

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TEHADAP KEPUTUSAN
MASYARAKAT DALAM MEMILIH AGEN LAKU PANDAI (LAYANAN
KEUANGAN DALAM RANGKA KEUANGAN INKLUSIF)**

***STUDI KASUS PADA AGEN BTPN WOW DESA KALIKEBO, KECAMATAN
TRUCUK, KABUPATEN KLATEN***



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
UNTUK MEMENUHI SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA
STRATA SATU DALAM ILMU PERBANKAN SYARIAH**

Disusun oleh:

NANDA APSABILLA WARDHANI

14820150

PEMBIMBING:

JOKO SETYONO, SE, M.SI

19730702 200212 1 003

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2018

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran yang terdiri dari produk, tempat, harga dan promosi terhadap keputusan masyarakat dalam memilih agen Laku Pandai (Layanan Keuangan dalam Rangka Keuangan Inklusif) dan melihat variabel mana yang dominan terhadap keputusan masyarakat. Penelitian ini dilaksanakan pada agen BTPN WOW Desa Kalikebo, Kecamatan Trucuk, Kabupaten Klaten.

Pembahasan hasil penelitian menggunakan metode analisis regresi berganda, dengan data diolah menggunakan perhitungan statistik SPSS 20.0 Teknik pengumpulan data meliputi wawancara dan kuesioner. Sampel yang digunakan sebanyak 50 responden yang dijumpai pada saat melakukan transaksi. Alat analisis yang digunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas, analisis regresi berganda dengan uji F dan uji t.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 70,30% variabel bebas (X1, X2, X3, dan X4) secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat (Y), sedangkan sisanya 20,70% keputusan masyarakat dijelaskan oleh sebab-sebab lain di luar penelitian. Hasil analisis uji F menunjukkan bahwa signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang berarti variabel X (produk, tempat, harga, dan promosi) berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat. Melalui analisis uji t, variabel tempat dan harga berpengaruh positif terhadap keputusan masyarakat sedangkan produk dan harga tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of marketing consisting of product, place, price and promotion against the decision of community choosing agent of Laku Pandai (Financial Service in Inclusive Financial Framework) and see which variable is dominant against the decisions of community. The research was conducted at at the agency of BTPN WOW Kalikebo Village, Trucuk Sub-district, Klaten District.

Discussion of research results using the method of multiple regression analysis, with data processed using SPSS 20.0 statistical calculations. Data collection techniques include interviews and questionnaires. The sample used as many as 50 people which is found at the time of the transaction. Analysis tool used is the test of validity and reliability testing, multiple regression analysis with the F test and t test.

The results showed that 70.30% of the independent variables (X1, X2, X3, and X4) jointly have an influence on the dependent variable (Y), while the remaining 20.70% of society decisions is explained by other causes in outside research. The results of the F test analysis showed significant 0.000 is smaller than 0,05 meaning X variable (product, place, price, and promotion) have significant influence to community decision. Through t test analysis, place and price variables have a positive effect oncommunity decisions while products and prices have no effect on community decisions

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr. wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara :

Nama : Nanda Apsabilla Wardhani
NIM : 14820150
Judul Skripsi : Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Masyarakat dalam Memilih Agen Laku Pandai (Layanan Keuangan dalam Rangka Keuangan Inklusif) Studi Kasus pada Agen Btpn WOW Desa Kalikebo, Kecamatan Trucuk, Kabupaten Klaten

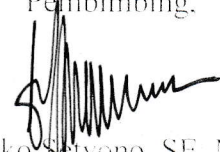
Sudah dapat diajukan kepada Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Pendidikan Islam.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi Saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 15 Maret 2018
Pembimbing,



Joko Setyono, SE, M.Si

19730702 200212 1 003

PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Nomor : B-1393/Un.02/DEB/PP.05.3/04/2018

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul : Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Memilih Agen Laku Pandai (Layanan Keuangan Dalam Rangka Keuangan Inklusif) Studi Kasus Pada Agen BTPN WOW Desa Kalikebo, Kecamatan Trucuk, Kabupaten Klaten.

