

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum BPRS Madina Mandiri Sejahtera

1. Sejarah Berdiri

BPRS Madina Mandiri Sejahtera didirikan pada tahun 2007, dari inisiatif para pemegang saham BMT Al Ikhlas Yogyakarta. Tujuan pendirian ini adalah mendirikan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah yang diharapkan mampu menguatkan pemberdayaan sektor riil dan dunia usaha mikro melalui lembaga keuangan yang gesit, kredibel dan segmen yang lebih luas. Pendiriannya dilatar belakangi oleh keinginan yang tidak terlepas dari pencetus ide-ide orang yang ingin mendirikan BPRS, dan untuk inspirator dari BPRS Madina Mandiri Sejahtera adalah para pemegang saham dari BMT Al Ikhlas yaitu Ahmad Sumiyanto, SE, Msi (Ketua Pengelola BMT Al Ikhlas), Edi Susilo, SE (Sekertaris BMT Al Ikhlas) dan Muh. Nurdin Susanto, SE (Bendahara BMT Al Ikhlas), serta menggandeng pengusaha anggota DPR RI yaitu Habib Aboe Bakar Al Habsyi, dan Prof. Dr. H. Amir Muallim, Msi selaku dosen pasca sarjana MSI (Magister Studi Islam) UII (Universitas Islam Indonesia).

Berdasarkan latar belakang tersebut dana yang terkumpul untuk mendirikan BPRS Madina Mandiri Sejahtera dari para pemegang saham sebesar Rp. 750.000.000,00 dan kemudian diserahkan ke Bank Indonesia (BI) untuk permohonan pembukaan BPRS Madina Mandiri Sejahtera.

Dengan diturunkannya izin prinsip No. 8/2411/DPbs tanggal 27 November 2006 dan izin operasional dari keputusan Gubernur Bank Indonesia pada tanggal 8 November 2007 dengan No. 9/57/KEP.GBI/2007, maka sejak bulan November 2007 BPRS Madina Mandiri Sejahtera mulai beroperasi.

Di dalam dunia perbankan khususnya perbankan syariah, ada berbagai faktor yang cukup berpengaruh terhadap jumlah nasabah diantaranya adalah kepercayaan nasabah atau masyarakat terhadap lembaga keuangan serta strategi pemasaran yang diterapkan oleh lembaga keuangan itu sendiri. Bila dilihat dari kondisi riil, BPRS Madina Mandiri Sejahtera berbeda dengan BPRS lainnya, selain karena BPRS Madina Mandiri Sejahtera termasuk cukup muda usianya sehingga harus lebih keras mensosialisasikan kepada masyarakat tentang keberadaan serta kualitas pelayanannya, sehingga dapat diterima oleh masyarakat dan masyarakat pun tidak ragu untuk menggunakan produk BPRS Madina Mandiri Sejahtera. Nasabah BPRS Madina Mandiri Sejahtera merupakan nasabah yang kebanyakan adalah kerabat dari karyawan BPRS Madina Mandiri Sejahtera. Kantor PT.BPRS Madina Mandiri Sejahtera terletak di JL. Parangtritis No. 184 Km. 3,5, Sewon, Bantul, Yogyakarta.

2. Letak Geografis

Secara Geografis, BPRS Madina Mandiri Sejahtera memiliki tempat sangat strategis yang beralamatkan di Jln.Parangtritis km. 3,5 No.184 Sewon Bantul DIY. Meski tidak terletak di pusat kota Yogyakarta, namun Jalan Parangtritis merupakan akses utama untuk menuju pusat kota

Yogyakarta karena BPRS Madina Mandiri Sejahtera terletak di garis perbatasan kota Yogyakarta dan Kabupaten Bantul. Letak BPRS Madina Mandiri Sejahtera merupakan kawasan yang efektif dari sebuah usaha untuk penentuan segmentasi pasar. Selain itu letak geografis BPRS Madina Mandiri Sejahtera juga dekat dengan salah satu segmentasi pasarnya dalam mensosialisasikan dan memasarkan produknya, yaitu dekat dengan pusat kegiatan ekonomi, misalnya pasar, instansi public, para pelaku usaha mikro kecil dan menengah. Karena lembaga usaha itu sendiri yang cenderung dekat dengan konsumen dan pertimbangan demikian dalam keputusan untuk membangun sebuah usaha.

