

Pengaruh Produk Pembiayaan Kafalah Haji Terhadap Kepuasan Anggota Di Koperasi Syari'ah BMT NU Ngasem Jawa Timur Cabang Sroyo”

Syuhada¹, Moch Makhruf Afif², Nurwinsyah Rohmanigtyas³

¹⁻²Universitas Islam Darul ‘Ulum Lamongan, ³Universitas Negeri Surabaya

syuhada@unisda.ac.id, makhrufafif@gmail.com, nurwinsyahrohmanigtyas@unesa.ac.id

Received: 18/05/2024	Revised: 03/07/2024	Accepted: 03/07/2024
----------------------	---------------------	----------------------

Abstrak

Haji dilaksanakan bagi orang yang mampu, artinya mampu secara ilmu, fisik, dan material. Akan tetapi dengan adanya suatu kendala, masyarakat Muslim masih banyak yang belum melaksanakan ibadah tersebut. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan dua variabel yaitu produk pembiayaan kafalah haji dan kepuasan anggota. Data yang digunakan dalam penelitian ini data primer dan data sekunder. Data primer yang digunakan adalah hasil dari wawancara maupun kuesioner di Kopsyah BMT NU Ngasem Jawa Timur Cabang Sroyo. Sedangkan, data sekunder yang digunakan adalah seluruh data-data terkait yang relevan dengan pembahasan yang bersumber dari website, jurnal, maupun buku. Objek dari penelitian ini adalah anggota yang mendaftar kafalah haji, dengan populasi 207 orang dan sample 136 orang. Selanjutnya, metode pengumpulan data dilakukan dengan cara kuesioner, observasi, dan dokumentasi. Kemudian, data diolah dengan IMB SPSS statistics 22. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel kualitas produk dan pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan anggota pada Kopsyah BMT NU Ngasem Jawa Timur Cabang Sroyo. Dalam penelitian diperoleh nilai F hitung sebesar 21,619 dengan tingkat signifikan 0,000. Karena nilai signifikan lebih kecil dari $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak atau H_a diterima. Hal ini diartikan bahwa kualitas produk dan pelayanan secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap kepuasan anggota pada Kopsyah BMT NU Ngasem Jawa Timur Cabang Sroyo.

Kata Kunci : Kafalah Haji, Kepuasan Anggota, Kopsyah.

Abstract

Hajj is carried out for people who are able, meaning they are scientifically, physically, and materially capable. However, with an obstacle, there are still many Muslim people who have not carried out the worship. This study is a quantitative research with two variables, namely hajj kafalah financing products and member satisfaction. The data used in this study are primary data and secondary data. The primary data used are the results of interviews and questionnaires at Kopsyah BMT NU Ngasem, East Java, Sroyo Branch. Meanwhile, the secondary data used is all related data that is relevant to the discussion sourced from websites, journals, and books. The object of this study is members who register for the Kafalah Hajj, with a population of 207 people and a sample of 136 people. Furthermore, the data collection method is carried out by means of questionnaires, observations, and documentation. Then, the data was processed with IMB SPSS statistics 22. The results of this study show that there is an influence between product and service quality variables together on member satisfaction at Kopsyah BMT NU Ngasem East Java Sroyo Branch. In the study, the F value was calculated as 21.619 with a significant level of 0.000. Because the significant value is less than $0.000 < 0.05$, then H_0 is rejected or H_a is accepted. This means that the quality of products and services together has an influence on member satisfaction at Kopsyah BMT NU Ngasem East Java Sroyo Branch.

Keywords: Kafalah Haji, Member Satisfaction, Kopsyah.

Pendahuluan

Haji termasuk rukun Islam yang ke lima. Haji dilaksanakan bagi orang yang mampu, artinya mampu secara ilmu, fisik, dan material. Haji adalah suatu ibadah yang dikerjakan setahun sekali pada bulan Dzulhijjah yang bertempat di Negara Arab. Ibadah Haji dikerjakan oleh umat Islam seluruh dunia dengan syarat-syarat tertentu. Melaksanakan ibadah Haji adalah suatu keinginan, harapan, dan cita-cita seorang Muslim. Akan tetapi dengan adanya suatu kendala, masyarakat Muslim masih banyak yang belum melaksanakan ibadah tersebut. Antara lain dari kendala tersebut ialah masalah biaya pendaftaran yang setiap tahunnya naik, serta kuota yang sangat terbatas.

Untuk mengatasi kendala tersebut, dapat dilakukan dengan berusaha semaksimal mungkin memastikan keberangkatan ibadah haji dengan cara mendaftar dan mendapatkan nomor porsi haji. Calon jamaah haji harus membayar Rp. 25.000.000,- dan sudah bisa dipastikan tahun keberangkatan. Ketentuan ini berlaku setelah fatwa dikeluarkan oleh Dewan Syari'ah Nasional No.29/DSN-MUI/VI/2002 tentang Pembiayaan Pengurus Haji Lembaga Keuangan Syari'ah.

