

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
TINGKAT KEPUASAN ANGGOTA BAITUL MAL WA  
TAMWIL KI AGENG PANDANARAN SEMARANG**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat  
Guna Memeroleh Gelar Sarjana Sosial Islam (S.Sos.I)  
**Jurusan Manajemen Dakwah (MD)**



**Oleh:**

**IIS PUJI LESTARI**

**NIM : 111311018**

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
SEMARANG**

**2015**



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO**  
**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

Jl. Prof. Dr. Hamka KM.2 (Kampus III) Ngaliyan, Semarang 50185 Telp. (024) 7606405

---

**NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Lamp : 5(lima) eksemplar  
Hal : Persetujuan NaskahSkripsi

**Kepada:**  
Yth. Bapak Dekan Fakultas  
Dan Komunikasi UIN Walisongo  
Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mengadakan koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Iis Puji Lestari  
NIM : 111311018  
Fak/ Jur. : Dakwah / MD  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Anggota di Baitul Mal Wa Tamwil Ki Ageng Pandanaran Semarang.

Dengan ini telah saya setuju dan mohon agar segera diujikan. Demikian, atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 22 Mei 2015

Pembimbing,

Bidang Subtansi Materi

**Drs. H. M. Zain Yusuf, M. M.**

**NIP :19530909 198203 1 003**

Bidang Metodologi & Tatatulis

**Thohir Yuli Kusmanto, M. Si.**

**NIP : 19730710 1999031 004**

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT  
KEPUASAN ANGGOTA BAITUL MAL WA TAMWIL KI AGENG  
PANDANARAN SEMARANG**

Disusun Oleh:

**Iis Puji Lestari**

**111311018**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 29 Mei 2015 dan dinyatakan telah lulus memenuhi syarat guna  
memeroleh Gelar Sarjana Sosial Islam (S.Sos.I)

Susunan Dewan Penguji

Ketua Sidang

**Dr. H. Awaluddin Pimay, Lc., M. Ag.**

NIP. 19610727 200003 1001

Sekretaris Sidang

**Thohir Yuli Kusmanto, S.Sos., M. Si.**

NIP. 19730710 1999031 004

Penguji I

**Suprihatingsih, S. Ag., M. Si.**

NIP. 19760510 200501 2 001

Penguji II

**Abdul Ghoni, M. Ag.**

NIP. 19770709 200501 01 003

Pembimbing I

**Drs. H. M. Zain Yusuf, M. M.**

NIP :19530909 198203 1 003

Pembimbing II

**Thohir Yuli Kusmanto, M. Si.**

NIP : 19730710 1999031 004



## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi di lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum/tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan didalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 22 Mei 2015



**Iis Puji Lestari**  
NIM. 111311018

## MOTTO

عَبَّهُمْ فَأَعْفُ حَوْلِكَ مِنْ لَأَنْفَضُوا الْقَلْبِ غَلِيظَ فَظًّا كُنْتَ وَلَوْ لَهْمَ لِنْتَ اللَّهُ مِنْ رَحْمَةٍ فِيمَا  
الْمُتَوَكِّلِينَ تَحِبُّ اللَّهُ إِنَّ اللَّهَ عَلَى فَتَوَكَّلْ عَزَمْتَ فَإِذَا الْأَمْرِ فِي وَشَاوَرَهُمْ هُمْ وَأَسْتَغْفِرَ

Artinya : “Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu, karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampun untuk mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu[246]. Kemudian apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal”. (Q.S. Ali-Imron: 159)

## **PERSEMBAHAN**

Persembahan karya ilmiah ini teruntuk :

- Ayahanda saya tercinta, Bapak Parman yang selama ini telah mencurahkan segala kerja keras dan kasih sayangnya kepada saya, sehingga saya dapat menyelesaikan pendidikan dengan baik.
- Ibunda tercinta, Ibu Kami yang selama ini tak henti- hentinya mendo'akan saya sehingga saya dapat berhasil hingga seperti saat ini.
- Saudara- saudara perempuan saya tersayang, mbak Ririn Susanti dan dek Selviana Lia Maghfiroh yang selama ini telah sepenuh hati mendukung pendidikan saya.
- Sahabat suka dukaku, Muhammad Rif'an yang telah memberikan semangat sehingga karya ilmiah ini dapat terselesaikan.
- Keluarga besar kelasku, MD-A 8 yang dari semester satu hingga lulus kita selalu belajar bersama- sama.
- Teman- teman kosku tercinta, mbak Ana, mbak Fitri, mbak Aini, Mbak Baitin, Mega, Alin, Zuhrotus, Izza, Fahrur, Asri, Hetty, Shela, Ana, Hana, dan semuanya yang tak bisa saya sebutkan satu persatu, terima kasih kalian telah menjadi keluargaku dari pertama menginjak bangku perkuliahan hingga perkuliahan ini selesai.
- Sahabat- sahabat KKN Posko 15 Ds. Sijono Kec. Warung Asem, Kab. Batang, terima kasih karena kalian istimewa.

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, hidayah, dan inayah-Nya kepada peneliti sehingga karya ilmiah yang berjudul *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Anggota di Baitul Mal Wa Tamwil Ki Ageng Pandanaran Semarang* dapat terselesaikan walaupun setelah melalui beberapa hambatan dan rintangan. Shalawat dan salam semoga terlimpah kepada Nabi Muhammad SAW yang telah mengantar umatnya dari zaman kebodohan sampai pada zaman terangnya kebenaran dan ilmu pengetahuan.

Terima kasih penulis sampaikan kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu peneliti selama proses penulisan skripsi ini. Untuk itu, di dalam kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada :

1. Yang terhormat, Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang Bapak Dr. H. Awaluddin Pimay, Lc., M.Ag., beserta jajarannya yang telah memberikan restu kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak H. Fakhrurozi., M.Ag, selaku Ketua Jurusan MD dan Bapak Dedi Susanto, S.Sos,I., selaku Sekretaris Jurusan MD yang telah memberikan izin untuk penelitian ini.
3. Yang terhormat, Bapak Drs. H. M. Zain Yusuf, M. M., selaku pembimbing bidang substansi materi, yang sangat teliti dan sabar dalam membimbing, menuntun, dan memotivasi peneliti dalam menyelesaikan karya ilmiah ini.
4. Yang terhormat, Bapak Thohir Yuli Kusmanto, M. Si., selaku pembimbing bidang metodologi dan tata tulis, yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan kepada peneliti sehingga karya ilmiah ini dapat terselesaikan.
5. Yang terhormat, Bapak dan Ibu dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo, yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada peneliti selama dalam masa perkuliahan.

6. Manajer BMT Ki Ageng Pandanaran, Bapak Maryono, S.E. dan segenap karyawannya, yang telah memberikan izin dan membantu dalam pengumpulan data, baik berupa profil BMT maupun penelitian terhadap anggota BMT.
7. Para Responden, yaitu para anggota BMT Ki Ageng Pandanaran yang telah membantu melengkapi data penelitian, terima kasih yang sebesar- besarnya peneliti sampaikan.

Kepada mereka semua tidak ada sesuatu yang dapat peneliti berikan sebagai imbalan, kecuali do'a "Semoga Allah membalas kebaikannya dengan balasan yang lebih baik dan lebih banyak".

Dalam penyelesaian karya ilmiah ini peneliti telah mencurahkan segenap usaha yang maksimal dengan berbagai keterbatasan yang dimiliki oleh peneliti. Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan dan kesalahan, baik dari segi isi maupun tulisan. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat konstruktif sangat peneliti harapkan demi kesempurnaan di masa yang akan datang.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti dan pembaca yang budiman. Kesempurnaan hanya milik Allah SWT dan segala kekurangan milik kita semua.

Semarang, 22 Mei 2015

Peneliti



Iis Puji Lestari



## DAFTAR TABEL

	Halaman	
Tabel 3.1	Variabel dan Pengukuran Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Anggota	33
Tabel 3.2	Instrumen Skala Likert	40
Tabel 5.1	Destribusi Responden Berdasarkan Usia Responden	56
Tabel 5.2	Destribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	57
Tabel 5.3	Destribusi Responden Berdasarkan Status Responden	59
Tabel 5.4	Destribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Responden	60
Tabel 5.5	Destribusi Responden Berdasarkan Lama Menjadi Anggota	61
Tabel 5.6	Hasil Uji Validitas Instrumen	63
Tabel 5.7	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	64
Tabel 5.8	Data Hasil Angket	65
Tabel 5.9	Deskripsi Kualitas Pelayanan (X)	66
Tabel 5.10	Katagori Skor Kualitas Pelayanan	67
Tabel 5.11	Deskripsi Kepuasan Anggota (Y)	67
Tabel 5.12	Katagori Skor Kepuasan Anggota	68
Tabel 5.13	Uji Homogenitas	68
Tabel 5.14	Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	71
Tabel 5.15	Uji Regresi Sederhana	72
Tabel 5.16	Uji Parsial	74
Tabel 5.17	Uji Stimulan	75
Tabel 5.18	Uji Koefisien Determinasi	76

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Angket Penelitian	83
Lampiran 2 Data Rekap Angket	90
Lampiran 3 Karakteristik Responden	98
Lampiran 4 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	102
Lampiran 5 Deskripsi Variabel Penelitian	110
Lampiran 6 Uji Homogenitas	111
Lampiran 7 Uji Normalitas	112
Lampiran 8 Uji Regresi Linier Sederhana	114
Lampiran 9 Gambar BMT Ki Ageng Pandanaran	116
Lampiran 10 Surat Terima Riset	
Lampiran 11 Akte BMT Ki Ageng Pandanaran	
Lampiran 12 Formulir Permohonan Menjadi Anggota	
Lampiran 13 Formulir Pembukaan Rekening	
Lampiran 14 Formulir <i>Check List</i> Pembiayaan	

## ABSTRAK

Ekonomi syari'ah di Indonesia terus berkembang hingga saat ini, terbukti banyak berdirinya lembaga syari'ah yang mendukung perekonomian, termasuk lembaga keuangan Islam salah satunya adalah *Baitul Maal Wa tamwil* atau sering disingkat dengan BMT. Banyaknya BMT yang berdiri di Indonesia maka persaingannya juga akan semakin sulit, sehingga dibutuhkan berbagai strategi untuk bisa berkembang dan memperoleh anggota. Salah satu strategi yang perlu diperhatikan adalah mengenai pelayanan, karena dengan pelayanan yang berkualitas maka anggota akan menjadi puas dan akan tetap melakukan transaksi. BMT Ki Ageng Pandanaran Semarang merupakan BMT yang sudah lama berdiri, yaitu dari tahun 1998 dan masih tetap beroperasi sampai sekarang dengan anggota yang cukup banyak, maka dari itu menarik untuk meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan anggota di BMT Ki Ageng Pandanaran Semarang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan di BMT Ki Ageng Pandanaran dan pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan anggota di BMT Ki Ageng Pandanaran.

Jenis Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif ini menggunakan survei lapangan. Populasi dalam penelitian ini adalah anggota BMT Ki Ageng Pandanaran Semarang yang berjumlah 937 anggota/9 Februari 2015. Sampel yang digunakan adalah dengan *random sampling*. Metode penentuan jumlah sampel dengan mengambil 10 % dari jumlah populasi yaitu 94 anggota. Variabel X penelitian ini adalah kualitas pelayanan dengan indikator penelitian *tangible* (kemampuan fisik), *realibility* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (perhatian) dan variabel Y penelitian ini adalah kepuasan anggota dengan indikator harapan.

Hasil dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan di BMT Ki Ageng Pandanaran amat baik, dengan nilai rata-rata sebesar 120,18 yaitu pada interval 109-144 dan kepuasan anggota juga termasuk dalam kategori amat baik, dengan nilai rata-rata 33,86, yaitu pada interval 31-40. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan anggota sebesar 47,5 % dan sisanya sebesar 52,5 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini. Variabel lain lebih dominan sehingga menjadi menarik untuk diteliti oleh peneliti selanjutnya.

**Kata kunci:** kualitas pelayanan, kepuasan anggota

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	8
D. Tinjauan Pustaka .....	9
<b>BAB II : LANDASAN TEORI</b>	
A. Landasan Teori .....	13
1. Baitul Mal Wa Tamwil .....	13
2. Kualitas Pelayanan Kepuasan Anggota .....	19
3. Kepuasan Pelanggan .....	25
4. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap	
5. Kepuasan Anggota .....	29
B. Hipotesis.....	33
<b>BAB III : METODOLOGI PENELITIAN</b>	
C. Jenis Penelitian dan Sumber Data .....	29
D. Definisi Konseptual dan Definisi Operasional ...	36
E. Populasi dan Sempel .....	42

F.	Teknik Pengumpulan Data .....	43
G.	Validitas, Reliabilitas, dan Pengukuran .....	44
H.	Analisis Data .....	47
	1. Analisis Pendahuluan .....	47
	2. Analisis Uji Hipotesis .....	50
	3. Analisis Akhir ... ..	53
<b>BAB IV : DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN</b>		
A.	Sejarah Berdirinya BMT Ki Ageng Pandanaran Semarang .....	55
B.	Visi dan Misi .....	56
C.	Struktur Organisasi .....	57
D.	Produk- Produk .....	58
E.	Strategi Pemasaran dan Pengelolahan Usaha .....	62
F.	Anggota BMT Ki Ageng Pandanaran Semarang	64
<b>BAB V : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b>		
A.	Deskripsi Responden .....	67
	1. Usia Responden .....	67
	2. Jenis Kelamin .....	69
	3. Status Responden .....	70
	4. Pendidikan Responden .....	72
	5. Lama Menjadi Anggota pada Responden ....	74
B.	Validitas dan Reliabilitas .....	77
C.	Deskripsi Variabel Penelitian .....	80
	1. Kualitas Pelayanan di BMT Ki Ageng Pandanaran Semarang .....	82
	2. Tingkat Kepuasan Anggota BMT Ki Ageng Pandanaran Semarang .....	83
D.	Uji Homogenitas .....	84
E.	Uji Normalitas .....	86
F.	Analisis Uji Hipotesis .....	89
	1. Analisis Regresi Sederhana .....	89

2. Uji T (Uji Parsial/Korelasi) .....	91
3. Uji F (Uji Stimulan) .....	92
4. Uji Koefisien Determinasi .....	93
G. Analisis Akhir .....	94

**BAB VI : PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	97
B. Saran .....	98

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

**BIODATA**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. LATAR BELAKANG

Manajemen merupakan suatu usaha mencapai tujuan tertentu dengan mendayagunakan segala sumber daya baik manusia maupun non manusia dalam suatu organisasi. Segala sumber daya yang semula tidak berhubungan satu dengan yang lainnya lalu diintegrasikan, dihimpun menjadi sistem menyeluruh, secara sistematis, terkoordinasi, kooperatif, dengan maksud agar tujuan organisasi dapat tercapai, melalui pembagian kerja, tugas dan tanggung jawab yang seimbang.<sup>1</sup>

Dakwah merupakan usaha mewujudkan masyarakat yang menjunjung tinggi kehidupan beragama dengan merealisasikan ajaran Islam secara penuh dan menyeluruh, seperti yang tercantum dalam firman Allah SWT surat Al- Baqarah ayat 208, yang berbunyi:<sup>2</sup>

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اَدْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَافَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطٰنِ ؕ

إِنَّهٗ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿٢٠٨﴾

---

<sup>1</sup>Abdul Choliq, *Pengantar Manajemen*, (Semarang: Rafi Sarana Perkasa, 2011) hlm 25  
<sup>2</sup>Ilyas Supena, *Filsafat Ilmu Dakwah (Perspektif Filsafat Ilmu Sosial)*, (Semarang: Abshor, 2007) hlm 123

Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman, masuklah kamu ke dalam Islam secara keseluruhan, dan janganlah kamu turuti langkah-langkah syaitan. Sesungguhnya syaitan itu musuh yang nyata bagimu.”*