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Nanda Apsabilla Wardhani

NIM : 14820150

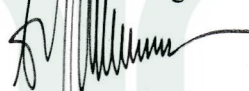
Telah dimunaqasyahkan pada : 19 April 2018

Nilai Munaqasyah : A/B

Dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga

TIM MUNAQASYAH :

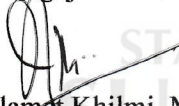
Ketua Sidang



Joko Setyono, SE, M.Si

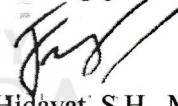
19730702 200212 1 003

Penguji I



Drs. Slamet Khilmi, M.Si
19631014 199203 1 002

Penguji II



Farid Hidayat, S.H., M.S.I
19810726 201503 1 002

Yogyakarta, 12 April 2018

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



DEKAN



Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag.

19670518 199703 1 003

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nanda Apsabilla Wardhani

NIM : 14820150

Prodi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyetujui untuk memberikan ijin kepada pihak Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Nonm Eksklusif (*Non-exclusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul “PENGARUH BAURAN PEMASARAN TEHADAP KEPUTUSAN MASYARAKAT DALAM MEMILIH AGEN LAKU PANDAI (LAYANAN KEUANGAN DALAM RANGKA KEUANGAN INKLUSIF)”, beserta perangkat yang diperlukan (apabila ada).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini pihak Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalih-media atau *format*-kan, mengelolaannya dalam pangkalan data (database), mendistribusikannya dan menampilkan atau mempublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dan kami selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 13 Maret 2018

Yang menyatakan



Nanda Apsabilla Wardhani

Nim: 14820150

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nanda Apsabilla Wardhani

NIM : 14820150

Prodi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah penelitian saya sendiri dan bukan plagiasi dari penelitian orang lain.

Yogyakarta, 2 Maret 2018

Yang menyatakan

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



Nanda Apsabilla Wardhani

MOTTO

Fall Seven Times Up Eight

"Hai orang-orang yang beriman, jadikanlah sabar dan shalatmu sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar" (Al-Baqarah: 153)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Hasil karyaku ini aku persembahkan untuk :

Ayah dan Mamaku yang telah merawat dan memberiku segalanya hingga aku mampu menempuh kehidupan yang panjang ini. Kedua adikku Dinda dan Keisha yang selalu menyemangatiku, teman-temanku yang berjuang bersama selama hampir empat tahun di kampus tercinta ini Terimakasih telah memberi dukungan dan semangat hingga aku bisa melewati semuanya. Serta tidak lupa saudara Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM) komisariat FEBI yang telah menjadi keluarga keduaku dan Bapak Joko Setyono yang tidak lelah membimbingku atas ketidakmampuanku.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR



Dengan segala kerendahan hati, kami panjatkan puja dan puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala karunia dan hidayah-Nya sehingga penyusum dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Sholawat dan salam senantiasa tercurah kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW. Semoga kita termasuk golongan yang mendapat syafaatnya.

Dalam penyusunan tugas skripsi ini tidak terlepas dukungan dan bantuan pihak-pihak terkait. Untuk itu, saya mengucapkan terimakasih kepada mereka yang membantu baik langsung maupun tidak langsung, terutama kepada:

1. Prof. Drs. KH. Yudian Wahyudi, Ph. D., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Dr. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Joko Setyono, S.E, M.Si., selaku Ketua Programs Sru di Perbankan Syariah dan Dosen Pembimbing dalam penyusunan Skripsi (DPL).
4. Ibu Dian Nuriyah Sollisa, SHI, M.Si., selaku dosen pembimbing akademik.
5. Keluarga besar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
6. Keluarga Besar Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah komisariat FEBI.
7. Kedua orang tuaku Ayah Wartono, Mama Wahyuni Budi Arti dan kedua adikku tercinta Dinda Cinanti Kusuma wardani dan Keisha Roselin Inara wardani.
8. Keluarga Besar KKN 93 Kadus 3 Desa Tambakan, Jogonalan, Klaten, Ibu Sutris selaku induk semang dan teman temanku Siti, Feba, Arti, Binthaj, Aji, mba Mai, mba Laila dan Mba Aula
9. Rekan-rekan dan semua pihak-pihak yang terlibat dan tak mungkin kami sebutkan satu persatu dalam lembaran ini.

