faktor eksternal yang terdiri dari budaya, sosial dan faktor pemasaran. Produk Simpanan Idul Fitri merupakan simpanan untuk memberikan kemudahan bagi anggota dalam hal menyimpan uangnya guna menghadapi segala kebutuhan di hari raya idul fitri.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menjadi anggota tabungan Idul Fitri pada KSU BTM Surya Metro Selatan. Penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan (field research) yang bersifat deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan kepada Manajer, Teller, Account Officer, dan masyarakat Metro Selatan. Kemudian semua data tersebut di analisis secara induktif.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan minat masyarakat menjadi anggota di KSU BTM Surya Metro Selatan dan memilih produk Simpanan Idul Fitri (Si Fitri) dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Pada faktor internal, minat dipengaruhi oleh kepribadian masyarakat, sikap masyarakat, pengalaman masyarakat akan kebutuhan hari raya, motivasi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan hari raya, dan gaya hidup masyarakat Metro Selatan. Kemudian faktor eksternal, minat dipengaruhi oleh budaya atau kebiasaan masyarakat dan faktor pemasaran yang diterapkan oleh KSU BTM Surya Metro Selatan. Faktor pemasaran meliputi strategi produk, strategi promosi yang diterapkan, strategi tempat, dan strategi harga sehingga mempengaruhi minat masyarakat Metro Selatan dalam memilih produk Si FITRI pada KSU BTM Surya Metro Selatan.

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Imes Kurnia Sari

NPM : 1502100180

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)

Menyatakan bahwa Skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, Desember 2019
Yang Menyatakan,



MOTTO

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۚ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ﴾

Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat” (Q.S An-Nisa :5 8)

PERSEMBAHAN

Tiada kata yang pantas untuk diucapkan selain bersyukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia serta kemudahan yang telah Engkau berikan kepada peneliti sehingga karya sederhana ini dapat terselesaikan. Shalawat dan salam selalu terlimpahkan keharibaan Rasulullah Muhammad SAW. Saya persembahkan skripsi ini sebagai ungkapan rasa hormat dan cinta kasihku yang tulus kepada:

1. Ayahanda Pariyono dan Ibunda Siti Aisyah tercinta yang selalu melimpahkan kasih sayang dan tidak pernah bosan mendoakan disetiap langkah putrinya.
2. Adikku tercinta Alan Ahmad Nuar yang selalu memberikan motivasi dengan kata-kata semangatnya.
3. Keluarga Besar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro yang telah membagi ilmu pengetahuan dan pengalamannya untuk peneliti. Khususnya pada Dosen Pembimbing Ibu Suci Hayati, M.S.I dan Bapak Drs.H.M Saleh, Ma yang telah membantu berupa arahan, petunjuk dan bimbingan demi terselesaikannya skripsi ini.
4. Sahabat-sahabatku Juita sari, Maya Satya Andayani, Rita Amelia, Maya Indah Sari, Eva Maysara, dan Noviana Ratih serta kawan kawanku kelas B yang selalu memberikan keceriaan, dukungan, dan bantuan yang tak ternilai harganya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi serta teman-teman semuanya khususnya mahasiswa Jurusan S1 Perbankan Syariah Angkatan 2015 IAIN Metro.

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, ridho dan *inayah*-Nya serta memberikan kekuatan dan kesabaran, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan minat masyarakat menjadi anggota produk tabungan Idul Fitri pada koperasi serba usaha (KSU) baitul tamwil muhammadiyah (BTM) Surya Metro Selatan”.

Skripsi ini sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan Program Strata Satu (S1) Jurusan Perbankan Syariah dalam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro guna memperoleh gelar sarjana Ekonomi (S.E).

Skripsi ini ditulis dengan mendapatkan banyak bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan dan ketulusan hati peneliti ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag selaku Rektor IAIN Metro;
2. Ibu Dr.Widhiya Ninsiana, M. Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro;
3. Ibu Reonika Puspita Sari SE.Sy selaku ketua jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro
4. Bapak Drs.H.M.Saleh,M.A selaku pembimbing I, yang senantiasa memberikan motivasi dan bimbingan dalam penulisan skripsi ini hingga selesai.

5. Bunda Suci Hayati, M.S.I selaku pembimbing II yang selalu sabar memberi pengarahan dan bimbingan hingga skripsi ini selesai;
6. Bapak dan Ibu dosen/karyawan IAIN Metro yang telah menyediakan waktu dan fasilitasnya guna menyelesaikan penelitian skripsi ini.
7. Rekan-rekan mahasiswa yang telah memberikan motivasi dan dukungan kepada peneliti.

Semoga amal baik yang telah diberikan dalam penelitian skripsi ini dapat dibalas oleh Allah AWT, peneliti sadar bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna mengingat keterbatasan kemampuan peneliti, karena kesempurnaan hanya Allah yang memilikinya. Peneliti harapkan karya sederhana ini dapat memberikan sedikit manfaat bagi siapa saja yang membacanya, Amiin.

Metro, Januari 2020

Peneliti



Imes kurnia sari

NPM.1502100180

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN NOTA DINAS	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN	vii
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PESEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pertanyaan Penelitian.....	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Penelitian Relevan	10
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Baitul Tamwil Muhammadiyah.....	13
1. Pengertian BTM (BaitulTamwilMuhamadiyah).....	13
2. Produk Simpanan Baitul Tamwil Muhammadiyah.....	14
3. PrinsipMuamalah dalam BaitulTamwil Muhammadiyah	16
B. MINAT	18
1. Pengertian Minat	18
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat.....	19

C. Strategi Pemasaran.....	24
1. Pengertian Strategi Pemasaran.....	24
2. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	27
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Sifat Penelitian.....	31
B. Sumber Data	32
C. Metode Pengumpulan Data.....	33
D. Teknik Analisa Data	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Profil Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) Surya Metro Selatan....	36
1. Sejarah KSU BTM Surya Metro Selatan	36
2. Visi dan Misi KSU BTM Surya Metro Selatan	37
3. Struktur Organisasi KSU BTM Surya Metro Selatan.....	38
4. Jenis Produk KSU BTM Surya Metro Selatan	41
B. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menjadi Anggota Produk Simpanan Idul Fitri.....	48
C. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menjadi Anggota Produk Simpanan Idul Fitri	57
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	65
B. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1: Jumlah Anggota Simpanan Idul Fitri	7
Gambar 4.1: Struktur Organisasi KSU BTM Surya Metro Selatan	38

DAFTAR LAMPIRAN

1. SK Pembimbing Skripsi
2. Surat Pra Survey
3. Alat Pengumpul Data (APD)
4. Surat Research
5. Surat Balasan Research
6. Surat Keterangan Bebas Pustaka
7. Kartu Bimbingan Konsultasi Skripsi
8. Dokumentasi KSU BTM Surya Metro Selatan
9. Dokumentasi anggota KSU BTM Surya Metro Selatan
10. Daftar riwayat hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Semakin berkembangnya perekonomian suatu negara semakin meningkat pula kebutuhan masyarakat. Perkembangan ekonomi di Indonesia secara otomatis memacu perkembangan lembaga keuangan baik bank maupun non bank. Pada umumnya, lembaga keuangan merupakan jenis usaha dalam bidang simpan pinjam yang melibatkan pihak ketiga dalam proses transaksinya. Perkembangan ekonomi Masyarakat saat ini juga semakin maju, yang ditandai dengan semakin banyaknya lembaga keuangan dan dapat membuat masyarakat dengan mudah memilih lembaga keuangan untuk menyimpan uang mereka sesuai dengan keinginannya.¹

Pada kenyataannya masyarakat masih banyak yang menganggap bahwa menabung di lembaga keuangan syariah dan konvensional sama saja karena kurangnya sosialisasi dan pemahaman masyarakat tentang operasional dari lembaga keuangan syariah. Munculnya lembaga keuangan konvensional yang lebih banyak daripada lembaga keuangan syariah juga dapat menyebabkan kurangnya masyarakat yang menabung di lembaga keuangan syariah. Lembaga keuangan syariah adalah lembaga keuangan yang prinsip operasionalnya berdasarkan pada nilai-nilai syariah dan harus terbebas dari riba, karena tujuan dari pendirian lembaga keuangan syariah yaitu untuk

¹ Nur Rianto Al Arif M, *Lembaga Keuangan Syariah*, (Bandung : CV Pustaka Setia, 2012) h. 320

mengerjakan perintah Allah SWT dalam bidang ekonomi dan melayani masyarakat dalam kegiatan ekonomi modern yang berprinsip bagi hasil.

Seiring dan sejalan dengan perubahan perkembangan tentang perekonomian, maka munculah berbagai lembaga keuangan yang beroreintasi kepada ajaran syariah. Lembaga keuangan syariah ini mengalami kemajuan yang sangat pesat, bank konvensional yang juga ikut menjadi bank syariah, tidak saja bank yang menjadi pendukung perekonomian syariah. Disamping itu, banyak juga berdiri lembaga keuangan syariah seperti asuransi syariah, dan Baitul Maal wat-Tamwil (BMT) yang selalu disediakan tawaran aqad yang beroreintasi kepada syariah, sehingga para nasabah diberikan kesempatan untuk memilih salah satu aqad yang sesuai dengan syariah.²

Salah satu jenis lembaga keuangan syariah adalah Baitul Maal Wa Tamwil, yaitu balai usaha mandiri terpadu yang dikembangkan dari prinsip syariah. Dari segi Baitul maal, BMT menerima titipan ZISWAF dan mengelolanya untuk kesejahteraan masyarakat fakir dan miskin serta masyarakat yang berhak mendapatkannya. Sedangkan Baitul tamwil digunakan sebagai usaha produktif untuk meningkatkan pendapatan pengusaha kecil dan anggotanya.³

Adapula lembaga keuangan syariah dengan nama Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) yang merupakan lembaga keuangan syariah yang

² Syifa Zakiya Nurlatifah dan R. Masykur, Pengaruh Strategi Pemasaran *Word Of Mouth* (WOM) Dan Produk Pembiayaan Syariah Terhadap Minat Dan Keputusan Menjadi Anggota (Nasabah) Pada Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) Kota Bandar Lampung, dalam *Jurnal Manajemen Indonesia* Vol.17 No.3 Desember 2017, h. 2

³ Abdul Manan, *Hukum Ekonomi Syariah dalam Perspektif Kewenangan Peradilan Agama*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), h. 365

sama dengan Baitul Maal wat-Tanwil (BMT). Karena BTM dibangun dengan konsep dasar BMT itu sendiri yaitu baitul tamwil dan baitul maal.

Baitul Tamwil Muhammadiyah, adalah Lembaga Keuangan Mikro yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Prinsip syariah artinya, semua transaksi keuangan dilakukan dengan akad sesuai prinsip dalam UU No 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.⁴ Anggota BTM adalah pedagang yang memiliki usaha mikro. Maka memberikan informasi yang jelas serta pelayanan yang baik merupakan hal yang sangat penting dalam memasarkan produk lembaga keuangan mikro syariah. Dalam rangka memberdayakan para pedagang kecil dan menengah agar perannya dalam segala kegiatan ekonomi dapat meningkat dan memperluas pangsa pasar dalam produksi, distribusi nasional serta memperkuat daya saingnya, BTM direncanakan sebagai gerakan nasional dalam rangka memberdayakan masyarakat lapisan sampai bawah. Antusias masyarakat akan lembaga keuangan mikro syariah sangat besar, terbukti BTM telah banyak berdiri dan tersebar di seluruh Indonesia. Sehingga BTM semakin diminati masyarakat dan semakin banyaknya pemikir ekonomi syariah di Indonesia yang terus memperjuangkan kemajuan lembaga keuangan berdasarkan syariah Islam.⁵

Melihat kondisi perekonomian sekarang ini peran lembaga keuangan syariah tentu sangat dibutuhkan untuk membantu meningkatkan perekonomian masyarakat. Dengan begitu, tentu banyak lembaga keuangan syariah yang berlomba-lomba untuk menarik masyarakat menjadi anggota. Untuk itu BMT ataupun BTM perlu memperkenalkan produk-produknya kepada masyarakat

⁴ Syifa Zakiya Nurlatifah dan R. Masykur, *Pengaruh Strategi*., h. 2

⁵ Nur Asnawi & Muhammad Asnan Fanani, *Pemasaran Syari'ah Teori, Filosofi & Isu-isu Kontemporer*,(Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2017), h. 163

luas. Hal tersebut dilakukan agar masyarakat mengetahui, memahami dan dapat memiliki minat untuk menggunakan produk yang ditawarkan, baik produk terbaru maupun produk lama yang kemudian dikembangkan. Produk-produk tersebut banyak yang sukses merebut minat masyarakat, karena tidak sedikit terdapat produk yang tidak sukses di pasaran. Dalam hal tersebut BTM tentunya harus memiliki strategi yang tepat dalam menarik minat masyarakat untuk menjadi anggota.

Minat konsumen adalah kecenderungan seorang konsumen dalam memilih suatu barang atau jasa yang akan ia gunakan dan dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal keputusan membeli benar-benar dilakukan.⁶ Minat adalah rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Pada dasarnya minat adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri.⁷ Minat konsumen merupakan salah satu aspek psikologis yang mempunyai pengaruh cukup besar terhadap perilaku dan minat juga merupakan sumber motivasi yang akan mengarahkan seseorang dalam memutuskan apa yang mereka akan lakukan. Minat ini didorong dengan adanya motivasi seseorang yang tinggi untuk melakukan sesuatu yang diinginkan. Apabila memiliki motivasi yang tinggi maka minat yang ditimbulkan dari dalam diri akan tinggi pula. Motivasi atau dorongan adalah kebutuhan dengan tekanan kuat yang mengarahkan seseorang mencari kepuasan dengan meminati kegiatan yang diinginkannya.⁸

⁶ Umar Husain, *Manajemen Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Jakarta:PT. Gramedia Pusaka, 2008), h. 45

⁷ Djaali, *Psikologi Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), h. 121

⁸ Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2006), Jilid I, h. 172

BTM Surya Metro Selatan sebagai lembaga keuangan mikro yang menghasilkan jasa keuangan juga membutuhkan strategi pemasaran memasarkan produknya. Dalam melakukan pemasaran, BTM memiliki beberapa sasaran yang hendak dicapai. Artinya nilai penting pemasaran BTM terletak dari tujuan yang ingin dicapai tersebut seperti dalam hal meningkatkan mutu pelayanan dan menyediakan ragam produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan anggota.⁹

Koperasi Serba Usaha (KSU) BTM Surya Metro Selatan didirikan pada tanggal 14 Juli 2014 oleh pimpinan cabang Muhammadiyah Metro. Atas dasar organisasi Muhammadiyah yang berfungsi untuk pembiayaan dan penyaluran dana kepada masyarakat umum tidak hanya untuk kalangan kelompok Muhammadiyah tapi juga untuk semua basis organisasi, dan untuk semua umat Islam pada umumnya. BTM Surya Metro Selatan mengajak semua masyarakat untuk berhijrah dari sistem ekonomi konvensional (laba) beralih ke sistem ekonomi islam (syariah).¹⁰ Karena BTM Surya Metro Selatan mempunyai peran khusus ditengah tengah masyarakat diantara lain :

1. Menjauhkan masyarakat dari praktik ekonomi yang bersifat non islam.
2. Melakukan pembinaan dan pendanaan usaha kecil.
3. Menjaga keadilan ekonomi masyarakat dengan distribusi yang merata.¹¹

BTM Surya Metro Selatan juga mempunyai kelebihan atau keunggulan sehingga masyarakat berbondong bondong berminat menjadi anggota yaitu adanya kesamaan ikatan emosional keagamaan yang kuat antara pemegang

⁹Nur Asnawi & Muhammad Asnan Fanani, *Pemasaran Syari'ah.*, h. 161

¹⁰Profil BTM Surya Metro Selatan 518/03/D6.02/BH/.10/IV/2015

¹¹ Hasil wawancara Bapak Ibni, Manager KSU BTM Surya Metro Selatan, Tanggal 27 Juli 2019, Pukul 10.45 WIB.

saham, pengelola dan anggota, sehingga dapat dikembangkan kebersamaan dalam menghadapi resiko usaha dan membagi keuntungan secara jujur dan adil. BTM Surya Metro Selatan juga menggunakan pelayanan yang sangat baik serta mendahulukan kepentingan anggota tanpa merugikan anggota itu sendiri. Fasilitas yang sangat mendukung untuk kenyamanan para anggota, selain itu tempatnya yang sangat dijangkau oleh masyarakat dan selalu berperan aktif dalam membantu masyarakat yang kesulitan modal serta mengurangi adanya praktik-praktik rentenir.