3. Visi dan Misi

BPRS Madina Mandiri Sejahtera yang mempunyai visi dan misi sebagai berikut :

- a. Visi : Bertekad untuk mengembangkan diri menjadi BPR Syariah terdepan di Indonesia dan *uswah* (teladan) bagi lembaga keuangan lainnya.
- b. Misi :
 - Memberikan layanan produk perbankan berdasarkan pola syariah dengan menggunakan *asas prudential banking*.
 - Berperan aktif meningkatkan kesejahteraan pengusaha kecil dan menengah dengan prinsip keadilan dan saling menguntungkan.
 - Senantiasa menjaga dan menjunjung tinggi citra Bank Madina Syariah (PT. BPRS MADINA MANDIRI SEJAHTERA) sebagai

Lembaga Keuangan Syariah kepercayaan masyarakat, khususnya di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta (Data Primer BPRS Madina Mandiri Sejahtera, 2011)

4. Struktur Organisasi

Dalam lembaga keuangan tentunya terdapat pemegang saham, yaitu orang yang memiliki dana untuk mendirikan sebuah lembaga keuangan. Selain pemegang saham tentu saja dibutuhkan pengelola yang terdiri dari beberapa SDM yang memiliki keahlian di bidang tersebut yang nantinya membentuk suatu tim sebagai suatu susunan organisasi. Adapun Bagan Struktur Organisasi di BPRS Madina Mandiri sejahtera (Data Primer BPRS Madina Mandiri Sejahtera, 2011) :

Pemegang Saham:

- Habib Aboe Bakar Al-Habsyi
- Ir. Arief Budiono
- Prof. Dr. H. Amir Muallim, MIS
- H. Ahmad Sumiyanto, SE, MSI
- Muh. Nurudin Susanto, SE
- Drs. H. Zainal Abidin Zarputra, MM

Dewan Pengawas Syariah :

- DR. H. Yunahar Ilyas, Lc, M.Ag
- H. Ahmad Khudori, Lc

Dewan Komisaris :

- Komisaris Utama: Ahmad Sumiyanto, SE, MSI

- Komisaris : Prof. Dr. H. Amir Muallim, MIS
- Komisaris : Drs. H. Zainal Abidin Zарputra, MM

Direksi :

- Direktur Utama : H. Yoyok Suryo Kuncoro, SE, MM
- Direksi : Resky Noviana Effendi, SE

Internal Audit :

- Wahyu Retno Wijayanti, SE

Kabag Marketing : Ahmad Helmi Syaifullah, SE

- Marketing : Zamzuri, S. Ag. SH
- : Yusfrita Rahmawati, ST
- : Arika Edi Mulyanto, SEI

Kabag Adm Pembiayaan : Joko Astono, SIP

- Admin Internal / OPS : Dyah Ramayanti Sarwono, SEI

Kabag Operasional : Ayu Kesumawati, S. Pt

- Accounting : Reni Azizah, SEI
- Customer Service : Isni Puspitasari, SE
- Teller : Dian P Sofiansyah, SE
- Teller Pick Up : Nurwida Sinta Devi, SP
- : Nike Ardiyanti
- : Flora Indah L
- Satpam : Hartana
- Keamanan & Umum : Wagimin

5. Perkembangan

Bila dilihat dari kondisi riil, BPRS Madina Mandiri Sejahtera berbeda dengan BPRS lainnya, selain karena BPRS Madina Mandiri Sejahtera termasuk cukup muda usianya sehingga harus lebih keras mensosialisasikan kepada masyarakat tentang keberadaan serta kualitas pelayanannya sehingga akrab dihati masyarakat, sehingga masyarakat tidak ragu untuk menggunakan produk BPRS Madina Mandiri Sejahtera.

Namun selama kurang lebih 3 tahun beroperasi, perkembangan BPRS Madina Mandiri Sejahtera cukup bagus. Hal ini dibuktikan dengan pertumbuhan asset per Desember 2010 yang terus naik menjadi Rp 12.202.443.000,- dibanding Desember 2009 lalu yang jumlah assetnya baru mencapai Rp 8.341.816.000,- serta jumlah dana pihak ketiga yang berjumlah Rp. 11.647.226.000,- dengan jumlah pembiayaan Rp 8.000.000.000,- (Data Laporan Keuangan PT BPRS MADINA MANDIRI SEJAHTERA 2010)

Perkembangan BPRS Madina Mandiri Sejahtera cukup bagus. Hal ini dapat dilihat dari beberapa aspek berikut :

- a. Aspek *Asset* PT. BPRS Madina Mandiri Sejahtera
- Adapun jumlah *asset* PT. BPRS Madina Mandiri Sejahtera, dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut:

Tabel 4.1
Perkembangan *Asset*
PT. BPRS Madina Mandiri Sejahtera
(31 Desember 2008 – 31 Desember 2010)

Tahun	Jumlah	Peningkatan (%)
31 Des 2008	Rp. 4.407.747.000,00	-
31 Des 2009	Rp. 8.341.816.000,00	89,3
31 Des 2010	Rp. 12.202.443.000,00	46,3

Dari tabel 1 diatas dapat dilihat perkembangan peningkatan *asset* pada umumnya dari Tahun 2009 terjadi peningkatan yaitu 89,3% dengan nominal Rp. 3.934.069.000,00. Di tahun 2010 tetap terjadi peningkatan *asset* hanya saja persentasenya tidak lebih besar dibandingkan dengan persentase kenaikan *asset* ditahun 2009. Terjadi penurunan persentase sebesar 43 % dengan nominal *asset* Rp. 3.860.627.000,00

b. Aspek Penghimpunan Dana

Perkembangan penghimpunan dana (Dana Pihak Ketiga) BPRS Madina Mandiri Sejahtera, dapat dilihat pada tabel 4.2 dibawah ini :

