

Analisis Pengaruh Keunggulan Produk Simpanan Sukarela, Pelayanan dan Promosi terhadap Minat Bergabung sebagai Anggota di KSPPS BMT NU Jombang Cabang Kesamben

Mohamad Saiful dan Lulud Wijayanti

Sekolah Tinggi Agama Islam Miftahul Ula (STAIM) Nganjuk, Indonesia

Email: luludwijayanti@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh keunggulan produk Simpanan Sukarela, pelayanan, dan promosi terhadap minat menjadi anggota di KSPPS BMT NU Jombang Cabang Kesamben. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat antar lembaga keuangan, KSPPS BMT NU Jombang perlu mengembangkan strategi yang tepat untuk menarik dan mempertahankan anggota. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada calon anggota dan dianalisis menggunakan uji t untuk melihat pengaruh parsial, serta uji F untuk melihat pengaruh simultan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, variabel promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi anggota. Namun, keunggulan produk Simpanan Sukarela dan pelayanan memiliki pengaruh signifikan. Secara simultan, ketiga variabel tersebut (keunggulan produk Simpanan Sukarela, pelayanan, dan promosi) berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat untuk bergabung menjadi anggota. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi KSPPS BMT NU Jombang dalam meningkatkan strategi pemasaran dan pelayanan, serta memberikan kontribusi bagi perkembangan lembaga keuangan syariah.

Kata Kunci: Produk Tabungan, KSPPS BMT NU, Lembaga Keuangan Syariah.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of the advantages of the Voluntary Savings product, service quality, and promotion on the interest in becoming a member of KSPPS BMT NU Jombang, Kesamben Branch. In facing the increasingly fierce competition among financial institutions, KSPPS BMT NU Jombang needs to develop appropriate strategies to attract and retain members. This research uses a quantitative approach with a survey method. Data were collected through questionnaires distributed to prospective members and analyzed using the t-test to examine the partial influence and the F-test to evaluate the simultaneous effect. The results of the study indicate that, partially, the promotion variable does not have a significant effect on the interest in becoming a member. However, the advantages of the Voluntary Savings product and service quality have a significant influence. Simultaneously, all three variables (Voluntary Savings product advantages, service quality, and promotion) significantly affect the public's interest in becoming members. This research is expected to provide valuable insights for KSPPS BMT NU Jombang in enhancing marketing and service strategies, as well as contributing to the development of Islamic financial institutions.

Keywords: Savings Products, KSPPS BMT NU, Islamic Financial Institution.

A. Pendahuluan

Di era industri 4.0 seperti sekarang ini pertumbuhan ekonomi bertumbuh dengan cepat. Hal ini menyebabkan menjamurnya lembaga keuangan, baik yang berprinsip *syari'ah* maupun konvensional. Dalam lembaga keuangan *syari'ah* pun ada lembaga keuangan *syari'ah* bank maupun non bank. Salah satu lembaga keuangan *syari'ah* non bank adalah *Baitul Maal wa Tamwil* (BMT). Dengan munculnya lembaga keuangan ini, persaingan antar lembaga keuangan semakin ketat. Agar lembaga keuangan terus berkembang, diperlukan strategi khusus untuk menarik konsumen dan nasabah.¹ Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan *Syari'ah* (KSPPS) adalah Lembaga Keuangan Non Bank (LKNB) yang beroperasi dengan dasar prinsip *syari'ah*. Dengan hadirnya lembaga keuangan seperti KSPPS akan memudahkan masyarakat untuk menyimpan, menginvestasikan dan menarik uang sesuai dengan kebutuhannya. Kemudahan dalam menyimpan maupun pembiayaan mampu membantu seluruh kalangan terutama rumah tangga miskin untuk mengatur keuangan yang dimana secara tidak langsung menerapkan kepada anggotanya agar menggunakan keuangannya hanya untuk keperluan penting. Selain keuntungan ekonomi, penggunaan jasa BMT juga akan menjadikan masyarakat dapat bertransaksi berdasarkan prinsip *syari'ah*. Sejauh ini, koperasi disambut baik oleh masyarakat. Salah satunya adalah KSPPS BMT NU Jombang yang saat ini sudah memiliki 21 Cabang yang tersebar di Kabupaten Jombang.²

KSPPS BMT NU Jombang merupakan lembaga keuangan mikro *syari'ah* yang didukung oleh LPNU Jombang. KSPPS BMT NU Jombang didirikan melalui Rapat Anggota pada Tanggal 31 Maret 2013 di Aula NU Jombang. Sesuai pesan yang diberikan oleh NU Jombang, KSPPS BMT NU Jombang bertujuan untuk “Meningkatkan perekonomian dan kemakmuran warga NU Jombang serta masyarakat sekitar dengan berlandaskan *syari'ah* Islam”.