Kemudian untuk peneliti melakukan pra survey dengan mewawancarai anggota BTM Surya Metro Selatan yaitu kepada ibu Ana dan ibu Siti. Ibu Ani menjelaskan bahwa anggota lebih tertarik dan banyak diminati pada produk simpanan Si Fitri (Simpanan Idul Fitri) karena Si Fitri salah satu tabungan berjangka untuk keperluan idul fitri selain itu setoran tidak ditentukan yang bisa diambil setiap 1 tahun sekali atau 2 minggu sebelum hari raya idul fitri dan diberikan bagi hasil sesuai dengan saldo akhir simpanan. Simpanan si fitri juga memberikan paket bonus lebaran dan gratis biaya administrasi perbulan.¹²

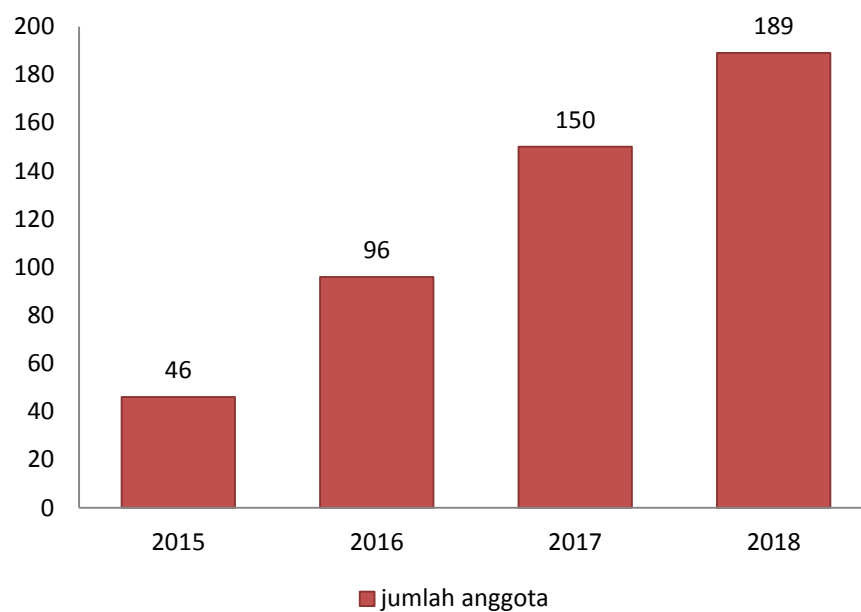
Selanjutnya ibu Siti menuturkan bahwa sudah menjadi anggota KSU BTM Surya Metro Selatan sejak tahun 2016 dan beliau memilih produk Simpanan Idul Fitri (Si Fitri), beliau menjelaskan bahwa Si Fitri ini sangat membantu sekali sebab iuran yang dibayarkan tidak ditentukan besarnya. Sehingga sangat cocok untuk ibu Siti yang kebetulan mempunyai usaha kecil-

¹² Hasil wawancara Ibu Ana, anggota BTM Surya Metro Selatan, Tanggal 02 September 2019, Pukul 17.00 WIB.

kecilan yaitu warung sembako. Beliau juga menambahkan bahwa Si Fitri ini bebas biaya administrasi bulanan.¹³

Berangkat dari hasil pra survey diatas, dapat dilihat bahwa produk yang diminati oleh anggota KSU BTM Surya Metro Selatan adalah Simpanan Idul Fitri (Si Fitri). Hal ini dikarenakan Si Fitri dianggap sangat sesuai dengan keadaan masyarakat di daerah Metro selatan, disamping itu Si Fitri adalah simpanan yang tidak ditentukan besarnya dan juga tidak ada biaya administrasi bulanan. Berikut merupakan data jumlah nasabah Si Fitri KSU BTM Surya Metro selatan:

Gambar 1.1: Jumlah Anggota Simpanan Idul Fitri



¹³ Hasil wawancara Ibu Siti, anggota BTM Surya Metro Selatan, Tanggal 03 September 2019, Pukul 15.00 WIB.

Dari data diatas dapat dilihat bahwa jumlah anggota Simpanan Idul Fitri (Si Fitri) KSU BTM Surya Metro Selatan setiap tahun mengalami kenaikan yang cukup signifikan. Tahun 2015 jumlah anggota Si Fitri berjumlah 46 orang, untuk tahun 2016 sebesar 96 orang dan jumlah anggota Si Fitri tahun 2017 adalah 150 orang. Dan untuk tahun 2018 data jumlah anggota Si Fitri adalah 189 orang.

Berdasarkan uraian diatas dapat dilihat bahwa lembaga keuangan seperti BTM Surya Metro Selatan mempunyai suatu strategi dari Produk-produk yang ditawarkan kepada anggota salah satunya produk simpanan Si Fitri, dengan hal ini peningkatan jumlah anggota di BTM Surya Metro Selatan dari tahun 2015 ke tahun 2018 dikatakan meningkat karena dengan adanya strategi yang baik pada suatu BTM maka eksistensi dari BTM tersebut akan selalu ada dan dapat dipercaya dan diminati oleh masyarakat. Dengan itu peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi minat masyarakat menjadi anggota Tabungan Idul Fitri pada Koperasi Serba Usaha (KSU) Baitul Tanwil Muhammadiyah (BTM) Surya Metro Selatan”**.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas maka pertanyaan penelitian dalam penelitian ini adalah: “Apa sajakah faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menjadi anggota tabungan Idul Fitri pada KSU BTM Surya Metro Selatan” ?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah penelitian, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah: untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menjadi anggota tabungan Idul Fitri pada KSU BTM Surya Metro Selatan.

D. Manfaat Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang dikaji dan tujuan penelitian maka diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat. Adapun manfaat penelitian yang diharapkan peneliti antara lain :

1. Secara Teoritis

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat berguna dan bermanfaat untuk perkembangan ilmu pengetahuan Perbankan Syariah, Khususnya Informasi Mengenai KSU BTM Surya Metro Selatan.

2. Secara Praktis

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan Informasi mengenai Faktor-Faktor yang dapat mempengaruhi minat masyarakat menjadi anggota produk simpanan Idul Fitri pada KSU BTM Surya Metro dan penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan informasi bagi peneliti selanjutnya dan Bagi Pihak BTM Surya Metro Selatan agar dalam operasional dan kinerjanya dapat semakin baik lagi.

E. Penelitian Relevan

1. Roni Andespa, meneliti tentang “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Dibank Syariah*”. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode analisis Reabilitas dan analisis faktor. Teknik sampling yang digunakan adalah *non probability sampling*. Hasil dari penelitian ini adalah faktor faktor yang mempengaruhi nasabah dalam mengambil keputusan menabung dibank syariah adalah faktor marketing mix, faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi.¹⁴

Persamaan penelitian ini adalah membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dengan studi kasus lembaga keuangan syariah, sedangkan perbedaannya penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dan penelitian yang dilaksanakan adalah penelitian kualitatif.

2. Nur Laili Maghfiroh, meneliti tentang “*Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Untuk Menabung (Studi Kasus pada Nasabah BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo)*”. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan teknik analisa data menggunakan uji validitas dan reliabilitas serta uji analisis faktor. Hasil penelitian tersebut adalah terdapat tujuh belas indikator yang mempengaruhi minat nasabah dalam menabung, dan faktor reputasilah yang sangat berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menabung.¹⁵

¹⁴ Roni Andespa, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Dibank Syariah”, dalam skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang.

¹⁵ Nur Laili Maghfiroh, “Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Untuk Menabung (Studi Kasus pada Nasabah BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo)”, dalam skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya.

Persamaan dari penelitian ini membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam memilih sebuah lembaga keuangan syariah. Sedangkan perbedaannya, penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan studi kasus sebuah BMT An-Nur Rewwin di Sidoarjo, sedangkan penelitian yang dilakukan adalah penelitian deskriptif dengan studi kasus KSU BTM Surya Metro Selatan.

3. Neti Tunggal Dwi Lestari, meneliti tentang “*Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Metro Madani)*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat menjadi nasabah pada Bank Syariah Mandiri Metro. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang bersifat deskriptif kualitatif dengan metode pengumpulan data menggunakan metode wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah Metro Madani adalah berasal dari produk yang ditawarkan, pelayanan yang diberikan, karakteristik sistem yang diterapkan dan berbagai fasilitas yang menunjang kemudahan bagi masyarakat yang diberikan oleh Bank Syariah Metro Madani.¹⁶

Persamaan dari Penelitian ini bertujuan untuk memenuhi faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat menjadi nasabah serta sama-sama menggunakan penelitian kualitatif lapangan. Adapun perbedaannya penelitian ini mengambil studi kasus pada Bank Syariah Metro Madani,

¹⁶ Neti Tunggal Dewi Lestari, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Metro Madani)”, dalam skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro.

sedangkan penelitian akan dilaksanakan mengambil studi kasus pada KSU
BTM Surya Metro Selatan.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Baitul Tamwil Muhamadiyah

1. Pengertian BTM (Baitul Tamwil Muhamadiyah)

BTM adalah kependekan Baitut Tamwil Muhammadiyah, yaitu Lembaga Keuangan Mikro yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Prinsip syariah artinya, semua transaksi keuangan dilakukan dengan akad sesuai syariat Islam. Sedangkan kedudukan lembaga keuangan tersebut merupakan Amal Usaha Ekonomi Muhammadiyah.¹⁷ Menurut bahasa, *Baitut Tamwil* berasal dari gabungan dua pengertian, yaitu *Bait* yang artinya rumah dan *Tamwil* (pengembangan harta kekayaan) yang asal katanya *Maal* atau harta.

Secara keseluruhan *Baitut Tamwil* dimaknai sebagai tempat untuk mengembangkan usaha atau tempat untuk mengembangkan harta kekayaan. Pengertian dua suku kata itulah yang kemudian digunakan sebagai penamaan untuk lembaga keuangan mikro, yaitu berfungsi sebagai lembaga pemberdayaan pedagang.¹⁸ Sebagai lembaga keuangan syariah BTM harus mendapat pengawasan yang layak, yang dilakukan oleh dewan pengawas syariah.¹⁹

¹⁷ Djazuli, Yadi Januari, *Lembaga-Lembaga Perekonomian Umat, Sebuah Pengenalan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2002), h. 183

¹⁸ Ma'had Alif Tarbiyah Mubalighin Muhammadiyah, *Pedoman Pendirian BTM*, (Bandar Lampung: 2008, h. 4

¹⁹ Nurhasanah neneng. Optimalisasi Dewan Pengawas Syariah dilembaga keuangan syariah, *Jurnal syiar Hukum Unisna*, Vol.8 (3) 2011,, h. 218-231.

Pada BTM, bidang sosial ditiadakan karena di Muhammadiyah sudah lebih dulu ada lembaga amil zakat. demikian, mekanisme kerja BTM dengan lembaga amil zakat Muhammadiyah dapat disinergikan. Misalnya pengelolaan zakat, infaq dan sedekah untuk usaha produktif dikerjasamakan dengan BTM atau lembaga amil zakat dapat saja berkantor bersama dengan BTM supaya lebih hidup.²⁰ Pertumbuhan dan perkembangan aktivitas kehidupan masyarakat yang begitu dinamis saat ini ternyata tetap memosisikan BTM sebagai lembaga yang masih tetap dibutuhkan dan diperlukan oleh masyarakat. Penyebaran BTM bukan hanya di perkotaan namun telah memasuki perdesaan. Artinya masyarakat sudah bersentuhan secara langsung dengan BTM dan termasuk ikut menerima manfaat dari keberadaan BTM itu sendiri.²¹

2. Produk-Produk Baitul Tamwil Muhammadiyah

Pada dasarnya produk-produk yang ditawarkan Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) atau BMT tidak berbeda dengan produk bank syari'ah, yaitu:

a. Produk Simpanan

Produk simpanan ini biasanya menggunakan pola titipan (wadhiah). Wadhiah merupakan suatu barang titipan yang di titipkan oleh seseorang kepada kepada pihak lain untuk di jaga kemudian di rawat sebagaimana mestinya. Titipan tersebut juga merupakan titipan murni yang setiap saat dapat di ambil. Wadhiah di bagi menjadi dua jenis, yakni: wadhiah yad al-amanah (*trustee Depository*), dan wadhiah yad adh-dhamanah

²⁰*Ibid*, h.5

²¹Irham Fahmi, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya Teori dan Aplikasi*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 164.

(*guarantee depository*).²² Akad wadiah ini biasanya digunakan untuk simpanan modal dan simpanan hutang.

b. Produk pembiayaan

1) Murabahah (Jual Beli)

Adalah jual beli dimana si penjual atau bank syariah mengambil keuntungan dari barang yang di jualnya, sementara itu si pembeli atau nasabah mengetahui harga awal dari barang yang akan di belinya tersebut. Bentuk pembayaran dalam akad ini dapat dilakukan secara tunai maupun cicilan. Bentuk pertama pembayaran pada awal kontrak kemudian nasabah atau pembeli menadapatkan barang kemudian pembayaran dilakukan secara cicilan. Dan bentuk kedua nasabah memperoleh barang dan melakukan pembayaran secara tunai.