Tabel 4.2

**Perkembangan Penghimpunan Dana
PT. BPRS Madina Mandiri Sejahtera
(31 Desember 2008 – 31 Desember 2010)**

Tahun	Jumlah	Peningkatan (%)
31 Des 2008	Rp. 4.061.494.000,00	-
31 Des 2009	Rp. 7.919.350.000,00	94,9
31 Des 2010	Rp. 11.674.266.000,00	47,4

Dari tabel 2 diatas, dapat dilihat perkembangan jumlah Dana Pihak Ketiga (DPK) BPRS Madina Mandiri Sejahtera. Pada tahun 2009 terjadi peningkatan sebesar 94.9% dengan nominal Rp. 3.857.856.000,00. Dan pada tahun 20010 peningkatan sebesar 47.4% dengan nominal Rp. 3.754.916.000,00.

c. Aspek Penyaluran Dana

Penyaluran dana (Piutang & Pembiayaan/Outstanding)
BPRS Madina Mandiri Sejahtera dapat dilihat pada tabel 4.3
dibawah ini :

Tabel 4.3
Perkembangan Penyaluran Dana
PT. BPRS Madina Mandiri Sejahtera
(31 Desember 2008 – 31 Desember 2010)

Tahun	Jumlah	Peningkatan (%)
31 Des 2008	Rp. 3.105.077.000,00	-
31 Des 2009	Rp. 4.691.893.000,00	51,1
31 Des 2010	Rp. 8.038.193.000,00	71,3

Dari tabel 3 diatas, dapat dilihat perkembangan penyaluran dana (piutang & pembiayaan/ outstanding). Pada tahun 2009 jumlah pembiayaan mengalami kenaikan yang sangat luar biasa sebesar 51,1% dengan nominal Rp. 1.586.816.000,00. Dan pada tahun 2010 terjadi kenaikan sebesar 71,3% dengan nominal Rp. 3.346.300.000,00.

6. Jumlah Nasabah dan Sebarannya

Dari awal berdirinya sampai dengan tahun 2011 ini jumlah nasabah BPRS Madina Mandiri Sejahtera selalu mengalami peningkatan. Adapun jumlah nasabah yang berhasil dihimpun BPRS Madina Mandiri Sejahtera per desember 2010 berjumlah 1156 untuk nasabah simpanan dan deposito. Sedangkan untuk nasabah pembiayaan berjumlah 483 dengan perincian 250 nasabah pembiayaan KOPMA dan 233 untuk nasabah pembiayaan umum. Area sebaran nasabah adalah di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta dan Jawa Tengah.

7. Produk yang ditawarkan

1) *Produk Tabungan*

Adapun produk tabungan BPRS Madina :

a. Tabunganku *iB Wadiah*

Yaitu : Tabungan khusus perorangan yang fleksibel penyetoran dan penarikannya tanpa biaya administrasi bulanan dan bebas administrasi buku rekening tabungan.

Setoran Awal : Rp 10.000,-

b. Tabungan *Mudharabah*

Yaitu : Tabungan yang fleksibel memungkinkan nasabah menyetor dan menarik tabungannya setiap saat selama jam buka layanan kas.

Setoran Awal : Rp 10.000,- (Perorangan)

Rp 25.000,- (Badan)

c. Tabungan *Hari Raya*

Yaitu : Tabungan yang dipersiapkan untuk kebutuhan dana di hari raya Idul Fitri. Penyetoran dapat dilakukan setiap saat dengan penarikan satu pekan sebelum Hari Raya Idul Fitri.

Setoran Awal : Rp 25.000,-

d. Tabungan *Pendidikan*

Yaitu : Tabungan untuk membantu persiapan kebutuhan dana diakhir tahun ajaran baru. Setoran dapat dilakukan setiap saat, penarikan dilakukan pada akhir tahun ajaran atau sesuai kesepakatan. Dapat dibuka atas nama pribadi (untuk persiapan sekolah putra-putrinya) atau atas nama badan (sekolah) secara kolektif dari siswa.

Setoran Awal : Rp 10.000,-

e. Tabungan *Qurban*

Yaitu : Tabungan untuk membantu persiapan Qurban. Penyetoran dapat dilakukan setiap saat dengan waktu penarikan satu pekan sebelum Hari Raya Idul Adha.

Setoran Awal : Rp 25.000,-

f. Tabungan *Haji*

Yaitu : Tabungan yang dipersiapkan untuk menunaikan ibadah haji / umroh. Penyetoran dapat dilakukan setiap saat dan penarikan dapat dilakukan sebelum menunaikan ibadah haji / umroh dengan konfirmasi ke bank satu pekan sebelumnya.

