

Pengaruh Kualitas Layanan Islami dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Jasa Keuangan Syariah BMT Buana Sukoharjo

Kholis Miftah Izzudin

Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia

Email correspondence: kholismiftahizzudin@gmail.com

Abstract

This study aims to (1) To determine the quality of Islamic services affects the satisfaction of BMT Buana members partially. (2) To determine the effect of trust on the satisfaction of BMT Buana members partially. (3) To determine the quality of Islamic services and trust affect the satisfaction of BMT Buana members simultaneously. The method used by this study is a kuantitative approach with a sample and population approach. Data analysis collection techniques using data collection techniques used are field research where researchers will go directly into the field and data in this study will be collected by distributing questionnaires designed according to the research objectives. And the data analysis techniques used in this study are data collection, data presentation, conclusion drawing and making decisions on the basis of analysis that has been attempted. The results of this study show that simultaneously the quality of Islamic services and trust has a significant effect on member satisfaction. Partially, the quality of Islamic services has a tcaling value of $> t_{table}$, which is $4,835 > 2,013$ and a trust value with a tcaling value of $> t_{table}$, which is $3,225 > 2,013$, meaning that it has a conclusion that both have a significant effect on member satisfaction.

Keywords: *Islamic Service Quality, trust, member satisfaction, BMT Buana Sukoharjo*

Citation suggestions: Izzudin, K. M. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan Islami dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Jasa Keuangan Syariah BMT Buana Sukoharjo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam dan General*, 3(01), 250-258. doi: -

DOI: -

1. PENDAHULUAN

Lembaga keuangan syariah yang ada di Indonesia baik bank maupun non bank memiliki peranan penting bagi perekonomian Indonesia saat ini. Pemerintah terus berusaha untuk meningkatkan kekuatan pasar keuangan syariah di Indonesia. Dalam usahanya tersebut setiap lembaga keuangan syariah diharapkan dapat menyeluruh kepada lapisan masyarakat guna memperluas pasar keuangan syariah itu sendiri. Pelaksanaan dari usaha pemerintah sebetulnya sudah lama untuk diterapkan di Indonesia. Secara kelembagaan baik bank syariah maupun non bank syariah mempunyai kewajiban masing-masing. Salah satu lembaga keuangan syariah non bank yaitu Baitul Mal Wa Tamwil (BMT). BMT merupakan salah satu bentuk pelayanan lembaga keuangan syariah non bank yang memiliki peran penting pada sektor ekonomi mikro. Kehadiran BMT diharapkan dapat menjadi kekuatan dan berkembangnya bisnis usaha mikro dalam pengentasan kemiskinan.

Secara operasional BMT hampir sama dengan bank syariah yang terdiri dari penghimpunan dana dari masyarakat (*funding*) dan penyaluran dana (*financing*) sebagai bentuk usaha BMT itu sendiri. Salah satu pembedanya adalah segmentasi pasarnya dimana BMT lebih menjangkau masyarakat menengah ke bawah. Secara hukum dan kelembagaan di Indonesia, BMT berada dibawah naungan Kementrian Koperasi dan UKM, melalui peraturan Menti Koperasi dan UKM Nomor: 16/Per/M-KUKM/IX/2015 telah merestrukturisasi badan hukum untuk semua BMT menjadi Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS). Sebelum di terbitkan peraturan tersebut ada beberapa badan hukum yang menangui yaitu Koperasi Simpan Pinjam (KSP), Koperasi Serba Usaha (KSU), dan Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS). Walaupun BMT memiliki badan hukum koperasi, didalam pelaksanaannya antara BMT dan Koperasi Konvensional tentu muncul perbedaan yang

mendasar yaitu terletak pada aspek operasionalnya, pada BMT dengan jelas mengharamkan bunga dan mengusung etika islami dengan melihat aturan halal dan haram dalam melakukan usahanya. Pengawasan kinerja BMT dibawah pengawasan Dewan Pengawas Syariah (DPS), menerapkan prinsip bagi hasil atau jual beli serta mempunyai fungsi sebagai lembaga zakat.

