



PERILAKU KONSUMEN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH PADA KOPWAN SYARI'AH

Muladi Wibowo✉

Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Batik (UNIBA), Surakarta, Indonesia

Info Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima Oktober 2009

Disetujui Desember 2009

Dipublikasikan Maret 2010

Keywords:

Consumer Decision;

Profit Sharing System;

Syariah Operational System

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pelanggan di Koperasi Wanita Syariah Saraswati yang terletak di Karanganyar Kabupaten, Jawa Tengah, Indonesia. Koperasi Jasa Keuangan Syariah adalah lembaga keuangan mikro syariah yang dioperasikan dengan non-bunga model. Data yang diperoleh menggunakan kuesioner dibagikan kepada 100 responden (pelanggan) yang dipilih secara acak sebagai sampel. Hasil regresi berganda menunjukkan bahwa variabel tingkat bagi hasil, persyaratan administrasi, sistem syariah operasional dan promosi dengan *positive* dan secara parsial mempengaruhi keputusan pelanggan, sementara itu, tingkat bagi hasil, persyaratan administrasi, sistem syariah operasional dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pelanggan. Promosi merupakan variabel yang paling mempengaruhi keputusan pelanggan di Koperasi Perempuan Distrik Syariah Saraswati Karanganyar.

Abstract

This research to determine the factors that influence customer's decisions at the Women's Cooperative Syaria Saraswati is located in Karanganyar district, Central Java, Indonesia. Cooperative Syaria Financial Services is Islamic microfinance institutions have typically operated with non-interest model. Data obtained using questionnaire distributed to 100 respondents are selected randomly as the sample. The regression results show that variable level of profit sharing, administrative requirements, sharia operational systems and the promotion in positive are partially influence the customer's decision. That's mean there are simultaneously the effect of the level of profit sharing, administrative requirements, sharia operational systems and the promotion to the customer's decision. Promotion is the most dominant variable influencing the customer's decisions at the Women's Cooperative Shariah Saraswati Karanganyar district.

JEL Classification: M3, M31

✉ Alamat korespondensi:

Jl. Agus Salim No. 10 Sondakan Laweyan Surakarta Jawa Tengah

E-mail: muladi@gmail.com

ISSN

2086-0668 (cetak)

2337-5434 (online)

PENDAHULUAN

Koperasi sebagai sebuah lembaga ekonomi rakyat telah lama dikenal di Indonesia, bahkan Muhammad Hatta, salah seorang Proklamator Republik Indonesia yang dikenal sebagai Bapak Koperasi, mengatakan bahwa Koperasi adalah Badan Usaha Bersama yang bergerak dalam bidang perekonomian, beranggotakan mereka yang umumnya berekonomi lemah yang bergabung secara sukarela atas dasar persamaan hak dan kewajiban melakukan suatu usaha yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan para anggotanya (Sarsono, 2007). Koperasi merupakan organisasi yang unik, satu sisi menjalankan teori dan motif ekonomi, di sisi lain koperasi juga berwatak sosial, sehingga dalam menjalankan usahanya kedua sisi ini harus dijalankan secara simultan dan secara bersamaan. Konsep dua sisi tersebut secara tegas dinyatakan dalam penjelasan UU No. 25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian.

Aktivitas koperasi harus berdasarkan pada kaidah-kaidah ekonomi dan motif ekonomi, sedangkan unsur sosial yang terkandung dalam prinsip koperasi itu bukanlah sesuatu yang bersifat kedermawanan (*Philantropis*), tetapi lebih menekankan kepada hubungan antar anggota, hubungan anggota dengan pengurus, tentang hak hubungan antar anggota, tentang hak suara, dan cara pembagian sisa hasil usaha, meliputi. Satu, kesamaan derajat dalam mewujudkan, *one man one vote no voting by proxy*. Dua, kesukarelaan dalam keanggotaan. Tiga, menolong diri sendiri. Empat persaudaraan dan kekeluargaan. Lima, demokratis terlihat dan diwujudkan dalam cara pengelolaan dan pengawasan yang dilakukan oleh anggota. Enam, pembagian Sisa Hasil Usaha Proporsional dengan jasa-jasanya.

