

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Non Muslim Menjadi Anggota Di Kospin JASA Syariah Jepara.

Hasil penelitian kuesioner yang telah diolah menggunakan metode skala likert, dapat dikelompokkan menjadi beberapa variabel, diantaranya: Faktor Budaya (X1), Faktor Sosial (X2), Faktor Pribadi (X3), Faktor Teknologi (X4). Dengan penilaian sebagai berikut:

Tabel IV. 8
Tanggapan Responden Terhadap Variabel Faktor Budaya Terdiri
Dari 4 Pertanyaan

X ₁	STS (1)		TS (2)		N (3)		S (4)		SS (5)		Hasil %
	V	X	V	X	V	X	V	X	V	X	
1	0	0	0	0	0	0	18	72	2	10	82%
2	0	0	0	0	0	0	10	40	10	50	90%
3	0	0	0	0	0	0	10	40	10	50	90%
4	0	0	12	24	0	0	8	24	0	0	48%
RATA-RATA										77,50%	

Dapat dilihat dari tabel diatas bahwa, variabel faktor budaya masuk nilai rata-rata 77,50%, dengan demikian variabel budaya menunjukkan setuju. Jawaban setuju memiliki kekuatan besar dari setiap indikatornya. Dari hasil pernyataan

yang telah dijawab oleh responden menunjukkan bahwa faktor budaya dapat mempengaruhi minat non muslim untuk menyimpan dananya di Kospin JASA Syariah disebabkan oleh adanya prinsip bagi hasil yang secara adil dan biaya administrasi yang ringan

Tabel IV. 9

**Tanggapan Responden Terhadap Variabel Faktor Sosial Terdiri
Dari 4 Pertanyaan**

X ₂	STS (1)		TS (2)		N (3)		S (4)		SS (5)		HASIL %
	V	X	V	X	V	X	V	X	V	X	
1	0	0	10	20	0	0	8	24	2	10	54%
2	0	0	8	16	0	0	12	48	0	0	64%
3	0	0	15	30	0	0	5	20	0	0	50%
4	0	0	2	4	0	0	15	60	2	10	74%
RATA-RATA											60,50%

Dapat dilihat dari tabel diatas bahwa, variabel faktor sosial masuk nilai rata-rata 60,55%, dengan demikian variabel sosial menunjukkan setuju. Jawaban setuju memiliki kekuatan besar dari setiap indikatornya. dari hasil pernyataan yang telah dijawab oleh responden menunjukkan bahwa faktor sosial juga dapat mempengaruhi minat non muslim menyimpan dananya di Kospin JASA Syariah disebabkan oleh pelayanan *customer service* yang sopan.

Tabel IV. 10

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Faktor Pribadi Terdiri

Dari 4 Pertanyaan

X ₃	STS (1)		TS (2)		N (3)		S (4)		SS (5)		HASIL %
	V	X	V	X	V	X	V	X	V	X	
1	0	0	1	2	0	0	12	48	7	35	85%
2	0	0	1	2	0	0	11	44	8	40	86%
3	0	0	13	26	0	0	7	28	0	0	54%
4	0	0	0	0	0	0	14	56	6	30	86%
RATA-RATA										77,75%	

Dapat dilihat dari tabel diatas bahwa, variabel faktor pribadi masuk nilai rata-rata 77,75%, dengan demikian variabel pribadi menunjukkan setuju. Jawaban setuju memiliki kekuatan besar dari setiap indikatornya. dari hasil pernyataan yang telah dijawab oleh responden menunjukkan bahwa faktor pribadi dapat mempengaruhi minat non muslim menyimpan dananya di Kospin JASA Syariah disebabkan oleh adanya keuntungan yang lebih dan sesuai dengan prinsip keadilan.

Tabel IV. 11

**Tanggapan Responden Terhadap Variabel Faktor teknologi Terdiri
Dari 3 Pertanyaan**

X ₄	STS (1)		TS (2)		N (3)		S (4)		SS (5)		HASIL %
	V	X	V	X	V	X	V	X	V	X	
1	0	0	0	0	0	0	9	36	11	55	86%
2	0	0	0	0	0	0	15	60	5	25	85%
3	0	0	2	4	0	0	15	60	3	15	79%
RATA-RATA										83,33%	

Dapat dilihat dari tabel diatas bahwa, variabel faktor teknologi masuk nilai rata-rata 83,33%, dengan demikian variabel teknologi menunjukkan setuju. Jawaban setuju memiliki kekuatan besar dari setiap indikatornya. dari hasil pernyataan yang telah dijawab oleh responden menunjukkan bahwa faktor teknologi juga mempengaruhi minat non muslim menyimpan dananya di Kospin JASA Syariah hal ini disebabkan oleh adanya fasilitas ATM.