Tabel 1 Perbandingan KSPPS BMT NU Jombang Cabang Kesamben dengan Cabang Kudu Kabupaten

No	KSPPS BMT NU Jombang Cabang Kesamben	KSPPS BMT NU Jombang Cabang Kudu.
1	Memiliki produk simpanan dan produk pembiayaan berprinsip <i>syari'ah</i> .	Memiliki produk simpanan dan produk pembiayaan berprinsip <i>syari'ah</i> .
2	Berdiri pada Tahun 2016.	Berdiri pada Tahun 2018.
3	Memiliki jumlah total anggota sebanyak 2031 orang.	Memiliki jumlah total anggota sebanyak 1649 orang.

Sumber: Data yang diolah.

¹ Heny Yuningrum, “Mengukur Kinerja Operasional BMT Pada Tahun 2010 Ditinjau dari Segi Efisiensi dengan Data Envelopment Analysis”, Penelitian Individu, (Semarang: UIN Walisongo Semarang, 2012), 1-2.

² Iin Inayatul Ainiyah, wawancara, Kesamben, 5 Februari 2022.

Dari ulasan tabel di atas yang paling unggul adalah KSPPS BMT NU Jombang Cabang Kesamben. Simpanan Sukarela ini merupakan produk simpanan yang banyak dipilih anggota karena memiliki keunggulan yang dimana setoran dan penarikan uang bisa dilakukan sewaktu-waktu selama jam Kantor buka serta anggota mendapat bagi hasil pada tiap akhir bulannya. Anggota juga tidak ada beban potongan biaya administrasi setiap bulannya. Maka dari itu, peneliti melakukan penelitian di KSPPS BMT NU Jombang Cabang Kesamben.

KSPPS BMT NU Jombang Cabang Kesamben berusaha memberikan layanan yang memudahkan anggota dalam bertransaksi sesuai dengan slogan KSPPS BMT NU Jombang Cabang Kesamben yaitu “Mudah, Murah dan Lebih Barokah Dengan Cara Syari’ah.”³ KSPPS BMT NU Jombang Cabang Kesamben dikelola oleh para ahli yang sudah terlatih. Ada banyak tawaran produk simpanan di KSPPS BMT NU Jombang Cabang Kesamben. Berikut adalah tabel produk simpanan di KSPPS BMT NU Jombang Cabang Kesamben:

Tabel 2 Produk Simpanan di KSPPS BMT NU Jombang Cabang Kesamben

No	Produk	Jumlah Pengguna	Jumlah Funding
1	Simpanan Sukarela	2031	Rp 3.047.115.892,15
2	Simpanan Deposito	52	Rp 905.000.000,00
3	Simpanan Anggota	125	Rp 58.040.000,00
4	Simpanan Wadiah	1	Rp 43.549.437,00
5	Simpanan Pendidikan	-	-
6	Simpanan Kurban	-	-
7	Simpanan Haji	-	-
8	Simpanan Umroh	-	-

Sumber: Data yang diolah.

Dari penjabaran tabel diatas produk simpanan yang paling unggul di KSPPS BMT NU Jombang Cabang Kesamben adalah produk Simpanan Sukarela. Maka dari itu, peneliti melakukan penelitian pada produk Simpanan Sukarela. KSPPS BMT NU Jombang Cabang Kesamben mengalami perkembangan yang semakin pesat. Data pada tiap akhir bulan yang diperoleh dari hasil wawancara penulis kepada para Pengelola KSPPS BMT NU Jombang Cabang Kesamben, menunjukkan adanya penambahan jumlah anggota yang dimana mempengaruhi jumlah aset yang dimilikinya. Strategi pemasaran pada awal berdirinya KSPPS BMT NU Jombang Cabang Kesamben

³ Aan Nasrullah dan Sholihin, “Strategi Pengembangan Lembaga Keuangan Mikro Syariah” (Studi Kasus KSPPS BMT NU Jombang Cabang Kesamben Kab. Jombang), dalam *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, (Online) (Juli 2021), <http://ejurnal.iaipd-nganjuk.ac.id/index.php/es/index>, diakses 15 Februari 2022, 149.

memfokuskan untuk kalangan masyarakat NU. Banyaknya lembaga keuangan konvensional maupun berbasis *syari'ah* menimbulkan persaingan yang ketat dalam mencari anggota. Untuk menggapai persaingan yang semakin ketat, maka KSPPS BMT NU Jombang Cabang Kesamben berinovasi dan bersaing dalam memberikan pelayanan yang terbaik.

