

BAB IV

DESKRIPSI, PEMBUKTIAN HIPOTESIS, DAN PEMBAHASAN

A. DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

1. Profil BMT NU Cabang Saronggi

a. Sejarah BMT NU Cabang Saronggi

BMT NU lahir berangkat dari sebuah keprihatinan atas kondisi masyarakat Sumenep pada umumnya dan masyarakat kecamatan Gapura pada khususnya dimana kesejahteraan mereka tidak ada peningkatan secara signifikan. Padahal etos kerja mereka cukup tinggi hal ini sesuai dengan lagu madura *asapok angen abantal ombek* (berselimut angin dan berbantal ombak).

Pada tahun 2003 Pengurus MWC. NU Gapura memberikan tugas kepada Lembaga Perekonomian yang waktu itu bertindak sebagai Ketua Lembaga Perekonomian adalah Masyudi. Berangkat dari kesepakatan bersama, akhirnya Lembaga Perekonomian merencanakan Program Penguatan Ekonomi Kerakyatan untuk Kesejahteraan Masyarakat yang *Mardhatillah*. Sudah barang tentu keinginan tersebut diperlukan adanya upaya secara *konkret, sistematis, dan terpadu* guna mengatasi berbagai masalah ekonomi warga.¹

Untuk mewujudkan program tersebut, serangkaian upaya telah dilakukan oleh Lembaga Perekonomian MWC NU Gapura, diawali dengan pelatihan kewirausahaan (08-10 April 2003), Bincang Bersama Alumni Pelatihan guna merumuskan Model Penguatan Ekonomi Kerakyatan (13 Juni 2003), Temu

¹ Wawancara dengan Akifa, tanggal 14 maret 2022 kantor cabang BMT NU Saronggi

Usaha (21 Nop. 2003), Lokakarya Tanaman Alternatif selain Tembakau (13 Mei 2004) dan Lokakarya Perencanaan Pembentukan BUMNU (Badan Usaha Milik NU).

Dari Lokakarya tersebut akhirnya ditemukan bahwa persoalan yang sedang dihadapi oleh masyarakat kecil adalah lemahnya Akses permodalan, lemahnya Pemasaran, dan lemahnya penguasaan Teknologi. Selanjutnya peserta lokakarya sepakat bahwa yang perlu pertama kali diutamakan adalah penguatan modal bagi usaha kecil dan mikro yang selama ini kurang mendapatkan akses permodalan dan dikuasai oleh para pemodal besar atau praktek rentener yang cenderung mencekik usaha mereka. Dan Masyudi, selaku ketua Lembaga perekonomian NU dikala itu, menawarkan gagasan untuk mendirikan Baitul Maal wat Tamwil (BMT).

Pada awalnya para peserta lokakarya dan Pengurus MWC NU Gapura keberatan dengan gagasan ketua lembaga perekonomian untuk mendirikan BMT. Keberatan mereka bukan tanpa alasan, salah satu alasan mendasar bagi mereka karena trauma masa lalu yang sering kali dibentuk lembaga keuangan, ujung-ujungnya uang mereka disalah gunakan. Akhirnya pada tanggal 01 Juni 2004 Pengurus MWC NU bersama-sama dengan peserta lokakarya menyepakati gagasan untuk mendirikan sebuah usaha simpan pinjam pola syari'ah yang diberi nama BMT (Baitul Maal wa Tamwil).

Berbagai langkah dan upaya terus dilakukan dengan semangat pengorbanan dan dedikasi yang maksimal selama 2 (dua) tahun BMT NU berdiri. Namun ternyata, di tahun 2005 kondisinya tetap tidak jauh berbeda dengan tahun

2004. perkembangan yang terjadi jauh dari harapan, hal ini karena masyarakat yang mau bergabung dan menabung masih belum percaya sepenuhnya dan harus berpikir seribu kali untuk menjadi anggota BMT NU. mereka seringkali di hantui dengan kondisi koperasi masa lalu yang selalu gagal dan hanya menguntungkan pengurusnya saja. Kondisi ini, membuat pengurus hampir putus asa karena melihat perkembangan yang terjadi tidak sebanding dengan motivasi, dedikasi dan pengorbanan pengurus.

Akan tetapi dengan hal ini para pengurus BMT NU tidak pernah berputus asa, pengurus BMT NU selalu berjuang untuk mengembangkan BMT NU. Dan alhamdulillah pada akhir tahun buku 2006 jumlah aset BMT NU sudah mencapai Rp. 30.361.230,17 dengan jumlah Anggota 182 orang dan laba bersih 5.356.282. Melihat perkembangan BMT NU pada akhir tahun 2006, maka pengurus untuk melengkapi legal formalnya sebagai sebuah koperasi yang mendapatkan pangakuan dari pemerintah. Dan Akhirnya pada tanggal 4 Mei 2007 telah resmi terdaftar di akte notaris dengan Nomor : 10, Badan Hukum : 188.4/11/BH/XVI.26/435.113/2007, SIUP : 503/6731/SIUP-K/435.114/2007, TDP : 132125200588, dan NPWP : 02.599.962.4-608.000 dengan nama Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) Baitul Maal wa Tamwil Nuansa Umat yang disingkat dengan BMT NU Semakin lama KJKS BMT NU semakin berkembang, sehingga membuka cabang diberbagai kota.²

Sedangkan KSPP. Syariah BMT NU cabang Saronggi didirikan pada tanggal 20 April 2014 yang bertepatan di kecamatan saronggi. Dengan semakin

² <https://bmtnujatim.com>, diakses pada tanggal 5 April pukul 16:59 WIB.

tingginya kepercayaan masyarakat kepada lembaga keuangan syariah, menjadikan peluang bagi KSPP. Syariah BMT NU cabang saronggi untuk mengelolah dan menyalurkan dana kepada masyarakat dengan lebih terbuka.³

b. Visi Dan Misi

1) Visi

Terwujudnya BMT NU yang jujur, amanah, dan profesional sehingga Mampu Melayani Melampaui Harapan Anggota serta pada tahun 2018 memiliki Prestasi di tingkat Nasional dengan Aset Rp. 20 milyar menuju kesejahteraan Anggota yang Mardhatillah.