B. Strategi Kospin JASA Syariah Dalam Mempengaruhi Minat Non Muslim Menjadi Anggota dengan Analisis SWOT.

1. *Strengths* (kekuatan)

Kekuatan ialah sesuatu yang selama ini menjadi kekuatan (internal- sesuatu yang dapat dipengaruhi secara langsung) dari dulu sampai sekarang.

a. Hasil wawancara yang telah dikembangkan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Produk Tabungan Safari mempunyai keunggulan:

- Mendapatkan benefit wisata gratis setiap tahun
- Produk ini seperti arisan, karena setiap bulannya ada penyaringan hadiah, maka kepesertaannya gugur dan tidak perlu menyetor kembali.
- Waktu pencairan di akhir periode, nasabah akan di berikan souvenir yang menarik dari Kospin JASA Syariah.

2. Produk Simpanan Prima mempunyai keunggulan:

- Mendapatkan benefit wisata gratis keluarnegeri di akhir periode.
- Ada penyaringan hadiah diakhir periode.
- Dan, bonus pencairan diakhir periode

3. Produk Tabungan Hari Raya (SAHARA) mempunyai keunggulan:

- Pencairan diakhir periode uang kembali utuh.
- Dan mendapatkan bonus paket lebaran diakhir periode.

4. Produk Simpanan Berjangka mempunyai keunggulan:

- Mendapatkan bagi hasil yang bersaing setiap bulannya

5. Produk Takop Mudharabah mempunyai keunggulan:

- Mendapatkan bagi hasil yang menarik setiap bulannya.

6. Produk Takop wadiah mempunyai keunggulan:

- Mendapatkan bonus yang menarik setiap bulannya.

2. *Weakness* (kelemahan)

Kelemahan merupakan sesuatu yang menjadi kelemahan utama (internal) dari dahulu sampai dengan sekarang.

a. Hasil wawancara yang telah dikembangkan peneliti menunjukkan bahwa:

1. Kelemahan dari Produk Safari adalah:

- Pengundian hadiah tidak dilakukan di depan nasabah, seperti halnya di Lembaga lain. Jadi pengundiannya itu di kantor pusat Kospin JASA Syariah.

2. Kelemahan dari Produk Simpanan prima adalah:

- Produk simpanan prima ini tidak bisa di jangkau oleh kalangan menengah ke-bawah, tapi dari kalangan menengah ke-atas.

3. Kelemahan dari Produk Tabungan Hari Raya (SAHARA) adalah:

- Bagi pedagang, pencairannya sudah memasuki bulan Ramadhan, Karena mayoritas nasabah yang ikut produk SAHARA adalah kalangan pedagang

4. Kelemahan dari Simpanan Berjangka adalah:

- Produk ini tidak bisa di jangkau oleh kalangan menengah ke-bawah, tapi dari kalangan menengah ke-atas.

5. Kelemahan dari Produk Takop mudharabah adalah:

- Setoran awal dan saldo mengendap senilai Rp. 500.000

6. Kelemahan dari Produk Takop Wadiah adalah:

- Produk ini sudah banyak dimiliki oleh Lembaga Keuangan lain.

3. *Opportunities* (peluang)

Peluang adalah berbagai potensial yang dapat dieksplorasi untuk mempengaruhi pencapaian sasaran yang diharapkan.

a. Hasil wawancara peneliti mengembangkan sebagai berikut:

1. Peluang dari Produk Tabungan Safari adalah:

- Bisa di jangkau oleh masyarakat kalangan menengah ke-bawah.

2. Peluang dari Produk Simpanan Prima adalah:

- Hanya bisa di jangkau oleh masyarakat kalangan menengah ke-atas.

3. Peluang dari Produk Tabungan Hari Raya (SAHARA) adalah:

- Dapat menjaring para anggota.
- Bisa di jangkau oleh masyarakat kalangan menengah ke-bawah.

