

**PENGARUH SISTEM PEMASARAN, KUALITAS PELAYANAN  
DAN PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP MINAT  
ANGGOTA KOPERASI PADA PRODUK SIMPANAN WADI'AH  
(STUDI PADA KOPERASI SIMPAN PINJAM DAN  
PEMBIAYAAN SYARIAH SWADAYA PRIBUMI  
KLAPANUNGGAL)**

**JURNAL ILMIAH**

**Disusun oleh :**

**Luthfi Nur Syifa'  
175020507111014**



**JURUSAN ILMU EKONOMI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BRAWIJAYA  
MALANG  
2021**

**Pengaruh Sistem Pemasaran, Kualitas Pelayanan Dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Anggota Koperasi Pada Produk Simpanan Wadi'ah  
(Studi Pada Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah Swadaya Pribumi Klapanunggal)  
Luthfi Nur Syifa'**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya  
Email : luthfinurs19@student.ub.ac.id

**ABSTRACT**

*The presence of sharia cooperatives in the midst of conventional financial institutions is a solution in implementing an alternative banking system for Muslims who need or want to obtain banking services without having to violate the prohibition of usury. Riba is additional withdrawal in a certain transaction savings where the additional withdrawal is without a certain balance. This research focuses on seeing how the influence of the marketing system, service quality, and product knowledge on the interest of cooperative members in wadi'ah savings products at the Klapanunggal Swadaya Pribumi Sharia Savings and Loan Cooperative. This study uses a quantitative approach with logistic analysis methods, the data source in this study itself comes from primary data, namely questionnaires distributed to 350 research samples who are members of the KSPPS Swadaya Pribumi Klapanunggal. The results of this study indicate that service quality and product knowledge have a partial effect on cooperative members' interest in wadi'ah savings products and simultaneously service quality and product knowledge have a significant effect on cooperative members' interest in wadi'ah savings products.*

**Keywords:** *Sharia Cooperative, Wadi'ah Savings, Member Interest*

**ABSTRAK**

Kehadiran koperasi syariah di tengah-tengah lembaga keuangan konvensional menjadi solusi dalam melakukan sistem perbankan alternatif bagi umat Islam yang membutuhkan atau ingin memperoleh layanan jasa perbankan tanpa harus melanggar larangan riba. Riba adalah pengambilan tambahan dalam suatu simpanan transaksi tertentu dimana pengambilan tambahan tersebut tanpa disertai imbalan tertentu. Pada penelitian ini berfokus dalam melihat bagaimana pengaruh sistem pemasaran, kualitas pelayanan, dan pengetahuan produk terhadap minat anggota koperasi pada produk simpanan wadi'ah di Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Swadaya Pribumi Klapanunggal. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis logistik, sumber data pada penelitian ini sendiri bersumber dari data primer yaitu kuesioner yang disebar pada 350 *sample* penelitian yang merupakan anggota KSPPS Swadaya Pribumi klapanunggal. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, dan pengetahuan produk berpengaruh secara parsial terhadap minat anggota koperasi pada produk simpanan wadi'ah dan secara simultan kualitas pelayanan, dan pengetahuan produk berpengaruh signifikan terhadap minat anggota koperasi pada produk simpanan wadi'ah.

**Kata kunci:** *Koperasi Syariah, Simpanan Wadi'ah, Minat Anggota*

---

**PENDAHULUAN**

Seiring dengan berkembangnya kegiatan ekonomi anggota koperasi, mereka membutuhkan organisasi yang bertanggung jawab untuk mengelola dananya dalam bentuk tabungan. Hal ini menyebabkan lahirnya lembaga keuangan yang menjadi tempat anggota koperasi melakukan aktivitas ekonomi yang semakin sibuk. Lembaga keuangan adalah lembaga komersial yang bergerak di bidang jasa keuangan. Artinya kegiatan yang dilakukan oleh lembaga tersebut selalu berkaitan dengan bidang keuangan, seperti menghimpun dana anggota koperasi, dana pembiayaan atau jasa keuangan lainnya. Menabung dalam ilmu ekonomi adalah salah satu tindakan yang mempersiapkan tentang perencanaan-perencanaan masa yang akan datang serta sekaligus sebagai persiapan diri untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan dikemudian hari. Dalam melakukan kegiatan menabung, maka diperlukan suatu lembaga untuk menyimpan uang anggota koperasi, salah satunya adalah koperasi.

Koperasi merupakan lembaga keuangan *non bank* yang dianggap sebagai lembaga keuangan yang paling memiliki konsep yang sangat mirip dengan paham masyarakat Indonesia. Menurut undang-undang No 17 tahun 2012 koperasi adalah badan hukum yang didirikan oleh orang perseorangan atau badan hukum koperasi, dengan pemisahan kekayaan para anggotanya sebagai model untuk menjalankan usaha, yang memenuhi aspirasi dan kebutuhan bersama di bidang ekonomi, sosial dan budaya sesuai dengan nilai dan prinsip koperasi. Melengkapi pernyataan tersebut menurut Hasan (2003), Secara etimologis, koperasi berasal dari bahasa Inggris yang artinya

kerjasama (co: bersama, operation: kerja) yaitu bekerja sama. Secara terminologi, koperasi adalah perkumpulan atau perkumpulan orang-orang yang anggotanya berbadan hukum atau yang anggotanya berkeinginan untuk meningkatkan kesejahteraan anggotanya secara kekeluargaan dengan penuh pengetahuan.

Jumlah koperasi di Indonesia menurut riset statistik Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2019 adalah tergolong tinggi, namun tidak sedikit juga yang kegiatannya pasif. Hampir 81.686 koperasi dibubarkan dalam empat tahun terakhir karena terindikasi pasif. Suatu koperasi dianggap aktif jika secara kelembagaan dan usaha telah melaksanakan Rapat Anggota Tahunan (RAT) minimal sekali dalam tiga tahun terakhir. Hingga akhir 2019, jumlah koperasi aktif di Indonesia mencapai 123.048 unit dengan jumlah total anggota 22.463.738 orang. Secara spasial, jumlah koperasi aktif di Jawa sangat tinggi, yaitu di atas 10.000 unit per provinsi. Tertinggi adalah Provinsi Jawa Timur dengan jumlah koperasi aktif mencapai 21.757 unit dan yang kedua pada Jawa Barat sebanyak 13.164 koperasi. Sedangkan di Sumatera, umumnya memiliki jumlah koperasi aktif antara 1.000 hingga 5.000 unit per provinsi. Provinsi lain yang jumlah koperasi aktifnya tidak mencapai 1.000 unit adalah Gorontalo (884 unit), Sulawesi Barat (837 unit), Papua Barat (608 unit) dan terkecil di Kalimantan Utara (476 unit).

Perkembangan koperasi saat ini sejalan dengan kebutuhan dan kondisi masyarakat Indonesia dan koperasi di Jawa Barat. Pembangunan koperasi di Jawa Barat bertujuan untuk memperkuat sistem dan upaya menjadikan koperasi sehat, kuat, mandiri, luwes, dan berkembang melalui peningkatan koperasi, potensi dan kapabilitas ekonomi anggota, serta peran aktualnya dalam perekonomian nasional. Berdasarkan pendataan koperasi penanggung jawab koperasi UMKM di Indonesia per 31 Desember 2019, jumlah koperasi yang ada di Jawa Barat sebanyak 13.427 koperasi yang aktif (Depkop, 2020).

Dalam menciptakan prinsip kerja koperasi sesuai dengan prinsip ajaran Islam, maka dibentuklah koperasi Islam atau Baitul mal wa tamwil (BMT). Saat ini banyak penggiat koperasi yang berinisiatif mendirikan koperasi syariah yang tujuannya agar anggotanya menjadi sejahtera menurut ajaran Islam (Marlina, 2017). Saat ini koperasi syariah terus meningkatkan pangsa pasarnya dan didorong untuk merealisasikan kapabilitas masyarakat menengah ke bawah dengan memberikan dana kepada usaha kecil menengah dan memberikan fasilitas simpanan syariah kepada masyarakat dan anggotanya.

Kehadiran koperasi syariah di tengah-tengah lembaga keuangan konvensional adalah untuk menawarkan sistem perbankan alternatif bagi umat Islam yang membutuhkan atau ingin memperoleh layanan jasa perbankan tanpa harus melanggar larangan riba. Riba adalah pengambilan tambahan dalam suatu simpanan transaksi tertentu dimana pengambilan tambahan tersebut tanpa disertai imbalan tertentu. Dengan bahasa lain, riba adalah pengambilan tambahan dari harta pokok tanpa transaksi pengganti yang meligitimasi adanya penambahan tersebut (Ghofur, 2016).

Koperasi syariah merupakan lembaga keuangan, lembaga keuangan memiliki peran penting bagi kehidupan suatu negara, terlebih pada negara yang sedang berkembang seperti negara Indonesia. Lembaga keuangan memiliki peran strategis yang disebabkan fungsi utama lembaga keuangan sebagai suatu lembaga yang berfungsi untuk mengumpulkan dana dari anggota koperasi dan menyalurkan dana ke anggota koperasi secara efektif dan efisien. Dengan peranan yang dimiliki tersebut, adanya lembaga keuangan diharapkan memberikan suatu kemanfaatan yang lebih bagi anggota koperasi, serta anggota koperasi diberikan kebebasan untuk memilih antara lembaga keuangan syariah dan lembaga keuangan non syariah. Pandangan masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah di antaranya dapat mewakili dengan pandangan masyarakat secara umum terhadap lembaga keuangan syariah, yaitu (1) Tidak adanya bunga, (2) Lembaga keuangan syariah identik dengan sistem bagi hasil.

Namun demikian, ternyata persepsi dan sikap masyarakat terhadap bunga bank dan sistem bagi hasil sangat beragam. Sebagian masyarakat tetap menerima bunga, sebagiannya lagi menerima sistem bagi hasil. Sikap yang mencampur adukkan berbagai paradigma ini, memberi nuansa yang cukup menarik sebagai gambaran tentang pengetahuan, sikap, persepsi serta perilaku masyarakat dalam menyikapi kebijakan dual banking system tersebut. Lembaga keuangan syariah mengharamkan sistem bunga dan menghalalkan bagi hasil (Imran dan Hendrawan, 2017).