Dakwah juga memiliki definisi sebagai usaha peningkatan pemahaman keagamaan untuk mengubah pandangan hidup, sikap batin dan perilaku umat yang tidak sesuai dengan ajaran Islam menjadi sesuai dengan tuntutan syariat untuk memperoleh kebahagiaan hidup di dunia. Kegiatan dakwah bukan hanya mencakup sisi ajakan (materi dakwah) saja, tetapi juga seluruh unsur yang terkait dengan dakwah yang dapat menjalankan secara efektif tujuan dari apa yang dikehendaki oleh maksud dan tujuan dakwah itu sendiri. Pada dasarnya dakwah adalah suatu proses untuk merubah masyarakat atau mad'u kearah yang lebih baik.<sup>3</sup>

Manajemen dakwah merupakan suatu kepemimpinan yang memiliki fungsi dan peranan sebagai manajer dalam suatu organisasi atau lembaga dakwah yang bertanggung jawab atas jalannya semua fungsi manajemen, mulai dari perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan. Dengan adanya manajemen dakwah, maka dakwah secara efektif dan efisien dapat dilakukan melalui berbagai lembaga- lembaga syari'ah atau keagamaan, termasuk lembaga keuangan syari'ah.<sup>4</sup>

Lembaga keuangan syari'ah di Indonesia, berkembang bermula dari aspirasi masyarakat Indonesia yang mayoritas muslim, yang menginginkan sistem perbankan yang Islami, hingga pada awal tahun

---

<sup>3</sup> Sukriyanto, *Peran Masyarakat, Agama, Sosial, Ekonomi dan Budaya*, Jurnal Comdev, (Yogyakarta : Elang Press, 2003) hlm 225

<sup>4</sup> Zaini Muchtarom, *Dasar Manajemen Dakwah*, (Yogyakarta: Al- Amin Press, 1996) hlm



1980-an pendirian perbankan syari'ah mulai dirintis. Sebagai uji coba, masyarakat dan akademisi mempraktikkan gagasan bank syari'ah dalam skala kecil, maka berdirilah Bait Al-Tamwil Salman di Institut Teknologi Bandung dan Koperasi Ridho Gusti di Jakarta. Keberadaan badan usaha pembiayaan non-bank yang menerapkan konsep bagi hasil semakin menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia membutuhkan alternatif lembaga keuangan syari'ah sebagai pengganti lembaga keuangan konvensional yang sudah ada.<sup>5</sup>

Mencermati aspirasi masyarakat untuk memiliki lembaga keuangan syari'ah, Majelis Ulama Indonesia (MUI) mendirikan Tim Perbankan MUI yang bertugas menindak lanjuti aspirasi dan keinginan masyarakat serta melakukan persiapan dan konsultasi dengan semua pihak terkait, hingga berdirilah PT Bank Muamalat Indonesia (BMI) pada tanggal 1 November 1991 dan beroperasi pada 1 Mei 1992. Selain BMI, pionir perbankan syari'ah lainnya adalah Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Dana Mardhatillah dan BPR Berkah Amal Sejahtera yang didirikan pada tahun 1991 dibanding.<sup>6</sup>

Ekonomi syari'ah di Indonesia terus berkembang hingga saat ini, terbukti banyak berdirinya lembaga syari'ah yang mendukung perekonomian, termasuk lembaga keuangan Islam salah satunya adalah *Baitul Maal Wa tamwil* atau sering disingkat dengan BMT.

---

<sup>5</sup>Muhammad nadratuzzaman, *Produk Keuangan Islam di Indonesia dan Malaysia*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2013) hlm 19

<sup>6</sup>*Ibid*, hlm 20

BMT pada umumnya memiliki dua latar belakang pendirian dan kegiatan yang hampir sama kuatnya, yakni sebagai lembaga keuangan mikro dan sebagai lembaga keuangan syariah. Identifikasi yang demikian sudah tampak pada beberapa BMT perintis, yang beroperasi pada akhir tahun 1980-an sampai dengan pertengahan tahun 1990-an. BMT pada saat itu belum diketahui secara luas oleh masyarakat, serta masih melayani kelompok masyarakat yang relatif homogen dengan cakupan geografis yang amat terbatas.

Perkembangan pesat dimulai sejak tahun 1995, akibat krisis ekonomi 1997/1998. Pada tahun 2010, telah ada sekitar 4.000 BMT yang beroperasi di Indonesia. Beberapa diantaranya memiliki kantor pelayanan lebih dari satu. Jika ditambah dengan perhitungan faktor mobilitas yang tinggi dari para pengelola BMT untuk “jemput bola”, memberikan layanan di luar kantor, maka sosialisasi keberadaan BMT telah bersifat masif. Wilayah operasionalnya pun sudah mencakup daerah perdesaan dan daerah perkotaan, di pulau Jawa dan luar Jawa.

Perkembangan BMT yang pesat diiringi pula oleh semakin besarnya tantangan yang dihadapi. Tantangan internal terpenting diantaranya adalah: soal kepatuhan syariah (*syariah compliance*), soal mempertahankan idealisme gerakan, soal profesionalisme pengelolaan, soal pengembangan sumber daya insani, dan soal kerjasama antar BMT. Sementara itu, tantangan eksternal yang utama adalah: dinamika makroekonomi, masalah kemiskinan yang masih menghantui

perekonomian Indonesia, dinamika sektor keuangan yang belum menempatkan keuangan mikro sebagai pilar utama, serta masalah legalitas dan regulasi untuk BMT.<sup>7</sup>

Dengan banyaknya BMT yang berdiri di Indonesia maka persaingannya juga akan semakin sulit, sehingga dibutuhkan berbagai strategi untuk bisa berkembang dan memperoleh anggota. Salah satu strategi yang perlu diperhatikan adalah mengenai pelayanan, karena dengan pelayanan yang berkualitas maka anggota akan menjadi puas dan akan tetap melakukan transaksi.

Kualitas pelayanan merupakan *driver* kepuasan pelanggan yang bersifat multidimensi. Selama 20 tahun terakhir ini, banyak studi yang telah mencoba untuk melakukan eksplorasi terhadap dimensi dari kualitas pelayanan. Salah satu studi mengenai kualitas pelayanan adalah hasil kajian dari *Gronroos* seorang pakar dari Swedia. Menurutnya, ada 3 dimensi kualitas pelayanan. Pertama adalah *technical quality*, yaitu yang berhubungan dengan *outcome* suatu pelayanan. Kedua adalah *functional quality* yang lebih banyak berhubungan dengan proses *delivery* atau bagaimana pelayanan diberikan kepada pelanggan. Ketiga adalah *image* atau reputasi dari produsen yang menyediakan jasa. Saat ini masih sangat populer adalah konsep *Servqual* yang dikembangkan oleh Parasuraman,

---

<sup>7</sup>Awail Rizky, *Perkembangan BMT dari Tahun Ke Tahun, 2013*(<http://www.puskopsyahlampung.com/2013/05/perkembangan-bmt-dari-tahun-ke-tahun.html>) diunduh, minggu 08 Februari 2015

Berry, dan Zeithaml sejak 15 tahun yang lalu. Ketika permulaan konsep dari dimensi pelayanan diformulasikan terdapat 10 dimensi, setelah itu, disederhanakan menjadi 5 dimensi yaitu *Tangible*, *Realibility*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*.<sup>8</sup>

Kepuasan pelanggan bukanlah konsep yang baru, banyak praktisi bisnis diseluruh dunia yang memahami bahwa kepuasan pelanggan itu adalah penting. Seorang pelanggan yang puas adalah pelanggan yang mendapatkan *value* dari pemasok, produsen atau penyedia jasa. *Value* ini bisa berasal dari produk, pelayanan, sistem atau sesuatu yang bersifat emosi. Kalau *value* pelanggan adalah pelayanan maka kepuasan akan datang apabila pelayanan yang diperoleh benar-benar memuaskan. Pelanggan yang puas adalah pelanggan yang akan berbagi kepuasan dengan produsen atau penyedia jasa. Bahkan, pelanggan yang puas akan berbagi rasa dan pengalaman dengan pelanggan lain. Oleh karena itu, perusahaan dan pelanggan akan sangat diuntungkan jika kepuasan terjadi.<sup>9</sup>

BMT Ki Ageng Pandanaran Semarang berdiri dari tahun 1998, memiliki visi Menjadi lembaga keuangan syariah yang profesional dan dapat mensejahterakan Ekonomi umat, sehingga menjadi lembaga keuangan kepercayaan umat. Dengan visi tersebut maka BMT Ki Ageng Pandanaran memiliki tanggung jawab untuk dapat bekerja secara

---

57 <sup>8</sup> Nina rahmayanty, *Manajemen Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012) hlm

<sup>9</sup>Handi Irawan, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta : PT. Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia, 2009) hlm 1-2

professional dengan memperhatikan kualitas layanannya agar menjadi lembaga keuangan kepercayaan umat, dalam hal ini adalah anggota.

Sehingga kualitas pelayanan berwujud fisik (tangibles), kehandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance) dan kepedulian (emphaty) apakah berpengaruh ataukah tidak terhadap kepuasan anggota. Dalam industri jasa, pelanggan pasti berharap untuk mendapatkan pelayanan yang baik, sementara itu di pihak lain pemberi jasa juga mempunyai standar kualitas dalam memberikan jasanya. Demikian juga BMT yang merupakan industri jasa, anggota sebagai pelanggan pasti mempunyai harapan terhadap kualitas jasa tertentu yang mungkin berbeda dengan pemberi pelayanan. Persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan itu sendiri merupakan penilaian menyeluruh konsumen atas keunggulan suatu pelayanan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis mengambil judul:  
**”Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Anggota Baitul Mal wa Tamwil Ki Ageng Pandanaran Semarang”.**

## **B. RUMUSAN MASALAH**

1. Bagaimana kualitas pelayanan di BMT Ki Ageng Pandanaran Semarang?
2. Adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan anggota BMT Ki Ageng Pandanaran Semarang?

## C. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

### Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan di BMT Ki Ageng Pandanaran Semarang.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan anggota BMT Ki Ageng Pandanaran Semarang.

### Manfaat Penelitian

1. Manfaat secara teoritis

Untuk memberikan tambahan keilmuan dalam bidang manajemen dakwah dan bahan rujukan penelitian yang akan mengembangkan penelitian sejenis.

2. Bagi perusahaan

Untuk memberikan informasi yang bernilai bagi BMT Ki Ageng Pandanaran tentang bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota.

## D. TINJAUAN PUSTAKA

Upaya memperoleh data dan usaha menjaga orisinalitas penelitian, maka sangat perlu peneliti mengemukakan beberapa hasil penelitian dan literatur yang berkaitan dengan tema penelitian.

Pertama, skripsi oleh Rahmawati tahun 2007 tentang Analisis Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Anggota BMT Rizky Mandiri Yogyakarta mengatakan bahwa *Tangible*, *Realibility*,

*Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy* berpengaruh secara parsial maupun stimulan dan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota. Kelima variabel menunjukkan kepuasan anggota sebesar 74,8 % sisanya yaitu 25,2 % dipengaruhi oleh variabel lain.

Kedua, skripsi oleh Cucu Setiadi tahun 2011 tentang Pengaruh Pelayanan, Nilai Nasabah, Atribut Produk Islam terhadap Kepuasan Nasabah (Penelitian Pada BMT El Gunung Jati Cirebon) menyatakan pengaruh variabel kualitas pelayanan dan atribut produk Islam terhadap kepuasan nasabah secara simultan sebesar 90,1%. Sedangkan secara parsial besarnya pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah sebesar 20,3% dan pengaruh variabel atribut produk Islam terhadap kepuasan nasabah sebesar 40,3%. Dan besarnya pengaruh variabel-variabel lain di luar model terhadap nilai jasa sebesar 9,9%. Hasil penelitian ini menginformasikan bahwa kualitas pelayanan, dan atribut produk Islam berpengaruh signifikan dan menjadi faktor yang penting bagi kepuasan nasabah di BMT El-Gunung Jati Cirebon.

Ketiga, Skripsi oleh Suryo Maruto tahun 2011 tentang Analisis Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah pada KSP BMT Prima Dinar Ngadiluwih, mengatakan ada pengaruh yang signifikan antara kualitas jasa dan kepuasan nasabah dengan *reliability* yang paling dominan, nilai *adjusted R square* kualitas pelayanan jasa sebesar 0,574 atau 57,40 % kepuasan nasabah dipengaruhi oleh variabel *Tangible*,

*Realibility, Responsiveness, Assurance, dan Empathy*, 42,60 % dipengaruhi oleh faktor lain.

Keempat, skripsi oleh Chistiana Okky Lovenia tahun 2012 tentang Analisis Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Bank Jateng Cabang Utama Semarang) mengatakan bahwa variabel Wujud Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Kepedulian secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen Kepuasan Nasabah. Angka Adjusted R Square yaitu sebesar 0,779 yang menunjukkan bahwa antara wujud fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati mampu menjelaskan secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah Bank Jateng Cabang Utama Semarang sebesar 77,90%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti, seperti promosi, suku bunga dan lain-lain.

Upaya memperoleh data dan usaha menjaga orisinalitas penelitian, maka sangat perlu peneliti mengemukakan beberapa hasil penelitian dan literatur yang berkaitan dengan tema penelitian.



## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. LANDASAN TEORI

##### 1. Baitul maal wa tamwil (BMT)

BMT merupakan salah satu lembaga keuangan syari'ah yang berfungsi mengelola dana keuangan secara Islami dengan prinsip bagi hasil. Proses pengelolaan dana BMT yaitu dengan menghimpun dana dari anggota yang memiliki kelebihan dana kemudian disalurkan kepada anggota yang kekurangan dana. BMT memiliki fungsi yang sama dengan bank syari'ah hanya saja yang membedakan BMT memiliki fungsi sosial, BMT menyalurkan dana sosial kepada masyarakat dalam bentuk zakat, infaq, dan shodaqoh.

BMT adalah kependekan dari *Baitul Maal Wa Tamwil*. Secara harfiah atau *lughawi Baitul Maal* berarti rumah dana dan *Baitul wamwil* berarti rumah usaha.<sup>1</sup>

*Baitul Maal* lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dan penyaluran dana yang non profit, seperti zakat, infaq, dan shodaqoh.<sup>2</sup>*Baitul Maal* dikembangkan berdasarkan sejarah perkembangannya, yakni dari masa nabi sampai abad pertengahan perkembangan Islam, dimana *Baitul Maal* berfungsi untuk

---

<sup>1</sup> Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Mal Wa Tamwil (BMT)*, (Yogyakarta: UII Pres, 2004) hlm 126

<sup>2</sup>Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah, Deskripsi & Ilustrasi*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2004) hlm 96

mengumpulkan sekaligus mentasyarufkan dana sosial.<sup>3</sup>Sedangkan Baitul Tamwil yang dikembangkan pada abad 20 yaitu sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial. Usaha tersebut menjadi bagian tak terpisahkan dari BMT sebagai lembaga pendukung kegiatan ekonomi masyarakat kecil berlandaskan syariah.<sup>4</sup>

BMT didirikan dengan maksud untuk memfasilitasi masyarakat bawah yang tidak terjangkau oleh bank Islam maupun BPR Islam, prinsip operasinya didasarkan pada prinsip bagi hasil, jual beli (*ijaroh*) dan titipan (*wadi'ah*). Meski BMT dikatakan mirip dengan bank Islam, tetapi BMT memiliki pangsa pasar tersendiri, yaitu masyarakat kecil yang tidak terjangkau dan memiliki hambatan tersendiri dalam hal psikologis jika berhadapan dengan pihak bank.<sup>5</sup>

Prinsip operasional BMT adalah bagi hasil, *ijaroh*, dan *wadi'ah* yang merupakan solusi dari larangan riba atau dalam perbankan konvensional disebut dengan bunga, karena pada prinsipnya riba adalah kelebihan atau penambahan atau surplus, tetapi dari segi ekonomi berarti surplus pendapatan yang diterima dari pemberi pinjaman dari jumlah pinjaman pokok sebagai imbalan karena menanggihkan atau berpisah dari sebagian modalnya selama periode waktu tertentu.<sup>6</sup>

---

<sup>3</sup>Muhammad Ridwan, *Op. Cit.*, 127

<sup>4</sup> Heri Sudarsono, *Op. Cit.*, 97

<sup>5</sup>Nurul Huda, Muhammad Heykal, *Lembaga Keuangan Islam (Tinjauan Teoritis dan Praktis)*, (Jakarta : Kencana Prenada Media Grup, 2010) hlm 306

<sup>6</sup>Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam*, Jilid 3(Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Wakaf, 1996) hlm 83

Larangan riba ini tercantum dalam firman Allah SWT, pada surat Ali- Imran ayat 130 :<sup>7</sup>

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ

تُفْلِحُونَ ﴿١٣٠﴾

Artinya: “*Hai orang- orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda, dan bertawakallah kamu kepada Allah supaya kamu mendapatkan keberuntungan.*”

Antara bagi hasil dan bunga terdapat perbedaan yang sangat sangat berpengaruh dalam operasional lembaga keuangan. Perbedaan bagi hasil dan bunga antara lain sebagai berikut:<sup>8</sup>

- a. Penentuan bunga dibuat pada waktu akad dengan asumsi harus selalu untung. Sedangkan, penentuan besarnya rasio/nisbah bagi hasil dibuat pada waktu akad dengan berpedoman pada kemungkinan untung rugi.
- b. Besarnya prosentase bunga berdasarkan pada jumlah uang (modal) yang dipinjamkan. Sedangkan besarnya rasio bagi hasil berdasarkan pada jumlah keuntungan yang diperoleh.