Berdasarkan Kepmen Koperasi dan UKM No. 91/Kep/MKUKM/IX/2004 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah, Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) dan Unit Simpan Pinjam Syariah (USPS) sebagai badan usaha, tidak berbeda dengan badan usaha lainnya, khususnya sebagai lembaga keuangan mikro, sama-sama mengelola asset likuid dan produknya bersifat maya. Namun dari segi kepemilikan dan semangat kebersamaan dalam koperasi, maka penting bagi pengelola Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) dan Unit Simpan Pinjam Syariah (USPS) dalam melakukan pengelolaan usahanya senantiasa memperhatikan prinsip-prinsip dasar koperasi serta prinsip-prinsip usaha syariah.

Dalam perkembangannya, Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) dan Unit Simpan Pinjam Syariah (USPS) berkembang cukup baik, hal ini dapat dilihat dalam Tabel 1, bahwa jumlah Koperasi jasa Keuangan Syariah dan Unit Simpan Pinjam Syariah pada akhir tahun 2007 sebanyak 3.068 dengan anggota kurang lebih 920.056 dan telah mampu menyalurkan pembiayaan kepada para anggota sebanyak 1.718.000.000.000,00. Menurut kementriaan koperasi dan UKM, bahwa seiring dengan semakin jelasnya kelembagaan dan aturan dalam pengelolaan KJKS/USPS diharapkan akan meningkatkan peran dan pertumbuhan Koperasi jasa Keuangan Syariah (KJKS) pada tahun 2008 dan tahun 2009. Tantangan terbesar dalam pengelolaan KJKS/USPS adalah pengelolaan dan manajemen operasional agar benar-benar sesuai syariah sehingga memenuhi harapan masyarakat.

Tabel 1. Perkembangan Koperasi Jasa Keuangan (dan sejenisnya) di Indonesia Hingga Akhir Tahun 2007

No	Jenis Koperasi	Unit	Anggota	Pinjaman
1	Kopwan	1.256	366.194	200.275.000.000
2	KSP	1.598	480.326	1.154.815.880.000
3	USP Koperasi	29.561	4.987.783	13.495.662.250.000
4	Kopdit	1.002	866.628	2.787.402.000.000
5	KJKS (USPS)	3.068	920.056	1.718.000.000.000
Jumlah		36.485	7.620.987	19.356.155.130.000

Sumber: data Kementerian Negara Koperasi dan UKM (2007)