2) Misi

Menerapkan prinsip-prinsip syari'at dalam kegiatan ekonomi, memberdayakan pengusaha kecil dan menengah, dan membina kepedulian aghniyaa' (orang mampu) kepada dhuafaa (kurang mampu) secara terpolo dan berkesinambungan.

- a) Memberikan layanan usaha yang prima kepada seluruh Anggota dan mitra KSPPS BMT NU.
- b) Mencapai pertumbuhan dan hasil usaha KSPPS BMT NU yang layak serta proporsional untuk kesejahteraan bersama.
- c) Memperkuat permodalan sendiri dalam rangka memperluas jaringan layanan KSPPS BMT NU.
- d) Turut berperan serta dalam gerakan pengembangan ekonomi syari'ah.⁴

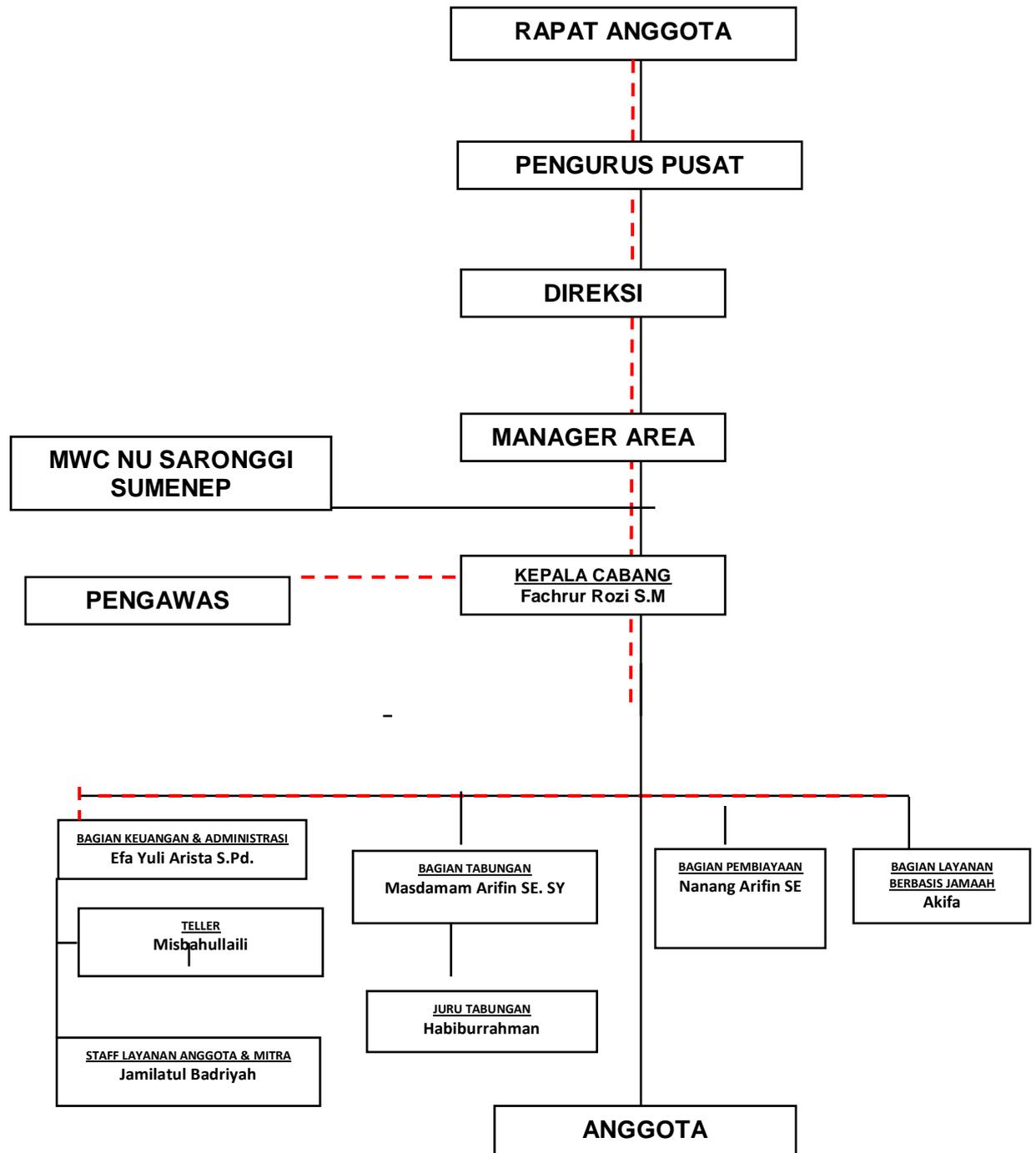
³ Wawancara dengan Habiburrahman , tanggal 14 maret 2022 kantor cabang BMT NU Saronggi

⁴ <https://bmtnujatim.com>, diakses pada tanggal 5 April pukul 17:05 WIB.

c. Struktur Pengelola KSPP. Syariah BMT NU Cabang Saronggi

Gambar 4.1

Struktur BMT NU Cabang Saronggi



B. Deskripsi Data Penelitian

Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan cara membagikan kuesioner pada anggota LASISMA di BMT NU cabang Saronggi, yaitu membagikan kusioner kepada 99 anggota LASISMA. Dan dalam penelitian ini dalam menentukan sampel menggunakan *simple random sampling* yang mana metode pengambilan sampel ini adalah pengambilan sampel sedemikian rupa sehingga setiap unit dasar individu mempunyai kesempatan yang sama untuk diambil sebagai sampel maka setiap anggota dapat dijadikan sampel. Berikut ini merupakan rincian pengumpulan data penelitian yang menggunakan kuesioner ditunjukan dalam tabel berikut :

Tabel 4.1

Rincian Penerimaan Dan Pengembalian Kuesioner

Kuesioner yang disebarakan	99
Kuesioner yang dikembalikan	99
Kuesioner yang tidak kembali	0
Kuesioner yang digunakan	99
Tingkat pengembalian	100%
Tingkat pengembalian yang digunkan	100%

Sumber: data primer setelah di olah

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa kuesioner yang disebarakan kepada anggota sebanyak 99 kuesioner, maka keusioner yang

digunakan dapat dikatakan berjumlah 99 kuesioner, dan dapat disimpulkan pengambilan kuesioner yang digunakan yaitu 100%.