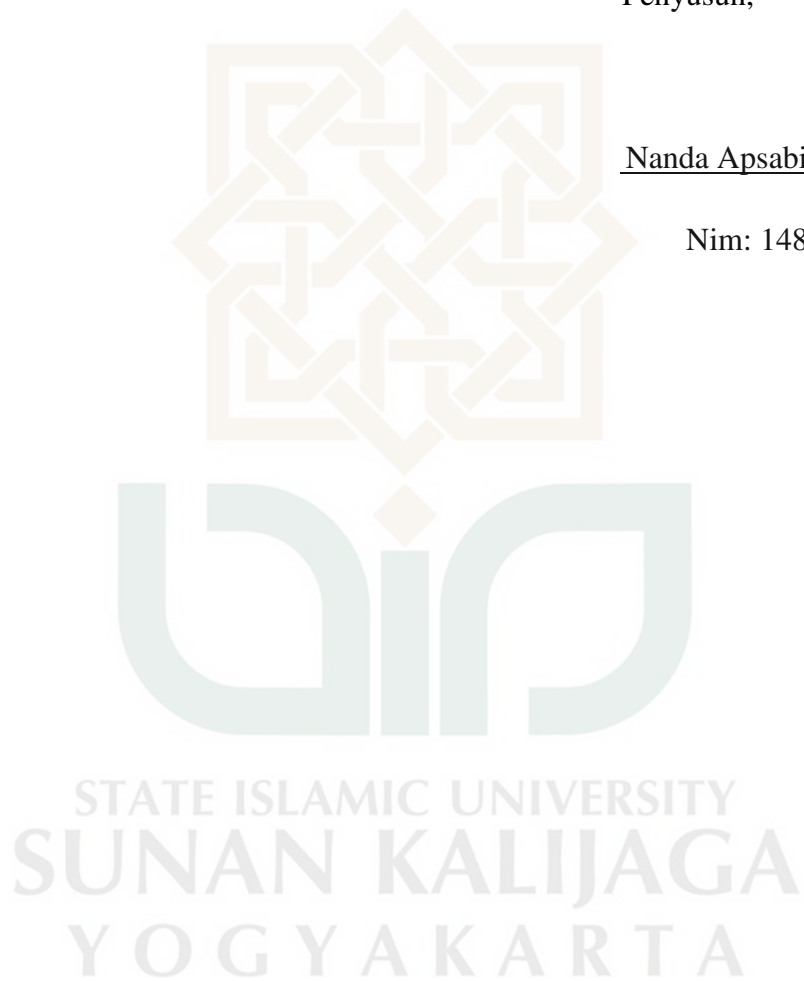
Penyusun juga menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat diperlukan. Semoga skripsi ini mampu memberi manfaat untuk semua pihak.

Yogyakarta, 13 Maret 2018

Penyusun,

Nanda Apsabilla Wardhani

Nim: 14820150



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi huruf Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 05936/U/1987.

A. KONSONAN TUNGGAL

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	b	be
ت	Tā'	t	te
ث	Šā'	š	es (dengan titik diatas)
ج	Jim	j	je
ح	Ḥā'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	kh	ka dan ha
د	Dāl	d	de
ذ	Žāl	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Rā'	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es

ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Ṣād	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭā'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Zā'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	‘	koma terbalik di atas
غ	Gain	g	ge
ف	Fā'	f	ef
ق	Qāf	q	qi
ك	Kāf	k	ka
ل	Lām	l	'el
م	Mim	m	'em
ن	Nūn	n	'en
و	Waw	w	w
هـ	Hā'	h	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	Y	ye

B. KONSONAN RANGKAP KARENA *SYADDAH* DITULIS RANGKAP

متعددة	Ditulis	Muta'addidah
--------	---------	--------------

عِدَّةٌ	Ditulis	'iddah
---------	---------	--------

C. TA'MARBŪTAH DI AKHIR KATA

1. Bila dimatikan ditulis h

حكمة	ditulis	<i>Ḥikmah</i>
جزية	ditulis	<i>Jizyah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah diserap dalam bahasa Indonesia, seperti salat, zakat dan sebagainya kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

2. Bila diikuti dengan kata sandang 'al' serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis h.

كرامة الاولياء	Ditulis	<i>Karāmah al-auliya'</i>
----------------	---------	---------------------------

