



**PENGARUH PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MEMINJAM
DI BANK SYARIAH SIDOGIRI
(STUDI PADA BANK BMT SYARIAH SIDOGIRI)**

Nurul A'yun

Sekolah Tinggi Agama Islam Sabilul Muttaqin Mojokerto

nurulbjn2018@gmail.com

Abstract

The development of the banking and financial services industry has experienced rapid progress in recent years as a result of technological advances and deregulation policies. The existence of financial deregulation resulted in a new phenomenon that resulted in a warmer competitive climate, including competition in Islamic banking. This happens because competition in the banking world is triggered by the growth of each bank. Based on the analysis that has been carried out in this study, it can be concluded that there is a positive influence between service on consumer decisions to borrow at Bank BMT Syari'ah Sidogiri and there is a positive influence between interest rates on consumer decisions to borrow at Bank BMT Syari'ah Sidogiri .

Keywords: *The influence of services, consumer decisions*

PENDAHULUAN

Perkembangan industri perbankan dan jasa keuangan telah mengalami kemajuan yang pesat beberapa tahun terakhir ini sebagai akibat dari kemajuan teknologi dan kebijaksanaan deregulasi. Adanya deregulasi finansial mengakibatkan fenomena baru yang mengakibatkan iklim persaingan semakin hangat termasuk di dalamnya adalah persaingan dalam perbankan Syariah. Hal ini terjadi karena persaingan dalam dunia perbankan dipicu oleh pertumbuhan setiap Bank.

Pertumbuhan setiap Bank sangat dipengaruhi oleh perkembangan kemampuannya menghimpun dana masyarakat baik yang berskala kecil maupun besar. Sebagai Lembaga keuangan, dana merupakan masalah Bank yang paling utama. Tanpa dana yang cukup Bank tidak dapat berbuat apa-apa atau dengan kata lain Bank tidak berfungsi sama sekali.

Berdasarkan data selama ini, dana yang berasal dari pemilik Bank itu sendiri, ditambah cadangan modal yang berasal dari akumulasi keuangan yang ditanam kembali pada Bank hanya sel 7 sampai 8% dari total aktiva Bank. Bahkan di Indonesia rata-rata jumlah modal dan cadangan yang dimiliki oleh Bank-Bank belum pernah melebihi 4% dari total aktiva. Ini

berarti bahwa sebagian besar modal kerja Bank berasal dari masyarakat, Lembaga keuangan lain dan pinjaman likuiditas dari Bank sentral, persaingan untuk merebut dana masyarakat dengan segala cara, seperti promosi yang gencar, gebyar undian maupun suku bunga yang rendah.

Bank Syariah merupakan industri jasa yang relatif baru, dimana menerapkan Syariah Islam di setiap aktivitas perbankan. Dengan melihat makin ketatnya persaingan didunia bisnis jasa, maka Bank Syariah harus benar-benar mengetahui strategi yang tepat untuk memenangkan persaingan tersebut. Oleh karena itu dalam rangka meningkatkan kinerja operasionalnya perbankan Syariah berusaha untuk melayani kebutuhan masyarakat secara luas dan menyeluruh.

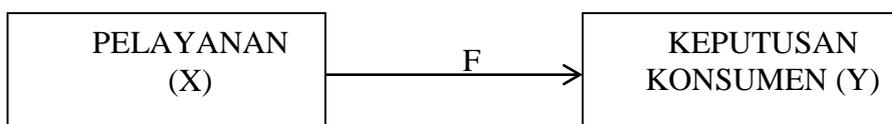
Bank Syariah harus memperhatikan perilaku konsumennya mengapa seseorang melakukan pembelian jasa dan bagaimana pribadi tersebut memilih dan membeli produk baik yang menabung maupun yang meminjam sehingga dapat meningkatkan efektifitas kinerja Bank.

Calon konsumen yang akan menabung tentu memilih Bank yang dapat memberikan keuntungan dan kemudahan. Setiap konsumen akan memperhatikan dan mempertimbangkan faktor-faktor tertentu untuk memutuskan menabung. Selain itu konsumen juga memperhatikan kualitas pelayanan serta produk yang ditawarkan sehingga konsumen termotivasi untuk menggunakannya. Konsumen akan mempertimbangkan faktor-faktor tersebut untuk mencari kepuasan dalam menyimpan dananya di Bank. Dari paparan diatas, peneliti memutuskan untuk meneliti pengaruh pelayanan terhadap keputusan konsumen meminjam di Bank BMT Syari'ah Sidogiri.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif regresi linier sederhana. Penelitian kuantitatif adalah penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistic (sugiono: 2014). Dalam penelitian ini perlu adanya metode yang tepat dan sesuai dengan karakteristik variabel dan tujuan penelitian, agar penelitian dapat berjalan dengan baik.