2) Mudhorobah (Bagi Hasil)

Adalah akad kerjasama antara dua orang atau lebih, dimana pihak pertama (shahibul Mal) yang menyediakan seluruh modal, kemudian pihak yang lainnya bertugas mengelola modal, dengan keuntungan di bagi berdasarkan kesepakatan bersama. Dengan ketentuan apabila terjadi kerugianmaka akan di tanggung pemilik modal selama kerugian tersebut bukan karena kelalaiaan dari si pengelola, tetapi apabila kerugian tersebut di sebabkan karena

²² Imam Mustofa, *Fiqih Muamalah Kontemporer*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), h. 186.

kelalaian si pengelola, maka pengelola tersebut wajib bertanggung jawab.²³

3) Musyarakah

Adalah akad kerjasama antara dua orang atau lebih untuk menjalankan usaha tertentu. Dan masing-masing pihak memberikan dana dengan ketentuan keuntungan dan risiko di tanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.²⁴

4) Ijarah (Sewa/jasa)

Al-ijarah merupakan akad pemindahan hak guna atas barang atau jasa, melalui pembayaran upah sewa, tanpa di ikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barang yang di sewakan tersebut. Adapula jenis ijarah dengan perjanjian alih kepemilikan barang yaitu ijarah muntahiya bittamlik. Ijarah muntahiya bittamlik (IMBT) adalah transaksi sewa dengan perjanjian untuk menjual atau menghibahkan objek sewa di akhir periode sehingga transaksi ini di akhiri dengan alih kepemilikan objek sewa.²⁵

1. Prinsip Muamalah Baitul Tamwil Muhammadiyah

Prinsip Muamalah yang wajib dipegang erat oleh para pengurus dan pengelola BTM dalam menjaga kegiatannya adalah :

- 1) Memegang teguh sifat amanah, artinya harus menjaga dengan baik amanat uang yang dititipkan oleh masyarakat, oleh anggota dan para penabung untuk dikelola secara baik dan menguntungkan.

²³ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014), h. 169-170.

²⁴ *Ibid.*

²⁵ Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2013), h. 103.

Tidak boleh terjadi keputusan pembiayaan yang berdasarkan emosional, tetapi pertimbangan kelayakan usaha secara ekonomis dan bisnis.

- 2) Memiliki sifat *Fatonah*, artinya memiliki kemampuan profesional sebagai seseorang pengelola BTM, maka keberlangsungan BTM sangat di khawatirkan, terjadinya macet pembiayaan atau *Loss* (hilang) akan sangat besar. Jika ini terjadi, maka pembangunan image tentang manajemen profesional yang diajarkan dalam Islam akan sangat sulit, karena bisnis BTM adalah bisnis kepercayaan, sebagaimana bisnis lembaga keuangan lainnya.
- 3) Memiliki sifat *sidiq* (benar), artinya para pengelola BTM harus menjadi seseorang yg dipercaya oleh masyarakat setempat, karena memiliki kebiasaan dan sifat yang baik, yang apa bila berbicara dan berjanji benar.²⁶

Apabila yang mengolah BTM adalah orang yang memiliki reputasi kurang baik dalam kejujuran, misalnya sebelum orang tersebut terkenal sering menyiksa masyarakat dan banyak kegiatan-kegiatan yang merugikan orang banyak jangan harap. BTM tersebut akan dapat berkembang dengan baik. Memilih orang yang jujur dan benar walaupun masih harus belajar lagi dengan pengetahuan BTM lebih baik, daripada menggunakan orang yang reputasinya sudah cacat disahkan.

²⁶ *Ibid.*

B. MINAT

1. Pengertian Minat

Secara bahasa minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, dan keinginan.²⁷ Minat dapat diartikan sebagai suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas, atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang. Dalam batasan tersebut terkandung suatu pengertian bahwa di dalam minat ada pemusatan perhatian subjek, ada usaha (untuk mendekati/mengetahui/memiliki/menguasai/berhubungan) dari subjek yang dilakukan dengan perasaan senang, ada daya penarik dari objek.²⁸

Minat menurut Philip Khotler dan Kevin Lane Keller adalah konsumen terangsang untuk mencari informasi mengenai inovasi terhadap barang dan jasa.²⁹ Menurut Yudrik Jahja minat ialah suatu dorongan yang menyebabkan terikatnya perhatian individu pada objek tertentu seperti pekerjaan, pelajaran, benda dan orang.³⁰

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa minat masyarakat adalah dorongan diri yang dimiliki oleh seseorang yang menimbulkan perasaan suka atau tertarik terhadap sesuatu dan mampu mempengaruhi tindakan orang tersebut.

Minat ini didorong dengan adanya motivasi seseorang yang tinggi untuk melakukan sesuatu yang diinginkan. Apabila memiliki motivasi yang

²⁷ Hasan Alwi, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), h. 744

²⁸ Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahbah, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Kencana, 2004), h. 262

²⁹ Philip Khotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Macanan Jaya Cemerlang, 2008) edisi 12, h. 357

³⁰ Yudrik Jahja, *Psikologi Perkembangan*, (Jakarta:Kencana Prenada Media Group, 2011), h.

tinggi maka minat yang ditimbulkan dari dalam diri akan tinggi pula. Motivasi atau dorongan adalah kebutuhan dengan tekanan kuat yang mengarahkan seseorang mencari kepuasan dengan meminati kegiatan yang diinginkannya.³¹

Nasabah adalah orang yang berhubungan langsung dengan bank atau menjadi pelanggan bank (dalam hal keuangan).³² Nasabah yang akan memberikan kontribusi yang baik dalam kemajuan sebuah lembaga keuangan seperti perbankan syariah. Nasabah inilah yang berperan penting dalam berbagai produk pembiayaan yang terdapat dalam sebuah lembaga perbankan syariah tersebut dan sangat mempengaruhi perkembangan suatu perbankan syariah. Tanpa adanya nasabah maka suatu lembaga perbankan syariah tidak dapat berkembang dengan baik.

2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat

Faktor yang mempengaruhi minat secara umum dibagi menjadi dua bagian yaitu faktor internal dan eksternal yakni sebagai berikut:

a. Faktor Internal

Faktor internal terdiri atas kepribadian, motivasi, sikap dan keyakinan, gaya hidup, agama dan lainnya yaitu sebagai berikut:

1) Kepribadian

Kepribadian adalah karakteristik psikologi seseorang yang menyebabkan respon yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan orang itu sendiri. Kepribadian dapat digunakan

³¹ Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2006), Jilid I, h. 172

³² Hasan Alwi, *Kamus Umum.*, h. 795

untuk menganalisis perilaku konsumen untuk produk dan pemilihan merek tertentu.³³

2) Persepsi

Persepsi adalah cara orang memandang dunia ini. Dari definisi yang umum ini dapat dilihat bahwa persepsi seseorang akan berbeda dari yang lain. Media massa dan segala bentuknya dapat membentuk persepsi yang serupa antar warga kelompok masyarakat tertentu. Dalam hal pemasaran, pengaruh iklan di media massa, kemasan produk, papan reklame, dan sebagainya mempengaruhi persepsi seseorang terhadap suatu produk.³⁴

3) Pembelajaran

Hampir semua perilaku konsumen merupakan hasil pembelajaran, yang merupakan proses penciptaan perubahan perilaku melalui pengalaman dan latihan. Sangatlah tidak mungkin untuk mengamati pembelajaran secara langsung, tetapi kita dapat menyimpulkan bahwa hal itu muncul dari tindakan seseorang.

4) Motivasi

Motivasi adalah dorongan seseorang untuk melakukan tindakan dalam memenuhi kebutuhannya.³⁵ Menurut Solomon motivasi merujuk kepada proses yang menyebabkan orang berperilaku seperti yang mereka perbuat. Hal itu terjadi bila kebutuhan timbul dan yang bersangkutan berniat untuk memuaskannya. Sekali kebutuhan telah

³³ Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, h. 159

³⁴ Ristiyani Prasetijo, John J.O.I Ihalauw, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2005), h. 67

³⁵ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013), h. 43

terpenuhi tingkat tekanan yang ada mendorong konsumen untuk mencoba mengurangi atau membatasi kebutuhan.³⁶

5) Sikap

Sikap menggambarkan penilaian kognitif yang baik maupun tidak baik, perasaan emosional, dan kecenderungan berbuat yang bertahan selama waktu tertentu terhadap beberapa obyek atau gagasan.³⁷

6) Gaya hidup

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang dimana mereka akan menjalankan hidup, membelanjakan uang dan memanfaatkan waktunya.³⁸ Karena dalam suatu aktivitas yang dilakukan seseorang, maka kita akan berpengaruh terhadap pembelian suatu produk.

7) Kepercayaan

Kepercayaan adalah suatu gagasan deskriptif yang dianut oleh seseorang tentang sesuatu. Kepercayaan ini mungkin bisa berlandaskan pada pengetahuan, opini (pendapat), kepercayaan dan perasaan. Konsep kepercayaan ini membentuk citra terhadap merek dan produk dan orang akan berbuat sesuai kepercayaannya.³⁹

8) Pengalaman

Pengalaman maksudnya pengalaman pribadi seseorang tersebut atau pengalaman orang lain yang telah berhasil dalam melakukan

³⁶ Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 70

³⁷ Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta, Rineka Cipta, 2009), h. 227

³⁸ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen.*, h. 46

³⁹ Philip Khotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, h. 203

sesuatu. Pengalaman ini merupakan pedoman atau guru agar tidak melakukan kesalahan dalam menjalankan sesuatu nantinya.⁴⁰

9) Umur

Umur merupakan satuan waktu yang mengukur waktu keberadaan suatu benda atau makhluk, baik yang hidup maupun yang mati. Dapat dikatakan sebagai kemampuan seseorang untuk dapat mengadakan penyesuaian terhadap setiap situasi yang dihadapinya.⁴¹

10) Agama

Karena bervariasi, serta sifatnya yang pribadi, kelompok agama mempunyai pengaruh yang sangat penting bagi konsumsi suatu masyarakat, kelompok keagamaan akan memperhatikan preferensi dan tabu yang spesifik. Keagamaan akan mempengaruhi seseorang dalam suatu pembelian produk karena mereka akan melihat barang dan jasa yang akan diperjualbelikan.

b. Faktor Eksternal

1. Faktor budaya

Budaya merupakan karakter masyarakat secara keseluruhan. Unsur-unsur budaya meliputi bahasa, pengetahuan, hukum, agama, kebiasaan makan, seni, teknologi, pola kerja, produktivitas dan ciri-ciri lainnya. Di dalam budaya terdapat sejumlah sub-budaya, sebagai ilustrasi dalam bidang pendidikan, terdapat pendidikan formal, pendidikan informal, dan pendidikan non formal. Seseorang yang memiliki tingkat pendidikan yang relatif lebih tinggi akan memiliki

⁴⁰ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2014), h. 189

⁴¹ A. Supratiknya, *Psikologi Kepribadian I*, (Yogyakarta: Kanisius, 1993), h. 212

perilaku yang lebih teliti dalam memilih produk yang dibutuhkannya.⁴² Budaya dan sub-budaya berpengaruh sangat kuat terhadap sikap dan perilaku penduduk.

2. Faktor Sosial

Faktor sosial adalah salah satu faktor dinamik yang memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap perubahan selera dan kebutuhan masyarakat. Faktor-faktor sosial yang mempengaruhi eksistensi sebuah bank sangat luas mencakup kepercayaan, nilai dan sikap sampai pada gerakan keagamaan. Faktor selera dan kebutuhan masyarakat pada saat ini di era yang semakin modern sehingga memiliki berbagai keanekaragaman seseorang untuk mempengaruhi perkembangan dunia perbankan saat ini. Ada beberapa tingkatan sosial inilah maka ditandai oleh beberapa ciri.⁴³

Faktor sosial dan budaya tersebut sangat berkaitan erat dalam mempengaruhi minat nasabah sebab budaya dan sosial saling berhubungan satu sama lainnya dalam menentukan keputusan para nasabah. Budaya merupakan salah satu adat kebiasaan masyarakat sedangkan sosial merupakan tingkatan status dalam masyarakat. Jika tingkat sosial masyarakat rendah terlihat dari segi ekonomi masyarakat itu sendiri sehingga timbul kebudayaan yang baru untuk merubah tingkatan sosial.

⁴² Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen.*, h. 85

⁴³ Muhammad, *Bank Syariah dan Prospek Perkembangan di Indonesia*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), h. 42

C. Strategi Pemasaran

1. Pengertian Strategi Pemasaran.

Setiap organisasi, baik bisnis maupun non bisnis tidak terlepas dari aktifitas pemasaran. Memproduksi barang atau jasa untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan, menyampaikan produk ke konsumen merupakan beberapa contoh aktifitas pemasaran.

American Marketing Association (AMA) mendefinisikan pemasaran sebagai proses perencanaan dan pelaksanaan penetapan harga, promosi, dan distribusi dari ide-ide, barang-barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan-tujuan individual dan organisasional.

Sedangkan Philip Kotler mendefinisikan pemasaran sebagai proses sosial dan manajerial yang dilakukan seseorang atau kelompok untuk memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran produk-produk yang bernilai dengan yang lainnya.⁴⁴

Sehingga secara umum pemasaran dapat diartikan sebagai proses sosial yang merancang dan menawarkan sesuatu yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari pelanggan dalam rangka memberikan kepuasan yang optimal dari pelanggan.

Strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya dipasar sasaran tertentu.

Prosedur merumuskan strategi pemasaran yaitu:

⁴⁴ Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis.*, h. 215

a. Strategi Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar adalah proses membagi pasar kedalam kelompok pembeli yang berbeda-beda berdasarkan kebutuhan, karakteristik ataupun perilaku yang membutuhkan bauran produk dan bauran pemasaran tersendiri.

b. Startegi Penentuan Pasar Sasaran

Yaitu pemilihan besar atau luasnya segmen sesuai dengan kemampuan suatu perusahaan untuk memasuki segmen tersebut.

c. Strategi Penentuan Posisi Pasar (*Posisioning*)

Adalah strategi untuk merebut posisi dibenak konsumen, sehingga posisi ini menyangkut bagaimana membangun kepercayaan, keyakinan dan kompetensi pelanggan.⁴⁵

Strategi pemasaran adalah wujud rencana yang terarah dibidang pemasaran untuk memperoleh suatu hasil yang optimal. Strategi pemasaran mengandung dua faktor yang sangat berhubungan erat, yaitu:

- a. Pasar target/sasaran, yaitu suatu kelompok konsumen yang homogen, yang merupakan sasaran perusahaan.
- b. Bauran pemasaran (*marketing mix*), yaitu variabel-variabel pemasaran yang dapat dikontrol, yang akan dikombinasikan oleh perusahaan untuk memperoleh hasil yang maksimal.⁴⁶

⁴⁵ Dimas Hendika Wibowo, Zainul arifin, dan Sunarti, “analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo), dalam *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 29 No. 1 Desember 2015,h. 4

⁴⁶ Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis.*, h. 230-231

Bagi dunia perbankan maupun bagi lembaga keuangan lain yang merupakan badan usaha yang berorientasi pada profit, kegiatan pemasaran sudah merupakan suatu kebutuhan utama dan sudah merupakan suatu keharusan. Tanpa kegiatan pemasaran jangan diharapkan kebutuhan dan keinginan akan terpenuhi. Oleh karena itu, bagi dunia perbankan pemasaran harus dikelola secara profesional, sehingga kebutuhan dan keinginan pelanggan akan segera terpenuhi dan terpuaskan. Pengelolaan pemasaran bank yang professional inilah yang disebut manajemen pemasaran.

