

**PENGGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN ANGGOTA DENGAN DIMENSI CARTER**

**(Studi Kasus BMT Pat Sepakat IAIN Curup)**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana (S.1) Dalam Ilmu Perbankan Syari'ah



**Oleh:**

**Stion Alam**

**NIM: 14631117**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS SYARI'AH DAN EKONOMI ISLAM**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI**

**( IAIN ) CURUP**

**2019**

Hal : Pengajuan Skripsi

Kepada  
Yth. Bapak Rektor IAIN Curup  
Di  
Curup

*Assalamualaikum Wr. Wb*

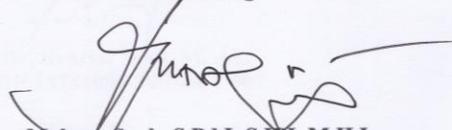
Setelah diadakan pemeriksaan dan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat skripsi saudara Stion Alam mahasiswa IAIN Curup yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Dengan Dimensi CARTER (Studi Kasus BMT Pat Sepakat IAIN Curup)”** sudah dapat diajukan dalam sidang Munaqasyah Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

Demikian permohonan ini kami ajukan, terima kasih.

*Wassalamualaikum Wr. Wb.*

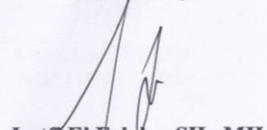
Curup, 12 April 2019

**Pembimbing I**



**Mabrur Syah, S.Pd.I, S.Pd.I, M.H.I**  
NIP. 198008182002121003

**Pembimbing II**



**Lutfi El Falahy, SH., MH**  
NIP



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP  
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM**

Jalan Dr. AK Gani N0. 01 Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-21759 Fax 21010 kode Pos 39119  
Website/Facebook: Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup Email [fakultas syariah@ekonomisislam@gmail.com](mailto: fakultas syariah@ekonomisislam@gmail.com)

**PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA**

Nomor : **686** /In.34/F.S/PP.00.9/08/2019

Nama : **Stion Alam**  
NIM : **14631117**  
Fakultas : **Syariah dan Ekonomi Islam**  
Prodi : **Perbankan Syariah**  
Judul : **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota dengan Dimensi CARTER (Studi Kasus BMT Pat Sepakat IAIN Curup)**

Telah dimunaqasyahkan dalam sidang terbuka Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, pada:

Hari/Tanggal : **Selasa, 30 April 2019**  
Pukul : **11.00 – 12.30 WIB**  
Tempat : **Ruang I Gedung Munaqosah Syariah IAIN Curup**

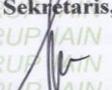
Dan telah diterima untuk melengkapi sebagai syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) dalam bidang Ilmu Perbankan Syariah.

**TIM PENGUJI**

Ketua,

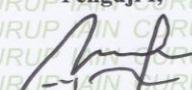
Sekretaris,

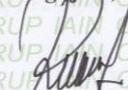
  
**Mahrur Syah, S.Pd.I., S.IPL., M.H.I.**  
NIP 19800818 200212 1 003

  
**Lutfi El-Falaky, SH., MH**

Penguji I,

Penguji II,

  
**Dr. Syarial Dedi, M. Ag.**  
NIP 19781009 200801 1 007

  
**Andriko, M.E., Sy**  
NIP 2001018902

Mengesahkan  
Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam



  
**Dr. Yuselfi, M.Ag**  
NIP.19700202 199803 1 007

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

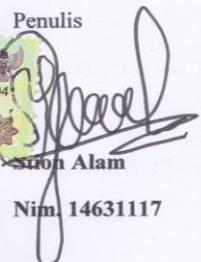
Nama : Stion Alam  
Nim : 14631117  
Fakultas : Syari'ah dan Ekonomi Islam  
Prodi : Perbankan Syari'ah

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Dengan Dimensi CARTER (Studi Kasus BMT Pat Sepakat IAIN Curup)”** belum pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar sarjana disuatu perguruan tinggi manapun, dan sepengetahuan penulis juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali tertulis diakui atau dirujuk dalam skripsi ini dan disebutkan dalam referensi.

Apabila dikemudian hari pernyataan itu tidak benar saya bersedia menerima hukuman atau sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku. Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 12 April 2019

Penulis

  
Stion Alam

Nim. 14631117

## KATA PENGANTAR



Segala puji bagi Allah Swt yang Maha Kuasa dimana telah memberi rahmat dan kasih sayang-Nya penulis dapat menyelesaikan karya tulis ini. Sholawat beriring salam tak lupa kita kirimkan kepada Nabi Muhammad Saw, beserta keluarga dan sahabatnya, yang syafaatnya selalu kita tunggu diyaumul kiyamah berkat beliau juga sekarang kita berada dalam zaman yang penuh ilmu pengetahuan yang canggih ini.

Adapun skripsi ini berjudul “*Analisi Rasio Kualitas Aset PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Tahun 2015-2017*” yang disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi tingkat sarjana (S.1) pada Institute Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, Jurusan Syari’ah dan Ekonomi Islam Program Studi Perbankan Syari’ah.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa adanya dorongan dan bantuan dari berbagai pihak, maka tidak mungkin penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, untuk itu dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang memberikan sumbangsi dalam menyelesaikan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Dr. Rahmad Hidayat, M.Pd., M.Ag selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.
2. Bapak Dr. Yusefri, M.Ag, Dekan Fakultas Syari’ah dan Ekonomi Islam IAIN Curup.
3. Bapak Noprizal, M.Ag, Ketua Jurusan Perbankan Syari’ah IAIN Curup.

4. Bapak Dr. Muhammad Istan, SE., M.Pd.,M,M selaku Penasehat Akademik yang selalu bersedia memberikan nasehatnya khususnya dalam proses akademik penulis.
5. Bapak Dr. Muhammad Istan, SE., M.Pd.,M,M dan Bapak Andriko, ME.Sy selaku dosen pembimbing I dan II, yang telah membimbing serta mengarahkan penulis, terima kasih atas dukungan, doa, waktu, dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Kepala beserta staf perpustakaan IAIN Curup, terimakasih atas kemudahan, arahan, dan bantuannya kepada penulis dalam memperoleh data-data kepustakaan dalam penulisan skripsi ini.
7. Segenap dosen Prodi Perbankan Syariah khususnya dan karyawan IAIN Curup yang telah membantu masa perkuliahan penulis.
8. Kedua orang tua, Bapak Samsul Bahri dan Ibu Siti Hapani, terima kasih telah memberi warna disetiap hari-hariku dengan do'a kalian.
9. Teman-teman seperjuangan Prodi Perbankan Syariah angkatan 2014, khususnya teman-teman Kelas VIII B yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas dorongan dan bantuannya.
10. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis juga sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun terutama dari para pembaca dan dari dosen pembimbing. Mungkin dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kesalahan dan kekurangan. Atas kritik dan saran dari pembaca dan dosen pembimbing, penulis mengucapkan terima kasih dan

semoga dapat menjadi pembelajaran pada pembuatan karya-karya lainnya dimasa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan bagi penulis dan pembaca. *Aamiin Ya Rabbal'alamin.*

Curup,                    2019  
Penulis

**Yeni Hartika**  
**NIM. 14631056**

# MOTTO

**“SUKSES ITU BUTUH PROSES”**

“Karena apapun yang telah Allah takdirkan untukmu, tidak akan Allah biarkan menjadi milik orang lain”

“Diamlah bila perkataanmu membuat orang lain terluka, dan bicaralah bila itu membuat orang lain bangkit”

## PERSEMBAHAN



Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang  
Kupersembahkan karya ini dengan penuh Rahmat-Nya serta penuh rasa Syukur kepada-Nya,  
Serta kepada orang-orang yang selalu setia dan mendukungku dalam keadaan apapun.

## Teruntuk

Ayahanda & Ibunda tercinta beserta keluargaku yang sangat aku sayangi (Iskandar dan Nur Saibah) Saudara kandungku Yongki Prananda putra, Pandu Pandewa putra, Galu Sadewa putra, Riska Niqmatul Syarifah, Juna Justin Pratama yang memberikan dukungan yang begitu besar untukku baik itu materi ataupun moril serta doa yang tiada henti kalian berikan untuk kesuksesanku, karena tiada doa yang paling khusus selain doa yang terucap dari ibu dan ayah serta semangat dan pelajaran hidup yang telah kalian ajarkan baik arti kebaikan hidup maupun rasa syukur untuk mencapai keridhaan Allah Swt.

Dan teruntuk keluarga keduaku, Mama Neni Anggraini, Miske Anevi Astrid Kaweniang, Silvia Huljannah, Siska Nevianti Indra, Ana dan Nur Ningsih yang senantiasa selalu memberi dukungan semangat, senyum, doa. Dan cinta kalianlah yang memberikan ku semangat yang kuat untuk bisa mencapai keberhasilan ini. Terimakasih atas doa dan dukungan yang telah kalian berikan

Sahabat-sahabatku tersayang, tanpa semangat, bantuan dan dukungan dari kalian semua tidak akan mungkin bisa sampai pada saat ini, terimakasih untuk canda tawa, tangis, keluh kesah dan perjuangan yang kita lalui bersama dan terimakasih untuk kenangan yang selama ini kita lakukan secara bersama-sama baik itu dalam keadaan duka maupun senang, sahabat yang selalu setia menemani ku Dan sahabat seperjuanganku

sahabat-sahabat terbaikku Diyati Karlina, Usok, Yulia Tamala, dan Diah Puspita, Yeyen Desila, Gustian Anita Dan juga beserta sahabat singoku yang selalu setia

menemani aku begadang dan selalu memberi tawa yang  
tulus ,Jazakumullah  
khairan Sahabatkuu..

Seluruh dosen Program Studi Perbankan Syari'ah  
yang telah ridho memberikan ilmu serta pengalaman yang berharga,  
terkhusus untuk Bapak Noprizal, Bapak Hardivizon, serta Bapak M. Istan  
Terima kasih atas doa dan dukungannya selama ini.

KPM Desa Bandung Jaya (Kelompok Pengabdian Masyarakat desa Bandung Jaya) yang tiada  
hentinya mengajarkan indahnya rajutan ukhuwah, indahnya semangat dakwah, dan pentingnya  
nuansa ilmiah.

Keluarga Perbankan syari'ah angkatan ke-7 Th. 2014, spesial untuk PS B terima kasih telah  
menjadi bagian dalam diri, semoga sukses untuk kita semua.  
Teruntuk Almamaterku

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
ANGGOTA DENGAN DIMENSI CARTER (STUDI KASUS BMT PAT  
SEPAKAT IAIN CURUP)**

**ABSTRAK**

**Oleh: Stion Alam**

*Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT) merupakan lembaga keuangan mikro yang dioperasikan dengan prinsip bagi hasil, menumbuh kembangkan bisnis usaha mikro dan kecil dalam rangka mengangkat derajat dan martabat serta membela kepentingan kaum fakir miskin yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah islam. Dimensi CARTER merupakan dimensi yang dimaksudkan untuk mengukur tingkat kualitas jasa pada lembaga keuangan Syariah. Dimensi tersebut terdiri dari *Compliance* (Kepatuhan), *Assurance* (Jaminan), *Responsiveness* (Daya Tanggap), *Tangible* (Bukti Fisik), *Empathy*, *Reliability* (Keandalan).

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan penjelasan tentang pengaruh variabel *Assurance* dan *Empathy* terhadap kepuasan anggota BMT Pat Sepakat IAIN Curup. Penelitian ini menggunakan teknik *simple random sampling* (sampel acak), dalam pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner (angket), observasi, serta wawancara.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel *Assurance* (Jaminan) dengan nilai  $t_{hitung} 2,022 < t_{tabel} 2,110$  dan *Empathy* dengan nilai  $t_{hitung} 0,710 < t_{tabel} 2,110$  menunjukkan bahwa secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan anggota BMT Pat Sepakat IAIN Curup. Namun secara simultan variabel *Assurance* (Jaminan) dan variabel *Empathy* secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap kepuasan anggota BMT Pat Sepakat IAIN Curup ini ditunjukkan dengan nilai  $f_{hitung} 11,169 > f_{tabel} 3,55$ .

**Kata Kunci : BMT, Dimensi CARTER, Assurance, Empathy**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGAJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>viii</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	5
C. Rumusan Masalah .....	5
D. Tujuan Penelitian .....	6
E. Manfaat Penelitian .....	6
F. Tinjauan Pustaka .....	7
G. Teori dan Kerangka Pikir.....	11
H. Hipotesis.....	15
I. Metode Penelitian.....	16
J. Sistematika Penulisan .....	24
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>26</b>
A. Kualitas .....	26
B. Konsep Pelayanan .....	27
C. Konsep Kepuasan.....	30
D. Dimensi Carter .....	34
E. <i>Baitul Maal Wa Tamwil</i> (BMT).....	38

<b>BAB III GAMBARAN UMUM INSTANSI.....</b>	<b>46</b>
A. Sejarah BMT Pat Sepakat .....	46
B. Keadaan Umum BMT Pat Sepakat .....	49
C. Landasan Hukum BMT Pat Sepakat .....	50
D. Visi dan Misi BMT Pat Sepakat .....	51
E. Struktur Organisasi BMT Pat Sepakat .....	52
F. Kegiatan Pokok BMT Pat Sepakat.....	53
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>58</b>
A. Uji Instrumen .....	58
B. Uji Asumsi Klasik.....	62
C. Analisis Regresi Berganda .....	68
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>74</b>
A. Kesimpulan .....	74
B. Saran.....	75

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Anggota BMT Pat Sepakat .....	3
Tabel 4.1 Uji Validitas (Variabel <i>Assurance</i> ) .....	58
Tabel 4.2 Uji Validitas (Variabel <i>Emphaty</i> ) .....	60
Tabel 4.3 Uji Validitas (Variabel Kepuasan Anggota) .....	61
Tabel 4.4 Uji Reliabilitas (Variabel <i>Assurance</i> ) .....	62
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas (Variabel <i>Emphaty</i> ).....	62
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas (Variabel Kepuasan Anggota) .....	62
Tabel 4.7 Uji Normalitas Data .....	64
Tabel 4.8 Uji Autokorelasi .....	65
Tabel 4.9 Uji Multikolinearitas .....	66
Tabel 4.10 Uji Heterokedastisitas .....	68
Tabel 4.11 Uji T (Parsial).....	69
Tabel 4.12 Uji F (Simultan) .....	71

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Kerangka Pikir.....	14
Gambar 1.2 Struktur Organisasi BMT Pat Sepakat .....	52

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Lembaga keuangan mempunyai peranan yang sangat penting dalam memajukan perekonomian negara, karena lembaga keuangan mempunyai fungsi utama yaitu menghimpun dana masyarakat dan menyalurkannya kembali seperti, *Baitul Maal Wat Tamwil* dan lembaga keuangan lainnya.

*Baitul Maal Wat Tamwil* adalah balai usaha mandiri terpadu yang isinya mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil dengan mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonominya. Selain itu BMT juga menerima titipan zakat, infaq dan sedekah serta menyalurkan sesuai dengan peraturan dan amanatnya.<sup>1</sup> *Baitul Maal Wat Tamwil* beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil yang didirikan oleh dan untuk masyarakat disuatu tempat atau daerah.