Tabel 3 Perkembangan Produk Simpanan Sukarela di KSPPS BMT NU Jombang Cabang Kesamben

Tahun	Jumlah Anggota Baru per Tahun	Akumulasi <i>Funding</i> per Tahun
2016	341	Rp 347.938.022,00
2017	239	Rp 826.378.452,00
2018	226	Rp 1.292.362.689,00
2019	292	Rp 1.695.128.422,10
2020	203	Rp 1.872.157.223,21
2021	682	Rp 3.415.607.499,80
Jumlah	1.983	Rp 3.415.607.499,80

Sumber: Data yang diolah.⁴

Dalam sebuah perusahaan atau lembaga, haruslah memiliki produk yang akan ditawarkan kepada konsumen. Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan oleh produsen ke pasar untuk dibeli, digunakan atau dikonsumsi, yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan. Dengan semakin ketatnya persaingan, produk haruslah memiliki keunggulan tersendiri dibandingkan dengan para pesaing. Keunggulan produk menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan anggota dalam menggunakan suatu produk yang ditawarkan. Simpanan Sukarela ini merupakan produk simpanan yang banyak dipilih anggota karena memiliki keunggulan yang dimana setoran dan penarikan uang bisa dilakukan sewaktu-waktu selama jam Kantor buka serta anggota mendapat bagi hasil pada tiap akhir bulannya. Anggota juga tidak ada beban potongan biaya administrasi setiap bulannya.⁵

Salah satu cara untuk meningkatkan penjualan jasa suatu perusahaan kepada para pesaingnya adalah dengan memberikan pelayanan yang bermutu tinggi untuk kepentingan konsumen. Pelanggan cenderung tidak menggunakan layanan tersebut jika layanan yang ditawarkan jauh di bawah ekspektasi. Di sisi lain, ketika layanan yang dikonsumsi sesuai atau melebihi harapan, pelanggan cenderung menggunakan kembali layanan tersebut.⁶ Anggota KSPPS BMT NU Jombang Cabang Kesamben juga dilayani dengan pelayanan menggunakan sistem jemput bola yang dimana sistem ini sangat

⁴ Yunita Suprpti, wawancara, Kesamben, 11 Februari 2022.

⁵ Iin Inayatul Ainiyah, wawancara, Kesamben, 5 Februari 2022.

⁶ Muslikhatun, *Pengaruh Keunggulan Produk dan Pelayanan Terhadap Keputusan Anggota dalam Menggunakan Produk Simpanan Sukarela Lancar Di BMT Puspa Bulu Semarang*, (Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo, 2015), 18.

memudahkan anggota dalam melakukan setoran maupun penarikan Simpanan Sukarela. Sistem jemput bola yang dimaksud adalah bagian marketing KSPPS BMT NU Jombang Cabang Kesamben datang ke rumah para anggota untuk mengetahui apakah hari ini anggota tersebut melakukan setoran Simpanan Sukarela atau tidak, atau bahkan anggota ingin melakukan penarikan uang. Jadi, para anggota masih bisa melakukan setoran ataupun penarikan Simpanan Sukarela walaupun berada di rumah.

Promosi merupakan salah satu strategi perusahaan untuk meningkatkan jumlah anggota. Dalam hal ini, tugas seluruh pihak KSPPS BMT NU Jombang Cabang Kesamben turut ikut mempromosikan dan memberitakan pemahaman ke masyarakat sekitar terkait tujuan didirikannya koperasi tersebut. Tidak hanya itu, promosi juga harus mencakup produk dan pelayanan yang ditawarkan serta manfaat yang didapat ketika bergabung menjadi anggota KSPPS BMT NU Jombang Cabang Kesamben. Promosi dapat dilakukan melalui, media cetak, media sosial maupun sosialisasi secara langsung. Hal ini yang menjadikan peluang dalam pelaksanaan promosi yang ada di KSPPS BMT NU Jombang Cabang Kesamben sehingga akan menumbuhkan minat yang tinggi untuk bergabung menjadi anggota.