4. Peluang dari Produk Simpanan Berjangka adalah:

- Hanya bisa dijangkau oleh masyarakat kalangan menengah ke-atas, karena setoran awal minimal 1.000.000.

5. Peluang dari Produk Takop Mudharabah adalah:

- bisa dijangkau baik dari masyarakat kalangan menengah ke-atas maupun dari kalangan menengah ke-bawah

6. Peluang dari Produk Takop Wadiah adalah:

- Produk ini bisa dijangkau baik dari masyarakat kalangan menengah ke-atas ataupun dari kalangan menengah ke-bawah.

4. *Threats* (Ancaman)

Ancaman adalah segala sesuatu yang dapat membatasi/menggagalkan pencapaian (eksternal) sasaran yang diterapkan tetapi belum pernah terjadi dan tidak dapat dipengaruhi secara langsung.

Pengembangan peneliti terhadap hasil wawancara adalah:

1. Ancaman dari Produk Tabungan Safari adalah:

- Bisa di tiru oleh Lembaga keuangan lain, dan sudah terbukti ada dua Lembaga keuangan lain mempunyai produk yang sama.

2. Ancaman dari produk Simpanan Prima adalah:

- Bisa di tiru oleh Lembaga keuangan bank besar Syariah.

3. Ancaman dari Produk Tabungan Hari raya (SAHARA) adalah:

- Bisa di tiru oleh Lembaga keuangan lain, dan sudah terbukti bahwa sudah ada beberapa lembaga keuangan yang memiliki produk sama.

4. Ancaman dari Produk Simpanan Berjangka adalah:
 - Bisa di tiru oleh Lembaga keuangan lain.
5. Ancaman dari Produk Takop Mudharabah adalah:
 - Banyaknya pesaing antar Lembaga Keuangan
6. Ancaman dari Produk Takop Wadiah adalah:
 - Semakin banyaknya pesaing antar Lembaga Keuangan

Pengembangan penulis dari hasil wawancara menyebutkan bahwa produk-produk Kospin JASA Syariah terdapat kelemahan dan ancaman. Untuk mengetahui langkah-langkah tersebut, perlu dilakukan Matriks SWOT yang menunjukkan faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Hasil analisis SWOT menggunakan matriks SWOT dapat di peroleh sebagai berikut:

Tabel IV. 12
Pengertian IFAS

No	<i>Strenght</i>	Bobot	Skor	Nilai Skor
1	Mendapatkan bagi hasil yang menarik	0,40	3	1,20
2	Mendapatkan benefit wisata gratis	0,40	3	1,20
3	Uang kembali utuh di akhir periode, untuk produk tabungan hari raya.	0,20	3	0,40
Total		1		2.80

Sumber: data diolah 2019

Tabel IV. 13

Pengertian IFAS

No	<i>Weakness</i>	Bobot	Skor	Nilai Skor
1	Pengundian hadiah tidak dilakukan di depan nasabah, seperti halnya di Lembaga keuangan lain, jadi, pengundiannya itu di kantor pusat.	0,30	2	0,60
2	Setoran awal dan saldo mengendap senilai Rp. 500.000 untuk produk takop Mudhorobah	0,30	1	0,30
3	Produk simpanan prima yang hanya bisa dijangkau oleh kalangan menengah ke-atas	0,40	1	0,40
Total		1		1,30

Sumber: Data Diolah 2019

Dari hasil analisis tabel diatas, pada faktor *Strenght* memiliki total nilai 2,80 sedangkan faktor *weaknes* 1,30. Hasil tersebut diperoleh dari hasil penjumlahan skor yang diberikan oleh responden, kemudian dibagi dengan jumlah keseluruhan responden. Nilai *strength* memiliki nilai total 2,80 artinya, responden memberikan nilai yang baik terhadap faktor internal produk-produk Kospin JASA Syariah Jepara. nilai *Weakness* memiliki nilai rata-rata 1,30 yang artinya responden memberikan nilai yang cukup pada faktor eksternal produk-produk Kospin JASA Syariah Jepara.