BMT sudah ada sejak zaman Rasulullah SAW pada masa Rasulullah Baitul Maal lebih mempunyai pengertian sebagai yang menangani setiap harta benda kaum muslimin, baik berupa pendapatan maupun pengeluaran. BMT di Indonesia muncul pada tahun 1980 yaitu BMT Salman di Bandung. Sedangkan di Kabupaten Rejang Lebong terdapat 1 buah *Baitul Maal Wat Tamwil* yang

---

<sup>1</sup> Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta : Kencana 2009), h. 452

bernama *Baitul Maal Wa Tamwil Pat Sepakat* yang berdiri pada tahun 2014 di kampus IAIN Curup.<sup>2</sup>

Perkembangan lembaga keuangan yang semakin pesat menuntut lembaga keuangan untuk menciptakan produk yang berkualitas dan pelayanan yang baik serta memuaskan bagi anggota, karena kedua hal tersebut sangat berpengaruh terhadap nama baik perusahaan keuangan. Pelayanan adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Pelayanan dapat juga diartikan setiap tindakan membantu, menolong, memudahkan, menyenangkan dan manfaat bagi orang lain. Pelayanan nasabah adalah rangkaian kegiatan sikap dan perilaku petugas bank maupun lembaga keuangan dalam menerima kehadiran atau berkomunikasi dengan anggota secara langsung maupun tidak langsung.<sup>3</sup>

Kualitas pelayanan merupakan faktor yang sangat penting menjadi keunggulan daya saing di dalam lembaga keuangan, BMT Pat Sepakat harus memiliki kualitas pelayanan yang baik karena berkaitan dengan kepuasan anggota. Abdul Qawi Othman dan Owen mengembangkan model pengukuran kualitas jasa untuk mengukur kualitas jasa yang dijalankan dengan prinsip syariah, khususnya bisnis Perbankan Syariah disebut dengan model CARTER. Model CARTER merupakan suatu pengukuran kualitas pelayanan Perbankan Syariah dengan 6 dimensi yaitu: *Compliance, Assurance, Reliability, Tangible,*

---

<sup>2</sup> Dokumentasi, *BMT Pat Sepakat*

<sup>3</sup> Andri Soemitra, *Op. Cit*, h. 454

*Empathy, Responsiveness.*<sup>4</sup> Perkembangan jumlah anggota BMT Pat Sepakat IAIN Curup mengalami naik turun atau tidak stabil setiap tahunnya, seperti pada tabel berikut:<sup>5</sup>

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Anggota BMT Pat Sepakat IAIN Curup**

Tahun	Penambahan Anggota	Jumlah Anggota
2014	45	45
2015	7	52
2016	15	67
2017	144	211
2018	28	239

Dilihat dari tabel diatas, menunjukkan bahwa perkembangan jumlah anggota BMT Pat Sepakat IAIN Curup yang mengalami naik turun dan tidak stabil, dimana pada tahun 2014 pertambahan anggotanya berjumlah 45 orang, pada tahun 2015 bertambah 7 orang, pada tahun 2016 bertambah 15 orang, pada tahun 2017 bertambah sangat banyak yang berjumlah 144 orang, dan pada tahun 2018 sangat menurun yang di mana bertambah hanya 28 orang.

---

<sup>4</sup> Putri Dwi Cahyani, *Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Kinerja Perbankan Syariah*, Tesis. (Fak. UIN Sunan Kalijaga, 2011), h. 03

<sup>5</sup> Dokumentasi, *BMT Pat Sepakat*

Keadaan perkembangan pertambahan jumlah anggota BMT Pat Sepakat IAIN Curup yang naik turun ini dapat dipengaruhi oleh beberapa hal seperti *Compliance* (Kepatuhan), *Assurance* (Jaminan), *Realibility* (Keandalan), *Tangible* (Bukti Fisik), *Empathy* (Empati), *Responsiveness* (Daya Tanggap). Penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada BMT Pat Sepakat IAIN Curup tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota dengan Dimensi CARTER yang hanya memfokuskan pada Dimensi *Assurance* (Jamninan) dan *Empathy* (Empati).

*Assurance* (Jamninan) merupakan kemampuan karyawan atas pemberitahuan terhadap produk secara tepat, kualitas, keramahan, perkataan atau kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan anggota terhadap perusahaan. Lokasi BMT Pat Sepakat IAIN Curup yang kurang strategis membuat keterampilan atau keahlian dalam memberikan informasi mengenai produk menjadi suatu hal yang penting dalam perkembangan jumlah anggota.<sup>6</sup>

*Empathy* (Empati), meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan pemahaman atas kebutuhan individual para anggota. Anggota akan merasa puas apabila karyawan mampu memberikan kemudahan, serta dapat menjalin hubungan dengan anggota secara

---

<sup>6</sup> Rizky Pratama Putra, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Loyalitas Nasabah Bank BRI Syariah Surabaya*, JESTT Vol. 1 No 9 September 2014, h. 625

efektif. Kemudahan yang diberikan merupakan salah satu faktor yang penting dalam perkembangan jumlah anggota.<sup>7</sup>

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas maka penulis melakukan penelitian yang berjudul **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Dengan Dimensi CARTER (Studi Kasus BMT Pat Sepakat IAIN Curup)**.

## **B. Batasan Masalah**

Terkait dengan luasnya ruang lingkup permasalahan dan waktu serta keterbatasan dalam penelitian yang dilakukan. Maka penulis hanya fokus pada objek Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota di BMT Pat Sepakat IAIN Curup dengan menggunakan Dimensi CARTER. Penelitian ini hanya membahas pada *Assurance* (Jaminan), *Empathy* (Empati).

## **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah penulis kemukakan sebelumnya, maka dapat disimpulkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *Assurance* (Jaminan) berpengaruh terhadap kepuasan anggota pada BMT Pat Sepakat IAIN Curup?
2. Apakah *Empathy* (Empati) berpengaruh terhadap kepuasan anggota pada BMT Pat Sepakat IAIN Curup?

---

<sup>7</sup> Ulul Azmi Mustofa, *Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Uum Syariah di Surakarta*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Vol. 01. 02, juli 2015, h.96

3. Apakah *Assurance* (jaminan) dan *Empathy* (Empati) secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan anggota pada BMT Pat Sepakat IAIN Curup?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Dengan melihat rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk menjelaskan variabel *Assurance* berpengaruh terhadap kepuasan anggota pada BMT Pat Sepakat IAIN Curup.
2. Untuk menjelaskan variabel *Empathy* berpengaruh terhadap kepuasan anggota pada BMT Pat Sepakat IAIN Curup.
3. Untuk menjelaskan pengaruh variabel *Assurance* dan variabel *Empathy* secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan anggota pada BMT Pat Sepakat IAIN Curup.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang akan diperoleh atas penelitian ini sebagai berikut:

1. Teoritis
  - a. Bagi penulis, penelitian ini dapat memberikan informasi baru atas hasil penelitian dan juga menambah wawasan dalam mengembangkan kemampuan dalam mengukur tingkat kepuasan anggota.
  - b. Bagi civitas akademik, penelitian ini sebagai tambahan literatur pustaka guna pengembangan ilmu Perbankan Syariah khususnya dalam mengukur tingkat kepuasan anggota yang digunakan sebagai literatur.

## 2. Praktis

- a. Bagi lembaga Perbankan Syariah, penelitian ini bermanfaat sebagai informasi tambahan bagi lembaga keuangan khususnya BMT Pat Sepakat IAIN Curup dalam melihat pengaruh kualitas pelayanan anggota sehingga dapat dijadikan acuan dalam meningkatkan pelayanan anggota dengan baik.
- b. Bagi masyarakat, penelitian ini bermanfaat sebagai acuan masyarakat untuk menggunakan jasa di BMT Pat Sepakat IAIN Curup.

## F. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka adalah penelusuran terhadap karya-karya ilmiah atau penelitian terdahulu sebagai pedoman penelitian lebih lanjut dan untuk mendapatkan data yang valid, dan menghindari duplikasi. Jadi peneliti akan mencantumkan beberapa hasil penelitian terdahulu yang dapat dijadikan sebagai studi pendahuluan antara lain:

Supardi Nani dan Tineke Wolok *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Bank SinarMas Cabang Gorontalo*. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana menganalisis kualitas pelayanan (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*) terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Sinar Mas cabang Gorontalo dan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana berganda. Hasil pengujian instrumen validitas menunjukkan  $t_{hitung} > t_{kritis}$  artinya valid dan reliabilitas berada diatas 0,6 artinya reliabel. Adapun hasil penelitian menunjukkan analisis regresi

berganda yaitu,  $Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 = 8,209 + (-0,065 X_1) + 0,252 X_2 + 0,213 X_3 + 0,199 X_4 + 0,287 X_5$ . Hasil uji t menunjukkan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Hasil uji F menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank Sulut, dimana nilai Pvalue  $0,000 < 0,05$ . Koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan besarnya kontribusi 0,643 atau 64,3% dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah, sedangkan sisanya yaitu 52,8% berupa kontribusi dari faktor-faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.<sup>8</sup>

Praveda Ascarintya, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Nasabah Debitur PT. BPR Satria Pertiwi Semarang)*. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh tingkat kualitas pelayanan karyawan PT. BPR Satria Pertiwi Semarang terhadap Kepuasan Nasabah debitur. Hasil penelitian ini menggunakan SPSS Versi 15 menunjukkan bahwa: koefisien regresi yang didapatkan menunjukkan, faktor daya tanggap ( $\beta_4 = 0,335$ ) menjadi faktor terbesar yang mempengaruhi kepuasan nasabah, kemudian diikuti oleh variabel yang lain yaitu variabel kehandalan ( $\beta_1 = 0,237$ ), variabel empati ( $\beta_5 = 0,218$ ) dan variabel sarana fisik ( $\beta_3 = 0,216$ ). Sedangkan variabel yang berpengaruh paling rendah yaitu variabel jaminan ( $\beta_2 = 0,205$ )<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> Supardi Nani dan Tineke Wolok, *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Bank SinarMas Cabang Gorontalo*, Laporan Penelitian Dana PNBPN Februari tahun Anggaran 2014

<sup>9</sup> Praveda Ascarintya, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Nasabah Debitur PT. BPR Satria Pertiwi Semarang)*, Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang 2011

Ana Mutia Ulfah, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Fashion Pada Online Shop Melalui Media Sosial Instragram (Studi Pada Mahasiswa IAIN Purwokerto)*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 3,672 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,355. (2) terdapat pengaruh positif kepercayaan konsumen terhadap kepuasan pelanggan dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 3,299 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,005 ( $0,000 < 0,005$ ), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,496 dan (3) terdapat pengaruh positif dibuktikan dengan hasil pengujian diperoleh nilai f hitung sebesar 35,006 dengan signifikansi  $0,000 < 0,005$ .<sup>10</sup>

Istikomah, *Analisis Pengaruh Faktor-faktor Kualitas Pelayanan Jasa Perbankan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus BTN Syari'ah Cabang Surakarta)*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor kualitas pelayanan jasa perbankan dalam mempengaruhi kepuasan nasabah BTN Syari'ah cabang Surakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah pada BTN Syari'ah cabang Surakarta yang berkisar 5000 nasabah. Untuk variabel dependen (y) dari penelitian ini adalah kepuasan nasabah. Untuk

---

<sup>10</sup> Ana Mutia Ulfah, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Fashion Pada Online Shop Melalui Media Sosial Instagram (Studi Pada Mahasiswa IAIN Purwokerto)*, Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto 2017

variabel independen (x) meliputi : keefektifan dan jaminan (x1), akses (x2), harga (x3), keterwujudan (x4), portofolio jasa (x5), kehandalan (x6). Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Untuk metode analisis data dengan menggunakan model analisis regresi berganda. Sedangkan untuk olah data dengan menggunakan program SPSS *for windows release 23.0*. Hasil analisis ini menunjukkan bahwa variabel keefektifan dan jaminan berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan nasabah sebesar 2,157 dengan p-value 0,034. Akses berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan nasabah sebesar 2,560 dengan p-value 0,028. Harga berpengaruh signifikan negatif terhadap kepuasan nasabah sebesar -2,03 dengan p-value 0,035. Keterwujudan berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan nasabah sebesar 2,182 dengan p-value 0,032. Portofolio jasa berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan nasabah sebesar 5,799 dengan p-value 0,000. Dan keandalan berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan nasabah sebesar 3,391 dengan p-value 0,001.<sup>11</sup>

Besti Neliza Lubis, *Analisis Faktor Yang mempengaruhi Keputusan Nasabah Menjadi Anggota Di BMT Pat Sepakat Curup*. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Sumber data utama dari penelitian ini, yaitu bersumber dari data lapangan terutama dari beberapa nasabah yang menjadi anggota di BMT Pat Sepakat Curup. Dengan teknik pendekatan deskriptif setelah data terkumpul,

---

<sup>11</sup> Istikomah, *Analisis Pengaruh Faktor-faktor Kualitas Pelayanan Jasa Perbankan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus BTN Syari'ah Cabang Surakarta)* Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta 2017

proses selanjutnya adalah penyederhanaan data yang telah diperoleh dalam bentuk yang mudah dibaca dan dipahami dimana hal itu dilakukan untuk memperoleh jawaban atas permasalahannya. Dari hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa prosedur pengajuan anggota, baik anggota pernah maupun anggota biasa di BMT Pat Sepakat Curup memiliki prosedur dan persyaratan yang sama dan cukup sederhana. Dimana calon anggota hanya diwajibkan menyerahkan identitas diri (KTP), mengisi formulir, pas foto, biaya administrasi, dan bersedia mematuhi segala peraturan yang ada di BMT. Adapun faktor yang mempengaruhi minat nasabah menjadi anggota BMT didominasi oleh faktor agama. Dimana mayoritas informan menyatakan bahwa mereka berminat menjadi anggota BMT karena sesuai dengan syariat Islam dan jauh dari unsur riba. Selain faktor agama, faktor lain yang juga ikut mempengaruhi adalah faktor pribadi, sosial, budaya, dan psikologis.<sup>12</sup>

Penelitian-penelitian di atas lebih menjelaskan mengenai kualitas pelayanan secara umum, sedangkan yang membahas masalah dimensi CARTER khususnya pada dimensi *Assurance* (Jaminan) dan *Empathy* masih sangat sedikit. Untuk itu penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota di BMT Pat Sepakat IAIN Curup” akan difokuskan untuk melihat bagaimana kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota di BMT Pat Sepakat IAIN Curup.

---

<sup>12</sup> Besti Neliza Lubis, *Analisis Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menjadi Anggota Di BMT Pat Sepakat Curup*, Skripsi. (Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Curup 2016)

## **G. Teori dan Kerangka pikir**

### **1. Teori**

#### **a. *Compliance* (kepatuhan)**

*Compliance* (kepatuhan) merupakan dimensi yang terpenting dalam pengukuran kualitas jasa karena kepatuhan terhadap syariah merupakan wujud eksistensi seorang muslim. *compliance* (kepatuhan) adalah kepatuhan terhadap aturan atau hukum-hukum yang telah ditetapkan Allah swt. Kemampuan sebuah lembaga keuangan syariah dalam mematuhi prinsip syariah dalam kegiatan operasionalnya. Salah satu yang mencolok adalah tidak menggunakan sistem bunga atau riba. Selain itu, dalam tujuan komersilnya tidak mengenal peminjaman uang, tetapi menerapkan sistem bagi hasil dan perdagangan dengan mengacu pada Al-qur'an.<sup>13</sup>

#### **b. *Assurance* (jaminan)**

*Assurance* (jaminan) merupakan 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. Dalam memberikan pelayanan kepada konsumen hendaklah selalu menanamkan sifat yang dapat dipercaya dalam

---

<sup>13</sup> Rizky Pratama Putra, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Loyalitas Nasabah Bank BRI Syariah Surabaya*, JESTT Vol. 1 No 9 September 2014., h. 625

berkomunikasi kepada konsumen agar konsumen tertarik dan percaya terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen.<sup>14</sup>

**c. *Realibility* (keandalan)**

*Realibility* (keandalan) merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan secara fisik. Artinya pelayanan yang diberikan handal dan bertanggung jawab, karyawan sopan dan ramah.<sup>15</sup> Anggota akan merasa puas apabila pelayanan yang diberikan oleh BMT Pat Sepakat IAIN Curup dapat dijanjikan dengan cepat, akurat, serta sesuai dengan apa yang diinginkan oleh anggota.