Minat pada masyarakat merupakan faktor utama yang harus dimiliki untuk menarik mereka menjadi anggota KSPPS BMT NU Jombang Cabang Kesamben tersebut. Masyarakat akan memiliki minat pada suatu objek jika mereka memperoleh pemahaman yang mudah diterima dan juga memiliki unsur realistis. Pihak KSPPS BMT NU Jombang Cabang Kesamben harus memberikan penjelasan kepada masyarakat tentang pengenalan produk-produk yang ditawarkan beserta keunggulannya sehingga akan menimbulkan minat untuk menjadi anggota. Pihak KSPPS BMT NU Jombang Cabang Kesamben juga harus memberitahukan kepada masyarakat tentang pelayanan apa saja yang akan didapatkan maupun proses interaksi yang akan dilakukan sehingga akan memunculkan minat masyarakat untuk bergabung menjadi anggota KSPPS BMT NU Jombang Cabang Kesamben. Selain menjelaskan keunggulan produk serta manfaat yang didapatkan dan memberikan pemahaman akan pelayanan yang akan didapatkan selama menjadi anggota, KSPPS BMT NU Jombang Cabang Kesamben juga harus melakukan promosi secara rutin kepada masyarakat sekitar sehingga masyarakat yang belum tergabung menjadi anggota KSPPS BMT NU Jombang Cabang Kesamben akan lebih meningkatkan minat masyarakat untuk bergabung menjadi anggota koperasi tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat antar lembaga keuangan, terutama di era industri 4.0, KSPPS BMT NU Jombang Cabang Kesamben perlu terus berinovasi dalam menawarkan

produk-produk unggulan, meningkatkan kualitas pelayanan, serta melakukan promosi yang efektif. Produk Simpanan Sukarela, yang terbukti menjadi pilihan utama anggota, dan pelayanan sistem jemput bola yang memudahkan transaksi anggota, menjadi salah satu keunggulan kompetitif koperasi ini. Oleh karena itu, penelitian mengenai pengaruh keunggulan produk, pelayanan, dan promosi terhadap minat masyarakat untuk menjadi anggota KSPPS BMT NU Jombang Cabang Kesamben sangat penting dilakukan. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru dalam pengembangan strategi koperasi serta mendukung pertumbuhan lembaga keuangan syari'ah yang berlandaskan prinsip syari'ah Islam.

B. Pembahasan

1. Analisis Statistik Deskriptif

Berikut adalah hasil analisis statistik deskriptif dari penelitian berjudul “Pengaruh Keunggulan Produk Simpanan Sukarela, Pelayanan, dan Promosi terhadap Minat Menjadi Anggota yang dilakukan di KSPPS BMT NU Jombang Cabang Kesamben, Kabupaten Jombang.

Statistik deskriptif ini memberikan gambaran mengenai distribusi data berdasarkan nilai minimum, maksimum, rata-rata (*mean*), dan standar deviasi. *Pertama*, variable Keunggulan Produk Simpanan Sukarela: Rata-rata (Mean): 39,96, Standar Deviasi: 3,504 dan Rentang Skor: 30 (min) – 45 (max), *Kedua*, Pelayanan: Rata-rata (Mean): 22,84, dan Standar Deviasi: 2,561 dengan Rentang Skor: 17 (min) – 28 (max), *Ketiga*, Promosi: Rata-rata (Mean): 23,09, Standar Deviasi: 2,292 dan Rentang Skor: 19 (min) – 28 (max) *Keempat*, Minat Menjadi Anggota: Rata-rata (Mean): 32,07, Standar Deviasi: 2,847 dan Rentang Skor: 25 (min) – 38 (max).

Untuk Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen dapat dijelaskan sebagaimana berikut: (i) Uji Validitas,. Instrumen dinyatakan valid jika nilai *_r hitung_* lebih besar dari *_r tabel_* (0,1966). Berdasarkan hasil uji validitas, seluruh item pernyataan dalam variabel keunggulan produk, pelayanan, promosi, dan minat menjadi anggota menunjukkan nilai *_r hitung_* yang lebih besar dari *_r tabel_*, sehingga dinyatakan valid. (ii) Uji Reliabilitas: Uji reliabilitas menggunakan *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* $\geq 0,6$. Berdasarkan uji reliabilitas:

- a. Keunggulan Produk: 0,709
- b. Pelayanan: 0,677
- c. Promosi: 0,677
- d. Minat Menjadi Anggota: 0,677

Semua variabel menunjukkan nilai yang lebih dari 0,6, sehingga dinyatakan reliabel.