Pemasaran bank merupakan usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para nasabahnya terhadap produk dan jasa baik produk simpanan, pinjaman dan jasa-jasa keuangan lainnya. Secara umum tujuan pemasaran bagi bank atau lembaga keuangan adalah:

- a. Memaksimalkan konsumsi atau dengan kata lain memudahkan dan merangsang konsumsi, sehingga dapat menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan oleh bank atau lembaga keuangan syariah secara berulang-ulang.
- b. Memaksimalkan kepuasan konsumen melalui berbagai pelayanan yang diinginkan nasabah.
- c. Memaksimalkan pilihan (ragam produk) dalam arti menyediakan berbagai jenis produk sehingga nasabah memiliki banyak pilihan juga.
- d. Memaksimalkan mutu hidup dengan memberikan berbagai kemudahan kepada nasabah dan menciptakan iklim yang efisien.⁴⁷

⁴⁷ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h. 197.

2. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan kegiatan pemasaran yang dilakukan secara terpadu. Artinya kegiatan ini dilakukan secara bersamaan diantara elemen-elemen yang ada didalam *marketing mix* itu sendiri. Setiap elemen tidak dapat berjalan sendiri-diri tanpa dukungan dari elemen lain.

Penggunaan bauran pemasaran dalam dunia perbankan dilakukan dengan menggunakan konsep-konsep yang dibutuhkan bank. dalam praktiknya, konsep bauran pemasaran terdiri dari bauran pemasaran untuk produk yang berupa barang maupun jasa. Berikut ini merupakan unsur-unsur dari bauran pemasaran (*marketing mix*) yaitu:

a. Produk (*Product*)

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan. Jasa adalah produk yang terdiri dari aktivitas, manfaat atau kepuasan yang dijual, seperti gunting rambut, penyiapan pajak, dan perbaikan rumah.⁴⁸ Semakin baik kualitas produk, semakin besar kemungkinan keberhasilan menjual. Produk yang baik adalah produk yang mampu memenuhi keinginan nasabah. Produk jasa bank yang akan dipasarkan, antara lain sebagai berikut:

- 1) Sarana-sarana pengumpulan Dana Pihak Ketiga (DPK), seperti tabungan, deposito, obligasi dan lainnya.

⁴⁸ Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2016), h. 207

- 2) Macam-macam pembiayaan seperti *mudharabah*, *murabahah*, *ijarah*, *hawalah* dan lainnya.
- 3) Pelayanan bank, seperti transfer, atm dan lainnya.

b. Harga (*Price*)

Strategi penentuan harga sangatlah signifikan dalam pemberian nilai kepada konsumen dalam mempengaruhi citra produk, serta keputusan konsumen untuk membeli. Penentuan harga juga berhubungan dengan pendapatan dan turut mempengaruhi penawaran atau saluran pemasaran. Akan tetapi hal terpenting adalah keputusan dalam penentuan harga harus konsisten dengan strategi pemasaran secara keseluruhan.⁴⁹

c. Tempat (*Place*)

Tempat atau saluran distribusi merupakan hal yang tidak kalah penting. Karena penetrasi pasar yang baik tidak akan berhasil jika tidak didukung oleh tempat atau saluran distribusi yang baik pula untuk menjual produk dan jasa kepada konsumen.⁵⁰

d. Promosi (*Promotion*)

Konsumen dan pemakai bisnis mempunyai banyak masalah dalam hal menilai jasa dibandingkan barang, karena jasa tidak berwujud. Pada gilirannya, para pemasar mempunyai masalah dalam mempromosikan jasa yang tidak berwujud daripada barang berwujud.⁵¹

⁴⁹ Kasmir, *Manajemen Perbankan.*, h. 213

⁵⁰ Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013), h. 292

⁵¹ Lamb, Hair, McDaniel, *Pemasaran*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), h. 500

e. *People*

People (orang) dapat dikatakan sebagai sumber daya manusia (SDM) baik secara langsung maupun tidak langsung yang akan berhubungan dengan nasabah, SDM ini pun sangat berkorelasi dengan tingkat kepuasan para nasabah. Sehingga SDM ini harus memiliki kualitas dan ditempatkan sesuai dengan kapasitasnya.⁵²

f. Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

Cara dan bentuk pelayanan kepada nasabah merupakan bukti nyata yang harusnya bisa dirasakan atau dianggap sebagai bukti fisik bagi para nasabahnya, yang suatu hari nanti dapat diharapkan akan memberi testimonial positif kepada masyarakat umum.⁵³

g. *Process*

Proses akan menjadi salah satu bagian yang sangat penting, karena produk atau jasa yang prosesnya dapat berjalan efektif dan efisien tentunya dapat diterima baik oleh masyarakat.⁵⁴

⁵² Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan.*, h. 293

⁵³ *Ibid.*

⁵⁴ *Ibid.*

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Dilihat dari jenis penelitiannya, penelitian ini termasuk jenis penelitian *field research* (penelitian lapangan). Kartini Kartono mengemukakan bahwa “Penelitian lapangan (*field research*) pada hakekatnya merupakan metode untuk menemukan secara khusus dan realistis apa yang tengah terjadi pada suatu saat di tengah masyarakat.”⁵⁵ Berdasarkan definisi di atas dapat dipahami bahwa penelitian ini adalah penelitian lapangan dimana peneliti terjun langsung ke lapangan untuk mempelajari tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menjadi anggota tabungan Idul Fitri pada BTM Surya Metro Selatan.

2. Sifat Penelitian

Sifat penelitian yang peneliti gunakan adalah deskriptif kualitatif. Menurut Michael Quinn Patton, deskriptif kualitatif adalah laporan evaluasi berdasarkan metode kualitatif akan mencakup sejumlah besar deskripsi murni tentang pengalaman orang. Deskripsi ditulis dalam bentuk naratif untuk menyajikan gambar yang menyeluruh tentang apa yang telah terjadi dalam kegiatan atau peristiwa yang dilaporkan.⁵⁶ Oleh karena itu, dalam penelitian ini peneliti memaparkan data hasil penelitian di lapangan

⁵⁵ Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, (Bandung: CV. Mabdar Maju, 1996), h. 32

⁵⁶ Michael Quinn Patton, *Metode Evaluasi Kualitatif*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), h. 255

tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menjadi anggota tabungan Idul Fitri pada BTM Surya Metro Selatan secara deskriptif kualitatif.

B. Sumber Data

Sumber data yang akan digunakan oleh peneliti ada dua jenis, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer yaitu sumber yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.⁵⁷ Penelitian ini yang menjadi sumber primer untuk mendapatkan data dari pihak BTM Surya Metro Selatan yaitu 1 orang Manager, 1 orang *Teller*, dan 1 orang *Account Officer* serta 5 orang anggota BTM Surya Metro Selatan.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang dibutuhkan.⁵⁸ Sumber data sekunder merupakan bahan-bahan atau sumber data yang menjadi pelengkap dari sumber data primer. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah semua buku-buku penunjang dan data-data dokumen dari obyek penelitian. Adapun buku-buku yang peneliti gunakan untuk memperoleh data diantara lain : Irham Fahmi, Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya Teori dan Aplikasi, Philip Khotler dan Kevin Lane Keller, Manajemen Pemasaran, Heri Sudarso, Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah, Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis.

⁵⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*, (Bandung,: Alfabeta, 2009),h. 225

⁵⁸Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2005), h.132

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan teknik yang dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian.⁵⁹ Dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data antara lain :

1. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua belah pihak, yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (interviewee) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.⁶⁰ Jadi wawancara dapat diartikan sebagai proses komunikasi tanya jawab yang bertujuan memperoleh informasi atau keterangan akan suatu hal.

Berdasarkan strukturnya wawancara dibedakan menjadi wawancara terstruktur, semi terstruktur dan tidak terstruktur. Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan teknik wawancara semi terstruktur. Pada wawancara semi terstruktur peneliti hanya menyiapkan beberapa pertanyaan kunci untuk memandu jalannya proses tanya jawab wawancara. Pertanyaan yang disiapkan juga memiliki kemungkinan untuk dikembangkan dalam proses wawancara dilakukan.⁶¹

Penelitian ini menggunakan teknik wawancara semi terstruktur supaya dapat mengembangkan pertanyaan saat dilapangan. Wawancara dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan terbuka kepada responden dengan tetap

⁵⁹ W. Gulo, *Metodelogi Penelitian*, (Jakart: PT Gramedia,2001), h. 110

⁶⁰ Lexy J. Moleong, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosda Karya,2012), h. 186

⁶¹ Ibrahim, *Metodelogi penelitian Kualitatif*, (Bandung : Alfabeta, 2015), h.71

mengikuti pedoman wawancara. Metode ini digunakan untuk memperoleh data yang faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menjadi anggota tabungan Idul Fitri pada BTM Surya Metro Selatan.

Adapun yang diwawancarai dalam penelitian ini yaitu Bapak Ibni selaku Manager di KSU BTM Surya Metro Selatan. Ibu Mega selaku *Teller* di KSU BTM Surya Metro Selatan, Ibu Isti selaku *Account Officer* dan Anggota KSU BTM Surya Metro Selatan antara lain : Ibu ana, Ibu siti, Ibu Supini, Ibu Wainem dan Ibu sundari.

2. Dokumentasi

Teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data berupa data-data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan masalah penelitian. Teknik dokumentasi berproses dan berawal dari menghimpun dokumen sesuai dengan tujuan penelitian, mencatat dan menerangkan, menafsirkan dan menghubungkan dengan fenomena lain.⁶²

Dokumentasi dalam penelitian ini berupa dokumentasi mengenai sejarah, visi dan misi, struktur organisasi, dan produk-produk yang ada pada BTM Surya Metro Selatan.

D. Teknik Analisa Data

Analisa data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif. Analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan

⁶² Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers,2013), h. 152

apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.⁶³ Jadi dapat dipahami bahwa analisis data adalah mengemukakan proses, menjelaskan tentang komponen-komponen yang perlu ada dalam analisis data.

Selanjutnya untuk menganalisis data, digunakan cara berfikir induktif yaitu suatu cara berfikir yang berangkat dari fakta-fakta yang khusus dan konkrit, peristiwa konkrit kemudian dari fakta atau peristiwa yang khusus dan konkrit tersebut ditarik secara generalisasi yang mempunyai sifat umum.⁶⁴ Peneliti menggunakan cara berfikir induktif untuk membahas secara khusus tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menjadi anggota tabungan Idul Fitri pada BTM Surya Metro Selatan kemudian menarik kesimpulan-kesimpulan dari penelitian yang dilakukan.

Sehingga dalam penelitian ini setelah semua data seperti hasil wawancara dan dokumentasi diperoleh, maka akan dianalisis data tentang fakta konkrit mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menjadi anggota tabungan Idul Fitri pada BTM Surya Metro Selatan kemudian akan ditarik kesimpulan.

⁶³ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, h. 248

⁶⁴ Sutrisno Hadi, *Metode Research*, jilid I, (Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM, 1984), h.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Profil Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) Surya Metro Selatan

1. Sejarah KSU BTM Surya Metro Selatan

Baitul tamwil muhammadiyah merupakan organisasi keagamaan tertua di Indonesia yang kini sudah memasuki satu abad. Dalam perjalanan yang demikian panjang muhammadiyah telah tumbuh dan berkembang menjadi organisasi kemasyarakatan yang sangat besar. Jaringan organisasi perserikatan muhammadiyah telah besar diprovinsi, kabupaten atau kota dan sebagian besar kecamatan dan desa di seluruh Indonesia.

Dalam rangka upaya berpartisipasi dalam mengembangkan bangsa, muhammadiyah telah mendirikan dan mengelola belasan ribu amal usaha dibidang pendidikan, kesehatan, dan amal usaha panti asuhan. Semua jenis usaha tersebut merupakan jenis amal usaha gerakan persyarikatan muhammadiyah dalam rangka memerangi kebodohan dan mengurangi kemiskinan.

Salah satu lembaga yang masih beroperasi dan berperan langsung terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat adalah baitul tamwil muhammadiyah yang berada di Metro Selatan. Koperasi Serba Usaha BTM Surya Metro selatan adalah koperasi serba usaha dengan prinsip syariah yang didirikan pada tanggal 14 Juli 2014 oleh Pimpinan Cabang Muhammadiyah Metro Selatan.

Saat ini telah dibuka kantor layanan di Jl. Budi Utomo Depan PGSD UNILA Metro, dan kantor kas di SMK Muhammadiyah 3 Metro. KSU BTM Surya Metro Selatan adalah lembaga keuangan mikro syariah yang membantu memecah masalah-masalah permodalan yang telah dihadapi para pelaku usaha kecil dan mikro di Kecamatan Metro Selatan. KSU BTM Surya Metro Selatan mengajak semua masyarakat untuk berhijrah dari sistem ekonomi konvensional (riba) sehingga usaha masyarakat metro selatan menjadi berkah dan mendapat keuntungan serta rezeki yang halal.⁶⁵

2. Visi dan Misi KSU BTM Surya Metro Selatan

a. Visi

“Meraih Berkah Bersama Syariah”