**d. *Tengibles* (kemampuan fisik)**

*Tengibles* (kemampuan fisik) meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi. Dalam dimensi ini fasilitas yang diberikan dari bukti fisik jasa yaitu berupa penampilan karyawan dalam memuaskan anggota. Bukti fisik ini terlihat langsung oleh anggota, oleh karena itu bukti fisik harus terlihat menarik dan modern demi mendapatkan kepuasan dari anggota.<sup>16</sup>

---

<sup>14</sup> *Ibid.*, h.626

<sup>15</sup> Ulul Azmi Mustofa, *Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Uum Syariah di Surakarta*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Vol. 01. 02, juli 2015, h.96

<sup>16</sup> *Ibid.*, h. 97

e. ***Emphaty* (perhatian)**

*Emphaty* (perhatian) meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan pemahaman atas kebutuhan individual para nasabah. Nasabah akan merasa puas apabila karyawan mampu memberikan kemudahan, serta dapat menjalin hubungan dengan anggota secara efektif.<sup>17</sup>

f. ***Responsiveness* (daya tanggap)**

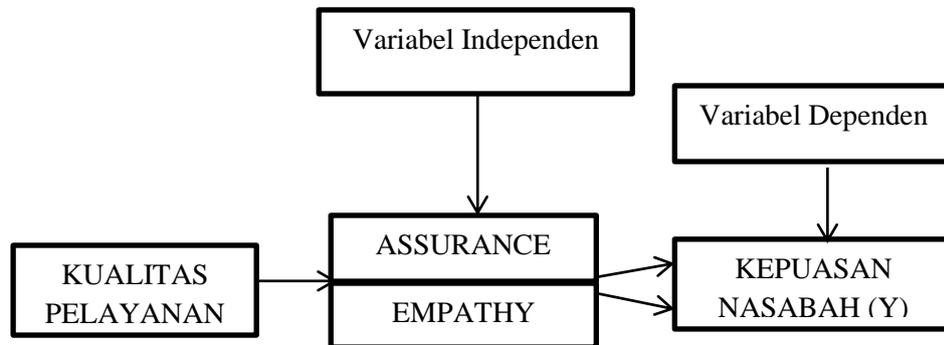
*Responsiveness* (daya tanggap) merupakan keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap. Dalam hal ini nasabah akan merasa puas apabila karyawan dalam memberikan pelayanan tidak mebeda-bedakan nasabah, hal ini tentu didasarkan pada keinginan karyawan dalam memberikan pelayanannya kepada anggota. Untuk itu pihak management perlu memberikan pengarahan dan motivasi kepada karyawan dalam mendukung kegiatan pelayanan tanpa pandang bulu.<sup>18</sup>

---

<sup>17</sup> *Ibid.*, h. 97

<sup>18</sup> *Ibid.*, h. 98

## 2. Kerangka Pikir



**Gambar 1.1 Kerangka Pikir**

### a. Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel terikat, artinya variabel ini dipengaruhi oleh variabel lain yaitu oleh variabel independennya. Dalam penelitian ini, variabel dependennya adalah kepuasan anggota.

Kepuasan anggota adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.

### b. Variabel Independen

Variabel independen disebut juga sebagai variabel bebas, variabel ini sebagai variabel penyebab atau variabel yang mempengaruhi variabel dependennya. Variabel-variabel yang akan dipakai dalam penelitian ini

ada 2 (enam) yang disingkat dengan AE : *Assurance* (Jamninan), *Emphaty* (Empati)

## H. Hipotesis

Hipotesis berasal dari bahasa Yunani yaitu *Hypo* yang artinya di bawah dan *Thesis* yang berarti pendirian atau pendapat, jadi bisa disimpulkan Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap suatu masalah yang sifatnya masih praduga karena harus dibuktikan terlebih dahulu.<sup>19</sup>

**H<sub>0</sub>** = Ada pengaruh Variabel *Assurance* terhadap kepuasan anggota pada BMT Pat Sepakat IAIN Curup.

**H<sub>a</sub>** = Tidak ada pengaruh Variabel *Assurance* terhadap kepuasan anggota pada BMT Pat Sepakat IAIN Curup.

**H<sub>0</sub>** = Ada pengaruh Variabel *Emphaty* terhadap kepuasan anggota pada BMT Pat Sepakat IAIN Curup.

**H<sub>a</sub>** = Tidak ada pengaruh Variabel *Emphaty* terhadap kepuasan anggota pada BMT Pat Sepakat IAIN Curup.

---

<sup>19</sup> Moh. Yudi Mahadianto, *Analisis Parametrik Dependensi Dengan Program SPSS*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013), h. 12

## I. Metode Penelitian

Untuk melengkapi penulisan penelitian ini dengan tujuan agar dapat lebih terarah dan dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah, maka metode penelitian yang digunakan sebagai berikut:

### 1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian ini juga merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.<sup>20</sup> Alasan peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif tersebut karena dalam analisis ini membandingkan dua variabel dari data yang diperoleh yang dimaksudkan untuk mengetahui bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah dengan dimensi CARTER di BMT Pat Sepakat IAIN Curup.

---

<sup>20</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 13

## 2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah dilembaga keuangan , khususnya di BMT Pat Sepakat IAIN Curup.

## 3. Sumber Data

Penelitian ini dalam menentukan dan mengambil subjek penelitian menggunakan teknik *Simple Random Sampling* (sampel acak), teknik ini dalam mengambil anggota sample dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut.<sup>21</sup> Semua anggota populasi diberi kesempatan yang sama untuk dipilih untuk menjadi anggota sampel.<sup>22</sup> Teknik ini berarti setiap responden memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel penelitian.

- a. Populasi yaitu keseluruhan sasaran yang seharusnya diteliti dan pada populasi itu hasil penelitian diberlakukan. Populasi adalah tempat terjadinya masalah yang kita selidiki. Populasi itu bisa manusia dan bukan manusia, misalnya lembaga, badan sosial, wilayah, kelompok atau apa saja yang akan dijadikan sumber informasi. Menentukan populasi tidak dapat dilewatkan dalam proses penelitian, sebab kesimpulan yang diambil dari hasil penelitian akan diberlakukan pada populasi ini. Jadi, populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa perbankan syari'ah STAIN Curup yang berjumlah >600 mahasiswa.

---

<sup>21</sup> *Ibid.*, h. 82

<sup>22</sup> Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), h. 224

b. Sampel merupakan bagian dari populasi yang akan diteliti secara mendalam. Dalam penelitian ini penentuan ukuran atau jumlah sampel akan merujuk pada teori yang dikemukakan oleh Rescoe dalam Sugiono yaitu ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah 30 sampai 500 responden dan bila dalam penelitian akan melakukan analisis *multivariate*, misalnya seperti korelasi atau regresi berganda maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Jadi untuk penelitian ini dengan jumlah 2 variabel independen maka jumlah sampel yang diambil yakni  $2 \times 10 = 20$  sampel.<sup>23</sup> Dengan kata lain sampel dalam penelitian ini adalah 20 responden anggota BMT Pat Sepakat IAIN Curup.

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara:

##### a. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan penyajian daftar pertanyaan secara tertulis yang dibuat oleh penulis selaku peneliti untuk diajukan kepada responden atau alat pengumpulan data yang berupa serangkaian pertanyaan yang disusun secara sistematis untuk dijawab oleh responden. Instrumen dalam penelitian ini bersifat terbuka dan tertutup. Pertanyaan terbuka adalah jika jawaban tidak disediakan sebelumnya, sedangkan bersifat tertutup adalah jika alternatif-alternatif jawaban telah disediakan.<sup>24</sup> Sedangkan pada penelitian ini menggunakan pertanyaan tertutup.

---

<sup>23</sup> Sugiyono, *Op, Cit*, h. 91

<sup>24</sup> *Ibid*, h. 230

## b. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data dengan cara pengamatan langsung dilapangan untuk melihat kegiatan yang diteliti.<sup>25</sup> Teknik ini dilakukan dengan cara mengadakan pengamatan secara langsung pada obyek atau lokasi penelitian yang berhubungan dengan topik pembahasan pada penelitian ini.

## c. Wawancara

Wawancara yaitu teknik pengumpulan data melalui proses tanya jawab lisan yang berlangsung satu arah, artinya pertanyaan datang dari pihak yang mewawancarai dan jawaban diberikan oleh pihak yang diwawancarai.<sup>26</sup> Teknik pengumpulan data dengan mengadakan tanya jawab dengan karyawan BMT Pat Sepakat IAIN Curup tentang hal-hal yang berhubungan bidang yang diteliti.

## d. Studi pustaka

Studi pustaka yaitu penulis mengambil buku-buku referensi yang berkaitan dengan persoalan yang diteliti.<sup>27</sup> Maksudnya penelitian yang dilakukan untuk memperoleh data sekunder dengan cara membaca buku serta referensi lainnya yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

---

<sup>25</sup> Jhonatan Suwarno, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), h. 209

<sup>26</sup> Sanipah Faisal, *Format-format Penelitian Sosial, Dasar-dasar dan Aplikasinya*, (Jakarta: CV Rajawali, 1992), h. 136

<sup>27</sup> Tri Wahtuni, *Strategi Promosi Personal Selling Pada Produk Tabungan Mudharabah di BMI Syari'ah Tambang Kabupaten Kampar Riau*, Skripsi, (UIN Sultan Syarif Kasim Riau, Riau, 2012), h. 8

e. Dokumentasi

Dokumentasi adalah segala sesuatu dalam bentuk tulisan, foto dan rekaman elektronik.<sup>28</sup> Dokumentasi yaitu teknik mengumpulkan dan mengorganisir data primer dan data sekunder yang berhubungan dengan simpanan data-data yang di dokumentasikan.

5. Teknik Analisis Data

Agar dapat mengubah data mentah menjadi data yang dapat terbaca dengan baik, maka dalam penelitian ini digunakan teknik pengolahan data menggunakan aplikasi *SPSS*. *SPSS (Statistical Package for the Social Sciences)* yang salah satu paket program komputer yang digunakan dalam mengolah data statistik.<sup>29</sup>

Untuk mengetahui pengaruh antara variabel *Independent* dan variabel *Dependent* dilakukan uji instrumen yaitu sebagai berikut:

a. Uji validitas dan reliabilitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kasahihan suatu instrumen. Oleh karena itu uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu pertanyaan atau pernyataan. Reliabilitas adalah tingkat keandalan kuesioner, setiap alat pengukur seharusnya memiliki kemampuan untuk memberikan hasil

---

<sup>28</sup> Fattah Hanurawan, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta:PT Raja Grafindo Persada, 2016), h. 119

<sup>29</sup> Hartono, *SPSS 16.0 (Analisis Data Statistika dan Penelitian)*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016), h. 1

pengukuran yang konsisten.<sup>30</sup> Dengan menggunakan instrumen yang valid dan reliable dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel. Jadi, instrumen yang valid dan reliable merupakan syarat mutlak untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliable.<sup>31</sup>

## b. Uji Asumsi Klasik

### 1) Uji Normalitas

Uji normalitas berguna untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal. Metode klasik dalam pengujian normalitas suatu data tidak begitu rumit.<sup>32</sup>

### 2) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi.<sup>33</sup>

---

<sup>30</sup> Ibnatul Wadhiyyah, *Perbandingan Keunggulan Keputusan Nasabah Memilih Logam Mulia Pada Perum Pegadaian dan Pegadaian Syari'ah*, Skripsi. (Fak. Syariah dan hukum UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2013), h. 46-47

<sup>31</sup> Sugiyono, *Of. Cit.*, h. 122

<sup>32</sup> Agus Tri Basuki dan Nano Prawoto, *Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2017), h. 57

<sup>33</sup> *Ibid.*, h. 60

### 3) Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas atau *Kolinearitas Ganda (Multicollinearity)* adalah adanya hubungan linier antara peubah bebas X dalam Model Regresi Berganda. Jika hubungan linier antara peubah bebas X dalam model regresi berganda adalah korelasi sempurna maka peubah-peubah tersebut berkolinearitas ganda sempurna (*perfect multicollinearity*).<sup>34</sup>

### 4) Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan cara meregresikan *absolute residual* dengan variable-variabel *independent* dalam model.<sup>35</sup>

## c. Analisis Regresi Berganda

Regresi adalah suatu proses memperkirakan secara sistematis tentang apa yang mungkin terjadi dimasa yang akan datang berdasarkan informasi masa lalu dan sekarang yang dimiliki agar kesalahannya dapat diperkecil. Regresi juga dapat diartikan sebagai usaha memprediksi perubahan. Peramalan tidak memberikan jawaban pasti tentang apa yang akan terjadi, melainkan berusaha mencari pendekatan apa yang akan terjadi dimasa yang akan datang. Jadi, regresi mengemukakan tentang

---

<sup>34</sup> *Ibid.*, h. 61

<sup>35</sup> *Ibid.*, h. 63

keingintahuan apa yang terjadi dimasa depan untuk memberikan sumbangan menentukan keputusan yang terbaik.<sup>36</sup>

Analisis regresi linier ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel yang diteliti, baik secara parsial maupun secara simultan. Variabel mana yang paling kuat pengaruhnya terhadap variabel *dependent* dan variabel mana yang mempunyai pengaruh sangat signifikan secara parsial.

d. Uji *t-test*

Dalam analisis kuantitatif uji statistik *t-test* kerap kali digunakan dalam eksperimen-eksperimen yang menggunakan sampel-sampel berkorelasi (*corelated samples*). Sampel berkorelasi artinya, sampel yang telah disamakan (*matched*) salah satu atau lebih variabel yang diperkirakan berpengaruh terhadap hasil eksperimen.<sup>37</sup>

e. Uji F

Uji F dikenal dengan Uji serentak atau uji Model/Uji Anova, yaitu uji untuk melihat bagaimanakah pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya. Atau untuk menguji apakah

---

<sup>36</sup> Metode Penelitian, <http://thesis.binus.ac.id/doc/Bab3/2011-1-00482-mn%203.pdf>, diakses pada 29 Oktober 2017 pukul 11:18

<sup>37</sup> [Http://Web.unair.ac.id/admin/file/f\\_19997\\_st10.ppt](Http://Web.unair.ac.id/admin/file/f_19997_st10.ppt), diakses pada tanggal 29 Oktober 2018 pukul 10:14

model regresi yang kita buat baik/signifikan atau tidak baik/non signifikan.<sup>38</sup>

---

<sup>38</sup> <https://www.statistikian.com/2013/01/uji-f-dan-uji-t.html> diakses pada tanggal 20 November 2018 pukul 21:56

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Kualitas

Menurut istilah, kata kualitas berarti mutu, yaitu tingkat baik buruknya sesuatu.<sup>39</sup> Akan tetapi banyak pakar yang mencoba mendefinisikan kualitas (mutu) berdasarkan sudut pandangnya masing-masing yang penulis kutip dari bukunya Ulul Azmi Mustofa, berdasarkan definisi para ahli.<sup>40</sup>

1. Menurut Wijaya kualitas adalah merupakan ukuran sampai sejauh mana produk atau jasa yang sesuai kebutuhan, empati, keinginan. Kualitas didasarkan pada pengalaman aktual pelanggan terhadap produk atau jasa yang diukur berdasarkan persyaratan-persyaratan tersebut.
2. Menurut Kotler kualitas didefinisikan sebagai jasa yang berpengaruh pada kemampuan memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun tersirat.
3. Menurut Goest dan Davis mengemukakan bahwa kualitas diartikan sebagai suatu kondisi dinamis di mana yang berhubungan dengan produk, jasa manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.
4. Menurut Triguno mengungkapkan bahwa kualitas adalah suatu standar yang harus dicapai oleh seseorang atau kelompok atau lembaga atau

---

<sup>39</sup> Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), Hal. 603

<sup>40</sup> Ulul Azmi Mustofa, *Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Uum Syariah di Surakarta*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Vol. 01. 02 juli 2015, h.3

organisasi mengenai kualitas sumber daya manusia, kualitas cara kerja, proses dan hasil kerja atau produk yang berupa barang dan jasa.