3. Bila ta'marbūtah hidup atau dengan harakat, fathah, kasrah dan dammah ditulis t atau h.

زكاة الفطر	Ditulis	<i>Zakāh al-ḥiṭri</i>
------------	---------	-----------------------

D. VOKAL PENDEK

َ	fathah	ditulis	<i>a</i>
ِ	kasrah	ditulis	<i>i</i>
ُ	dammah	ditulis	<i>u</i>

E. VOKAL PANJANG

1	Fathah + alif	جاهلية	ditulis	<i>ā : jāhiliyyah</i>
2	Fathah + ya' mati	تنسى	ditulis	<i>ā : tansā</i>
3	Kasrah + ya' mati	كريم	ditulis	<i>ī : karīm</i>
4	Dammah + wawu mati	فروض	ditulis	<i>ū : furūd</i>

F. VOKAL RANGKAP

1	Fathah ya mati	ditulis	<i>ai</i>
	بينكم	ditulis	<i>bainakum</i>
2	Fathah wawu mati	ditulis	<i>au</i>
	قول	ditulis	<i>qaul</i>

G. VOKAL PENDEK YANG BERURUTAN DALAM SATU KATA
DIPISAHKAN DENGAN APOSTROF

أَنْتُمْ	ditulis	<i>a'antum</i>
أَعَدَّتْ	ditulis	<i>u'iddat</i>
لِئِنْ شَكَرْتُمْ	ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. KATA SANDANG ALIF + LAM

1. bila diikuti huruf *Qomariyyah* ditulis dengan menggunakan "I".

القران	ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	ditulis	<i>al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf *l* (el) nya.

السماء	ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشمس	ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. PENULISAN KATA-KATA DALAM RANGKAIAN KALIMAT

ذوي الفروض	ditulis	<i>Ẓawī al-furūd</i>
أهل السنة	ditulis	<i>Ahl as-Sunnah</i>

J. PENGECUALIAN

Sistem transliterasi ini tidak berlaku pada:

1. Kosakata Arab yang lazim dalam Bahasa Indonesia dan terdapat dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, misalnya: al-Qur'an, hadis, mazhab, syariat, lafaz.
2. Judul buku yang menggunakan kata Arab, namun sudah dilatinkan oleh penerbit, seperti judul buku *al-Hijāb*.
3. Nama pengarang yang menggunakan nama Arab, tapi berasal dari negara yang menggunakan huruf latin, misalnya Quraish Shihab, Ahmad Syukri Soleh.
4. Nama penerbit di Indonesia yang menggunakan kata Arab, misalnya Toko Hidayah, Mizan.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	vi
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
PEDOMAN LITERASI	xii
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
BAB I	
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1. Tujuan Penelitian	6
2. Manfaat Penelitian	6
D. Sistematika Penulisan	6

BAB II

KERANGKA TEORI DAN PERUMUSAN HIPOTESIS	8
A. Telaah Pustaka	8
B. Kerangka Teori.....	9
1. Teori Pemasaran.....	9
2. Teori Bauran Pemasaran	17
3. Teori Perilaku Konsumen	18
4. Teori Keputusan Konsumen.....	19
5. Laku Pandai	26
C. Pengembangan Hipotesis	28
D. Kerangka Pemikiran Penelitian.....	29

BAB III

METODE PENELITIAN	30
A. Jenis Penelitian	30
B. Sumber Data	30
C. Populasi dan Sampel	30
1. Populasi	30
2. Sampel	30
D. Teknik Pengumpulan Data	31
E. Instrumen Penelitian	31
F. Definisi Variabel	33
G. Teknik Analisis Data	35
1. Uji Instrumen	35
2. Uji Asumsi Klasik	36
3. Uji Hipotesis	37

BAB IV

PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA	39
A. Deskripsi Objek Penelitian.....	39
B. Gambaran Umum Responden	40