Untuk mengatasi masalah masyarakat yang berkeinginan berangkat ibadah haji tetapi terkendala oleh biaya yang lumayan besar ini, peranan Lembaga Keuangan Syari'ah dibutuhkan. Respon sangat positif dari masyarakat adanya dana pembiayaan haji bisa menjembatani masalah ini. Di Indonesia banyak Lembaga Keuangan Syari'ah yang bersaing dan berlomba-lomba membuat produk dan memberikan layanan kepada masyarakat. Antara lain produk yang dibuat adalah produk pembiayaan, penghimpun dana dan produk jasa.

Menurut PP No.9 tahun 1995, tentang pelaksanaan simpan pinjam oleh koperasi, pembiayaan adalah: “penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan itu, berdasarkan tujuan atau kesepakatan pinjam-meminjam antara koperasi dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan disertai pembayaran sejumlah imbalan”.¹

Pembiayaan haji adalah salah satu produk pembiayaan Lembaga Keuangan Syari'ah yang dapat membantu para calon jamaah untuk segera mendapatkan nomor porsi haji. Dasar yang melandasinya adalah fatwa Dewan Syari'ah Nasional No.29/DSN-MUI/VI/2002 sebagai berikut: “Dalam pengurusan haji bagi anggota, Lembaga Keuangan Syari'ah dapat memperoleh imbalan jasa ujah dengan menggunakan prinsip ijarah sesuai fatwa Dewan Syari'ah Nasional No.9/DSN-MUI/IV/2000. Apabila diperlukan, Lembaga Keuangan Syari'ah dapat membantu menalangi

¹Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Mal wa al-Tamwil*. (Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia Press, 2004), 163-164.

pembayaran BPIH anggota dengan menggunakan prinsip qard sesuai fatwa Dewan Syari'ah Nasional No.19/DSN-MUI/IV/2001.²

Setiap Lembaga Keuangan Syari'ah mempunyai cara tersendiri dalam memfasilitasi pembiayaan ini. Di Kopsyah BMT NU Ngasem Jawa Timur Cabang Sroyo dengan cara menggunakan pembiayaan kafalah haji.

BMT tidak ditunjuk sebagai perantara pendaftaran jamaah haji ke Kemenag RI, jadi BMT tidak bisa mendaftarkan anggota yang ingin berangkat haji. Karena BMT lembaga non-Kopsyahidan sudah ada Kopsyah-Kopsyahiyang ditunjuk sebagai perantara pendaftaran jamaah haji ke Kemenag RI. Maka dari itu Kopsyah BMT NU Ngasem Jawa Timur Cabang Sroyo bekerja sama dengan CIMB Niaga Syariah, Kopsyah Indonesia, KopsyahPanin Dubai Syariah yan telah ditunjuk oleh Kemenag RI untuk bisa mendaftarkan haji.

Kopsyah BMT NU Ngasem Jawa Timur Cabang Sroyo pastinya memerlukan strategi untuk pemasaran produknya yaitu dana pembiayaan kafalah haji agar bisa menarik anggota yang ingin berangkat haji dan memuaskan anggota tersebut.

Suatu BMT dikatakan berhasil dan maju itu tidaklah lepas dari kepuasan anggota. Anggota adalah raja, sehingga BMT harus melayani dan memenuhi seluruh keinginan anggota. Adapun cara untuk menumbuhkan rasa kepuasan anggota antara lain meyakinkan produk kafalah haji kepada anggota, melayani dengan ramah, sopan, dan baik, mendaftarkan dan mengantarkan anggota untuk daftar haji ke Kemenag, serta membantu untuk melengkapi persyaratan pendaftaran haji. Apabila itu terlaksanakan, maka akan menimbulkan kepuasan anggota.

Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara hasil kerja produk atau jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan. Jika pemilik produk kinerjanya baik dan memenuhi harapan maka anggota akan membeli produk tersebut. Dan sebaliknya jika tidak sesuai harapan maka anggota tidak puas dan bisa menyebabkan anggota pindah.

Kepuasan dan ketidakpuasan anggota pada suatu produk akan mempengaruhi tingkah laku anggota selanjutnya. Jika anggota merasakan kepuasan pastinya akan membeli produk itu kembali, bahkan akan mengajak sanak saudara ataupun teman untuk membeli produk tersebut. Dan jika anggota tidak puas dengan produk tersebut maka anggota akan mencari informasi produk yang sejenis ke BMT lain yang menyediakan produk kafalah haji. Kemudian akan membeli produk baru yang mampu memberikan kepuasan dan meninggalkan produk yang lama.

²Majelis Ulama Indonesia, *Himpunan Fatwa Dewan Syari'ah Nasional MUI Jilid 1*. (Jakarta: CV.Gaung Persada, 2006), 176.

Oleh karena itu, berhubung penyusun juga sebagai anggota Kopsyah BMT NU Ngasem maka akan mengadakan penelitian pengaruh produk pembiayaan kafalah haji terhadap kepuasan anggota di Kopsyah BMT NU Ngasem Jawa Timur Cabang Sroyo yang berdampak pada pencapaian keberhasilan perusahaan.