Terkahir adalah analisis regresi berganda, analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini digunakan untuk menganalisis sejauh mana pengaruh keunggulan produk Simpanan Sukarela, pelayanan dan promosi terhadap minat menjadi anggota. Hasil uji regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6,394	2,793		2,289	,024		
	Keunggulan Produk Simpanan Sukarela	,376	,067	,463	5,644	,000	,758	1,320
	Pelayanan	,376	,090	,339	4,163	,000	,771	1,297
	Promosi	,089	,094	,072	,942	,349	,884	1,131

a. Dependent Variable: Minat Menjadi Anggota

Sumber: Data yang diolah.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda di atas dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 6,394 + 0,376 X_1 + 0,376 X_2 + 0,089 X_3 + e$$

Persamaan regresi di atas, memperlihatkan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen secara parsial. Dari persamaan tersebut dapat disimpulkan bahwa:

- Nilai konstanta (α) adalah 6,394. Artinya jika tidak terjadi perubahan variabel keunggulan produk, pelayanan dan promosi (nilai X_1 , X_2 dan X_3 adalah 0) maka minat menjadi anggota (Y) di KSPPS BMT NU Jombang Cabang Kesamben ada sebesar 6,394 satuan.
- Nilai koefisien regresi keunggulan produk Simpanan Sukarela adalah 0,376. Artinya jika variabel keunggulan produk Simpanan Sukarela (X_1) meningkat sebesar 1% dengan asumsi variabel pelayanan (X_2), promosi (X_3) dan konstanta (a) adalah 0 (nol), maka minat menjadi anggota (Y) di KSPPS BMT NU Jombang Cabang Kesamben meningkat sebesar 37,6%. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel keunggulan produk Simpanan Sukarela berpengaruh terhadap minat menjadi anggota. Semakin meningkat keunggulan produk Simpanan Sukarela, maka akan semakin meningkatkan

minat masyarakat untuk bergabung menjadi anggota KSPPS BMT NU Jombang Cabang Kesamben.

- c. Nilai koefisien regresi pelayanan adalah 0,376. Artinya jika variabel pelayanan (X_2) meningkat sebesar 1% dengan asumsi variabel keunggulan produk Simpanan Sukarela (X_1), promosi (X_3) dan konstanta (a) adalah 0 (nol), maka minat menjadi anggota (Y) di KSPPS BMT NU Jombang Cabang Kesamben meningkat sebesar 37,6%. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel pelayanan berpengaruh terhadap minat menjadi anggota. Semakin baik pelayanan yang diberikan, maka akan semakin meningkatkan minat masyarakat untuk bergabung menjadi anggota KSPPS BMT NU Jombang Cabang Kesamben.
- d. Nilai koefisien regresi promosi adalah 0,089. Artinya jika variabel promosi (X_3) meningkat sebesar 1% dengan asumsi variabel keunggulan produk Simpanan Sukarela (X_1), pelayanan (X_2) dan konstanta (a) adalah 0 (nol), maka minat menjadi anggota (Y) di KSPPS BMT NU Jombang Cabang Kesamben meningkat sebesar 8,9%. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh terhadap minat menjadi anggota. Semakin meningkat promosi, maka akan semakin meningkatkan minat masyarakat untuk bergabung menjadi anggota KSPPS BMT NU Jombang Cabang Kesamben, Kabupaten Jombang.

2. Pembahasan Hasil Penelitian

Di dalam pembahasan ini, peneliti menguraikan fakta-fakta lapangan yang sudah dijelaskan di atas dan berkaitan dengan menjawab rumusan masalah yang sudah peneliti rumuskan sebelumnya. Setelah peneliti melakukan penelitian di KSPPS BMT NU Jombang Cabang Kesamben serta melakukan penyebaran kuesioner yang diisi oleh anggota KSPPS BMT NU Jombang Cabang Kesamben, kemudian peneliti mengolah data tersebut dibantu oleh aplikasi SPSS versi 25,0. Diperoleh hasil penelitian sebagai berikut:

- a. Pengaruh Keunggulan Produk Simpanan Sukarela Terhadap Minat Menjadi Anggota di KSPPS BMT NU Jombang Cabang Kesamben

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel keunggulan produk Simpanan Sukarela memiliki nilai t_{hitung} sebesar 5,989 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,660 dengan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,000 di bawah nilai 0,05 yang artinya bahwa variabel keunggulan produk Simpanan Sukarela berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi anggota di KSPPS BMT NU Jombang Cabang Kesamben. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak.