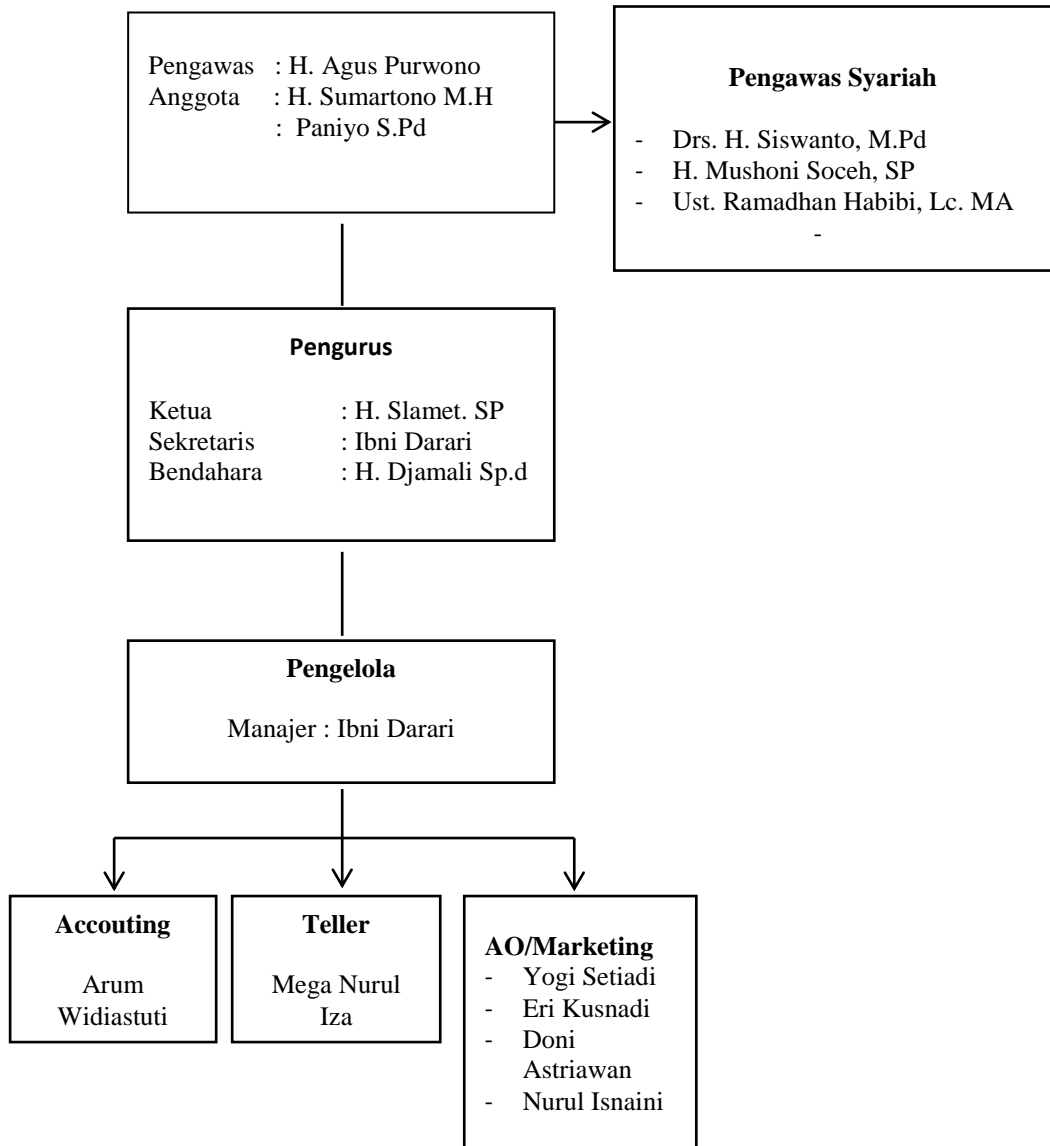
b. Misi

- 1) Memberikan layanan simpanan dengan prinsip syariah dan menguntungkan.
- 2) Memberikan bantuan modal usaha kepada anggota melalui pembiayaan yang sesuai dengan syariat Islam.
- 3) Menggapai keberkahan rezeki dari Allah SWT dengan meninggalkan segala bentuk riba.
- 4) Melakukan penguatan kelembagaan, modal, dan akses layanan koperasi
- 5) Mengurangi penduduk miskin dan pengangguran.

⁶⁵65 Profil KSU BTM Surya Metro Selatan 518/03/D6.02/BH/.10/IV/2015

3. Struktur Organisasi KSU BTM Surya Metro Selatan

Gambar 4.1: Struktur Organisasi KSU BTM Surya Metro Selatan



Didalam badan usaha, perlu adanya penempatan dan pembagian pekerjaan, tugas-tugas dan tanggung jawab serta wewenang. Struktur organisasi tersebut harus memungkinkan adanya penetapan hubungan-hubungan antara unsur-unsur organisasi, sehingga koordinasi dan kerjasama diantara semua level dan manajemen dapat berjalan dengan efektif dan efisien untuk mengambil tindakan atau keputusan dalam mencapai tujuan badan usahanya.

Dalam melaksanakan tugas sehari-hari masing-masing pihak dalam struktur organisasi pada KSU BTM Surya Metro Selatan mempunyai *job discription* yang dipertanggung jawabkan kepada atasannya sehingga badan usaha ini dapat berjalan dengan baik, untuk mengetahui tugas dan wewenang dalam struktur organisasi KSU BTM Surya Metro Selatan akan dirinci sebagai berikut :

a. Dewan Pengawas

- 1) Dewan Pengawas bertugas melakukan pengawasan terhadap kebijaksanaan pengawasan BTM dan membuat laporan tertulis tentang hasil-hasil laporannya.
- 2) Wewenang Dewan Pengawas adalah meneliti catatan yang ada pada BTM dan mendapatkan segala keterangan yang diperlukan.

b. Dewan Pengawas Syariah

- 1) Dewan Pengawas Syariah menilai dan memastikan pemenuhan prinsip syariah atas pedoman operasional dan produk yang dikeluarkan KSU BTM Surya Metro Selatan.
- 2) Wewenang Dewan Pengawas Syariah yaitu meminta data dan informasi terkait dengan aspek syariah dari KSU BTM Surya Metro Selatan dalam rangka pelaksanaan tugasnya.

c. Pengurus

- 1) Pengurus mempunyai tugas bertanggung jawab atas pelaksanaan dan pengawas pengelolaan BTM, dan menyelenggarakan Rapat Anggota, pengajuan Rencana Kerja (RK) dan Rencana Anggaran Pendapatan dan Belanja (RAPB) KSU BTM Surya Metro Selatan

- 2) Wewenang Pengurus adalah menunjuk pengelola BTM yang professional dan melakukan segala perbuatan hukum untuk dan atas nama KSU BTM Surya Metro Selatan.

d. Manajer

- 1) Manajer mempunyai tugas memimpin organisasi dan keuangan di KSU BTM Surya Metro Selatan, dan melakukan evaluasi dan memutuskan permohonan pembiayaan melalui mekanisme atau forum komite pembiayaan.
- 2) Wewenang Manajer adalah melakukan pengendalian atau pembinaan terhadap pengembalian pembiayaan dan menandatangani berbagai berkas atau dokumen transaksi keuangan KSU BTM Surya Metro Selatan.

e. *Accounting*

- 1) Tugas *Accounting* adalah Bertanggung jawab atas pengelolaan dan keselamatan asset BTM.
- 2) Bersama ketua/manajer melakukan pembinaan dan pengawasan tugas-tugas pengelola, terutama dibidang penerimaan dan pengeluaran uang, pembukuan atau akuntansi dan membuat laporan keuangan harian, bulanan, triwulan, dan tahunan KSU BTM Surya Metro Selatan.

f. *Teller*

- 1) Tugasnya memberikan pelayanan kepada nasabah baik penarikan maupun penyetoran (simpanan maupun pembiayaan), dan menghitung keadaan keuangan atau transaksi setiap hari.

- 2) Wewenang *Teller* adalah mengatur dan menyiapkan pengeluaran uang tunai baik pembiayaan ataupun simpanan yang telah disetujui oleh manajer, dan menghitung uang tunai dari staf pemasaran lending, maupun staf pemasaran funding.

g. Marketing

- 1) Tugas marketing yaitu: membuat atau mengevaluasi produk-produk BTM agar sesuai dengan kebutuhan pasar, serta menyusun strategi sosialisasi, promosi, untuk meningkatkan penjualan produk.
- 2) Melakukan survey terhadap calon penerima pembiayaan dan menagih angsuran yang terlambat membayar.

4. Jenis Produk KSU BTM Surya Metro Selatan

Produk yang ditawarkan oleh KSU BTM Surya Metro Selatan yaitu produk simpanan dan produk pembiayaan, secara lebih rinci dijelaskan sebagai berikut:

a. Produk simpanan KSU BTM Surya Metro

1) Simpanan Walimah/Nikah (Si WALI)

Adalah simpanan dengan akad wadiah yang kegunaannya membantu merencanakan kebutuhan pernikahan anggota KSU BTM Surya Metro Selatan, dengan rincian produk sebagai berikut:

- a) Membantu merencanakan kebutuhan perbikahan
- 3) Menadapatkan bagi hasil yang menarik
- 4) Bekerja sama dengan Tenda, Dekorator, Rias pengantin dan kebutuhan pernikahan lainnya
- 5) Hanya dapat diambil untuk keperluan pernikahan/walimah

6) Gratis undangan bagi salda terakhir penarikan minimal 5jt dan minimal penyimpanan 2 tahun.

2) Simpanan MULIA (Si MULI)

Adalah produk simpanan yang dapat digunakan oleh anggota KSU BTM Surya Metro Selatan dalam bentuk LOGAM MULIA (EMAS 24karat) 5 gram, 10 gram, 20 gram hingga 100 gram, merupakan simpanan yang merencanakan kebutuhan dengan tidak termakan inflasi. Dengan rincian sebagai berikut:

- a) Setoran awal minimal Rp. 100.000
- b) Selanjutnya minimal Rp. 5.000
- c) Tidak dapat diambil kecuali setelah berbentuk LM
- d) Setelah nilai tabungan cukup untuk membeli logam mulia, maka akan langsung dibelikan sesuai perjanjian.

3) Simpanan PENDIDIKAN (Si DIK)

Adalah produk simpanan dengan akad wadiah yang tujuan untuk orang tua yang ingin mempersiapkan biaya pendidikan bagi anak, dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Tabungan berjangka untuk biaya pendidikan si buah hati dengan jumlah setoran Rp. 10.000/hari atau RP. 50.000/minggu atau Rp. 200.000/bulan
- 2) Periode tabungan minimal 1 tahun atau lebih
- 3) Dapat dijadikan jaminan pembiayaan
- 4) Bagi yang mengambil mingguan atau bulanan diberikan fasilitas celengan dirumah, petugas akan mengambil kerumah masing-masing.

4) Simpanan WADIAH (Si DIAH)

Adalah simpanan dengan akad wadiah yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan apa saja karena simpanan ini tidak ada jangka waktunya

- a) Simpanan yang dapat diambil dan ditambah kapan saja
- b) Setoran awal minimal Rp. 25.000 dan selanjutnya minimal Rp. 5.000
- c) Hanya bersifat titipan.

5) Simpanan BERJANGKA (Si JAKA)

Adalah simpanan yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan apasaja, bagi masyarakat umum baik petani, pegawai, nelayan dll, yang dapat ditarik pada saat jatuh tempo sesuai dengan akad atau permohonan dengan sistem bagi hasil.

- a) Simpanan yang hanya dapat diambil dan ditambah dengan jangka waktu tertentu
- b) Saldo minimal Rp. 1.000.000
- c) Bagi hasil yang menarik 35:65 (3 bulan) 40:60 (6 bulan) dan 4:55 (1 tahun)
- d) Dapat dijadikan jaminan pembiayaan.

6) Simpanan QURBAN (Si BAN)

Simpanan bagi masyarakat yang akan melaksanakan ibadah qurban. Penarikan pada saat akan melaksanakan ibadah qurban (Idul Adha) atau bulan lainnya dengan keterangan permohonan penarikan 1 Minggu sebelum pelaksanaan. Bekerjasama dengan panitia qurban

mushola atau masjid juga dapat digunakan untuk perorangan.

Keuntungan dari simpanan ini adalah:

- a) Bekerjasama dengan penjual hewan qurban (kambing atau sapi)
- b) Bebas ongkos kirim hewan qurban
- c) Bisa menyalurkan hewan qurban kepada yang membutuhkan.

7) Simpanan IDUL FITRI (Si FITRI)

Adalah simpanan yang disediakan oleh KSU BTM Surya Metro Selatan untuk memberikan kemudahan bagi anggota dalam hal menyimpan uangnya guna menghadapi segala kebutuhan dihari raya idul fitri. Dengan rincian sebagai berikut:

- a) Tabungan berjangka dengan jumlah setoran Rp. 10.000/hari atau Rp. 50.000/minggu atau Rp. 200.000/bulan
- b) Periode tabungan minimal 1 tahun
- c) Mendapat bonus paket lebaran
- d) Bagi yang mengambil mingguan atau bulanan diberikan fasilitas celengan dirumah, petugas akan mengambil kerumah masing-masing

8) Simpanan UMROH (Si ROH)

Adalah simpanan yang disediakan oleh KSU BTM Surya Metro Selatan untuk umat islam yang berkeinginan untuk melaksanakan umroh dengan jangka waktu 5-7 tahun.

- a) Dengan tabungan minimal Rp.10.000/hari atau Rp.300.000/bulan
- b) Bekerja sama dengan agen perjalanan haji dan umroh yang kompeten

- c) Setelah tabungan cukup untuk dp umroh maka pihak BTM akan segera mendaftarkan
- d) Saldo tabungan tidak dapat ditarik kembali kecuali untuk pelunasan umroh
- e) Mendapatkan bagi hasil yang kompetitif
- f) Bisa dijadikan jaminan pembiayaan.

b. Produk Pembiayaan KSU BTM Surya Metro Selatan

1) Mudharabah (Bagi Hasil)

Pembiayaan mudharabah adalah pembiayaan dimana pihak KSU BTM Surya Metro Selatan menyediakan modal (shahibul maal) sedangkan anggota menyediakan usaha atau sebagai pengelola (mudharib) untuk melakukan kegiatan usaha bersama, dengan dengan hasil keuntungan dibagi sesuai dengan kesepakatan bersama.

Pembiayaan dilakukan dengan BTM sebagai pemilik dana (shahibul maal) dan anggota atau nasabah sebagai pengelola atau yang melakukan kegiatan usaha. Pembiayaan mudharabah ini bersifat *trusty finance* (kepercayaan penuh) dimana BMT memberikan kepercayaan penuh kepada pengelola untuk menjalankan usahanya

Hasil keuntungan akan dibagi sesuai dengan kesepakatan bersama dalam bentuk nisbah tertentu dari keuntungan pembiayaan. Sedangkan jika pengelolaan usaha mengalami kerugian, BMT menanggung semua kerugian modal usaha, sedangkan nasabah menanggung kerugian waktu dan manajemen

2) Musyarakah (Penyertaan)

Musarakah adalah akad pembiayaan antara pihak KSU BTM Surya Metro Selatan dengan anggota, dan masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan resiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.

3) Murabahah (Jual Beli)

Secara sederhana murabahah berarti suatu penjualan barang seharga barang tersebut ditambah keuntungan yang disepakati kedua pihak, harus menyepakati harga jual dan waktu pembayaran. BTM bertindak sebagai penjual tetapi dilakukan tidak secara langsung. BTM hanya menalangi (menyediakan dana) untuk pembelian barang modal yang diajukan oleh anggota untuk kemudian anggota/nasabah tersebut membeli sendiri barang modal yang dikehendaki. Jumlah kewajiban yang harus dibayar kepada BTM oleh anggota ialah jumlah modal barang dan margin keuntungan yang telah disepakati.

4) Ijarah (Jasa)

Ijarah adalah bentuk pembiayaan di KSU BTM Surya Metro Selatan dimana BTM memberikan fasilitas pinjaman kepada anggota/nasabah sebagai penyewa, dan memberi kepadanya kesempatan untuk mengambil kemanfaatan dari barang sewaan untuk jangka waktu tertentu dengan imbalan yang besarnya telah disepakati bersama.

Transaksi Ijarah dilandasi adanya perpindahan manfaat jadi pada dasarnya prinsip ijarah sama dengan prinsip jual beli, namun perbedaannya terletak pada obyek transaksinya.

B. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Memilih Produk Simpanan Idul Fitri

Koperasi Serba Usaha (KSU) BTM Surya Metro Selatan didirikan pada tanggal 14 Juli 2014 oleh pimpinan cabang Muhammadiyah Metro. Atas dasar organisasi Muhammadiyah yang berfungsi untuk pembiayaan dan penyaluran dana kepada masyarakat umum tidak hanya untuk kalangan kelompok Muhammadiyah tapi juga untuk semua basis organisasi, dan untuk semua umat Islam pada umumnya yang ada di daerah Metro Selatan. Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya BTM Surya Metro Selatan memiliki beberapa produk simpanan dan pembiayaan untuk masyarakat sekitar metro selatan, dan produk yang paling diminati adalah produk simpanan Idul Fitri (Si FITRI) hal ini ditunjukkan dengan meningkatnya jumlah anggota Si FITRI yang terus mengalami peningkatan setiap tahun. Minat masyarakat adalah dorongan diri yang dimiliki oleh seseorang yang menimbulkan perasaan suka atau tertarik terhadap sesuatu dan mampu mempengaruhi tindakan orang tersebut. Minat dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu faktor interna dan faktor eksternal. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat memilih produk simpanan Si FITRI di BTM Surya Metro Selatan, peneliti melakukan wawancara kepada pihak BTM Surya Metro Selatan dan 6 masyarakat Metro Selatan sebagai berikut:

Bapak Ibnu Darari selaku manajer di KSU BTM Surya Metro Selatan menuturkan bahwa seiring dengan perkembangan jaman masyarakat khususnya di daerah Metro Selatan ini mulai menyadari bahwa adanya lembaga keuangan syariah dapat membantu dalam kegiatan ekonomi mereka seperti pemberian

modal dan penyimpanan uang. Bapak Ibnu Darari menjelaskan bahwa aspek pemasaran juga sangat diperhatikan untuk menarik minat masyarakat. Aspek pemasaran yang digunakan KSU BTM Surya Metro Selatan adalah sebagai berikut:⁶⁶

1. Produk (*product*)

Produk yang ditawarkan KSU BTM Surya Metro Selatan sangat beragam yaitu:

a. Produk simpanan

- 1) Simpanan walimah/nikah (Si WALI)
- 2) Simpanan Mulia (Si MULI)
- 3) Simpanan pendidikan (Si DIK)
- 4) Simpanan Wadiah (Si WADI)
- 5) Simpanan berjangka (Si JAKA)
- 6) Simpanan Qurban (Si BAN)
- 7) Simpanan Idul Fitri (Si FITRI)
- 8) Simpanan umroh (Si ROH)

b. Produk pembiayaan

- 1) Mudhorobah (Bagi Hasil)
- 2) Musyarakah (Penyertaan)
- 3) Murabahah (Jual Beli)
- 4) Ijarah (Jasa)

Dengan beragam pilihan produk yang ditawarkan, masyarakat akan dengan mudah menemukan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan

⁶⁶ Wawancara Bapak Ibnu Darari, Manajer KSU BTM Surya Metro Selatan, Senin 11 November 2019

keinginan mereka. Sehingga pada akhirnya dapat mempengaruhi minat masyarakat menjadi anggota pada KSU BTM Surya Metro Selatan.

2. Harga (*price*)

Yaitu untuk menjadi anggota hanya perlu membayar setoran pokok sebesar Rp. 20.000 dan membayar setoran wajib sebesar Rp. 25.000 untuk 1 tahun. Kemudian strategi harga untuk produk-produknya sangat bervariasi dan tentunya sangat sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

3. Lokasi (*place*)

Lokasi yang strategis yaitu berada di dekat pasar tradisional Summersari Bantul sehingga dapat memudahkan segala transaksi bagi anggota masyarakat daerah Metro Selatan.

4. Promosi (*promotion*)

Promosi yang diterapkan oleh KSU BTM Surya Metro Selatan adalah strategi *personal selling*. Karena sudah banyak anggota yang merasa puas dengan produk dan pelayanan yang diberikan sehingga anggota tersebut akan menceritakan kepada orang lain sehingga dapat menarik minat masyarakat.

Kemudian Bapak Ibnu menambahkan bahwa produk yang paling diminati oleh nasabah adalah Simpanan IDUL FITRI (Si FITRI), hal ini dapat dilihat setiap tahun anggotanya terus mengalami kenaikan. Hal ini karena produk Si FITRI sangat sesuai untuk mengantisipasi keperluan menjelang hari raya, serta ada fasilitas celengan dan jempot bola yang diberikan.⁶⁷

⁶⁷ Wawancara Bapak Ibnu Darari, Manajer KSU BTM Surya Metro Selatan, Senin 11 November 2019

Selanjutnya Ibu Mega Nurul Iza selaku Teller KSU BTM Surya Metro Selatan menerangkan bahwa minat masyarakat Metro Selatan tiap tahun semakin meningkat. Hal ini karena KSU BTM Surya Metro Selatan menerapkan fasilitas jemput bola membuat calon anggota tertarik untuk menabung di BTM Surya Metro Selatan ini. Selain pihak KSU KSU BTM Surya Metro Selatan memberikan pengenalan terhadap produk-produk simpanan dan pembiayaan dengan sosialisasi terhadap orang-orang terdekat terlebih dahulu. Kemudian promosi yang dilakukan KSU BTM Surya Metro Selatan dengan cara mulut ke mulut atau terjun langsung ke pasar untuk mencari calon anggota di pasar tetapi tetap memberikan pelayanan dan kualitas yang baik akan menarik calon anggota yang lain untuk menjadi calon anggota KSU BTM Surya Metro. Untuk produk yang paling diminati masyarakat saat ini adalah Simpanan Idul Fitri (Si FITRI). Simpanan ini paling diminati karena jumlah angsuran tidak ditetapkan dan hanya memerlukan biaya administrasi Rp. 25.000 saat pembuatan buku tabungan.⁶⁸

Dan Ibu Nurul Istiani selaku *Acount Officcer* menuturkan bahwa produk Simpanan Idul Fitri (Si FITRI) sangat diminati masyarakat karena sangat bermanfaat untuk membantu keperluan masyarakat saat hari raya Idul Fitri. Kemudian masyarakat juga sangat dimudahkan karena adanya fasilitas celengan atau jemput bola yang diberikan oleh pihak KSU BTM Surya Metro Selatan. Strategi pemasaran juga banyak yang diterapkan KSU BTM Surya Metro Selatan untuk meningkatkan minat masyarakat menjadi anggota. salah satunya strategi *place*, lokasi KSU BTM Surya Metro Selatan sendiri termasuk

⁶⁸ Wawancara Ibu Mega Nurul Iza, Teller KSU BTM Surya Metro Selatan, Senin 11 November 2019.

sangat strategis yaitu didekat pasar tradisional Metro Selatan dan mayoritas anggota adalah 85% pedagang yang ada dipasar tersebut.⁶⁹

Kemudian peneliti melakukan wawancara dengan beberapa masyarakat yang menjadi anggota di KSU BTM Surya Metro Selatan. Yang pertama kepada Ibu Siti Aisyah, beliau menuturkan awal mula beliau tertarik untuk menjadi anggota KSU BTM surya metro selatan adalah ketika ditawarkan oleh karyawan dan memilih produk simpanan wadiah tahun 2016. Kemudian dari situ beliau merasa pelayanan yang ada di KSU BTM Surya Metro Selatan sangat nyaman, ramah dan pelayanan jasa yang lainnya sangat baik, juga karena produk Si FITRI sesuai dengan kebutuhan dan tidak ada biaya administrasi bulanan maka Ibu Siti Aisyah menuturkan memilih produk tersebut tahun 2017. Disamping itu, beberapa hari sebelum hari raya Idul Fitri, dilingkungan Metro Selatan pasti mengadakan acara syukuran dirumah-rumah warga sehingga kebutuhan pasti akan sangat banyak dan karena hal tersebut juga Ibu Siti sangat tertarik dengan produk Si FITRI.⁷⁰

Selanjutnya Ibu Wainem menuturkan, bahwa sudah menjadi anggota KSU BTM Surya Metro Selatan sejak tahun 2017 dan memilih produk Si FITRI. Awalnya ada beberapa teman yang merekomendasikan produk Si FITRI tersebut dan melihat brosur bahwa angguran bulanan sangat ringan kemudian ditambah juga ada layanan jemput bola sehingga beliau akhirnya tertarik terhadap produk Si FITRI ini. Beliau menambahkan bahwa dengan adanya Si FITRI ini sangat membantu ibu-ibu rumah tangga seperti Ibu Wainem sendiri untuk mempersiapkan kebutuhan hari raya Idul Fitri karena biasanya

⁶⁹ Wawancara Ibu Nurul Istiani , *Account Officcer* KSU BTM Surya Metro Selatan, Senin 11 November 2019.

⁷⁰ Wawancara Ibu Siti Aisyah, Jumat 08 November 2019.

menjelang Idul Fitri harga kebutuhan pokok juga ikut meningkat dan ditambah kebutuhan-kebutuhan lain.⁷¹

Kemudian Ibu Ana menjelaskan bahwa sudah menjadi anggota KSU BTM Surya Metro Selatan sejak tahun 2015, dan sampai sekarang telah memiliki 3 simpanan yaitu Simpanan Wadiah, Produk Simpanan Si FITRI dan Produk Simpanan Umroh. Beliau menuturkan tertarik memilih Si FITRI karena tidak ada administrasi bulanan hanya diawal saja sebesar Rp. 25.000 untuk satu tahunnya dan ada fasilitas jemput bola sehingga sangat mempermudah anggotanya. Disamping itu iurannya tidak ditentukan berapa nominalnya, dan Kelebihan lain produk Si FITRI dibandingkan simpanan lain adalah simpanan ini sangat membantu pengeluaran karena diambilnya 2 minggu mendekati hari raya Idul Fitri serta mendapatkan bonus paket lebaran.⁷²

Ibu Supini menjadi anggota KSU BTM Surya Metro Selatan dari tahun 2017 dan memilih produk Si FITRI. Awalnya beliau tertarik karena ada karyawan yang menawarkan produk Si FITRI, dan dari segi lokasinya itu sangat tepat yaitu berada didekat pasar tradisional Sumbersari Bantul dan apalagi yang mengelola dari majelis muhamadiyah jadi beliau percaya dana yang di simpan aman. Alasan mengapa memilih Si FITRI Karena membantu pengeluaran waktu hari raya idul fitri dan tabungan ini bisa diambilnya 2 minggu mendekati hari raya idul fitri serta mendapatkan bonus paket lebaran yang menguntungkan.⁷³

Lalu Ibu Kamsiati menuturkan bahwa beliau telah menjadi anggota KSU BTM Surya Metro Selatan dari tahun 2016, dan memilih produk Si FITRI dan

⁷¹ Wawancara Ibu Wainem, Kamis 14 November 2019

⁷² Wawancara Ibu Ana, Kamis 14 November 2019.

⁷³ Wawancara Ibu Supini, Jumat 15 November 2019.

Simpanan Wadiah. Kelebihan atau keuntungan Si FITRI ini menurut Ibu Kamsiati adalah sangat sesuai dengan kebutuhan beliau untuk mempersiapkan kebutuhan Idul FITRI karena menjelang hari raya banyak kebutuhan-kebutuhan yang tak terduga juga biasanya setiap tahun Ibu Kamsiati selalu mengadakan syukuran menjelang hari raya yang sudah menjadi tradisi di daerah tempat Ibu Kamsiati tinggal sehingga memerlukan biaya yang tidak sedikit. Disamping itu Si FITRI juga memberikan fasilitas jemput bola sehingga dirasa sangat efektif. Apalagi setiap tahun KSU BTM Surya Metro Selatan memberikan bingkisan kepada anggota sehingga banyak ibu-ibu yang tertarik memilih produk Si FITRI ini.⁷⁴

Dan Ibu Sundari menuturkan awal mula beliau tertarik dengan produk KSU BTM Surya Metro Selatan karena kebutuhan pokok setiap tahun menjelang hari raya akan meningkat, dari situ Ibu Sundari mulai berniat untuk menabung guna mempersiapkan kebutuhan hari raya tersebut. Awalnya beliau bingung tapi banyak tetangganya yang memberi tahu ada simpanan khusus untuk membantu kebutuhan hari raya Idul Fitri. Karena ibu Sundari memiliki warung sehingga fasilitas jemput bola yang diberikan sangat bermanfaat sekali jadi ibu sundari tidak perlu untuk pergi ke BTM untuk menyetorkan uangnya. Selain itu pegawainya juga berasal dari desa sendiri jadi akan aman dan setiap bulan KSU BTM Surya Metro Selatan selalu mengadakan pengajian untuk ibu-ibu maka Ibu Sundari langsung tertarik menjadi anggota BTM Surya Metro Selatan dan memilih produk Si FITRI.⁷⁵

⁷⁴ Wawancara Ibu Kamsiati, Jumat 14 November 2019.

⁷⁵ Wawancara Ibu Sundari, Sabtu 15 November 2019.

C. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Memilih Produk Simpanan Idul Fitri

Untuk menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan minat masyarakat menjadi anggota KSU BTM Surya Metro Selatan, maka peneliti telah mengadakan wawancara dengan masyarakat Metro Selatan sebanyak 6 orang. Dari hasil penelitian yang dilakukan faktor-faktor mempengaruhi keputusan minat masyarakat menjadi anggota KSU BTM Surya Metro Selatan dan memilih produk Simpanan IDUL FITRI (Si FITRI) dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal, sebagai berikut:

1. Faktor Internal

Faktor internal adalah faktor-faktor yang berada di dalam diri seseorang yang mempengaruhi keinginan atau minat seseorang. Faktor internal yang mempengaruhi minat masyarakat memilih produk Simpanan IDUL FITRI (Si FITRI) pada KSU BTM Surya Metro Selatan terdiri dari:

a. Kepribadian

Kepribadian adalah karakteristik psikologi seseorang yang menyebabkan respon yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan orang itu sendiri.⁷⁶ Dalam hubungannya dengan minat masyarakat dalam memilih produk Simpanan IDUL FITRI (Si Fitri) adalah dapat dilihat dari kepribadian masyarakat yang suka menabung guna membantu kebutuhan saat hari raya idul fitri.

