

## **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Terhadap Keputusan Anggota Menabung pada KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur**

(Studi Kasus pada KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur Cabang Pasar Sidoharjo Lamongan)

**Syuhada’  
Nuzulah Ana Fitria**

Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam  
Universitas Islam Darul Ulum Lamongan

syuhada’@unisda.ac.id  
[nuzulahzula@gmail.com](mailto:nuzulahzula@gmail.com)

### **Abstrak**

Lahirnya lembaga keuangan mikro syariah di Indonesia merupakan salah satu jawaban melihat perkembangan perbankan syariah yang masih terpusat kepada masyarakat menengah ke atas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan produk secara parsial dan simultan terhadap keputusan anggota menabung pada KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur cabang Pasar Sidoharjo Lamongan. Metode penelitian yang digunakan peneliti adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian survey. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 93. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner. Kemudian teknik analisis data yang digunakan adalah deskripsi responden, uji kualitas data, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis dan uji koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan anggota untuk menabung sedangkan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan anggota untuk menabung. Dan hasil uji F menunjukkan bahwa, kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan anggota untuk menabung.

**Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Keputusan Menabung**

### **Pendahuluan**

Lembaga keuangan mikro syariah merupakan lembaga keuangan yang berorientasi pada upaya peningkatan kesejahteraan anggota masyarakat. Lahirnya lembaga keuangan mikro syariah di Indonesia merupakan salah satu jawaban melihat perkembangan perbankan syariah yang masih terpusat kepada masyarakat menengah ke atas. Adapun dalam kegiatan utamanya yaitu menghimpun dana masyarakat dalam bentuk tabungan (simpanan) maupun deposito dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan berdasarkan prinsip syariah melalui mekanisme yang lazim dalam dunia perbankan.

Dalam konteks keuangan mikro, berdirinya lembaga Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) merupakan salah satu perwujudan dari sistem keuangan Islam

dengan jenis koperasi simpan pinjam yang menggunakan prinsip syariah Islam.<sup>1</sup> Lembaga ini dikategorikan sebagai lembaga keuangan mikro, karena umumnya melayani masyarakat kecil yang tidak mampu berhubungan dengan lembaga perbankan.

KSPPS sebagai penggerak sektor ekonomi riil dapat berkembang pesat jika didukung oleh tersedianya sumber dana yang memadai dan sesuai dengan nilai-nilai keadilan dan pengelolaan organisasi/ SDM yang baik.<sup>2</sup> KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur cabang Pasar Sidoharjo Lamongan merupakan salah satu lembaga keuangan yang bergerak dibidang sektor riil yang secara langsung berhubungan dengan para pedagang di Pasar. Sebagai lembaga intermediasi, KSPPS dituntut untuk bisa memberikan pemahaman kepada anggotanya tentang berbagai produk jasa yang ditawarkan. KSPPS dalam proses penawaran jasa bagi anggota koperasi selayaknya melakukan analisis terlebih dahulu berdasarkan tingkat kebutuhan anggota secara spesifik.

Dengan memperhatikan ketelitian tersebut diharapkan mampu memberikan solusi yang tepat bagi anggotanya dalam menjawab kebutuhan anggota koperasi terhadap manfaat produk perbankan syariah sendiri dan dengan keadaan seperti itu, anggota koperasi biasanya dapat melakukan perbandingan atas tawaran produk dan jasa mana yang terbaik untuk mereka. Perbandingan tersebut akan dipikirkan kembali berdasarkan kualitas lainnya yang mendukung, seperti kualitas pelayanan, karena hal tersebut akan mempengaruhi keputusannya dalam memilih suatu produk yang ditawarkan. Oleh karena itu suatu lembaga keuangan harus memiliki strategi untuk menjaga kualitas pelayanannya, sehingga dapat memberikan suatu kesan tersendiri kepada anggotanya. Tujuan dari keberhasilan dalam suatu lembaga adalah untuk menciptakan kepuasan anggota, yaitu dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik. Sehingga memberikan dasar yang baik bagi keputusan pemakaian produk yang ditawarkan serta membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi lembaga keuangan.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Muh. Awal Satrio Nugroho, “Urgensi Penerapan Islamic Corporate Governance Di Baitul Maal Waa Tamwil (BMT)” dalam Jurnal Kajian Bisnis Vol. 23 No. 1, 2015. hal 66.