Dari hasil analisis data variabel keunggulan produk Simpanan Sukarela (X_1) dengan indikator proses pembukaan rekening tabungan yang mudah dan murah,

menggunakan layanan sistem jemput bola, transaksi menggunakan sistem aplikasi yang cepat dan akurat, setoran dan penarikan simpanan dapat dilakukan sewaktu-waktu selama jam Kantor buka, Simpanan Sukarela dapat terus digunakan selama anggota rutin menabung, transaksi setoran dan penarikan dilakukan dengan cepat, terdapat slip setoran maupun penarikan dan buku tabungan, tidak ada biaya administrasi bulanan, adanya bagi hasil tiap akhir bulan, dan reputasi KSPPS BMT NU Jombang Cabang Kesamben yang baik. Maka, variabel keunggulan produk Simpanan Sukarela mempunyai pengaruh terhadap minat menjadi anggota dengan nilai signifikansi sebesar 37,6%.

Penelitian ini sesuai dengan teori yang dinyatakan oleh Garvin mengenai dimensi-dimensi kualitas produk yaitu kinerja (*performance*), keistimewaan tambahan (*features*), keandalan (*reliability*), kesesuaian (*conformance*), daya tahan (*durability*), kemampuan untuk diperbaiki (*serviceability*), estetika (*esthetic*), dan kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*).

Masyarakat Kesamben memandang semakin baik persepsi anggota KSPPS BMT NU Jombang Cabang Kesamben terhadap produk Simpanan Sukarela maka minat masyarakat untuk menggunakan produk Simpanan Sukarela akan semakin tinggi dan bergabung menjadi anggota KSPPS BMT NU Jombang Cabang Kesamben. Penelitian ini diperkuat oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dani Syahrizal pada Tahun 2020, yang menyimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah di BRI Syari'ah KCP Ponorogo.⁷

b. Pengaruh Pelayanan Terhadap Minat Menjadi Anggota di KSPPS BMT NU Jombang Cabang Kesamben

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pelayanan memiliki nilai t_{hitung} sebesar 4,163 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,660 dengan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,000 di bawah nilai 0,05 yang artinya bahwa variabel pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi anggota di KSPPS BMT NU Jombang Cabang Kesamben. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak.

Dari hasil analisis data variabel pelayanan (X_2) dengan indikator fasilitas kantor bersih dan nyaman, pelayanan jemput bola yang dilakukan sesuai permintaan anggota, karyawan selalu teliti dalam setiap transaksi, karyawan dalam melayani anggota cepat dan tanggap, pemberian slip setoran atau penarikan dan buku tabungan sesuai data transaksi, dan terjalinnya komunikasi yang baik antara pegawai koperasi dan anggota.

⁷ Dani Syahrizal, "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah di BRI Syariah KCP Ponorogo", (Skripsi, Ponorogo: Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2020), 97.

Maka, variabel pelayanan mempunyai pengaruh terhadap minat menjadi anggota dengan nilai signifikansi sebesar 37,6%.

Penelitian ini sesuai dengan teori yang dinyatakan oleh Parasuman mengenai dimensi-dimensi pelayanan yaitu bukti langsung atau berwujud (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsive*), jaminan (*assurance*) dan empati (*Empathy*).

Masyarakat Kesamben memandang jika semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan kepada anggota KSPPS BMT NU Jombang Cabang Kesamben maka minat masyarakat untuk bergabung menjadi anggota semakin meningkat. Penelitian ini diperkuat oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Junadia pada Tahun 2019 yang menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara pelayanan terhadap minat menabung masyarakat Kecamatan Wotu pada BNI *Syari'ah* Palopo.⁸

c. Pengaruh Promosi Terhadap Minat Menjadi Anggota di KSPPS BMT NU Jombang Cabang Kesamben

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel promosi memiliki nilai t_{hitung} sebesar 0,942 lebih kecil dari nilai t_{tabel} sebesar 1,660 dengan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,349 di atas nilai 0,05 yang artinya bahwa variabel promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi anggota di KSPPS BMT NU Jombang Cabang Kesamben. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis H_{a3} ditolak dan H_{03} diterima.