Selain adanya beragam persepsi masyarakat mengenai lembaga keuangan syariah, adapun faktor yang mempengaruhi perkembangan lembaga keuangan syariah di Indonesia, yaitu rendahnya market share lembaga keuangan syariah di Indonesia yang dipengaruhi oleh terbatasnya sumber daya modal dan jaringan yang dimiliki

lembaga keuangan syariah. Sehingga lembaga keuangan syariah tidak mampu menjangkau dan melayani konsumen potensial di berbagai wilayah di Indonesia. Faktor lain yang berpengaruh yaitu rendahnya pemahaman masyarakat tentang lembaga keuangan syariah, pemahaman masyarakat yang masih rendah tersebut disebabkan karena kurangnya pengetahuan mereka tentang ekonomi islam. Tidak semua umat muslim bisa memahami pentingnya ekonomi islam. Hal ini disebabkan karena kurangnya sosialisasi dari lembaga keuangan syariah tersebut dalam memberikan pemahaman tentang bahaya bunga (riba) bagi kehidupan kita dan kurangnya sosialisasi dalam memperkenalkan berbagai produk dan layanan yang ditawarkan pada nasabah, sehingga pengetahuan nasabah mengenai lembaga keuangan syariah masih kurang dan masyarakat pada umumnya masih menganggap bahwa sistem lembaga keuangan yang dijalankan oleh lembaga keuangan syariah tidak jauh berbeda dengan yang dijalankan oleh lembaga keuangan non syariah. (Ilmi, 2002).

Dewasa ini Koperasi Syariah atau yang sebelumnya BMT berganti nama menjadi Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS). Sebagaimana terdapat pada Peraturan Menteri Koperasi Dan Usaha Kecil Nomor 16/Per/M.KUKM/XI/2015 Tentang Pelaksanaan Kegiatan Usaha Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Oleh Koperasi yang menjelaskan bahwa Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) adalah koperasi yang kegiatan usahanya meliputi simpanan, pinjaman dan pembiayaan sesuai prinsip syariah, termasuk mengelola zakat, infaq/sedekah, dan wakaf.

menjadi daya tarik tersendiri bagi anggotanya, salah satunya metode *door to door*. Menurut William J. Stanton dikutip oleh Basu (2008), menyatakan bahwa pemasaran adalah keseluruhan sistem kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, memberi harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan pembeli yang ada dan calon pembeli. Salah satu tujuan sistem pemasaran koperasi adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru tentunya dalam kaidah ajaran agama islam dengan tidak berbohong demi mendapatkan keuntungan sepihak, melainkan sistem pemasaran digunakan untuk mencapai tujuan dan keuntungan bersama.

Selain sistem pemasaran, kualitas pelayanan dapat menjadi daya Tarik tersendiri bagi anggota dalam menentukan pilihannya. Kualitas pelayanan adalah sebuah nilai yang harus dijaga, dipertahankan, dan dikembangkan agar citra perusahaan menjadi lebih baik dan memiliki nilai yang tinggi dalam perusahaan (Davis,2016). Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi kepuasan dari para nasabah atau anggota. Kualitas merupakan suatu yang berhubungan dengan kondisi akan suatu produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan yang menimbulkan kepuasan pelanggan karena sesuai dengan harapan mereka (Sangadji, 2013). Kualitas jasa adalah ukuran seberapa baik tingkat pelayanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Tjiptono, 2000).

Pengetahuan juga mempengaruhi anggota koperasi dalam menentukan pilihan. Pengetahuan merupakan hasil dari adanya informasi berbagai produk serta kemudahan yang diberikan pada anggota diharapkan mampu memberikan kemudahan bagi anggota untuk memutuskan menabung (Notoatmodjo 2003). Pengetahuan seseorang tentang koperasi syariah akan mempengaruhi minat nasabah. Seorang nasabah akan menentukan tindakan pengambilan keputusan atau minat membeli setelah mempelajari produk, pelayanan dan juga lokasi, pengetahuan mengenai simpanan wadi'ah dengan segala kelebihan dan kekurangannya dirasa sangat penting dalam membentuk sebuah pilihan atau minat pada konsumen atau anggota.

Minat adalah suatu kecenderungan untuk memberikan suatu perhatian dan bertindak untuk melakukan suatu aktivitas atau situasi yang menjadi obyek dari minat tersebut yang disertai dengan perasaan senang (Shaleh, 2008). Pada dasarnya jika seseorang tersebut mempunyai minat pada sesuatu, maka ia akan dapat menerima dengan baik dan bersikap positif dengan suatu obyek atau lingkungan yang menjadi obyek minatnya. Masyarakat menilai suatu lembaga keuangan itu tidak hanya terpaku pada masalah mengenai bunga ataupun riba, namun sudah mengalami suatu perkembangan pada persoalan kualitas, baik itu mengenai kualitas produk yang ditawarkan maupun kualitas pelayanan yang diberikan oleh lembaga keuangan tersebut. Jadi disini peran suatu lembaga keuangan mikro syariah (Koperasi Syariah) adalah untuk terus melakukan peningkatan dalam kualitas baik itu kualitas pelayanan yang diberikan maupun kualitas dan beragam produk yang ditawarkan dan pastinya produk-produk tersebut sesuai dengan prinsip

Berdasarkan fenomena diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian di KSPPS Swadaya Pribumi Klapanunggal. Alasan pemilihan KSPPS Swadaya Pribumi Klapanunggal karena dalam menjalankan kegiatan usahanya KSPPS Swadaya Pribumi Klapanunggal melayani anggotanya dengan menerapkan pelayanan yang simpatik dan syar'i atau sesuai dengan prinsip Islam. Selain itu KSPPS Swadaya Pribumi Klapanunggal memiliki fasilitas produk-produk simpanan yang baik guna memfasilitasi anggota yang ingin mengembangkan kehidupannya dimasa yang akan datang yang diikuti dengan kemudahan dalam proses transaksinya.

KSPPS Swadaya Pribumi merupakan koperasi syariah yang telah berdiri di Jawa Barat yang merupakan provinsi dengan jumlah koperasi tertinggi kedua setelah Provinsi Jawa Timur sejak tanggal 9 Juni 2006. Koperasi ini beralamatkan di Jl. Raya Klapanunggal –Bojong Km.1, Klapanunggal, Bogor, Jawa Barat. Koperasi ini berdiri karena inisiatif PT Holcim Indonesia Tbk, bekerja sama dengan para tokoh masyarakat di Kecamatan Klapanunggal mendirikan sebuah lembaga keuangan mikro syariah. Dalam menjalankan salah satu tugasnya sebagai lembaga penghimpun dana masyarakat, KSPPS Swadaya Pribumi menawarkan beberapa macam simpanan kepada anggota koperasi. Fasilitas tersebut dapat dipilih sesuai dengan minat dan keinginan masing-masing individu fasilitas tersebut, yaitu Swami (Simpanan Swadaya Pribumi), Sifitri (Simpanan Idul Fitri), Sipendi (Simpanan Pendidikan), Siqur (Simpanan Qurban), Sihanum (Simpanan Haji dan Umrah), Simpanan Berjangka Mudharabah (Supriadi, 2020).

Menurut Abdul Aziz Dahlan (1996), *wadi'ah* secara istilah adalah memberikan kekuasaan kepada orang lain untuk menjaga hartanya atau barangnya dengan secara terang-terangan atau dengan isyarat yang semakna dengan itu. Pada penerapannya Simpanan *Wadi'ah* memiliki dua jenis dalam penerapannya, yaitu, *Wadiah yad Amanah* dan *Wadiah yad Dhamanah*. Awalnya konsep *wadiah* berbentuk *yad al-amanah* (tangan amanah), kemudian seiring perkembangan zaman muncul *yad dhamanah* (tangan penanggung). Kini *wadiah yad dhamanah* sering kali dipergunakan aplikasinya oleh lembaga keuangan syariah dalam produk-produk pendanaan (Ascarya, 2008).

Antusiasme masyarakat terhadap koperasi syariah dan produk yang ditawarkannya sangat tinggi dimana setiap tahunnya selalu terjadi kenaikan. Pada tahun 2019 terjadi penurunan dikarenakan pihak koperasi saat itu mulai berbenah dengan memutus anggota yang memiliki jumlah simpanan dibawah Rp. 10.000. Namun setelah tahun tersebut peningkatan anggota yang tertarik untuk melakukan simpanan disinyalir akan terus bertambah.

Kendati demikian, literasi mengenai simpanan wadi'ah masih asing di telinga masyarakat, pengetahuan tentang produk simpanan wadi'ah menurut Fatwa DSN-MUI No.2 tentang tabungan dimana simpanan wadi'ah bersifat simpanan, serta dapat diambil kapan saja atau dapat menyebutnya *on-call*, dan juga tidak adanya imbalan yang diisyaratkan dan besarnya diatur khusus, melainkan pemberian imbalan bersifat sukarela sesuai dengan kebijakan pada koperasi. Meskipun memiliki anggota yang terus bertambah setiap tahunnya. Simpanan *wadi'ah* pada koperasi masih memiliki beberapa masalah dalam penerapannya. Salah satunya adalah kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap sistem bagi hasil pada simpanan wadi'ah. Hal ini berbeda dengan konsep bunga tabungan yang jumlahnya sudah pasti pada bank konvensional dan mengandung unsur ribawi. Beberapa penelitian sebelumnya telah menguji mengenai pengaruh sistem pemasaran, kualitas pelayanan dan pengetahuan produk terhadap minat konsumen atau anggota.

Sistem pemasaran, kualitas pelayanan dan pengetahuan produk dirasa menjadi faktor penting yang dapat mempengaruhi masyarakat dalam memilih koperasi syariah. Minat masyarakat yang semakin baik terhadap simpanan wadi'ah dapat menjadi daya tarik sendiri bagi masyarakat dalam memilih. Pengetahuan masyarakat terkait tidak adanya riba dan potongan atas tabungan setiap periode menjadi keunggulan atas simpanan *wadi'ah* pada koperasi. Selain itu masih banyak lagi keunggulan-keunggulan yang dimiliki oleh simpanan wadi'ah sebagai alternatif simpanan dalam Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah.

Berdasarkan kejadian yang terjadi serta penelitian-penelitian yang telah diteliti sebelumnya, maka peneliti termotivasi melakukan penelitian untuk mengetahui apakah fasilitas pelayanan KSPPS Swadaya Pribumi Klapanunggal berpengaruh terhadap pilihan masyarakat dalam memilih lembaga keuangan atau tidak. Oleh karena itu pada penelitian ini, peneliti akan meneliti dengan judul , **“Pengaruh Sistem Pemasaran, Kualitas Pelayanan, dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Anggota Koperasi Pada Produk Simpanan Wadi'ah (Studi Pada Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Swadaya Pribumi)”**

## TINJAUAN PUSTAKA

### Koperasi Dalam Perspektif Islam

Koperasi merupakan salah satu Lembaga Keuangan *Non Bank* yang perkembangannya dinilai baik di Indonesia. Secara etimologis, koperasi berasal dari bahasa Inggris yang artinya kerjasama (co: bersama, operation: kerja) yaitu bekerja sama. Secara terminologi, koperasi adalah perkumpulan orang-orang yang anggotanya berbadan hukum atau yang anggotanya berkeinginan untuk meningkatkan kesejahteraan anggotanya secara kekeluargaan dengan penuh pengetahuan (Hasan, 2003:161).