<sup>2</sup> Christina Tri Setyorini, dkk. “Pengaruh Komitmen Organisasi, Budaya Organisasi, dan Keterlibatan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Baitul Maal Wat Tamwil (BMT)” dalam jurnal Media Riset Akuntansi, Vol. 2 No. 1, 2012. hal. 33

<sup>3</sup> Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset. 2008) hal. 24

## Metode

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survey, yaitu penelitian yang dilakukan melalui pengamatan langsung terhadap suatu gejala atau pengumpulan informasi dari populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel sebagai mewakili data populasi tersebut.<sup>4</sup> Sedangkan pendekatan yang digunakan adalah pendekatan metode kuantitatif yang dipandu oleh hipotesis tertentu.<sup>5</sup> Populasi yang digunakan adalah seluruh anggota menabung pada KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur cabang Pasar Sidoharjo Lamongan yang berjumlah 1314 orang. Kemudian diambil sampel sebanyak 93 orang yang didapat dari perhitungan rumus *slovin* dengan batas ketelitian 10%.<sup>6</sup>

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{1314}{1 + 1314(0,1)^2} = 92,927$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, maka jumlah responden dalam penelitian ini adalah 92,927 yang dibulatkan menjadi 93 orang. Penentuan responden dilakukan dengan menggunakan teknik *accidental sampling* yaitu pemilihan sampel dari siapa saja yang kebetulan ada atau dijumpai dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data atau *sampling*.<sup>7</sup>

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, kuisioner dan dokumentasi. Data-data yang diperoleh akan dianalisis dengan menggunakan teknik analisis statistik dengan menggunakan program SPSS 22.0.

## Hasil

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan anggota untuk menabung sedangkan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan anggota untuk menabung. Dan hasil uji F menunjukkan bahwa, kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan anggota untuk menabung.

<sup>4</sup> Iskandar. *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial*. (GP Press: Jakarta. 2009) hal. 66

<sup>5</sup> Beni Ahmad Saebeni. *Metode Penelitian*. (Bandung: CV Pustaka Setia. 2008) hal. 128

<sup>6</sup> Uhar Suharsaputra, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2012) hal 119

<sup>7</sup> Uber Silalahi. *Metode Penelitian Sosial*. (Bandung: PT Refika Aditama. 2012) hal 272

## Pembahasan

### Kualitas pelayanan

Menurut Tjiptono, kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sehingga definisi kualitas dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen.<sup>8</sup>

Menurut Parasuraman, terdapat faktor yang mempengaruhi kualitas sebuah layanan adalah *expected service* (layanan yang diharapkan) dan *perceived service* (layanan yang diterima). Jika layanan yang diterima sesuai bahkan dapat memenuhi apa yang diharapkan maka jasa dikatakan baik atau positif. Jika *perceived service* melebihi *expected service*, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Sebaliknya apabila *perceived service* lebih jelek dibandingkan *expected service*, maka kualitas pelayanan dipersepsikan negatif atau buruk. Hal ini berarti citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi penyedia jasa melainkan dari sudut pandang atau persepsi pelanggan.<sup>9</sup>

Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan, bahwa kualitas pelayanan adalah persepsi dari para pelanggan tentang apa yang telah diterimanya setelah atau ketika melakukan transaksi. Perlakuan baik atau buruk yang mereka terima yang nantinya akan menjadi acuan nilai kepuasan sehingga mempengaruhi keputusan pembelian. Oleh karena tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan kepuasan para pelanggan yang merasa puas, salah satunya melalui kualitas pelayanan. Terciptanya kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan dapat memberikan manfaat diantaranya hubungan antara lembaga dan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan.<sup>10</sup>

Dalam risetnya, Parasuraman, Zeithaml, dan Berry pada tahun 1988 meneliti sejumlah industri jasa perbankan dan berhasil menyederhanakan sepuluh dimensi kualitas pelayanan menjadi lima dimensi pokok, yang disusun sesuai urutan tingkat kepentingan relatifnya. Yaitu sebagai berikut:

1. Bukti fisik (*tangibles*), berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan/perengkapan, sumber daya manusia, dan materi komunikasi suatu lembaga.