<sup>7</sup>Sulaiman Rasjid, *Fiqh Islam*, Cetakan ke-58(Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2012) hlm 291

<sup>8</sup>Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori Ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2001) hlm 61

- c. Pembayaran bunga tetap seperti yang dijanjikan tanpa pertimbangan apakah proyek yang dijalankan oleh pihak nasabah untung atau rugi. Sedangkan bagi hasil bergantung pada keuntungan proyek yang dijalankan bila usaha merugi, kerugian akan ditanggung bersama oleh kedua belah pihak.
- d. Jumlah pembayaran bunga tidak meningkat sekalipun jumlah keuntungan berlipat atau keadaan ekonomi sedang “booming”. Sedangkan dalam bagi hasil jumlah pembagian laba meningkat sesuai dengan peningkatan jumlah pendapatan.
- e. Eksistensi bunga diragukan ( kalau tidak dikecam) oleh semua agama, termasuk islam. Sedangkan eksistensi bagi hasil tidak ada yang meragukan keabsahannya.

BMT tidak menerapkan bunga atau riba, prinsip yang diterapkan secara syari'ah dirasa tidak memberatkan salah satu pihak, karena tidak ada tambahan yang harus dibayarkan. Jika dalam melakukan usaha anggota mengalami keuntungan yang beras maka keuntungan tersebut dibagi sesuai dengan prosentase yang telah ditetapkan bersama, dan sebaliknya jika dalam usaha anggota mengalami kerugian maka kerugiannya juga ditanggung bersama. Prinsip bagi hasil BMT selalu ada asumsi untung dan rugi.

BMT berdiri bersamaan dengan pendirian bank syari'ah di Indonesia, yaitu pada tahun 1990-an. BMT semakin berkembang ketika pemerintah mengeluarkan kebijakan hukum ekonomi UU No. 7/1992

tentang perbankan dan PP No. 72/1992 tentang Bank Perkreditan Rakyat berdasarkan bagi hasil.<sup>9</sup>

Sebagai lembaga usaha yang mandiri BMT memiliki ciri- ciri sebagai berikut :

- a. Berorientasi bisnis, yakni memiliki tujuan mencari laba bersama dengan meningkatkan pemanfaatan segala potensi ekonomi yang sebanyak- banyaknya bagi para anggota dan lingkungannya.
- b. BMT bukan lembag sosial, tetapi dapat dimanfaatkan untuk mengelola dana umat seperti zakat, infaq, shodaqoh, hibah dan wakaf.
- c. Lembaga ekonomi umat yang dibangun dari bawah secara swadaya yang melibatkan peran serta masyarakat sekitar.
- d. Lembaga ekonomi milik bersama antara kalangan masyarakat bawah dan kecil serta bukan milik perseorangan atau kelompok tertentu diluar masyarakat sekitar BMT.<sup>10</sup>

Dalam masyarakat, BMT memiliki beberapa peran, diantara peran BMT dalah sebagai berikut :

- a. Menjauhkan masyarakat dari praktik ekonomi non syari'ah. BMT aktif mensosialisasikan tentang pentingnya ekonomi islam.
- b. Melakukan pembinaan dan pendanaan usaha kecil. BMT harus bersikap aktif dalam menjalankan fungsi sebagi keuangan mikro.

---

<sup>9</sup>Ahmad Hasan Ridwan, *BMT dan Bank Islam*, (Bandung: Pustaka Bani Quraisy, 2004) hlm

<sup>10</sup>*Ibid*, hlm 29

- c. BMT mampu melepaskan masyarakat dari ketergantungan rentenir, dengan pelayanan yang bagus, dan birokrasi yang sederhana.
- d. Menjaga keadilan ekonomi masyarakat dengan pendistribusian yang merata, misalnya dalam pembiayaan, BMT harus mampu memerhatikan kelayakan anggota dalam hal golongan anggota dan jenis pembiayaan.

BMT memiliki peranan yang penting dalam masyarakat. Sebagai lembaga keuangan syari'ah BMT berupaya untuk menjauhkan masyarakat dari praktik riba yang dilarang oleh agama Islam dan dikecam oleh agama lainnya, serta BMT berupaya untuk membantu masyarakat keluar dari ketergantungan rentenir. Upaya yang dilakukan BMT dapat memberikan rasa nyaman kepada masyarakat untuk melakukan usaha, karena BMT juga memberikan pembinaan usaha kecil, sehingga secara perlahan perekonomian masyarakat dapat terangkat.

BMT mempunyai komitmen yang harus dijaga supaya konsisten terhadap perannya, komitmen tersebut adalah :

- a. Menjaga nilai- nilai syari'ah dalam operasi BMT.
- b. Memperhatikan permasalahan- permasalahan yang berhubungan dengan pembinaan dan pendanaan usaha kecil.
- c. Meningkatkan profesionalitas BMT dari waktu ke waktu.
- d. Ikut terlibat dalam kesinambungan usaha masyarakat.<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup>Heri Sudarsono, *Op. Cit*, hlm 97- 98

## 2. Kualitas Pelayanan

Kata kualitas memiliki arti yang berbeda pada setiap orang, tergantung konteksnya. Perspektif umum terhadap kualitas meliputi:

- a. Pandangan transenden mengenai kualitas bersinonim dengan keunggulan bawahan, tanda- tanda standar, dan prestasi yang tinggi. Sudut pandang ini sering diterapkan pada seni pertunjukan atau visual. Pandangan ini berpendapat bahwa orang belajar mengenali kualitas hanya melalui pengalaman yang diperoleh dari paparan yang berulang.
- b. Pendekatan berbasis manufaktur didasarkan pada persediaan dan terutama sangat memperhatikan praktik- praktik teknik dan manufaktur. (Dalam sektor jasa kami mengatakan bahwa kualitas dipicu oleh operasi).
- c. Definisi berbasis penggunaan dimulai dari premis bahwa kualitas terletak dimata orang yang melihatnya. Definisi ini menyamakan kualitas dengan kepuasan maksimum. Perspektif subjektif dan berorientasi pada kebutuhan ini mengakui bahwa pelanggan yang berbeda memiliki keinginan dan kebutuhan yang berbeda pula.
- d. Definisi berbasis nilai mendefinisikan bahwa kualitas dalam hal ini adalah nilai dan harga, dengan mempertimbangkan pertukaran antara

kinerja (kesesuaian) dan harga. Kualitas didefinisikan sebagai “keunggulan yang terjangkau”.<sup>12</sup>

Kualitas pelayanan adalah segala tindakan yang dilakukan oleh produsen atau perusahaan agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan sebaik- baiknya, seperti menggunakan teknologi yang canggih dalam melayani konsumen dan melayanani dengan kondisi kantor yang nyaman. Konsumen yang kebutuhan dan keinginannya terpenuhi akan merasa senang melakukan transaksi di perusahaan yang bersangkutan, sehingga konsumen dapat melakukan transaksi secara berulang. Tindakan konsumen yang merasa senang akan menimbulkan rasa puas terhadap perusahaan dan konsumen dapat memberikan citra yang baik terhadap perusahaan.

Sedangkan Kotler mendefinisikan pelayanan adalah semua kegiatan yang mempermudah konsumen untuk menghubungi pihak-pihak yang tepat di perusahaan dan mendapatkan pelayanan, jawaban, serta penyelesaian masalah yang cepat dan memuaskan.<sup>13</sup> Pelayanan yang diberikan merupakan cerminan baik atau buruknya suatu perusahaan dimata konsumen. Dengan demikian pelanggan merupakan salah satu faktor yang dapat mendorong pangsa pasar suatu perusahaan.<sup>14</sup>

---

<sup>12</sup>Christoper Lovelock, Jochen wirtz, Jacky Mussry, *Pemasaran Jasa (Manusia, Teknologi, Strategi)*, (Jakarta: Erlangga, 2010) hlm 153

<sup>13</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Implementasi dan Kontrol*, Edisi Ke-9, Jilid 1, (Jakarta: PT. Prenhalindo, 1997) hlm 8

<sup>14</sup>Endar Sugiarto, *Psikologi Pelayanan dalam Industri Jasa*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1999) hlm 39



Jadi, Kualitas pelayanan merupakan hasil evaluasi dimana pelanggan membandingkan persepsi mereka terhadap layanan dan hasilnya, dengan apa yang mereka harapkan. Oleh karena itu, dari sudut pengguna kualitas pelayanan didefinisikan sebagai sesuatu yang secara konsisten memenuhi atau melampaui harapan pelanggan.<sup>15</sup>

Kualitas pelayanan harus disertai dengan pelayanan yang prima, yaitu dengan menyuguhkan pelayanan terbaik. Pelayanan terbaik harus memperhatikan beberapa hal, seperti kualitas karyawan, fasilitas yang diberikan, dan produk yang ditawarkan. Pelayanan harus dilakukan dengan sebaik-baiknya agar dapat berkualitas.

Lima hal pokok dalam merancang pemberian layanan prima, antara lain:

a. Regulasi layanan (*Service Regulation*)

Perusahaan manapun harus menyusun dan mengembangkan jasa pelayanan pada pelanggan, mencakup sistem, aturan, keputusan, prosedur dan tata cara pelayanan dalam keluan pelayanan. Idealnya dalam suatu pelayanan dapat terlihat dengan jelas sesuai dengan dasar hukum, persyaratan pelayanan, prosedur pelayanan, waktu pelayanan, biaya serta proses pengaduan sehingga petugas pelayanan memahami apa yang seharusnya mereka lakukan dalam memberikan pelayanan.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> Christopher Lovelock, Jochen wirtz, Jacky Mussry, *Op. Cit*, hlm 154

<sup>16</sup>Nina Rahmayanty, *Op. Cit*, hlm 146

b. Fasilitas- fasilitas layanan

Menyangkut fasilitas utama dan pendukung, ada perlengkapan pelayanan serta akomodasi, ruangan, peralatan, teknologi dan sebagainya.

c. Peranan tim pengarah

Tim pengarah adalah penanggung jawab tertinggi manajemen, yang memiliki peran dalam manajemen pelayanan prima, diantaranya :

- 1) Membantu persiapan dan perencanaan yang teratur mengenai sistem pelayanan, tata cara kerja pelayanan, prosedur pelayanan dalam upaya mewujudkan tujuan- tujuan yang telah ditentukan.
- 2) Memonitoring dengan tujuan agar pelayanan prima sesuai dengan peta perencanaan yang telah disusun dan ditetapkan.
- 3) Memberikan motivasi serta pelatihan dan pendidikan bagi peningkatan kualitas pegawai.
- 4) Menjadi contoh dalam sikap kepercayaan, kejujuran, komitmen, dan integritas.
- 5) Meningkatkan pengetahuan, wawasan, pergaulan, dan kompetensi dengan banyak mengikuti berbagai *networking* dan tergabung dalam asosiasi terkait.
- 6) Melaksanakan konsep PDCA (*Plan, Do, Check, Action*), dan lain sebagainya.

- d. Murah - Murah- Cepat – Manfaat
- e. Budaya pemberian pelayanan.<sup>17</sup>

Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah guna memenuhi keinginan pelanggan akan suatu produk atau jasa yang mereka butuhkan. Kualitas pelayanan yang baik adalah kemampuan perusahaan/bank memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan standar yang telah ditetapkan. Kemampuan tersebut ditunjukkan oleh sumber daya manusia dan sarana serta prasarana yang dimiliki.

Berikut ini beberapa ciri pelayanan yang baik yang harus diikuti oleh karyawan yang bertugas melayani pelanggan/nasabah:

- a. Tersedianya karyawan yang baik
- b. Tersedianya sarana dan prasarana yang baik
- c. Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai
- d. Mampu melayani secara cepat dan tepat
- e. Mampu berkomunikasi
- f. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi
- g. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik
- h. Berusaha memahami kebutuhan nasabah
- i. Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah.<sup>18</sup>

---

<sup>17</sup>*Ibid*, hlm 148-156

<sup>18</sup> Kasmir. *Etika Customer Service*, (Jakarta : PT Raja Grafindo, 2006) hlm. 312

### 3. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan adalah suatu keadaan dimana terjadi titik temu antara nilai balas jasa atas pelayanan yang diberikan dari pihak bank atau perusahaan dengan nilai balas jasa yang memang diinginkan oleh pelanggan atau nasabah. Pelanggan yang dimaksudkan dalam pembahasan ini adalah anggota.

Kepuasan pelanggan menurut Kotler dan Armstrong merupakan tingkatan dimana kinerja (*perceived performance*) produk sesuai dengan harapan yang dirasakan pelanggan. Bila kinerja produk lebih rendah dibandingkan dengan harapan pelanggan, maka pelanggan tidak akan puas, sebaliknya bila kinerja sesuai harapan atau melebihi harapan maka pelanggan akan terpuaskan.<sup>19</sup>

Sedangkan menurut Engel, Blackwell, dan Miniard, kepuasan pelanggan adalah evaluasi pasca konsumsi, bahwa alternatif yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.

Maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah persepsi dan perasaan senang atau kecewa yang dimiliki oleh pelanggan berdasarkan perbandingan kinerja produk yang dikonsumsi dengan harapan yang dimiliki sebelum mengkonsumsi.

Kotler dan Armstrong menyatakan bahwa ketidakpuasan pelanggan berhubungan dengan :<sup>20</sup>

---

<sup>19</sup> Rismi Sosmad dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Komunikasi*, (Bandung: Alfabeta 2014) hlm 33

<sup>20</sup> Ibid, hlm 33

1. Tidak sesuai dengan harapan dan kenyataan yang dialami.
2. Layanan selama proses menikmati jasa tidak memuaskan pelanggan.
3. Prilaku atau tindakan pegawai yang memberikan pelayanan tidak menyenangkan.
4. Suasana dan kondisi fisik lingkungan yang tidak menunjang.
5. Biaya yang terlalu tinggi, karena jarak yang terlalu jauh, banyak waktu yang terbuang.
6. Promo atau iklan yang berlebihan yang tidak sesuai dengan kenyataan.