Dalam konsepnya koperasi adalah suatu badan usaha dalam bidang ekonomi yang tujuannya adalah melepaskan anggotanya untuk membebaskan diri dari kesulitan ekonomi yang diderita dengan asas kekeluargaan. Dalam Undang-Undang No. 25 tahun 1992 tentang perkoperasian menyatakan bahwa, koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi dan sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan.

Seiring dengan perkembangan zaman dan banyaknya masyarakat muslim yang ada di Indonesia, ditanggapi dengan baik dengan hadirnya koperasi syariah. Koperasi syariah adalah organisasi swadaya yang stabil, demokratis, partisipatif, merupakan usaha ekonomi yang bercirikan sosial, operasinya menganut prinsip mengedepankan etika dengan mengikuti prinsip syariah halal dan haram sebagaimana yang diajarkan agama Islam (Buchori, 2012:12).

Pada awal kemunculannya, koperasi syariah disinyalir berasal dari maraknya pertumbuhan Baitul Maal Wattamwil, kemudian berubah bentuk menjadi Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS). Sebagai mana terdapat pada Peraturan Menteri Koperasi Dan Usaha Kecil Nomor 16/Per/M.KUKM/XI/2015 Tentang Pelaksanaan Kegiatan Usaha Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Oleh Koperasi yang menjelaskan bahwa Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) adalah koperasi yang kegiatan usahanya meliputi simpanan, pinjaman dan pembiayaan sesuai prinsip syariah, termasuk mengelola zakat, infaq/sedekah, dan wakaf.

Dalam pandangan Islam koperasi seperti wujud dari Syirkah Ta'awuniyyah (persekutuan tolong-menolong), yaitu perjanjian kerjasama antara dua orang atau lebih, satu pihak menyelenggarakan usaha dan satu pihak menjalankan usaha berdasarkan bagi hasil (*profit sharing*) sesuai kesepakatan.

Koperasi sudah ada pada masa Nabi, seperti yang dinyatakan dalam Hadits yang diucapkan oleh Abdullah Ibn Umar (dalam Idri, 2015:248):

“Dari Abdullah r.a. berkata: Rasulullah SAW menyerahkan tanahnya di Kaybar kepada orang-orang Yahudi untuk dikerjakan dan ditanami tanaman dan mereka mendapatkan sebagian dari hasil tanah tersebut.” (HR. Al-Bukhari).

Hadits tersebut menggambarkan upaya Nabi Muhammad untuk bekerja sama di Kaybar setelah diserahkan kepada orang-orang Yahudi untuk penanaman dan pengelolaan budidaya. Kerja sama Rasulullah SAW sejalan dengan unsur-unsur yang membentuk konsep koperasi, yaitu kerja sama, gotong royong, dan demokrasi ekonomi untuk kesejahteraan umum.

### Produk Simpan Pinjam Pada Koperasi Syariah

Layanan jasa simpanan pada koperasi syariah memiliki karakteristik tersendiri yaitu terdapat simpanan yang terikat dan tidak terikat atas jangka waktu tertentu dalam penyertaan dan penarikannya. Adapun beberapa simpanan yang terdapat dalam jasa simpanan koperasi syariah, sebagai berikut:

#### 1) Simpanan *Wadi'ah*

Secara etimologis Menurut bahasa wadi'ah adalah sesuatu yang ditempatkan tidak pada pemiliknya untuk dijaga (*Ma Wudi'a 'Inda Ghair Malikihi Layahfadzuhu*), artinya bahwa wadi'ah ialah memberikan, definisi lainnya dari wadi'ah segi bahasa yaitu menerima. Jadi dapat disimpulkan *wadi'ah* secara bahasa dapat memiliki dua arti, yakni memberikan harta untuk dijaga dan pada penerimanya (Hendi, 2002).

#### 2) Simpanan *Mudharabah*

Menurut Al-Khalafi (2007:689) simpanan *Mudharabah* merupakan perjanjian antara dua belah pihak, yang mana salah satu pihak menjadi pemberi modal untuk dikembangkan, sedangkan keuntungannya dibagi sesuai dengan kesepakatan awal. Jadi dalam simpanan ini, pihak koperasi menjadi pihak pengembang dana yang diberikan oleh Anggotanya. Kemudian apabila dana tersebut memperoleh

keuntungan dari hasil usahanya, maka keuntungan tersebut dibagi berdasarkan kesepakatan yang telah dibuat.

3) Simpanan Hari Raya

Simpanan hari raya adalah jenis simpanan berjangka yang dapat diambil sewaktu-waktu. Tabungan ini biasanya di khususkan untuk diambil pada saat menjelang hari raya tiba.

4) Simpanan Pendidikan

Simpanan pendidikan adalah simpanan yang berfungsi untuk menjaga kelancara biaya pendidikan anak. Simpanan ini biasanya diambil pada saat tahun ajaran baru sekolah atau saat pergantian semester.

5) Simpanan Haji dan Umrah

Simpanan haji dan umrah ditujukan untuk anggota yang ingin melakukan ibadah haji dan umrah. Ketika dana yang ditabung telah mencukupi untuk melakukan ibadah tersebut, maka pihak koperasi akan mencairkan dana tersebut.

6) Simpanan Berjangka

Simpanan berjangka (*Deposito*) merupakan simpanan dari nasabah pada koperasi syariah yang dapat diambil sesuai dengan jangka waktu yang telah disepakati dengan mendapatkan bagi hasil yang telah disepakati, seperti :

- a. 1-3 bulan, 40% deposan 60% koperasi
- b. 1-6 bulan, 45% deposan 55% koperasi
- c. 1-12 bulan, 50% deposan 50% koperasi (Rodoni, 2008)

Selain jasa simpanan, koperasi syariah memiliki jasa pembiayaan yang ditujukan untuk membantu kesejahteraan anggota. Pembiayaan merupakan fasilitas yang diberikan koperasi kepada anggotanya untuk menggunakan dana yang telah dikumpulkan dari anggota dan usaha koperasi. Sasaran pembiayaan ini adalah semua sektor ekonomi, meliputi pertanian, industry rumah tangga, jasa, dan perdagangan.

Terdapat macam-macam pembiayaan yang diberikan oleh koperasi syariah kepada anggotanya, antara lain:

1) Pembiayaan *Murabahah*

Transaksi penjualan barang dengan menyatakan harga prolehan dan keuntungan (margin) yang disepakati antara anggota dengan koperasi syariah. Menurut Adiwarmam Karim (2001:86) *murabahah* adalah suatu penjualan barang seharga barang tersebut ditambah keuntungan yang telah disepakati.

2) Pembiayaan *Mudharabah*

Simpanan kerjasama antara koperasi syariah dengan anggota untuk melakukan kegiatan usaha, dimana laba dibagi atas nisbah bagi hasil dari kesepakatan kedua belah pihak. Menurut DSN MUI (2003:40), secara teknis *mudharabah* adalah simpanan kerjasama suatu usaha antara dua pihak dimana pihak pertama (malik, shahibul maal, lembaga keuangan syariah) menyediakan seluruh modal, sedangkan pihak kedua (*amil, mudharib, nasabah*) bertindak selaku pengelola, dan keuntungan usaha dibagi diantara mereka sesuai kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak.

3) Pembiayaan *Ijarah*

Simpanan pemindahan hak guna (manfaat) atas suatu barang dalam waktu tertentu dengan pembayaran sewa (*ujrah*) tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barang tersebut. Menurut Asyari (2003:50) *ijarah* adalah simpanan pemindahan hak guna atas barang atau jasa (sewa menyewa) melalui pembayaran upah sewa (*fee*) tanpa diikuti dengan perpindahan hak milik dari barang yang menjadi objek simpanan *ijarah*.

4) Pembiayaan *Musyarakah*

*Musyarakah* merupakan bentuk kerjasama dimana dua pihak atau lebih menyepakati untuk melakukan kegiatan usaha. Semua pihak berkontribusi terhadap dana, dan apabila usaha tersebut mengalami keuntungan ataupun kerugian maka akan dibagi secara adil sesuai dengan kontribusi modal masing-masing pihak.

5) Pembiayaan *Qardul Hasan*

*Qardul Hasan* merupakan jenis pinjaman yang diberikan kepada anggota yang sangat memerlukan untuk jangka waktu tertentu tanpa harus membayar keuntungan.

Layanan simpanan dan pembiayaan pada koperasi syariah dalam realisasinya sesuai dengan syariat Islam dengan menggunakan konsep bagi hasil. Bagi hasil adalah suatu sistem yang meliputi tata cara pembagian hasil usaha antara penyedia dana dan pengelola dana (Rofiq, 2004:153).t.

### **Produk Simpanan Wadi'ah Pada Koperasi Syariah**

*Wadi'ah* diambil dari lafazh *wad'al-sya'i* (menitipkan sesuatu), artinya meninggalkannya. Ada yang menitipkan sesuatu kepada orang lain untuk melindunginya dengan *wadi'ah*, karena diserahkan kepada wali. Oleh karena itu, secara bahasa, *wadi'ah* berarti ditempatkan pada sesuatu selain pemiliknya untuk dirawat atau dilindungi. *Wadi'ah* ini adalah lawan nama antara harta yang diberikan untuk dirawat dan harta yang diterima, yaitu *mashdar awda'a* (ida) yang artinya menyimpan dan melepaskan barang yang disimpan (Janwari, 2005)

Karena dalam konsep *wadi'ah* nasabah hanya menitipkan dana, nasabah tidak memiliki hak untuk mendapat hasil apapun. Tetapi sisi baiknya adalah nasabah dapat mengambil dananya kapanpun dia inginkan. Sebaliknya Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah tidak memiliki kewajiban untuk memberikan hasil dari penitipan dana tersebut. Melalui pengertian diatas dapat digaris bawahi bahwa pada prinsipnya simpanan *wadi'ah* itu *amanah* bukan *dhamanah*. Dan pada dasarnya simpanan *wadi'ah* adalah simpanan *tabarru'* (tolong menolong). Berikut adalah penjelasan macam-macam simpanan *wadi'ah*:

#### 1) *Wadi'ah yad al amanah*

Menurut Dunil (2004:330), *Wadi'ah al amanah*, adalah salah satu jenis *wadi'ah* yang berfungsi sebagai titipan, dan barang titipan tersebut tidak diperkenankan untuk dimanfaatkan atau dikelola oleh pihak penerima titipan.