---

<sup>8</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*,..., hal 24

<sup>9</sup> Fandi Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service, Quality and Satisfaction*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2011) hal 154

<sup>10</sup> Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*,..., hal 24

2. Reliabilitas (*reliability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya, seperti tepat waktu, konsisten dan kecepatan dalam pelayanan sejak pertama kali.
3. Empati (*empathy*), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.
4. Daya tanggap (*responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera serta penyampaian informasi yang jelas.
5. Jaminan (*assurance*), berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya dan keyakinan pelanggan.<sup>11</sup>

### **Kualitas Produk**

Produk secara umum diartikan sebagai sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Artinya, apapun wujudnya selama itu dapat memenuhi keinginan pelanggan dan kebutuhan kita katakan sebagai produk. Philip Kotler dalam Kasmir, mendefinisikan produk sebagai sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.

Dalam praktiknya produk terdiri dari dua jenis, yaitu yang berkaitan dengan fisik atau benda berwujud dan tidak berwujud. Produk yang diinginkan pelanggan, baik berwujud maupun yang tidak berwujud adalah produk yang berkualitas tinggi. Artinya produk yang ditawarkan oleh koperasi kepada anggotanya harus memiliki nilai yang lebih baik dibandingkan dengan produk pesaing.<sup>12</sup> Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah segala sesuatu baik barang atau jasa yang dapat dirasakan manfaatnya oleh konsumen, yang mana memiliki nilai yang lebih tinggi dibandingkan produk lainnya.

Agar produk yang dibuat laku dipasaran, maka penciptaan produk harus memperhatikan tingkat kualitas yang sesuai dengan keinginan anggota. Produk yang berkualitas tinggi artinya memiliki nilai yang lebih baik dibandingkan dengan produk pesaing. Sehingga dapat menarik

---

<sup>11</sup> Fandy Tjiptono, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2012) hal. 174-175

<sup>12</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2015) hal 216-218.

minat calon anggota yang baru atau dapat mempertahankan anggota yang sudah ada. Secara umum terdapat dua bentuk kegiatan utama dalam operasional bank Islam, yaitu penghimpunan dana dan penyaluran dana.<sup>13</sup>

Dalam penelitian ini, yang dimaksud produk yang berkualitas dan memiliki nilai yang baik adalah produk penghimpun dana yang bebas dari unsur riba' (bunga). Karena dalam prinsip Islam, bunga atau tambahan adalah haram hukumnya. Berikut adalah landasan hukumnya:

1. Qs. Al-Baqarah ayat 275

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا...

Artinya:

“Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba...” (Qs. Al-Baqarah: 275)

2. Sahabat Ubadah bin Shamit *radhiallahu 'anhu* meriwayatkan dari Nabi *shallallahu 'alaihi wa sallam* bersabda:

“Emas dijual dengan emas, perak dijual dengan perak, gandum dijual dengan gandum, sya'ir (salah satu jenis gandum) dijual dengan sya'ir, kurma dijual dengan kurma, dan garam dijual dengan garam, (takaran/ timbangannya) harus sama dan kontan. Barangsiapa yang menambahi atau meminta tambahan, maka ia telah berbuat riba” (HR. Muslim dalam kitabnya as-Shahih).<sup>14</sup>

### Produk tabungan syariah

Produk tabungan syariah adalah produk tabungan *wadi'ah* yang merupakan simpanan pihak ketiga pada koperasi yang penarikannya dapat dilakukan sewaktu-waktu dengan menggunakan media slip penarikan atau pemindah-bukuan lainnya. Prinsip *wadi'ah* yang diterapkan oleh KSPPS adalah menggunakan akad *wadi'ah yad dhamana* yang berarti bahwa KSPPS dapat memanfaatkan dan menyalurkan dana yang disimpan serta menjamin bahwa dana tersebut dapat ditarik setiap saat oleh pemilik dana. Keuntungan dan kerugian dari pemanfaatan dana menjadi hak milik dan ditanggung oleh KSPPS dan KSPPS dapat memberikan bonus kepada pemilik tetapi tidak boleh diperjanjikan dimuka.