Setoran Awal : Rp 25.000,

g. *Tabungan Walimah*

Yaitu : Tabungan yang digunakan untuk persiapan walimah / pernikahan. Penarikan dapat dilakukan ketika akan melangsungkan pernikahan dengan konfirmasi satu pekan sebelumnya.

Setoran Awal : Rp 25.000,-

2) *Produk Deposito*

• **Deposito Madina Sejahtera**

Yaitu : Simpanan yang penyetorannya dilakukan sekali dan penarikannya hanya dapat dilakukan pada saat jatuh tempo.

Jangka waktu : 2 tahun (24 bulan)

Setoran minimal : Rp 15.000.000,-

• **Deposito Berjangka**

Yaitu : Simpanan yang penyetorannya dilakukan sekali dan penarikannya hanya dapat dilakukan pada saat jatuh tempo.

➤ Jangka waktu yang ditawarkan :

- 3 bulan - 6 bulan

- 12 bulan

➤ Setoran minimal : Rp. 1.000.000,-

➤ Keunggulan : Bagi Hasil Kompetitif

3. *Produk Pembiayaan*

Adapun produk pembiayaan BPRS Madina :

a. *Pembiayaan Mudharabah*

Yaitu : Pembiayaan untuk modal usaha dimana Bank menyediakan 100% modal yang dibutuhkan nasabah. Selanjutnya pembagian hasil dilakukan sesuai dengan nisbah yang telah disepakati bersama.

b. *Pembiayaan Musyarakah*

Yaitu : Pembiayaan dalam bentuk kerjasama usaha / proyek. Nasabah dan BPRS sepakat menyediakan modal sesuai proporsi. Pembagian hasil dilakukan sesuai dengan nisbah yang telah disepakati bersama berdasarkan proporsi pendapatan (*revenue sharing*).

c. *Pembiayaan Ijarah*

Yaitu : Pembiayaan dengan sistem sewa jasa. BPRS menyediakan jasa sesuai pesanan nasabah selanjutnya disewakan kepada nasabah.

d. *Pembiayaan Murabahah*

Yaitu : Pembiayaan dengan sistem jual beli. BPRS menyediakan barang sesuai pesanan nasabah kemudian menjual kepada nasabah dengan harga yang telah disepakati bersama untuk jangka waktu tertentu.

e. Pembiayaan *Multijasa*

Yaitu : Pembiayaan dengan sistem ijarah untuk memenuhi kebutuhan nasabah, misalnya kebutuhan terhadap biaya pendidikan, dll.

8. Keistimewaan Lembaga

Sebuah lembaga dalam situasi persaingan dimana semakin banyak bermunculan lembaga keuangan sebagai pesaing, maka BPRS Madina Mandiri Sejahtera pun dituntut untuk terus berkembang, kreatif, serta berani melakukan terobosan baru, baik didalam aspek kualitas, manajemen, maupun sumber daya insaninya. Adapun keistimewaan, keunggulan serta keunikan BPRS Madina Mandiri Sejahtera antara lain :

- a. Promosi yang dilakukan BPRS Madina Mandiri Sejahtera juga menggunakan system pendekatan mendatangi nasabah secara langsung. Dalam hal ini tim marketing melakukan sosialisasi dengan mendatangi nasabah, baik nasabah perorangan, lembaga, maupun instansi. Dengan berpromosi langsung kepada nasabah, informasi yang disampaikan sangat akurat dan cara ini cenderung lebih efektif.
- b. Para pendiri serta pengurus BPRS Madina Mandiri Sejahtera merupakan pengelola dari BMT Al Ikhlas yang sudah besar serta berkembang, sehingga dalam pengucuran dana tidak terlalu mengalami kesulitan karena antara keduanya sudah terjalin kerjasama dengan baik secara pribadi maupun bisnis.

- c. Adanya kerjasama dengan beberapa perusahaan dalam memudahkan dalam proses pembiayaan seperti dalam pembiayaan KOPMA laptop dengan perusahaan yang bergerak di bidang pengadaan komputer dan rencana program terbaru dengan dealer motor.
- d. BPRS Madina Mandiri Sejahtera memberikan asuransi terhadap beberapa jenis pembiayaan dan beberapa tabungan, sehingga kenyamanan dan keamanan terhadap uang simpanan tidak perlu diragukan karena dijamin pula oleh LPS (Lembaga Penjamin Simpanan)
- e. Sistem mendatangi nasabah secara langsung, yaitu pelayanan yang dilakukan BPRS Madina Mandiri Sejahtera melalui tim maketing yang mendatangi nasabah sesuai dengan permintaan nasabah. Dengan sistem ini memudahkan nasabah apabila berhalangan datang ke BPRS Madina, dan cukup memberitau tim marketing. Pewujudan pelayanan ini adalah salah satu pelayanan prima yang diberikan terhadap nasabah sehingga dapat sangat membantu.
- f. Adanya pengoptimalan peran terhadap SDM di BPRS Madina Mandiri Sejahtera, khususnya terhadap *customer service* yang diberikan komando agar mampu berperan ganda selain sebagai *public relation* dalam hubunganya dengan melayani nasabah, namun juga *telemarketing* atau penawaran produk perbankan *via phone* untuk sama-sama berperan dalam pencapaian target pemasaran pada BPRS Madina Mandiri Sejahtera.