Barang atau aset yang dititipkan adalah sesuatu yang berharga yang dapat berupa uang, barang, dokumen, surat berharga, atau barang berharga lainnya. Dalam konteks ini, pada dasarnya pihak penyimpan (*custodian*) sebagai penerima kepercayaan (*trustee*) adalah *yad-al-amanah* (tangan amanah) yang berarti bahwa ia tidak diharuskan bertanggung jawab jika sewaktu dalam penitipan terjadi kehilangan atau kerusakan pada barang atau aset titipan, selama hal ini bukan akibat dari kelalaian atau kecerobohan yang bersangkutan dalam memelihara barang atau aset titipan. Biaya penitipan kepada pihak penitip sebagai kompensasi atas tanggung jawab pemeliharaan (Ascarya, 2008:42).

*Wadi'ah al amanah* memiliki prinsip dimana pihak penyimpan tidak boleh menggunakan atau memanfaatkan barang atau aset yang dititipkan, melainkan hanya menjaganya. Selain itu, barang atau aset yang dititipkan tidak boleh dicampur dengan barang atau aset lain, melainkan harus dipisahkan untuk masing-masing barang atau aset penitip.

#### 2) *Wadi'ah yad Dhamanah*

*Wadi'ah Yad Dhamanah* yaitu penitipan barang atau uang di mana pihak penerima titipan dengan atau tanpa izin pemilik barang atau uang dapat memanfaatkan barang atau uang titipan dan harus bertanggungjawab terhadap kehilangan atau kerusakan barang atau uang titipan (Wirdayaningsih, 2005:125).

Prinsip *yadh-dhamanah* (tangan penanggung) yang berarti bahwa pihak penyimpan bertanggung jawab atas segala kerusakan atau kehilangan yang terjadi pada barang/aset titipan.

Hal ini berarti bahwa pihak penyimpan atau *custodian* adalah *trustee* yang sekaligus *guarantor* (penjamin) keamanan barang atau aset yang dititipkan. Ini juga berarti bahwa pihak penyimpan telah mendapatkan izin dari pihak penitip untuk mempergunakan barang atau aset yang dititipkan tersebut untuk aktivitas perekonomian tertentu, dengan catatan bahwa pihak penyimpan akan mengembalikan barang atau aset yang dititipkan secara utuh pada saat penyimpan menghendaki. Hal ini sesuai dengan anjuran dalam Islam agar aset selalu diusahakan untuk tujuan produktif (tidak *idle* atau didiamkan saja).

Dalam hukum Islam menerima titipan dan meminta titipan adalah boleh. Orang dititipkan adalah mereka yang memiliki kemampuan untuk menjaga, jika mampu mereka dianjurkan menerima barang yang dititipkan. Orang yang dititipi sesuatu wajib meletakkan di tempat penyimpanan yang aman dan layak. Titipan adalah amanat yang diberikan pada orang yang dititipi. Dia juga harus mengembalikannya jika sewaktu-waktu pemiliknya meminta (Sabiq, 2009:311). Terdapat beberapa landasan teori dari hukum *wadi'ah*, sebagai berikut:

#### a) Al Qur'an

Firman Allah SWT:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تَوَدُّوا الْأَمْنَةَ إِلَىٰ أَهْلِهَا



“*Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya.*” (QS An-Nisaa’: 58).

Menurut para mufasir, ayat ini berkaitan dengan penitipan kunci Ka’bah kepada Usman bin Talhah (seorang sahabat Nabi) sebagai amanat dari Allah SWT.

b) As Sunnah

Rasulullah bersabda SAW:

أَدَّ الْأَمَانَةَ إِلَى مَنْ انْتَمَنَكَ وَلَا تَخُنْ مَنْ خَانَكَ (رواه أبو داود والترمذي والحاكم)

“*Hendaklah amanat orang yang mempercayai anda dan janganlah anda mengkhianati orang yang mengkhianati anda*”. (HR. Abu Dawud, Tirmidzi dan Hakim)

c) Kaidah Ushul Fiqih

الأصل في الأشياء الإباحة حتى يدل دليل على التحريم

“*Hukum asal muamalah adalah boleh, kecuali ada dalil yang menunjukkan keharamannya*” (Musbikin, 2001:58).

Kaidah di atas, menunjukkan bahwa segala sesuatu yang belum ditunjuk oleh dalil yang tegas mengenai halal dan haramnya sesuatu tersebut dikembalikan kepada ketentuan asalnya yaitu mubah (boleh).

d) Ijma’

Para tokoh Ulama Islam sepanjang zaman telah berijma’ (konsensus) akan legitimasi *al-wadi’ah*, karena kebutuhan manusia terhadapnya. Ia termasuk ibadah sunah. Dalam kitab *al Mubdi’* disebutkan: “Ijma’ dalam setiap masa memperbolehkan *wadi’ah*”.

Selain hukum, *wadi’ah* memiliki rukun sebagai syarat dalam simpanan *wadi’ah*. Rukun *wadi’ah* Menurut Wahbah Zuhaili (1999) adalah hal-hal yang terkait atau yang harus ada di dalamnya yang menyebabkan terjadinya simpanan *wadi’ah* yaitu:

- a. Barang/Uang yang dititipkan (*al wadi’ah*) dalam keadaan jelas dan baik. Barang-barang yang dapat dititipkan antara lain:
  - 1) Harta benda, yaitu biasanya harta yang bergerak.
  - 2) Dokumen (Saham, Obligasi, Bilyet Giro, Surat perjanjian *Mudharabah*, dll).
  - 3) Barang berharga lainnya (surat tanah, surat wasiat dll yang dianggap berharga mempunyai nilai uang).
- b. Ada pemilik barang/uang sekaligus yang menitipkannya/ menyerahkannya (*muwaddi’*)
- c. Ada penerima titipan atau yang memberikan pelayanan jasa *custodian* (*mustawda’*)
- d. Kemudian diakhiri dengan *Ijab Qabul* (*Shighat*), dalam perbankan biasanya ditandai dengan penandatanganan surat/buku tanda bukti penyimpanan.

Dengan pernyataan diatas bisa dikatakan *wadi’ah* merupakan simpanan yang diperbolehkan menurut agama Islam. Dalam penerapannya di Koperasi Syariah simpanan *wadi’ah* yang dipergunakan adalah *wadi’ah yad dhamanah*, dimana pihak koperasi diperbolehkan memanfaatkan uang atau barang yang ditabung, namun harus bertanggungjawab apabila terjadi kehilangan atau kerusakan.

### **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Anggota dalam Menggunakan Simpanan Wadi'ah Sistem Pemasaran**

Sistem pemasaran merupakan konsep yang dibuat untuk menghasilkan penjualan, yang dapat mendatangkan keuntungan bagi perusahaan atau individu. William J. Stanton dikutip oleh Basu (2008:5), menyatakan bahwa pemasaran adalah keseluruhan sistem kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, memberi harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan pembeli yang ada dan calon pembeli.

Saat menguasai pangsa pasar tertentu, setiap perusahaan memiliki strategi yang berbeda. Untuk menerapkan strategi yang dipilih, perusahaan menerapkan strategi pemasaran. Menanggapi hal tersebut koperasi syariah harus menawarkan hal yang berbeda dalam jasa dan fasilitas yang ada. Hal ini akan memberikan nilai lebih pada koperasi syariah dari pada pesaingnya. Menurut Murti (2002:34-53) terdapat beberapa hal yang dapat menjadi *Diferensiasi* koperasi syariah dalam penerapannya, antara lain:

1) Diferensiasi Product

Koperasi syariah dapat membuat *Diferensiasi* pada produk atau jasa yang diberikan dan belum dapat disediakan oleh pesaingnya. Sebagai contoh, simpanan *wadiah* di koperasi syariah memiliki minimal simpanan yang ada sebesar 10.000 rupiah. Menurut Kotler (2005:350) indikator dalam Diferensiasi Produk antara lain adalah :

- a. Bentuk (Form)
  - b. Fitur (Feature)
  - c. Kualitas Kinerja (Performance Quality)
  - d. Kesesuaian (Conformance Quality)
  - e. Daya Tahan (Durability)
  - f. Keandalan (Reability)
  - g. Mudah Diperbaiki (Repairability)
  - h. Gaya (Style)
  - i. Rancangan (Design)
- 2) Diferensiasi Servis
- Sebagai tambahan dari membedakan produk atau jasa yang diberikan, koperasi syariah juga bisa memberikan servis atau layanan yang berbeda dari pesaingnya. Misalkan memberikan servis *door to door* dalam proses pembiayaan dan simpanan. Hal tersebut akan mempermudah Anggota yang belum atau tidak sempat untuk melakukan tabungan di koperasi syariah.
- 3) Diferensiasi Personil
- Koperasi syariah dapat meraih keunggulan melalui pemilihan dan pelatihan pengurus yang berkompeten. *Diferensiasi Personil* memberikan kehati-hatian koperasi syariah untuk melakukan seleksi dalam pemilihan pengurus. Pengurus yang berkompeten akan membuat lingkungan kerja yang baik dan membuat anggota nyaman dalam menggunakan produk atau jasa koperasi syariah.
- 4) Diferensiasi Citra
- Citra atau nama koperasi syariah harus memiliki pandangan yang baik dalam anggota dan masyarakat dengan memberikan manfaat yang baik. Koperasi syariah harus bekerja keras dan kreatif untuk membentuk citra yang baik bagi lingkungan yang dapat membedakan dengan pesaing. Misalnya bangunan yang dipilih harus sesuai dengan rancangan interior yang dibuat untuk membuat kesan yang bersahabat..

### **Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan adalah sebuah nilai yang harus dijaga, dipertahankan, dan dikembangkan agar citra perusahaan menjadi lebih baik dan memiliki nilai yang tinggi dalam perusahaan. Kualitas layanan menurut ISO 9001 mengacu pada sejauh mana persyaratan tertentu dipenuhi melalui karakteristik yang melekat. Dalam hal ini, permintaan adalah permintaan atau harapan eksplisit, biasanya implisit atau wajib (Davis, 2016:179).