Kajian Teori

1. Pengertian Produk

Produk merupakan titik pusat dari kegiatan pemasaran karena produk merupakan hasil dari suatu perusahaan yang dapat ditawarkan ke pasar untuk dikonsumsi dan merupakan alat dari suatu perusahaan untuk mencapai tujuan dari perusahaannya. Suatu produk harus memiliki keunggulan dari produk-produk yang lain baik dari segi kualitas, desain, bentuk, ukuran, kemasan, pelayanan, garansi, dan rasa agar dapat menarik minat konsumen untuk mencoba dan membeli produk tersebut.

Produk yaitu segala sesuatu yang ditawarkan, dimiliki, dipergunakan, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan termasuk didalamnya adalah fisik, jasa, orang, tempat, organisasi serta gagasan.

Menurut Fandy Tjiptono produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.³

Pengertian produk menurut Stanton adalah suatu produk adalah kumpulan dari atribut-atribut yang nyata maupun tidak nyata, termasuk di dalamnya kemasan, warna, harga, kualitas dan merk ditambah dengan jasa dan reputasi penjualannya.⁴

Jadi dapat disimpulkan, produk adalah barang atau jasa yang ditawarkan oleh produsen kepada konsumen guna memenuhi kebutuhan di pasar. Produk yang ditawarkan produsen harus aman untuk dikonsumsi. Artinya teruji kehalalannya. Karena sesuatu yang dikonsumsi halal akan membawa keberkahan dalam hidup.

2. Produk Koperasi Syari'ah

Produk koperasi syari'ah memakai dua akad yang terbagi menjadi dua jenis, yaitu penghimpunan dana (simpanan) dan penyaluran dana (pembiayaan). Akad yang terdapat dalam penghimpunan dana adalah sebagai berikut:⁵

³ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*. (Yogyakarta : Andi, 1997).

⁴ William Stanton, *Prinsip Pemasaran*. (Jakarta : Airlangga, 1996).

⁵ Nur Syamsudin Buchori, *Koperasi Syariah Teori dan Praktik*, (Tangerang: Pustaka Aufa Media, 2012), 17.

a. Penghimpunan Dana

- 1) *Mudharabah* akad dalam penghimpunan dana, dimana penyimpan dana bertindak sebagai *shahibul maal* dan koperasi syari'ah sebagai *mudharib*, atas dasar kepercayaan serta *mudharib* memberikan nisbah kepada *shahibul maal* atas pengelolaan dana tersebut. *Mudharabah* ada dua macam yaitu:
- 2) *Wadiah* adalah titipan murni dari pihak *shahibul maal* kepada pihak koperasi, yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja saat penitip menghendakinya.

b. Penyaluran Dana

Yang terdapat dalam penyaluran dana atau pembiayaan yaitu:

- 1) Jual beli *al-bai'* yaitu penyaluran dana yang diwujudkan dalam jual beli. Dalam hal ini terdapat tiga akad yaitu *murabahah*, *salam*, dan *istisna*.
 - a) Jual beli *murabahah* adalah akad jual beli atas suatu barang dengan harga pokok barang ditambah dengan keuntungan yang disepakati.
 - b) Jual beli *salam* adalah akad jual beli barang dengan pesanan dimana pembayaran dibayarkan terlebih dahulu (pada saat akad disepakati), kemudian barang diserahkan dengan jangka waktu yang disepakati.
 - c) Jual beli *istisna* adalah akad jual beli dalam bentuk pembuatan suatu barang dengan ketentuan dan persyaratan sesuai yang telah disepakati oleh pemesan dan penjual, pembayaran dilakukan tanpa uang muka.
- 2) *Kerjasama syirkah* merupakan kerjasama antara anggota dengan koperasi syari'ah dalam bentuk akad *mudharabah* dan *musyarakah*.
 - a) Akad *mudharabah* adalah akad kerjasama antara koperasi syari'ah selaku *shahibul maal* dengan anggota selaku *mudharib* yang produktif dan halal, dengan adanya bagi hasil yang telah disepakati bersama.
 - b) Akad *musyarakah* adalah kerjasama antar koperasi syariah dengan anggota, dimana masing-masing berkontribusi dalam usaha dan menyetorkan sebagian modal.