B. Karakteristik Responden

Sesuai dengan tujuan penelitian dan dasar teori yang digunakan, maka teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner dan dokumentasi, dimana kuesioner ini diberikan kepada nasabah yang notabene sudah menggunakan jasa layanan *customer service* di BPRS Madina Mandiri Sejahtera. Adapun kuesioner yang disebar berjumlah 50 kuesioner untuk nasabah umum dan 20 kuesioner untuk nasabah khusus dalam sistem telemarketing. Dalam kuesioner ini disertakan identitas responden.

Dari jumlah responden sebanyak 70 orang tersebar di berbagai kabupaten, kecamatan dan desa di Yogyakarta. Terdapat lima kategori responden yang menjadi subyek penelitian, yaitu pelajar/ mahasiswa, wiraswasta, pegawai negeri, pegawai swasta dan TNI/ Polri/ Purnawirawan. Latar belakang para nasabah juga beragam, mulai dari lulusan SD, SLTP, SMU, D3, Sarjana dan bahkan ada beberapa responden yang sampai ke jenjang pasca sarjana. Selain itu segmentasi nasabah juga tersebar pada semua golongan masyarakat pada usia 20 sampai 40 tahun. Hal ini membuktikan bahwa motivasi dari masyarakat untuk menggunakan jasa layanan di BPRS Madina Mandiri sejahter mencakup semua kalangan masyarakat. Disamping itu, tingkat pendapatan nasabah berkisar antara Rp. 500.000,00 perbulan hingga Rp. 3.000.000,00 perbulan. Hal ini terkait dengan profesi dan tingkat pendidikan para nasabah. Pada umumnya

semakin tinggi tingkat pendidikan maka semakin tinggi pula pendapatan yang diperoleh tiap bulan.

C. Deskripsi Data

Deskripsi data menjelaskan mengenai identitas dari nasabah pada BPRS Madina Mandiri Sejahtera Yogyakarta yang merupakan responden dalam penelitian ini. Deskripsi ini terdiri dari umur, jenis kelamin dan pekerjaan dari responden. Dari 70 orang responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini dapat dipaparkan sebagai berikut :

Tabel 4.4
Profil Responden

Profil		Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	35	50.0
	Perempuan	35	50.0
Usia	<25 tahun	14	20.0
	25,1-35 tahun	29	41.4
	35,1-45 tahun	12	17.1
	45,1-55 tahun	8	11.4
	>55,1 tahun	7	10.1
Pendidikan	SLTA	18	25.7
	D3	26	37.1
	S1	24	34.3
	S2	2	2.9

Pekerjaan	Pelajar	19	27.1
	Pegawai negeri	9	12.9
	Pegawai swasta	23	32.9
	Wiraswasta	17	24.3
	TNI/POLRI/Purnawirawan	1	1.4
	Lainnya	1	1.4
Gaji	< 500.000	8	11.4
	501.000 - 1.000.000	17	24.3
	1.001.000 - 2.500.000	30	42.9
	2.501.000 - 5.000.000	10	14.3
	> 5.001.000	5	7.1

Sumber data: Data primer yang diolah dari output SPSS

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa responden laki-laki dan perempuan menunjukkan persentase yang sama yakni sebesar 50 persen. Berdasarkan usia kebanyakan responden adalah usia 25,1 – 35 tahun dengan persentase sebesar 41,4 persen. Berdasarkan pendidikan kebanyakan responden adalah D3 dengan persentase sebesar 37,1 persen. Untuk pekerjaan data tabel diatas menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah pegawai swasta dengan persentase sebesar 32,9 persen, dan untuk penghasilan pada Rp 1.0001.000 – 2.500.000 memiliki persentase paling besar yaitu sebesar 42,9 persen.

D. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Validitas merupakan pengujian yang menunjukkan sejauh mana pengukuran yang kita gunakan mampu mengukur apa yang ingin kita ukur dan bukan yang lain. Suatu instrumen pengukur dikatakan valid jika instrument tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur (N. Indiantoro dan B. Supomo, 1999: 181). Cara pengujianya dengan cara *korelasi pearson*, dihitung koefisien antara masing-masing pernyataan dengan skor total dan taraf signifikannya. Jika angka korelasi menunjukkan taanda signifikan lebih rendah dari taraf signifikan 0,05 (*) atau 0,01 (**) dan hasil signifikan lebih rendah dari taraf signifikan 5%, maka butir pertanyaan teersebut dinyatakan valid.