- 1) Tangible (berwujud), yaitu kemampuan perusahaan untuk menunjukkan keberadaannya kepada pihak luar, antara lain fasilitas fisik (gedung, gudang, dll), peralatan dan perlengkapan yang digunakan, serta tampilan kantor perusahaan.
- 2) Empaty (simpati), ini adalah penyedia layanan yang memahami kebutuhan pelanggan layanan dan memberi mereka perhatian yang tulus dan pribadi, serta memberikan jam operasional layanan yang nyaman bagi pelanggan layanan.
- 3) Reliability (Keandalan), mengacu pada kemampuan, keakuratan, dan keandalan penyedia layanan untuk memberikan layanan seperti yang dijanjikan. Kinerja yang diharapkan dengan melayani pelanggan disajikan secara tepat waktu, memberikan pelayanan yang terpadu bagi setiap pelanggan layanan tanpa kesalahan, sikap simpatik dan presisi tinggi.
- 4) Responsivity (ketanggapan), ini merupakan strategi untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan akurat kepada pelanggan. Tanggung jawab harus menjadi milik semua agen penyedia layanan.
- 5) Assurance (Jaminan), yaitu pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan karyawan perusahaan untuk memberikan kepercayaan melalui tingkat layanan kepada pelanggan tertentu, termasuk komunikasi, kepercayaan, keamanan, kemampuan, dan kesopanan.

### **Pengetahuan Produk**

Menurut Mc Daniel dan Burnett (dalam Ibrahim, et al., 2019), mengemukakan bahwa evaluasi pelanggan mengenai religiusitas pada department store ritel adalah hal yang penting. Terdapat tiga point penting yang dapat menjadi indikator pengukuran pada tingkat pengetahuan religiusitas seseorang, antara lain berdasarkan kognitif (seberapa seseorang menganut keyakinan beragama/iman), perilaku (seberapa sering mereka ke tempat ibadah), dan afiliasi agama. Nasabah memiliki tingkatan pengetahuan produk yang berbeda, dalam pengetahuan ini dapat dipergunakan untuk menerjemahkan informasi baru, serta untuk menimbulkan suatu minat terhadap suatu produk dan membuat pilihan keputusan. Adapun pengetahuan dibagi menjadi empat jenis menurut (Susanti & Marita, 2017), yaitu:

- a. Pengetahuan atas produk
- b. Pengetahuan jenis dan ragam produk
- c. Pengetahuan tentang sistem yang digunakan dalam produk
- d. Pengetahuan akan manfaat dari suatu produk

Persaingan yang semakin meningkat dalam dunia lembaga keuangan mendorong lembaga keuangan untuk lebih berorientasi kepada konsumen atau nasabah. Diperlukan pengetahuan sebagai upaya untuk mendukung dalam memahami konsumen serta perilakunya.

### **Minat Simpanan**

Minat merupakan keinginan yang timbul dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain untuk mencapai tujuan tertentu. Minat adalah rasa suka (senang) dan tertarik pada suatu objek atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh atau biasanya ada kecenderungan untuk mencari obyek yang disenangi tersebut. Minat lebih dikenal sebagai kepuasan pemakaian atau pembelian jasa atau produk tertentu. Keputusan pembelian merupakan “suatu proses pengambilan keputusan atas pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan tersebut diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya yaitu kebutuhan dan dana yang dimiliki (Assauri, 2001:85) Minat dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut (Ferdinand 2002:192):

- 1) Minat transaksional Minat transaksional yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
- 2) Minat refrensional Minat refrensional yaitu menggambarkan perilaku seseorang yang cenderung merefrensikan produk yang sudah dibelinya, agar juga dibeli oleh orang lain dengan referensi pengalamannya.
- 3) Minat prefrensi Minat prefrensi yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki prefrensi utama pada produk tersebut. Prefrensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk prefrensinya.
- 4) Minat eksploratif Minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatnya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut

### **Penelitian Terdahulu**

No	Penulis	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1	Abdul Haris Romdhoni, Dita Ratnasari	Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah (2018).	Dependen : Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk dan Religiusitas  Independen: Minat Nasabah	Hasil penelitian ini dapat disimpulkan berdasarkan uji t, variabel pengetahuan dan religiusitas memiliki pengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk tabungan. Sedangkan variabel pelayanan dan kualitas produk tidak berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk simpanan. Berdasarkan uji F menunjukkan bahwa pengetahuan, kualitas layanan, produk, dan religiusitas secara simultan berpengaruh terhadap

				minat nasabah untuk menggunakan produk tabungan di BMT Amanah Ummah Gumpang Kartasura Sukoharjo.
2	Olivia Firda Yuanita.	Pengaruh Produk, Kualitas Jasa, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Penabung (Studi pada BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur) (2017).	Dependen: Minat menabung Nasabah  Independen : produk, kualitas jasa, dan promosi	Hasil estimasi regresi dapat disimpulkan bahwa minat menabung secara keseluruhan dipengaruhi oleh kualitas jasa dan promosi pemasaran. Semakin tinggi kualitas jasa dan promosi pemasaran, semakin tinggi minat menabung Nasabah, dan sebaliknya.
3	Jenio Yusma	<i>Customer Preferences in Storing Wadi'ah Yad Dhamanah Savings</i> (2018)	Dependen: Preferensi Minat Simpanan Wadi'ah  Independen: Kualitas pelayanan dan pengetahuan produk wadi'ah	Dari data yang tersedia menghasilkan temuan bahwa pengetahuan produk wadi'ah berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap preferensi minat nasabah melakukan simpanan wadi'ah, serta kualitas pelayanan juga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap preferensi minat nasabah melakukan simpanan wadi'ah, dan pengetahuan produk memiliki nilai dengan kategori lebih tinggi dimana artinya pengetahuan tentang kelebihan dan kualitas produk wadi'ah sangat mempengaruhi minat nasabah atau anggota untuk melakukan simpanan.
4	Wahyu Hidayat	Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Memilih Tabungan Wadi'ah (2019).	Dependen: Keputusan Pembelian (keputusan memilih tabungan wadi'ah)  Independen: Promosi dan Kualitas Pelayanan	Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa promosi dan kualitas pelayanan yang dilakukan BMT Assyafi'iyah Cabang Pringsewu berpengaruh secara positif dan signifikan secara bersamaan tetapi secara parsial kualitas pelayanan yang dilakukan BMT Assyafi'iyah Cabang Pringsewu terhadap keputusan anggota memilih tabungan wadi'ah tidak

				signifikan pengaruhnya.
5	Nila Nur Fitriyani	Pengaruh Strategi Pemasaran dan Produk Pembiayaan Syariah Terhadap Minat dan Keputusan Anggota (Nasabah) pada Baitul Tanwil Muhammadiyah (BTM) Kota Bandar Lampung (2017).	Dependen: Keputusan Anggota  Independen: Strategi Pemasaran dan Pengetahuan Produk Pembiayaan Syari'ah	Penelitian ini menghasilkan temuan yakni adanya pengaruh positif dan signifikan dari strategi pemasaran dan pengetahuan produk pembiayaan syari'ah terhadap minat dan keputusan anggota dalam menggunakan layanan koperasi atau menggunakan produk keuangan syari'ah yang digunakan BMT Muhammadiyah K ota Bandar Lampung
6	Saiful Bahri, Syarkawi, Mursal, Fizazuawil, Mainun	<i>Trust Giving Transactions on Mu'amalah Al-Wadi'ah : Thematic Interpretation Approaches to Al-Wadi'ah</i> (2019).	Produk Keuangan Syari'ah Simpanan Wadi'ah	Wadi'ah adalah memberikan kekuasaan kepada seseorang yang dipercaya untuk memelihara harta tertentu dengan cara tertentu. Dasar hukum wadi'ah terdapat dalam Alquran, Surat al-Nisa ayat: 58, dan Surat al-Baqarah ayat: 283. Selain itu juga ada dasar hukumnya dalam Hadits, Riwayat Abi Daud. , dan ijmak para ulama. Akibat dan implikasi hukum dari yadh amanah menjadi yadh dhamanah, atau dalam bahasa lain ganti rugi harus terjadi jika dan ini terjadi dalam wadi'ah yad Dhamanah. ', dan menolak setoran.
7	Ani Sumaryam	<i>Factor Influencing Customers in Using Islamic Banking Service</i> (2017).	Dependen: Agama, Kualitas Pelayanan, Pengetahuan Produk  Independen : Keputusan Pembelian (Minat)	Penelitian ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan sangat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat konsumen menggunakan produk keuangan syariah, serta kualitas pelayanan harus terdapat aspek tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan empathy serta pengetahuan produk juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat dalam menjelaskan kelebihan-kelebihan dari produk

				keuangan syari'ah.
8	Cindi Grasela	Faktor Penyebab Keputusan Memilih Tabungan Dengan Simpanan Wadi'ah daripada Simpanan Mudharabah di Bank Syariah (2019)	<p>Depeden: Emosional dan Rasional</p> <p>Independen: Preferensi Konsumen pada Simpanan Wadi'ah</p>	Faktor yang membentuk preferensi konsumen secara emosional dan rasional dalam memilih simpanan wadi'ah adalah kelebihan simpanan wadi'ah daripada simpanan mudharabah, yakni lebih merasa aman tabungan wadi'ah tidak ada biaya potongan sedangkan simpanan mudharabah ada biaya administrasinya, saldo tabungan wadi'ah tidak berkurang sehingga tidak akan merasa khawatir. Dengan tabungan simpanan wadi'ah maka bisa kapan saja mencairkan uang ketika dibutuhkan sedangkan tabungan simpanan mudharabah tidak bisa mencairkan uang kapan saja sehingga membutuhkan waktu sesuai kesepakatan awal simpanan dengan pihak bank.
9	Laitifatul Fahimmah	Pengaruh Kelompok Referensi, Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Memilih Simpanan Wadi'ah Yad Damanah di KSPPS Mitra Usaha Ideal Bungah Gresik Surabaya (2018).	<p>Depeden : Kelompok Referensi, Pelayanan dan Promosi</p> <p>Independen : Keputusan Pembelian (Keputusan Memilih Simpanan Wadi'ah)</p>	Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa kelompok referensi, pelayanan dan promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan memilih simpanan wadi'ah yad-damanah di KSPPS Mitra Usaha Ideal Bungah Gresik. Lalu secara parsial variabel kelompok referensi dan promosi berpengaruh terhadap keputusan memilih simpanan wadi'ah yad-damanah di KSPPS Mitra Usaha Ideal Bungah Gresik. Sedangkan variabel pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan memilih simpanan wadi'ah yad-damanah di KSPPS Mitra Usaha Ideal Bungah Gresik.