Untuk lebih jelasnya, berikut ini sifat-sifat pelanggan yang harus dikenal agar mampu memberikan pelayanan yang baik :

- a. Pelanggan mau dianggap sebagai raja
- b. Mau dipenuhi keinginan dan kebutuhannya
- c. Tidak mau didebat dan tidak mau disinggung
- d. Pelanggan mau diperhatikan
- e. Pelanggan ingin selalu dipuji
- f. Pelanggan merupakan sumber pendapatan perusahaan, hendaknya karyawan termotivasi untuk melayani pelanggan sebaik-baiknya.<sup>21</sup>

Kepuasan pelanggan merupakan hasil penilaian terhadap apa yang diharapkan dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk. Jika harapan lebih tinggi dari kualitas produk maka pelanggan akan merasa tidak puas. Dan sebaliknya jika harapan sama atau lebih rendah

---

<sup>21</sup> Martoyo Susilo, *Managemen Sumber Daya Manusia*, (Yogyakarta:BPFE, 2000) hlm 142

dari kinerja produk maka pelanggan akan merasa puas. Menurut definisi tersebut, ada dua ukuran yang tercakup yaitu harapan pelanggan yang berfungsi sebagai pembanding atas ukuran yang kedua yaitu kinerja produk.<sup>22</sup>

Karena fokus kualitas pelayanan adalah pelanggan, maka perlu difahami mengenai pengertian pelanggan atau anggota. Pelanggan adalah orang yang menuntut perusahaan untuk memenuhi standar kualitas tertentu, karena itu akan memberikan pengaruh pada performansi (*performance*) perusahaan. Sementara itu jenis- jenis pelanggan, yang pada dasarnya dikenal tiga macam pelanggan dalam sistem kualitas modern, yaitu :

- a. Pelanggan internal, yaitu orang yang berada didalam perusahaan yang memiliki performansi (*performance*) pekerjaan. Misalnya pembayaran gaji karyawan secara tepat waktu dan tepat jumlah haruslah diperhatikan.
- b. Pelanggan antara, yaitu pihak yang bertindak sebagai perantara, bukan sebagai pemakai akhir, atau disebut dengan distributor.
- c. Pelanggan eksternal, yaitu pembeli atau pemakai produk yang disebut dengan pelanggan nyata.

Tiga jenis pelanggan diatas memiliki peranan yang penting. Apabila salah satu tidak diperhatikan maka akan menyebabkan

---

<sup>22</sup> Lerbin R Aritonang, *Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama) 2005, hlm 2

ketimpangan dalam perusahaan. Seperti pelanggan internal, dalam hal ini adalah karyawan, jika jumlah besaran dan ketepatan gaji karyawan tidak diperhatikan maka lambat laun karyawan akan keluar dari perusahaan, dengan demikian akan merugikan perusahaan itu sendiri.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi pelanggan dalam bertransaksi, diantara faktor- faktor tersebut antara lain sebagai berikut:

- a. "Kebutuhan dan Keinginan" yang berkaitan dengan hal- hal yang dirasakan pelanggan ketika ia sedang mencoba melakukan transaksi dengan perusahaan. Jika kebutuhan dan keinginan besar, maka ekspektasi pelanggan akan tinggi, dan sebaliknya.
- b. Pengalaman masa ketika melakukan transaksi.
- c. Promosi dari teman- teman.
- d. Komunikasi melalui iklan.<sup>23</sup>

#### **4. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Era kompetisi bisnis yang ketat seperti sekarang ini, kepuasan pelanggan merupakan hal yang utama, pelanggan diibaratkan seorang raja yang harus dilayani namun bukan berarti semua diserahkan kepada pelanggan. Usaha memuaskan pelanggan harus saling menguntungkan atau disebut *win win situation* yaitu dimana keadaan kedua belah pihak merasa menang dan tidak ada yang merasa dirugikan.

---

<sup>23</sup> Vincent, Gaspersz, *Total Quality Management*, (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003) hlm 33- 34

Organisasi pencarian laba, tujuannya tidak semata-mata mencari laba, laba merupakan produk sampingan dari melaksanakan tugas dengan baik. Perusahaan menghasilkan uang dengan memusatkan kebutuhan pelanggan lebih baik dari pada yang dilakukan pesaing. Berorientasi terhadap pelanggan dimana semua fungsi berkerjasama untuk memahami, melayani, dan memuaskan pelanggan. Kebutuhan pelanggan harus difahami secara benar dan dipuaskan secara efisien.<sup>24</sup>

Kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan dapat diukur dengan menggunakan 5 dimensi yaitu *Tangible*, *Realibility*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*. Dimensi pertama dari kualitas pelayanan menurut konsep Serqual ini adalah *Tangible*. Karena suatu *service* tidak bisa dilihat, tidak bisa dicium, tidak bisa diraba, maka aspek *tangible* menjadi penting sebagai ukuran terhadap pelayanan. Pelanggan akan menggunakan indra penglihatan untuk mengukur suatu kualitas pelayanan. Pelanggan mempunyai persepsi, suatu bengkel memiliki kualitas pelayanan yang baik apabila bengkel tersebut menggunakan peralatan yang canggih, sehingga pelanggan merasa puas walaupun biayanya lebih mahal. Peralatan yang canggih akan memberikan kesan bahwa bengkel tersebut memberikan pelayanan dengan kualitas tinggi.<sup>25</sup>

---

<sup>24</sup> Nina Rahmayanty, *Op. Cit*, hlm 6

<sup>25</sup>Handi Irawan, *Op. Cit*, hlm 58



Kepuasan pelanggan terhadap pelayanan juga ditentukan oleh *reliability*, yaitu dimensi yang mengukur kehandalan perusahaan dalam memberikan pelayanan terhadap pelanggannya. Ada 2 aspek dalam dimensi ini, pertama adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan seperti yang dijanjikan. Kedua adalah seberapa jauh perusahaan memberikan pelayanan yang akurat atau tidak *error*. Sebuah bank dikatakan tidak *reliable* apabila petugas *tellernya* melakukan kesalahan dalam mentransfer sejumlah uang yang diminta nasabah.<sup>26</sup>

*Responsiveness* adalah kualitas pelayanan yang paling dinamis. Harapan pelanggan terhadap kecepatan pelayanan dapat dipastikan akan berubah dengan kecenderungan naik dari waktu ke waktu. Sama seperti dimensi pelayanan lainnya, maka kepuasan terhadap dimensi *responsiveness* adalah berdasarkan persepsi bukan aktualnya. Karena persepsi mengandung aspek psikologis lain, maka faktor komunikasi dan situasi fisik disekeliling pelanggan yang menerima pelayanan merupakan hal yang penting dalam mempengaruhi penilaian pelanggan. Seorang pelanggan akan mempunyai toleransi yang besar apabila menunggu di restoran yang nyaman. Bangku yang empuk, ruangan ber- AC, pelayan yang terlihat rapi, ada hiasan dinding-dinding restoran, akan mampu menunggu selama 30 menit sebelum makanan dihidangkan. Sebaliknya, pelanggan yang sama akan

---

<sup>26</sup>*Ibid*, hlm 61

memberikan toleransi yang lebih kecil apabila menunggu direstoran yang tidak nyaman.<sup>27</sup>

Dimensi yang keempat dari kepuasan pelanggan yaitu *assurance*, yaitu dimensi kualitas yang berhubungan dengan kemampuan perusahaan alam menanamkan rasa percaya dan keyakinan terhadap pelanggannya. Ada empat aspek dalam dimensi ini, yaitu keramahan, kompetensi, kredibilitas dan keamanan.<sup>28</sup>

Dimensi *empathi* adalah dimensi kelima dari kualitas pelayanan. Pelanggan dari kelompok menengah atas mempunyai harapan yang tinggi agar perusahaan penyedia jasa mengenal mereka secara pribadi. Perusahaan harus tahu nama mereka, kebutuhan mereka secara spesifik, dan apabila perlu apa yang menjadi hobi dan karakter personal lainnya. Apabila tidak perusahaan akan kehilangan kesempatan untuk memuaskan pelanggan dari aspek ini.<sup>29</sup>

Pada dasarnya, kepuasan dapat didefinisikan secara sederhana sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan dapat dipenuhi. Dengan demikian pula, apabila kepuasan pelanggan boleh dinyatakan sebagai rasio atau perbandingan, maka kepuasan pelanggan dapat dirumuskan sebagai berikut :  $Z = X/Y$ , dimana Z adalah kepuasan pelanggan atau anggota, X adalah kualitas yang dirasakan pelanggan, dan Y adalah kebutuhan, keinginan, dan harapan. Jika pelanggan

---

<sup>27</sup>*Ibid*, hlm 65-67

<sup>28</sup>*Ibid*, hlm 69

<sup>29</sup>*Ibid*, hlm 73

merasakan bahwa kualitas pelayanan melebihi kebutuhan, keinginan, dan harapan, maka kepuasan pelanggan akan bernilai lebih tinggi ( $Z > 1$ ), dan apabila pelanggan merasa kualitas pelayanan lebih rendah dari pada kebutuhan, keinginan, dan harapan maka kepuasan pelanggan akan menjadi lebih rendah ( $Z < 1$ ). Karena kepuasan pelanggan sangat tergantung pada persepsi dan ekspektasi pelanggan.<sup>30</sup>

Lima aspek dimensi pelayanan merupakan aspek yang dapat mempengaruhi kualitas pelayanan. Keahlian karyawan, ketepatan dan kecepatan karyawan dalam melayani, keamanan layanan, dan kemampuan karyawan dalam berkomunikasi menentukan baik buruknya pelayanan. Jika harapan pelanggan lebih rendah atau sama dengan pelayanan yang diberikan maka pelanggan akan menjadi puas, dan sebaliknya apabila harapan pelanggan lebih tinggi dari pelayanan yang diberikan maka pelanggan akan menjadi tidak puas.

## **B. HIPOTESIS**

Hipotesis adalah proposisi yang masih bersifat sementara dan masih harus diuji kebenarannya. Proposisi adalah pernyataan tentang suatu konsep.

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan anggota di BMT Ki Ageng Pandanaran Semarang. Dimana kualitas pelayanan adalah variabel X dan kepuasan anggota adalah variabel Y, maka hipotesisnya :

---

<sup>30</sup>Vincent, Gaspersz, *Op. Cit.*, hlm 35

Ha : Terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan anggota di BMT Ki Ageng Pandanaran Semarang.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian dan Sumber Data**

##### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian survai lapangan dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.<sup>1</sup>

##### **2. Sumber Data**

###### **a. Data Primer**

Data primer yaitu data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya. Pengumpulan data tersebut dilakukan secara khusus untuk mengatasi masalah riset yang sedang diteliti.<sup>2</sup> Data ini dapat diperoleh dengan teknik kuesioner atau angket dan teknik wawancara. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner yang berisi pertanyaan seputar kualitas pelayanan dan kepuasan anggota di BMT Ki Ageng Pandanaran

---

<sup>1</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2009) hlm. 8

<sup>2</sup>Muhammad, M.Ag, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2008) hlm. 102

Semarang dan wawancara dengan pengelola mengenai BMT Ki Ageng Pandanaran.

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung tetapi melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain) yang berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter), dan notulensi rapat.

## **B. Definisi Konseptual dan Definisi Operasional**

### **1. Definisi Konseptual**

Definisi konseptual merupakan batasan terhadap masalah-masalah variabel yang dijadikan pedoman dalam penelitian sehingga akan memudahkan dalam mengoperasionalkannya di lapangan. Untuk memahami dan memudahkan dalam menafsirkan banyak teori yang ada dalam penelitian ini, maka akan ditentukan beberapa definisi konseptual yang berhubungan dengan yang akan diteliti, antara lain:

a. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah hasil evaluasi dimana pelanggan membandingkan persepsi mereka terhadap layanan dan hasilnya, dengan apa yang mereka harapkan. Pelayanan dikaitkan

berkualitas apabila secara konsisten memenuhi atau melampaui harapan pelanggan.

b. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan adalah suatu keadaan dimana terjadi titik temu antara nilai balas jasa atas pelayanan yang diberikan dari pihak bank/perusahaan dengan nilai balas jasa yang memang diinginkan oleh pelanggan atau nasabah.

## 2. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan petunjuk tentang bagaimana suatu variabel diukur. Dengan melihat definisi operasional suatu penelitian, maka seorang peneliti akan dapat mengetahui suatu variabel yang akan diteliti.

Kualitas pelayanan dapat diukur dengan menggunakan 5 dimensi yaitu *Tangible*, *Realibility*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*.

a. *Tangible* (kemampuan fisik) adalah suatu bentuk penampilan fisik, peralatan personal, media komunikasi dan hal-hal yang lainnya yang bersifat fisik.

b. *Responsivess* (kehandalan) adalah suatu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya.

c. *Responsivness* (daya tanggap) adalah suatu respon / kesigapan karyawan dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap.

- d. *Assurance* (jaminan) adalah kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas, keramahan, perkataan atau kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan.
- e. *Emphaty* (perhatian) adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi kepada para konsumen.

Kepuasan anggota dipengaruhi oleh harapan. Jika harapan terhadap pelayanan lebih rendah dari pada pelayanan yang diberikan maka anggota akan merasa puas, dan sebaliknya, jika harapan anggota terhadap pelayanan lebih tinggi dari pelayanan yang diberikan, maka anggota akan merasa tidak puas.

Tabel 3.1

Variabel dan pengukuran *Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Anggota*

No	Variabel	Indikator	Sub Indikator
1	Kualitas Pelayanan (X)	<i>Tangibel</i> (Kemampuan fisik)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kondisi kantor</li> <li>- Teknologi yang digunakan</li> <li>- Fasilitas yang diberikan</li> <li>- Produk yang ditawarkan</li> </ul>
		<i>Realibility</i> (kehandalan)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kemampuan karyawan dalam</li> </ul>



			<p>memberikan pelayanan</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tingkat kesalahan yang dilakukan</li> </ul>
		<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kecepatan pelayanan</li> <li>- Kemampuan dalam berkomunikasi</li> </ul>
		<i>Assurance</i> (Jaminan)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Keramahan, kompetensi kredibilitas, dan keamanan</li> <li>- Kepercayaan terhadap perusahaan</li> </ul>
		<i>Empathy</i> (Perhatian)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kemampuan perusahaan dalam mengenali nasabah</li> <li>- Kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan dan keinginan anggota.</li> </ul>

2	Kepuasan Anggota (Y)	Harapan anggota BMT Ki Ageng Pandanaran terhadap kualitas pelayanan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Harapan dan kenyataan yang dialami.</li> <li>- Layanan selama proses menikmati jasa memuaskan pelanggan.</li> <li>- Prilaku atau tindakan pegawai yang memberikan pelayanan menyenangkan.</li> <li>- Suasana dan kondisi fisik lingkungan yang menunjang.</li> <li>- Biaya yang rendah.</li> <li>- Promo atau iklan sesuai dengan kenyataan.</li> </ul>
---	----------------------	---	--

### C. Populasi dan Sempel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarikkesimpulannya. Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.<sup>3</sup>

Dalam proses pengumpulan data akan menggunakan metode sampling. Pengumpulan data dengan metode sampel dimaksudkan untuk menghemat biaya, tenaga, dan waktu, karena dengan metode ini

---

<sup>3</sup>Sugiyono, *Op. Cit*, hlm80-81

penelitian hanya dilakukan terhadap sebagian dari populasi yang ada. Sampel yang digunakan adalah jenis sampel random, yaitu sampel yang dipilih secara acak dari populasinya.<sup>4</sup>

Ada beberapa metode pengambilan sampel, bisa menggunakan rumus yang dikenal dengan rumus Slovin, ada juga dengan menggunakan tabel, dan sampel diambil dari 10-20 % dari jumlah populasi.<sup>5</sup>

Dalam penelitian ini, populasinya adalah anggota BMT Ki Ageng Pandanaran yang berjumlah 937 anggota/9 Februari 2015. Metode sampel yang digunakan adalah dengan mengambil 10% dari jumlah populasi yaitu 94 anggota.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik yang dipergunakan dalam proses pengumpulan data dalam penelitian ini terdiri atas metode angket atau kuesioner dan metode wawancara dan dokumentasi untuk melengkapi data yang diperoleh melalui angket.

##### **1. Kuesioner**

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan mereka dapat memberikan respon atas

---

<sup>4</sup>Meilia Nur Indah Susanti, *Statistik Deduktif dan Induktif*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2010) hlm 23

<sup>5</sup> Tony Wijaya, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2013) hlm 29

daftar pertanyaan tersebut. Seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.<sup>6</sup>

Pernyataan dalam instrumen penelitian ini bersifat tertutup yaitu pernyataan yang jawabannya sudah ada sehingga responden hanya tinggal memilih salah satu yang disediakan. Kuosioner ini diberikan kepada anggota BMT Ki Ageng Pandanaran untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan anggota.