3. Kualitas Produk

Kualitas produk dapat berbentuk tambahan dari suatu produk, kualitas produk biasanya diukur secara subjektif oleh masing-masing individu dalam hal konsumen yang menunjukkan adanya perbedaan kualitas produk menuntut karakter fleksibel agar dapat menyesuaikan diri dengan pasar. Perencanaan produk harus memikirkan produk pada tiga tingkat. Tingkat paling dasar adalah produk inti, produk inti terdiri dari jasa untuk memecahkan masalah atau

manfaat yang dicari konsumen yang membeli suatu produk. Jadi, ketika merancang produk, terlebih dahulu pemasaran harus menetapkan manfaat yang diberikan produk bagi konsumen. Kemudian perencanaan produk harus menyusun produk yang aktual selain produk inti, produk aktual mempunyai lima macam karakteristik, yaitu tingkat mutu, sifat, desain, nama merk, dan kemasan. Perencanaan produk harus menyusun produk tambahan selain produk inti dan produk aktual dengan menawarkan servis dan manfaat bagi konsumen.⁶

Menurut iTjiptono dimensi kualitas produk meliputi:

- a. Kinerja, yaitu karakteristik koperasi pokok dari produk inti yang dibeli. Misalnya kecepatan, konsumsi bahan bakar, jumlah penumpang yang diangkut, kemudahan dan kenyamanan dalam mengemudi.
- b. Keistimewaan tambahan, yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
- c. Keandalan, yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal pakai.
- d. Kesesuaian dengan spesifikasi, yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
- e. Daya tahan, berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan.
- f. Estetika, yaitu daya tarik produk terhadap panca indra.

4. Pelayanan

Menurut Ratminto dan Atik, pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan.

Sementara Ivancevich, Lorensi, Skinner dan Crosby mendefinisikan, pelayanan merupakan produk yang tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang melibatkan usaha-usaha manusia dan menggunakan peralatan.

- a. Etika pelayanan anggota.

Telah kita ketahui bahwa dalam memberikan pelayanan pegawai koperasi syari'ah selalu dituntut agar dapat memuaskan anggota tanpa melanggar harga diri atau etika. Dalam memberikan pelayanan juga diperlukan etika, sehingga kedua belah pihak baik tamu maupun pegawai koperasi syari'ah dapat saling menghargai. Secara umum etika pelayanan yang dapat diberikan oleh pegawai koperasi syari'ah dalam rangka pelayanan adalah sebagai berikut:

⁶ Kasmir, *Pemasaran Kopsyah*. (Jakarta: Kencana, 2005), 143.

- 1) Mengucapkan salam pada saat bertemu dengan anggota, seperti selamat pagi, selamat siang, atau selamat sore. Jika kita sudah atau agama anggota, misalnya muslim, maka ucapkan *assalamualaikum*.
- 2) Setelah mengucapkan salam, segera mempersilahkan tamu untuk masuk atau duduk dengan sopan atau suruh menunggu sebentar.
- 3) Baik dalam mengucapkan salam maupun mempersilahkan tamu masuk atau duduk selalu dengan ramah dan murah senyum.
- 4) Bertanya tentang keperluan anggota secara ramah, sopan dan lemah lembut.
- 5) Biasanya mengucapkan tolong atau maaf saat meminta anggota mengisi formulir atau menunggu sesaat.
- 6) Ucapan kata terima kasih apabila anggota memberikan saran atau hendak pamit setelah menyelesaikan masalahnya.

b. Indikator pelayanan

- 1) Kepastian, bentuk kepastian dari suatu pelayanan sangat ditentukan oleh jaminan dari pegawai yang memberikan pelayanan, sehingga orang yang menerima pelayanan merasa puas dan yakin bahwa segala bentuk urusan pelayanan yang dilakukan atas tuntas dan selesai dengan kecepatan, ketepatan, kemudahan, kelancaran, dan kualitas layanan yang diberikan.
- 2) Ketanggapan, suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
- 3) Empati, memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.
- 4) Keandalan, kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi.

5. Produk Pembiayaan *Kafalah* Haji

Secara bahasa, *kafalah* berasal dari kata bahasa Arab *kafala* yang berarti menanggung.⁷ Sedangkan secara bahasa *Kafalah* berarti *Addhman* (jaminan), *hamalah* (beban), *zama'ah* (tanggungan). *Kafalah* dapat diartikan jaminan yang diberikan oleh penanggung kepada pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban pihak kedua atau yang ditanggung.⁸

⁷ Mahmud Yunus, *Kamus Arab-Indonesia*. (Jakarta: Hidakarya Agung, 1989), 379.

⁸ M. Nadrattuzaman Hosen, *Kamus Populer Keuangan dan Ekonomi Syari'ah*. (Jakarta: pks publishing, 2007), 52.

Dalam perspektif Madzhab Hanafi, *kafalah* itu memiliki dua makna, yaitu pertama *kafalah* berarti menggabungkan *dzimah* kepada *dzimah* yang lain dalam penagihan dengan jiwa, utang atau zat benda, dan kedua, *kafalah* berarti menggabungkan *dzimah* kepada *dzimah* yang lain dalam pokok utang. Sedangkan dalam pandangan Madzhab Maliki, *kafalah* berarti orang yang mempunyai hak mengerjakan tanggungan pemberi beban serta bebannya sendiri yang disatukan, baik menanggung pekerjaan yang sesuai maupun pekerjaan yang berbeda. Menurut Madzhab Hambali mengartikan *kafalah* dengan *iltizam*, sesuatu yang diwajibkan kepada orang lain serta kekekalan benda tersebut atau *iltizam* orang yang mempunyai hak. Adapun Madzhab Syafi'i mengartikan *kafalah* dengan akad yang menetapkan *iltizam* yang tetap pada tanggungan (beban) yang lain atau menghadirkan benda oleh orang yang berhak menghadirkannya. Berdasarkan definisi-definisi tersebut dapat ditarik kesimpulan pengertian yang lebih operasional bahwa yang dimaksud dengan *kafalah* ialah menggabungkan dua beban (tanggungan) dalam permintaan dan utang.