⁷⁶ Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2006), Jilid I, h. 159

b. Sikap

Sikap menggambarkan penilaian kognitif yang baik maupun tidak baik, perasaan emosional, dan kecenderungan berbuat yang bertahan selama waktu tertentu terhadap beberapa obyek atau gagasan.⁷⁷ Sikap mempengaruhi minat masyarakat Metro Selatan karena rata-rata masyarakat sudah menyadari bahwa kebutuhan untuk mempersiapkan hari raya Idul Fitri akan lebih banyak dibanding hari lainnya sehingga masyarakat perlu mempersiapkan dengan memilih produk Si FITRI. Sikap masyarakat yang antusias dalam menyambut hari raya Idul Fitri ini yang menjadi alasan mengapa banyak masyarakat yang berminat memilih produk Si FITRI pada KSU BTM Surya Metro Selatan.

c. Pengalaman

Pengalaman ini merupakan pedoman atau guru agar tidak melakukan kesalahan dalam menjalankan sesuatu nantinya.⁷⁸ Yang dimaksud pengalaman disini adalah bahwa masyarakat Metro Selatan telah belajar dari pengalaman sebelumnya bahwa kebutuhan untuk mempersiapkan kebutuhan hari raya tidaklah sedikit, sehingga mereka perlu mengantisipasi kebutuhan tersebut dengan cara menabung.

d. Motivasi

Motivasi adalah dorongan seseorang untuk melakukan tindakan dalam memenuhi kebutuhannya.⁷⁹ Motivasi merujuk kepada proses yang menyebabkan orang berperilaku seperti yang mereka perbuat. Hal itu

⁷⁷ Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta, Rineka Cipta, 2009), h. 227

⁷⁸ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2014), h. 189

⁷⁹ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*, (Yogyakarta:CV Andi Offset, 2013), h. 43

terjadi bila kebutuhan timbul dan yang bersangkutan berniat untuk memuaskannya. Sekali kebutuhan telah terpenuhi tingkat tekanan yang ada mendorong konsumen untuk mencoba mengurangi atau membatasi kebutuhan. Dalam hal ini faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dapat dilihat dari kebutuhan hari raya yang harus dipenuhi sehingga dorongan dan motivasi tersebut dapat mempengaruhi masyarakat untuk memilih produk Si FITRI.

h. Gaya hidup

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang dimana mereka akan menjalankan hidup, membelanjakan uang dan memanfaatkan waktunya.⁸⁰ Gaya hidup mencerminkan bagaimana pola hidup yang dilakukan sehari-hari oleh masyarakat Metro Selatan, gaya hidup masyarakat yang sederhana dan suka menabung terlihat dari antusiasnya mereka untuk menyimpan uangnya pada KSU BTM Surya Metro Selatan. Sehingga dari beberapa produk simpanan yang ditawarkan KSU BTM Surya Metro Selatan produk Si FITRI yang paling diminati karena mereka ingin mempersiapkan kebutuhan hari raya.

2. faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah faktor yang berasal dari luar diri seseorang yang mempengaruhi minat masyarakat dalam memilih produk Si FITRI.

a. Faktor budaya

Budaya merupakan karakter masyarakat secara keseluruhan. Unsur-unsur budaya meliputi bahasa, pengetahuan, hukum, agama, kebiasaan

⁸⁰ *Ibid.*, h. 46

makan, seni, teknologi, pola kerja, produktivitas dan ciri-ciri lainnya.⁸¹ Dalam kaitannya dengan minat masyarakat dalam memilih produk Si FITRI adalah budaya atau kebiasaan masyarakat Metro Selatan yang setiap menjelang hari raya Idul Fitri selalu mengadakan syukuran dirumah mereka secara bergantian. Biasanya 7 hari sebelum hari raya masyarakat mulai ramai mengundang warga sekitar untuk datang kerumah mereka sebagai wujud rasa syukur dan menyambung silaturahmi antar tetangga. Dari kebiasaan ini tentu sangat berpengaruh terhadap tingkat kebutuhan mereka, sehingga mereka perlu mempersiapkan kebutuhan hari raya tersebut dengan cara memilih produk Si FITRI.

b. Faktor Pemasaran

Strategi pemasaran adalah strategi untuk merancang dan menawarkan sesuatu yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari pelanggan dalam rangka memberikan kepuasan yang optimal bagi pelanggan. Strategi pemasaran dapat mempengaruhi minat masyarakat dalam memilih produk Si FITRI pada KSU BTM Surya Metro Selatan karena pemasaran merupakan cara pihak BTM untuk menganalisa produk seperti apa yang dibutuhkan masyarakat, kemudian strategi pemasaran merupakan cara BTM untuk memperkenalkan produknya sehingga jika masyarakat sudah mengetahui produk tentu dapat mempengaruhi minat masyarakat dalam memilih produk tersebut. Faktor pemasaran yang dapat mempengaruhi minat masyarakat terdiri dari:

⁸¹ Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 85

1) Produk

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan.⁸² Semakin baik kualitas produk, semakin besar kemungkinan keberhasilan menjual. Produk yang baik adalah produk yang mampu memenuhi keinginan. Produk Simpanan IDUL FITRI (Si FITRI) adalah simpanan yang disediakan untuk anggota guna menghadapi segala kebutuhan dihari raya idul fitri dengan jangka waktu minimal 1 tahun. Produk ini sangat sesuai dengan masyarakat Metro Selatan yang mayoritas merupakan ibu rumah tangga dan pedangan pasar sehingga mereka dapat menyisihkan uang untuk memenuhi kebutuhan hari raya Idul Fitri.

Kemudian fasilitas lain yang didapatkan saat memilih produk Si FITRI adalah pihak KSU BTM Surya Metro Selatan memberikan fasilitas celengan dan jemput bola kepada anggota yang memilih produk Si FITRI. Petugas akan mengambil kerumah anggota biasanya setiap minggu atau setiap bulan. Hal ini sangat memudahkan para anggota produk Si FITRI agar tidak repot-repot untuk menyetor uangnya ke BTM.

2) Promosi

Promosi merupakan suatu ungkapan dalam arti luas tentang kegiatan-kegiatan yang secara aktif dilakukan oleh perusahaan untuk

⁸² Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2016), h. 207

mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan.⁸³ Dari hasil penelitian di lapangan promosi yang dilakukan oleh KSU BTM Surya Metro selatan sudah terbilang optimal, khususnya untuk produk Si FITRI. Karena sebagian masyarakat sudah mengetahui jika BTM tersebut mempunyai produk Si FITRI. Promosi merupakan faktor terpenting dalam perkembangan sebuah badan usaha. Tujuan dari adanya promosi adalah mengenalkan kelebihan-kelebihan dari produk yang dimiliki kepada masyarakat luas. Promosi yang dilakukan oleh pihak BTM adalah promosi dengan metode *personal selling*. Promosi dengan menggunakan cara ini dirasa sangat tepat jika melihat dari sebagian besar anggotanya yang merupakan ibu rumah tangga dan pedagang pasar. Karena sudah banyak anggota yang merasa bahwa produk Si FITRI ini sangat bermanfaat sehingga secara tidak langsung anggota tersebut akan mempromosikan kepada orang lain. Apabila kualitas pelayanan yang diberikan kepada anggota sangat baik dan mampu membuat banyak anggota menjadi tertarik untuk berinvestasi pada lembaga keuangan tersebut. Strategi pelayanan yang diberikan oleh pihak KSU BTM Surya Metro Selatan adalah salah satunya memberikan fasilitas celengan dan jemput bola kepada anggota yang memilih produk Si FITRI. Petugas akan mengambil kerumah anggota biasanya setiap minggu atau setiap bulan. Hal ini sangat memudahkan para anggota produk Si FITRI agar tidak repot-repot untuk menyetor uangnya ke BTM.

⁸³ Panji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, 222

3) Harga

Strategi penentuan harga sangatlah signifikan dalam pemberian nilai kepada konsumen dalam mempengaruhi citra produk, serta keputusan konsumen untuk membeli.⁸⁴ Strategi penentuan harga produk Si FITRI yang diberikan oleh pihak KSU BTM Surya Metro Selatan adalah simpanan dengan jangka waktu 1 tahun dengan jumlah setoran Rp. 10.000/hari atau RP. 50.000/minggu atau Rp. 200.000/bulan ataupun dengan jumlah setoran yang tidak ditentukan. Kemudian keuntungan lain dari produk Si FITRI adalah mendapat bonus paket lebaran yang diberikan kepada anggota dengan jumlah simpanan tertentu. Untuk produk si FITRI tidak ada biaya administrasi bulanan hanya Rp. 25.000 sebagai setoran wajib setiap tahunnya.

⁸⁴ Kasmir, Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h. 213

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam memilih produk Simpanan IDUL FITRI (Si FITRI) pada KSU BTM Surya Metro Selatan dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor internal dan eksternal.

Faktor internal adalah faktor-faktor yang berada di dalam diri seseorang yang mempengaruhi keinginan atau minat seseorang dalam memilih produk Si FITRI, yaitu terdiri dari: kepribadian masyarakat, sikap masyarakat, pengalaman masyarakat akan kebutuhan hari raya, motivasi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan hari raya, dan gaya hidup masyarakat Metro Selatan.

Kemudian faktor eksternal adalah faktor yang berasal dari luar diri seseorang yang mempengaruhi minat masyarakat dalam memilih produk Si FITRI yang terdiri dari faktor budaya atau kebiasaan masyarakat Metro Selatan dan faktor pemasaran yang diterapkan oleh KSU BTM Surya Metro Selatan. Faktor pemasaran meliputi strategi produk, strategi promosi yang diterapkan, dan strategi harga sehingga mempengaruhi minat masyarakat Metro Selatan dalam memilih produk Si FITRI pada KSU BTM Surya Metro Selatan.

B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan yang sudah dijelaskan diatas, maka peneliti memberikan beberapa saran atau masukan antara lain:

1. Bagi KSU BTM Surya Metro Selatan, agar meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) yang dimiliki, guna meningkatkan kinerja yang lebih optimal. Kemudian lebih mengembangkan strategi promosi tidak hanya mengandalkan *personal selling* saja untuk menarik minat masyarakat.
2. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dijadikan referensi pada penelitian selanjutnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat terhadap produk lembaga keuangan syariah. Kemudian agar penelitian selanjutnya dapat mengembangkan kajian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menjadi anggota pada KSU BTM Surya Metro Selatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Manan. *Hukum Ekonomi Syariah dalam Perspektif Kewenangan Peradilan Agama*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2012.
- Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahbah. *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Kencana. 2004.
- Abdurrahan Fathoni. *Metode Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Rineka Cipta. 2011.
- Ascarya. *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada. 2013.
- A. Supratiknya. *Psikologi Kepribadian I*. Yogyakarta: Kanisius. 1993.
- Burhan Bungin. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana. 2005.
- Djaali. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara. 2013.
- Djazuli. Yadi Januari. *Lembaga-Lembaga Perekonomian Umat. Sebuah Pengenalan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo. 2002
- Etta Mamang Sangadji dan Sopiah. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: CV Andi Offset. 2013.
- Hasan Alwi. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka. 2007.
- Imam Mustofa. *Fiqih Muamalah Kontemporer*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2016.
- Irham Fahmi. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta. 2014.
- Kartini Kartono. *Pengantar Metodologi Riset Sosial*. Bandung: CV. Mabdar Maju. 1996.
- Kasmir. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2014.
- Kasmir. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2012.
- Kasmir. *Kewirausahaan*. Jakarta: RajaGrafindo Persada. 2014.
- Khaerul Umam. *Manajemen Perbankan Syariah*, Bandung: CV Pustaka Setia. 2013.
- Lamb. Hair. McDaniel. *Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat. 2001.

- Lexy J. Moleong. *Metodologi Penelitian*. Bandung: Remaja Rosdakarya. 2009.
- Ma'had Alif Tarbiyah Mubalighin Muhammadiyah. *Pedoman Pendirian BTM*. Bandar Lampung: 2008.
- Masri Singarimbun dan Sofyan Effendi. *Metode Peneliti Survei*. Jakarta: LP3ES. 1995
- Nurhasanah Neneng. Optimalisasi Dewan Pengawas Syariah dilembaga keuangan syariah. *Jurnal syiar Hukum Unisna*. Vol.8 (3) 2011.
- Michael Quinn Patton. *Metode Evaluasi Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2009.
- Muhammad. *Bank Syariah dan Prospek Perkembangan di Indonesia*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2005
- Muhamad. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Pers. 2013.
- Nur Rianto Al Arif M. *Lembaga Keuangan Syariah*. Bandung : CV Pustaka Setia. 2012.
- Pandji Anoraga. *Manajemen Bisnis*. Jakarta. Rineka Cipta. 2009.
- Philip Kotler dan Gary Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga. 2006.
- Philip Khotler dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Macanan Jaya Cemerlang. 2008.
- Profil BTM Surya Metro Selatan 518/03/D6.02/BH/.10/IV/2015
- Rosda Karya. 2012. Ibrahim. *Metodologi penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta. 2015.
- Sudaryono. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi Offset. 2016.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung.: Alfabeta. 2009.
- Sutrisno Hadi. *Metode Research*. jilid I. Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM. 1984.
- Umar Husain. *Manajemen Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta:PT. Gramedia Pusaka. 2008.
- W. Gulo. *Metodelogi Penelitian*. Jakart: PT Gramedia. 2001.
- Yudrik Jahja. *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2011.

Dimas Hendika Wibowo, Zainul arifin, dan Sunarti, “analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). dalam *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 29 No. 1 Desember 2015

Syifa Zakiya Nurlatifah dan R. Masykur. Pengaruh Strategi Pemasaran *Word Of Mouth* (WOM) Dan Produk Pembiayaan Syariah Terhadap Minat Dan Keputusan Menjadi Anggota (Nasabah) Pada Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) Kota Bandar Lampung. dalam *Jurnal Manajemen Indonesia* Vol.17 No.3 Desember 2017.

Neti Tunggal Dewi Lestari. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Metro Madani)”. dalam skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro.

Nur Laili Maghfiroh. “Analisis Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Untuk Menabung (Studi Kasus pada Nasabah BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo)”. dalam skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya.

Roni Andespa. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Dibank Syariah”. dalam skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang.

LAMPIRAN



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id; email: iaimetro@metrouniv.ac.id

Nomor : B-682/In.28.3/D.1/PP.00.9/3/2019 Metro, 20 Maret 2019
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Perihal : Izin Pra Survey

Kepada Yth,
Pimpinan BTM Surya Metro Selatan
di- Tempat

Berkenaan dengan kegiatan akademik dalam rangka penyusunan Proposal Skripsi mahasiswa pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro :

Nama : Imes Kurnia Sari
NPM : 1502100180
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan/Prodi : S1 Perbankan Syariah
Judul : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Menjadi Nasabah Pada BTM Surya Metro Selatan (Studi Kasus Di BTM Surya Metro Selatan).

Maka dengan ini dimohon kepada Bapak/Ibu agar berkenan memberikan izin kepada mahasiswa untuk melakukan pra survey dalam rangka penyusunan Proposal Skripsi yang dimaksud.

Demikian surat ini disampaikan, atas perhatian dan kerja samanya diucapkan terima kasih.

Wakil Dekan I,



[Handwritten Signature]
Drs. H. M. Saleh, MA

NIP. 19650111 199303 1 001



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id; email: iaimetro@metrouniv.ac.id

Nomor : B-682/In.28.3/D.1/PP.00.9/3/2019

Metro, 20 Maret 2019

Sifat : Biasa

Lampiran : -

Perihal : Izin Pra Survey

Kepada Yth,
Pimpinan BTM Surya Metro Selatan
di- Tempat

Berkenaan dengan kegiatan akademik dalam rangka penyusunan Proposal Skripsi mahasiswa pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro :

Nama : Imes Kurnia Sari
NPM : 1502100180
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan/Prodi : S1 Perbankan Syariah
Judul : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Menjadi Nasabah Pada BTM Surya Metro Selatan (Studi Kasus Di BTM Surya Metro Selatan).