## **2. Wawancara**

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data jika peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.<sup>7</sup> Dalam hal ini peneliti mengadakan tanya jawab dengan pihak manajer BMT Ki Ageng Pandanaran yang dapat memberikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan. Wawancara ini dilakukan secara tidak terstruktur yaitu penulis hanya menggunakan pedoman wawancara yang berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.

## **3. Dokumentasi**

Metode dokumentasi adalah metode untuk mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan-catatan,

---

<sup>6</sup>Sugiyono, *Op. Cit*, hlm 137

<sup>7</sup>*Ibid*, hlm 138

transkrip, buku, surat kabar, majalah, notulensi rapat, agenda, dan sebagainya.

## E. Validitas, Reliabilitas, dan Pengukuran

### 1. Validitas

Uji validitas adalah sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Alat ukur mempunyai validitas yang tinggi apabila mampu menjalankan fungsi ukurnya atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya ukur. Analisis uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan korelasi *pearson*. Teknik untuk menguji validitas tiap-tiap variabel dilakukan dengan cara mengkorelasikan tiap skor item instrumen tersebut. Indikatornya adalah jika nilai probabilitas korelasi tersebut signifikan, maka instrumen tersebut valid dan juga sebaliknya. Dalam pengujian validitas digunakan analisa butir. Cara mengukur analisa butir adalah dengan mengkorelasikan skor butir dengan skor total, jika hasil dari  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel maka itu membuktikan bahwa kuisisioner dikatakan valid, dengan taraf signifikan sebesar  $\alpha = 5\%$ . Rumus yang digunakan yaitu korelasi product moment:<sup>8</sup>

$$R_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{N(\sum x^2 - (x)^2)\}\{N \sum y^2 - (y)^2\}}}$$

---

<sup>8</sup>Algifari, *Statistika Induktif*, (Yogyakarta: YKPN, 2003) hlm 274.

Keterangan: r = koefisien korelasi  
 X = nilai butir X  
 Y = nilai butir Y  
 n = jumlah responden

## 2. Uji Reliabilitas

Uji realibilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan dengan kata lain reliabiliti menunjukkan konsistensi suatu alat.

Untuk mengetahui apakah item-item pertanyaan dalam variabel reliabel, maka indikatornya adalah nilai  $\alpha \geq 0,60$ . Dimana pada pengujian ini menggunakan bantuan komputer progam SPSS.

Rumus croanbach alpa adalah sebagai berikut :<sup>9</sup>

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Keterangan :  $r_{11}$  = Reliabilitas instrumen  
 k = Jumlah kuesioner  
 $\sum \sigma_b^2$  = Jumlah varian butir  
 $\sigma_1^2$  = Varian total

## 3. Pengukuran

Pengukuran variabel bebas dan terikat menggunakan *skala likert* yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi yang dijabarkan menjadi indikator variabel dan dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa

---

<sup>9</sup>Sarwono, *Metode Penelitian Administrasi*, (Bandung: Alfabeta, 2005)hlm 85

pernyataan atau pertanyaan.<sup>10</sup> Adapun instrumen skala likert dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 3.2  
Instrumen Skala Likert

Variabel	Alternatif Jawaban	Skor
Kualitas Pelayanan	Sangat tidaksejutu	1
	Tidak setuju	2
	Setuju	3
	Sangat setuju	4
Kepuasan Pelanggan	Sangat tidak setuju	1
	Tidak sejutu	2
	Setuju	3
	Sangat setuju	4

## F. Analisis Data

### 1. Analisis Pendahuluan

#### a. Deskriptif Variabel

##### 1) Kualitas pelayanan (Variabel X)

Kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan/bank memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan standar yang telah ditetapkan.

Kualitas pelayanan dapat diukur dengan menggunakan 5 dimensi yaitu *Tangible*, *Realibility*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*. Dimensi pertama dari kualitas pelayanan menurut konsep Serqual ini adalah *Tangible*.

---

<sup>10</sup>Sugiono, *Metode Penelitian Administrasi*, (Bandung: Alfabeta, 2005) hlm 86

## 2) Kepuasan Anggota (Variabel Y)

Kepuasan anggota merupakan hasil penilaian terhadap apa yang diharapkan dalam melakukan transaksi di BMT. Jika harapan lebih tinggi dari pelayanan yang diberikan, maka anggota merasa tidak puas. Dan sebaliknya jika harapan sama atau lebih rendah dari pelayanan yang diberikan, maka anggota merasa puas.

### b. Homogenitas

Uji kesamaan dua varians digunakan untuk menguji apakah kedua data kelompok homogen yaitu dengan membandingkan dua variansnya. Jika kedua varians sama besarnya maka uji homogenitas tidak perlu karena datanya sudah dianggap homogen, namun apabila varians tidak sama besarnya maka perlu dilakukan uji homogenitas.<sup>11</sup>

Uji homogenitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan uji Harley, yaitu uji homogenitas yang paling sederhana karena cukup membandingkan variansi terbesar dengan variansi terkecil, yang dilambangkan dengan rumus:<sup>12</sup>

$$F(\max) = \frac{\text{Variansi terbesar}}{\text{Variansi terkecil}}$$

Hasil uji F (max) hitung dibandingkan dengan F (max) tabel, adapun kriteria pengujiannya:

---

<sup>11</sup>Meilia Nur Indah Susanti, *Op. Cit*, hlm 238

<sup>12</sup>Agus Irianto, *Statistik (Konsep Dasar, Aplikasi, dan Pengembangannya)*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2004) hlm 276



H<sub>0</sub>diterima, jika  $F(\text{max}) \text{ hitung} \leq F(\text{max}) \text{ tabel}$

H<sub>0</sub>ditolak, jika  $F(\text{max}) \text{ hitung} > F(\text{max}) \text{ tabel}$

### c. Normalitas

Pengujian ini dilakukan untuk melihat model regresi, apakah variabel dependen dan independen memiliki distribusi normal atau tidak. Untuk mengujinya dapat dilakukan dengan cara:<sup>13</sup>

- 1) Melihat histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal.
- 2) Melihat normal *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. jika distribusi adalah normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

Jika jumlah data cukup banyak dan penyebarannya tidak 100% normal, maka kesimpulan yang ditarik kemungkinan salah. Untuk menghindari kesalahan tersebut, bisa menggunakan rumus *Kolmagorov-Smirnov*.<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup>Ghazali, Imam, *Aplikasi Multivariate dengan program SPSS*, (Undip, Semarang, 2006) hlm 76

<sup>14</sup>Agus Irianto, *Op. Cit*, hlm 272

## 2. Analisis Uji Hipotesis

### a. Analisis Regresi Sederhana

Dalam penelitian ini menggunakan rumus persamaan regresi sederhana untuk menganalisa data. Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kasual satu variable independen dengan satu variable dependen. Dengan rumus:<sup>15</sup>

$$Y = aX + K, \text{ dimana :}$$

$$a = \frac{\sum xy}{\sum x^2}$$

$$k = \bar{Y} - a\bar{X}$$

Keterangan :

Y = Subjek dalam variable dependen yang diprediksi (dependen Variable)

K = Harga Y bila X sama dengan nol (harga constan) atau titik potong (*intercept*)

a = Angka arah atau koefisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan atau penurunan variable dependen yang didasarkan pada variable independen (*Slope*)

X = Subjek pada variable independen yang mempunyai nilai tertentu (*independent Variable*).

### b. Uji T (Uji Parsial/ Korelasi)

Uji T atau Uji parsial adalah uji yang digunakan untuk menyatakan signifikan hubungan variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat, langkah-langkah:

---

<sup>15</sup> Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2003) hlm 269

- 1) Menentukan hipotesis nihil dan alternatif.

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$  (tidakterdapat hubungan signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan anggota di BMT Ki Ageng Pandanaran).

$H_0 : \beta_1 \neq \beta_2 \neq 0$  (terdapat hubungan signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan anggota di BMT Ki Ageng Pandanaran).

- 2) Menentuksn level of significant ( $\alpha = 0,05$ )

- 3) Kriteria pengujian

$H_0$  diterima bila  $t\text{-tabel} < t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$

$H_0$  ditolak bila  $t\text{ hitung} > t\text{-tabel}$  atau  $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$

- 4) Perhitungan nilai t

- 5) Kesimpulan

Membandingkan t-hitung dengan t-tabel dapat diketahui hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan anggota di BMT Ki Ageng Pandanaran.

### c. Uji F (Simultan)

Digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh antara variabel bebas (kualitas pelayanan) terhadap variabel terikat (Kepuasan anggota) tujuannya untuk mengetahui hipotesisi yang ditetapkan diterima atau ditolak. Adapun kriteria pengujiaannya adalah sebagai berikut:

- 1)  $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$  artinya bahwa kualitas pelayanan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan anggota.

- 2)  $H_a : \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_0$  artinya bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan anggota.
- 3) Menentukan level of signifikan  $\alpha = 0,05$
- 4) Kriteria yang digunakan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:  
 $H_a =$  diterima apabila  $F\text{-hitung} \geq F\text{-tabel}$   
 $H_a =$  ditolak apabila  $F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$
- 5) Kesimpulan  
Membandingkan  $F$  hitung dan  $F$  tabel dapat diketahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan anggota.

### 3. Analisis Akhir

Analisis akhir merupakan interpretasi atas hasil uji hipotesis. Pengujian dilakukan dengan menggunakan persamaan regresi linier sederhana atau tunggal, selanjutnya dilakukan uji T dan uji F.

Uji T digunakan untuk menyatakan signifikan hubungan variabel bebas (kualitas pelayanan) secara terhadap variabel terikat (Kepuasan anggota), sedangkan Uji F Digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat tujuannya untuk mengetahui hipotesis yang ditetapkan diterima atau ditolak.

## **BAB IV**

### **DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN**

#### **A. Sejarah Berdirinya BMT Ki Ageng Pandanaran**

Keadaan ekonomi bangsa Indonesia yang saat itu mengalami krisis menyebabkan keprihatinan beberapa tokoh masyarakat beserta jamaah masjid di wilayah kelurahan Mugassari. Bermula dari rasa keprihatinan tersebut maka terbentuklah suatu lembaga keuangan syariah. Lembaga keuangan syaria'ah tersebut selaras dengan adanya program pemerintah yang bernama Program Penanggulangan Pekerja Terampil (P3T) pada tahun 1998. Harapan berdirinya lembaga keuangan syaria'ah adalah agar bisa bersentuhan langsung dengan masyarakat kelas bawah yang merasakan dampak krisis moneter secara nasional pada waktu itu.

Alasan lain terbentuknya lembaga keuangan syaria'ah adalah belum adanya komitmen dan lembaga perbankan untuk menciptakan usaha yang lebih adil untuk lebih mensejahterakan masyarakat. Bunga bank juga menjadi dasar operasional perbankan (konvensional) juga masih menjadi perdebatan di kalangan umat islam.

Menyadari akan hal tersebut, timbul kesadaran untuk mencoba memikirkan bentuk alternatif sebagai wujud peran serta dalam pembangunan masyarakat. Akhirnya disepakati untuk merintis berdirinya BAITUL MAAL WAT-TAMWIL (BMT) berkantor di Balai RW 1 Kelurahan Mugassari Semarang pada 1 Oktober 1998.

BMT KI Ageng Pandanaran juga ingin menjadi jembatan antara umat Islam yang mempunyai dana berlebih dan umat Islam yang membutuhkan dana untuk modal usaha.

Tahun 2003 menjadititik balik dari perkembangan BMT Ki Ageng Pandanaran. Kekompakan Pengurus yang baru menyebabkan BMT Ki Ageng Pandanaran dapat berkembang dengan baik. Pengurus dan anggota koperasi saling bahu membahu untuk memajukan BMT Ki Ageng Pandanaran.

Anggota koperasi yang merupakan cikal bakal bangkitnya BMT Ki Ageng Pandanaran selanjutnya disebut sebagai Anggota Pendiri koperasi BMT Ki Ageng Pandanaran. Melihat tahun-tahun terakhir begitu pesat, dan peluang begitu besar, koperasi BMT Ki Ageng Pandanaran insyaallah akan cepat berkembang dan menjadi besar.<sup>1</sup>

## **B. VISI DAN MISI**

### **Visi**

Menjadi lembaga keuangan syariah yang professional dan dapat mensejahterakan ekonomi umat, sehingga menjadi lembaga keuangan kepercayaan umat.

### **Misi**

- a. Meningkatkan kesejahteraan anggota pada khususnya dan lingkungan sekitar kerja pada umumnya.

---

<sup>1</sup>Dokumentasi, BMT Ki Ageng Pandanaran Semarang, 13 April 2015

- b. Mengembangkan usaha produktif bagi anggota dan masyarakat di kota Semarang.
- c. Bekerja secara professional, amanah, ikhlas, dan sesuai denfgan kaidah syariah.

### **C. STRUKTUR ORGANISASI**

#### **a. PENGURUS KOPERASI BMT KI AGENG PANDANARAN**

- 1) Ketua : H. Ateng Chozani Miftah, S.E., M.Si.  
Pendidikan : S2  
Pengalaman Kerja : Pensiunan Kepala Biro Kesra Kota Semarang
- 2) Sekretaris : Drs. H. Samiyono, M.T.  
Pendidikan : S2  
Pengalaman Kerja : Dosen Universitas Negeri Semarang
- 3) Bendahara : Sarjuni, S. Ag., M.Hum.  
Pendidikan : S2  
Pengalaman Kerja : Dosen Universitas Islam Sultan Agung

#### **b. PENGAWAS KOPERASI BMT KI AGENG PANDANARAN**

- 1) Ketua : Ir. H. Soetadi  
Pendidikan : S1  
Pengalaman Kerja : Pensiunan PNS Disbun Jawa Tengah

- 2) Anggota : H. Soepandhi  
Pendidikan : S1  
Pengalaman Kerja : Nasmoco
- 3) Anggota : H. Faried Budiman  
Pendidikan : S1  
Pengalaman Kerja : Wiraswasta.<sup>2</sup>

#### **D. PRODUK- PRODUK**

##### a. Simpanan

###### 1) Simpanan Wajib

Merupakan simpanan yang wajib dibayarkan oleh setiap anggota secara rutin. Minimal untuk simpanan wajib adalah Rp. 5.000,-.

###### 2) Simpanan Pokok

Merupakan simpanan yang harus dibayarkan anggota saat pertama kali menjadi anggota. Simpanan pokok hanya dilakukan sekali selama menjadi anggota, besar simpanan pokok adalah Rp. 50.000,-.

###### 3) Simpanan Sukarela

Merupakan simpanan yang dilakukun secara bebas atau sukarela. Setoran pertama simpanan sukarela adalah sebesar Rp.10.000,- setoran berikutnya sekurang- kurangnya Rp. 2.500,-

---

<sup>2</sup>*Ibid*, 13 April 2015



Saldo minimum sebesar Rp. 10.000,-. Penarikan Simpanan Sukarela dapat dilakukan setiap hari selama kas buka.

#### 4) Simpanan Berjangka

Merupakan simpanan yang dilakukan dalam jangka waktu tertentu, untuk BMT Ki Ageng Pandanaran dapat melakukan simpanan berjangka minimal dalam waktu 1 tahun. Setoran pertama sekurang- kurangnya Rp. 100.000,-. Penarikan hanya bisa dilakukan ketika jatuh tempo, apabila belum jatuh tempo sudah dilakukan penarikan maka akan dikenakan denda.

#### 5) Simpanan Qurban

Merupakan simpanan yang akan digunakan untuk keperluan qurban. Untuk setoran pertama sebesar Rp. 25.000,-, dan untuk setoran selanjutnya berapapun diterima. Pengambilan hanya dapat dilakukan pada tanggal 4 Dzulhijjah atau satu minggu berturut-turut menjelang Hari Raya Qurban.

#### 6) Simpanan Lebaran

Merupakan simpanan yang akan digunakan untuk keperluan lebaran. Besaran simpanan lebaran per bulan adalah Rp. 55.000,- per 12 kali, dapat diambil ketika lebaran, dapatnya berupa jajan lebaran.