Berbeda dengan koperasi konvensional masih memberikan bunga pada setiap anggota koperasi sebagai keuntungan koperasi. Pengawasan kinerja koperasi hanya diawasi oleh pengurus yang mengelola koperasi, memberlakukan sistem kredit barang atau uang pada penyaluran produknya, maksudnya adalah koperasi konvensional tidak mengetahui apakah uang (barang) yang digunakan anggota koperasi untuk melakukan usaha mengalami rugi/tidak. Terakhir berbeda dengan koperasi syariah, koperasi konvensional tidak menjadikan usahanya sebagai penerima dan penyalur zakat.

Dari awal kemunculannya hingga saat ini, pertumbuhan BMT di Indonesia cukup pesat perkembangannya. Angka pertumbuhan BMT menurut data Perhimpunan BMT Indonesia (PBMTI), terdapat 4.500 BMT tahun 2015 yang melayani 3,7 juta orang dengan aset sekitar Rp 16 triliun yang dikelola sekitar 20 ribu orang (Menkop Puspayoga, 2016). Namun pada tahun 2017 menurut ketua umum Perhimpunan Baitul Mal Wa Tamwil (PBMTI) Jularso mengungkapkan pada awal tahun tersebut pertumbuhan BMT dari sisi aset maupun jumlah anggota cenderung stagnan. Penyebab dari hal tersebut dikarenakan lembaga keuangan makro semakin banyak yang menyerang pasar mikro. Nasabah atau anggota merupakan elemen terpenting dalam upaya menjaga eksistensi BMT di masyarakat. Masyarakat menengah kebawah yang menjadi karakteristik anggota BMT lebih dominan. BMT dituntut untuk beroperasi secara maksimal sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan anggotanya sehingga akan meningkatkan tingkat kepuasan yang tinggi dari anggota terhadap BMT.

Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Semakin baik layanan yang diberikan kepada anggota, maka kepuasan anggota akan tumbuh. Sehingga akan menjadi kemudahan bagi BMT untuk menumbuhkan rasa percaya didalam diri anggota atau nasabah. Dalam persoalan kepercayaan terhadap BMT, kepercayaan tinggi yang diberikan akan menjadikan sesuatu yang besar bagi perjalanan jangka panjang BMT. Kepercayaan kepada anggota sangatlah penting supaya anggota selalu mempercayakan setiap kebutuhan kepada BMT, sehingga hubungan yang sudah terjalin akan bertahan dengan baik bahkan anggotanya memprioritaskan BMT sebagai pilihan utamanya.

Penulis melakukan pencarian data primer dengan mendatangi salah satu dari pihak BMT yaitu dengan ibu Eni Suprihatin, S.E selaku manajer BMT Buana, dan dari hasil wawancara penulis tersebut menghasilkan data bahwa jumlah anggota BMT yang cukup besar, belum bisa dipastikan bahwa tingkat kepuasan dan loyalitas anggota terhadap BMT juga akan tinggi. Dibalik itu masih terdapat anggota BMT yang tidak aktif bahkan menutup buku rekening simpanannya namun tidak terlalu banyak dibandingkan dengan jumlah yang ada. Walaupun begitu dari pihak BMT selalu berupaya tetap menjaga kualitas layanan islami dengan memasukkan dimensi syariah *compliance* sebagai salah tujuannya serta membangun kepercayaan yang lebih kepada Anggota supaya BMT ini terus berkembang semakin besar.