Definisi dari kualitas memiliki banyak kriteria dan sangat bergantung pada konteksnya terutama jika dilihat dari sisi penilaian akhir anggota dan definisi yang diberikan oleh berbagai ahli serta dari sudut pandang lembaga keuangan sebagai pihak yang menciptakan kualitas. Kualitas pelayanan jasa dapat digunakan sebagai salah satu alat untuk mencapai keunggulan bersaing dan menentukan keberhasilan serta kualitas serta kualitas perusahaan. baik tidaknya kualitas yang diterima oleh pelanggan dapat di lihat dari penyedia jasa dalam memberikan kualitas jasa atau memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

## **B. Konsep Pelayanan**

### **1. Pengertian Pelayanan**

Secara umum, pelayanan yaitu adalah sesuatu tindakan seseorang terhadap orang lain melalui penyajian jasa sesuai dengan ukuran yang berlaku untuk memenuhi kebutuhan, keinginan dan harapan yang sedang dilayani.<sup>41</sup> Adapun menurut Kasmir, pelayanan dapat didefinisikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi (kumpulan

---

<sup>41</sup> Endar Sugiarto, *Psikologi Pelayanan dalam Industri jasa*, (Jakarta: Gramedia, 2002), h. 37

orang) untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah, tindakan tersebut dapat dilakukan secara langsung berhadapan dengan pelanggan guna memenuhi keinginan yang mereka butuhkan.<sup>42</sup>

Dari definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan pelayanan adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh seseorang, baik individu maupun kelompok untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Semakin baik pelayanan yang diberikan dimata pelanggan atau anggota berarti semakin tinggi pula tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan yang dicapai dan begitu pula sebaliknya.

Jasa pelayanan merupakan tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yakni pada dasarnya bersifat tidak berwujud fisik. Produk yang berupa jasa berbeda dengan produk yang berwujud barang, baik dari segi karakteristik maupun sifatnya.<sup>43</sup>

Dalam perusahaan jasa, seseorang harus mempunyai kemampuan dan etika dalam melayani pelanggan atau anggotanya, karena dengan begitu anggota akan merasa puas menggunakan jasa perusahaan sehingga dapat menarik simpati dari masyarakat luar untuk ikut menggunakan jasa perusahaan yang berorientasi jasa, cukup sulit untuk mendapatkan standar pelayanan yang sama di mata para anggota. Namun demikian, di

---

<sup>42</sup> Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2005), h. 15

<sup>43</sup> Husein Umar, *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003), h.

tengah kondisi persaingan yang semakin meningkat, hendaknya perusahaan selalu meningkatkan mutu pelayanannya.

## 2. Dasar-dasar pelayanan

Pada dasarnya pelayanan terhadap nasabah atau anggota tergantung pada karyawannya yang melayaninya. Berikut ini dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami dan dimngerti:<sup>44</sup>

- a. Berpakaian dan berpenampilan rapi dan bersih.
- b. Percaya diri, bersikap akrab, dan penuh dengan senyuman.
- c. Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika kenal.
- d. Tenang, sopan, hormat, serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan.
- e. Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar.
- f. Bergairah dalam melayani anggota dan menunjukkan kemampuannya
- g. Jangan menyela dan memotong pembicaraan
- h. Mampu meyakini anggota serta memberi kepuasan
- i. Jika tidak sanggup menangani permasalahan yang ada, minta bantuan.
- j. Bila belum dapat melayani, beritahukan kapan akan dilayani.

## 3. Sifat-sifat Anggota

Agar dalam pelayanan yang diberikan benar-benar prima sehingga anggota merasa terpenuhi segala keinginan dan kebutuhannya, maka seorang karyawan harus mengenal betul perilaku anggota secara umum.

Berikut ini adalah perilaku atau sifat-sifat seorang anggota:<sup>45</sup>

- a. Nasabah atau Anggota adalah Raja
- b. Mau dipenuhi keinginan dan kemauannya.
- c. Tidak mau didebat dan tidak mau disinggung.
- d. Anggota mau diperhatikan.

---

<sup>44</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), h. 252-254

<sup>45</sup> *Ibid.*, h. 255

#### 4. Sikap Melayani Nasabah

Beberapa sikap yang harus diteladani oleh karyawan adalah sebagai berikut:<sup>46</sup>

- a. Beri kesempatan anggota berbicara untuk mekemukakan keinginannya.
- b. Dengarkan baik-baik
- c. Jangan menyela pembicaraan sebelum anggota selesai bicara.
- d. Ajukan pertanyaan setelah anggota selesai berbicara.
- e. Jangan marah dan mudah tersinggung.
- f. Jangan mendebat masalah.
- g. Jaga sikap sopan, ramah, dan selalu berlaku tenang.
- h. Jangan menangi hal-hal yang bukan merupakan pekerjaannya.
- i. Tunjukkan sikap perhatian dan sikap ingin membantu.

#### 5. Ciri-ciri pelayanan yang baik

Berikut ini ciri-ciri pelayanan yang baik adalah sebagai berikut:<sup>47</sup>

- a. Tersedia sarana dan prasarana yang baik.
- b. Tersedia personel yang baik.
- c. Bertanggung jawab kepada setiap anggota 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 anggota.
- i. Mampu memberikan kepercayaan kepada anggota.

### C. Konsep Kepuasan

#### 1. Pengertian Kepuasan

Tujuan utama suatu perusahaan, terutama perusahaan jasa adalah untuk menciptakan kepuasan anggota atau nasabah. Kemampuan anggota adalah keadaan yang dicapai bila sesuai dengan kebutuhan atau harapan anggota. Menurut Daryanto, dalam bukunya yang berjudul *Konsumen*

---

<sup>46</sup> *Ibid.*, h. 256-257

<sup>47</sup> *Ibid.*, h. 257-259

dan Pelayan Prima, kepuasan nasabah atau anggota dapat didefinisikan sebagai salah satu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan anggota terpenuhi melalui jasa yang diberikan.<sup>48</sup> Jadi kepuasan adalah keadaan apabila keinginan dan harapan anggota dapat terpenuhi melalui jasa yang diberikan perusahaan.

Sedangkan menurut Fandi Tjiptono menerangkan bahwa pelanggan akan merasa puas apabila keinginan dan kebutuhan serta harapan mereka terhadap produk dan jasa perusahaan dapat terpenuhi.<sup>49</sup> Untuk mewujudkan kepuasan nasabah dalam produk jasa, organisasi juga harus melakukan 4 hal, pertama, harus mengidentifikasi siapa pelanggannya, kedua, memahami tingkat harapan pelanggan atau kualitas, ketiga, memahami strategi kualitas pelanggan, dan keempat, memahami siklus pengukuran dan umpan balik dari kepuasan pelanggan.<sup>50</sup>

## 2. Tipe-tipe Pelanggan

Beberapa studi menghubungkan tingkat kepuasan pelanggan dengan perilaku pelanggan, di mana terdapat beberapa tipe dari pelanggan, yaitu:<sup>51</sup>

- a. Tipe *apostles*, yaitu pelanggan yang puas atau apa yang didapatkan oleh pelanggan melebihi apa yang diharapkannya, sehingga ia akan loyal terhadap produk tersebut dan akan terus melakukan pembelian kembali, ia akan memberitahu dan memberikan efek berantai tentang perusahaan tersebut dengan orang lain.

---

<sup>48</sup> Daryanto, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Gava Media, 2004), h. 90

<sup>49</sup> Fandi Tjipton, *Prinsip-prinsip Total Service*, (Yogyakarta: Andi, 2003), h. 129

<sup>50</sup> *Ibid.*, h. 130

<sup>51</sup> M. Nur Rianto, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 195-

- b. Tipe *terrorist*, yaitu pelanggan yang mempunyai pengalaman buruk atau negatif atas perusahaan, sehingga ia akan menyebarkan efek berantai negatif kepada orang lain. Misalkan nasabah yang hendak bertransaksi dengan perusahaan namun karena biroksi yang berbelit-belit akhirnya nasabah tersebut membatalkan proses transaksinya dan tidak menganjurkan pihak lain untuk bertransaksi dengan perusahaan tersebut.
- c. Tipe *defector*, yaitu pelanggan yang merasa pelayanan yang diberikan perusahaan tidak ada sesuatu yang lebih atau bersifat standar atau biasa saja, sehingga ia beralih ke perusahaan lain yang mampu memberikan kepuasan yang lebih dari apa yang diharapkannya.
- d. Tipe *hostogen*, yaitu pelanggan yang tidak puas akan sesuatu produk namun tidak dapat melakukan pembelian kepada perusahaan lain, karena struktur pasar yang monopolistik atau harga yang murah. Meskipun pelanggan tidak puas atas pelayanan yang diberikan, namun karena tidak ada perusahaan lain, senang atau tidak maka ia tetap harus menggunakannya.
- e. Tipe *mersenaries*, yaitu pelanggan yang sangat puas namun tidak mempunyai kesetiaan terhadap produk tersebut karena dipengaruhi oleh rendahnya harga atau faktor lain, misalkan seorang nasabah puas dengan pelayanan yang diberikan suatu perusahaan, namun karena jaraknya jauh maka ia akan beralih kepada perusahaan yang lebih dekat meskipun pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut tidak terlalu baik.

Berdasarkan beberapa tipe pelanggan di atas, suatu perusahaan sudah seharusnya lebih mengetahui apa strategi yang harus dilakukan dalam menangani pelanggan dengan berbagai tipe yang ada, karena setiap pelanggan memiliki berbagai karakter yang berbeda, sehingga perusahaan juga harus mengambil sikap yang berbeda berdasarkan karakter pelanggan tersebut.

### 3. Faktor-faktor Pendorong Kepuasan

Berdasarkan studi literatur terapat lima *driver* utama dalam mengidentifikasi kepuasan nasabah, yaitu:<sup>52</sup>

---

<sup>52</sup> Daryanto, *Op.Cit.*, h. 53-54

a. Kualitas Produk

Nasabah atau anggota akan puas apabila membeli dan menggunakan produk yang ternyata memiliki kualitas yang baik.

b. Harga

Untuk nasabah yang sensitif, harga murah adalah kepuasan yang penting, karena mereka akan mendapatkan *value of money* yang tinggi. Bagi nasabah yang tidak sensitif terhadap harga, komponen harga relatif tidak penting bagi mereka.

c. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan sangat tergantung pada tiga hal, yaitu sistem, teknologi dan manusia. Faktor manusia ini memegang kontribusi sebesar 70%. Sehingga tidak heran, kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru. Pembentukan sikap dan perilaku bukanlah pekerjaan yang mudah. Pembentukan harus dilakukan mulai dari proses *recruitment*, pelatihan, budaya kerja, dan hasilnya biasanya baru terlihat setelah 3 tahun.

d. Faktor Emosional

Untuk beberapa produk yang berhubungan dengan gaya hidup seperti mobil, kosmetik, pakaian, faktor emosional menempati tempat yang penting untuk menentukan kepuasan anggota. Rasa bangga, rasa percaya diri, simbol sukses, bagian dari kelompok orang penting dan sebagainya adalah contoh-contoh nilai emosional yang mendasari kepuasan anggota.

e. Biaya dan kemudahan

Anggota akan semakin puas apabila biaya relatif murah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

Peran dari pekerja-pekerja pendorong kepuasan di atas tentunya tidak sama antara yang satu dengan yang lain, masing-masing *driver* memiliki bobotnya masing-masing sesuai dengan industri perusahaan dan kebutuhan dari para anggota yang dimilikinya.

4. Ukuran kepuasan

Prinsip dasar yang melandasi pentingnya pengukuran kepuasan pelanggan adalah melakukan yang terbaik merupakan aspek terpenting bagi pelanggan. Secara garis besar, ada empat metode yang digunakan untuk mengukur kepuasan anggota, yaitu:<sup>53</sup>

- a. Sistem keluhan dan saran, seperti kotak saran di lokasi-lokasi strategis, kantor pos berprangko, saluran telepon bebas pulsa, dan lain-lain
- b. *Ghost Shopping*, yaitu salah satu bentuk *riset observasi* yang memakai jasa prang-orang yang menyamar sebagai pelanggan perusahaan dan pesaing sembari mengamati secara rinci aspek-aspek layanan dan kualitas produk.
- c. *Lost Customer Analysis*, yaitu menghubungi atau mewawancarai para pelanggan yang telah beralih pemasok dalam rangka memahami penyebabnya dan melakukan perbaikan pelayanan.
- d. Survei kepuasan pelanggan, baik via pos, telepon, *email*, *website*, *blog* maupun tatap muka langsung. Hingga saat ini, survei merupakan metode yang paling populer dan berkembang pesat dalam literatur pengukuran kepuasan anggota.

---

<sup>53</sup> Fandy Tjiptono, *Mewujudkan Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2019), h. 317.

## 5. Tujuan Pengukuran kepuasan

Pengukuran kepuasan pelanggan dilakukan dengan berbagai macam tujuan, yaitu:<sup>54</sup>

- a. Mengidentifikasi keperluan pelanggan, yakni aspek-aspek yang dinilai penting oleh nasabah dan mempengaruhi apakah ia puas atau tidak.
- b. Menentukan tingkat kepuasan terhadap kinerja organisasi pada aspek-aspek penting.
- c. Membandingkan tingkat kepuasan terhadap kepuasan terhadap perusahaan dengan tingkat kepuasan terhadap organisasi lain, baik persaingan langsung maupun tidak langsung.
- d. Mengidentifikasi PFI (*Priorities For Improvement*) melalui analisis antara skor tingkat kepentingan dan kepuasan.

### D. Dimensi Carter

Kualitas jasa yang diberikan perusahaan tentunya tidaklah bertujuan untuk memberikan kepuasan semata. Sebagai seorang muslim dalam memberikan pelayanan tentunya haruslah mendasarkan pada nilai-nilai syariah, guna mewujudkan nilai ketakwaan. Sekaligus membuktikan rasa keimanannya dalam rangka menjalankan misi syariat Islam. Dengan hal tersebut tentunya dilakukan tidaklah hanya berorientasi pada komitmen dalam mencari materi semata, namun sebagai bagian dari muamalah. Karena dalam kegiatan di *Baitul Maal Wa Tamwil* merupakan salah satu kegiatan bermuamalah.