6. Kepuasan Anggota

Menurut Tjiptono, kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidakpuasan yang dirasakan antara harapan sebelumnya atau harapan kerja lainnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah memakainya.⁹

Kepuasan anggota koperasi sebagai perbandingan antara layanan yang diharapkan dan kinerja. Kepuasan adalah suatu jenis dari langkah perjalanan suatu pengalaman yang menyenangkan menjadi tidak puas karena kesenangan, bukan seperti kesenangan yang dikira atau diharapkan. Maka kepuasan atau ketidakpuasan bukan suatu emosi, tetapi evaluasi dari suatu emosi.

Sedangkan Kotler mengatakan kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan hasil kinerja yang dirasakan atau dibandingkan dengan harapannya.¹⁰

Dari pengertian tersebut dapat dimengerti, bahwa anggota koperasi setelah akan melakukan perbandingan antara harapan sebelum bergabung menjadi anggota koperasi dengan keadaan sesungguhnya setelah bergabung menjadi anggota koperasi.

Keputusan-keputusan anggota untuk memilih produk yang dibuat oleh koperasi sangat kompleks, pengurus koperasi haruslah mengetahui bagaimana menentukan kebutuhan anggota, apa produk koperasi yang akan membantu anggota, hingga bagaimana cara implementasinya.

⁹ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran edisi 3*. (Yogyakarta : Andi, 2008)

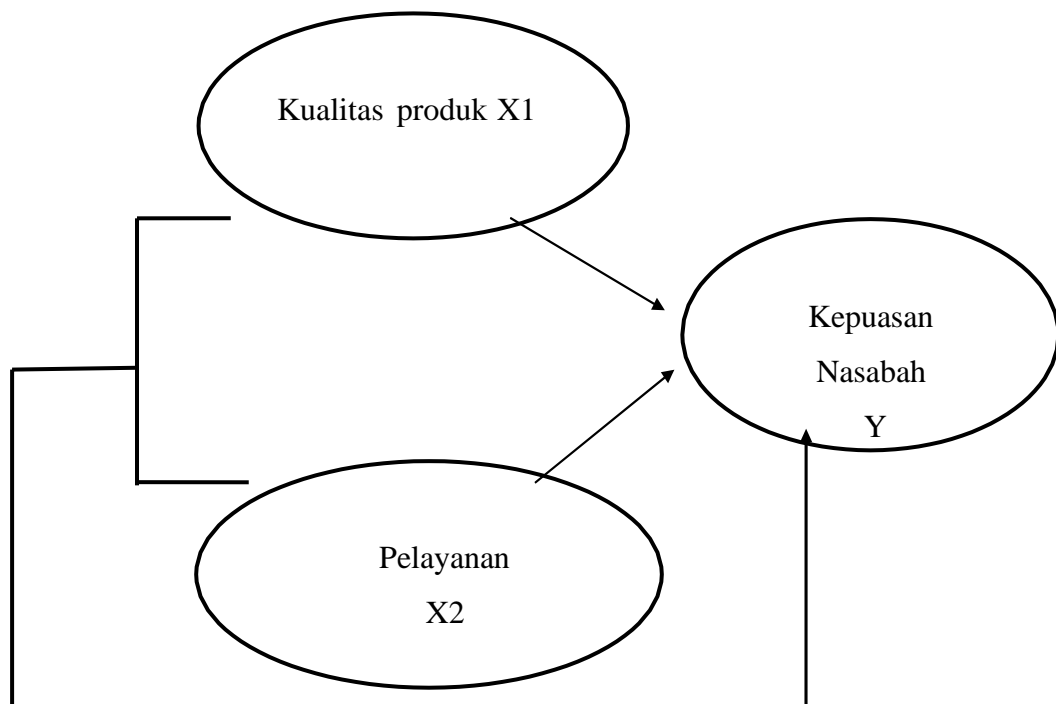
¹⁰ Kotler, *Manajemen Pemasaran edisi 4*. (Bandung : Erlangga, 1985).

Dengan menyadari bahwa keputusan anggota tidaklah berakhir dengan suatu pemilihan produk, tetapi selama proses pengambilan keputusan itu berlangsung. Produk itu akan dipelajari dan dipertimbangkan untuk dievaluasi secara teliti oleh anggota.

Kerangka Berpikir

Berikut adalah ilustrasi dari model penelitian atau kerangka berpikir yang akan diteliti. Kerangka ini menjelaskan keterkaitan antar variable yaitu produk pembiayaan *kafalah* haji dan kepuasan anggota koperasi syari'ah.