Adapun susunan kerangka pemikirannya adalah sebagai berikut:



Gambar 3.1 Desain penelitian harga dan pelayanan terhadap keputusan konsumen

Keterangan:

Variabel X = Pelayanan

Variabel Y = Keputusan Konsumen

Variabel Penelitian

1. Variabel bebas (independent variabel) adalah variabel yang menjadi sebab timbulnya atau berubahnya dependent variabel penelitian ini adalah Pelayanan (X) dan Keputusan Konsumen (Y).
2. Variabel terikat (dependent variabel) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas, dan variabel ini sering disebut variabel respon variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan konsumen (Y).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Di bawah ini adalah hasil dari jawaban responden yang dinyatakan dengan angka dalam tabel dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 4.1 Distribusi Hasil Angket Variabel X (Pelayanan)

No	Pertanyaan	Jawaban				
		S	T	N	S	S
1	Bank syariah sidogiri bersih dan nyaman	2	6	9	1	3
2	Bank syariah sidogiri memiliki parkir yang luas	3	2	9	1	2
3	Bank syariah sidogiri melayani konsumen dengan ramah	2	4	1	1	3
4	Keamanan uang konsumen dijamin aman karena sudah berbadan hukum	2	1	9	1	6
5	Keamanan kendaraan konsumen di area parkir	4	4	3	1	1
6	Kecepatan dan ketepatan petugas Bank syariah sidogiri memberikan pelayanan	4	1	1	1	5

Sumber: Angket penelitian

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa pernyataan 1 banyak responden yang memilih setuju yaitu 15 responden, yang artinya tempat atau lokasi Bank syariah sidogiri bersih dan nyaman. Pernyataan 2 banyak responden yang memilih setuju yaitu 19 responden, yang artinya Bank syariah sidogiri memiliki tempat parkir yang luas. Pernyataan 3 banyak responden yang memilih setuju yaitu 14 responden, yang artinya

Bank syariah sidogiri melayani konsumen dengan ramah. Pernyataan 4 banyak responden yang memilih setuju yaitu 17 responden, yang artinya Bank syariah sidogiri menjamin keamanan uang konsumen karena sudah berbadan hukum. Pernyataan 5 banyak responden yang memilih setuju yaitu 14 responden, yang artinya Bank syariah sidogiri keamanan kendaraan konsumen di area parkir. Pernyataan 6 banyak responden yang memilih setuju yaitu 14 responden, yang artinya Kecepatan dan ketepatan petugas Bank syariah sidogiri memberikan pelayanan.

Tabel 4.2 Distribusi Hasil Angket Variabel Y (Keputusan Konsumen)

No	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	Suku bunga menjadi pertimbangan utama	1	2	8	12	12
2	Kecepatan dan ketepatan petugas Bank syariah sidogiri memberikan pelayanan	1	5	8	7	14

Sumber: angket penelitian

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa pernyataan 1 banyak responden yang memilih sangat setuju yaitu 12 responden, yang artinya Suku bunga menjadi pertimbangan utama. Pernyataan 2 banyak responden yang memilih sangat setuju yaitu 14 responden, yang artinya Kecepatan dan ketepatan petugas Bank syariah sidogiri memberikan pelayanan.

Berikut hasil uji analisis data menggunakan SPSS:

a) Uji Asumsi Klasik

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
		35
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Deviation	1.35956915
Most Extreme Differences	Absolute	.111
	Positive	.056
	Negative	-.111
Test Statistic		.111
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- . Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan hasil uji asumsi klasik menunjukkan bahwa data berdistribusi normal dengann residual $0.002 > 0.05$.