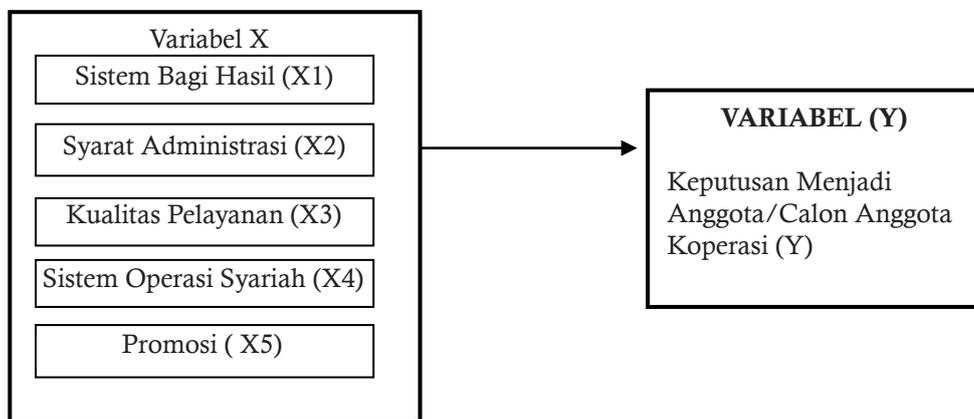
Tidak bisa dipungkiri bahwa profesionalisme koperasi belum cukup memadai sebagaimana lembaga keuangan lain seperti Asuransi, Leasing, bank Umum/bank Syariah, reksadana dan BPR/BPRS. Ada beberapa faktor yang menyebabkan manajemen dan operasional Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) dan Unit Simpan Pinjam Syariah (USPS) belum cukup memadai sebagaimana lembaga keuangan lainnya. Hal itu disebabkan oleh, pertama, kualitas sumber daya manusia yang mengelola koperasi, dimana sebagian besar pengelola koperasi belum memiliki kompetensi yang cukup untuk mengelola koperasi khususnya Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) dan Unit Simpan Pinjam Syariah (USPS). Kedua, sistem rekrutmen SDM koperasi sangat tergantung pada kebijakan dari RAT dan pengurus, belum berdasarkan satu kompetensi tertentu, namun sejak tahun 2007 sesuai dengan Keputusan Menteri Tenaga Kerja dan Transmigrasi Nomor: KEP.133/MEN/III/2007 tentang SKKNI Bidang Koperasi Jasa Keuangan, SDM pengelola koperasi wajib memiliki sertifikat kompetensi sebagai syarat untuk menjadi manajer koperasi. Ketiga, sistem operasional Koperasi jasa Keuangan Syariah (KJKS) membutuhkan pengembangan teori sekaligus praktek agar betul-betul menerapkan sistem operasional secara syariah sesuai ketentuan Fatwa Dewan Syariah Majelis Ulama Indonesia. Keempat, sebagaimana badan usaha koperasi lainnya, Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) dan Unit Simpan Pinjam Syariah (USPS) harus mampu membuktikan bahwa dari aspek promosi, administrasi, sistem operasional dan kualitas layanan dari koperasi harus ditingkatkan.

Persaingan di lembaga keuangan semakin ketat, tidak hanya pihak swasta, namun pemerintah daerah juga mengembangkan BPR, BKK, Bank Pasar dan Koperasi, ditambah dengan program berbasis kecamatan dan kelurahan yang menyalurkan kredit secara langsung kepada kelompok masyarakat. Ketatnya persaingan menuntut tidak hanya profesionalitas namun juga kinerja koperasi agar dapat mencapai tujuan. Salah satu pendekatan mencapai tujuan koperasi adalah dengan mengembangkan pemasaran dan memahami perilaku konsumen guna meraih *market share* yang luas di masa yang akan datang (Bernhardt & Christopher, 2006). Tentunya tidak mudah untuk meraih market share, karena banyak faktor yang mempengaruhi yang perlu mendapatkan perhatian. Koperasi perlu mengembangkan sistem pemasaran dan pengenalan terhadap perilaku konsumen untuk menentukan kebijakan terhadap produk dan pendekatan pemasaran.

Pemasaran adalah suatu proses sosial yang mana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan mempertukarkan produk dan nilai dengan individu dan kelompoknya. (Kotler & Keller 2006). Dengan demikian pemasaran merupakan salah satu faktor kunci dalam mencapai tujuan, karena pemasaran itu sendiri banyak memuat aspek-aspek yang satu sama lain tidak bisa dipisahkan, salah satu aspek yang perlu mendapatkan perhatian dalam pemasaran adalah kepuasan dan perilaku konsumen Ozgener (2005). Kepuasan nasabah merupakan salah satu dari tujuan pemasaran