Kualitas produk merupakan penggerak kepuasan pelanggan yang pertama. Garvin pada tahun 1988 mengklasifikasikan dimensi produk yang satu sama lainnya berkaitan erat, yaitu sebagai berikut:

<sup>13</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2010) hal 145

<sup>14</sup> <https://www.syariahbank.com/dalil-dalil-mengenai-riba/> diakses tanggal 09 April 2018

1. Persepsi kualitas (*perceived quality*), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggungjawab perusahaan terhadapnya. Biasanya karena kurangnya pengetahuan konsumen akan atribut atau fitur produk yang akan digunakan, maka konsumen mempersepsikan kualitasnya dari aspek harga, brand, iklan, dan reputasi lembaga keuangan.
2. *Serviceability*, yakni kemudahan mereparasi sebuah produk. Sebuah produk dikatakan sangat *serviceable* apabila bisa direparasi secara mudah dan murah.
3. Fitur (*features*), yaitu atribut produk yang melengkapi kinerja dasar sebuah produk atau bagian-bagian tambahan dari produk.
4. Kinerja (*performance*), yakni efisiensi pencapaian tujuan utama sebuah produk. Konsumen akan sangat kecewa apabila harapan mereka atas dimensi ini tidak terpenuhi. Setiap produk bisa memiliki kinerja yang berbeda, tergantung nilai fungsional yang dijanjikan perusahaan.
5. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*), yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi sebuah produk memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.<sup>15</sup>

### **Keputusan Anggota Menabung**

Keputusan anggota menabung atau dalam kata lain keputusan pembelian, merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya.<sup>16</sup>

Menurut Kotler dan Keller, keputusan pembelian konsumen adalah proses psikologis dasar yang memainkan peran penting dalam memahami bagaimana konsumen benar-benar membuat keputusan pembelian mereka. Lembaga keuangan yang cerdas, tentu akan berusaha untuk memahami proses keputusan anggotanya secara penuh yaitu semua pengalaman mereka dalam pembelajaran, memilih, menggunakan dan bahkan menyingkirkan produk. Proses pembelian dimulai jauh sebelum pembelian aktual dan mempunyai konsekuensi dalam waktu setelahnya.

Kotler dan Keller, mendeskripsikan tahap-tahap pengambilan keputusan pembelian yaitu sebagai berikut:

---

<sup>15</sup> Fandy Tjiptono, *Service,...*, hal.170-172

<sup>16</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2015) hal 141.

1. Pengenalan masalah, proses pembelian dimulai ketika pembeli menyadari suatu masalah atau kebutuhan yang dipicu oleh rangsangan internal dan eksternal. Timbulnya kebutuhan merupakan proses pertama terjadinya permintaan, karena adanya keinginan dan kebutuhan konsumen yang belum terpenuhi dan terpuaskan. Jika kebutuhan tersebut diketahui, maka konsumen akan memahami kebutuhan mana yang dapat ditunda pemenuhannya.
2. Pencarian informasi, setelah konsumen mengenali akan kebutuhannya, selanjutnya mereka berusaha mencari informasi yang dapat bersumber dari seseorang (keluarga, teman, atau tetangga), iklan komersial, media umum (surat kabar, radio, atau lembaga konsumen), dan pengalaman telah mencoba dan menggunakan produk lembaga tersebut.
3. Evaluasi alternatif, merupakan proses dimana suatu alternatif pilihan disesuaikan dan dipilih untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Konsep dasar dalam proses evaluasi konsumen terdiri atas empat macam:
  - a. Konsumen berusaha memenuhi kebutuhan
  - b. Konsumen mencari manfaat tertentu dari solusi produk
  - c. Konsumen memandang setiap produk sebagai kumpulan atribut dengan kemampuan yang berbeda-beda dalam memberikan manfaat yang dicari dalam memuaskan kebutuhan
  - d. Konsumen mempunyai sifat yang berbeda-beda dalam memandang atribut-atribut yang dianggap relevan dan penting. Konsumen akan memberikan perhatian besar pada atribut yang memberikan manfaat yang dicarinya.
4. Keputusan pembelian, merupakan proses dalam pembelian yang nyata. Setelah melalui tahap-tahap yang telah diuraikan di atas, maka konsumen atau calon pembeli akan mengambil keputusan apakah ia akan membeli atau tidak. Jika mengambil keputusan membeli, maka konsumen akan menjumpai serangkaian keputusan mengenai jenis produk, bentuk produk, merek, pemasar, kuantitas, waktu dan cara pembayarannya.
5. Perilaku pascapembelian, setelah pembelian konsumen mungkin mengalami konflik dikarenakan melihat fitur menghawatirkan atau mendengar hal-hal menyenangkan tentang merek lain dan waspada terhadap informasi yang mendukung keputusannya. Konsumen yang merasa puas akan cenderung mengatakan sesuatu yang serba baik tentang produk yang bersangkutan kepada orang lain. Apabila konsumen dalam melakukan pembelian tidak merasa puas dengan produk yang telah dibelinya, ada dua kemungkinan yang akan dilakukan oleh konsumen. Pertama, dengan meninggalkan atau konsumen tidak mau melakukan pembelian