Untuk prosedur pembuatan rekening hanya mengisi formulir pembuatan rekening dan menyantumkan *foto copy* KTP. Sedangkan prosedur untuk menjadi anggota adalah dengan mengisi formulir

permohonan menjadi anggota dengan melampirkan *foto copy* KTP Suami dan Istri, atau jika belum mempunyai Suami atau Istri yang dicantumkan adalah *foto copy* KTP wali yang bersangkutan.<sup>3</sup>

#### b. Pembiayaan

##### 1) Pembiayaan Murabahah

Merupakan pembiayaan yang diberikan untuk pembelian suatu barang yang diperlukan anggota. Anggota membayar secara tangguh atau angsur sesuai dengan waktu yang disepakati. Terlebih dahulu anggota sepakat akan margin atau keuntungan terhadap koperasi.

##### 2) Pembiayaan Mudharabah

Pembiayaan yang diberikan kepada anggota dengan semua modal yang berasal dari Koperasi BMT Ki Ageng Pandanaran. Keuntungan yang diperoleh anggota disepakati pembagian keuntungannya/nisbahnya di awal.

##### 3) Pembiayaan Al Ijarah

Pembiayaan yang diberikan kepada anggota dalam hal pembiayaan sewa atau beli rumah, toko, mobil, rehab rumah, dan lain-lain.<sup>4</sup>

Prosedur pengajuan pembiayaan adalah dengan mengisi formulir *check list* pembiayaan Ki Ageng Pandanaran dengan melampirkan *foto copy* KTP Suami Istri atau jika belum mempunyai Suami atau Istri yang dicantumkan adalah *foto copy* KTP wali yang

---

<sup>3</sup>Wawancara dengan Karyawan BMT Ki Ageng Pandanaran (Ibu Yayuk), 21 April 2014

<sup>4</sup> Dokumentasi, *Op. Cit*, 13 April 2015

bersangkutan, *foto copy* Kartu Keluarga, *foto copy* surat nikah, dan *foto copy* sertifikatjaminan jika pembiayaan belum cair, jika sudah maka harus menyertakan sertifikat jaminan asli. Nisbah bagi hasil rata- rata 2 % *flat*, yaitu sama berapapun jumlah pinjamannya.<sup>5</sup>

c. Pelayanan *Payment Point Online Bank* (PPOB)

Melayani pembayaran tagihan telepon, listrik, dan air (PDAM).

d. Gadai Emas

Melayani pegadaian emas bekerjasama dengan Bank Syariah Mandiri untuk memperhitungkan nilai ekonomis dari emas yang digadaikan.

e. Pelayanan Sembako

Terdapat toko yang menyediakan berbagai bahan sembako dengan harga yang terjangkau, serta melayani jasa antar barang sembako tanpa dipungut biaya.

## **E. STRATEGI PEMASARAN DAN PENGELOLAAN USAHA**

BMT Ki Ageng Pandanaran menggunakan strategi *aggressive maintenance strategy* atau lebih dikenal dengan strategi jemput bola. Strategi jemput bola juga dipadu dengan sistem *excellent service*, artinya BMT Ki Ageng Pandanaran mencari dan menarik minat anggota dengan cara para karyawan langsung mendatangi calon anggota ataupun yang sudah menjadi anggota di rumah atau di tempat usaha mereka atau pasar.

---

<sup>5</sup>Wawancara, *Op. Cit*, 21 April 2014

Tujuannya adalah agar produk-produk yang di hasilkan dapat diterima masyarakat dan dapat membantu orang kecil dan menengah.

Keberhasilan suatu lembaga tidak lepas dari mata rantai yang ada dalam lembaga tersebut, dan syarat agar terpenuhinya standar nilai suatu lembaga yang sehat harus tersedianya :

- a. Sumber Daya Manusia ( SDM ) yang memadai.
- b. Modal sebagai penunjang jalannya usaha.
- c. Manajemen yang harmonis dalam suatu lembaga.
- d. Komunikasi yang harmonis dalam suatu lembaga.
- e. Perangkat kerja yang menunjang kelancaran suatu usaha
- f. Perangkat umum untuk melindungi eksistensi dan mengatur mekanisme kerja karyawan.

BMT Ki Ageng Pandanaran yang mencoba menjadi lembaga yang sehat, dengan itu ada beberapa hal yang dilakukan, diantaranya :

- a. Pelatihan untuk meningkatkan kualitas SDM yang ada dengan mengikuti berbagai pelatihan di luar baik dalam taraf lokal maupun skala nasional.
- b. Menjadi anggota di BMT Center Jakarta lewat Dompot Dhuafa Republika, dengan harapan bisa mendapatkan tambah permodalan dan bisa menambah wawasan tentang manajemen BMT.
- c. Menjadi anggota Puskopsyah Jawa Tengah.
- d. Ikut serta dalam Asosiasi BMT Jawa Tengah.

- e. Terlibat aktif dalam program pemagangan Lembaga Keuangan Syari'ah Mikro Aceh di beberapa BMT Jawa Tengah.
- f. Meningkatkan daya tarik BMT dalam rangka menarik dana dari masyarakat lewat simpanan pokok, simpanan Qurban, maupun simpanan sukarela dan dalam waktu dekat siap untuk menerima penyertaan modal dari para anggota badan pendiri dan simpanan jangka panjang.
- g. Penambahan hardware dan software komputer sebagai penunjang kelancaran kerja.
- h. Dalam rangka meningkatkan silaturahmi antar BMT, beberapa waktu yang lalu telah diadakan Pekan Olahraga BMT se-Jawa Tengah, dimana BMT Ki Ageng Pandanaran juga ikut terlibat langsung di dalamnya.
- i. Penambahan karyawan untuk lebih meningkatkan pelayanan kepada masyarakat.<sup>6</sup>

#### **F. Anggota BMT Ki Ageng Pandanaran Semarang**

Anggota Koperasi BMT Ki Ageng Pandanaran Semarang adalah orang-orang yang telah memenuhi syarat sebagai anggota, sesuai pasal 4 Bab IV dalam Anggaran Dasar dan Rumah Tangga BMT Ki Ageng Pandanaran Semarang adalah sebagai berikut :

1. Mempunyai kemampuan penuh untuk melakukan tindakan-tindakan hukum.

---

<sup>6</sup> Dokumentasi, *Op. Cit*, 13 April 2015

2. Bertempat tinggal di kota Semarang.
3. Mata Penaharian : PNS, Dosen, Pensiunan, Usaha Swasta, Karyawan Swasta, dan Pedangan.
4. Telah menyatakan kemampuan tertulis untuk melakukan simpanan pokok.
5. Telah menyetujui anggaran dasar dan ketentuan- ketentuan yang berlaku.
6. Koperasi dapat memiliki anggota luar biasa yang persyaratan, hak dan kewajiban keanggotaanya ditetapkan dalam Anggaran Rumah Tangga.

Sedangkan ketentuan- ketentuan mengenai anggota juga dibahas dalam Bab IV pasal 5, diantara ketentuan- ketentuan anggota antara lain sebagai berikut :

1. Keanggotaan koperasi bersifat sukarela dan terbuka.
2. Keanggotaan koperasi berlaku hanya dibuktikan dalam buku daftar anggota.
3. Berakhirnya keanggotaan mulai berlaku dan hanya dibuktikan dengan catatan dan buku daftar anggota.
4. Seseorang yang akan masuk menjadi anggota koperasi harus mengajukan surat permohonan kepada pengurus.
5. Bila pengurus menolak permohonan untuk menjadi anggota maka yang berkepentingan dapat meminta pertimbangan pada rapat anggota yang berikutnya.

6. Permohonan berhenti harus diajukan tertulis kepada pengurus.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> Dokumentasi, *Op. Cit*, 13 April 2015

## BAB V

### ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

#### A. Deskripsi Responden

Dalam penelitian ini sampel anggota diambil secara acak atau *random sampling*, kemudian digolongkan berdasarkan usia, jenis kelamin, status, pendidikan, dan lama menjadi anggota. Berikut ini adalah gambaran responden atau anggota BMT Ki Ageng Pandanaran Semarang.

##### 1. Usia Responden

Adapun data mengenai usia responden anggota di Baitul Mal Wa Tamwil Ki Ageng Pandanaran Semarang adalah sebagai berikut:

**Tabel 5.1**

#### Distribusi Responden Berdasarkan Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 21 - 30 tahun	10	10.6	10.6	10.6
31 - 40 tahun	32	34.0	34.0	44.7
41 - 50 tahun	31	33.0	33.0	77.7
51 - 60 tahun	13	13.8	13.8	91.5
61 - 70 tahun	8	8.5	8.5	100.0
Total	94	100.0	100.0	

*Sumber: Data primer diolah, 2015*

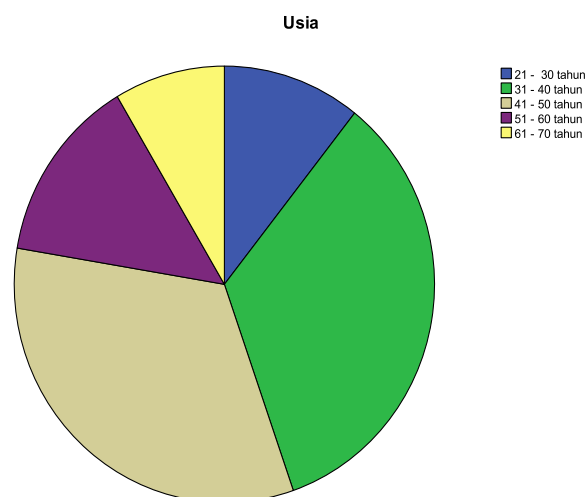
Berdasarkan keterangan pada tabel 5.1 ini memperlihatkan bahwa anggota di Baitul Mal Wa Tamwil Ki Ageng Pandanaran Semarang yang diambil sebagai responden sebagian besar berusia 31-50 tahun.



Berdasarkan tabel tersebut, memberikan informasi bahwa responden berusia 21-30 tahun sebanyak 10 orang, yang berusia 31- 40 tahun sebanyak 32 orang, yang berusia 41- 50 tahun sebanyak 31 orang, yang berusia 51-60 tahun sebanyak 13 orang, sedangkan yang berusia 61-70 tahun sebanyak 8 orang.

Untuk lebih jelasnya, berikut gambar usia responden yang dapat dilihat pada grafik berikut:

**Gambar 5.1**



*Sumber: Data primer diolah, 2015*

## 2. Jenis Kelamin Responden

Adapun data mengenai jenis kelamin responden anggota di Baitul Mal Wa Tamwil Ki Ageng Pandanaran Semarang adalah sebagai berikut:

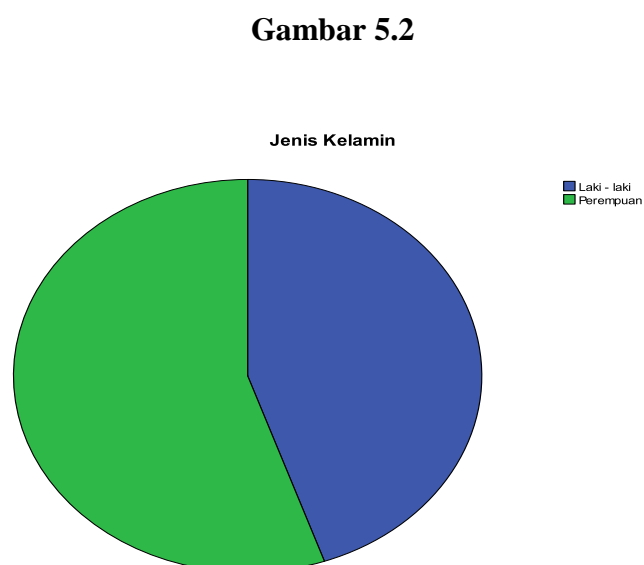
**Tabel 5.2**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Responden**  
**Jenis Kelamin**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki – laki	42	44.7	44.7	44.7
Perempuan	52	55.3	55.3	100.0
Total	94	100.0	100.0	

*Sumber: Data primer diolah, 2015*

Berdasarkan keterangan pada tabel 5.2 diatas, dapat diketahui tentang jenis kelamin responden anggota di Baitul Mal Wa Tamwil Ki Ageng Pandanaran Semarang yang diambil sebagai responden, yang menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah wanita, yaitu sebanyak 52 orang sedangkan responden laki-laki sebanyak 42 orang.

Untuk lebih jelasnya berikut gambar yang menunjukkan jenis kelamin responden yang dapat peneliti peroleh:



*Sumber: Data primer diolah, 2015*

### 3. Status Responden

Adapun data mengenai status responden anggota di Baitul Mal Wa Tamwil Ki Ageng Pandanaran Semarang adalah sebagai berikut:

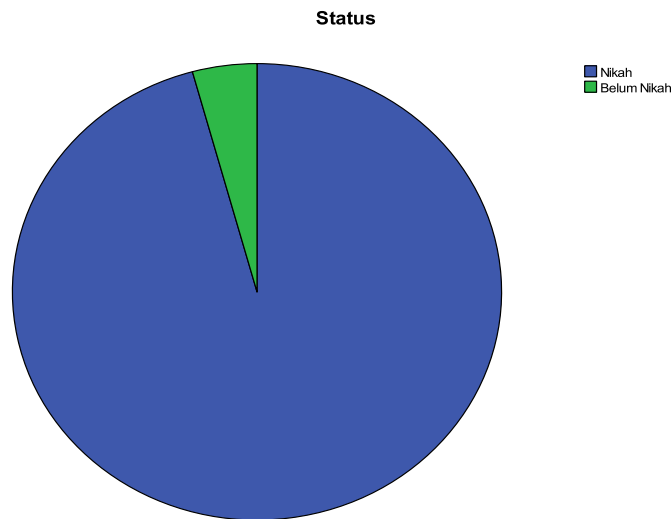
**Tabel 5.3**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Status Responden**

		<b>Status</b>			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Nikah	90	95.7	95.7	95.7
	Belum Nikah	4	4.3	4.3	100.0
	Total	94	100.0	100.0	

*Sumber: Data primer diolah, 2015*

Berdasarkan keterangan pada tabel 5.3 diatas, dapat diketahui tentang status responden anggota di Baitul Mal Wa Tamwil Ki Ageng Pandanaran Semarang yang diambil sebagai responden, yang menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah berstatus nikah, yaitu sebanyak 90 orang sedangkan responden yang belum nikah sebanyak 4 orang.

Untuk lebih jelasnya berikut gambar yang menunjukkan status responden yang dapat peneliti peroleh:

**Gambar 5.3**

*Sumber: Data primer diolah, 2015*

#### 4. Pendidikan Responden

Adapun data mengenai pendidikan responden anggota di Baitul Mal Wa Tamwil Ki Ageng Pandanaran Semarang adalah sebagai berikut:

**Tabel 5.4**

#### Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Responden

##### Pendidikan

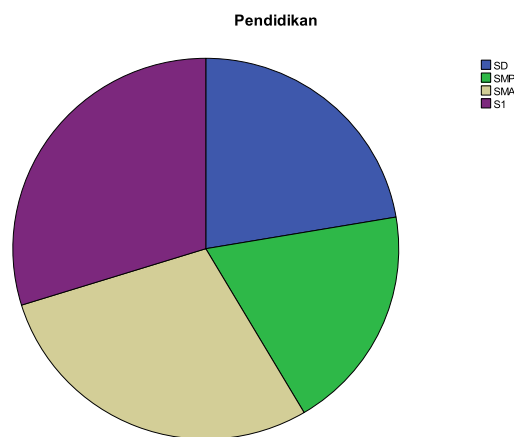
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SD	21	22.3	22.3	22.3
SMP	18	19.1	19.1	41.5
SMA	27	28.7	28.7	70.2
S1	28	29.8	29.8	100.0
Total	94	100.0	100.0	

*Sumber: Data primer diolah, 2015*

Berdasarkan keterangan pada tabel 5.4 ini memperlihatkan bahwa anggota di Baitul Mal Wa Tamwil Ki Ageng Pandanaran Semarang yang diambil sebagai responden sebagian besar berpendidikan terakhir SMA dan S1. Berdasarkan tabel tersebut, memberikan informasi bahwa mayoritas responden berpendidikan terakhir SMA sebanyak 27 orang, yang berpendidikan terakhir S1 sebanyak 28 orang, yang berpendidikan terakhir SMP sebanyak 18 orang, sedangkan yang berpendidikan terakhir SD sebanyak 21 orang.