Perkembangan lembaga keuangan yang semakin pesat menuntut lembaga keuangan untuk menciptakan produk yang berkualitas dan dan pelayanan yang baik dan memuaskan bagi anggota, karena kedua hal tersebut

---

<sup>54</sup>*Ibid*, h. 318-319.

sangat berpengaruh terhadap nama baik perusahaan keuangan. Pelayanan adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Pelayanan dapat juga diartikan setiap tindakan membantu, menolong, memudahkan, menyenangkan dan manfaat bagi orang lain. Pelayanan nasabah adalah rangkaian kegiatan sikap dan perilaku petugas bank maupun lembaga keuangan dalam menerima kehadiran atau berkomunikasi dengan anggota secara langsung maupun tidak langsung.

Kualitas pelayanan merupakan faktor yang sangat penting menjadi keunggulan daya saing di dalam lembaga keuangan, BMT Pat Sepakat harus memiliki kualitas pelayanan yang baik karena berkaitan dengan kepuasan anggota.

Abdul Qawi Othman dan Owen mengembangkan model pengukuran kualitas jasa untuk mengukur kualitas jasa yang dijalankan dengan prinsip syariah, khususnya bisnis Perbankan Syariah disebut dengan model CARTER. Model CARTER merupakan suatu pengukuran kualitas pelayanan Perbankan Syariah dengan 6 dimensi yaitu: *Compliance, Assurance, Reliability, Tangible, Empathy, Responsiveness*.<sup>55</sup> Adapun dimensi CARTER tersebut adalah:

---

<sup>55</sup> Putri Dwi Cahyani, *Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Kinerja Perbankan Syariah*, (Tesis. Fak. UIN Sunan Kalijaga, 2011), h. 03

**g. *Compliance* (kepatuhan)**

Dimensi yang pertama *Compliance* (Kepatuhan) merupakan dimensi yang terpenting dalam pengukuran kualitas jasa karena kepatuhan terhadap syariah merupakan wujud eksistensi seorang muslim. *compliance* (kepatuhan) adalah kepatuhan terhadap aturan atau hukum-hukum yang telah ditetapkan Allah Swt. Kemampuan sebuah lembaga keuangan syariah dalam mematuhi prinsip syariah dalam kegiatan operasionalnya. Salah satu yang mencolok adalah tidak menggunakan sistem bunga atau riba. Selain itu, dalam tujuan komersilnya tidak mengenal peminjaman uang, tetapi menerapkan sistem bagi hasil dan perdagangan dengan mengacu pada Al-qur'an.<sup>56</sup>

**h. *Assurance* (jaminan)**

Dimensi yang kedua *Assurance* (jaminan) merupakan 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. Dalam memberikan pelayanan kepada konsumen hendaklah selalu menanamkan sifat yang dapat dipercaya dalam berkomunikasi kepada konsumen agar

---

<sup>56</sup> Rizky Pratama Putra, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Loyalitas Nasabah Bank BRI Syariah Surabaya*, (JESTT Vol. 1 No 9 September 2014), h. 625

konsumen tertarik dan percaya terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen.<sup>57</sup>

**i. *Realibility* (keandalan)**

Dimensi yang ketiga *Realibility* (keandalan) merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan secara fisik. Artinya pelayanan yang diberikan handal dan bertanggung jawab, karyawan sopan dan ramah.<sup>58</sup> Anggota akan merasa puas apabila pelayanan yang diberikan oleh BMT Pat Sepakat IAIN Curup dapat dijanjikan dengan cepat, akurat, serta sesuai dengan apa yang diinginkan oleh anggota.

**j. *Tengibles* (kemampuan fisik)**

Dimensi yang keempat *Tengibles* (kemampuan fisik) meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi. Dalam dimensi ini fasilitas yang diberikan dari bukti fisik jasa yaitu berupa penampilan karyawan dalam memuaskan anggota. Bukti fisik ini terlihat langsung oleh anggota, oleh karena itu bukti fisik harus terlihat menarik dan modern demi mendapatkan kepuasan dari anggota.<sup>59</sup>

---

<sup>57</sup> *Ibid.*, h. 626

<sup>58</sup> Ulul Azmi Mustofa, *Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Uum Syariah di Surakarta*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Vol. 01. 02 juli 2015, h.96

<sup>59</sup> *Ibid.*, h. 97

#### **k. *Empathy* (perhatian)**

Dimensi yang kelima *Tengibles* (kemampuan fisik) meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan pemahaman atas kebutuhan individual para nasabah. Nasabah akan merasa puas apabila karyawan mampu memberikan kemudahan, serta dapat menjalin hubungan dengan anggota secara efektif.<sup>60</sup>

#### **l. *Responsiveness* (daya tanggap)**

Dimensi yang keenam *Responsiveness* (daya tanggap) merupakan keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap. Dalam hal ini nasabah akan merasa puas apabila karyawan dalam memberikan pelayanan tidak membedakan nasabah, hal ini tentu didasarkan pada keinginan karyawan dalam memberikan pelayanannya kepada anggota. Untuk itu pihak management perlu memberikan pengarahan dan motivasi kepada karyawan dalam mendukung kegiatan pelayanan tanpa pandang bulu.<sup>61</sup>

### **E. Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)**

#### **1. Pengertian *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT)**

BMT adalah balai usaha mandiri terpadu yang isinya berisikan *bay al-maal wa al-tamwil* dengan kegiatan mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi

---

<sup>60</sup> *Ibid.*, h. 97

<sup>61</sup> *Ibid.*, h. 98

pengusaha kecil bawah antara lain mendorong kegiatan menabung menunjang pembiayaan kegiatan ekonominya. Selain untuk juga BMT juga bisa menerima titipan zakat, infak, dan sedekah, serta menyalurkannya dengan peraturan dan amanatnya. BMT adalah lembaga ekonomi atau keuangan syariah non perbankan yang sifatnya informal, disebut informal karena lembaga ini didirikan oleh kelompok swadaya masyarakat (KSM) yang berbeda dengan lembaga keuangan perbankan dan lembaga keuangan formal lainnya.<sup>62</sup>

BMT merupakan organisasi bisnis yang juga berperan sosial. Peran sosial BMT akan terlihat pada definisi *baitul maal*, sedangkan peran bisnis BMT terlihat dari definisi *baitul tamwil*. Sebagai lembaga sosial, baitul maal memiliki kesamaan fungsi dan peran dengan Lembaga Amil Zakat (LAZ), oleh karenanya baitul maal ini harus didorong agar mampu berperan secara profesional menjadi LAZ yang mapan. Fungsi tersebut tidak paling tidak meliputi upaya pengumpulan dana zakat, infaq, sedekah, wakaf dan sumber dana-dana sosial yang lain, dan upaya penyaluran zakat kepada golongan yang paling berhak sesuai ketentuan ashabiah (UU Nomor 38 tahun 1999). Sebagai bisnis, BMT lebih mengembangkan usahanya pada sektor keuangan, yakni simpan pinjam. Usaha ini seperti usaha perbankan yakni menghimpun dana anggota dan calon anggota (nasabah) serta menyalurkan kepada sektor ekonomi yang halal dan menguntungkan. Namun demikian, terbuka luas bagi BMT untuk

---

<sup>62</sup> H. A. Djazuli dkk, *Lembaga Lembaga Perekonomian Umat Sebuah Pengenalan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), h. 183

mengembangkan lahan bisnisnya pada sektor riil maupun sektor keuangan lain yang dilarang dilakukan oleh lembaga keuangan bank, karena BMT bukan bank, maka tidak tunduk pada aturan perbankan. Pada aturan hukum di Indonesia, badan hukum yang paling mungkin untuk BMT adalah Koperasi, baik Koperasi Serba Usaha (KSU) maupun Koperasi Simpan Pinjam (KSP). Namun demikian, sangat mungkin dibentuk perundangan sendiri mengingat sistem operasional BMT tidak sama persis dengan perkoperasian, semisal Lembaga Keuangan Mikro (LKM) Syariah, dll.<sup>63</sup>

## 2. Tujuan *Baitul Maal Wa Tamwil*

Lembaga ekonomi mikro ini pada awal pendiriannya memfokuskan diri untuk meningkatkan kualitas usaha ekonomi untuk kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya melalui pemberian pinjaman modal. Pemberian modal pinjaman sedapat mungkin dapat memandirikan ekonomi para peminjam. Dalam rangka mencapai tujuan tersebut, BMT memainkan peran dan fungsinya dalam beberapa hal:<sup>64</sup>

- a. Mengidentifikasi, mobilisasi, mengorganisasi, mendorong, dan mengembangkan potensi ekonomi anggota, kelompok anggota BMT dan daerah kerjanya;
- b. Meningkatkan kualitas SDM anggota menjadi lebih profesional dan islami sehingga semakin utuh dan tangguh dalam menghadapi persaingan global;
- c. Menggalang dan memobilisasi potensi masyarakat dalam rangka meningkatkan kesejahteraan anggota;

---

<sup>63</sup> Rifqi Arief Aminullah, *Peran Baitul Mal Watamwil Untuk Mencapai Kesejahteraan Anggotanya*, Skripsi. (Universita Islam Indonesia Fakultas Ekonomi), h. 28

<sup>64</sup> *Ibid*, h. 29

- d. Menjadi perantara keuangan antara *agniyah* sebagai *shohibul maal* dengan *dhu'afah* sebagai *mudhari*, terutama untuk dana-dana sosial seperti zakat, infak, sedekah, wakaf, hibah dan lain lain;
- e. Menjadi peraturan keuangan, antara pemilik dana, baik sebagai pemodal maupun penyimpan dengan pengguna dana untuk pengembangan usaha produktif.

### 3. Fungsi *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT)

- a. Secara umum *Baitul Maal Wat Tamwil* memiliki beberapa fungsi:<sup>65</sup>

- 1) Penghimpun dan penyaluran dana, dengan menyimpan uang di BMT, uang tersebut dapat ditingkatkan utilitasnya, sehingga timbul unit surplus (pihak yang memiliki dana berlebih) dan unit defisit (pihak yang kekurangan dana).
- 2) Pencipta dan memberikan likuiditas, dapat menciptakan alat pembayaran yang sah yang mampu memberikan kemampuan untuk memenuhi kewajiban suatu lembaga/perorangan.
- 3) Sumber pendapatan, BMT dapat menciptakan lapangan kerja dan memberi pendapatan kepada pegawainya.
- 4) Pemberi informasi, memberi informasi kepada masyarakat mengenai resiko keuntungan dan peluang yang ada pada lembaga tersebut.
- 5) Sebagai suatu lembaga keuangan mikro Islam yang dapat memberikan pembiayaan bagi usaha kecil, mikro, menengah dan juga koperasi dengan tidak meminta jaminan yang memberatkan bagi UMKMK tersebut.

- b. Fungsi *Baitul Maal Wat Tamwil* di masyarakat:<sup>66</sup>

- 1) Meningkatkan kualitas SDM anggota, pengurus, dan pengelola menjadi profesional, dan amanah sehingga semakin utuh dan tangguh dalam berjuang dan berusaha (beribadah) menghadapi tantangan global.
- 2) Mengorganisasi dan mobilisasi dana sehingga dana yang dimiliki oleh masyarakat dapat dimanfaatkan secara optimal di dalam dan di luar organisasi untuk kepentingan rakyat banyak.
- 3) Mengembangkan kesempatan kerja.
- 4) Mengukuhkan dan meningkatkan kualitas usaha dan pasar produk-produk anggota, memperkuat dan meningkatkan kualitas lembaga-lembaga ekonomi dan sosial masyarakat banyak.

---

<sup>65</sup> Nurul Huda dan Mohamad Heykal, *Lembaga Keuangan Islam*, (Jakarta: Pranamedia Group, 2010), h. 363-364

<sup>66</sup> *Ibid*, h. 364

#### 4. Perananan *Baitul Maal Wat Tamwil*:

a. Secara umum *Baitul Maal Wat Tamwil* memiliki peranan, diantaranya adalah:<sup>67</sup>

- 1) Menjauhkan masyarakat dari praktik ekonomi yang bersifat non Islam. Aktif melakukan sosialisasi di tengah masyarakat tentang arti penting sistem ekonomi islami.
- 2) Melakukan pembinaan dan pendanaan usaha kecil. BMT harus bersikap aktif menjalankan sebagai lembaga keuangan mikro, misalnya dengan jalan pendampingan, pembinaan, penyuluhan, dan pengawasan terhadap usaha-usaha nasabah.
- 3) Melepaskan ketergantungan pada rentenir.
- 4) Menjaga keadilan ekonomi masyarakat dengan distribusi yang merata.

b. Peran *Baitul Maal Wat Tamwil* di masyarakat adalah:<sup>68</sup>

- 1) Motor penggerak ekonomi dan sosial masyarakat banyak.
- 2) Ujung tombak pelaksana sistem ekonomi Islam.
- 3) Penghubung antara kaum *Aghnia* (kaya) dan kaum *Dhu'afa* (miskin).
- 4) Sarana pendidikan informal untuk mewujudkan prinsip hidup yang *barakah, ahsanu 'amala, dan salaam*

#### 5. Prinsip-prinsip Dalam BMT:<sup>69</sup>

a. Prinsip bagi hasil

Prinsip ini maksudnya, ada pembagian hasil dari pemberi pinjaman dengan BMT, yakni dengan konsep *Al-Mudharabah, Al-Musyarakah, Al-Muzara'ah* dan *Al-Musaqah*.

b. Sistem balas jasa

Sistem ini merupakan suatu tata cara jual beli yang pelaksanaannya BMT mengangkat anggota sebagai agen yang diberi kuasa untuk melakukan pembeli barang atas nama BMT, dan kemudian bertindak

---

<sup>67</sup> *Ibid*, h. 364-365

<sup>68</sup> *Ibid*, h. 365

<sup>69</sup> Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2009), h.19

sebagai penjual, dengan menjual barang yang telah dibelinya dengan ditambah *mark up*, keuntungan BMT nantinya akan dibagi kepada penyedia dana.

c. Sitem *Profit*

Sistem yang sering disebut sebagai pembiayaan kebajikan ini merupakan pelayanan yang bersifat sosial dan non komersial. Anggota cukup mengembalikan simpanan pokoknya.

d. Akad bersyarikat

Akad bersyarikat adalah kerja sama antara dua pihak atau lebih dan masing-masing pihak mengikutsertakan modal (dalam berbagai bentuk) dengan perjanjian asing pembagian keuntungan atau kerugian yang disepakati.

e. Produk Pembiayaan

Penyediaan uang dan tagihan berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam diantara BMT dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi hutangnya beserta bagi hasil setelah jangka waktu tertentu.