ulang. Kedua, konsumen akan mencari informasi tambahan mengenai produk yang telah dibelinya untuk menguatkan pendiriannya mengapa memilih produk itu sehingga ketidakpuasan tersebut dapat dikurangi.<sup>17</sup>

### Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, dimana rumusan masalah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan.<sup>18</sup> Jadi berdasarkan rumusan masalah penelitian maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan anggota menabung

$H_1$  : kualitas pelayanan mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap keputusan menabung anggota pada KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur Cabang Pasar Sidoharjo Lamongan.

$H_a$  : kualitas pelayanan tidak mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap keputusan menabung anggota pada KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur Cabang Pasar Sidoharjo Lamongan.

2. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan anggota menabung

$H_2$  : kualitas produk mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap keputusan menabung anggota pada KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur Cabang Pasar Sidoharjo Lamongan.

$H_a$  : kualitas produk tidak mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap keputusan menabung anggota pada KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur Cabang Pasar Sidoharjo Lamongan.

3. Pengaruh kualitas pelayanan dan produk terhadap keputusan anggota menabung

$H_3$  : kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menabung anggota pada KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur Cabang Pasar Sidoharjo Lamongan.

$H_a$  : kualitas pelayanan dan kualitas produk tidak berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menabung anggota pada KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur Cabang Pasar Sidoharjo Lamongan.

---

<sup>17</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2009) hal 184-190

<sup>18</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014) hal 96

### **Pelayanan KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur**

Kualitas pelayanan KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur, berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan para anggota dan ketetapan penyampainnya agar sesuai harapan. Apabila pelayanan yang diterima anggota sesuai dengan apa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik. Sebaliknya, jika pelayanan yang diterima anggota tidak sesuai dengan apa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Untuk mewujudkan kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan anggota, KSPPS dituntut untuk dapat memperhatikan dimensi pada kualitas pelayanan, yaitu sebagai berikut:

1. Bukti fisik (*tangibles*) Dalam upaya pemenuhan fasilitas, KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur Cabang Pasar Sidoharjo Lamongan memiliki ruangan yang cukup untuk bertransaksi. Berdasarkan penelitian di lapangan, kebersihan tempat juga sudah sangat diperhatikan, ruangan sangat rapi dan bersih. Penampilan para karyawan juga selalu rapi dan berseragam serta mereka membudayakan untuk mengucapkan salam terlebih dahulu ketika akan melayani anggota. Selain dilakukan di ruang kantor, pelayanan juga dapat dilakukan di Pasar atau di kios para pedagang pasar yang menjadi anggota penabung, sehingga mempermudah proses transaksi anggota yang ingin menabung.<sup>19</sup>
2. Reliabilitas (*reliability*) Dalam pelayanannya KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur Cabang Pasar Sidoharjo Lamongan mengusahakan untuk memberikan kecepatan, tanggap dan selalu sabar untuk melayani para anggota. Hal ini dilakukan untuk memperoleh anggapan menjadi lembaga keuangan yang lebih baik bila dibandingkan dengan lembaga lain.<sup>20</sup>
3. Empati (*empathy*)  
Selain menjadi lembaga keuangan dalam penghimpunan dana, KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur juga menjadi salah satu lembaga keuangan yang berjiwa sosial tinggi. Dalam hal ini KSPPS memiliki kegiatan sosial seperti:
  - a. Santunan
  - b. THR untuk masyarakat sekitar kantor Koperasi BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur
  - c. Koperasi BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur juga memiliki anak asuh yang bersekolah di Pendidikan Formal mulai SD/MI, SMP/ MTs, dan SMA/SMK/MA ( berpondok pesantren ) ada 445 anak