(Chartrand et al., 2007). Tidak terkecuali koperasi dalam hal ini dituntut untuk memberikan yang terbaik bagi konsumen agar konsumen bisa mendapatkan kepuasan yang optimal. Kepuasan nasabah akan sangat menentukan ke arah mana nasabah memilih produk, menginformasikan kepada pihak lain dan mengajak pihak lain untuk menggunakan produk tersebut. Semakin banyak nasabah, semakin sulit untuk mengukur tingkat kepuasannya (Malkoc et al., 2005). Ada yang terpuaskan karena faktor kualitas pelayanan yang baik, karena pemberian bagi hasil koperasi yang adil, serta puas karena promosi atau gabungan dari faktor-faktor tersebut. Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan pada suatu pasar untuk mendapatkan perhatian, untuk dimiliki, digunakan maupun dikonsumsi yang memuaskan keinginan dan kebutuhan (Wang, 2007). Produk dari Unit Simpan Pinjam Syariah (USPS) Koperasi Wanita Syari'ah Saraswati meliputi produk jasa pembiayaan (*lending*), simpanan (*funding*) dan mal muamallah. Produk simpanan antara lain Simpanan Wadiah, Simpanan Mudharabah Berjangka dan Simpanan Haji/Umroh. Produk pembiayaan meliputi pembiayaan Mudharabah dan pembiayaan Musyarakah, sedangkan mal muamallah adalah pengelolaan Zakat, Infaq, Shodaqoh dan Waqaf.

Banyak faktor yang diduga mempengaruhi keputusan untuk menjadi nasabah (anggota dan calon anggota) di Unit Simpan Pinjam Syariah (USPS) Koperasi Wanita Syari'ah Saraswati diantaranya faktor sistem bagi hasil, sistem operasional syariah, persyaratan administrasi, kualitas pelayanan dan promosi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor sistem bagi hasil, persyaratan administrasi, kualitas pelayanan, sistem operasional syariah, dan promosi, terhadap keputusan menjadi nasabah pada Koperasi Wanita Syari'ah Saraswati serta mengetahui faktor dominan yang mempengaruhi. Hasil penelitian sebelumnya dilakukan oleh Sarsono (2007) membuktikan bahwa ada pengaruh yang signifikan variabel tingkat bunga pinjaman, administrasi, pelayanan dan promosi terhadap keputusan konsumen menjadi debitur pada Perum Pegadaian Cabang Gading Surakarta. Dari paparan di atas maka dapat dibuat model pemikiran penelitian sebagai berikut:



Gambar 1. Model Penelitian

METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dan korelasional untuk mengungkapkan tujuan yang ada, dimana peneliti akan memaparkan atau mendeskripsikan situasi dan peristiwa yang terjadi dengan melihat hubungan variabel bebas yang mempengaruhi variabel terikat. Pengujian keterhubungan menggunakan metode analisis regresi linear berganda dengan program SPSS. Sedangkan data diperoleh melalui data primer artinya diperoleh dari jawaban responden secara langsung dan data sekunder berupa laporan koperasi dan studi pustaka.

Pengujian Instrumen penelitian dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas yang dilakukan untuk melihat tingkat kesahihan dan konsistensi jawaban pada masing-masing instrumen penelitian. Hasil uji Validitas terbukti variabel sistem bagi hasil, persyaratan administratif, kualitas pelayanan, sistem operasional syariah, promosi, keputusan konsumen menunjukkan bahwa nilai r_{xy} adalah positif dan menunjukkan bahwa nilai tersebut lebih besar dari nilai r tabel ($\alpha = 0,05$; $n = 25$; $r_{tab} = 0,396$), maka dapat dikatakan bahwa semua item pertanyaan untuk variabel sistem bagi hasil adalah valid. Sedangkan hasil uji reliabilitas internal dari butir-butir pernyataan yang berkaitan dengan semua variabel bebas dan variabel terikat adalah diperoleh $Alpha\ Cronbach > 0,05$ (lihat Tabel 2).