C. Deskripsi Variabel

Dalam penelitian ini instrument penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan data tentang keputusan anggota menggunakan pembiayaan LASISMA yaitu kuesioner yang mana dalam penelitian ini setiap indikator memiliki dua pernyataan yaitu jumlah 8 pernyataan untuk variabel X tentang penerapan *personal selling* dan 10 pernyataan untuk variabel Y tentang keputusan anggota, maka semua pernyataan dalam penelitian ini berjumlah 18 pernyataan.

Tabel 4.2

Daftar Pernyataan Kuesioner

No	Pernyataan	Keterangan
1	Karyawan pembiayaan LASISMA BMT NU cabang saronggi cukup mengetahui dan menguasai tentang produk yang akan ditawarkan sehingga anggota mendapatkan informasi mengenai produk pembiayaan LASISMA	X. 1
2	Karyawan pembiayaan LASISMA BMT NU cabang saronggi menjelaskan secara rinci mengenai keunggulan produk pembiayaan LASISMA terhadap anggota	X. 2
3	Karyawan pembiayaan LASISMA BMT NU cabang saronggi tepat dalam menentukan sasaran tempat anggota dari produk pembiayaan LASISMA untuk ditawarkan	X.3
4	Karyawan pembiayaan LASISMA BMT NU cabang saronggi mendapatkan anggota yang tepat untuk ditawarkan menggunakan produk pembiayaan LASISMA	X.4
5	Karyawan pembiayaan LASISMA BMT NU cabang saronggi bersikap ramah ketika menanggapi keberatan anggota	X.5

6	Karyawan pembiayaan LASISMA BMT NU cabang saronggi dapat mengatasi keberatan anggota dengan baik	X.6
7	Karyawan pembiayaan LASISMA BMT NU cabang saronggi sangat membina hubungan baik dengan para anggota	X.7
8	Karyawan pembiayaan LASISMA BMT NU cabang saronggi dapat melakukan pemasaran produk dengan baik, sehingga anggota akan tertarik untuk mengajukan pembiayaan LASISMA kembali di kemudian hari.	X.8
9	Anggota memutuskan menggunakan produk pembiayaan LASISMA BMT NU cabang saronggi karena sesuai dengan kebutuhan	Y.1
10	Anggota memutuskan menggunakan produk pembiayaan LASISMA BMT NU cabang saronggi untuk meningkatkan penghasilah usaha anggota.	Y.2
11	Anggota mencari berbagai informasi melalui <i>personal selling</i> (penjualan atau pemasaran perseorangan produk secara tatap muka antara karyawan dengan anggota ataupun calon anggota) tentang produk pembiayaan LASISMA BMT NU cabang saronggi	Y.3
12	Anggota mencari informasi tentang produk pembiayaan LASISMA BMT NU cabang saronggi dari anggota lain yang juga menggunakan produk pembiayaan LASISMA	Y.4
13	Anggota mengevaluasikan berbagai macam produk pembiayaan setiap lembaga keuangan dan membandingkannya dengan produk pembiayaan LASISMA BMT NU cabang saronggi	Y.5
14	Anggota membandingkan kenyamanan menggunakan pembiayaan LASISMA BMT NU cabang saronggi dengan produk pembiayaan lembaga keuangan lainnya.	Y.6
15	Anggota memutuskan menggunakan produk pembiayaan LASISMA BMT NU cabang saronggi karena <i>personal selling</i> (penjualan atau pemasaran perseorangan produk secara tatap muka antara karyawan dengan anggota ataupun calon anggota) yang memuaskan	Y.7
16	Anggota memutuskan menggunakan produk pembiayaan LASISMA BMT NU cabang	Y.8

	saronggi karena kualitas produk yang sangat baik	
17	Anggota merasa puas setelah menggunakan produk pembiayaan LASISMA BMT NU cabang saronggi.	Y.9
18	Anggota memutuskan menggunakan produk pembiayaan LASISMA BMT NU cabang saronggi dan menginformasikan pada lingkungannya	Y.10

Berdasarkan tabel daftar pernyataan kuesioner diatas dapat dikatakan bahwa pernyataan dari variabel X *personal selling* terdapat 8 pernyataan dan variabel Y keputusan anggota terdapat 10 pernyataan untuk dijawab oleh responden dan hasil dari jawaban responden dikelompokkan dengan cara menghitung frekuensi dan persentasenya. Yang mana dalam penelitian ini disetiap butir pernyataan penelitian dalam kuesioner diberi skor 5-4-3-2-1.

D. Distribusi Jawaban Responden Tentang *Personal Selling*

Hasil jawaban responden mengenai variabel *personal selling* yang terdiri dari 8 pernyataan ditunjukkan pada tabel berikut ini :

Tabel 4.3

Distribusi Jawaban Responden Dalam Item 1

No	Klasifikasi	Frekuensi	Presentase
1	SS	73	73,7
2	S	23	23,2
3	N	3	3,0
4	TS	-	-
5	STS	-	-

Sumber : Output SPSS versi 24

Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap pernyataan Karyawan pembiayaan LASISMA BMT NU cabang saronggi cukup mengetahui dan menguasai tentang produk yang akan ditawarkan sehingga anggota mendapatkan

informasi mengenai produk pembiayaan LASISMA (item 1) menyatakan bahwa sebagian besar dari 99 responden yakin 73 orang atau sebesar 73,7% menyatakan sangat setuju, 23 orang atau 23,2% menyatakan setuju, dan 3 orang atau sebesar 0,3% menyatakan netral.