1. Identitas responden berdasarkan jenis kelamin.....	40
2. Identitas responden berdasarkan usia.....	40
3. Identitas responden berdasarkan penghasilan perbulan	41
4. Identitas responden berdasarkan pendidikan terakhir	41
C. Analisis dan Pembahasan	42
1. Uji Instrumen	42
2. Uji Asumsi Klasik	44
3. Uji Hipotesis	48
4. Intepretasi	52
BAB V	
KESIMPULAN DAN SARAN	56
A. Kesimpulan	56
B. Saran.....	57
DAFTAR ISI.....	59
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Penduduk Miskin Kabupaten Klaten.....	4
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia	40
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	41
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	41
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas	42
Tabel 4.6 Hasil Uji Reabilitas.....	44
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas.....	46
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinieritas.....	46
Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas	47
Tabel 4.10 Uji Regresi Berganda	48
Tabel 4.11 Hasil Uji R Square.....	49
Tabel 4.12 Hasil Uji F	50

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Alur Program Keuangan Inklusif BI.....	2
Gambar 2.1 Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan	22
Gambar 2.2 Proses Keputusan Konsumen	26
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran Penelitian	29
Gambar 4.1 Uji Normalitas	45

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 : Kuesioner Pnelitian	i
Lampiran 2 : Data Responden	v
Lampiran 3 : Hasil Perhitungan Kuesinoer.....	vii
Lampiran 4 : Perhitungan SPSS	xi
Lampiran 5 : <i>Curriculum Vitae</i>	xxv



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Krisis ekonomi yang terjadi pada 2008 silam menjadi suatu peringatan bagi pemerintah begitu tidak meratanya ekonomi di Indonesia. Kesenjangan ekonomi yang ada di Indonesia adalah contoh betapa tidak meratanya perekonomian di Indonesia. Dampak dari krisis ekonomi tersebut adalah rendahnya dan tidak teraturnya pendapatan, banyak dokumen identitas legal dan masyarakat pinggiran yang belum mendapat layanan bank. Perputaran uang pada bank belum sepenuhnya menjangkau rakyat kecil dan warga yang berada di pelosok negeri. Tidak terjangkaunya letak bank menjadi salah satu alasan utama banyak warga yang belum menggunakan layanan perbankan.

Keuangan Inklusi mulai muncul paska terjadinya krisis ekonomi pada tahun 2008 tersebut. Hal ini terjadi akibat dampak krisis ekonomi tersebut yang diperoleh kelas bawah piramida sosial. Keuangan inklusi ini seolah menjadi sebuah jawaban atas masalah mengenai masyarakat yang belum tersentuh layanan perbankan. Pada dasarnya, kebijakan keuangan inklusif adalah suatu bentuk pendalaman layanan keuangan (financial service deepening) yang ditujukan kepada masyarakat in the bottom of the pyramid untuk memanfaatkan produk dan jasa keuangan formal seperti sarana menyimpan uang yang aman (keeping), transfer, menabung maupun pinjaman dan asuransi. Hal ini dilakukan tidak saja menyediakan produk dengan cara yang sesuai tapi dikombinasikan dengan berbagai aspek. (www.bi.go.id)

Gambar 1.1

Alur Program Keuangan Inklusif BI



sumber: *bi.go.id*

Dalam mewujudkan program keuangan inklusi inilah OJK (Otoritas Jasa Keuangan) mengeluarkan Laku Pandai Pada bulan Maret 2015. Laku Pandai singkatan dari Layanan Keuangan Dalam Rangka Keuangan Inklusif, yaitu Program penyedia layanan perbankan dan layanan keuangan lainnya melalui kerja sama dengan pihak lain (agen bank) dan didukung dengan penggunaan sarana teknologi informasi. kenaikan agen laku pandai di seluruh provinsi di Indonesia yaitu sejumlah 104.707 pada bulan juni 2016 dari 3.734 ditahun sebelumnya. Terdapat kenaikan sebesar 28,04% dari tahun lalu dari total 17 Bank penyedia Laku Pandai. (www.ojk.go.id)

Di Kabupaten Klaten, Khususnya Laku Pandai ini masih sangat baru di kalangan masyarakat. Pihak bank sedang dalam tahap pendekatan untuk mencari agen laku pandai. Di Desa Kalikebo Kecamatan Trucuk, Kabupaten Klaten, terdapat dua Agen Laku Pandai yang telah aktif mendapatkan nasabahnya yaitu BTPN WOW dan Bank BRI Link. Menurut informasi yang peneliti lakukan pada tanggal 06 Desember 2017, Agen Laku Pandai yang paling lama beroperasi adalah Agen BTPN WOW yang terletak di Desa Kalikebo, Kecamatan Trucuk Kabupaten Klaten yang mulai beroperasi pada tahun 2015.