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Item	Variabel	<i>Alpha Cronbach</i>	Status
1.	Sistem bagi hasil (X1)	0,625	Reliabel
2.	Persyaratan administrasi (X2)	0,725	Reliabel
3.	Kualitas Pelayanan (X3)	0,640	Reliabel
4.	Sistem Operasional Syariah (X4)	0,676	Reliabel
5.	Promosi (X5)	0,695	Reliabel
6.	Keputusan Konsumen (Y)	0,670	Reliabel

Sumber: data yang diolah (2009)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Koperasi wanita syariah Saraswati sejumlah 100 nasabah yang dibedakan dalam kelompok jenis kelamin, tingkat pendidikan, agama, domisili, jenis pekerjaan dan tingkat penghasilan. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada 100 nasabah dapat diketahui bahwa penggunaan jasa Koperasi Wanita Syariah Saraswati Kabupaten Karanganyar sebanyak 68 % berjenis kelamin laki-laki dan 32 % berjenis kelamin perempuan. Berdasarkan agama nasabah, diketahui nasabah yang menggunakan jasa Koperasi Wanita Syariah Saraswati Kabupaten Karanganyar mayoritas beragama Islam (93 %) dan beragama lain sebesar 7 %.

Sedangkan berdasarkan domisili responden diketahui memiliki sebaran alamat domisili yang relatif berdekatan yakni Surakarta, Sukoharjo dan Karanganyar dengan komposisi nasabah dari wilayah Karanganyar cukup dominan (44%) meskipun bukan mayoritas dari daerah di Kabupaten Karanganyar. Ini menunjukkan bahwa potensi nasabah cukup baik. Distribusi responden berdasarkan tingkat pendidikan, menunjukkan bahwa rata-rata memiliki tingkat pendidikan yang baik yakni 63% berlatar belakang pendidikan tinggi dan 37% memiliki tingkat pendidikan SLTA ke bawah. Jika dilihat dari aspek jenis pekerjaan responden rata-rata merupakan wiraswasta (41%) dan Pegawai swasta (36%). Hal ini menunjukkan kebutuhan riil terhadap modal usaha sangat berhubungan dengan latar belakang pekerjaan responden. Tingkat pendapatan responden rata-rata nasabah memiliki tingkat penghasilan antara 750 ribu hingga 2,5 juta, yakni sebanyak 48 %, di bawah 750 ribu sebanyak 28 %, dan di atas 2,5 juta sebanyak 24 %.

Bedasarkan hasil olah data dengan program SPSS, maka diperoleh hasil uji t terbukti bahwa faktor sistem bagi hasil, persyaratan administrasi, sistem operasional syariah, dan promosi berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan nasabah (konsumen), keterpengaruh tersebut dapat dijelaskan bahwa nasabah dapat menerima kriteria yang dilakukan oleh Koperasi Wanita Syari'ah Saraswati Kabupaten Karanganyar, dari faktor sistem bagi hasil, operasional syariah melalui kejujuran, keterbukaan dan adanya

kesepakatan pada kedua belah pihak yaitu antara pihak koperasi dan nasabah, begitu pula faktor promosi yang aktif dan gencar dilakukan oleh pihak koperasi dalam menyebarkan atau mensosialisasikan informasi terkait dengan penawaran produk koperasi kepada calon nasabah.

Sedangkan kualitas layanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah, hal ini dapat dijelaskan bahwa nasabah tidak terlalu memprioritaskan pada aspek kualitas layanan karena dalam hal keberadaan kantor, fasilitas dan proses dianggap sudah memenuhi standar, hanya saja terkait dalam penanganan komplain dan pemberian informasi dari SDM Koperasi Wanita Syari'ah Saraswati Kabupaten Karanganyar, masih sangat terbatas terutama dalam hal *skill* dan jumlah SDM yang menangani layanan tersebut. Sehingga faktor inilah yang membuat calon nasabah menjadi khawatir bila terjadi masalah. Adapun hasil uji hipotesis parsial tersebut dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji Parsial (Uji T)

Model		Unstandardized		Standardized	t	Sig.
		Coefficients		Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-10.925	3.769		-2.898	.005
	X1	.236	.110	.167	2.143	.035
	X2	.271	.087	.249	3.106	.003
	X3	.163	.087	.148	1.868	.065
	X4	.397	.072	.433	5.511	.000
	X5	.447	.070	.504	6.392	.000

Sumber: data yang diolah (2009)