---

<sup>19</sup> Berdasarkan hasil observasi peneliti pada KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur Cabang Pasar Sidoharjo Lamongan, pada tanggal 06 Maret - 02 April 2018

<sup>20</sup> *Idem.*,

- d. Pemberian dana sosial (kematan) untuk warga sekitar Koperasi BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur sebesar Rp.500.000,- kantor pusat dan Rp.200.000,- kantor cabang
  - e. Kontribusi kepada Desa Karangcangkring Kec. Dukun Kab. Gresik setiap tahun tidak dari Shu minimal Rp.12.000.000,-
  - f. Dana Talangan untuk Desa-Desa di sekitar wilayah Kantor Koperasi BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur dalam pengerjaan proyek di Desa sebelum dana ADD turun.
  - g. Program tendanisasi yang bekerjasama dengan Instansi pemerintah, TNI, POLRI dan Lembaga-Lembaga di wilayah Kabupaten Gresik, Lamongan serta Tuban.<sup>21</sup>
4. Daya tanggap (*responsiveness*) Berdasarkan pengamatan peneliti, KSPPS cukup memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti oleh calon anggota.<sup>22</sup>
  5. Jaminan (*Assurance*) Berdasarkan penelitian di lapangan, para anggota percaya untuk menyimpan dananya pada KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur. Karena rasa aman yang diterima anggota KSPPS selama bertransaksi, hal ini disebabkan oleh kejujuran para karyawan dalam melayani anggota.<sup>23</sup>

### **Produk KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur**

Produk Simpanan/ Tabungan, merupakan produk tabungan yang mana pemilik harta/ calon anggota penabung (*sahibul maal*) menyimpan dananya di KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur dengan menggunakan akad *wadi'ah yad amanah*. Keuntungan bagi anggota yaitu selain mendapatkan pahala jika diniati menghutangi dan membantu sesama umat dalam hal dana pembiayaan, anggota juga mendapatkan bonus sesuai ketentuan manajemen KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur. Produk simpanan yang dimiliki adalah; (1) SIMASTER (Simpanan Masyarakat Sejahtera), (2) Simpanan Haji dan Umroh dan (3) Simpanan Qurban.<sup>24</sup>

### **Analisis Regresi Linier Berganda**

Hasil pengujian persamaan regresi linier berganda untuk variabel kualitas pelayanan dan produk secara bersamaan terhadap keputusan anggota menabung pada KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur cabang Pasar Sidoharjo Lamongan disajikan dalam tabel berikut:

---

<sup>21</sup> Berdasarkan hasil wawancara dengan Risty Wahyuning Tyas sebagai Kepala Cabang KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur Pasar Sidoharjo Lamongan, pada tanggal 12 April 2018

<sup>22</sup> Berdasarkan hasil observasi peneliti pada KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur Cabang Pasar Sidoharjo Lamongan, pada tanggal 06 Maret - 02 April 2018

<sup>23</sup> *Idem.*,

<sup>24</sup> Berdasarkan hasil wawancara dengan Mbak Risty Wahyuning Tyas sebagai Kepala Cabang KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur Pasar Sidoharjo Lamongan, pada tanggal 12 April 2018

**Tabel 1**  
**Hasil analisis regresi linier berganda**

Model		Coefficients <sup>a</sup>			T	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18.605	3.284		5.666	.000
	kualitas pelayanan	.057	.105	.053	.538	.592
	kualitas produk	.735	.157	.461	4.677	.000

a. Dependent Variable: keputusan anggota menabung

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS Statistic 22.0, 2018

Berdasarkan tabel 1.1 di atas, hasil analisis menunjukkan koefisien regresi masing-masing variabel dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = 18,605 + 0,057 X_1 + 0,735 X_2 + e$$