Tabel 4.4

Distribusi Jawaban Responden Dalam Item 2

No	Klasifikasi	Frekuensi	Presentase
1	SS	55	55,6
2	S	41	41,4
3	N	3	3,0
4	TS	-	-
5	STS	-	-

Sumber : Output SPSS versi 24

Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap pernyataan Karyawan pembiayaan LASISMA BMT NU cabang saronggi menjelaskan secara rinci mengenai keunggulan produk pembiayaan LASISMA terhadap anggota (item 2) menyatakan bahwa sebagian besar dari 99 responden yakin 55 orang atau sebesar 55,6% menyatakan sangat setuju, 41 orang atau 41,4% menyatakan setuju, dan 3 orang atau sebesar 0,3% menyatakan netral.

Tabel 4.5**Distribusi Jawaban Responden Dalam Item 3**

No	Klasifikasi	Frekuensi	Presentase
1	SS	77	77,8
2	S	22	22,2
3	N	-	-
4	TS	-	-
5	STS	-	-

Sumber : Output SPSS versi 24

Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap pernyataan Karyawan pembiayaan LASISMA BMT NU cabang saronggi tepat dalam menentukan sasaran tempat anggota dari produk pembiayaan LASISMA untuk ditawarkan (item 3) menyatakan bahwa sebagian besar dari 99 responden yakin 77 orang atau sebesar 77,8% menyatakan sangat setuju, 22 orang atau 22,2% menyatakan setuju.

Tabel 4.6**Distribusi Jawaban Responden Dalam Item 4**

No	Klasifikasi	Frekuensi	Presentase
1	SS	54	54,5
2	S	41	41,4
3	N	4	4,0
4	TS	-	-
5	STS	-	-

Sumber : Output SPSS versi 24

Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap pernyataan Karyawan pembiayaan LASISMA BMT NU cabang saronggi mendapatkan anggota yang tepat untuk ditawarkan menggunakan produk pembiayaan LASISMA (item 4) menyatakan bahwa sebagian besar dari 99 responden yakin 54 orang atau sebesar

54,5% menyatakan sangat setuju, 41 orang atau 41,4% menyatakan setuju, dan 4 orang atau sebesar 0,4% menyatakan netral.

Tabel 4.7

Distribusi Jawaban Responden Dalam Item 5

No	Klasifikasi	Frekuensi	Presentase
1	SS	61	61,6
2	S	28	28,3
3	N	10	10,1
4	TS	-	-
5	STS	-	-

Sumber : Output SPSS versi 24

Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap pernyataan Karyawan pembiayaan LASISMA BMT NU cabang saronggi bersikap ramah ketika menanggapi keberatan anggota (item 5) menyatakan bahwa sebagian besar dari 99 responden yakin 61 orang atau sebesar 61,6% menyatakan sangat setuju, 28 orang atau 28,3% menyatakan setuju, dan 10 orang atau sebesar 10,1% menyatakan netral.

Tabel 4.8

Distribusi Jawaban Responden Dalam Item 6

No	Klasifikasi	Frekuensi	Presentase
1	SS	59	59,6
2	S	56	36,4
3	N	4	4,0
4	TS	-	-
5	STS	-	-

Sumber : Output SPSS versi 24

Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap pernyataan Karyawan pembiayaan LASISMA BMT NU cabang saronggi dapat mengatasi keberatan

anggota dengan baik (item 6) menyatakan bahwa sebagian besar dari 99 responden yakin 59 orang atau sebesar 59,6% menyatakan sangat setuju, 56 orang atau 36,4% menyatakan setuju, dan 4 orang atau sebesar 4,0% menyatakan netral.

Tabel 4.9

Distribusi Jawaban Responden Dalam Item 7

No	Klasifikasi	Frekuensi	Presentase
1	SS	67	67,7
2	S	26	26,3
3	N	6	6,1
4	TS	-	-
5	STS	-	-

Sumber : Output SPSS versi 24

Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap pernyataan Karyawan pembiayaan LASISMA BMT NU cabang saronggi sangat membina hubungan baik dengan para anggota (item7) menyatakan bahwa sebagian besar dari 99 responden yakin 67 orang atau sebesar 67,7% menyatakan sangat setuju, 26 orang atau 26,3% menyatakan setuju, dan 6 orang atau sebesar 6,1% menyatakan netral.

Tabel 4.10**Distribusi Jawaban Responden Dalam Item 8**

No	Klasifikasi	Frekuensi	Presentase
1	SS	61	61,6
2	S	31	31,3
3	N	7	7,0
4	TS	-	-
5	STS	-	-

Sumber : Output SPSS versi 24

Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap pernyataan Karyawan pembiayaan LASISMA BMT NU cabang saronggi dapat melakukan pemasaran produk dengan baik, sehingga anggota akan tertarik untuk mengajukan pembiayaan LASISMA kembali di kemudian hari. (item 8) menyatakan bahwa sebagian besar dari 99 responden yakin 61 orang atau sebesar 61,6% menyatakan sangat setuju, 31 orang atau 31,3% menyatakan setuju, dan 7 orang atau sebesar 7,1% menyatakan netral.