Tabel IV. 14
Pengertian EFAS

No	<i>Opportunities</i>	Bobot	Skor	Nilai Skor
1	Dapat dijangkau oleh masyarakat kalangan menengah ke-atas	0,25	4	1,00
2	Dapat dijangkau oleh masyarakat kalangan menengah ke-bawah	0,35	3	1,05
3	Dapat menjaring para anggota	0,40	2	0,80
Total		1		2,85

Sumber: Data Diolah 2019

Tabel IV. 15
pengertian EFAS

No	<i>Threats</i>	Bobot	Skor	Nilai Skor
1	Bisa di tiru oleh Lembaga keuangan lain, dan terbukti sudah ada dua Lembaga yang mempunyai produk sama	0,40	1	0,40
2	Banyaknya pesaing antar Lembaga keuangan	0,35	2	0,70
3	Kurangnya minat nasabah dalam memilih produk simpanan prima	0,25	2	0,50
Total		1		1,60

Sumber: Data Diolah 2019

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa faktor *Opportunities* memiliki total nilai 2,85 sedangkan faktor *Threats* 1,60. Hasil tersebut diperoleh dari hasil

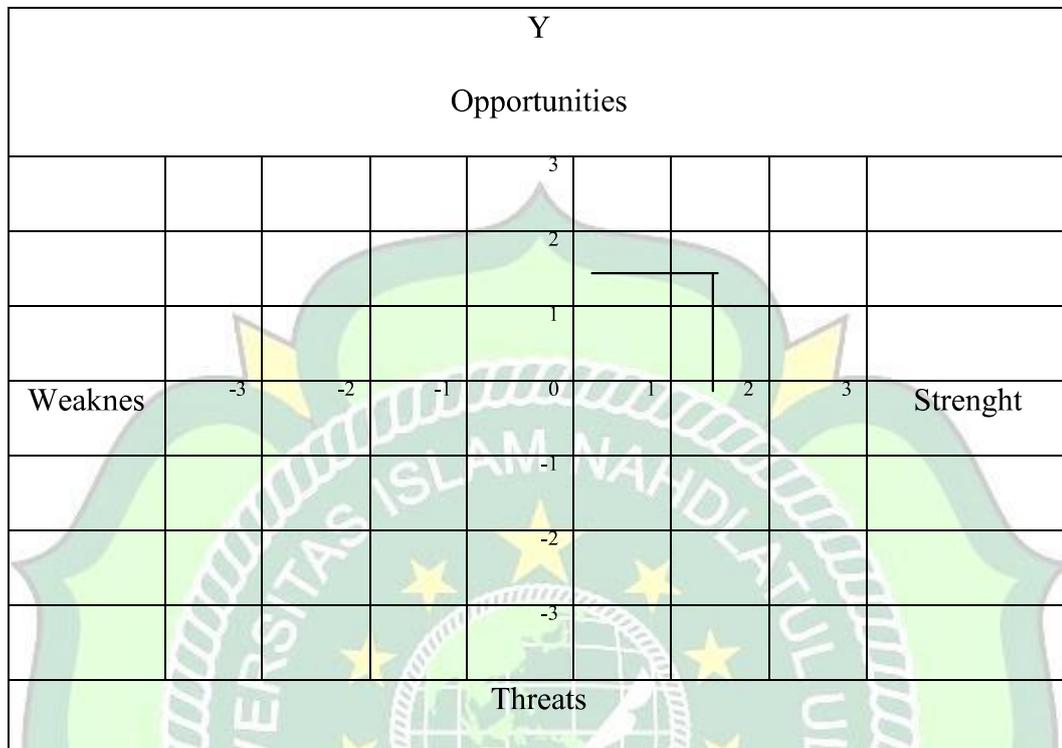
penjumlahan skor setiap jawaban responden, kemudian dibagi dengan jumlah keseluruhan responden. Nilai *Opportunities* memiliki nilai total 2,85 artinya, responden memberikan nilai yang baik terhadap faktor internal produk-produk Kospin JASA Syariah Jepara. *Threats* memiliki nilai rata-rata 1,60 yang artinya responden memberikan nilai yang cukup pada faktor eksternal ancaman pada produk-produk Kospin JASA Syariah Jepara.

nilai total skor dari masing-masing faktor dapat dirinci sebagai berikut: (1) *Strenght* 2,80 (2) *Weakness* 1,30 (3) *Opportunities* 2,85 dan (4) *Threats* 1,60. Dapat dilihat dari total skor yang diberikan responden, kondisi internal produk-produk Kospin JASA Syariah faktor kekuatan (*Strenght*) memiliki nilai rata-rata yang baik, dibanding dengan nilai rata-rata faktor kelemahan (*weakness*) yang ada pada Kospin JASA Syariah. Dan pada faktor eksternal perusahaan faktor peluang (*Opportunities*) terdapat nilai rata-rata yang lebih baik disbanding dengan faktor ancaman (*Threats*) yang ada pada Kospin JASA Syariah.