6. Azas dan Badan Hukum BMT

BMT berdasarkan Pancasila dan Undang-undang Dasar 1945 serta berlandaskan syariah Islam, keimanan (kaffah), kekeluargaan/koperasi, kebersamaan, kemandirian, profesionalisme. Secara hukum BMT masih berbadan hukum pada koperasi, hal ini dikarenakan BMT masih belum memiliki status dan perundangan-undangan yang jelas walaupun mendapat

dukungan dari pemerintah. Solusinya hingga saat ini BMT masih menginduk pada perundang-undangan walaupun secara mekanisme kerja berbeda. Efek dari berbadan koperasi, BMT harus tunduk pada Undang-undang Nomor 17 tahun 2012 tentang perkoperasian dan PP Nomor 9 Tahun 1995 tentang pelaksanaan usaha simpan pinjam oleh koperasi, juga dipertegas oleh KEP, MEN Nomor 91 Tahun 2004 tentang Koperasi jasa keuangan syariah. Undang-undang tersebut sebagai payung berdirinya BMT (Lembaga Keuangan Mikro Syariah).<sup>70</sup>

Penggunaan badan hukum KSM dan koperasi untuk BMT itu disebabkan karena BMT tidak termasuk kepada lembaga keuangan formal yang jelas UU Nomor 7 Tahun 1992 dan UU Nomor 10 Tahun 1998 tentang perbankan, yang dapat dioperasikan untuk menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat. Menurut Undang-undang pihak yang berhak untuk menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat adalah Bank Umum dan Bank Perkereditan Rakyat, baik dioperasikan dengan cara konvensional maupun dengan cara prinsip bagi hasil. Namun demikian, apabila BMT dengan badan Hukum KSM atau Koperasi itu telah berkembang dan telah memenuhi syarat-syarat BPR, maka pihak manajemen dapat mengusulkan diri kepada pemerintah agar BMT itu

---

<sup>70</sup> Diah Ayu Wigati, *Peranan Mudharabah Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Dari Anggota Dan Calon Anggota Koperasi BMT Mu'amalah Syariah Tebuireng Jombang*. Skripsi Universitas Diponegoro Fakultas Ekonomi Islam

dijadikan sebagai BPRS (Bank Perkreditan Rakyat Syariah) dengan badan hukum koperasi atau perseroan terbatas.<sup>71</sup>

---

<sup>71</sup> A.Djazuli dkk, *Lembaga-lembaga Perekonomian Umat*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada,2002), h. 187

## **BAB III**

### **GAMBARAN UMUM ISTANSI**

#### **A. Keadaan Umum**

BMT Pat Sepakat adalah suatu lembaga keuangan non Bank yang menjalankan operasional sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dengan status badan hukum Koperasi, yakni Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) atau Unit Jasa Keuangan Syariah Koperasi (UJKS Koperasi). Kantor BMT Pat Sepakat beralamatkan di Jln. DR. AK. Gani Kontak Pos 108 Kelurahan Dusun Curup, Kecamatan Curup Utara, Kabupaten Rejang Lebong, Provinsi Bengkulu. Alasan pemilihan lokasi ini karena sesuai dengan nama BMT ini yaitu BMT Pat Sepakat keempat komponen yaitu dosen, karyawan, alumni, dan mahasiswa semuanya berada di IAIN Curup.

Selain itu juga untuk meminimalkan biaya yang dikeluarkan dan tidak menutup kemungkinan jika *asset* terus berkembang maka BMT Pat Sepakat akan dibuka diluar lingkungan IAIN Curup. BMT Pat Sepakat dikelola oleh tenaga profesional yang memahami dan mengerti mengenai prinsip-prinsip syariah. Pengelola BMT Pat Sepakat berasal dari alumni IAIN Curup khususnya prodi Perbankan Syariah. Hal ini, selain mempermudah dalam pelaksanaan produk-produk yang akan dijalankan, juga memberikan motivasi bagi mahasiswa prodi Perbankan Syariah untuk bisa direkrut dalam lembaga keuangan Bank maupun lembaga keuangan non Bank seperti BMT Pat Sepakat.

Jumlah karyawan di BMT Pat Sepakat awalnya berjumlah 3 orang namun diawal tahun 2015 terjadi perubahan kebijakan sehingga kini hanya ada 2 orang karyawan. Jadi dengan bantuan kedua karyawan inilah BMT Pat Sepakat menjalankan operasionalnya. Terdapat dua jenis tanggung jawab dan tugas karyawan yaitu:

1. Manager Operasional bertugas mengambil keputusan dalam kegiatan operasional yang dijalankan oleh BMT.
2. Petugas Administrasi bertugas untuk melakukan segala hal yang berhubungan dengan administrasi dan juga keuangan BMT diantaranya seperti membuat laporan keuangan.

Target utama yang menjadi tujuan dari BMT Pat Sepakat adalah berusaha untuk menegakkan syariat Islam dengan menjalankan semua kegiatan dengan prinsip-prinsip syariah. Berusaha membantu masyarakat yang memiliki masalah dalam hal pembiayaan. Adanya instansi ini diharapkan dapat mempermudah masyarakat dalam aktivitas ekonomi dan bermanfaat bagi masyarakat.

## **B. Sejarah BMT (*Baitul Maal Wat Tamwil*) Pat Sepakat**

BMT merupakan lembaga keuangan syari'ah di Indonesia, kelihatannya masih belum jelas kapan dan darimana asal-usulnya. Akan tetapi dapat ditemui sejak tahun 1984, BMT telah dikembangkan mahasiswa ITB di Masjid Salman yang mencoba menggulirkan lembaga pembiayaan

berdasarkan syariah bagi usaha kecil. Kemudian BMT lebih berdayakan oleh Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) sebagai gerakan yang secara operasional ditindaklanjuti oleh Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil (PINKUB).

Menurut Karnaen A. Perwata Atmadja BMT merupakan pengembangan ekonomi bisnis berbasis masjid sebagai sarana untuk memakmurkan masjid. Keanggotaan dan mitra usaha BMT adalah masyarakat disekitar masjid, baik perorangan atau kelembagaan, sepanjang jelas domisili dan identitasnya. Muncul BMT yang dilatarbelakangi oleh adanya keinginan pengelolaan keuangan dan manajemen masjid di kota-kota besar, seperti DKI Jakarta bermula dari adanya penghimpunan dan untuk pemeliharaan masjid. Pada setiap masjid biasanya dihimpun dana untuk pemeliharaan masjid yang bersangkutan, akan tetapi kebanyakan masjid yang punya potensi ekonomi besar tidak didukung oleh manajemen yang memadai. Untuk itulah tahap pertama yang segera dilakukan oleh Biro Bina Mental Spiritual Pemda DKI menyelenggarakan penataran manajemen masjid, meskipun mengikuti penataran ini tidak sepenuhnya hadir dari jumlah masjid yang mencapai 2.267 buah. Meskipun materi penataran manajemen manajemen masjid tersebut belum menyangkut pengelolaan dan diluar zakat, infaq, dan shadaqah (ZIS) yang sifatnya rumit, walaupun demikian, babak baru pendirian BMT sudah mulai digulirkan dengan basis bisnis usaha kecil

disekitar masjid.<sup>72</sup> Untuk sejarah *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT) Pat Sepakat, perencanaan mendirikan BMT sudah terpikirkan pada tahun 2010, dimana pada tahun 2010 diadakan pelantikan pengelolaan BMT. Namun, rencana yang telah dirancang sedemikian rupa masih belum bisa terealisasi BMT, karena belum adanya calon pengelola khusus dari mahasiswa prodi Perbankan Syariah. Mengingat sebelumnya bahwa prodi Perbankan Syariah baru didirikan pada tahun 2008/2009.

Alasan yang melatarbelakangi didirikannya BMT Pat Sepakat ini yaitu sebagai praktik riil bagi mahasiswa dalam bidang lembaga keuangan, sehingga mahasiswa tidak hanya mempelajari teorinya saja tetapi paham terhadap praktek keuangan syariah yang sesungguhnya, kemudian untuk memperkenalkan kepada masyarakat tentang lembaga keuangan syariah yang riil syariah. Melalui didirikannya BMT ini bisa berinovasi dan mendesain akad yang disesuaikan dengan prinsip syariah. Lembaga keuangan merupakan sebuah kebutuhan dimana BMT Pat Sepakat diharapkan bisa mensejahterakan anggotanya dan juga warga yang berada dilingkungan IAIN Curup. Selain itu BMT adalah lembaga keuangan yang paling memungkinkan untuk didirikan di IAIN Curup, karena untuk mendirikan BMT modal yang diperlukan minimal Rp. 20.000.000.- (dua puluh juta rupiah) yang diprediksi tidak terlalu memberatkan bagi pendiri.

---

<sup>72</sup> Mariya Ulfah, *Kapita Selektu Ekonomi Islam Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h.

Proses awal berdirinya BMT Pat Sepakat ini dimulai dari idea atau atau wacana yang disampaikan oleh ketua Prodi yaitu Noprizal, M. Ag dan juga kesepakatan yang dibuat oleh dosen jurusan syariah lainnya untuk mendirikan sebuah BMT. Setelah itu barulah dibentuk Panitia Penyiapan Pendirian BMT (P3B), sebagai sekretaris saat itu adalah Muhammad Rahman Bayumi dan bendaharanya Irma Sari, keduanya tidak lain merupakan alumni Prodi Perbankan Syariah. P3B ini bertugas mencari calon pendiri dan juga modal awal untuk pendirian BMT.<sup>73</sup>

Awalnya untuk memenuhi dyarat pendirian BMT hanya dibutuhkan 20 calon pendiri dengan modal awal Rp. 1.000.000,- per orang. Namun ternyata terdapat 46 orang calon yang bersedia untuk menjadi pendiri, namun dalam proses hanya terdapat kurang lebih 33 orang pendiri yang menyerahkan modal awal sebesar Rp. 1.000.000,- yang telah disepakati. Akhirnya pada tanggal 02 mei 2014, diadakanlah urapat pendiri BMT Pat Sepakat digedung aula Prodi Perbankan Syariah yang diikuti oleh 33 pendiri BMT Pat Sepakat dengan total modal Rp. 33.000.000,- (tiga puluh juta rupiah). Dalam rapat pendiri membahas masalah Anggaran Dasar Rumah Tangga (ADRT), mekanisme kerja BMT, sasaran, strategi, kebijakan dan program kerja setelah diadakan rapat pendiri, maka operasional BMT Pat Sepakat dimulai pada tanggal 23 Mei 2014 dan pada tanggal 30 Mei 2014 diadakanlah peresmian BMT Pat Sepakat, peresmian dilakukan oleh wakil ketua 1 STAIN Curup saat itu Sugiatno, S. Ag.,M.Pd.I.

---

<sup>73</sup> Wawancara dengan pegawai BMT Pat Sepakat IAIN Curup Febriansyah, tanggal 21 Januari 2019 jam 09:30

Nama Pat Sepakat yang digunakan sebagai identitas BMT mempunyai makna yang sangat mendalam, dimana Pat Sepakat sebagai identitas terdiri dari empat unsur yaitu Dosen, Mahasiswa, Alumni dan Karyawan atau staf. Keempat unsur yang berbeda-beda ini sepakat untuk mendirikan BMT. Selain itu jika disingkat Pat Sepakat akan menjadi PS yaitu singkatan dari prodi Perbankan Syariah yang merupakan penggagas didirikannya BMT Pat Sepakat ini. Selain itu kata Pat Sepakat sendiri membawa bahasa daerah Rejang, sehingga masyarakat diharapkan menjadi lebih mudah menerima keberadaan BMT Pat Sepakat ini.

### **C. Landasan Hukum *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT)**

Landasan hukumnya adalah Undang-Undang nomor 17 tahun 2012 tentang perkoperasian atas perubahan undang-undang nomor 25 tahun 1992 tentang perkoperasian dan PP nomor 9 tahun 1995 tentang pelaksanaan usaha simpan pinjam oleh koperasi, juga dipertegas oleh KEP. MEN nomor 91 tahun 2004 tentang koperasi jasa keuangan syariah. Peraturan menteri negara koperasi dari UKM RI No: 35.2/PER/M.KUKM/XI/2007 tentang pedoman standar operasional manajemen Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) dan Unit Jasa Keuangan Syariah (UJKS). Peraturan menteri negara koperasi dan

UKM RI No: 19/PER/M.KUKM/XI/2008 tentang pedoman pelaksanaan kegiatan Usaha Simpan Pinjam (USP) oleh koperasi.<sup>74</sup>

#### **D. Visi dan Misi BMT Pat Sepakat**

##### 1. Visi BMT Pat Sepakat

“Menjadi lembaga keuangan syariah yang profesional, religius, dan mampu membangun potensi insani dalam rangka mewujudkan perekonomian umat yang berdasarkan syariat Islam”.

##### 2. Misi BMT Pat Sepakat

“Memberikan kontribusi nyata dalam pembangunan melalui pemberian permohonan tentang perekonomian yang sesuai dengan syariat Islam dan penerapan prinsip syariah dalam bermuamalah, mewujudkan lembaga keuangan syariah yang berbasis kejujuran, amanah, hemat, kerja keras, rukun dan kompak”

##### 3. Motto BMT Pat Sepakat

“Sepakat mengemban amanah menjauhi riba dan menuju hidup berkah”

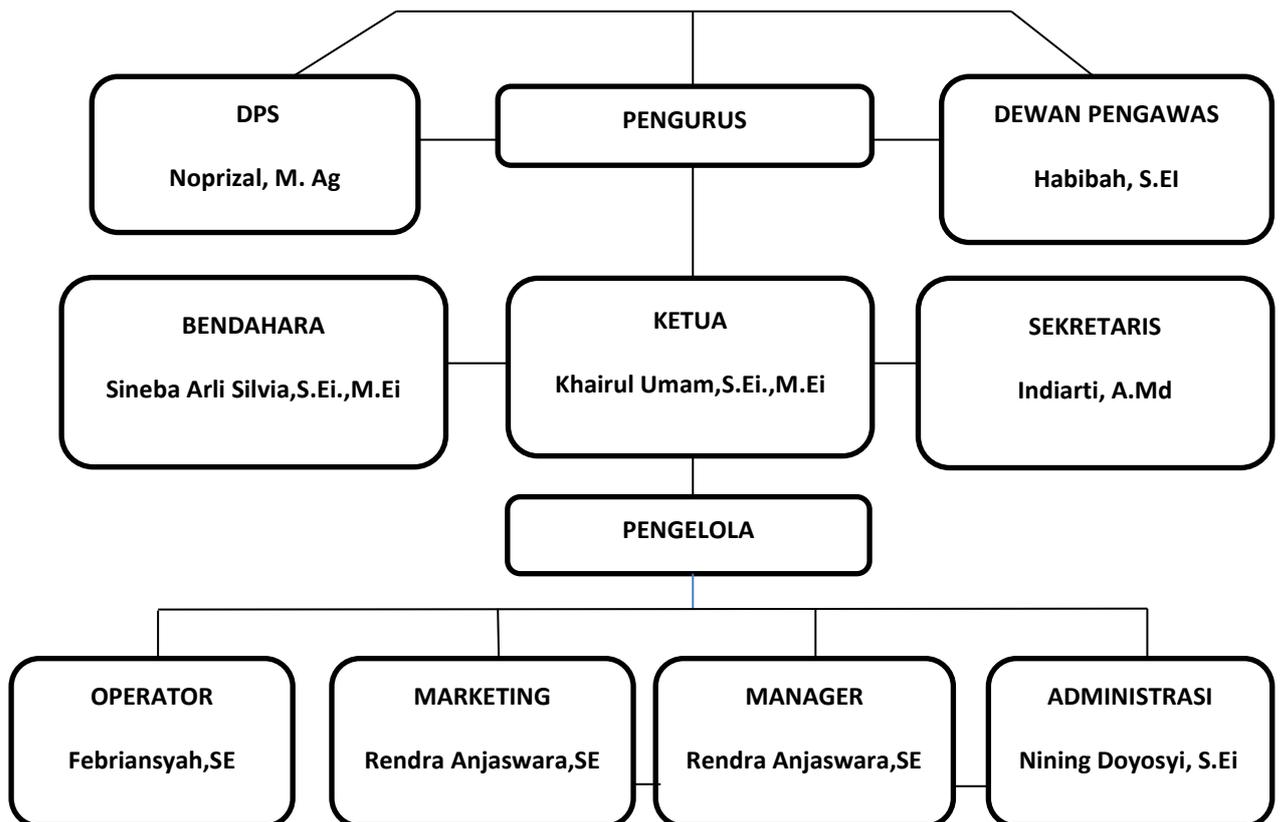
---

<sup>74</sup> [Http://Zezameirisenthia90.blogspot.co.id/2016/06/makalah-landasan-hukum-lembaga-keuangan-islam.html](http://Zezameirisenthia90.blogspot.co.id/2016/06/makalah-landasan-hukum-lembaga-keuangan-islam.html), diakses tanggal 25 Januari 2019 jam 14:16

## E. Struktur Organisasi BMT Pat Sepakat

Gambar 1.1

Struktur Organisasi BMT Pat Sepakat



## F. Kegiatan Pokok BMT Pat Sepakat

Kegiatan pokok Instansi BMT Pat Sepakat sama dengan Instansi-Instansi yang lainnya yaitu menghimpun dana dan menyalurkan dana. Tetapi yang membedakan dengan lembaga keuangan lainnya adalah bahwa BMT Pat Sepakat benar-benar melaksanakan setiap kegiatannya sesuai dengan prinsip syariah. Hal ini ditunjukkan dengan bukti-bukti produk yang ditawarkan oleh BMT Pat Sepakat menggunakan prinsip syariah dan sesuai dengan ajaran-ajaran yang ada di dalam Al-Qur'an Hadits.