E. Distribusi Jawaban Responden Tentang Keputusan Anggota

Hasil jawaban responden mengenai variabel keputusan anggota menggunakan pembiayaan LASISMA yang terdiri dari 10 pernyataan ditunjukkan pada tabel berikut ini:

Tabel 4.11**Distribusi Jawaban Responden Dalam Item 9**

No	Klasifikasi	Frekuensi	Presentase
1	SS	86	86,9
2	S	13	13,1
3	N	-	-
4	TS	-	-
5	STS	-	-

Sumber : Output SPSS versi 24

Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap pernyataan Anggota memutuskan menggunakan produk pembiayaan LASISMA BMT NU cabang saronggi karena sesuai dengan kebutuhan (item 9) menyatakan bahwa sebagian besar dari 99 responden yakin 86 orang atau sebesar 86,9% menyatakan sangat setuju, 13 orang atau 13,1% menyatakan setuju.

Tabel 4.12**Distribusi Jawaban Responden Dalam Item 10**

No	Klasifikasi	Frekuensi	Presentase
1	SS	61	61,6
2	S	36	36,4
3	N	2	2,0
4	TS	-	-
5	STS	-	-

Sumber : Output SPSS versi 24

Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap pernyataan Anggota memutuskan menggunakan produk pembiayaan LASISMA BMT NU cabang saronggi untuk meningkatkan penghasilah usaha anggota. (item 10) menyatakan bahwa sebagian besar dari 99 responden yakin 61 orang atau sebesar 61,6%

menyatakan sangat setuju, 36 orang atau 36,4% menyatakan setuju, dan 2 orang atau sebesar 2,0% menyatakan netral.

Tabel 4.13

Distribusi Jawaban Responden Dalam Item 11

No	Klasifikasi	Frekuensi	Presentase
1	SS	67	67,7
2	S	24	24,2
3	N	8	8,1
4	TS	-	-
5	STS	-	-

Sumber : Output SPSS versi 24

Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap pernyataan Anggota mencari berbagai informasi melalui *personal selling* (penjualan atau pemasaran perseorangan produk secara tatap muka antara karyawan dengan anggota ataupun calon anggota) tentang produk pembiayaan LASISMA BMT NU cabang saronggi (item 11) menyatakan bahwa sebagian besar dari 99 responden yakin 67 orang atau sebesar 67,7% menyatakan sangat setuju, 24 orang atau 24,2% menyatakan setuju, dan 8 orang atau sebesar 8,1% menyatakan netral.

Tabel 4.14

Distribusi Jawaban Responden Dalam Item 12

No	Klasifikasi	Frekuensi	Presentase
1	SS	49	49,5
2	S	43	43,4
3	N	7	7,1
4	TS	-	-
5	STS	-	-

Sumber : Output SPSS versi 24

Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap pernyataan Anggota mencari informasi tentang produk pembiayaan LASISMA BMT NU cabang saronggi dari anggota lain yang juga menggunakan produk pembiayaan LASISMA (item 12) menyatakan bahwa sebagian besar dari 99 responden yakin 49 orang atau sebesar 49,5% menyatakan sangat setuju, 43 orang atau 43,4% menyatakan setuju, dan 7 orang atau sebesar 7,1% menyatakan netral.

Tabel 4.15

Distribusi Jawaban Responden Dalam Item 13

No	Klasifikasi	Frekuensi	Presentase
1	SS	57	57,6
2	S	25	25,3
3	N	17	17,2
4	TS	-	-
5	STS	-	-

Sumber : Output SPSS versi 24

Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap pernyataan Anggota mengevaluasikan berbagai macam produk pembiayaan setiap lembaga keuangan dan membandingkannya dengan produk pembiayaan LASISMA BMT NU cabang saronggi (item 13) menyatakan bahwa sebagian besar dari 99 responden yakin 57 orang atau sebesar 57,6% menyatakan sangat setuju, 25 orang atau 25,3% menyatakan setuju, dan 17 orang atau sebesar 17,2% menyatakan netral.

Tabel 4.16**Distribusi Jawaban Responden Dalam Item 14**

No	Klasifikasi	Frekuensi	Presentase
1	SS	39	39,4
2	S	49	44,4
3	N	16	16,2
4	TS	-	-
5	STS	-	-

Sumber : Output SPSS versi 24

Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap pernyataan Anggota membandingkan kenyamanan menggunakan pembiayaan LASISMA BMT NU cabang saronggi dengan produk pembiayaan lembaga keuangan lainnya. (item 14) menyatakan bahwa sebagian besar dari 99 responden yakin 39 orang atau sebesar 39,4% menyatakan sangat setuju, 44 orang atau 44,4% menyatakan setuju, dan 16 orang atau sebesar 16,2% menyatakan netral.

Tabel 4.17**Distribusi Jawaban Responden Dalam Item 15**

No	Klasifikasi	Frekuensi	Presentase
1	SS	90	90,9
2	S	7	7,7
3	N	2	2,0
4	TS	-	-
5	STS	-	-

Sumber : Output SPSS versi 24

Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap pernyataan Anggota memutuskan menggunakan produk pembiayaan LASISMA BMT NU cabang saronggi karena *personal selling* (penjualan atau pemasaran perseorangan produk secara tatap muka antara karyawan dengan anggota ataupun calon anggota) yang

memuaskan (item 15) menyatakan bahwa sebagian besar dari 99 responden yakin 90 orang atau sebesar 90,9% menyatakan sangat setuju, 7 orang atau 7,7% menyatakan setuju, dan 2 orang atau sebesar 2,0% menyatakan netral.

Tabel 4.18

Distribusi Jawaban Responden Dalam Item 16

No	Klasifikasi	Frekuensi	Presentase
1	SS	59	59,6
2	S	38	38,4
3	N	2	2,0
4	TS	-	-
5	STS	-	-

Sumber : Output SPSS versi 24

Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap pernyataan Anggota memutuskan menggunakan produk pembiayaan LASISMA BMT NU cabang saronggi karena kualitas produk yang sangat baik (item 16) menyatakan bahwa sebagian besar dari 99 responden yakin 59 orang atau sebesar 59,6% menyatakan sangat setuju, 38 orang atau 38,4% menyatakan setuju, dan 2 orang atau sebesar 2,0% menyatakan netral

Tabel 4.19**Distribusi Jawaban Responden Dalam Item 17**

No	Klasifikasi	Frekuensi	Presentase
1	SS	66	66,7
2	S	26	26,3
3	N	7	7,1
4	TS	-	-
5	STS	-	-

Sumber : Output SPSS versi 24

Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap pernyataan Anggota merasa puas setelah menggunakan produk pembiayaan LASISMA BMT NU cabang saronggi. (item 17) menyatakan bahwa sebagian besar dari 99 responden yakin 66 orang atau sebesar 66,7% menyatakan sangat setuju, 26 orang atau 26,3% menyatakan setuju, dan 7 orang atau sebesar 7,1% menyatakan netral.