Dari hasil analisis tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai *Strenght* diatas nilai *Weakness* terdapat selisih nilai 1,50, sedangkan nilai *Opportunities* dan nilai *Threats* terdapat selisih nilai 1,25. Maka peneliti menggambarkan faktor tersebut pada diagram SWOT sebagai berikut:

Gambar IV. 5

Pengertian Analisis SWOT



Sumber: Data Diolah 2019

Hasil dari diagram diatas menunjukkan bahwa Kospin JASA Syariah Jepara berada pada kuadran 1 (positif, positif) posisi tersebut kuat pada faktor internalnya dan mendapatkan peluang pada faktor eksternalnya. Hasil diagram diatas menunjukkan bahwa sumbu X selisih antara *Strenght* dan *Weakness* mendapat nilai rata-rata 1,50 dan sumbu Y selisih antara *Opportunities* dan *Threats* mendapat nilai rata-rata 1,25 Posisi tersebut menandakan bahwa produk-produk Kospin JASA Syariah mendapatkan peluang yang sangat bagus untuk memajukan produk-produk secara maksimal. Dari hasil diagram diatas dapat dilakukan perhitungan menggunakan Matriks SWOT, diantaranya sebagai berikut:

Tabel IV. 16

Pengertian Matriks SWOT

IFAS EFAS	<i>Strenght</i>	<i>Weakness</i>
<i>Opportunities</i>	Strategi SO $2,80 + 2,85 = 5,65$	Strategi WO $1,30 + 2,85 = 4,15$
<i>Threats</i>	Strategi ST $2,80 + 1,60 = 4,40$	Strategi WT $1,30 + 1,1,60 = 2,90$

Sumber: Data Diolah 2019

Setelah dihitung menggunakan Matriks SWOT dapat disimpulkan bahwa Kospin JASA Syariah memiliki kekuatan dan peluang dengan nilai tinggi yaitu 5,65, peluang dan kelemahan mendapat nilai 4,15, kekuatan dan ancaman dengan nilai 4,40, sedangkan kelemahan dan ancaman dengan nilai 2,90. Jadi produk-produk Kospin JASA Syariah memiliki peluang yang tinggi.

Hasil dari Perbandingan antara empat faktor yang paling dominan dan peluang Kospin JASA Syariah dalam mempengaruhi minat non muslim menjadi anggota, diantaranya sebagai berikut:

- a) Variabel faktor teknologi adalah faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi minat non muslim menjadi anggota di Kospin JASA Syariah. Karena faktor teknologi memiliki nilai rata-rata yang lebih tinggi yaitu 83,33%, sedangkan nilai paling rendah terdapat pada faktor sosial dengan nilai rata-rata 60,55%.

b) Hasil dari diagram analisis SWOT menunjukkan bahwa Kospin JASA Syariah Jepara berada pada kuadran 1 (positif, positif) posisi tersebut memiliki kekuatan pada faktor internalnya dan mendapatkan peluang pada faktor eksternalnya. Hasil diagram tersebut menunjukkan bahwa sumbu X selisih antara *Strenght* dan *Weakness* terdapat nilai rata-rata 1,50 dan sumbu Y selisih antara *Opportunities* dan *Threats* memiliki nilai rata-rata 1,25. Posisi tersebut menandakan bahwa produk-produk Kospin JASA Syariah mendapatkan peluang yang sangat bagus untuk memajukan produk-produk secara maksimal.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa produk Kospin JASA Syariah memiliki peluang untuk mempengaruhi minat non muslim menjadi anggota dengan cara empat faktor diantaranya yaitu: faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor teknologi. Karena dari empat faktor tersebut setelah dilakukan penyebaran kuesioner terdapat empat faktor yang paling dominan yaitu faktor teknologi.