10	Muhamad Mufti Syarif	Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Terhadap Minat Menabung dengan Pengetahuan Produk sebagai Variabel Intervening (2018)	Variabel Dependen: Minat Menabung  Independen: Promosi, Kualitas Pelayanan, lokasi dan Pengetahuan Produk	Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pada kualitas pelayanan terhadap minat menabung dan tidak terdapat pengaruh yang signifikan pada promosi dan lokasi dalam mempengaruhi minat menabung.
----	----------------------	--	---	--

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Pendekatan kuantitatif akan menganalisis apakah sistem pemasaran, kualitas pelayanan, pengetahuan produk keuangan syariah berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat simpanan *wadi'ah*. Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang didasarkan pada filosofi *post-positivisme* untuk memeriksa kondisi objek alamiah, peneliti merupakan alat kunci untuk mengambil sampel sumber data (Sugiyono, 2015). Dengan demikian, penelitian kuantitatif sangat cocok untuk menguji hipotesis bagaimana sistem pemasaran, kualitas pelayanan dan pengetahuan produk keuangan syariah terhadap minat simpanan *wadi'ah*. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah anggota Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Swadaya Pribumi yang berada dalam daerah Klapanunggal, Kabupaten Bogor sebanyak 6600 orang, teknik pengambilan sample menggunakan metode *purposive sampling* didapatkan sampel dalam penelitian ini sebanyak 377 sampel, namun atas pertimbangan dan keterbatasan peneliti maka *sample* dibulatkan menjadi 350 sampel.

Variabel penelitian merupakan sebuah konsep yang bisa diukur menggunakan macam-macam nilai satuan guna memberikan gambaran nyata tentang suatu fenomena. Variabel yang dipakai ada 2 yaitu Independent dan dependen.

1. Variabel dependen.

Variabel dependen pada penelitian ini yaitu sistem pemasaran, kualitas layanan, dan pengetahuan produk keuangan syariah.

2. Variabel Independent

Variabel Independent meliputi minat simpanan *wadi'ah* di Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) Swadaya Pribumi Klapanunggal.

## HASIL STATISTIK

### Analisis Deskriptif

Statistics						
	N	Minimum	Maksimum	Mean	Median	Std. Deviation
Sistem Pemasaran	350	14.00	39.99	33.061	34.565	5.018
Kualitas Pelayanan	350	16.55	48.53	39.957	41.770	6.275
Pengetahuan produk	350	9.59	27.67	23.026	23.026	3.691
Minat Simpanan	350	0	1	0.57	1.00	0.496
	350					

Sistem Pemasaran, Kualitas Pelayanan, Pengetahuan Produk, dan Minat Simpanan Wadi'ah menunjukkan bahwa nilai rata-ratanya lebih besar dari nilai standar deviasi sehingga penyimpangan data yang terjadi rendah maka penyebaran nilainya merata.

### Uji Kelayakan Model Regresi Logistik

Variables in the Equation									
		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% C.I. for EXP(B)	
								Lower	Upper
Step 1 <sup>a</sup>	SP	.202	.068	8.694	1	.003	1.331	1.136	1.560
	KP	.241	.067	12.921	1	.000	1.418	1.223	1.643
	PP	.355	.089	15.993	1	.000	1.655	1.336	2.050
	Constant	-24.269	4.517	70.404	1	.000	.000		

a. Variable(s) entered on step 1: SP, KP, PP.

Sumber: Olah Data SPSS, 2021

Koefisien Regresi ( $\beta$ ) Sistem Pemasaran, nilai koefisien regresi variabel Sistem Pemasaran memiliki nilai positif sebesar 0,202. Nilai koefisien yang positif ini menunjukkan jika jumlah Sistem Pemasaran meningkat maka besarnya minat pada produk simpanan wadi'ah di KSPPS Swadaya Pribumi Klapanunggal meningkat sebesar 0,202. Nilai *odds ratio* 1,331 artinya anggota yang terpapar atau merasakan sistem pemasaran KSPPS Swadaya Pribumi lebih berpotensi untuk memiliki minat pada produk simpanan wadi'ah, dengan nilai *common odds ratio lower bound* atau batas bawah sebesar 1,136 dan *upper bound* atau batas atas sebesar 1,560 yang artinya setidaknya anggota yang terkena paparan sistem pemasaran KSPPS Swadaya Pribumi Klapanunggal sekurang-kurangnya berpotensi meningkatkan minat sebesar 1,136 kali dan sebesar-besarnya berpotensi 1,560 kali dapat meningkatkan minat pada produk simpanan wadi'ah.

Koefisien Regresi ( $\beta$ ) Kualitas Pelayanan, nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan memiliki nilai positif sebesar 0,241. Nilai koefisien yang positif ini menunjukkan jika jumlah Kualitas Pelayanan meningkat maka besarnya Minat Simpanan Wadi'ah meningkat sebesar 0,241. Nilai *odds ratio* 1,418 artinya anggota yang terpapar atau merasakan kualitas pelayanan KSPPS Swadaya Pribumi lebih berpotensi untuk memiliki minat pada produk simpanan wadi'ah, dengan nilai *common odds ratio lower bound* atau batas bawah sebesar 1,223 dan *upper bound* atau batas atas sebesar 1,643 yang artinya setidaknya anggota yang terkena paparan atau merasakan kualitas pelayanan KSPPS Swadaya Pribumi Klapanunggal sekurang-kurangnya berpotensi meningkatkan minat sebesar 1,223 kali dan sebesar-besarnya berpotensi 1,643 kali dapat meningkatkan minat pada produk simpanan wadi'ah.

Koefisien Regresi ( $\beta$ ) Pengetahuan produk, nilai koefisien regresi variabel pengetahuan produk memiliki nilai positif sebesar 0,026. Nilai koefisien yang positif ini menunjukkan jika jumlah Pengetahuan produk meningkat maka besarnya Minat Simpanan Wadi'ah meningkat sebesar 0,355. Nilai *odds ratio* 1,666 artinya anggota yang terpapar atau memiliki pengetahuan produk wadi'ah di KSPPS Swadaya Pribumi lebih berpotensi untuk memiliki minat pada produk simpanan wadi'ah, dengan nilai *common odds ratio lower bound* atau batas bawah sebesar 1,336 dan *upper bound* atau batas atas sebesar 2,060 yang artinya setidaknya anggota yang terkena paparan atau memiliki pengetahuan produk wadi'ah di KSPPS Swadaya Pribumi Klapanunggal sekurang-kurangnya berpotensi meningkatkan minat sebesar 1,223 kali dan sebesar-besarnya berpotensi 1,643 kali dapat meningkatkan minat pada produk simpanan wadi'ah.

### Uji Goodness Of Fit

Iteration History <sup>a,b,c,d</sup>						
Iteration		-2 Log likelihood	Coefficients			
			Constant	SP	KP	PP
Step 1	1	281.727	-8.942	.058	.112	.127
	2	241.300	-15.647	.119	.174	.221
	3	230.461	-21.245	.172	.219	.306
	4	229.274	-23.871	.198	.238	.348



	5	229.255	-24.262	.202	.241	.354
	6	229.255	-24.269	.202	.241	.355
	7	229.255	-24.269	.202	.241	.355

Sumber: Olah Data SPSS, 2021

Berdasarkan table dapat dilihat bahwa terjadi penurunan dari nilai -2 Log Likelihood yang hanya berisikan konstanta pada tabel 4.8 dari 474.163 menjadi 229.255 pada tabel 4.9 nilai -2log lokehood yang terdiri dari konstanta dan variabel bebas. Hal ini berarti bahwa terdapat penurunan dari -2 Log Likelihood Block Number 0 ke -2 Log Likelihood Block Number 1 ini menunjukkan bahwa model regresi baik dan model yang dihipotesiskan fit dengan data.

### Uji Kelayakan Model Regresi

Model Summary			
Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	190.673 <sup>a</sup>	.564	.755

Sumber : Olah Data SPSS, 2021

Nilai Nagelkerke R Square 0.755 yang berarti variabilitas variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen adalah sebesar 75,5% sisanya sebesar 24,5% dijelaskan oleh variabel-variabel lain diluar model penelitian.

### Uji Hipotesis

No.	Hipotesis	Beta ( $\beta$ )	Sig.	Kesimpulan
1	H1	0,202	0,003	Signifikan
2	H2	0,241	0,000	Signifikan
3	H3	0,355	0,000	Signifikan

Sumber : Olah Data SPSS, 2021

1. H1 : Ada pengaruh yang positif dan signifikan sistem pemasaran terhadap simpanan *wadi'ah*
  - a. Ho: diterima apabila  $\text{sig} > \alpha$  (5% 0,05), yakni variabel independen tidak berpengaruh pada variabel dependen dan apabila  $\beta$  bernilai negatif.
  - b. Ha: diterima apabila  $\text{sig} < \alpha$  (5% 0,05), yakni variabel independen berpengaruh pada variabel dependen dan apabila  $\beta$  bernilai positif.

Berdasarkan tabel 4.13 di atas menunjukkan bahwa variabel sistem pemasaran sebagai variabel independen memiliki koefisien regresi positif sebesar 0,202 dengan tingkat signifikansi 0,003 yang berada dibawah 0,05 (5%). Karena tingkat signifikansi lebih kecil dari = 5% ( $0,003 < 0,05$ ) maka hipotesis pertama (H1) diterima artinya sistem pemasaran berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat simpanan *wadi'ah*.
2. H1 : Ada pengaruh yang positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap simpanan *wadi'ah*
  - a. Ho: diterima apabila  $\text{sig} > \alpha$  (5% 0,05), yakni variabel independen tidak berpengaruh pada variabel dependen dan apabila  $\beta$  bernilai negatif.
  - b. Ha: diterima apabila  $\text{sig} < \alpha$  (5% 0,05), yakni variabel independen berpengaruh pada variabel dependen dan apabila  $\beta$  bernilai positif

Variabel kualitas pelayanan sebagai variabel independen berdasarkan tabel 4.13 memiliki koefisiensi regresi positif sebesar 0,241 dengan tingkat signifikansi 0,000 yang berada dibawah 0,05 (5%). Karena tingkat signifikansi lebih kecil dari = 5% ( $0,000 < 0,05$ ) maka hipotesis kedua (H2) diterima artinya kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat simpanan *wadi'ah*.
3. H1 : Ada pengaruh yang positif dan signifikan pengetahuan produk keuangan syari'ah terhadap simpanan *wadi'ah*
  - a. Ho: diterima apabila  $\text{sig} > \alpha$  (5% 0,05), yakni variabel independen tidak berpengaruh pada variabel dependen dan apabila  $\beta$  bernilai negatif.