Adapun yang diuji dalam penelitian ini adalah masing-masing indikator pada tiap variabel.

a. Variabel X_1 (peran *customer service* sebagai *public relation*)

1. Indikator penampilan fisik

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan *SPSS statistic* 16,0, maka didapatkan korelasi skor butir pertanyaan pada tiap indikator dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 4.5

Hasil Pengujian Validitas Indikator Penampilan Fisik

No	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Sign</i>	<i>Status</i>
1	0,856**	0,000	Valid
2	0,828**	0,000	Valid
3	0,848**	0,000	Valid
4	0,827 **	0,000	Valid

sumber: Analisis data primer, 2011 terolah dari output SPSS

Berdasarkan tabel diatas maka diketahui semua butir pertanyaan pada indikator penampilan fisik *customer service* menunjukkan tanda signifikan pada taraf 0,01. Dapat dilihat pada *Corrected Item-Total Correlation*, ini adalah nilai korelasi yang didapatkan. Nilai tersebut dibandingkan dengan nilai r tabel 0,279 karena jumlah data (n) = 50, dengan nilai signifikan 0,05 dengan uji 2 sisi. Didapatkan bahwa semua nilai korelasi yang didapatkan lebih besar dari 0,279 sehingga semua item dinyatakan valid.

2. Indikator Kondisi Ruang Kerja

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan *SPSS statistic* 16,0, maka didapatkan korelasi skor butir pertanyaan pada tiap indikator dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 4.6

Hasil Pengujian Validitas Indikator Kondisi Ruang Kerja
 Pengujian Validitas Indikator Kondisi Ruang Kerja

No	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Sign</i>	<i>Status</i>
1	0,775**	0,000	Valid
2	0,792**	0,000	Valid
3	0,547**	0,000	Valid
4	0,735**	0,000	Valid
5	0,583**	0,000	Valid

Sumber: Analisis data primer, 2011 terolah dari output SPSS

Berdasarkan tabel diatas maka diketahui semua butir pertanyaan pada indikator kondisi ruang kerja menunjukkan tanda signifikan pada taraf 0,01. Dapat dilihat pada *Corrected Item-Total Correlation*, ini adalah nilai korelasi yang didapatkan. Nilai tersebut dibandingkan dengan nilai r tabel 0,279 karena jumlah data (n) = 50, dengan nilai signifikan 0,05 dengan uji 2 sisi. Didapatkan bahwa semua nilai korelasi yang didapatkan lebih besar dari 0,279 sehingga semua item dinyatakan valid.

3. Sikap dan layanan yang diberikan oleh *customer service*.

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan *SPSS statistic* 16,0, maka didapatkan korelasi skor butir pertanyaan pada tiap indikator dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 4.7

Hasil Pengujian Validitas Indikator Sikap dan Layanan

No	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Sign</i>	<i>Status</i>
1	0,685**	0,000	Valid
2	0,786**	0,000	Valid
3	0,665**	0,000	Valid
4	0,830**	0,000	Valid
5	0,717**	0,000	Valid
6	0,352**	0,000	Valid

Sumber: Analisis data primer, 2011 terolah dari output *SPSS*

Berdasarkan tabel diatas didapatkan bahwa semua nilai korelasi yang didapatkan lebih besar dari 0,279 (nilai r tabel karena jumlah data (n) = 50 dengan nilai signifikan 0,05 dengan uji 2 sisi) sehingga semua item dinyatakan valid dan semua butir pertanyaan pada indikator sikap dan layanan *customer service* menunjukkan tanda signifikan pada taraf 0,01.

4. Indikator kemampuan dalam berinteraksi dengan nasabah

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan *SPSS statistic* 16,0, maka didapatkan korelasi skor butir pertanyaan pada tiap indikator dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 4.8

Hasil Pengujian Validitas Indikator Kemampuan Berinteraksi

No	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Sign</i>	<i>Status</i>
1	0,646**	0,000	Valid
2	0,514**	0,000	Valid
3	0,481**	0,000	Valid
4	0,751**	0,000	Valid
5	0,817**	0,000	Valid

Sumber: Analisis data primer, 2011 terolah dari output SPSS

Terdapat 5 butir pertanyaan pada tabel diatas, dan didapatkan bahwa semua nilai korelasi lebih besar dari 0,279 (nilai r tabel karena jumlah data (n)=50 dengan nilai signifikan 0,05 dengan uji 2 sisi) sehingga semua item dinyatakan valid dan semua butir pertanyaan pada indikator kemampuan berinteraksi *customer service* menunjukkan tanda signifikan pada taraf 0,01.

b. Variabel X₂ (peran *customer service* sebagai *telemarketer*)

1. Indikator perencanaan

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan *SPSS statistic* 16,0, maka didapatkan korelasi skor butir pertanyaan pada tiap indikator dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 4.9

Hasil Pengujian Validitas Indikator Perencanaan

No	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Sign</i>	<i>Status</i>
1	0,759**	0,000	Valid
2	0,687**	0,000	Valid
3	0,780**	0,000	Valid

Sumber: Analisis data primer, 2011 terolah dari output SPSS

Terdapat 3 butir pertanyaan pada tabel diatas. Didapatkan bahwa semua nilai korelasi bila dibandingkan dengan nilai r tabel yaitu 0,444 menunjukkan angka lebih besar sehingga semua item dinyatakan valid. Nilai r tabel dengan signifikan 0,05 pada uji 2 sisi didapatkan karena (n) = 20 dan semua butir pertanyaan pada indikator perencanaan pada kegiatan *telemarketing* menunjukkan tanda signifikan pada taraf 0,01.