Menurut Data BPS Kabupaten Klaten, Kecamatan Trucuk menempati urutan kedua jumlah penduduk miskin sehingga cocok untuk agen laku pandai untuk merealisasikan tujuannya. Berikut adalah data perbandingan mengenai Kabupaten Klaten yang peneliti peroleh dari BPS Kabupaten Klaten:

Tabel 1.1

Jumlah Penduduk Miskin Kabupaten Klaten Berdasarkan Kecamatan

No	Kecamatan	Jumlah	Rangking
1	Prambanan	6.955	6
2	Gantiwarno	6.473	9
3	Wedi	5.880	13
4	Bayat	15.534	1
5	Cawas	7.016	5
6	Trucuk	12.534	2
7	Kalikotes	4.016	20
8	Kebonarum	2.278	26
9	Jogonalan	6.894	7

10	Manisrenggo	6.117	12
11	Karangnongko	4.770	18
12	Ngawen	4.073	19
13	Ceper	6.381	11
14	Pedan	5.197	15
15	Karangdowo	5.227	14
16	Juwiring	6.388	10
17	Wonosari	6.884	8
18	Delanggu	3.523	21
19	Polanharjo	3.108	23
20	Karanganom	4.903	16
21	Tulung	4.884	17
22	Jatinom	8.907	3
23	Kemalang	7.740	4
24	Klaten Selatan	2.807	25
25	Klaten Tengah	2.918	24
26	Klaten Utara	3.742	22
Jumlah		155,671	

sumber: Olah data dari BPS Kabupaten Klaten

Dalam pemenuhan keinginan dan kebutuhan konsumen membutuhkan konsep pemasaran yang disebut dengan bauran pemasaran (merketing mix). Bauran pemasaran jasa merupakan kombinasi dari empat variable penting dari konsep pemasaran yang dapat dikendalikan oleh perusahaan. Empat variabel tersebut meliputi produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*), dan biasa disingkat dengan 4P (Kotler, 2005:19).

Dari uraian tersebut, bauran pemasaran menjadi penting untuk diperhatikan oleh bank penyedia layanan laku pandai. Oleh karena itu, penelitian ini ingin mengangkat hal tersebut dalam suatu skripsi penelitian yang berjudul: **“PENGARUH BAURAN PEMASARAN TEHADAP KEPUTUSAN MASYARAKAT DALAM MEMILIH AGEN LAKU PANDAI (LAYANAN KEUANGAN DALAM RANGKA KEUANGAN INKLUSIF) STUDI KASUS PADA AGEN BTPN WOW DESA KALIKEBO, KECAMATAN TRUCUK, KABUPATEN KLATEN”**

B. Rumusan Masalah Penelitian

1. Apakah produk berpengaruh terhadap keputusan masyarakat memilih Agen BTPN WOW Desa Kalikebo, Kecamatan trucuk, Kabupaten Klaten?
2. Apakah tempat berpengaruh terhadap keputusan masyarakat memilih Agen BTPN WOW Desa Kalikebo, Kecamatan trucuk, Kabupaten Klaten?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan masyarakat memilih Agen BTPN WOW Desa Kalikebo, Kecamatan trucuk, Kabupaten Klaten?
4. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan masyarakat memilih Agen BTPN WOW Desa Kalikebo, Kecamatan trucuk, Kabupaten Klaten?

C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

- a. Menganalisis pengaruh produk terhadap keputusan masyarakat memilih Agen BTPN WOW Desa Kalikebo, Kecamatan trucuk, Kabupaten Klaten.
- b. Menganalisis pengaruh tempat terhadap keputusan masyarakat memilih Agen BTPN WOW Desa Kalikebo, Kecamatan trucuk, Kabupaten Klaten.
- c. Menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan masyarakat memilih Agen BTPN WOW Desa Kalikebo, Kecamatan trucuk, Kabupaten Klaten.
- d. Menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan masyarakat memilih Agen BTPN WOW Desa Kalikebo, Kecamatan trucuk, Kabupaten Klaten.