Hasil uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa variabel sistem bagi hasil (X1), persyaratan administrasi (X2), kualitas layanan (X3), sistem operasional syariah (X4) dan promosi (X5) secara bersama-sama mempunyai pengaruh signifikan yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000, yang lebih kecil dari 0,05. Hasil uji simultan dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	126.063	5	25.213	17.969	.000
	Residual	131.897	94	1.403		
	Total	257.960	99			

Sumber: data yang diolah (2009)

Sementara untuk membuktikan kontribusi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dapat dijelaskan dari nilai adjusted R² sebesar 0,461 atau 46,10 %, artinya perubahan variasi variabel Y (keputusan menjadi nasabah) dikarenakan oleh adanya perubahan variasi X (tingkat bagi hasil, persyaratan administrasi, kualitas layanan, sistem operasional syariah dan promosi). Sedangkan sisanya 53,90 % disebabkan oleh adanya perubahan variabel lain yang tidak masuk dalam model, misalnya tingkat persaingan, jarak, keamanan, lokasi, dan lain sebagainya.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan dari hasil penelitian ini, bahwa faktor sistem bagi hasil, persyaratan administrasi, kualitas pelayanan, sistem operasional syariah dan promosi secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah pada Koperasi Wanita Syari'ah Saraswati Kabupaten Karanganyar, artinya semakin baik Sistem bagi hasil, persyaratan administrasi, kualitas pelayanan, sistem operasional syariah, dan promosi diterapkan diharapkan semakin dapat meningkatkan keinginan konsumen untuk menjadi anggota nasabah pada koperasi Saraswati. Faktor Promosi merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan menjadi nasabah pada Koperasi Wanita Syari'ah Saraswati Kabupaten Karanganyar. Hal ini dibuktikan dari hasil analisis regresi variabel promosi mempunyai koefisien sebesar 0,447 (44,70%).

Implikasi manajerial yang dapat disarankan bagi pihak koperasi Saraswati untuk lebih serius dalam memperbaiki faktor kualitas layanan melalui peningkatan SDM-nya, menambah jumlah SDM dan membuat suasana kantor nyaman mungkin serta memberikan kemudahan penanganan komplain bagi nasabah. Sedangkan, implikasi teoritis bagi penelitian yang akan datang hendaknya perlu mengembangkan dimensi dari perilaku konsumen seperti sikap, minat dan gaya hidup konsumen untuk melihat dan menilai dampaknya pada keputusan nasabah dalam pengambilan keputusan menggunakan jasa koperasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Bernhardt & Christopher, P. C. 2006. Profit sharing (with workers) facilitates collusion (among firms). *RAND Journal of Economics*. RAND Corporation.
- Chartrand, L., Huber, J., Shiv, B & Robin, J. T. 2007. *Journal of Consumer Research*. Vol. 35, No. 2 August.
- Kotler, P & Kevin, L. K. 2006. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Edisi Ketiga Belas. Terjemahan Bob Sabran. MM. Jakarta: Erlangga.
- PP No. 9 Tahun 1995 tentang *Pelaksanaan Kegiatan Usaha Simpan Pinjam oleh Koperasi*.
- Malkoc, S., Zauberman, G & Ulu, C. 2005. Consuming now or later? The interactive effect of timing and attribute alignability. *Psychological Science*. Vol. 16, No. 5, pp: 411-417.
- Ozgener, S. & Iraz, R. 2005. Customer relationship management in small-medium enterprises: the case of Turkish tourism industry. *Tourism Management*. Vol. 27, No. 6, pp: 1356-1363.
- Sarsono. 2007. *Analisis Beberapa Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Menjadi Debitur pada Perum Pegadaian Cabang Gading Surakarta*. Surakarta : UNIBA.
- Wang, Y., Wang, K. L & Yao, J. T. 2007. Marketing mixes for digital products: a study of the marketplaces in China. *International Journal of Technology Marketing*. Vol. 4, No. 1. pp: 15-42.