Masyarakat Kesamben memandang adanya promosi yang dilakukan oleh pihak KSPPS BMT NU Jombang Cabang Kesamben ke masyarakat tidak mempengaruhi minat masyarakat untuk bergabung menjadi anggota KSPPS BMT NU Jombang Cabang Kesamben. Tidak adanya pengaruh antara variabel promosi terhadap minat menjadi anggota ini diperkuat oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Anisya Cahyaning Utami Setya Budi (IAIN Ponorogo) pada Tahun 2021 di Koperasi Wanita Kecamatan Dolopo Kabupaten Madiun, yang menyatakan bahwa hasil pengujian menunjukkan variabel promosi tidak berpengaruh terhadap minat menjadi anggota koperasi wanita.⁹ Serta hasil penelitian yang dilakukan oleh Junadia (IAIN Palopo) pada Tahun 2019 di BNI *Syari'ah* Palopo yang menyatakan bahwa hasil pengujian menunjukkan variabel promosi tidak berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat pada BNI *Syari'ah* Palopo.¹⁰

⁸ Junadia, "Pengaruh Pelayanan, Promosi dan Lokasi Terhadap Minat Menabung pada BNI *Syari'ah* KCP Tomoni", (Skripsi, Palopo: Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2019), 96.

⁹ Anisya Cahyaning Utami Setya Budi, "Pengaruh Promosi, Pelayanan dan Produk Terhadap Minat Menjadi Anggota Koperasi Wanita Kecamatan Dolopo Kabupaten Madiun", (Skripsi, Ponorogo: Institut Agama Islam Ponorogo, 2021), 97.

¹⁰ Junadia, *Pengaruh Pelayanan*, 96.

Dari hasil analisis data variabel promosi (X_3) dengan indikator adanya iklan produk Simpanan Sukarela yang menjadikan saya tahu syarat dan ketentuan dalam produk tersebut, iklan produk Simpanan Sukarela yang menarik dan mendorong saya untuk menggunakan produk Simpanan Sukarela, melalui promosi penjualan menjadikan saya tahu adanya pemberian bagi hasil pada setiap bulannya, melalui promosi penjualan menjadikan saya tahu pelayanan sistem jempot bola yang akan didapatkan, adanya acara atau kegiatan tertentu yang membuat saya mudah mencari informasi tentang produk Simpanan Sukarela maupun pelayanan yang didapatkan jika bergabung menjadi anggota, dan informasi yang diberikan pegawai Koperasi mempengaruhi saya untuk menggunakan produk Simpanan Sukarela maupun pelayanannya. Maka, variabel pelayanan mempunyai pengaruh terhadap minat menjadi anggota dengan nilai signifikansi sebesar 8,9%.

Penelitian ini sesuai dengan teori yang dinyatakan oleh Philip Kotler dalam penelitiannya Anisya Cahyaning Utami Setya Budi menggunakan empat indikator, yaitu periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan pribadi (*personal selling*) dan pemasaran langsung (*direct marketing*).

d. Pengaruh Keunggulan Produk Simpanan Sukarela, Pelayanan dan Promosi Terhadap Minat Menjadi Anggota di KSPPS BMT NU Jombang Cabang Kesamben

Hasil penelitian ini menunjukkan keunggulan produk Simpanan Sukarela (X_1), pelayanan (X_2) dan promosi (X_3) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh secara signifikan terhadap minat menjadi anggota (Y) di KSPPS BMT NU Jombang Cabang Kesamben. Peneliti menguji dengan uji F, yaitu melihat nilai pada tabel ANOVA. Hasil penelitian ini menunjukkan nilai F_{hitung} sebesar 33,373 lebih besar dari nilai F_{tabel} sebesar 2,70 dengan taraf probabilitas signifikan $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel keunggulan produk Simpanan Sukarela (X_1), pelayanan (X_2) dan promosi (X_3) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh dan signifikan terhadap minat menjadi anggota (Y) di KSPPS BMT NU Jombang Cabang Kesamben dengan nilai signifikan sebesar 51,1% dan sisanya sebesar 48,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Masyarakat Kesamben memandang jika adanya persepsi yang baik terhadap keunggulan produk Simpanan Sukarela, semakin tinggi kualitas yang diberikan serta adanya promosi yang diberikan kepada masyarakat Kesamben secara bersamaan akan mempengaruhi masyarakat untuk bergabung menjadi anggota KSPPS BMT NU Jombang Cabang Kesamben. Adanya hubungan secara simultan antara kualitas produk, pelayanan dan promosi terhadap minat menjadi anggota ini di dukung

penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Anisya Cahyaning Utami Setya Budi (IAIN Ponorogo) pada Tahun 2021 di Koperasi Wanita Kecamatan Dolopo Kabupaten Madiun, yang menyatakan bahwa hasil pengujian menunjukkan variabel promosi, pelayanan dan produk berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi anggota koperasi wanita.¹¹

C. Kesimpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keunggulan produk Simpanan Sukarela memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menjadi anggota di KSPPS BMT NU Jombang Cabang Kesamben. Temuan ini diperkuat dengan nilai t_{hitung} yang lebih besar dari t_{tabel} , serta nilai signifikansi sebesar 37,6%. Hal ini berarti semakin unggul produk Simpanan Sukarela yang ditawarkan, semakin besar pula minat masyarakat untuk menjadi anggota. Selain itu, pelayanan juga terbukti berpengaruh signifikan dengan nilai signifikansi yang sama, 37,6%. Pelayanan yang baik, bersih, cepat, dan akurat, termasuk sistem jemput bola dan keakuratan transaksi, mendorong masyarakat untuk bergabung menjadi anggota KSPPS BMT NU Jombang Cabang Kesamben. Sementara itu, variabel promosi tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap minat menjadi anggota, ditunjukkan oleh nilai t_{hitung} yang lebih kecil dari t_{tabel} , dengan signifikansi hanya sebesar 8,9%. Meskipun promosi tidak mempengaruhi keputusan masyarakat secara langsung, penelitian ini menemukan bahwa secara simultan, keunggulan produk, pelayanan, dan promosi secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menjadi anggota, dengan nilai signifikansi sebesar 51,1%. Hal ini mengindikasikan bahwa kombinasi dari kualitas produk, pelayanan yang memadai, dan upaya promosi secara bersama-sama mampu meningkatkan minat masyarakat untuk bergabung sebagai anggota. Secara keseluruhan, keunggulan produk Simpanan Sukarela dan pelayanan merupakan faktor utama yang berkontribusi dalam menarik minat masyarakat menjadi anggota, sedangkan promosi, meskipun tidak berpengaruh signifikan secara parsial, tetap memiliki peran penting ketika dikombinasikan dengan faktor lainnya.

Referensi

- Agustina Kusnaningtyas, A. 2019. "Pengaruh produk dan promosi terhadap keputusan nasabah menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo". Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Anoraga, P. 2009. *Manajemen bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, S. 2006. *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar, S. 2001. *Metode penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Darmawan, D. 2013. *Metodologi penelitian kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosada Karya.

¹¹ Budi, *Pengaruh Promosi*, 98.

- Mufidah, L. 2018. *Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan Tadhabbur terhadap kepuasan nasabah di PT. BPRS Lantabur Tebuireng Cabang Mojokerto*. Sekolah Tinggi Agama Islam Miftahul 'Ula.
- Nasrullah, A., & Sholihin. 2021. "Strategi pengembangan lembaga keuangan mikro syariah (Studi kasus KSPPS BMT NU Jombang Cabang Kesamben Kab. Jombang)". *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 2021, diakses dari <http://ejurnal.iaipd-nganjuk.ac.id/index.php/es/index>.
- Nur Rianto Al Arif, M. 2012. *Dasar-dasar pemasaran bank syari'ah*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. 2007. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. ALFABETA.
- Trisnadi, D., & Kusumaramdhani, A. 2017. "Pengaruh kualitas produk tabungan dan kualitas layanan terhadap minat menabung kembali di Bank X (Studi kasus PT Bank X Cabang Bintaro)". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 16(2), 99-111.
- Hidayat, Y., & Astuti, R. 2020. "Pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap keputusan nasabah di bank syariah". *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 13(1), 45-54.
- Rahmawati, F., & Haryanto, H. 2021. "Analisis pengaruh promosi dan kualitas layanan terhadap minat menabung nasabah di bank Syariah". *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 14(2), 203-216.
- Susanto, A. 2022. "Pengaruh religiusitas terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk bank Syariah". *Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah*, 8(1), 25-37.
- Wulandari, A., & Prasetyo, A. 2019. "Peran promosi dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah di bank syariah". *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 17(2), 120-134.
- Zainuddin, Z., & Nuraini, N. 2020. "Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menabung di bank Syariah". *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 8(1), 77-89.