Tujuan dari BMT Pat Sepakat tidak hanya mencari keuntungan semata tetapi juga ingin membantu masyarakat untuk menghindari riba sebagaimana dalam QS. Al-Baqarah: 275

*Artinya: “Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri, melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba. Barang siapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barang siapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya.”*

Hal ini yang membedakan BMT Pat Sepakat dari lembaga keuangan lainnya adalah setiap produk yang akan ditawarkan kepada masyarakat harus melalui analisis dan persetujuan dari pengurus dan Dewan Pengawas Syariah (DPS). Produk-produk BMT Pat Sepakat adalah sebagai berikut:

#### 1. Produk Penghimpun Dana

Ada beberapa jenis produk penghimpun dana yang ada di BMT Pat Sepakat yang meliputi:

- a. Tabungan Sepakat merupakan tabungan dengan menggunakan akad *wadi'ah* (titipan) yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat (saat jam kerja). Keuntungan yang diberikan berupa bonus sesuai dengan kebijakan BMT dan tidak diperjanjikan diawal.
- b. Tabungan Pendidikan Sepakat merupakan tabungan yang penarikannya dapat dilakukan dua kali dalam setahun pada saat ajaran baru dan pada saat semester.

- c. Tabungan *Idul Fitri* Sepakat merupakan tabungan yang diperlukan untuk *Idul Fitri*. Penarikannya hanya dapat dilakukan sekali pada saat *Idul Fitri* seperti tabungan lebaran ceria merupakan tabungan yang diperuntukkan untuk nasabah yang merencanakan keperluan lebaran. Penarikannya hanya dapat dilakukan sembilan bulan sekali dan akad yang digunakan adalah akad *wadi'ah*.
- d. Tabungan Qurban atau Aqiqah Sepakat merupakan tabungan yang tujuannya untuk keperluan hewan Qurban/Aqiqah. Penarikannya dapat dilakukan menjelang hari raya Idul Adha.
- e. Tabungan Walimah Sepakat merupakan tabungan yang diperuntukkan untuk nasabah yang merencanakan pernikahan. Penarikannya dapat dilakukan satu kali, satu bulan menjelang pernikahan.
- f. Tabungan Umrah Sepakat merupakan tabungan yang diperuntukkan bagi nasabah yang ingin melaksanakan umrah. Penarikannya dapat dilakukan pada saat akan mengikuti umrah.
- g. Deposito Sepakat merupakan tabungan berjangka atau investasi yang penarikannya bisa tiga bulan sekali, enam bulan sekali, satu tahun sekali, dua tahun sekali, tergantung kesepakatan masing-masing.

## 2. Produk Penyaluran Dana

- a. Pembiayaan Prinsip Bagi Hasil
  - 1) Pembiayaan Mudharabah adalah akad kerjasama antara BMT (selaku pemilik modal) dengan mitra (selaku pengelola modal) untuk mengelola usaha yang produktif dan halal. Keuntungan dibagi sesuai

keepakatan nisbah diawal perjanjian. Pembiayaan Mudharabah ini terbagi menjadi dua yaitu Mudharabah murni dan Mudharabah taqsith.

- 2) Pembiayaan Musyarakah merupakan akad kerjasama antara BMT dengan mitra dana sumber dana berasal dari kedua belah pihak. Keuntungan dibagi sesuai kesepakatan nisbah diawal perjanjian. Musyarakah ini terbagi menjadi dua macam yaitu musyarakah murni dan musyarakah mutananqhisah.

b. Pembiayaan dengan Prinsip Jual-Beli

Pembiayaan Murabahah merupakan jual-beli yang dilakukan oleh BMT kepada nasabah dengan menyebutkan harga pokok dan margin yang diinginkan oleh pihak BMT. Dalam hal margin, harus sesuai kesepakatan masing-masing.

c. Pembiayaan Prinsip Sewa

Ijarah yaitu BMT menyewakan barang atau jasa kepada nasabah dengan harga sewa yang telah disepakati dan diangsur setiap bulan.

d. Pembiayaan Dana Kebajikan

Qardhul Hasan merupakan pembiayaan atau pinjaman kebajikan tanpa bunga atau tambahan.<sup>75</sup>

---

<sup>75</sup> [Http://Ikhwan-abadin-basri.blogspot.co.id/2002/11/makalah-teori-akad-dalam-fikh-muamalah.html](http://Ikhwan-abadin-basri.blogspot.co.id/2002/11/makalah-teori-akad-dalam-fikh-muamalah.html), diakses tanggal 26 Januari 2019, pukul 14:55 wib

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN

#### A. Uji Instrument

##### 1. Uji Validitas

Uji Validitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu instrumen pengukuran dalam melakukan fungsi ukurnya, agar data yang diperoleh bisa relevan atau sesuai dengan tujuan diadakannya pengukuran tersebut.

**Tabel 4.1**

**Uji Validitas (Variabel Assurance)**

#### Correlations

	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	Total_X1
X1.1 Pearson Correlation	1	.796**	.724**	.613**	.454*	.146	.390	.621**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.004	.044	.540	.089	.003
N	20	20	20	20	20	20	20	20
X1.2 Pearson Correlation	.796**	1	.844**	.715**	.530*	.344	.488*	.744**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.016	.137	.029	.000
N	20	20	20	20	20	20	20	20
X1.3 Pearson Correlation	.724**	.844**	1	.848**	.748**	.666**	.718**	.928**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.001	.000	.000
N	20	20	20	20	20	20	20	20

X1. Pearson 4 Correlation	.613**	.715**	.848**	1	.836**	.681**	.749**	.922**
Sig. (2-tailed)	.004	.000	.000		.000	.001	.000	.000
N	20	20	20	20	20	20	20	20
X1. Pearson 5 Correlation	.454*	.530*	.748**	.836**	1	.650**	.667**	.835**
Sig. (2-tailed)	.044	.016	.000	.000		.002	.001	.000
N	20	20	20	20	20	20	20	20
X1. Pearson 6 Correlation	.146	.344	.666**	.681**	.650**	1	.826**	.816**
Sig. (2-tailed)	.540	.137	.001	.001	.002		.000	.000
N	20	20	20	20	20	20	20	20
X1. Pearson 7 Correlation	.390	.488*	.718**	.749**	.667**	.826**	1	.893**
Sig. (2-tailed)	.089	.029	.000	.000	.001	.000		.000
N	20	20	20	20	20	20	20	20
Tot Pearson al_ Correlation X1 n	.621**	.744**	.928**	.922**	.835**	.816**	.893**	1
Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	20	20	20	20	20	20	20	20

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**Tabel 4.2**  
**Uji Validitas (Variabel *Empathy*)**

**Correlations**

	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Total_X2
X2.1 Pearson Correlation	1	.738**	.713**	.169	.103	.220	.466*
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.476	.664	.351	.038
N	20	20	20	20	20	20	20
X2.2 Pearson Correlation	.738**	1	.889**	.617**	.559*	.659**	.836**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.004	.010	.002	.000
N	20	20	20	20	20	20	20
X2.3 Pearson Correlation	.713**	.889**	1	.699**	.639**	.736**	.895**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.001	.002	.000	.000
N	20	20	20	20	20	20	20
X2.4 Pearson Correlation	.169	.617**	.699**	1	.956**	.833**	.919**
Sig. (2-tailed)	.476	.004	.001		.000	.000	.000
N	20	20	20	20	20	20	20
X2.5 Pearson Correlation	.103	.559*	.639**	.956**	1	.829**	.891**
Sig. (2-tailed)	.664	.010	.002	.000		.000	.000
N	20	20	20	20	20	20	20
X2.6 Pearson Correlation	.220	.659**	.736**	.833**	.829**	1	.906**
Sig. (2-tailed)	.351	.002	.000	.000	.000		.000
N	20	20	20	20	20	20	20
Total_X2 Pearson Correlation	.466*	.836**	.895**	.919**	.891**	.906**	1
Sig. (2-tailed)	.038	.000	.000	.000	.000	.000	
N	20	20	20	20	20	20	20

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Tabel 4.3**  
**Uji Validitas (Variabel Kepuasan Anggota)**

		Y.1	Y.2	Total_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.900**	.961**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	20	20	20
Y.2	Pearson Correlation	.900**	1	.985**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	20	20	20
Total_Y	Pearson Correlation	.961**	.985**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	20	20	20

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

a. Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- 1) Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka data tersebut valid
- 2) Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka data tersebut tidak valid

b. Kesimpulan

Hasil pengamatan pada  $r_{tabel}$  didapatkan nilai  $df = (N-2)$  dari sampel  $df = (20-2) = 18$  yaitu sebesar 0,4438. Berdasarkan hasil dari uji validitas di atas dihasilkan bahwa semua instrumen dari variabel *Assurance* ( $X_1$ ), variabel *Emphaty* ( $X_2$ ) semuanya menghasilkan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Selain itu variabel Kepuasan Anggota (Y) yang terdiri dari  $Y_1$ ,  $Y_2$  semuanya juga menghasilkan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini dinyatakan valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas bertujuan untuk memastikan apakah kuesioner penelitian yang akan dipergunakan untuk mengumpulkan data variabel penelitian reliabel atau tidak.

**Tabel 4.4**  
**Uji Reliabilitas Variabel *Assurance***

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.901	7

**Tabel 4.5**  
**Uji Reliabilitas Variabel *Emphaty***

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.902	6

**Tabel 4.6**  
**Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Anggota**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.891	2

a. Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- 1) Jika  $\alpha > r_{\text{tabel}}$  maka data tersebut dinyatakan konsisten

2) Jika  $\alpha < r_{\text{tabel}}$  maka data tersebut dinyatakan tidak konsisten

b. Kesimpulan

Dari hasil uji reliabilitas didapatkan semua nilai hasil variabel x dan y semuanya menghasilkan nilai alpha cronbach's  $> 0,4438$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua instrumen dalam penelitian ini dinyatakan konsisten.

**B. Uji Asumsi Klasik**

Uji Asumsi Klasik bertujuan untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten. Untuk itu didalam penelitian ini akan dilakukan pengujian asumsi klasik terlebih dahulu sebelum diteruskan ke uji-uji yang selanjutnya. Uji asumsi klasik yang akan dibahas didalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

**1. Uji Normalitas**

Uji Normalitas Data bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah variabel independen dan dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak normal. <sup>76</sup>Suatu model yang baik adalah yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.

---

<sup>76</sup> Haslinda, dkk, *Pengaruh Perencanaan Anggaran dan Evaluasi Anggaran terhadap Kinerja Organisasi dengan Standar Biaya sebagai Variabel Moderating pada Pemerintah Daerah Kabupaten Wajo*, Akuntansi Peradaban Vol. II No. 1 Juli 2016, h.12

**Tabel 4.7**  
**Uji Normalitas Data**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		20
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.27034524
Most Extreme Differences	Absolute	.172
	Positive	.172
	Negative	-.094
Kolmogorov-Smirnov Z		.768
Asymp. Sig. (2-tailed)		.597

a. Test distribution is Normal.

a. Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka nilai residual berdistribusi normal.
- 2) Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka nilai residual tidak berdistribusi normal.

b. Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui nilai signifikansi  $0,597 > 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

## 2. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pada periode  $t-1$  (sebelumnya).

**Tabel 4.8**  
**Uji Autokorelasi**

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

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.756 <sup>a</sup>	.571	.518	1.33736	2.004

a. Predictors: (Constant), Lag\_Total\_X2, Lag\_Total\_X1

b. Dependent Variable: Lag\_Total\_Y

a. Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- 1) Jika  $d < d_l$  atau  $d > 4-d_l$  maka terdapat autokorelasi
- 2) Jika  $d_u < d < 4-d_u$  tidak terdapat autokorelasi
- 3) Jika  $d_l < d < d_u$  atau  $4-d_u < d < 4-d_l$  maka tidak ada kesimpulan

b. Diketahui bahwa:

- 1) Nilai Durbin-Watson ( $d$ ) 2,004
- 2) Nilai  $d_l$  1,1004 (lihat pada tabel durbin-watson)
- 3) Nilai  $d_u$  1,5367 (lihat pada tabel durbin-watson)
- 4) Nilai  $4-d_l$  2,996
- 5) Nilai  $4-d_u$  2,4633

c. Kesimpulan

Setelah melakukan analisis maka didapatkan hasil  $du < d < 4-du$  yaitu sebesar  $1,5367 < 2,004 < 2,4633$  yang menunjukkan bahwa instrument dalam penelitian ini tidak terdapat autokorelasi.

### 3. Uji *Multikolinearitas*

Uji *Multikolinearitas* bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik *multikolinearitas* yaitu adanya hubungan linear antar variabel independen dalam model regresi. Persyaratan yang harus dipenuhi dalam model regresi yaitu tidak adanya *multikolinearitas*.

**Tabel 4.9**  
**Uji *Multikolinearitas***

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.979	2.039			
Total_X1	.250	.123	.577	.312	3.204
Total_X2	.095	.134	.203	.312	3.204

a. Dependent Variable: Total\_Y

Dasar pengambilan keputusan yaitu sebagai berikut:

- a. Berdasarkan nilai *tolerance*:
  - 1) Jika *tolerance*  $> 0,10$  maka tidak terjadi *Multikolinearitas*
  - 2) Jika *tolerance*  $< 0,10$  maka terjadi *Multikolinearitas*
- b. Berdasarkan nilai VIF:
  - 1) Jika VIF  $< 10,00$  maka tidak terjadi *Multikolinearitas*

3) Jika  $VIF > 10,00$  maka terjadi *Multikolinearitas*

c. Kesimpulan

**Berdasarkan nilai *tolerance* diatas adalah sebagai berikut :**

1) Nilai *tolerance* Total\_X1  $0,312 > 0,10$

2) Nilai *tolerance* Total\_X2  $0,312 > 0,10$

Maka dapat disimpulkan dengan menggunakan nilai *tolerance* bahwa keempat variabel tersebut tidak terjadi *Multikolinearitas*.

**Berdasarkan nilai VIF diatas adalah sebagai berikut:**

1) Nilai VIF Total\_X1  $3,204 < 10,00$

2) Nilai VIF Total\_X2  $3,204 < 10,00$

Maka dapat disimpulkan dengan menggunakan nilai VIF bahwa keempat variabel tersebut tidak terjadi *Multikolinearitas*.