Untuk lebih jelasnya, berikut gambar pendidikan terakhir responden yang dapat dilihat pada grafik berikut:

**Gambar 5.4**



*Sumber: Data primer diolah, 2015*

## 5. Lama Menjadi Anggota Responden

Adapun data mengenai lama menjadi anggota responden anggota di Baitul Mal Wa Tamwil Ki Ageng Pandanaran Semarang adalah sebagai berikut:

**Tabel 5.5**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Lama Menjadi Anggota**  
**Responden**  
**Lama Menjadi Anggota**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang dari 1 tahun	1	1.1	1.1	1.1
2 tahun	4	4.3	4.3	5.3
3 tahun	7	7.4	7.4	12.8
4 tahun	25	26.6	26.6	39.4
5 tahun	35	37.2	37.2	76.6
6 tahun	8	8.5	8.5	85.1
7 tahun	10	10.6	10.6	95.7
8 tahun	4	4.3	4.3	100.0
Total	94	100.0	100.0	

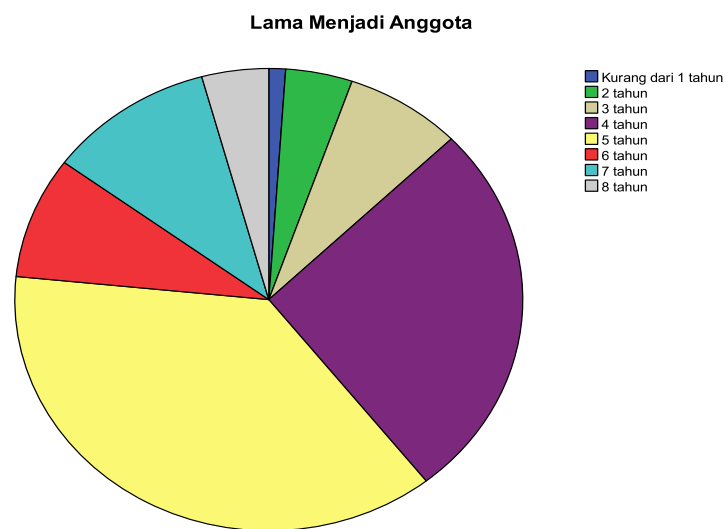
*Sumber: Data primer diolah, 2015*

Berdasarkan keterangan pada tabel 5.5 ini memperlihatkan bahwa anggota di Baitul Mal Wa Tamwil Ki Ageng Pandanaran Semarang yang diambil sebagai responden sebagian besar berpendidikan telah menjadi anggota selama 5 tahun. Berdasarkan tabel tersebut, memberikan informasi bahwa mayoritas responden yang telah menjadi anggota selama 5 tahun sebanyak 35 orang, yang telah menjadi anggota selama 4 tahun sebanyak 25 orang, yang telah menjadi anggota selama 7 tahun sebanyak 10 orang, yang telah menjadi anggota selama 6 tahun sebanyak 8 orang, yang telah menjadi anggota selama 3 tahun sebanyak 7 orang, yang telah menjadi anggota selama 2 dan 8 tahun masing-masing sebanyak 4 orang,

sedangkan yang telah menjadi anggota selama kurang dari 1 tahun sebanyak 1 orang.

Untuk lebih jelasnya, berikut gambar lama menjadi anggota responden yang dapat dilihat pada grafik berikut:

**Gambar 5.5**



*Sumber: Data primer diolah, 2015*

## **B. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen**

Untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen, penulis menggunakan analisis dengan SPSS. Berikut hasil pengujian validitas. Untuk tingkat validitas dilakukan uji signifikansi dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan nilai  $r$  tabel. Untuk *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-k$  dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel dan  $k$  adalah jumlah konstruk. Pada kasus ini besarnya  $df$  dapat dihitung  $94-2$  atau  $df = 92$  dengan  $\alpha$  0,05 didapat  $r$  tabel 0,203, jika  $r$  hitung (untuk tiap-tiap butir pertanyaan dapat dilihat pada

kolom corrected item total correlation) lebih besar dari r tabel dan nilai r positif, maka butir pertanyaan tersebut dikatakan valid.

**Tabel 5.6**  
**Hasil Uji Validitas Instrumen**

Variabel	Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	Pertanyaan 1	0,683	0,203	Valid
	Pertanyaan 2	0,648	0,203	Valid
	Pertanyaan 3	0,462	0,203	Valid
	Pertanyaan 4	0,370	0,203	Valid
	Pertanyaan 5	0,503	0,203	Valid
	Pertanyaan 6	0,552	0,203	Valid
	Pertanyaan 7	0,388	0,203	Valid
	Pertanyaan 8	0,570	0,203	Valid
	Pertanyaan 9	0,489	0,203	Valid
	Pertanyaan 10	0,453	0,203	Valid
	Pertanyaan 11	0,512	0,203	Valid
	Pertanyaan 12	0,512	0,203	Valid
	Pertanyaan 13	0,565	0,203	Valid
	Pertanyaan 14	0,596	0,203	Valid
	Pertanyaan 15	0,549	0,203	Valid
	Pertanyaan 16	0,608	0,203	Valid
	Pertanyaan 17	0,579	0,203	Valid
	Pertanyaan 18	0,485	0,203	Valid
	Pertanyaan 19	0,485	0,203	Valid
	Pertanyaan 20	0,445	0,203	Valid
	Pertanyaan 21	0,556	0,203	Valid
	Pertanyaan 22	0,519	0,203	Valid
	Pertanyaan 23	0,483	0,203	Valid
	Pertanyaan 24	0,478	0,203	Valid
	Pertanyaan 25	0,488	0,203	Valid
	Pertanyaan 26	0,557	0,203	Valid
	Pertanyaan 27	0,548	0,203	Valid
	Pertanyaan 28	0,476	0,203	Valid
	Pertanyaan 29	0,547	0,203	Valid
	Pertanyaan 30	0,585	0,203	Valid
	Pertanyaan 31	0,723	0,203	Valid
	Pertanyaan 32	0,630	0,203	Valid
	Pertanyaan 33	0,570	0,203	Valid
	Pertanyaan 34	0,581	0,203	Valid
	Pertanyaan 35	0,658	0,203	Valid



	Pertanyaan 36	0,518	0,203	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Pertanyaan 37	0,271	0,203	Valid
	Pertanyaan 38	0,428	0,203	Valid
	Pertanyaan 39	0,453	0,203	Valid
	Pertanyaan 40	0,387	0,203	Valid
	Pertanyaan 41	0,565	0,203	Valid
	Pertanyaan 42	0,430	0,203	Valid
	Pertanyaan 43	0,589	0,203	Valid
	Pertanyaan 44	0,484	0,203	Valid
	Pertanyaan 45	0,562	0,203	Valid
	Pertanyaan 46	0,564	0,203	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2015

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa semua indikator variabel independen (kualitas pelayanan) dan variabel dependen (kepuasan pelanggan) mempunyai nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel sebesar 0,203. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa semua indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

**Tabel 5.7**

**Hasil Uji Reliabilitas Instrumen**

Variabel	Jumlah Pertanyaan	Cronbach Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan(X)	36 item	0,928	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	10 item	0,608	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2015

Dari keterangan tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *Cronbach Alpha*  $>$  0,60. dengan demikian variabel (kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan) dapat dikatakan reliabel.

### C. Deskripsi Variabel Penelitian

Untuk mengetahui deskripsi kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan anggota di Baitul Mal Wa Tamwil Ki Ageng Pandanaran Semarang, dapat diperoleh dari hasil angket yang disebarakan kepada peserta didik sebagai responden sebanyak 94 anggota.

Dalam penelitian ini angket berjumlah 94 butir pertanyaan, yang terdiri dari 46 pertanyaan positif, dengan disertai 4 alternatif jawaban : sangat setuju, setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Dengan skor 4, 3, 2, 1, jika tidak memilih salah satu jawaban berarti nilai 0. Untuk mengetahui lebih jelas data hasil penelitian dapat dilihat pada deskripsi sebagai berikut:

**Tabel 5.8**

**Data Hasil Angket Kualitas Pelayanan (X) dan Kepuasan Pelanggan (Y)**

No	X	Y	No	X	Y	No	X	Y	No	X	Y
1	120	36	26	116	33	51	113	32	76	144	37
2	119	32	27	113	33	52	119	37	77	144	36
3	115	32	28	113	32	53	105	32	78	144	35
4	113	33	29	117	33	54	109	34	79	127	32
5	111	38	30	118	33	55	118	35	80	116	32
6	113	33	31	117	35	56	110	28	81	129	35
7	116	33	32	114	33	57	114	36	82	122	35
8	117	35	33	116	32	58	104	34	83	123	34
9	117	34	34	116	32	59	119	34	84	123	36
10	117	33	35	118	33	60	110	33	85	144	36
11	119	32	36	115	33	61	107	28	86	127	34
12	116	33	37	116	32	62	107	30	87	130	35
13	115	34	38	111	32	63	106	28	88	121	33
14	123	36	39	117	34	64	136	37	89	144	38
15	122	35	40	114	34	65	143	37	90	135	40
16	118	34	41	115	32	66	127	36	91	142	38
17	114	34	42	112	32	67	125	34	92	144	38
18	112	33	43	115	33	68	117	29	93	141	39
19	112	35	44	117	33	69	125	35	94	144	37

20	107	25	45	100	33	70	139	37
21	118	33	46	106	32	71	122	34
22	116	34	47	116	32	72	123	35
23	114	31	48	118	30	73	123	34
24	115	32	49	114	32	74	143	40
25	118	38	50	108	35	75	140	38

Sumber: Data primer diolah, 2015

## 1. Kualitas Pelayanan di Baitul Mal Wa Tamwil Ki Ageng Pandanaran

### Semarang

Berdasarkan tabel 5.9, nilai rata-rata (*Mean*) dari skor tentang kualitas pelayanan adalah:

**Tabel 5.9 Deskripsi Kualitas Pelayanan (X)**

#### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Pelayanan (X)	94	100.00	144.00	120.1809	10.94852
Valid N (listwise)	94				

Sumber: Data primer diolah, 2015

Untuk memberikan penafsiran terhadap nilai rata-rata (*Mean*) variabel X yaitu kualitas pelayanan, maka digunakan pedoman kategori skor sebagai berikut:

**Tabel 5.10 Kategori Skor Kualitas Pelayanan**

Skor	Kategori
109-144	Amat Baik
73-108	Baik
37-72	Cukup
0-36	Kurang

Berdasarkan hasil perhitungan Mean tersebut, diketahui bahwa Mean dari variabel X (kualitas pelayanan) adalah 120,18. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan termasuk dalam kategori amat baik, yaitu pada interval 109 –144.

## 2. Tingkat Kepuasan Anggota di Baitul Mal Wa Tamwil Ki Ageng Pandanaran Semarang

Berdasarkan tabel 5.11, nilai rata-rata (*Mean*) dari skor tentang tingkat kepuasan adalah:

**Tabel 5.11 Deskripsi Kepuasan Anggota (Y)**

### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kepuasan Anggota (Y)	94	25.00	40.00	33.8617	2.60521
Valid N (listwise)	94				

*Sumber: Data primer diolah, 2015*

Untuk memberikan penafsiran terhadap nilai rata-rata (Mean) variabel Y yaitu tingkat kepuasan, maka digunakan pedoman kategori skor sebagai berikut:

**Tabel 5.12 Kategori Skor Tingkat Kepuasan**

Skor	Kategori
31-40	Amat Baik
21-30	Baik
11-20	Cukup
0-10	Kurang

Berdasarkan hasil perhitungan Mean tersebut, diketahui bahwa Mean dari variabel Y (tingkat kepuasan) adalah 33,86. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan termasuk dalam kategori amat baik, yaitu pada interval 31-40.

#### D. Uji Homogenitas

Untuk mengetahui apakah kedua data kelompok homogen digunakan uji kesamaan dua varians, dengan bantuan SPSS versi 17 didapat hasil sebagai berikut:

**Tabel 5.13 Uji Homogenitas**

#### ANOVA

Kepuasan Anggota (Y)

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	448.506	32	14.016	4.680	.000
Within Groups	182.696	61	2.995		
Total	631.202	93			

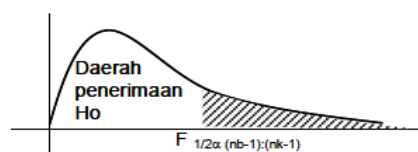
Sumber: Data primer diolah, 2015

Pada  $\alpha = 5\%$  dengan:

$$dk \text{ pembilang} = nb - 1 = 94 - 1 = 93$$

$$dk \text{ penyebut} = nk - 1 = 94 - 1 = 93$$

$$F(0.05)(93:93) = 1,41$$



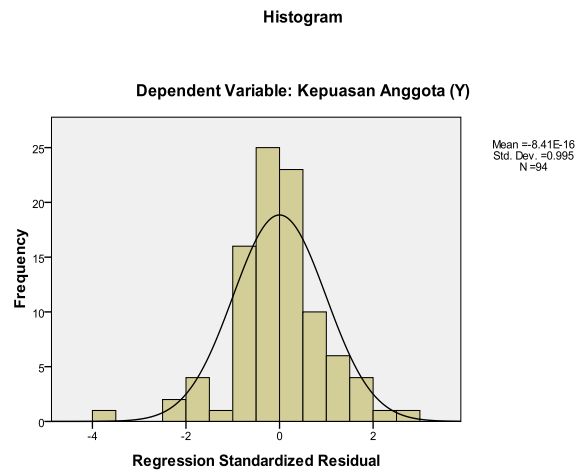
1,41 4,680

Karena  $F$  berada pada daerah penolakan  $H_0$ , maka dapat disimpulkan bahwa kedua kelompok mempunyai varians yang tak sama.

#### **E. Uji Normalitas**

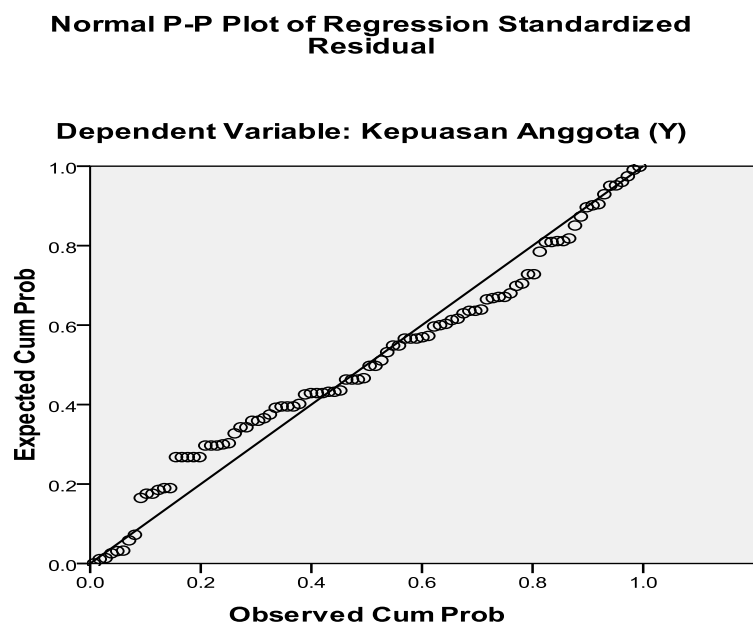
Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Cara yang bisa ditempuh untuk menguji kenormalan data adalah dengan melihat histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Dan dengan menggunakan Grafik Normal P-P Plot dengan cara melihat penyebaran datanya. Jika pada grafik tersebut penyebaran datanya mengikuti pola garis lurus, maka datanya normal. Jika pada tabel *test of normality* dengan menggunakan *Kolmogorov-Smimov* nilai  $\text{sig} > 0.05$ , maka data berdistribusi normal. Adapun Uji Normalitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Gambar 5.6**  
**Grafik Histogram**



*Sumber: Data primer diolah, 2015*

**Gambar 5.7**  
**Grafik Scatter Plot**



*Sumber: Data primer diolah, 2015*

Berdasarkan histogram data dapat dikatakan normal disebabkan karena grafik yang berbentuk lonceng berada tepat ditengah histogram sedangkan *scatterplot* diatas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar belum sepenuhnya sejajar dengan garis diagonal (garis normal) belum dapat dikatakan normal. Adapun hasil uji statistik normalitas dengan *Kolmogorov-Smirnov* yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 5.14**

**Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov***

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

	Unstandardized Residual
N	94
Normal Parameters <sup>a,b</sup> Mean	.0000000
Std. Deviation	1.88753006
Most Extreme Differences	
Absolute	.118
Positive	.085
Negative	-.118
Kolmogorov-Smirnov Z	1.141
Asymp. Sig. (2-tailed)	.148

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

*Sumber: Data primer diolah, 2015*

Berdasarkan uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* pada tabel diatas, menunjukkan tingkat signifikansi sebesar 0,148 atau lebih besar dari 0,05 pada tingkat kepercayaan 95%. Dengan demikian, residual data berdistribusi normal dan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.