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir



Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk pertanyaan. Hipotesis adalah dugaan-dugaan sementara atau jawaban sementara atas penelitian yang memerlukan data untuk menguji kebenaran dugaan tersebut, maka hipotesis penelitiannya adalah:

1. Diduga kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan anggota.
2. Diduga pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan anggota.
3. Diduga kualitas produk dan pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan anggota.

Metode penelitian

A. Rancangan penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian survei lapangan, penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif dilakukan dengan mengumpulkan data yang berupa angka. Data yang berupa angka tersebut kemudian diolah dan dianalisis untuk mendapatkan suatu informasi ilmiah dibalik angka-angka tersebut.¹¹

Penelitian yang menekankan analisisnya pada data-data numerikal (angka) yang diolah dengan metode statistika. Pada dasarnya pendekatan kuantitatif dilakukan pada penelitian inferensial (dalam rangka pengujian hipotesis) dan menyandarkan kesimpulan hasilnya pada suatu probabilitas kesalahan penolakan hipotesis nihil. Dengan metode kuantitatif akan diperoleh signifikansi hubungan variabel yang diteliti. Pada umumnya penelitian kuantitatif merupakan penelitian sampel besar.¹²

Metode kuantitatif yakni dengan melakukan penelitian berdasarkan perhitungan dengan sistem SPSS atau diolah menggunakan sistem statistika pada komputer dan berbentuk angka agar mengetahui hasil dari penelitian, penulis berharap dapat memperoleh data secara lengkap dan akurat sesuai hasil perhitungan.

B. Populasi Dan Sampel

Populasi merupakan generalisasi yang terdiri atas obyek dan subyek, yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu, yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan disimpulkan.¹³

Berdasarkan dari beberapa pendapat tersebut dapat diambil batasan pengertian bahwa populasi adalah keseluruhan unsur obyek sebagai sumber data dengan karakteristik tertentu dalam sebuah penelitian. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Anggota Kopsyah BMT NU Ngasem Jawa Timur Cabang Sroyo yang sudah membeli produk pembiayaan *kafalah* haji.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel ditarik dari populasi dengan pertimbangan ilmiah. Salah satu syaratnya bahwa

¹¹ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012), 20.

¹² Mohammad Fauzi editor Mohammad Nor Ichwan, *Metode Penelitian Kuantitatif*. (Semarang: Walisongo Press, 2009), 18.

¹³ Dadang Kuswana, *Metode Penelitian Sosial*. (Bandung: Pustaka Setia, 2011), 130.

penarikan sampel harus terukur dan representatif. Sampel merupakan sebagian atau wakil populasi yang akan diteliti.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *simple random sampling*. Teknik *simple random sampling* ini termasuk dalam teknik probability sampling, dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

Teknik ini dipilih dengan memperhatikan beberapa kriteria inklusi yaitu anggota Kopsyah BMT NU Ngasem Jawa Timur Cabang Sroyo, bersedia menjadi responden. Serta kriteria eksklusi yaitu anggota Kopsyah BMT NU Ngasem Jawa Timur Cabang Sroyo yang tidak melakukan transaksi dan mengalami gangguan jiwa. Sehingga, sampel yang diambil dapat mewakili karakteristik populasi yang diinginkan.

Populasi pendaftar produk *kafalah* haji di Kopsyah BMT NU Ngasem Jawa Timur Cabang Sroyo berjumlah 207 anggota (data diambil pada 20 Juli 2021)¹⁴ dan peneliti hanya menggunakan sampel dari populasi, yakni 136 anggota. 136 anggota ini berdasarkan hasil perhitungan minimum 0,01% dari populasi (207 anggota). Untuk lebih akuratnya, peneliti mengambil 136 Anggota.

C. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian, teknik pengumpulan data merupakan faktor penting demi keberhasilan penelitian. Metode pengumpulan data merupakan teknik atau cara yang dilakukan untuk mengumpulkan data. Teknik yang dipergunakan dalam proses pengumpulan data dalam penelitian ini terdiri atas metode:

1. Observasi

Observasi adalah pengamatan langsung atau peninjauan secara cermat di lapangan atau lokasi penelitian yang sedang dilakukan. Observasi dilakukan bertujuan untuk mendapatkan data-data kongkret di tempat penelitian. Observasi digunakan dalam melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam.