Berdasarkan kontradiktif (*Gap Analisis*) yang dilakukan oleh Ashraf (Include) menyatakan bahwa kualitas pelayanan islami tidak dapat dikesampingkan karena dapat meningkatkan keunggulan kompetitif dalam memperoleh kepuasan anggota. Sementara itu penelitian yang dilakukan oleh Ramadani (2017) menyebutkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepercayaan. Hasil ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Syarif dan Asnur (2019), yang mengatakan bahwa rendahnya kepercayaan anggota terhadap koperasi karena koperasi tidak dimasukkan dalam program pemerintah melalui Lembaga Penjamin Simpanan (LPS).

Melihat kenyataan yang ada dilapangan maka diperlukannya gambaran yang jelas guna mengukur seberapa besar pengaruh faktor kualitas layanan islami dan kepercayaan ini dalam mempengaruhi tingkat kepuasan anggota pada BMT Buana baik secara langsung maupun tidak langsung. Berdasarkan uraian latar belakang inilah yang menjadi ketertarikan penulis untuk melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Layanan Islami Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Jasa Keuangan Syariah BMT Buana Sukoharjo.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kualitas Layanan Islami

Kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah. Persaingan di era global ini dapat dimenangkan jika perusahaan dapat memberikan pelayanan dengan kualitas tinggi yang membuat berbeda dengan perusahaan sejenis. Ilmu mengenai kualitas layanan pada lembaga keuangan syariah telah dikembangkan oleh Othman dan Owen sebagai model CARTER. Inilah yang akan membedakan dengan kualitas layanan pada perusahaan keuangan umum atau lembaga konvensional lainnya (Othman dan Owen, 2001), yang menjadi sebuah indikator atau alat ukur mengenai kualitas layanan islami, sebagai berikut:

- a. *Compliance* (kepatuhan syariah)
Mengacu pada kepatuhan syariah adalah syarat wajib yang harus dilengkapi lembaga keuangan dalam hal menjalankan kegiatan usaha berdasarkan nilai syariah.
- b. *Assurance* (Jaminan/kepastian)
Mengacu pada keahlian karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas, keramah-tamahan, perkataan atau kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.
- c. *Reliability* (Kehandalan)
Mengacu pada kemampuan dalam memberikan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.
- d. *Tangibles* (Bukti Langsung)
Mengacu pada keahlian suatu lembaga dalam menunjukkan keberadaanya kepada pihak eksternal.
- e. *Empathy* (Empati / Perhatian Individual)
Mengacu pada sebuah kemampuan perusahaan dalam memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi kepada para pelanggan dengan usaha untuk memahami keinginan pelanggan.
- f. *Responsiveness* (Daya Tanggap)
Mengacu pada kemampuan atau kesiapan karyawan dalam membantu peningkatan kepuasan pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap.

2.2. Kepercayaan

Dalam pemahaman perilaku konsumen, kepercayaan konsumen dimaknai sebagai kecerdasan yang dimiliki oleh konsumen dan semua hasil yang dibuat konsumen bahwa produk mempunyai objek, atribut, dan manfaat. Objek dapat berupa produk, orang, perusahaan. Atribut adalah karakteristik yang bisa dimiliki atau tidak dimiliki oleh objek. Manfaat adalah hasil positif yang disematkan atribut kepada konsumen (Etta M Sangadji dan Sopiah, 2013), yang menjadi sebuah indikator atau alat ukur mengenai kepercayaan, sebagai berikut:

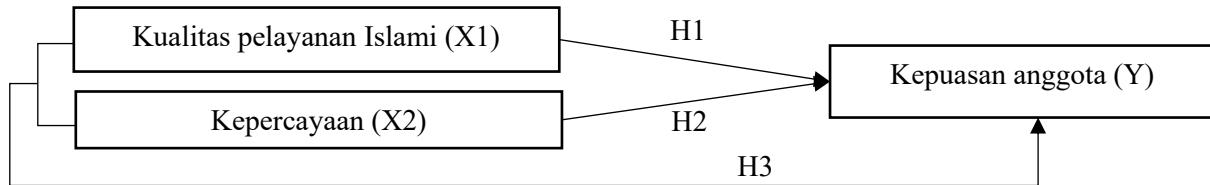
- a. *Ability* (Kemampuan)
- b. *Benevolence* (Kebaikan Hati)
- c. *Integrity* (Integritas)
- d. *Loyalty* (Loyalitas)
- e. *Openness* (Keterbukaan)