2. Indikator Realisasi Rencana

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan *SPSS statistic* 16,0, maka didapatkan korelasi skor butir pertanyaan pada tiap indikator dalam tabel sebagai berikut

Tabel 4.10

Hasil Pengujian Validitas Indikator Realisasi Rencana

No	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Sign</i>	<i>Status</i>
1	0,701**	0,000	Valid
2	0,800**	0,000	Valid
3	0,837**	0,000	Valid

Sumber: Analisis data primer, 2011 terolah dari output SPSS

Pada tabel diatas didapatkan bahwa semua nilai korelasi bila dibandingkan dengan nilai r tabel yaitu 0,444 menunjukkan angka lebih besar sehingga semua item dinyatakan valid dan menunjukkan tanda signifikan pada taraf 0,01. Nilai r tabel dengan signifikan 0,05 pada uji 2 sisi didapatkan karena $(n) =$

3. Indikator Evaluasi Hasil

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan *SPSS statistic* 16,0, maka didapatkan korelasi skor butir pertanyaan pada tiap indikator dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 4.11

Hasil Pengujian Validitas Indikator Evaluasi Hasil

No	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Sign</i>	<i>Status</i>
1	0,819**	0,000	Valid
2	0,916**	0,000	Valid
3	0,397**	0,000	Valid

Sumber: Analisis data primer, 2011 terolah dari output SPSS

Berdasarkan tabel diatas didapatkan bahwa semua nilai korelasi yang didapatkan lebih besar dari 0,444 (nilai r tabel dengan nilai signifikan 0,05 pada uji 2 sisi) sehingga semua item dinyatakan valid dan semua butir pertanyaan pada indikator evaluasi hasil *customer service* pada kegiatan *telemarketing* menunjukkan tanda signifikan pada taraf 0,01.

c. Variabel X_2 (peran *customer service* sebagai *telemarketer*)

1. Indikator penetapan harga yang sesuai dengan kinerja jasa

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan *SPSS statistic* 16,0, maka didapatkan korelasi skor butir pertanyaan pada tiap indikator dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 4.12

Hasil Pengujian Validitas Indikator Penetapan Harga dan Jasa

No	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Sign</i>	<i>Status</i>
1	0,870**	0,000	Valid
2	0,821**	0,000	Valid

Sumber: Analisis data primer, 2011 terolah dari output SPSS

Berdasarkan tabel diatas didapatkan bahwa semua nilai korelasi yang didapatkan lebih besar dari 0,279 (nilai r tabel karena jumlah data (n) = 50 dengan nilai signifikan 0,05 dengan uji 2 sisi) sehingga semua item dinyatakan valid dan semua butir pertanyaan pada indikator penetapan harga dan jasa menunjukkan tanda signifikan pada taraf 0,01.

2. Indikator Penilaian total terhadap layanan *customer service*

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan *SPSS statistic* 16,0, maka didapatkan korelasi skor butir pertanyaan pada tiap indikator dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 4.13

Hasil Pengujian Validitas Indikator Pelayanan

No	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Sign</i>	<i>Status</i>
1	0,604**	0,000	Valid
2	0,801**	0,000	Valid
3	0,705**	0,000	Valid
4	0,667**	0,000	Valid

sumber: Analisis data primer, 2011 terolah dari output SPSS

Berdasarkan tabel diatas didapatkan bahwa semua nilai korelasi yang didapatkan lebih besar dari 0,279 (nilai r tabel karena jumlah data (n) = 50 dengan nilai signifikan 0,05 dengan uji 2 sisi) sehingga semua item dinyatakan valid dan semua butir pertanyaan pada indikator penilaian terhadap pelayanan oleh nasabah menunjukkan tanda signifikan pada taraf 0,01.

3. Indikator Pelayanan dalam bertransaksi.

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan *SPSS statistic* 16,0, maka didapatkan korelasi skor butir pertanyaan pada tiap indikator dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 4.14

Hasil Pengujian Validitas Indikator dalam bertransaksi

No	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Sign</i>	<i>Status</i>
1	0,615**	0,000	Valid
2	0,856**	0,000	Valid
3	0,802**	0,000	Valid
4	0,654**	0,000	Valid

sumber: Analisis data primer, 2011 terolah dari output SPSS

Berdasarkan tabel diatas didapatkan bahwa semua nilai korelasi yang didapatkan lebih besar dari 0,279 (nilai r tabel karena jumlah data (n) = 50 dengan nilai signifikan 0,05 dengan uji 2 sisi) sehingga semua item dinyatakan valid dan semua butir pertanyaan pada indikator dalam bertransaksi dengan nasabah menunjukan tanda signifikan pada taraf 0,01.