2. Manfaat Penelitian

- a. Menambah pengetahuan dan pemahaman mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat menggunakan layanan Laku Pandai.
- b. Sebagai masukan untuk OJK, bank dan agen laku pandai dalam menarik minat masyarakat terhadap prgram Laku Pandai
- c. Sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya

D. Sistematika Pembahasan

Penyusunan skripsi ini dilakukan dengan mengklasifikasikan pembahasan pada beberapa bagian yang terdiri dari lima bab, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini memuat penjelasan yang bersifat umum. Adapun pokok bahasan dalam bab ini meliputi latar belakang masalah dan rumusan masalah. Selain itu juga meliputi tujuan dan kegunaan penelitian. Pokok bahasan yang terakhir adalah sistematika penulisan.

BAB II :KERANGKA TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Bab ini memuat landasan teori yang digunakan oleh penyusun dalam menyelesaikan rumusan masalah yang telah disusun pada BAB I. Pokok bahasan dalam bab ini meliputi: landasan teori, pengembangan hipotesis dan kerangka berfikir.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan mengenai metode yang digunakan dalam penelitian. Adapun cakupan dalam metode penelitian tersebut adalah objek penelitian, metode pengambilan sampel, hingga metode analisa data.

BAB IV : PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini berisi tentang pembahasan dan analisis dari pengolahan data yang didapat selama melakukan penelitian, baik analisis data secara deskriptif maupun analisis hasil pengujian hipotesa yang dilakukan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini memaparkan kesimpulan dan saran dari hasil analisis data yang berkaitan dengan penelitian.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan oleh peneliti tentang pengaruh bauran pemasaran (produk, tempat, harga dan promosi) terhadap keputusan masyarakat memilih agen BTPN WOW Desa Kalikebo, Kecamatan Trucuk, Kabupaten Klaten dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel produk tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan masyarakat memilih agen BTPN WOW Desa Kalikebo, Kecamatan Trucuk, Kabupaten Klaten. Hal ini ditunjukkan dengan signifikan uji t yang lebih besar dari 0,05 yaitu sebesar 0,881. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas produk yang diberikan oleh agen, maka tidak akan berpengaruh pada keputusan masyarakat dalam memilih agen Laku Pandai.
2. Dari hasil uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel tempat berpengaruh positif terhadap keputusan masyarakat memilih agen BTPN WOW Desa Kalikebo, Kecamatan Trucuk, Kabupaten Klaten. Hal ini ditunjukkan dengan signifikan uji t yang lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,022. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik strategis tempat agen, maka semakin meningkatkan keputusan masyarakat dalam memilih agen Laku Panda
3. Dari hasil uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel harga tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan masyarakat memilih agen BTPN WOW Desa Kalikebo, Kecamatan Trucuk, Kabupaten Klaten. Hal ini ditunjukkan dengan signifikan uji t yang lebih besar dari 0,05 yaitu sebesar 0,597. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik harga

produk yang dimiliki oleh bank, maka tidak akan berpengaruh pada keputusan masyarakat dalam memilih agen Laku Panda

4. Dari hasil uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh positif terhadap keputusan masyarakat memilih agen BTPN WOW Desa Kalikebo, Kecamatan Trucuk, Kabupaten Klaten. Hal ini ditunjukkan dengan signifikan uji t yang lebih besar dari 0,05 yaitu sebesar 0,009. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik promosi yang diberikan oleh bank, maka semakin meningkatkan keputusan masyarakat dalam memilih agen Laku Panda

B. Saran

1. Untuk Agen BTPN WOW Desa Kalikebo, Kecamatan Trucuk, Kabupaten Klaten.

Berdasarkan kesimpulan yang penulis paparkan diatas, penulis menyarankan kepada Agen BTPN WOW Desa Kalikebo, Kecamatan Trucuk, Kabupaten Klaten agar meningkatkan strategi pemasarannya yaitu promosi. Selain itu banyak faktor lain diluar bauran pemasaran yang juag harus diperhatikan sehingga dapat lebih menarik nasabah yang lebih banyak lagi dan mampu meningkatkan loyalitas dari para nasabah yang sudah diperolehnya.