2.3. Kepuasan Anggota

Menurut Kotler dan Keller kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk. Jika kinerja produk tersebut tidak memenuhi ekspektasi, pelanggan tersebut tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang (Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, 2018). Beberapa indikator atau alat ukur kepuasan anggota menurut Tjiptono, (2013), sebagai berikut:

- a. Hubungan antara perusahaan dan pelangganya menjadi harmonis
- b. Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang
- c. Mendorong terciptanya loyalitas pelanggan
- d. Membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan
- e. Reputasi perusahaan menjadi baik di mata pelanggan

2.4. Kerangka Pemikiran



2.5. Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran yang ada, maka hipotesis disusun sebagai berikut:

H1 : Kualitas Layanan Islami berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Anggota

H2 : Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Anggota

H3 : Kualitas Layanan Islami dan Kepercayaan berpengaruh bersama sama signifikan terhadap Kepuasan Anggota

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan bersifat kuantitatif. Dalam penelitian ini data dikumpulkan menggunakan kuisioner. Dan untuk lokasi yang dipilih adalah BMT Buana di Sukoharjo. Populasi adalah kumpulan seluruh elemen baik itu produk, orang dan kejadian yang akan digunakan untuk membuat beberapa kesimpulan (Wijaya, 2013). Menurut Creswell (2014) dalam bukunya *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* Creswell menyatakan bahwa populasi penelitian adalah kelompok individu atau kejadian yang memiliki karakteristik tertentu dan di dalamnya peneliti tertarik untuk menghasilkan generalisasi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota dari BMT Buana. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini dengan teknik *Non-probability Sampling*, dan cara yang digunakan dalam teknik ini dengan metode *Purposive Sampling*. Calon responden harus memiliki kriteria tertentu. Kriteria pengambilan berdasarkan anggota BMT Buana. Dalam penelitian ini, untuk menentukan jumlah besarnya sampel yang akan diambil. Sebagaimana yang dijelaskan menurut (Ferdinand, 2014), sampel yang umumnya digunakan pada penelitian multivariate (penggunaan analisis regresi multivariate) adalah sebanyak 25 kali dari jumlah variabel independen yang digunakan dalam penelitian. Pada penelitian ini variabel independen berjumlah 2 yaitu variabel Kualitas Layanan Islami, dan Kepercayaan. Maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 50 sampel.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Butir Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
KLI_1	0,541	0,2353	Valid
KLI_2	0,499	0,2353	Valid
KLI_3	0,409	0,2353	Valid
KLI_4	0,602	0,2353	Valid
KLI_5	0,620	0,2353	Valid
KLI_6	0,620	0,2353	Valid
KLI_7	0,599	0,2353	Valid
KLI_8	0,658	0,2353	Valid
KLI_9	0,373	0,2353	Valid
KLI_10	0,443	0,2353	Valid
KLI_11	0,627	0,2353	Valid
KLI_12	0,755	0,2353	Valid
KLI-13	0,497	0,2353	Valid
KLI_14	0,442	0,2353	Valid
KLI_15	0,561	0,2353	Valid

Butir Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
K_1	0,795	0,2353	Valid
K_2	0,503	0,2353	Valid
K_3	0,705	0,2353	Valid
K_4	0,757	0,2353	Valid
K_5	0,492	0,2353	Valid
KA_1	0,653	0,2353	Valid
KA_2	0,788	0,2353	Valid
KA_3	0,805	0,2353	Valid
KA_4	0,708	0,2353	Valid