Persamaan di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta bernilai positif yaitu sebesar 18,605, hal ini menunjukkan apabila nilai variabel kualitas pelayanan dan produk dianggap konstan atau tetap, maka tingkat keputusan anggota menabung adalah sebesar 18,605.
- b. Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) bernilai positif sebesar 0,057. Hal ini berarti apabila persepsi terhadap kualitas pelayanan ( $X_1$ ) semakin baik, dan variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) ditingkatkan satu satuan dengan catatan variabel kualitas produk ( $X_2$ ) dianggap tetap maka akan meningkatkan sebesar 0,057 tingkat keputusan anggota untuk menabung pada KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur cabang Pasar Sidoharjo Lamongan.
- c. Koefisien regresi variabel kualitas produk ( $X_2$ ) bernilai positif sebesar 0,735. Hal ini berarti apabila persepsi terhadap kualitas produk ( $X_2$ ) semakin baik, dan variabel kualitas produk ( $X_2$ ) ditingkatkan satu satuan dengan catatan variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dianggap tetap maka akan meningkatkan sebesar 0,735 tingkat keputusan anggota untuk menabung pada KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur cabang Pasar Sidoharjo Lamongan.

## Uji t

Hasil uji t untuk pengaruh kualitas pelayanan dan produk secara parsial terhadap keputusan anggota menabung pada KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur cabang Pasar Sidoharjo Lamongan disajikan dalam tabel sebagai berikut:

**Tabel 2**  
**Hasil Uji t (parsial)**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Toleranc	e	VIF
1 (Constant)	18.605	3.284		5.666	.000			
kualitas pelayanan	.057	.105	.053	.538	.592	.878	1.139	
kualitas produk	.735	.157	.461	4.677	.000	.878	1.139	

a. Dependent Variable: keputusan anggota menabung

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS Statistic 22.0, 2018

Berdasarkan hasil pengujian yang disajikan dalam tabel 1.2 di atas dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) diperoleh  $t_{hitung} < t_{tabel}$  yaitu  $0,538 < 1,661$  dan nilai signifikan  $0,592 > 0,05$  maka  $H_1$  ditolak dan  $H_a$  diterima dapat dikatakan bahwa variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) tidak berpengaruh terhadap keputusan anggota menabung pada KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur cabang Pasar Sidoharjo Lamongan.
2. Pada variabel kualitas produk ( $X_2$ ) diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $4,677 > 1,661$  dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  maka  $H_2$  diterima dan  $H_a$  ditolak dan dapat dikatakan bahwa variabel kualitas produk ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap keputusan anggota menabung pada KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur cabang Pasar Sidoharjo Lamongan.

### Uji F

Hasil uji F untuk pengaruh kualitas pelayanan dan produk secara bersama-sama atau simultan terhadap keputusan anggota menabung pada KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur cabang Pasar Sidoharjo Lamongan disajikan dalam tabel sebagai berikut:

**Tabel 3**  
**Hasil uji F (simultan)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	166.024	2	83.012	13.628	.000 <sup>b</sup>
	Residual	548.234	90	6.091		
	Total	714.258	92			

a. Dependent Variable: keputusan anggota menabung

b. Predictors: (Constant), kualitas produk, kualitas pelayanan

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS Statistic 22.0, 2018

Berdasarkan tabel 1.3 di atas, hasil analisis menunjukkan nilai  $F_{hitung}$  diperoleh sebesar 13,628 sedangkan dalam penelitian ini  $F_{tabel}$  untuk  $N = 93$  adalah 3,10. Maka dari hasil uji di atas dapat disimpulkan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $13,628 > 3,10$ . Sedangkan dilihat dari nilai signifikan diperoleh  $0,000 < 0,05$  maka  $H_3$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Dan dapat dikatakan bahwa variabel independen yaitu kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan kualitas produk ( $X_2$ ) berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel keputusan anggota menabung ( $Y$ ).

### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan produk secara bersama-sama terhadap keputusan anggota menabung pada KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur cabang Pasar Sidoharjo Lamongan, dapat diketahui dari hasil pengujian koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang disajikan dalam tabel berikut ini:

**Tabel 4**  
**Hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.482 <sup>a</sup>	.232	.215	2.468

a. Predictors: (Constant), kualitas produk, kualitas pelayanan

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS Statistic 22.0, 2018

Berdasarkan tabel 1.4 di atas, menunjukkan bahwa nilai  $R$  square yang diperoleh yakni sebesar 0,232 atau 23,2% yang berarti bahwa variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan kualitas

produk ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap variabel keputusan anggota menabung ( $Y$ ) sebesar 23,2%, sedangkan sisanya ( $100\% - 23,2\% = 76,8\%$ ) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat pada penelitian ini.

### **Kesimpulan**

Kesimpulannya adalah sebagai berikut, kualitas pelayanan yang diberikan KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur, sudah cukup baik dan sesuai dengan dimensi kualitas pelayanan. Para karyawan memberikan informasi yang mudah diterima oleh para anggota dan mampu melayani segala kebutuhan anggota. Kualitas produk tabungan yang ditawarkan KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur sangat bermacam-macam, selain itu juga sudah sesuai dengan prinsip syariah yaitu produk yang bebas dari riba' yang menggunakan akad *waddiah yad dhamana*. Dan variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota menabung pada KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur cabang Pasar Sidoharjo Lamongan. Dan variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap anggota menabung pada KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur cabang Pasar Sidoharjo Lamongan. Kesimpulannya, masyarakat sebagai calon anggota lebih percaya untuk menabung pada produk yang berdasarkan prinsip syariah Islam dan bebas dari riba'. Sedangkan variabel kualitas pelayanan dan produk berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap keputusan anggota menabung pada KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur cabang Pasar Sidoharjo Lamongan. Besar pengaruhnya sebesar 0,232 atau 23,2% sedangkan sisanya yakni 76,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat pada penelitian ini.

### **Saran**

Diharapkan karya tulis ini dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi untuk pelaksanaan penelitian-penelitian selanjutnya. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya, diharapkan menggunakan variabel tambahan yang lebih banyak lagi yaitu dalam hal variabel bebas. Serta memperjelas item pernyataan pada instrumen kuisioner agar hasil yang didapatkan mampu menunjukkan keadaan yang sebenarnya. Dan bagi lembaga keuangan yakni KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur, ada baiknya jika perlu ditingkatkan lagi kualitas pelayanan dan mempertahankan prinsip syariah Islam dalam produk tabungan serta menambah inovasi pada produk yang telah atau akan ditawarkan kepada anggota.

**Daftar Rujukan**

- Assauri, Sofjan. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Awal Satrio Nugroho, Muh. 2015. “Urgensi Penerapan Islamic Corporate Governance Di Baitul Maal Waa Tamwil (BMT)” dalam Jurnal Kajian Bisnis Vol. 23 No. 1.
- <https://www.syariahbank.com/dalil-dalil-mengenai-riba/> diakses tanggal 09 April 2018
- Iskandar. 2009. *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial*. GP Press: Jakarta.
- Kasmir. 2010. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana.
- Kasmir. 2015. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Kotler, Philip dan Lane Keller, Kevin. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Latan, Hengky dan Temalagi, Selva. 2013. *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan program IBM SPSS 20.0*. Bandung: Alfabeta.
- Saebeni, Beni Ahmad. 2008. *Metode Penelitian*. Bandung: CV Pustaka Setia. 2008.
- Silalahi, Uber. 2012 *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsaputra, Uhar. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Sunyoto, Danang. 2011. *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*. Yogyakarta: CAPS.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius, Chandra. 2011. *Service, Quality and Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- \_\_\_\_\_ 2012 *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tri Setyorini, Christina. dkk. 2012. “Pengaruh Komitmen Organisasi, Budaya Organisasi, dan Keterlibatan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Baitul Maal Wat Tamwil (BMT)” dalam jurnal Media Riset Akuntansi Vol. 2 No.1.