2. Untuk Agen Laku Pandai

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran sangat diperlukan untuk menarik minat masyarakat dalam membuat keputusan memilih Agen Laku Pandai sehingga diharapkan semua agen memperhatikan strategi pemasarannya

3. Untuk Bank Penyedia Laku Pandai

Karena pentingnya strategi pemasaran tersebut, sebagai bank penyedia layanan bank yang bersangkutan harus memperhatikan dengan seksama agen yang menjadi

naungannya. Terlebih lagi mengenai pemasarannya, Bank penyedia Laku Pandai yang lebih mengerti mengenai strategi pemasaran perlu membimbing agennya dalam mendapatkan pangsa pasarnya. Pada hasil penelitian ini variabel harga dan produk belum mampu meningkatkan keputusan masyarakat, karena ini adalah wewenang dari bank penyedia, peneliti menyarankan untuk meningkatkan kedua strategi pemasaran tersebut sehingga semakin mempermudah agen dalam memperoleh nsabahnya

4. Bagi penelitian selanjutnya

Masih terdapat 29,70% faktor lain yang mempengaruhi keputusan masyarakat memilih Agen Laku Pandai, Peneliti berharap agar kedepannya 29,70% dari faktor-faktor tersebut dapat diteliti lebih mendlam sehingga dapat membantu Agen Laku Pandai dalam memperoleh pangsa pasarnya.



DAFTAR PUSTAKA

Buku

Basu Swastha. 2000. *Pengantar Bisnis Modern, Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern*. Jakarta: Liberty.

Cannon, Joseph P, dkk. 2009. *Pemasaran Dasar*. Jakarta: Salemba empat

Djarwanto, Pangestu Subagyo. 1996. *Statistik Induktif*. Yogyakarta: BPFE

Ghazali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Kasmir. 2008. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana

Kertajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula. *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan.

Kotler, Philip, Gary Amstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga.

Kotler, Philip. 2005., *Manajemen Pemasaran*. PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta: LP3ES.

Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sangurimbun, Musri. 1998. *Metodologi Penelitian Survey Edisi Revisi*. Jakarta.

Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku konsumen Edisi 7*. Jakarta: Indeks.

Sekaran, Uma. 2000. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.

Suharto, dkk. 2003. *Teknik Sampling*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Suwarsono. 2013. *Manajemen Strategik*. Yogyakarta: Unit penerbit dan percetakan STIM YKPN.

Tjiptono, Fandy. 2011. *Pemasaran Jasa*. Bayumedia Publishing.

Zulganef. 2008. *Metode Penelitian Sosial dan Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Skripsi

Irwinda N.T. Andi Lolo. 2011. *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Konsumen Yang Menabung Pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk., Cabang Makassar Kartini*.

Rizka Ulfa Baiti. 2016. Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan IB Muamalat Di Bank Muamalat KCP Salatiga. Salatiga: IAIN Salatiga.

Jurnal

Ayub Pranata Rifai. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Atas Permintaan Kredit Bank NtN Cabang Sidoarjo. STIESIA Surabaya.

Dewi Ayu Mayangsari. Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Menabung Pada Bank Perkreditan Rakyat (Studi Kasus PT. BPR Dana Raya Manado, Sulawesi Utara. Fakultas Pertanian Unsrat.

Febyonda Lawey,dkk. Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Kartu Kredit Pada PT. Bank Panin Tbk. Cabang Utama Makasar. Program Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Hasanudin.

Lenna Henni Triska, dkk. 2014. Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Bank Terhadap Kepuasan Dan Implikasinya Terhadap Loyalitas Debitur BPR Diwilayah Riau Pesisir. vol7 no.2. Jurnal Manajemen Bisnis.

Margaretha Christiana Octaviani. 2016. Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada PT. Bank Mandiri(Persero) DI Surabaya. Surabaya: STIE perbanas.

Sabri Hasan,dkk. 2016. Marketing Mix Effect On Decision Of Customers In The Matter In Choosing The Home Purchase Loans. vol 5 issue6. ISSN.

Lain-Lain

Otoritas Jasa Keuangan. 2015. Buku Saku Laku Pandai OJK. Jakarta: Departemen Penelitian dan Pengaturan Perbankan

BPS Kabupaten Klaten.20014. *Trucuk dalam Angka*. Klaten: BPS Kabupaten Klaten

Web

<http://www.ojk.go.id/>

<http://www.bi.go.id/>

<http://www.tafsirq.com/>