Tabel 4.20**Distribusi Jawaban Responden Dalam Item 18**

No	Klasifikasi	Frekuensi	Presentase
1	SS	67	67,7
2	S	27	27,3
3	N	5	5,1
4	TS	-	-
5	STS	-	-

Sumber : Output SPSS versi 24

Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap pernyataan Anggota memutuskan menggunakan produk pembiayaan LASISMA BMT NU cabang saronggi dan menginformasikan pada lingkungannya (item 18) menyatakan bahwa sebagian besar dari 99 responden yakin 67 orang atau sebesar 67,7%

menyatakan sangat setuju, 27 orang atau 27,3% menyatakan setuju, dan 5 orang atau sebesar 5,1% menyatakan netral.

F. Uji Kualitas Data

Dalam setiap penelitian uji kualitas data juga merupakan pengujian yang harus dilakukan agar dapat mengetahui apakah setiap pernyataan dalam kuesioner yang digunakan pada penelitian ini layak atau tidak layak untuk digunakan. Dan dalam penelitian ini untuk mengetahui hasil pernyataan dalam kuesioner layak atau tidaknya untuk disebarkan kepada responden peneliti menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas.

1. Uji Validitas

Untuk mengetahui valid atau tidaknya kuesioner atau untuk mengukur pernyataan-pernyataan dalam kuesioner apakah sudah tepat dengan apa yang ingin diukur atau tidak. Maka perlu digunakan uji validitas, adapun dalam penelitian ini uji validitas dilakukan dengan membandingkan r hitung dengan r tabel, dan hasil uji validitas dapat diketahui dengan ketentuan sebagai berikut:

$R \text{ hitung} > R \text{ tabel} = \text{valid}$

$R \text{ hitung} < R \text{ tabel} = \text{tidak valid}$

Dalam penelitian ini sampel yang digunakan adalah 99 dengan α 0,05 dan diperoleh r tabel sebesar 0,1646, sehingga apabila $R \text{ hitung} > 0,1646$ maka kuesioner dinyatakan valid.

Tabel 4.21
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Koefisien korelasi	R-tabel	Validasi
Personal selling (X)	x.1	0,618	0,1646	Valid
	x.2	0,652	0,1646	Valid
	x.3	0,491	0,1646	Valid
	x.4	0,495	0,1646	Valid
	x.5	0,636	0,1646	Valid
	x.6	0,653	0,1646	Valid
	x.7	0,564	0,1646	Valid
	x.8	0,536	0,1646	Valid
Keputusan anggota (Y)	y.1	0,406	0,1646	Valid
	y.2	0,650	0,1646	Valid
	y.3	0,563	0,1646	Valid
	y.4	0,579	0,1646	Valid
	y.5	0,514	0,1646	Valid
	y.6	0,687	0,1646	Valid
	y.7	0,388	0,1646	Valid
	y.8	0,555	0,1646	Valid
	y.9	0,588	0,1646	Valid
	y.10	0,560	0,1646	Valid

Sumber : Output SPSS versi 24

Dari tabel pengujian validitas diatas dapat diketahui semua butir pernyataan kuesioner dalam penelitian ini memiliki nilai R hitung lebih besar dari pada R tabel maka 8 pernyataan tentang *personal selling* dan 10 pernyataan tentang keputusan anggota dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur kuesioner yang menjadi indikator dari variabel, variabel penelitian dinyatakan reliabel apabila nilai alpha cronbach's >0,07. Dalam penelitian ini pengukuran reliabilitas menggunakan rumus alpha cronbach's dengan bantuan spss vers 24. Berikut adalah nilai hasil pengujian

reliabel kuesioner dengan nilai alpha cronbach's untuk kedua variabel dalam penelitian ini:

Tabel 4.22

Hasil Uji Reliabel

Variabel	Alpha Cronbach's	Keterangan
personal selling (x)	0,717	Reliabel
Keputusan anggota (y)	0,742	Reliabel

Sumber : Output SPSS versi 24

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas diatas maka semua indikator variabel x dan indikator variabel y dapat dikatakan reliabel karean setiap variabel memiliki nilai alpha cranbach's $>0,70$.

G. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Asumsi Klasik Pertama (Sebelum Perbaikan)

a. Uji Normalitas Data

Dalam penelitian ini uji normalitas digunakan untuk mengetahui normal atau tidaknya distribusi data. Dan metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kolmogrov-smirnov dengan dasar pengambilan keputusan diatas 0,05 maka data yang diuji adalah normal begitu sebaliknya jika yang diperoleh lebih kecil dari 0,05 maka dapat dikatakan distribusi data tidak normal.

Tabel 4.23

Hasil Uji Normalitas Sebelum Perbaikan

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,20760823
Most Extreme Differences	Absolute	,176
	Positive	,101
	Negative	-,176
Test Statistic		,176
Asymp. Sig. (2-tailed)		,000 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber : Output SPSS versi 24

Dari hasil uji normalitas di atas diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yang mana lebih kecil dari 0,05 maka dapat dikatakan data yang digunakan dalam penelitian ini tidak berdistribusi normal.

b. Uji Heterokedastisitas

Dalam penelitian ini uji heterokedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dikatakan ada gejala heterokedastisitas yaitu apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, dan apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka tidak terjadi heterokedastisitas dalam model regresi. Ada atau tidaknya gejala heterokedastisitas dapat diketahui dengan menggunakan uji glejser.