## F. Analisis Uji Hipotesis

### 1. Analisis Regresi Sederhana

Analisis ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan anggota di Baitul Mal wa Tamwil Ki Ageng Pandanaran Semarang.

Model regresi dapat disusun sebagai berikut:

$$Y = aX + K$$

Keterangan :

Y = tingkat kepuasan anggota di Baitul Mal wa Tamwil Ki Ageng Pandanaran Semarang

K = Harga Y bila X sama dengan nol (harga constan) atau titik potong (*intercept*)

a = Angka arah atau koefisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan atau penurunan variable dependen yang didasarkan pada variable independen (*Slope*)

X = kualitas pelayanan di Baitul Mal wa Tamwil Ki Ageng Pandanaran Semarang.

**Tabel 5.15 Uji Regresi Sederhana****Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	14.151	2.169		6.524	.000
Kualitas Pelayanan (X)	.164	.018	.689	9.125	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Anggota (Y)

Sumber: Data primer diolah, 2015

Berdasarkan hasil analisis regresi sederhana pada tabel di atas diperoleh koefisien untuk variabel bebas  $X = 0,164$ , dan konstanta sebesar 14,151 sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah:

$$Y = 0,164 X + 14,15$$

Keterangan :

Y = Variabel dependen (tingkat kepuasan)

X = Variabel independen (kualitas pelayanan)

Berdasarkan proses penghitungan maka diperoleh gambaran sebagai berikut :

- Nilai konstan ( Y ) sebesar 14,151 artinya jika variabel kualitas pelayanan (X) nilainya adalah 0 (nol), maka variabel kepuasan anggota (Y) akan berada pada angka 14,151.
- Koefisien regresi X (kualitas pelayanan) dari perhitungan linier sederhana didapat nilai koefisien (b) = 0,164. Hal ini berarti setiap ada

peningkatan kualitas pelayanan (X) maka kepuasan anggota (Y) juga akan meningkat.

## 2. Uji T (Uji Parsial/ Korelasi)

Hubungan variabel independen terhadap variabel dependen dihitung dengan menggunakan uji statistik T (uji T). Apabila nilai t hitung  $>$  nilai t tabel, maka  $H_0$  diterima, sebaliknya apabila nilai t hitung  $\leq$  nilai t tabel, maka  $H_0$  ditolak. Hasil pengujian hipotesis dapat dilihat pada Tabel 5.16 berikut ini:

**Tabel 5.16**  
**Uji Parsial**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	14.151	2.169		6.524	.000
Kualitas Pelayanan (X)	.164	.018	.689	9.125	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Anggota (Y)

*Sumber: Data primer diolah, 2015*

Hasil penghitungan dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 17.0, diketahui bahwa nilai t hitung untuk variabel kualitas pelayanan adalah 9,125 sedangkan t tabel dalam penelitian ini untuk derajat kebebasan  $df = n - k = 94 - 2 = 92$  dengan signifikansi 5% adalah 1,661. Jadi nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel ( $9,125 > 1,661$ ). Artinya variabel kualitas pelayanan berhubungan terhadap tingkat kepuasan. Maka

hasil penelitian tidak dapat menolak hipotesis yang menyatakan “Terdapat hubungan antara kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan anggota di BMT Ki Ageng Pandanaran Semarang”

### 3. Uji F (Simultan)

Uji simultan ini, bertujuan untuk menguji atau mengkonfirmasi hipotesis yang menjelaskan “Terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan anggota di BMT Ki Ageng Pandanaran Semarang”. Hasil analisis uji F dapat dilihat dalam tabel berikut ini.

**Tabel 5.17 Uji Stimulan**

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	299.865	1	299.865	83.261	.000 <sup>a</sup>
Residual	331.338	92	3.601		
Total	631.202	93			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X)

b. Dependent Variable: Kepuasan Anggota (Y)

*Sumber: Data primer diolah, 2015*

Tabel 5.17 menunjukkan bahwa F hitung sebesar 83,261 sedangkan nilai F tabel untuk pembilang (df1)= k-1 = 2-1=1 dan penyebut (df2)=94-2 = 92 dengan taraf signifikan 5% adalah 3,94 dengan demikian nilai F hitung lebih besar dengan nilai F tabel (83,261>3,94) dengan nilai probabilitas sebesar 0,000, karena nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 maka Ha diterima dan menolak H0. Jadi dapat dikatakan bahwa Terdapat

pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan anggota di BMT Ki Ageng Pandanaran Semarang.

#### 4. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi yang memiliki fungsi untuk menjelaskan sejauh mana kemampuan variabel independen (kualitas pelayanan di BMT Ki Ageng Pandanaran Semarang) terhadap variabel dependen (tingkat kepuasan anggota di BMT Ki Ageng Pandanaran Semarang). Dari hasil perhitungan melalui alat ukur statistik SPSS 17.0 for Windows didapatkan nilai koefisien determinasi sebagai berikut :

**Tabel 5.18 Uji Koefisien Determinasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.689 <sup>a</sup>	.475	.469	1.89776

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X)

b. Dependent Variable: Kepuasan Anggota (Y)

*Sumber: Data primer diolah, 2015*

Dari penghitungan diatas dapat diperoleh hasil sebagai berikut :Angka R sebesar 0,689 mununjukkan bahwa korelasi hubungan antara kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan.

1. Angka R square atau Koefisien Determinasi adalah 0,475 (berasal dari  $0,689 \times 0,689$ ). Hal ini berarti 47,5% variasi dari tingkat kepuasan bisa dijelaskan oleh variasi dari satu variabel independent.

Sedangkansisanya ( $100\% - 47,5\% = 52,5\%$ ) mungkin dipengaruhi oleh lainyang tidak dijelaskan di penelitian ini.

## G. Analisis Akhir

Data yang diperoleh dari penelitian telah diolah melalui tahapan-tahapandan ketentuan-ketentuan yang sudah ditentukan, dan hasil akhir yang diperolehtersebut menentukan hipotesis yang diajukan oleh penulis diterima atauditolak.

Tahadap pertama adalah dengan menghitung persamaan regresi linier sederhana dan diperoleh hasil persamaan  $Y = 0,164 X + 14,15$ . Berdasarkan persamaan berikut, dapat diketahui bahwa : Nilai konstan (Y) sebesar 14,151 artinya jika variabel kualitas pelayanan (X) nilainya adalah 0 (nol), maka variabel kepuasan anggota (Y) akan berada pada angka 14,151 dan Koefisien regresi X (kualitas pelayanan) dari perhitungan linier sederhana didapat nilai koefisien ( $b = 0,164$ ). Hal ini berarti setiap ada peningkatan kualitas pelayanan (X) maka kepuasan anggota (Y) juga akan meningkat.

Selanjutnya dilakukan penghitungan Uji T, dari penghitungan yang dilakukan diperoleh hasil bahwa : Nilai t hitung untuk variabel kualitas pelayanan adalah 9,125 sedangkan tabel dalam penelitian ini untuk derajat kebebasan  $df = n - k = 94 - 2 = 92$  dengan signifikansi 5% adalah 1,661. Jadi nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel ( $9,125 > 1,661$ ). Artinya variabel kualitas pelayanan berhubungan terhadap tingkat kepuasan. Maka

hasil penelitian tidak dapat menolak hipotesis yang menyatakan “Terdapat hubungan antara kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan anggota di BMT Ki Ageng Pandanaran Semarang”.

Selanjutnya dilakukan penghitungan uji F, dari penghitungan yang dilakukan diperoleh hasil bahwa : Nilai F hitung sebesar 83,261 sedangkan nilai F tabel untuk pembilang  $(df1) = k-1 = 2-1=1$  dan penyebut  $(df2)=94-2 = 92$  dengan taraf signifikan 5% adalah 3,94 dengan demikian nilai F hitung lebih besar dengan nilai F tabel  $(83,261 > 3,94)$  dengan nilai probabilitas sebesar 0,000, karena nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 maka  $H_a$  diterima dan menolak  $H_0$ . Jadi dapat dikatakan bahwa “Terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan anggota di BMT Ki Ageng Pandanaran Semarang”.

Tingkat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dapat diketahui dengan menggunakan uji koefisien determinasi, dari penghitungan yang dilakukan diperoleh hasil sebagai berikut : Angka R sebesar 0,689 menunjukkan bahwa korelasi hubungan antara kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan dan Angka R square atau Koefisien Determinasi adalah 0,475 (berasal dari  $0,689 \times 0,689$ ). Hal ini berarti 47,5% variasi dari tingkat kepuasan bisa dijelaskan oleh variasi dari satu variabel independent. Sedangkan sisanya  $(100\% - 47,5\% = 52,5\%)$  dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan di penelitian ini. Variabel lain lebih dominan sehingga menjadi menarik untuk diteliti oleh peneliti selanjutnya.

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian lapangan seperti yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, maka secara garis besar dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Dalam penelitian ini ada 94 responden. Berdasarkan deskriptif statistik diperoleh data sebagai berikut : Usia responden terbanyak pada usia 31-40 tahun, yaitu mencapai 34 %, jenis kelamin responden paling banyak adalah perempuan dengan persentase 55,3 %, status responden paling banyak adalah menikah dengan persentase 95,7 %, pendidikan responden paling banyak adalah lulusan SI dengan persentase 29,8 %, responden yang diteliti lama menjadi anggota paling banyak adalah selama 5 tahun, dengan persentase 37,2 %.

Frekuensi variabel X (kualitas pelayanan) adalah 120,18. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan termasuk dalam kategori amat baik, yaitu pada interval 109 –144, karena katagori skor kualitas pelayanan pada interval 0-36 adalah kurang, 37-72 adalah cukup, dan 73-108 adalah baik. Sedangkan frekuensi variabel Y (kepuasan anggota) adalah 33,86. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan anggota termasuk dalam katagori amat baik, yaitu pada interval 31-40, karena katagori skor kepuasan



anggota pada interval 0-10 adalah kurang, 11-20 adalah cukup dan 21-30 adalah baik.

2. Hasil kolerasi  $r$  sebesar 0,689 dan koefisien determinasinya  $r^2=0,475$ , yang berarti kualitas pelayanan mempengaruhi terhadap tingkat kepuasan anggota di BMT Ki Ageng Pandanaran Semarang 47,5% dengan indikator yang mempengaruhi yaitu *tangible* (kemampuan fisik), *realibility* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) , dan *empathy* (perhatian) dan sisanya sebesar 52,5 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini. Variabel lain lebih dominan sehingga menjadi menarik untuk diteliti oleh peneliti selanjutnya.

## **B. Saran**

1. Bagi BMT Ki Ageng Pandanaran Semarang, meskipun kualitas pelayanan yang diberikan sudah amat baik, harus tetap meningkatkan faktor- faktor lain seperti meningkatkan kualitas produk, *emotional value* dan kemudahan transaksi agar anggota merasa puas dalam bertransaksi di BMT Ki Ageng Pandanaran.
2. Bagi peneliti berikutnya diharapkan dapat dilanjutkan penelitian ini dengan objek dan sudut pandang berbeda sehingga dapat memperkaya kajian ilmu manajemen dakwah pada lembaga- lembaga dakwah seperti Baitul Mal Wa Tamwil maupun lembaga dakwah lainnya dalam peningkatan kepuasan anggota atau pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Algifari, *Statistika Induktif*, (Yogyakarta: YKPN, 2003)
- Aritonang, Lerbin R, *Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2005)
- Choliq, Abdul, *Pengantar Manajemen*, (Semarang: Rafi Sarana Perkasa, 2011)
- Dwi, Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS (Untuk Analisis Data dan Uji Statistik)*, (Yogyakarta: MediaKom, 2008)
- Dokumentasi, BMT Ki Ageng Pandanaran Semarang, 13 April 2015
- Ghazali, Imam , *Aplikasi Multivariate dengan program SPSS*, (Undip, Semarang, 2006)
- Hasan, Ahmad Ridwan, *BMT dan Bank Islam*, (Bandung: Pustaka Bani Quraisy, 2004)
- Huda, Nurul dan Muhammad Heykal, *Lembaga Keuangan Islam (Tinjauan Teoritis dan Praktis)*,(Jakarta : Kencana Prenada Media Grup, 2010)
- Iqbal, Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2003)
- Irawan, Handi, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta : PT. Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia, 2009)
- Irianto, Agus, *Statistik (Konsep Dasar, Aplikasi, dan Pengembangannya)*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2004)
- Kasmir. *Etika Customer Service*, (Jakarta : PT Raja Grafindo, 2006)
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Implementasi dan Kontrol*, Edisi Ke-9, Jilid 1, (Jakarta: PT. Prenhalindo, 1997)
- Lovelock, Christoper, Jochen Wirtz, dkk, *Pemasaran Jasa (Manusia, Teknologi, Strategi)* , (Jakarta: Erlangga, 2010)
- Muchtarom, Zaini, *Dasar Manajemen Dakwah*, (Yogyakarta: Al- Amin Press, 1996)
- Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2008)
- Nadrattuzaman, Muhammad, *Produk Keuangan Islam di Indonesia dan Malaysia*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2013)

- Nur, Meilia dan Indah Susanti, *Statistik Deduktif dan Induktif*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2010)
- Rahman, Afzalur, *Doktrin Ekonomi Islam*, Jilid 3(Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Wakaf, 1996)
- Rahmayanty, Nina, *Manajemen Pelayanan Prima*, (Yogyakarta : Graha Ilmu , 2012)
- Rasjid, Sulaiman, *Fiqh Islam*, Cetakan ke-58(Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2012)
- Ridwan, Muhammad, *Manajemen Baitul Mal Wa Tamwil (BMT)*, (Yogyakarta: UII Pres, 2004)
- Rizky, Awaik, *Perkembangan BMT dari Tahun Ke Tahun*, 2013,(<http://www.puskopsyahlampung.com/2013/05/perkembangan-bmt-dari-tahun-ke-tahun.html>) diunduh, minggu 08 Februari 2015
- Sudarsono, Heri, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah, Deskripsi & Ilustrasi*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2004)
- Sugiarto, Endar, *Psikologi Pelayanan dalam Industri Jasa*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1999)
- Sukriyanto, *Peran Masyarakat, Agama, Sosial, Ekonomi dan Budaya*, Jurnal Comdev, (Yogyakarta : Elang Press, 2003)
- Supena, Ilyas, *Filsafat Ilmu Dakwah (Perspektif Filsafat Ilmu Sosial)*, (Semarang: Abshor, 2007)
- Sarwono, *Metode Penelitian Administrasi*, (Bandung: Alfabeta, 2005)
- Sugiono, *Metode Penelitian Administrasi*, (Bandung: Alfabeta, 2005)
- Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2009)
- Susilo, Martoyo, *Managemen Sumber Daya Manusia*, (Yogyakarta :BPFE, 2000)
- Syafi'i, Muhammad, Antonio, *Bank Syariah dari Teori Ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2001)
- Sosmad, Rismi dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Komunikasi*, (Bandung: Alfabeta, 2014)

Wawancara dengan Karyawan BMT Ki Ageng Pandanaran (Ibu Yayuk), 21 April  
2014

Wijaya, Tony, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta : Graha  
Ilmu, 2013)