Sumber: data diolah 2023

Dari hasil tabel uji validitas menunjukkan bahwa semua butir pertanyaan seluruh variabel dalam penelitian ini, dinyatakan valid. Hal ini dibuktikan dengan diperolehnya korelasi $r_{hitung} > r_{tabel}$. Nilai 0.2353 ini diperoleh dari nilai r_{tabel} dengan jumlah sampel $N=50$ dan $df = N-2 = 48$.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Nilai Reliabilitas	Keterangan
1.	Kualitas Layanan Islami	0,835	Reliabel
2.	Kepercayaan	0,610	Reliabel
3.	Kepuasan Anggota	0,721	Reliabel

Sumber : data diolah 2023

Berdasarkan tabel hasil uji realibilitas menunjukkan untuk semua varibabel dinyatakan reliabel karena nilai dari *crorchbach alpha* dari seluruh variabel lebih besar dari 0,6.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		,0000000
	Std. Deviation		,75464502
Most Extreme Differences	Absolute		,110
	Positive		,093
	Negative		-,110
Test Statistic			,110
Asymp. Sig. (2-tailed)			,183 ^c
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			

Hasil uji dengan *one sample Kolmogorov-Smirnov Test* diatas menunjukan *Asymp.sig* sebesar 0,183 hasil ini jika dibandingkan dengan probobalitas 0,05 atau 5% menunjukan hasil yang lebih besar. Dalam hal ini p value $> 0,05$ atau $0,183 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini berdistrubsi normal.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients				Collinearity Statistics	
Model	B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF	
1 (Constant)	-3.055	2.049		-1.491	.143			
KL_I_TOTAL	.191	.039	.544	4.835	.000	.489	2.046	
K_TOTAL	.357	.111	.363	3.225	.002	.489	2.046	
a. Dependent Variable: KA TOTAL								

Tabel Hasil Uji Multikolinearitas diatas menunjukkan bahwa nilai *Tolerance* untuk variabel kualitas layanan islami dan kepercayaan lebih besar dari 0,1. Sementara nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) masing masing varibel juga menunjukan kurang dari 10. Dengan demikian diantara variabel kualitas layanan islami dan kepercayaan tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	T	
1 (Constant)	-.274	1.390		-.197	.845
KLI_TOTAL	-.008	.027	-.064	-.308	.759
K_TOTAL	.059	.075	.162	.785	.437

a. Dependent Variable: RES_2

Tabel Hasil Uji Heteroskedastisitas diatas menunjukkan untuk nilai sig pada variabel kualitas layanan islami dan kepercayaan lebih dari 0,05. Hal itu menunjukkan diantara variabel kualitas layanan islami dan kepercayaan tidak terjadi hetereskedastisitas.

Tabel 6. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.826 ^a	.683	.669	.80512	2.279

a. Predictors: (Constant), KLI_TOTAL, K_TOTAL
b. Dependent Variable: KA_TOTAL

Tabel Hasil Uji Autokorelasi diatas menunjukkan nilai dari durbin watson adalah 2.279. Dalam penelitian ini jumlah sampel N=50, dan pada tabel dw untuk batas atas durbin-watson (dU) adalah 1,6283 dan batas bawah durbin-watson (dL) adalah 1,4625. Dengan ketentuan apabila $du < d < 4-du$, yang dalam hasil dari penelitian nilai durbin-watson 2.279 berarti sesuai dengan ketentuan $1,6283 < 2,279 < 1,6283$ hal ini menunjukkan penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Liner Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	T	
1 (Constant)	-3.055	2.049		-1.491	.143
KLI_TOTAL	.191	.039	.544	4.835	.000
K_TOTAL	.357	.111	.363	3.225	.002