Tabel 4.24
Hasil Uji Heteroskedastitas Sebelum Perbaikan

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,874	2,275		2,142	,035
	Personal Selling	-,058	,062	-,095	-,935	,352

a. Dependent Variable: res_abs

Sumber : Output SPSS versi 24

Berdasarkan dari tabel hasil pengujian heterokedastisitas dengan menggunakan uji glejser diatas. Diketahui nilai signifikansi variabel x yaitu 0.352 maka dapat disimpulkan nilai signifikansi variabel x lebih besar dari pada 0,05 dan dapat dikatakan tidak terjadi gejala heterokedastisitas.

Dikarena dalam uji asumsi klasik pertama uji normalitas data tidak berdistribusi normal maka diperlukan perbaikan data. dalam penelitian ini perbaikan data dilakukan dengan menggunakan metode outlier's data dikarenakan terdapat data data yang ekstrim tinggi. outlier's merupakan kasus atau data yang memiliki karakteristik unik yang terlihat sangat berbeda jauh dengan obeservasi-observasi lainnya dan muncul dalam bentuk nilai ekstrim baik untuk sebuah variabel tunggal ataupun variabel kombinasi.⁵ Setelah menghilangkan data outlier atau data yang ekstrim tinggi, banyaknya sampel menjadi 69 sampel. Secara teori 69 sampel disini dapat digunakan karena minimal sampel untuk penelitian

⁵ Sang Ayu Diah Febriani, "Pengaruh Perputaran Kas, Kecukupan Modal, Dan Resiko Kredit Pada Profitabilitas LPD DiKabupaten Glanyar", *Akutansi*, vol 8 no 2,(26, Agustus 2019).317

kuantitatif adalah 30 unit sampel.⁶ Dan selanjutnya dilakukan pengujian kembali pada penelitian ini dan hasil uji asumsi klasik setelah outlier pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.25 dan 4.26.

2. Uji Asumsi Klasik Kedua (Setelah Perbaikan)

a. Uji Normalitas Data

Tabel 4.25

Hasil Uji Normalitas Setelah Perbaikan

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		69
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,93950970
Most Extreme Differences	Absolute	,096
	Positive	,052
	Negative	-,096
Test Statistic		,096
Asymp. Sig. (2-tailed)		,185 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber : Output SPSS versi 24

Dari hasil uji normalitas diatas diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,185 yang mana lebih besar dari 0,05 maka dapat dikatakan data yang digunakan dalam penelitian ini sudah berdistribusi normal.

⁶ Ahmad Albar Tanjung, *Metode Penelitian Sederhana Ringkas Padat Dan Mudah Dipahami*, (Surabaya : scopindop Media Pustaka ,2021).hlm. 60.

b. Uji Heterokedastisitas

Tabel 4.26

Hasil Uji Heterokedastisitas Setelah Perbaikan

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,239	1,915		,125	,901
	personal selling	,035	,052	,081	,669	,506

a. Dependent Variable: res_abs

Sumber : Output SPSS versi 24

Berdasarkan dari tabel hasil pengujian heterokedastisitas dengan menggunakan uji glejser diatas. Diketahui nilai signifikansi variabel x yaitu 0.506 maka dapat disimpulkan nilai signifikansi variabel x lebih besar dari pada 0,05 dan dapat dikatakan tidak terjadi gejala heterokedastisitas.

H. Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Linear Sederhana

Untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan secara linear antara variabel *x* *personal selling* dengan variabel *y* keputusan anggota, maka perlu dilakukan uji regresi linear sederhana. Berikut ini merupakan tabel dari hasil uji analisis regresi linear sederhana:

Tabel 4.27

Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	37,591	3,120		12,049	,000
	personal selling	,174	,085	,244	2,060	,043

a. Dependent Variable: keputusan anggota

Sumber : Output SPSS versi 24

Berdasarkan tabel diatas maka dapat diperoleh persamaan regresi yang dapat disajikan sebagai berikut :

$$Y = 37,591 + 0,174X$$

Hasil dari persamaan diatas dapat menjelaskan bahwa:

- a) Nilai konstanta yang dihasilkan sebesar 37,591 menunjukkan jika nilai variabel *persona l selling* nilainya 0, maka variabel keputusan anggota nilainya sebesar 37,591
- b) Koefisien regresi X sebesar 0,174 mengandung arti setiap 1% perubahan nilai keputusan anggota bertambah sebesar 0,174 atau 1,74%. Dan hasil nilai koefisien regresi tersebut dapat dikatakan positif sehingga dapat dikatakan arah pengaruh variabel x terhadap variabel y adalah positif yang artinya terjadi pengaruh positif antara personal selling terhadap keputusan anggota menggunakan pembiayaan LASISMA.

2. Koefisien Determinasi

Dalam penelitian ini uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen (*personal selling*) mempengaruhi variabel dependen (keputusan anggota) berikut ini merupakan hasil koefisien determinasi yang diolah menggunakan SPSS versi 24.

Tabel 4.28
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,244 ^a	,060	,046	1,954
a. Predictors: (Constant), personal selling				
b. Dependent Variable: keputusan anggota				

Sumber : Output SPSS versi 24

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan nilai Rsquer adalah sebesar 0,060 yang artinya pengaruh variabel *personal selling* terhadap variabel keputusan anggota adalah sebesar 0,060 atau 6,% dan sisanya 94% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini.

3. Uji t

Dalam penelitian ini dilakukan uji t bertujuan untuk mengetahui apakah secara persial variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen maka di perlukan adanya pengujian hipotesis dengan uji t. Dengan kriteria pengujian yang digunakan dalam uji t yaitu diukur dengan nilai signifikansi, taraf signifikan sebesar $\alpha = 0,05$ (5%).adalah sebagai berikut:

hipotesa H_a diterima dan H_o ditolak, apabila $\text{sig.t hitung} < 5\%$

hipotesis H_a ditolak dan H_o diterima, apabila $\text{sig.t hitung} > 5\%$.