#### 4. Uji *Heterokedastisitas*

Uji *Heterokedastisitas* digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan dari syarat-syarat asumsi klasik pada regresi linear, dimana dalam model regresi harus terpenuhi syarat yang tidak adanya *heterokedastisitas*.

**Tabel 4. 10**  
**Uji Heterokedastisitas**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.534	1.060		4.277	.001

Total_X1	-0.006	.064	-.031	-.096	.925
Total_X2	-.141	.069	-.650	-2.029	.058

a. Dependent Variable: ABS\_RES\_1

a. Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai Signifikansi  $> 0,05$  maka tidak terjadi Heterokedastisitas
- 2) Jika nilai Signifikansi  $< 0,05$  maka terjadi Heterokedastisitas

b. Kesimpulan

Dari tabel diatas didapat hasil sebagai berikut:

- 1) Nilai Signifikansi Total\_X1  $0,925 > 0,05$
- 2) Nilai Signifikansi Total\_X2  $0,058 > 0,05$

Dari hasil tersebut maka nilai signifikansi kedua variabel tersebut lebih besar dari 0,05, jadi dapat dikatakan bahwa instrumen tidak terjadi masalah *heterokedastisitas*.

### C. Analisis Regresi Berganda

#### 1. Uji t-test

**Tabel 4.11**  
**Uji T (Parsial)**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.979	2.039		-.480	.637

Total_X1	.250	.123	.577	2.022	.059
Total_X2	.095	.134	.203	.710	.488

a. Dependent Variable: Total\_Y

Sebelum menganalisis hasil yang telah didapat, maka akan dijelaskan langkah-langkah untuk menguji variabel yaitu sebagai berikut:

a. Menentukan t-tabel

t-tabel dapat dilihat pada tabel statistik pada signifikansi  $0,05/2 = 0,025$  dengan derajat kebebasan  $df = n - k - 1 = 17$ . Hasil yang diperoleh untuk t-tabel sebesar 2,110 (lihat lampiran t-tabel)

b. Kriteria Pengujian

- 1) Jika t-tabel > t-hitung maka H0 diterima
- 2) Jika t-tabel < t-hitung maka H0 ditolak

c. Berdasarkan signifikansi

- 1) Jika signifikansi > 0,05 maka H0 diterima
- 2) Jika signifikansi < 0,05 maka H0 ditolak

Berdasarkan hasil dari tabel uji t (parsial) di atas maka didapatkan hasil sebagai berikut:

- 1) Hasil uji regresi parsial pengaruh antara variabel *Assurance* (X1) terhadap Kepuasan Anggota (Y) menunjukkan nilai signifikansi sebesar  $0,059 > 0,05$  dan nilai t-hitung  $2,022 < t\text{-tabel } 2,110$  yang menunjukkan bahwa variabel *Assurance* (X1) secara signifikan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Anggota (Y). Sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian H0 diterima

dan  $H_a$  ditolak yang menyatakan bahwa variabel *Assurance* (X1) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Anggota di BMT Pat Sepakat.

- 2) Hasil uji regresi parsial pengaruh antara variabel *Empathy* (X2) terhadap Kepuasan Anggota (Y) menunjukkan nilai signifikansi sebesar  $0,488 > 0,05$  dan nilai t-hitung  $0,710 < t\text{-tabel } 2,110$  yang menunjukkan bahwa variabel *Empathy* (X2) secara signifikan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Anggota (Y). Sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak yang menyatakan bahwa variabel *Empathy* (X2) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Anggota di BMT Pat Sepakat.

## 2. Uji f (Simultan)

**Tabel 4.12**  
**Uji Simultan**

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

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	40.288	2	20.144	11.169	.001 <sup>a</sup>
Residual	30.662	17	1.804		
Total	70.950	19			

a. Predictors: (Constant), Total\_X2, Total\_X1

b. Dependent Variable: Total\_Y

Dari tabel di atas diketahui bahwa hasil f-hitung sebesar 11,169 dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$ . Untuk membuktikannya

maka dapat dilakukan dengan menguji hipotesis dengan statistik uji f dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

a. Menentukan f-tabel

f-tabel dapat dilihat pada tabel statistik dengan cara  $f\text{-tabel} = f(k; n-k) = f(2; 18) = 3,55$ . Hasil yang didapat untuk f-tabel yaitu sebesar 3,55 (lihat lampiran f-tabel)

b. Merumuskan Hipotesis

1)  $H_0$ : Variabel *Assurance* dan *Empathy* secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel kepuasan anggota

2)  $H_a$ : Variabel *Assurance* dan *Empathy* secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel kepuasan anggota

c. Kriteria Pengujian

1)  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak apabila  $f\text{-hitung} < f\text{-tabel}$ , artinya variabel independen tidak berpengaruh secara bersama-sama secara signifikan terhadap variabel dependen

2)  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima apabila  $f\text{-hitung} > f\text{-tabel}$ , artinya variabel independen berpengaruh secara bersama-sama signifikan terhadap variabel dependen.

Berdasarkan hasil uji simultan di atas, menunjukkan bahwa hasil f-hitung 11,169 dengan tingkat signifikansi  $0,001 < 0,05$ . Uji simultan dengan menggunakan SPSS versi 16.0 diperoleh hasil f-hitung  $11,169 > f\text{-tabel } 3,55$  yang menunjukkan bahwa kedua variabel dalam penelitian ini yakni

*Assurance* dan *Emphaty* secara bersama-sama memiliki pengaruh dalam meningkatkan kepuasan anggota di BMT Pat Sepakat. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian yang menyatakan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti variabel *Assurance* dan variabel *Emphaty* berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan anggota di BMT Pat Sepakat.

#### **D. Pembahasan**

Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 20 responden yang diambil menggunakan teori yang dikemukakan oleh Roscoe dan dikutip oleh Sugiyono yaitu jumlah variabel dikali dengan 10 jadi 2 variabel x 10= 20 sampel. Penelitian ini menggunakan teknik *simple random sampling* dalam menentukan responden yang diinginkan. Untuk mengetahui pengaruh variabel *Assurance* dan *Emphaty* terhadap kepuasan anggota, peneliti menggunakan kuesioner dan sudah menyebarkannya kepada responden yang diinginkan.

Data yang diperoleh telah diolah dengan *SPSS* yang dimaksudkan untuk mengetahui apakah semua indikator variabel penelitian berdistribusi *valid* dan *reliabel* ataukah tidak. Nilai *r*-hitung dari keseluruhan variabel lebih besar daripada nilai *r*-tabel yang menunjukkan bahwa kuesioner tersebut valid. Nilai masing-masing variabel memiliki *alpha cronbach* lebih dari 0,60, yang menunjukkan bahwa hasil uji reliabilitas instrumen dalam tabel menunjukkan > 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel adalah reliabel.

Hasil temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Assurance* dan *Emphaty* secara parsial (uji-t) tidak berpengaruh terhadap variabel kepuasan anggota, itu dikarenakan variabel *Assurance* menghasilkan t-hitung  $2,022 < t$ -tabel  $2,110$  dan variabel *Emphaty* menghasilkan t-hitung  $0,710 < t$ -tabel  $2,110$ . Secara simultan (uji-f) menunjukkan bahwa f-hitung  $11,169 > f$ -tabel  $3,55$ , hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel dalam penelitian ini yakni *Assurance* dan *Emphaty* secara bersama-sama memiliki pengaruh dalam meningkatkan kepuasan anggota di BMT Pat Sepakat.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Hasil penelitian yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota dengan dimensi CARTER di BMT Pat Sepakat IAIN Curup yang telah peneliti laksanakan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji regresi berganda secara parsial (uji t) ditemukan hasil yang menyatakan bahwa variabel *Assurance* tidak berpengaruh terhadap kepuasan anggota. Besar pengaruh antar variabel *Assurance* terhadap kepuasan anggota yaitu sebesar 0,250.
2. Berdasarkan hasil uji regresi berganda secara parsial (uji t) ditemukan hasil yang menyatakan bahwa variabel *Emphaty* tidak berpengaruh terhadap kepuasan anggota. Besar pengaruh antar variabel *Emphaty* terhadap kepuasan anggota yaitu sebesar 0,095.
3. Berdasarkan hasil uji regresi berganda secara simultan (uji f) ditemukan bahwa terdapat pengaruh secara bersama-sama signifikan pada variabel independen (*Assurance* dan *Emphaty*) terhadap kepuasan anggota di BMT Pat Sepakat.

## **B. Saran**

### **1. Masyarakat**

Bagi masyarakat perlu melihat dan menganalisa bagaimana kualitas pelayanan pegawai BMT Pat Sepakat dalam melayani para anggotanya, dengan demikian masyarakat akan lebih mengetahui bagaimana sistem kerja para pegawainya agar bisa berpikir lebih lagi untuk berinvestasi di BMT Pat Sepakat.

### **2. BMT Pat Sepakat**

Bagi BMT Pat Sepakat hendaknya menjadikan penelitian ini sebagai informasi tambahan dan pertimbangan dalam melakukan pelayanan kepada setiap anggotanya. Oleh karena itu peneliti memberi saran agar BMT Pat Sepakat lebih memperhatikan lagi masalah pelayanan terhadap anggotanya, karena secara tidak langsung itu akan berpengaruh terhadap kepuasan anggota yang berinvestasi di BMT Pat Sepakat tersebut. Jika anggota yang berinvestasi di BMT Pat Sepakat itu puas maka akan meningkatkan citra baik untuk BMT Pat Sepakat, dan secara tidak langsung akan meningkatkan jumlah anggota BMT Pat Sepakat.

### **3. Civitas Akademik**

Penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota dengan dimensi CARTER di BMT Pat Sepakat IAIN Curup dapat dijadikan tambahan pengetahuan bagi penelitian selanjutnya dan juga pembaca juga dapat melakukan penelitian yang lebih baik serta dapat

menambah variabel sehingga dapat menghasilkan penelitian yang jauh lebih baik lagi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ascarintya, Praveda, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Nasabah Debitur PT. BPR Satria Pertiwi Semarang)*, Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang 2011
- Aminullah, Rifqi Arief, *Peran Baitul Mal Watamwil Untuk Mencapai Kesejahteraan Anggotanya*, Skripsi. Universitas Islam Indonesia Fakultas Ekonomi
- A.Djazuli dkk, *Lembaga-lembaga Perekonomian Umat*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada,2002
- Cahyani, Putri Dwi, *Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Kinerja Perbankan Syariah*, Tesis. Fak. UIN Sunan Kalijaga, 2011
- Dokumentasi, *BMT Pat Sepakat*
- Darmawan, Deni, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2002
- Daryanto, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, Yogyakarta: Gava Media, 2004
- EkoHertanto,[http://www.academia.edu/29793046/cara\\_menentukan\\_ukuran\\_sampel\\_dalam\\_penelitian\\_kuantitatif](http://www.academia.edu/29793046/cara_menentukan_ukuran_sampel_dalam_penelitian_kuantitatif), diakses pada tanggal 20 November 2017 pukul 20:55
- Hanurawan, Fattah, *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta:PT Raja Grafindo Persada, 2016
- Hartono, *SPSS 16.0 (Analisis Data Statistika dan Penelitian)*, Yokyakarta: Pustaka Pelajar, 2016
- <http://www.bagi-in.com/pengertian-hipotesis/>, diakses pada taggal 21September2018
- [Http://Web.unair.ac.id/admin/file/f\\_19997\\_st10.ppt](Http://Web.unair.ac.id/admin/file/f_19997_st10.ppt), diakes pada tanggal 29 Oktober 2018 pukul 10:14
- <Https://www.statistikian.com/2013/01/uji-f-dan-uji-t.html> diakses pada tanggal 20 November 2018 pukul 21:56

- [Http://Zezameirisenthia90.blogspot.co.id/2016/06/makalah-landasan-hukum-  
lembaga-keuangan-islam.html](http://Zezameirisenthia90.blogspot.co.id/2016/06/makalah-landasan-hukum-<br/>lembaga-keuangan-islam.html), diakses tanggal 25 November 2018 jam 14:16
- H. A. Djazuli dkk, *Lembaga Lembaga Perekonomian Umat Sebuah Pengenalan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002
- Heykal, Nurul Huda dan Mohamad, *Lembaga Keuangan Islam*, Jakarta: Pranamedia Group, 2010
- Istikomah, *Analisis Pengaruh Faktor-faktor Kualitas Pelayanan Jasa Perbankan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus BTN Syari'ah Cabang Surakarta)* Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta 2017
- Kasmir, *Etika Customer Service*, Jakarta: Rajawali Pers, 2005
- Lubis, Besti Neliza, *Analisis Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menjadi Anggota Di BMT Pat Sepakat Curup*, Skripsi. (Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Curup 2016)
- Mustofa, Ulul Azmi, *Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Uum Syariah di Surakarta*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Vol. 01. 02, juli 2015
- Metode Penelitian, <http://thesis.binus.ac.id/doc/Bab3/2011-1-00482-mn%203.pdf>, diakses pada 29 Oktober 2018 pukul 11:18
- Mustofa, Ulul Azmi, *Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Uum Syariah di Surakarta*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Vol. 01. 02 juli 2015
- Nano Prawoto, Agus Tri Basuki, *Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2017
- Putra, Rizky Pratama, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Loyalitas Nasabah Bank BRI Syariah Surabaya*, JESTT Vol. 1 No 9 September 2014
- Putra, Rizky Pratama, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Loyalitas Nasabah Bank BRI Syariah Surabaya*, JESTT Vol. 1 No 9 September 2014
- Priansa, Donni Juni, *Manajemen Bisnis Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2009
- Rianto, M. Nur, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2010

- Soemitra, Andri, *Bank dan Lembaga Keuangan Syari'ah*, Jakarta : Kencana ,2009
- Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2014
- Suwarno, Jhonatan, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Yokyakarta: Graha Ilmu, 2006
- Sanipah, Faisal, *Format-format Penelitian Sosial, Dasar-dasar dan Aplikasinya*, Jakarta: CV Rajawali, 1992
- Sugiarto, Endar, *Psilogi Pelayanan dalam Industri jasa*, Jakarta: Gramedia, 2002
- Tineke Wolok, Supardi Nani, *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Bank SinarMas Cabang Gorontalo*, Laporan Penelitian Dana PNBPFebruari tahun Anggaran 2014
- Tjiptono, Fandy, *Mewujudkan Pelayanan Prima*, Yogyakarta: Andi Offset, 2019
- Ulfah, Ana Mutia, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Fashion Pada Online Shop Melalui Media Sosial Instagram (Studi Pada Mahasiswa IAIN Purwokerto)*, Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto 2017
- Umar, Husein, *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003
- Ulfah, Mariya, *Kapita Selekt Ekonomi Islam Kontemporer*, Bandung: Alfabeta, 2010
- Wahtuni, Tri, *Strategi Promosi Personal Selling Pada Produk Tabungan Mudharabah di BMI Syari'ah Tambang Kabupaten Kampar Riau*, Skripsi, UIN Sultan Syarif Kasim Riau, Riau, 2012
- Wadhiyyah, Ibnatul, *Perbandingan Keunggulan Keputusan Nasabah Memilih Logam Mulia Pada Perum Pegadaian dan Pegadaian Syari'ah*, Skripsi. Fak. Syariah dan hukum UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2013
- Wigati, Diah Ayu, *Peranan Mudharabah Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Dari Anggota Dan Calon Anggota Koperasi BMT Mu'amalah SyariahTebuireng Jombang*. Skripsi Universitas Diponogoro Fakultas Ekonomi Islam
- Wawancara dengan pegawai BMT Pat Sepakat IAIN Curup Febriansyah, tanggal 21 November 2018 jam 09:30