a. Dependent Variable: KA_TOTAL

Persamaan regresi linear berganda ebagai berikut : $Y = (-3,005) + 0,191 X1 + 0,357 X2$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- Nilai Konstanta sebesar -3.055 artinya jika variabel *kualitas layanan islami* (X1) dan kepercayaan (X2) bernilai 0 , maka nilai variabel minat beli (Y) sebesar -3.055.
- Nilai B dalam variabel kualitas layanan islami (X1) menunjukan hasil 0,191 menunjukan koefisien regresinya positif , artinya jika variabel kualitas layanan islami ditingkatkan satu satuan, maka akan meningkatkan kepuasan anggota sebesar 0,191 satuan dan begitu juga sebaliknya, dengan variabel kepercayaan dianggap tetap / konstan.
- Nilai B dalam variabel kepercayaan (X2) menunjukan hasil 0.357 menunjukan koefisien regresinya positif, artinya jika variabel kepercayaan dinaikan satu satuan, maka akan meningkatkan nilai kepuasan anggota sebesar 0.357 dan begitu juga sebaliknya, dengan variabel *kepercayaan* dianggap tetap / konstan.

Tabel 8. Hasil Uji t

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	T	
1 (Constant)	-3.055	2.049		-1.491	.143
KLJ_TOTAL	.191	.039	.544	4.835	.000
K_TOTAL	.357	.111	.363	3.225	.002

a. Dependent Variable: KA_TOTAL

Berdasarkan tabel hasil uji t untuk menunjukkan pengaruh masing masing variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), hasilnya sebagai berikut :

a. Pengaruh variabel kualitas layanan islami terhadap kepuasan anggota

Untuk variabel kualitas layanan islami diketahui nilai Sig. < 0,05 yaitu $0,000 < 0,05$ dengan nilai thitung > ttabel yaitu $4,835 > 2,013$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan islami berpengaruh terhadap kepuasan anggota koperasi jasa keuangan syariah BMT Buana Sukoharjo.

b. Pengaruh variabel kepercayaan terhadap kepuasan anggota

Untuk variabel kepercayaan diketahui nilai Sig. < 0,05 yaitu $0,002 < 0,05$ dengan nilai thitung > ttabel yaitu $3,225 > 2,013$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan anggota koperasi jasa keuangan syariah BMT Buana Sukoharjo.

Tabel 9. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	68.115	2	34.058	57.363	.000 ^b
	Residual	27.905	47	.594		
	Total	96.020	49			

a. Dependent Variable: KA_TOTAL

b. Predictors: (Constant), KLJ_TOTAL, K_TOTAL

Berdasarkan tabel hasil uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar 57,363. Hasil ini jika dibandingkan dengan F tabel pada $df_1 = 2$ (jumlah variabel bebas) dan $df_2 = 47$ (jumlah sampel-variabel bebas-1) menunjukkan nilai F tabel sebesar 3,195. Dalam hal ini F hitung sebesar 57,363 sedangkan $F_{tabel} = 3,195$, sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $57,363 > 3,195$. Disimpulkan variabel kualitas layanan islami dan kepercayaan berpengaruh bersama sama secara signifikan terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Jasa Keuangan Syariah BMT Buana Sukoharjo.

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.842 ^a	.709	.697	.77053

a. Predictors: (Constant), KLJ_TOTAL, CE_TOTAL

b. Dependent Variable: KA_TOTAL

Berdasarkan tabel Hasil Uji Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa hasil perhitungan nilai Adjust R Square (R^2) diperoleh angka koefisien determinasi adalah 0.697 atau dalam bentuk persen 69,7%. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan variabel bebas yang terdiri dari kualitas layanan islami dan kepercayaan dalam menjelaskan variabel dependend sebesar 69,7% dan sisanya yaitu $(100\% - 69,7\%) = 30,3\%$ dipengaruhi oleh variabel lain diluar model dari penelitian yang dilakukan kali ini.