Tabel 4.29

Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	37,591	3,120		12,049	,000
	personal selling	,174	,085	,244	2,060	,043

a. Dependent Variable: keputusan anggota

Sumber : Output SPSS versi 24

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai signifikansi variabel *personal selling* sebesar 0,043 lebih kecil dari 0,05 maka keputusan yang diambil adalah H_a diterima dan H_o ditolak maka dapat dikatakan *personal selling* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan anggota menggunakan pembiayaan LASISMA di KSPP. Syariah BMT NU cabang saronggi.

I. Pembahasan

Penelitian yang berjudul “ Pengaruh *Personal Selling* Terhadap Keputusan Anggota menggunakan Pembiayaan LASISMA DiKSPP. Syariah BMT NU Cabang Saronggi Sumenep” dilakukan untuk menganalisis pengaruh *personal selling* terhadap keputusan anggota menggunakan pembiayaan LASISMA BMT NU cabang saronggi sumenep yang mana sudah di paparkan dalam rumusan masalah penelitian ini.

1. Pengaruh *Personal Selling* Terhadap Keputusan Anggota Menggunakan Pembiayaan LASISMA

Berdasarkan dari hasil pengujian yang menggunakan statistik nilai signifikansi variabel *personal selling* sebesar 0,043 lebih kecil dari 0,05 maka

keputusan yang diambil adalah H_a diterima dan H_0 ditolak maka dapat dikatakan *personal selling* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan anggota menggunakan pembiayaan LASISMA di KSPP. Syariah BMT NU cabang saronggi.

Dapat di simpulkan *personal selling* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan anggota menggunakan pembiayaan LASISMA, hal ini dikarenakan dengan pemasaran produk secara *personal selling* yang dilakukan oleh karyawan LASISMA BMT NU cabang saraonggi maka seorang anggota dan sekelompok anggota akan merasa berkewajiban untuk mendengarkan, menanggapi penjelasan dari karyawan pemasaran produk LASISMA dan juga dengan cara *personal selling* ini karyawan dapat mengetahui respon dan karakteristik secara langsung dari setiap anggota dan dapat melakukan penyesuaian secara langsung dengan anggota sehingga anggota merasa nyaman dan tertarik ingin mengajukan pembiayaan LASISMA .

Selain itu kegiatan *personal selling* juga merupakan salah satu strategi pemasaran produk yang sangat mempengaruhi keputusan anggota menggunakan suatu produk. Dengan mempresentasikan produk dengan baik dan jelas serta menyampaikan informasi produk yang mana dapat dikatakan karyawan menyampaikan informasi tentang produk guna untuk memperoleh perhatian, dan membangkitkan keinginan anggota untuk mengajukan pembiayaan LASISMA dan pada tahap ini karyawan LASISMA menjelaskan fitur-fitur penting dari produk LASISMA, menonjolkan kelebihan-kelebihan produk dan menyebutkan contoh-contoh kepuasan anggota setelah menggunakan pembiayaan LASISMA

sehingga masyarakat tertarik untuk mengajukan pembiayaan LASISMA di BMT NU cabang saronggi.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Tini Maskuri Sutomo dan Ira Nuriya Santi yang membuktikan bahwa adanya pengaruh secara signifikan antara *personal selling* terhadap keputusan pembeli kaca mata.⁷ Apabila *personal selling* bagus maka keputusan menggunakan ataupun keputusan membeli produk akan meningkat begitu juga sebaliknya jika *personal selling* buruk maka keputusan menggunakan ataupun keputusan membeli produk akan menurun.

2. Besarnya Pengaruh *Personal Selling* Terhadap Keputusan Anggota Menggunakan Pembiayaan LASISMA

Dalam penelitian ini besarnya pengaruh *personal selling* terhadap keputusan anggota menggunakan pembiayaan LASISMA dilihat dari hasil uji koefisien determinasi. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi menjelaskan nilai R square adalah sebesar 0,060 yang artinya pengaruh variabel *personal selling* terhadap variabel keputusan anggota adalah sebesar 0,060 atau 6,% dan sisanya 94% dipengaruhi variabel-variabel lain diluar penelitian ini.

Kecilnya presentase pengaruh variabel *personal selling* ini dapat disimpulkan bahwa *personal selling* bukan menjadi faktor utama dalam pengambilan keputusan anggota untuk menggunakan pembiayaan LASISMA di KSPP. Syariah BMT NU cabang saronggi. Selain menerapkan *personal selling* untuk menarik keputusan anggota menggunakan pembiayaan LASISMA, karyawan

⁷ Tini Maskuri Sutomo dan Ira Nuriya Santi, Pengaruh Personal Seling Terhadap Keputusan Pembeli Kaca Mata Pada Agung Optik Dikota Palu, *Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*, Vol 5 No 2, (Mei 2019).

BMT NU juga menggunakan kualitas jasa untuk menarik keputusan anggota adapun kualitas jasa yang digunakan seperti menarik angsuran, dimana jasa menarik angsuran juga menjadi salah satu hal yang membuat anggota merasa terkesan dan menarik mereka untuk berpartisipasi atau ikut serta dalam bergabung menggunakan pembiayaan LASISMA di KSPP. Syariah BMT NU cabang Saronggi.

Adapun variabel lain diluar penelitian ini yang dapat memepengaruhi keputusan anggota menggunakan produk pembiayaan LASISMA seperti : kualitas jasa, kemudahan, kepercayaan dan citra perusahaan yang dapat menjadi faktor munculnya keputusan anggota menggunakan produk pembiayaan LASISMA di KSPP. Syariah BMT NU cabang Saronggi.