Maka dengan ini dimohon kepada Bapak/Ibu agar berkenan memberikan izin kepada mahasiswa untuk melakukan pra survey dalam rangka penyusunan Proposal Skripsi yang dimaksud.

Demikian surat ini disampaikan, atas perhatian dan kerja samanya diucapkan terima kasih.

Wakil Dekan I,



Drs. H. M. Saleh, MA

NIP. 19650111 199303 1 001

OUTLINE

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
MASYARAKAT MENJADI NASABAH PADA
KSU BTM SURYA METRO SELATAN**

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN NOTA DINAS

HALAMAN ABSTRAK

HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN

HALAMAN MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

- A. LatarBelakangMasalah
- B. PertanyaanPenelitian
- C. TujuanPenelitian
- D. ManfaatPenelitian
- E. PenelitianRelevan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Baitul Tamwiil Muhammadiyah
 - 1. PengertianBaitul Tamwiil Muhammadiyah
 - 2. Produk-produk pada Baitul Tamwiil Muhammadiyah
 - 3. Prinsip Muamalah pada Baitul Tamwiil Muhammadiyah
- B. Minat
 - 1. Pengertian Minat
 - 2. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat

BAB III METODE PENELITIAN

- A. Jenis Penelitian dan Sifat Penelitian
- B. Sumber Data
- C. Teknik Pengumpulan Data
- D. Teknik analisis data

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

- A. Profil BTM Surya Metro Selatan
 - 1. Sejarah singkat BTM Surya Metro Selatan
 - 2. Visi dan Misi BTM Surya Metro Selatan
 - 3. Struktur Organisasi BTM Surya Metro Selatan
 - 4. Produk-Produk pada BTM Surya Metro Selatan
- B. Faktor-faktor yang mempengaruhimasyarakat menjadi nasabah di BTM Surya Metro Selatan
- C. Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat menjadi nasabah di BTM Surya Metro Selatan

BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Metro, Oktober 2019

Peneliti,



Imes Kurniasari

NPM. 150210010

Mengetahui,

Pembimbing I



Drs. H. M. Saleh, M.A.

NIP. 19650111 199303 1 001

Pembimbing II



Suci Hayati, S.A.g., M.S.I.

NIP. 19770309 20012 2 003

**ALAT PENGUMPUL DATA (APD)
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
MASYARAKAT MENJADI ANGGOTA TABUNGAN SI FITRI DI
KOPERASI SERBA USAHA (KSU) BAITUL TAMWIL
MUHAMMADIYAH (BTM) SURYA METRO SELATAN**

A. Wawancara Kepada Masyarakat

1. Bagaimana pendapat Ibu mengenai KSU BTM Surya Metro Selatan?
2. Mengapa Ibu tertarik menjadi anggota KSU BTM Surya Metro Selatan?
3. Kapan Ibu menjadi anggota KSU BTM Surya Metro Selatan?
4. Apa saja produk yang Ibu gunakan di KSU BTM Surya Metro Selatan?
5. Mengapa Ibu memilih produk tersebut?
6. Darimana Ibu mengetahui informasi tentang produk tersebut?
7. Apa faktor lain yang mempengaruhi Ibu sehingga berminat menjadi anggota di KSU BTM Surya Metro Selatan?

B. Wawancara Kepada Pihak KSU BTM Surya Metro Selatan

1. Bagaimana minat masyarakat terhadap KSU BTM Surya Metro Selatan?
2. Apa saja produk-produk yang disalurkan oleh KSU BTM Surya Metro Selatan?
3. Apa saja produk yang paling diminati oleh masyarakat?
4. Mengapa produk tersebut paling diminati masyarakat?
5. Bagaimana strategi pemasaran 7P yang diterapkan KSU BTM Surya Metro Selatan untuk menarik minat masyarakat?
6. Apakah semua unsure strategi 7P digunakan untuk menarik minat masyarakat menjadi anggota di KSU BTM Surya Metro Selatan?

C. Dokumentasi

1. Sejarah berdirinya KSU BTM Surya Metro Selatan
2. Visi dan Misi KSU BTM Surya Metro Selatan
3. Struktur Organisasi KSU BTM Surya Metro Selatan
4. Produk-Produk KSU BTM Surya Metro Selatan

Metro, Oktober 2019

Peneliti,



Imes Kurniasari

NPM. 1502100180

Mengetahui,

Pembimbing I



Drs. H. M. Saleh, M.A

NIP. 19650111 199303 1 001

Pembimbing II



Suci Hayati, S.A.g., M.S.I

NIP. 19770309 20012 2 003



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iaim@metrouniv.ac.id

Nomor : 3105/In.28/D.1/TL.00/11/2019
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
Manager KSU BTM Surya Metro
Selatan
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 3104/In.28/D.1/TL.01/11/2019, tanggal 04 November 2019 atas nama saudara:

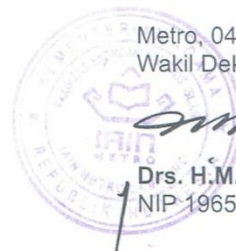
Nama : **IMES KURNIA SARI**
NPM : 1502100180
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di KSU BTM Surya Metro Selatan, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN MINAT MASYARAKAT MENJADI ANGGOTA DI KOPERASI SERBA USAHA (KSU) BAITUL TAMWIL MUHAMMADIYAH (BTM) SURYA METRO SELATAN".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 04 November 2019
Wakil Dekan I,



[Handwritten Signature]
Drs. H.M. Saleh MA.
NIP 19650111 199303 1 001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: 3104/In.28/D.1/TL.01/11/2019

Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro,
menugaskan kepada saudara:

Nama : **IMES KURNIA SARI**
NPM : 1502100180
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di KSU BTM Surya Metro Selatan, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN MINAT MASYARAKAT MENJADI ANGGOTA DI KOPERASI SERBA USAHA (KSU) BAITUL TAMWIL MUHAMMADIYAH (BTM) SURYA METRO SELATAN".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 04 November 2019

Mengetahui,
Pejabat Setempat

Wakil Dekan I,

Drs. H.M. Saleh MAJ.
NIP. 19650111 199303 1 001



KSPPS BAITUL TAMWIL MUHAMMADIYAH
BTM SURYA METRO SELATAN



Gedung Dakwah PCM Metro Selatan Jl. Mayjen S. Parman RW. 01 Kel. Rejomulyo
Kec. Metro Selatan - Kota Metro

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Metro, 11 November 2019

No :035/Research/KSU-BTM/XII/2019
Lamp :-

Kepada Yth,

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro

Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 3411
di.

Kota Metro

Perihal : Pemberian Izin Research

Assalamu'alaikum wr.wb

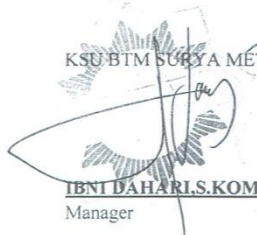
Sehubungan dengan surat Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Nomor :
3104/In.28/D.1/TL.00/11/2019 tanggal 04 November 2019 perihal Permohonan Izin Research pada KSU
BTM Surya Metro Selatan, dengan ini disampaikan bahwa kami dapat menyetujui permohonan Izin
Research, atas nama saudara :

Nama : Imes Kurnia Sari
NPM : 1502100180
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan/ Prodi : S1 Perbankan Syariah
Judul : "Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Keputusan Minat Masyarakat
menjadi Anggota di Koperasi Serba Usaha (KSU) Baitul Tamwil
Muhamadiyah (BTM) Surya Metro Selatan".

Demikian surat balasan ini kami sampaikan atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih

Wassalamu'alaikum wr.wb

KSU BTM SURYA METRO SELATAN


IBNU DAHAR I.S.KOM
Manager



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
M E T R O Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-1014/In.28/S/OT.01/11/2019**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : IMES KURNIA SARI
NPM : 1502100180
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1 Perbankan Syari'ah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2019 / 2020 dengan nomor anggota 1502100180.

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas dari pinjaman buku Perpustakaan dan telah memberi sumbangan kepada Perpustakaan dalam rangka penambahan koleksi buku-buku Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 04 Desember 2019
Kepala Perpustakaan



Drs. Mokhtari Sudin, M.Pd.
NIP. 195808311981031001



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

Jln. Ki.HajarDewantaraKampus15Alringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Imes Kurnia Sari
NPM : 1502100180

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1-PBS
Semester/TA : IX / 2019

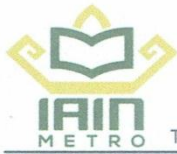
No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Sdash 11/12/ 2019	✓	Ace untuk di Muna gospaskan.	

Dosen Pembimbing I,

Drs. H. M. Saleh, MA
NIP. 19650111 199303 1 001

Mahasiswa Ybs,

Imes Kurnia Sari
NPM. 1502100180







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

Jln. Ki.HajarDewantaraKampus15Alringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Imes Kurnia Sari
NPM : 1502100180

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1-PBS
Semester/TA : IX / 2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	10/2019 12	✓	<ul style="list-style-type: none">✓ Beri sumber rujukan di h. 41, 47,✓ Perbaiki cara menulis footnote/catatan kaki hasil wawancara h. 49-56.✓ Perhatikan analisis & beri bukti-bukti informasi dari beberapa faktor yg ada.✓ Perbaiki kelengkapan yg masih sedikit terkait.✓ Lanjutkan format bukti wawancara.	   

Dosen Pembimbing I,

Mahasiswa Ybs,

Drs. H. M. Saleh, MA
NIP. 19650111 199303 1 001

Imes Kurnia Sari
NPM. 1502100180



**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jln. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax. (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-Mail: iaimetro@metrouniv.ac.id

KARTU KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Imes Kurnia Sari
NPM : 1502100180

Fakultas/Jurusan : FEBI/S1 PBS
Semester/TA : IX/2019

No	Hari/Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Rabu 30/10 2019	✓	Ace APP, kaitungan pd tahap berikutnya.	

Dosen Pembimbing I

Drs. H.M Saleh, MA
NIP. 19650111 199303 1 001

Mahasiswa Ybs,

Imes Kurnia Sari
NPM. 1502100180



**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jln. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax. (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-Mail: iaimetro@metrouniv.ac.id

KARTU KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Imes Kurnia Sari
NPM : 1502100180

Fakultas/Jurusan : FEBI/S1 PBS
Semester/TA : IX/2019

No	Hari/Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
		✓	✓ Perbaiki Daftar isi dan isi Luh BTM. ✓ Perbaiki seluruh bagian skripsi ini. ✓ Perbaiki seluruh bab skripsi ini. ✓ Perbaiki seluruh data primer sesuai petunjuk. ✓	
	Selasa 29/10/ 2019	✓	✓ Ace I-III skripsi ini, dan tugas pada tugas bimbingan	

Dosen Pembimbing I

Drs. H.M Saleh, MA
NIP. 19650111 199303 1 001

Mahasiswa Ybs,

Imes Kurnia Sari
NPM. 1502100180



**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jln. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax. (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-Mail: iaimetro@metrouniv.ac.id

KARTU KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Imes Kurnia Sari
NPM : 1502100180

Fakultas/Jurusan : FEBI/S1 PBS
Semester/TA : IX/2019

No	Hari/Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Selasa 29/10/ 2019.	✓	Are outline skripsi	

Dosen Pembimbing I

Drs. H.M Saleh, MA
NIP. 19650111 199303 1 001

Mahasiswa Ybs,

Imes Kurnia Sari,
NPM. 1502100180



**KEMENTERIAN AGAMA REPULIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jln. Ki.HajarDewantaraKampus15Alringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Imes Kurnia Sari
NPM : 1502100180

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1-PBS
Semester/TA : IX / 2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Rabu/27-11-2019	✓	- Analisis Data & pertajaman gambar teori yg sudah dibagikan untuk pembahasannya	
2.	Jumat/ 29-11-2019	✓	- Lengkapi dgn abstrak, motto serta daftar 2 yg dibutuhkan	
3.	Senin/ 2-12-2019	✓	- Ase Skripsi Lanjutkan kepan Pembimbing I	

Dosen Pembimbing II,

Mahasiswa Ybs,

Suci Hayati, S.Ag, MSI
NIP. 19770509 200312 2 003

Imes Kurnia Sari
NPM. 1502100180



**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jln. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax. (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-Mail:
iainmetro@metrouniv.ac.id

KARTU KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Imes Kurnia Sari
NPM : 1502100180

Fakultas/Jurusan : FEBI/S1 PBS
Semester/TA : IX/2019

No	Hari/Tanggal	Pembimbing II	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Rabu / 30-10-2019	✓	- Ace APD	

Dosen Pembimbing II

Suci Hayati, S.Ag., M.S.I
NIP. 19770309200312 2 003

Mahasiswa Ybs,

Imes Kurnia Sari,
NPM. 1502100180



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

Jln. Ki.HajarDewantaraKampus15Alringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Imes Kurnia Sari
NPM : 1502100180

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1-PBS
Semester/TA : IX / 2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Rabu/ 16-10-2019	✓	- Ace Outline	
2.	Senin/ 21-10-2019	✓	- Ace bab I, II & III	

Dosen Pembimbing II,

Mahasiswa Ybs,

Suci Hayati, S.Ag, MSI
NIP. 19770509 200312 2 003

Imes Kurnia Sari
NPM. 1502100180

Dokumentasi KSU BTM Surya Metro Selatan

Wawancara dengan manager KSU BTM Surya Metro Selatan



Wawancara dengan Teller KSU BTM Surya Metro Selatan



Wawancara dengan Account Officer



Dokumentasi anggota KSU BTM Surya Metro Selatan

Wawancara Ibu Siti selaku anggota KSU BTM Surya Metro Selatan



Wawancara Ibu Wainem selaku anggota KSU BTM Surya Metro Selatan



Wawancara Ibu Ana selaku anggota KSU BTM Surya Metro Selatan



Wawancara Ibu Supini selaku anggota KSU BTM Surya Metro Selatan



Wawancara Ibu Sundari selaku anggota KSU BTM Surya Metro Selatan



Wawancara Ibu Kamsiati selaku anggota KSU BTM Surya Metro Selatan



RIWAYAT HIDUP



Imes Kurnia Sari , dilahir didesa Sumpersari Bantul pada tanggal 23 Maret 1996. Anak pertama dari pasangan Pariyono dan Siti aisyah ,Peneliti menyelesaikan pendidikan formalnya di TK Budi Asih pada Tahun 2002, SDN 8 Metro Selatan pada Tahun 2008, SMPN 5 Metro Selatan pada Tahun 2011, SMA Kartikatama Metro pada Tahun 2014.

Pada tahun 2015 peneliti melanjutkan pendidikan ke sekolah tinggi agama islam negeri (STAIN) dan sekarang berganti menjadi Institut Agama Islam Negeri Metro (IAIN) sebagai mahasiswi Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, dimulai TA 2015/2016.