4.2. Pembahasan

4.2.1. Pengaruh Kualitas Layanan Islami terhadap Kepuasan Anggota

Kualitas layanan islami berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota BMT Buana Sukoharjo, hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan islami menjadi salah satu faktor penting untuk menciptakan kepuasan anggota. Berdasarkan hal ini dapat disimpulkan bahwa kepuasan anggota selama ini cukup banyak dipengaruhi oleh prinsip kualitas pelayanan islami yang telah diterapkan. Perlu diketahui penyebab utama anggota memiliki

rasa kepuasan terhadap BMT Buana disebabkan oleh kualitas pelayanan terhadap anggota yang menjunjung nilai syariah. Karena dengan menerapkan prinsip ini maka akan meyakinkan para nasabah bahwa tidak ada pihak yang merasa dirugikan sebab setiap karyawan telah memastikan apa yang dilakukan adalah hal baik. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Nidaan Khavia (2018) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan islami sangat berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas anggota pada Bank Muamalat di Banda Aceh.

4.2.2. Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Anggota

Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota BMT Buana Sukoharjo, sehingga hipotesis yang telah dirumuskan sesuai dengan hasil penelitian atau dapat diartikan bahwa hipotesis (Ha2) diterima. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan menjadi salah satu faktor penting untuk menciptakan kepuasan anggota. Berdasarkan hal ini dapat disimpulkan bahwa kepuasan anggota selama ini cukup banyak dipengaruhi oleh prinsip kepercayaan yang telah diterapkan. Perlu diketahui penyebab utama anggota memiliki rasa kepuasan terhadap BMT Buana disebabkan oleh saling memberikan kepercayaan antara anggota dan pihak BMT Buana. Karena dengan menerapkan prinsip ini maka akan meyakinkan para nasabah bahwa tidak ada pihak yang merasa dirugikan sebab setiap karyawan telah memastikan apa yang dilakukan adalah hal baik. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Ahmad Rinaldi. AZ (2017) yang menyatakan bahwa nilai kepercayaan berpengaruh signifikan sebesar 38,6% pada BMT Al Fath IKMI di Pamulang, Tangerang Selatan Pengaruh Kualitas terhadap Minat Beli.

5. SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Layanan Islami dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Jasa Keuangan Syariah BMT Buana Sukoharjo. Berdasarkan penelitian dan dengan pengujian yang dilakukan terhadap beberapa hipotesis dalam penelitian, hasilnya menunjukkan bahwa semua variabel independend yakni Kualitas Layanan Islami dan Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependend dalam hal ini Kepuasan Anggota. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah kurangnya fokus dalam mengerjakan penelitian ini, karena peneliti sudah aktif bekerja. Hal ini secara tidak langsung membuat peneliti sadar akan totalitas dalam melakukan penelitian dan juga hal lain yang penting dalam hidup, sedangkan model dalam penelitian ini hanya terbatas pada dua variabel yaitu Kualitas layanan Islami dan Kepercayaan, dimana masih banyak faktor variabel lain yang mempengaruhi Kepuasan Anggota, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 50 responden yang tergolong sedikit, dan kuisioner ini bersifat tertutup yang artinya responden menjawab kriteria jawaban yang telah ditentukan, sehingga dapat memungkinkan responden menjawab asal.