2. Kuesioner (Angket)

Kuesioner atau angket adalah teknik pengumpulan data dengan memberikan suatu daftar pertanyaan atau pernyataan untuk dijawab oleh para responden. Dalam hal ini, jumlah maupun kualifikasi para responden ditentukan berdasarkan dengan metode pengambilan sampel. Cara pengumpulan data ini dipilih dengan harapan bahwa peneliti, melalui

¹⁴ Hasil wawancara dengan Direktur Kopsyah BMT NU Jawa Timur Cabang Sroyo, Selasa, 20 Juli 2021 Pukul 11:00.

jawaban responden mampu memperoleh informasi yang relevan dengan permasalahan yang dikaji dan mempunyai derajat yang tinggi. Jumlah pertanyaan yang ada, diambil dari masing-masing item yang diperoleh dari masing-masing indikator variabel, baik indikator independen maupun variabel dependen. Angket diberikan langsung kepada responden dengan tujuan agar lebih efektif dan efisien menjangkau jumlah sampel dan mudah memberikan penjelasan berkenaan dengan pengisian angket tersebut. Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian ini menggunakan skala Likert dengan skor 1-5, Jawaban responden berupa pilihan 5 (lima) alternatif yang ada yaitu:

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data melalui metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumensi peraturan-peraturan dan sebagainya. Dokumentasi ini digunakan untuk mendapatkan keterangan dan penerangan pengetahuan dan bukti.

1. Uji Kualitas Data

a. Uji validitas

Berdasarkan output di atas diketahui untuk r hitung X1 yaitu pada P1 sebesar 0,766, P2 sebesar 0,632, P3 sebesar 0,666, P4 sebesar 0,632, r hitung X2 yaitu pada P5 sebesar 0,606, P6 sebesar 0,575, P7 sebesar 0,186, P8 sebesar 0,559, r hitung untuk Y yaitu pada P9 sebesar 0,666, P10 sebesar 0,826, P11 sebesar 0,561, P12 sebesar 0,333. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pernyataan no.1 sampai no. 12 adalah valid karena nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel yaitu 0,168. Jadi dapat disimpulkan bahwa item pernyataan yang berjumlah 12 dinyatakan signifikan.

b. Uji reliabilitas

Dari tabel di atas untuk reliabilitas dapat dilihat bahwa nilai cronbach's alfa masing-masing item X1 yaitu 0,597, cronbach's alfa masing-masing item X2 yaitu 0,129, cronbach's alfa masing-masing item Y yaitu 0,124, secara keseluruhan instrumen dinyatakan reliabel karena nilai alfa yang sudah mendekati indeks 1 semakin mendekati indeks 1, maka tingkat reliabel semakin baik. Jadi sebagai kesimpulan maka 12 item pernyataan dari 3 variabel yang digunakan telah memenuhi syarat reliabilitas.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang telah distandarisasi pada model regresi normal atau tidak. Data berdistribusi normal jika data akan mengikuti arah garis diagonal dan menyebar disekitar garis diagonal. Nilai residual dikatakan berdistribusi normal jika nilai residual terstandarisasi tersebut sebagian besar mendekati nilai rata-rata. Berikut adalah hasil uji normalitas dengan menggunakan pengelolaan SPSS:

Berdasarkan gambar di atas, terlihat bahwa penyebaran data, menyebar disekitar garis diagonal yang berarti bahwa data berdistribusi normal atau model regresi memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak heteroskedastisitas. Dasar analisisnya jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas. Sedangkan jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi

Pada gambar di atas, grafik scatterplot menunjukkan bahwa data tersebut di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y dan tidak terdapat suatu pola yang jelas pada penyebaran data tersebut. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak digunakan untuk memprediksi kepuasan anggota berdasarkan variabel yang mempengaruhinya, yaitu kualitas produk dan pelayanan.

3. Uji Hipotesis

a. Analisis regresi

Analisis regresi ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negative dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen

mengalami kenaikan atau penurunan. Adapun hasil regresi dari data primer yang diolah dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Berdasarkan tabel di atas dapat diperoleh model regresi linear sebagai berikut:

$$Y=6,481+0,458X_1+0,004X_2+e$$

Dari hasil pengujian regresi linear menunjukkan bahwa koefisien bertanda positif.

b. Uji T

Hasil uji statistik T dapat dilihat pada tabel, jika nilai probality T lebih kecil dari 0,05 maka Ha diterima dan menolak Ho, sedangkan jika probability T lebih besar dari 0,05 maka Ho diterima dan menolak Ha.

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai T hitung dari setiap variabel.

- 1) Variabel kualitas produk diperoleh nilai T hitung sebesar 6,345 dengan nilai sig 0,000. Secara statistik menunjukkan hasil bahwa nilai T hitung lebih besar dari pada T tabel yakni sebesar 1,65630 dan nilai sig lebih kecil dari 0,05. Maka Ho ditolak dan Ha diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan anggota pada Kopsyah BMT NU Ngasem Jawa Timur Cabang Sroyo.
- 2) Variabel pelayanan diperoleh nilai T hitung sebesar 0,039 dengan nilai sig 0,969. Secara statistik menunjukkan hasil bahwa nilai T hitung lebih kecil dari pada T tabel yakni 1,65630 dan nilai sig lebih besar dari 0,05. Maka Ho diterima dan Ha ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan anggota pada Kopsyah BMT NU Ngasem Jawa Timur Cabang Sroyo.

c. Uji F

Adapun pengujian dalam uji simultan yaitu dengan menggunakan suatu tabel yang disebut dengan tabel ANOVA (Analysis of Variance). Berikut adalah hasil dari uji Simultan.