- b.  $H_a$ : diterima apabila  $\text{sig} < \alpha$  (5% 0,05), yakni variabel independen berpengaruh pada variabel dependen dan apabila  $\beta$  bernilai positif

Variabel pengetahuan produk keuangan syariah sebagai variabel independen pada tabel 4.13 memiliki koefisien regresi positif sebesar 0,355 dengan tingkat signifikansi 0,000 yang berada dibawah 0,05 (5%). Karena tingkat signifikansi lebih kecil dari = 5% (0,000 < 0,05) maka hipotesis ketiga ( $H_3$ ) diterima artinya pengetahuan produk keuangan syariah berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap simpanan wadi'ah.

## PEMBAHASAN

### Pengaruh Sistem Pemasaran terhadap Minat Simpanan Wadi'ah KSPPS Swadaya Pribumi Klapanunggal

Dari hasil analisis regresi diperoleh nilai signifikan Sistem Pemasaran sebesar 0,003 dimana nilai signifikan tersebut lebih kecil dari 0,05. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel Sistem Pemasaran berpengaruh signifikan terhadap minat simpanan wadi'ah KSPPS Swadaya Pribumi Klapanunggal secara voluntary. Dengan demikian hipotesis menyatakan bahwa Sistem Pemasaran berpengaruh terhadap minat simpanan wadi'ah KSPPS Swadaya Pribumi Klapanunggal ( $H_1$ ) diterima.

Sistem pemasaran merupakan konsep yang dibuat untuk menghasilkan penjualan, yang dapat mendatangkan keuntungan bagi perusahaan atau individu, lalu diterapkanlah strategi pemasaran. Dalam konsep ekonomi islam parameter yang dipakai dalam melakukan bisnis atau usaha tidak menyangkut dunia saja, namun juga menyangkut urusan akhirat. Al-Qur'an memandang kehidupan manusia sebagai sebuah proses yang berkelanjutan. Manusia harus bekerja bukan hanya untuk meraih sukses di dunia namun juga kesuksesan di akhirat. Menurut prinsip syariah, kegiatan pemasaran harus dilandasi semangat beribadah kepada Allah SWT, berusaha semaksimal mungkin untuk kesejahteraan bersama, bukan untuk kepentingan golongan apalagi kepentingan sendiri. Kegiatan sistem pemasaran merupakan salah satu bentuk ikhtiar dalam melakukan pekerjaan untuk mensukseskan koperasi, dan menarik minat anggota, perintah bekerja terdapat dalam Al-Qur'an Surah At-Taubah ayat 105 di bawah ini:

لَهُ مَعْقَبَاتٍ مِّن بَيْن يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مَن أَمَرَ اللَّهُ إِنَّا اللَّهُ لَا يَغْيِرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغْيِرُوا مَا بِأَنفُسِهِمْ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ ۗ وَمَا لَهُم مِّن دُونِهِ مِن وَالٍ

Artinya : Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan (Qs. At Taubah ; 105)

Penelitian ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Olivia Firda Yuanita (2017) yang berjudul "Pengaruh Produk, Kualitas Jasa, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Penabung (Studi pada BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur)", lalu sejalan dengan penelitian Nila Nur Fitriyanti (2017) yang berjudul "Pengaruh Strategi Pemasaran dan Produk Pembiayaan Syariah Terhadap Minat dan Keputusan Anggota (Nasabah) pada Baitul Tanwil Muhammadiyah (BTM) Kota Bandar Lampung", lalu penelitian oleh Wahyu Hidayat (2019) berjudul "Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Memilih Tabungan Wadi'ah" dan penelitian oleh Laitifathul Fahimah (2018) dengan judul "Pengaruh Kelompok Referensi, Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Memilih Simpanan Wadi'ah Yad Damanah di KSPPS Mitra Usaha Ideal Bungah Gresik Surabaya."

### Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Minat simpanan wadi'ah KSPPS Swadaya Pribumi Klapanunggal

Dari hasil analisis regresi diperoleh nilai signifikan Kualitas pelayanan sebesar 0,000 dimana nilai signifikan tersebut lebih besar dari 0,05. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan sangat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat simpanan wadi'ah KSPPS Swadaya Pribumi Klapanunggal, mengartikan bahwa ketika kualitas pelayanan meningkat maka minat anggota koperasi untuk melakukan simpanan wadi'ah juga akan meningkat. Dengan demikian hipotesis menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat simpanan wadi'ah KSPPS Swadaya Pribumi Klapanunggal secara ( $H_2$ ) diterima.

Kualitas layanan menurut ISO 9001 mengacu pada sejauh mana persyaratan tertentu dipenuhi melalui karakteristik yang melekat. Dalam hal ini, permintaan adalah permintaan atau harapan eksplisit, biasanya implisit atau wajib. Kualitas pelayanan terhadap nasabah persepektif islam dimana ekonomi islam merupakan ilmu yang luas, mengatur segala bentuk usaha, tak terkecuali melayani nasabah, dalam Al-Qur'an Allah SWT telah berfirman dalam QS. Ali Imran 159 :

فِيمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ إِنَّتَ لَهُمْ ذُو كَرَمٍ وَإِنَّكَ مُخْتَلِفٌ أَلْفُؤُهُمْ وَأَسْتَغْفِرُ لَهُمْ وَشَاوِرُهُمْ فِي الْأَمْرِ فإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya : "Maka disebabkan rahmat dari Allah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepadanya." (Qs. Ali Imran :159)

Ayat diatas menjelaskan bahwa, apabila KSPPS Swadaya Pribumi Klapanunggal menginginkan nasabah untuk tidak beralih ke perusahaan lain, hendaklah pegawai KSPPS Swadaya Pribumi Klapanunggal memberikan pelayanan yang baik, bermurah senyum terhadap nasabah, memberikan fasilitas terbaik, sehingga membuat nasabah menjadi nyaman, serta memberikan sarana dan prasarana yang memadai. Faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas adalah kemampuan untuk memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah. Pelayanan yang dijanjikan dan akurat (*reability*), pelayanan yang cepat dan tepat (*responsivess*), pelayanan yang menanamkan rasa percaya dan keyakinan kepada nasabah (*assurance*), pelayanan yang ramah dan bersahabat (*emphaty*), dan bukti nyata yang diberikan, seperti kerapihan, suasana ruang (*tangible*) akan mempengaruhi minat simpanan wadi'ah pada anggota.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Olivia Firda Yuanita (2017) yang berjudul "Pengaruh Produk, Kualitas jasa, Promosi, dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Penabung di BMT Mandiri Sejahtera Cabang Pasar Kranji, Lamongan Jawa Timur", lalu sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ani Sumaryam (2017) yang berjudul "Factor Influencing Customers in Using Islamic Banking Service", lalu penelitian oleh Muhammad Mufti Syarif (2018) yang berjudul "Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Terhadap Minat Menabung dengan Pengetahuan Produk sebagai Variabel Intervening".

#### **Pengaruh Pengetahuan produk Terhadap Minat simpanan wadi'ah KSPPS Swadaya Pribumi Klapanunggal**

Dari hasil analisis regresi diperoleh nilai signifikan Pengetahuan produk sebesar 0,000 dimana nilai signifikan tersebut lebih rendah dari 0,05. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variable pengetahuan produk keuangan syari'ah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat simpanan wadi'ah KSPPS Swadaya Pribumi Klapanunggal. Dengan demikian hipotesis menyatakan bahwa Pengetahuan produk berpengaruh secara signifikan terhadap minat simpanan wadi'ah KSPPS Swadaya Pribumi Klapanunggal dan (H3) diterima. Hal yang mengakibatkan Pengetahuan produk berpengaruh signifikan adalah bahwa dominan anggota koperasi setuju dengan pernyataan *mengetahui bahwa produk yang ada di KSPPS sudah sesuai dengan ajaran agama islam*.

Pengetahuan atas produk wadi'ah harus diikuti dengan pengetahuan individu terkait pengetahuan syariah yang dapat dikaji dari *al-qur'an*, pengetahuan memiliki tingkat signifikan yang tinggi menandakan bahwa anggota yang memiliki pengetahuan mengenai produk sudah sesuai dengan ajaran agama islam akan memiliki minat untuk melakukan simpanan simpanan wadi'ah dimana mereka yakin bahwa simpanan wadi'ah terhindar dari hal-hal yang tidak diridhoi Allah SWT yakni riba dan perilaku tidak adil dalam menetapkan aturan atau kebijakan. Berikut adalah ayat-ayat Al-Qur'an yang menjelaskan mengenai riba dan adil :

فَإِنْ لَمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَإِنْ تُبْتُمْ فَلَكُمْ رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ

Artinya : "Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. Dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak menganiaya dan tidak (pula) dianiaya." (Qs. Al-Baqarah : 279)

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

Artinya : Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat (Qs. An-Nisa' : 58)

Pengetahuan mengenai produk yang sudah sesuai dengan ajaran agama islam yakni dengan menjauhi larangan-larangan Allah SWT sesuai dengan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (PermenKUKM) Tentang Pelaksanaan Kegiatan Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Tahun 2015 :

- a. PERMENKUKM Tentang Pelaksanaan Kegiatan Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah No.16/Tahun

2015 Bab I Pasal 1 Nomor 48 : Wadiah adalah simpanan penitipan barang atau uang antara pihak yang mempunyai barang atau uang dan pihak yang diberi kepercayaan dengan tujuan untuk menjaga keselamatan, keamanan, serta keutuhan barang atau uang.