b) Uji Multikolinieritas

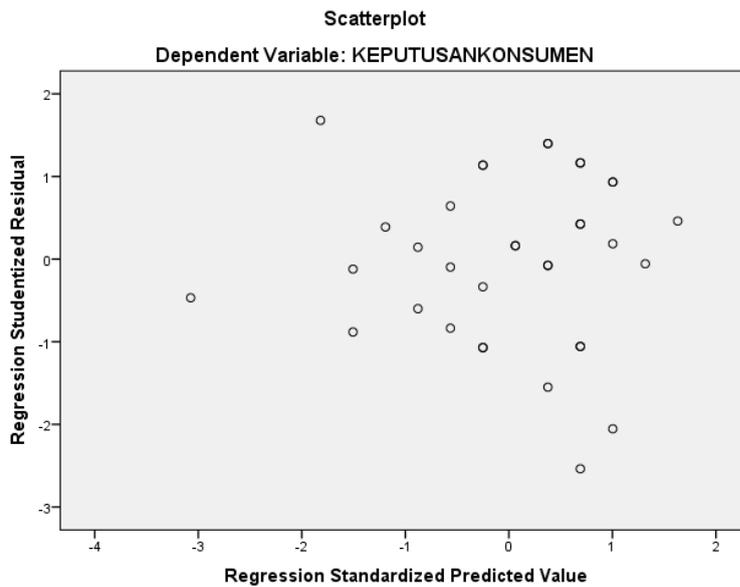
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Beta	t	Sig .	Collinearity Statistics	
	B	Std Error				Tolerance	VIF
(Constant)	.974	1.562		.623	.537		
PELAYANAN	.324	.074	.605	4.366	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN KONSUMEN

Berdasarkan uji multikolinieritas menunjukkan bahwa nilai tolerance $1 > 0.1$ dan nilai VIF $1 < 10$ maka tidak terjadi multikolinieritas.

c) Uji Heterokedastisitas



Uji Heterokedastisitas menunjukkan bahwa jika data menyebar dibawah dan diatas angka nol maka data tidak terjadi heterokedastisitas.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF

(Constant)	.240	.930		.258	.798		
PELAYANAN	.040	.044	.155	.902	.374	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Abs_RES

Dari uji coefficient menunjukkan bahwa nilai sig 0,374 > 0.05 maka tidak terjadi heterokedastisitas.

d) Uji hipotesis

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	36.296	1	36.296	19.059	.000 ^b
Residual	62.847	33	1.904		
Total	99.143	34			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN KONSUMEN

b. Predictors: (Constant), PELAYANAN

Dari hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa Nilai sig 0.00 < 0.05 maka model regresi tersebut layak dan benar.

e) Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	IF
(Constant)	.974	1.562		.623	.537		
PELAYANAN	.324	.074	.605	4.366	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN KONSUMEN

Dari hasil uji T menunjukkan bahwa pengaruh pelayanan terhadap keputusan konsumen sebesar 0.605 atau 60 % dianggap signifikan dengan nilai sig 0.00 < 0.05.

PENUTUP

SIMPULAN

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang positif antara pelayanan terhadap keputusan konsumen meminjam di Bank BMT Syari'ah Sidogiri dan terdapat pengaruh yang positif antara suku bunga terhadap keputusan konsumen meminjam di Bank BMT Syari'ah Sidogiri.

SARAN

Adapun beberapa saran yang dapat diberikan oleh penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagi pihak Bank BMT Syari'ah Sidogiri, hendaknya mempertahankan kualitas pelayanan terhadap konsumen yang diberikan oleh karyawan, baik dari segi fasilitas maupun pelayanan agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan untuk pengetahuan Bank BMT Syari'ah Sidogiri.

2. Bagi peneliti selanjutnya, kinerja yang dimiliki oleh Bank BMT Syari'ah Sidogiri yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan tidak hanya faktor pelayanan dan kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- M NurRianto Al Arif, *Dasar-dasar pemasaran Bank Syari'ah*, Bandung, Alfa Beta, 2012
Prof.Dr.Dra. Tatik Suryani, Psi.,M.M, *Manajemen Pemasaran Strategik Bank di Era Global*, Prenada Media, 2017, hal.232
Sugiono, *Metode penelitian Bisnis*, Bandung:CV. Alfabeta,2004, hal 135
Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan: untuk menentukan pangsa pasar* , Jakarta: Rineka cipta, 2006, hal230
Wakhibur Rokhman, *Pengaruh Biaya, Angsuran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pembiayaan BMT di Kabupaten Kudus*, journal of istishadia vol.9, no.2, 2006:326-