Berdasarkan tabel diatas nilai F hitung sebesar 21,619 dengannilai tingkat signifikan 0,000. Karena nilai signifikan lebih kecil dari $0,000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak atau H_a diterima dan dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk dan pelayanan berpengaruh secara simultan (secara bersama-sama) terhadap variabel kepuasan anggota pada Kopsyah BMT NU Ngasem Jawa Timur Cabang Sroyo.

Pembahasan

Berdasarkan analisis data yang telah diuji dalam penelitian ini, maka dapat dijelaskan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan anggota, sedangkan pada variabel pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan anggota hal ini di buktikan dengan nilai T hitung lebih kecil dari pada T tabel yakni sebesar 1,65630 dan nilai sig lebih besar dari 0,05, sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan anggota. Pada uji simultan menunjukkan bahwa kualitas produk dan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan anggota hal ini terbukti karena nilai sig lebih kecil dari $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dari hasil penelitian diperoleh variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan anggota adalah variabel Kualitas Produk dengan nilai T hitung 6,345.

Dan berdasarkan nilai F hitung sebesar 21,619 dengannilai tingkat signifikan 0,000. Karena nilai signifikan lebih kecil dari $0,000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak atau H_a diterima dan dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk dan pelayanan berpengaruh secara simultan (secara bersama-sama) terhadap variabel kepuasan anggota pada Kopsyah BMT NU Ngasem Jawa Timur Cabang Sroyo.

Simpulan

Berdasarkan rumusan masalah dan hasil hipotesis yang telah diajukan dengan model regresi linier maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dengan berdasarkan nilai F hitung sebesar 21,619 dengannilai tingkat signifikan 0,000. Karena nilai signifikan lebih kecil dari $0,000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak atau H_a diterima dan dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk pembiayaan *kafalah* haji dan pelayanan berpengaruh secara simultan (secara bersama-sama) terhadap variabel kepuasan anggota Kopsyah BMT NU Ngasem Jawa Timur

Cabang Sroyo.

2. Hubungan produk pembiayaan *kafalah* haji dengan kepuasan anggota Kopsyah BMT NU Ngasem Jawa Timur Cabang Sroyo yaitu memiliki hubungan yang positif dengan hasil pengujian regresi linear menunjukkan bahwa koefisien bertanda positif total 14.090.

DAFTAR PUSTAKA

- Anshori, A. G. 2007. *PerKopsyahan Syariah Di Indonesia*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Arifin, Ardiansyah. 2015. *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Akad Kafalah Bi Al-Ujrah Pada Produk Pembiayaan Kafalah Haji (Pkh) Di Koperasi Jasa Keuangan Syari'ah Bmt-Ugt Sidogiri Cabang Surabaya*. Undergraduate Thesis, Uin Sunan Ampel Surabaya.
- Arikunto, Suharsimi. 2009. *Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Buchori, Nur S. 2009. *Koperasi Syariah*. Sidoarjo: Masmmedia Buana Pustaka.
- Buchori, Nur Syamsudin. 2012. *Koperasi Syari'ah Teori dan Praktik*. Tangerang: Pustaka Aufa Media.
- Cahyani, Indah Gita. 2015. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Anggota Pada Bmt ALHikmah Cabang Karangjati*. Skripsi. Yogyakarta: UIN Walisongo Semarang.
- Hasil wawancara dengan Manager Kopsyah BMT NU Jawa Timur Cabang Sroyo. Selasa, 20 Juli 2021 Pukul 11:00.
- Herdiansyah, Haris. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Hosen, Nadrattuzaman. 2007. *Kamus Populer Keuangan dan Ekonomi Syari'ah*. Jakarta: pks publishing.
- Izwa, Saifuddin. 1997. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Kuswana, Dadang. 2011. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Pustaka Setia.
- Kotler. 1985. *Manajemen Pemasaran Edisi Keempat*. Bandung: Penerbit Erlangga.
- Lupiyoadi. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*. Jakarta: Salemba Empat.
- Majelis Ulama Indonesia. 2006. *Himpunan Fatwa Dewan Syari'ah Nasional MUI Jilid 1*. Jakarta: CV. Gaung Persada.
- Martono, Nanang. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Ridwan, Muhammad. 2004. *Manajemen Baitul Mal wa al-Tamwil*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia Press.
- Sauri, Supian. 2016. *Analisis pengaruh kualitas pelayanan islami terhadap kepuasan dan kepercayaan anggota di pusat koperasi syari'ah alkamil jawa timur*. Masters thesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Stanton, William J. 1996. *Prinsip Pemasaran jilid I edisi ketujuh*. Jakarta: Erlangga.
- Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Wijaya, Tony. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta Barat: PT INDEKS.

Yunus, Mahmud. 1989. *Kamus Arab-Indonesia*. Jakarta: Hidakarya Agung.

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