- b. PERMENKUKM Tentang Pelaksanaan Kegiatan Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah No.16/Tahun 2015 Bab VII Pasal 21 Ayat 1(1) : menghimpun simpanan dari anggota yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah dengan simpanan wadiah atau mudharabah
- c. PERMENKUKM Tentang Pelaksanaan Kegiatan Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah No.16/Tahun 2015 Bab IX Pasal 24 Ayat 5 : Perhitungan imbal jasa atau bonus yang bersifat sukarela untuk simpanan yang menggunakan simpanan wadiah didasarkan kepada kebijakan operasional KSPPS atau USPPS koperasi.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Abdul Haris Romdhoni dan Dita Ratnasari (2018) yang berjudul " Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah", lalu penelitian Jenio Yusma (2018) yang berjudul *Customer Preferences in Storing Wadi'ah Yad Dhamanah Savings*, sejalan juga dengan penelitian Nila Nur Fitriyani (2017) dengan judul " Pengaruh Strategi Pemasaran dan Produk Pembiayaan Syariah Terhadap Minat dan Keputusan Anggota (Nasabah) pada Baitul Tanwil Muhammadiyah (BTM) Kota Bandar Lampung", dan penelitian milik Ani Sumaryam (2017) dengan judul "*Factor Influencing Customers in Using Islamic Banking Service*"

## **KESIMPULAN**

Kesimpulan yang didapatkan dari analisis regresi logistik biner pada pengaruh sistem pemasaran, kualitas pelayanan dan pengetahuan produk terhadap minat simpanan wadi'ah di KSPPS Swadaya Pribumi Klapanunggal adalah sebagai berikut. Berdasarkan pengujian hipotesis secara uji wald menyatakan bahwa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat simpanan wadi'ah di KSPPS Swadaya Pribumi Klapanunggal yang berpengaruh secara positif dan signifikan adalah sistem pemasaran, kualitas pelayanan dan pengetahuan

Sistem Pemasaran berpengaruh secara signifikan terhadap minat simpanan wadi'ah di KSPPS Swadaya Pribumi Klapanunggal, dimana sistem pemasaran mengindahkan kaidah pemasaran dalam islam dan menjunjung tinggi kejujuran. Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat simpanan wadi'ah di KSPPS Swadaya Pribumi Klapanunggal, dimana kualitas pelayanan petugas dinilai dari keakuratan (*reability*), pelayanan yang cepat dan tepat (*responsivess*), pelayanan yang menanamkan rasa percaya dan keyakinan kepada nasabah (*assurance*), pelayanan yang ramah dan bersahabat (*emphaty*), dan bukti nyata yang diberikan, seperti kerapihan, suasana ruang (*tangible*). Pengetahuan Produk Wadi'ah berpengaruh secara signifikan terhadap minat simpanan wadi'ah di KSPPS Swadaya Pribumi Klapanunggal, dimana produk simpanan menggunakan simpanan wadi'ah sesuai dengan ajaran agama islam dengan menghindari riba dan berlaku adil dalam membuat kebijakan imbalan atau hadiah yang berlaku pada simpanan wadi'ah dan faktor-faktor yang mempengaruhi minat simpanan wadiah pada penelitian ini yakni sistem pemasaran, kualitas pelayanan dan pengetahuan produk dapat dijelaskan sebesar 75,5%, dan sisanya sebesar 24,5% dijelaskan oleh variabel-variabel lain diluar model penelitian.

## **SARAN**

Berdasarkan kesimpulan dari keterbatasan di atas, maka saran yang dapat diberikan untuk penelitian – penelitian selanjutnya adalah, penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah lagi variabel independen dalam memprediksi minat simpanan wadi'ah di KSPPS Swadaya Pribumi Klapanunggal. Seperti variabel bagi hasil, motivasi, promosi sehingga dapat menambah informasi mengenai variabel apa saja yang bisa digunakan dalam mempengaruhi minat simpanan wadi'ah di KSPPS Swadaya Pribumi Klapanunggal dan saran bagi KSPPS Swadaya Pribumi Klapanunggal diharapkan dapat meningkatkan sistem pemasaran, kualitas pelayanan dan pengetahuan produk. Karena dengan meningkatnya faktor-faktor tersebut akan meningkatkan minat simpanan wadi'ah di KSPPS Swadaya Pribumi Klapanunggal.

## **DAFTAR RUJUKAN**

Abolfathi Momtaz, Yadollah & Ibrahim, Rahimah & Yahaya, Nurizan & Chai, Sen Tyng. (2019). Moderating effect of religiosity on the relationship between social isolation and psychological well-being. *Mental Health. Religion & Culture. Mental Health Religion & Culture Religion & Culture*(2):141-156

- Adiwarman Karim. (2001) *Ekonomi Islam Suatu Kajian Kontemporer*. Jakarta: Gema Insani Press, hlm. 86
- Al Asqalani, Ibnu Hajar. *Bulughul Maram*. Jeddah, hlm. 182
- Al Kanzu, Hibba & Harry Soesanto. (2016). *Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Dan Perceived Value Terhadap Kepuasan Religius Untuk Meningkatkan Minat Menabung Ulang*. *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*
- Al-Khalafi, Abdul 'Azhimbim Badawi. (2007). *Al-Wajiz Ensiklopedi Dalam Fiqih Islam Dalam Al-Qur'an dan Assunnah As-Shalihah*. Jakarta: Pustaka Assunnah As-Shalihah, 2007, hlm 689.
- Algifari. (2009). *Analisis Regresi Teori, Kasus, dan solusi*. Yogyakarta: BPFPE.
- Amirullah. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Cetakan 1, Malang: Bayumedia Publishing.
- Anton M. Moeliono, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka 1999)
- Antonio, Muhammad Syafi'i. (2001) *Bank Syariah'ah dari Teori ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani, hlm.36-90
- Ascarya. (2008). *Simpanan dan Produk Bank syariah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. hlm.42-43
- Asyari. (2003). *Kamus Istilah Ekonomi Syariah*. Bandung: Alma' Arif, hlm. 50
- Atmaja, L. S. 2009. *Statika Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Buchori, Nur S. (2012). *Koperasi Syariah*. Jakarta: Pustaka Afa Media, h. 12.
- Burhanudin Yusuf (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia di Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Dahlan, Abdul Aziz (1996). *Ensiklopedi Hukum Islam*. Jakarta: Ihtiar Baru Van Hoeve.
- Dunil, Z. (2004). *Kamus Istilah Perbankan Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, hlm.330
- Fitriyani, Nila Nur. (2018). *Pengaruh Pelayanan dan Kohesivitas Terhadap Loyalitas Anggota Pada KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Surabaya*. Skripsi: Surabaya. Program Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (Edisi Ke 4)*. Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam, 2007, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19*. Semarang: BPUD.
- Ghozali, I. 2013. *Aplikasi Analisis dengan Program SPSS*. Semarang: Undip. Gudono. 2014. *Analisis data multivariat*. Yogyakarta: BPFPE.
- Hasan, M. Ali (2003). *Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam (Fiqh Muamalah)*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, hlm. 161.
- Hoetoro, Arif. (2018). *Ekonomi Mikro Islam: Pendekatan Integratif*. Malang: UB Press
- Hosmer, D.W. dan S. Lemeshow, (2000) : *Applied Logistic Regression*. Second Edition, John Willey & Sons, New York.
- Ibnu Muflih: *al-Mubdi' fi Syahril-Muqni'*, juz V, hlm.233
- Idri. (2015). *Hadis Ekonomi: Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi*. Jakarta: PT Fajar Intrepratama Mandiri, hlm. 248.
- Indriantoro, Nur. dan Bambang Supomo. 2009. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFPE.
- Janwari, Yadi. (2005) *Fikih Lembaga Keuangan Syariah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. hlm. 34
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia
- Latan, H., & Temalagi, S. 2013. *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20,0*. Bandung: Alfa beta.
- M. Ali Hasan (2003), *Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam (Fiqh Muamalah)*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, hlm. 161.
- Malina, Ropi & Pratami Yola Y. (2017). *Koperasi Syariah Sebagai Solusi Penerapan Simpanan Syirkah yang Sah*. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, Vol. 1 No. 2. Hlm 263-275
- McDaniel, S.W. and Burnett, J.J. (1990) *Consumer Religiosity and Retail Store Evaluative Criteria*. *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol.18, hlm. 101-112.

- Meiana, Hanif Eka. (2016). Analisis Syari'ah Simpanan Wadi'ah di Bank Syariah. Skripsi: Yogyakarta. Program Keuangan dan Perbankan Syariah STEI Hamfara
- Miladia, Dzannur Ida. (2018). Peranan Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) Terhadap Perekonomian Anggota Atau Calon Anggota Dalam Perspektif Ekonomi Islam. Skripsi: Semarang. Program Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo
- Musbikin, Imam. (2001). Qawa'id al-Fiqhiyah, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. Cet. Ke-1, hlm.58
- Noor, Juliansyah. 2012. Metodologi Penelitian. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Peraturan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia Nomor 16/Per/M.KUKM/IX/2015 tentang pelaksanaan kegiatan usaha simpan pinjam dan pembiayaan syariah oleh koperasi.
- Rofiq, Ahmad. 2004. Fiqih Kontekstual dari Normatif ke Pemaknaan Sosial. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Romdhoni, Dita. 2018. Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Vol.4 no.2, hlm. 136-147
- Sabiq, Sayyid. (2009). Fikih Sunnah jilid 5. Jakarta: Cakrawala Publishing. hlm. 311
- Salma, Fitria S & Ratnasari, Ririn T. (2015). Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas Di Surabaya. Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan, Vol. 2 No. 4. Hlm 322-339
- Sarjono, H., & Julianti, W. 2011. SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset. Jakarta: Salemba Empat.
- Sitio, Arifin dan Tamba, Halomoan. (2001). Koperasi dan Teori Praktik. Jakarta: Erlangga, hlm.16-17
- Sofyan Assauri, Manajemen Pemasaran, (Jakarta: Rajawali press, 2011) h. 141
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sukanto M., Nafsiologi, (Jakarta: Integritas Press, 1985) h. 120
- Sumarni, Murti. (2002) Manajemen Pemasaran Bank. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, hlm. 34-53
- Supangat, Andi. 2007. Statistika dalam Kajian Deskriptif. Inferensi dan Nonparametrik. Edisi Pertama. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Susanti, Diana, Marita. (2017). Pengaruh Pengetahuan Lokasi, Kualitas, Pelayanan dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Anggota Menabung di BMT Bina Umat Sejahtera Kalijambe. Thesis: Institut Agama Islam egeri Surakarta.
- Swastha, Basu. (2008). Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty Offset, hlm. 5
- Syarif Wijaya (2000). Lembaga-lembaga Keuangan dan Bank. Yogyakarta: BPFE, hlm. 6
- Tim Penulis DSN-MUI-Bank Indonesia. (2003). Himpunan Fatwa Dewan Syari'ah Nasional. Jakarta: PT Intermedia, hlm. 40
- Undang-Undang No. 25 tahun 1992 tentang Perkoperasian.
- Undang-Undang NO 17 Tahun 2012 tentang Koperasi
- Wasiaturrahma, et.al. (2020). Breadth and Depth Outreach of Islamic Cooperatives do Size, Non-Performing Finance, and Grant Matter?. Heliyon, Vol 6
- Wijaya, Davis. (2016) Pemasaran Jasa Pendidikan. Jakarta: Bumi Aksara. hlm.179
- Wijaya, I.F., Hakim, A.R., Saputro, N & Mulyadi, M. (2019). Religiosity Level and Saving Decisions in Baitul Maal wat Tamwil: the case of Indonesia. Journal of Islamic Marketing, Vol. 11 No. 6, pp. 1465-1483
- Wiryaningsih, et.al. (2005), Bank dan Asuransi Islam di Indonesia. Jakarta: Kencana, hlm. 125.
- Zuhaili, Wahbah. (1999). Al Fiqh Al-Islamiy wa Adillatuh juz 4. <http://www.depkop.go.id> diakses pada 17 September 2020