5.2. Saran

Saran yang dapat disampaikan peneliti, pertama untuk penelitian selanjutnya dengan tema yang membahas tentang kualitas layanan islami, kepercayaan dan kepuasan perlu terus untuk dilakukan, karena penelitian ini kami sadari belum secara sempurna menjawab permasalahan terkait dengan kepuasan anggota. Dan masih banyak faktor lain yang mempengaruhi kepuasan anggota selain kualitas layanan islami dan kepercayaan, diantara variabel yang bisa mempengaruhi kepuasan anggota selain kualitas layanan islami dan kepercayaan adalah variabel lokasi BMT, strategi BMT atau bahkan produk BMT, sehingga mampu memperluas pembahasan tentang Lembaga Keuangan Syariah Mikro (LKSM) atau Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS). Kedua, untuk BMT Buana Sukoharjo memiliki nilai yang sudah terjaga yaitu kualitas layanan Islami yang perlu dipertahankan sehingga mampu menambah kesetiaan anggota atau nasabah untuk terus melakukan transaksi di BMT Buana Sukoharjo. Kualitas pelayanan Islami yang tersampaikan didalam konsep CARTER yaitu *compliance* (kepatuhan syariat) sangat berpengaruh menciptakan kepuasan anggota atau nasabah, namun mayoritas anggota atau nasabah dari BMT Buana Sukoharjo dari kalangan menengah kebawah yang mereka tidak secara sempurna memahami prinsip syariah. Diperlukan media untuk menjembatani sehingga informasi tersampaikan dengan baik, seperti halnya melalui pamflet atau brosur sederhana supaya masyarakat teredukasi tentang hal-hal yang dilarang didalam melakukan transaksi. Kepuasan anggota BMT Buana Sukoharjo cenderung dinamis dan tergantung perubahan kondisi. Hasil analisis penelitian ini jika dihubungkan dengan konsep kepuasan dalam islam, masih banyak

anggota BMT yang menilai kepuasan dari sisi keinginan (*utility*) semata dibandingkan dengan dari sisi kebutuhan (*masalah*). Maka dari pihak BMT yang sejatinya merupakan lembaga yang berasaskan islam pada prinsip operasionalnya perlu mengarahkan anggotanya bahwasanya transaksi pada BMT ini mempunyai tujuan yang kaffah serta mengharapkan ridho Allah SWT pada setiap perilaku muamalah apalagi yang berkaitan kehalalan suatu produk syariah.

6. REFERENSI

- Mujiono, S. (2017). Eksistensi lembaga keuangan mikro: cikal bakal lahirnya bmt di indonesia. *Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, 2(2), 207-215.
- Machali, I. (2021). Metode penelitian kuantitatif (panduan praktis merencanakan, melaksanakan, dan analisis dalam penelitian kuantitatif).
- Darmawan, Z. C., & Ridlwan, A. A. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah. *Al-Tijary*, 107-115.
- Othman dan Owen (2001) dalam Putri Dwi Cahyani, Tingkat Kepuasan Nasabah terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah di Yogyakarta (Jurnal Esensi: Bisnis dan Manajemen Vol. VI No, 2, Oktober 2016)
- Diana, S. M. (2017). Pengaruh Pengetahuan, Lokasi, Kualitas Pelayanan, dan Bagi Hasil terhadap Keputusan Anggota Menabung di BMT Bina Umat Sejahtera Kalijambe. *Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Surakarta*.
- Haekal, A., & Widjajanta, B. (2016). Pengaruh kepercayaan dan persepsi risiko terhadap minat membeli secara online pada pengunjung website classifieds di inonesia. *Journal of Business Management Education (JBME)*, 1(1), 183-195.
- Sumartini, L. C., & Tias, D. F. A. (2019). Analisis kepuasan konsumen untuk meningkatkan volume penjualan kedai kopi kala senja. *Jurnal E-bis*, 3(2), 111-118.
- Salma, F. S., & Ratnasari, R. T. (2015). Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas Di Surabaya1. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori & Terapan*, 2(4), 322-339.
- Supertini, N. P. S., Telagawati, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (2020). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Pusaka Kebaya di Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 61-73.
- Alifa, S., Asri, W. N., Indrijawati, A., & Ferdiansah, M. I. (2023). Literature Review Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Konsumen/Pelanggan Pada Proses Bisnis E-Commerce. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1), 100-107.
- Alifa, S., Asri, W. N., Indrijawati, A., & Ferdiansah, M. I. (2023). Literature Review Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Konsumen/Pelanggan Pada Proses Bisnis E-Commerce. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1), 100-107.
- Khaliq, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri di Banjarmasin Kalimantan Selatan. *Relevance: Journal of Management and Business*, 2(1).