2. Uji Reliabilitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Reliabel menunjukkan tingkat kemantapan atau konsistensi suatu alat ukur (kuesioner). Kriteria yang digunakan untuk mengetahui tingkat *reliable* adalah besarnya *Cronbach's Alpha*. Nilai yang harus diperoleh agar bisa dikatakan *reliable* yaitu jika nilai hitung lebih dari atau sama dengan kriteria yang ditetapkan yaitu 0,06. Berdasarkan analisis diperoleh hasil reliabilitas sebagaimana disajikan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. 15

Hasil Pengujian Reliabilitas Tiap Indikator Variabel Independen dan dependen

Variabel	Indikator Variabel	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Kriteria	Status
Variabel X ₁	Penampilan	1.66	≥ 0,60	Reliabel
	Kondisi	0.770	≥ 0,60	Reliabel
	Sikap	0.767	≥ 0,60	Reliabel
	Interaksi	0.758	≥ 0,60	Reliabel
Variabel Y ₁	Penetapan harga dan jasa	0.862	≥ 0,60	Reliabel
	Layanan	0.777	≥ 0,60	Reliabel
	Transaksi	0.792	≥ 0,60	Reliabel
Vaariabel X ₂	Perencanaan	0.797	≥ 0,60	Reliabel
	Realisasi Rencana	0.815	≥ 0,60	Reliabel
	Evvalusi Hasil	0.800	≥ 0,60	Reliabel

sumber: Analisis data primer, 2011 terolah dari output SPSS

Berdasarkan tabel diatas, pengujian reliabilitas menunjukkan hasil baik karena nilai *Cronbach's Alpha* yang dihasilkan telah memenuhi syarat yaitu lebih dari kriteria 0,06. Dimana nilai koefisien Cronbach's Alpha berkisar antara 0,767 sampai 1,66.

Berdasarkan hasil pengujian validitas dan reabilitas tersebut diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini memberikan hasil yang konsisten jika digunakan berulang kali. Selanjutnya data yang diperoleh dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

E. Hasil Penelitian

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan metode analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif adalah analisis yang dilakukan dengan bantuan alat uji statistik. Dalam penelitian ini teknik analisis yang digunakan adalah analisis Regresi Linear Sederhana dan uji Koefisien Regresi Sederhana (uji t).

1. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen X (peran *customer service* sebagai *public relation* dan *telemarketer*) dengan variabel Y (kepuasan nasabah dan pencapaian target pemasaran). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari

variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

Rumus Regresi Linear Sederhana sebagai berikut :

Persamaan Regresi tersebut sebagai berikut:

$$I \quad Y_1 = a + b x_1$$

$$II \quad Y_2 = a + b x_2$$

Hasil pengujian Regresi Linear Sederhana dengan menggunakan bantuan program analisis data *SPSS statistic 16,0*, maka didapatkan hasil sebagai berikut :

1. Uji analisis Regresi Linear Sederhana untuk variabel independen (peran *customer service* sebagai *public relation*) terhadap Variabel dependen (kepuasan nasabah).

Tabel 4. 16

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	14.861	3.891		3.819	.000
cs_sebagai_PR	.311	.047	.692	6.644	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan_nasabah

sumber: Analisis data primer, 2011

Berdasarkan tabel diatas maka dapat diartikan sebagai berikut :

Koefisien regresi pada tabel diatas adalah $b = 0,311$, koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh antara peran *customer service* sebagai *public relation* terhadap kepuasan nasabah. Semakin tinggi peran *customer service*, maka kepuasan nasabah akan mengalami peningkatan.

2. Uji analisis Regresi Linear Sederhana untuk variabel independen (peran *customer service* sebagai *telemarketer*) terhadap Variabel dependen (pencapaian target pemasaran).

Tabel 4.17

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.918	1.259		3.112	.006
totINX2	.035	.023	.344	1.554	.138

a. Dependent Variable: target

sumber: Analisis data primer, 2011 terolahdari output SPSS

Berdasarkan tabel diatas maka dapat diartikan sebagai berikut :

Koefisien regresi variabel peran *customer service* sebagai *telemarketer* terhadap pencapaian target pemasaran bernilai $b = 0,035$. Koefisien juga bernilai positif artinya peran tersebut juga berpengaruh terhadap pencapaian target pemasaran dalam hal kemampuan menghimpun dana nasabah.

2. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis ini dilakukan dengan menggunakan uji t (uji Koefisien Regresi Sederhana). Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y). Signifikan berarti pengaruh yang terjadi dapat berlaku untuk populasi.

Langkah-langkah pengujian sebagai berikut :

a. Menentukan Hipotesis

Hipotesis pada penelitian ini adalah :

H₁: Peran *customer service* berperan sebagai *public relation* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

H₂: Peran *customer service* berperan sebagai *telemarketer* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pencapaian target pemasaran.

Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi menggunakan $\alpha = 5\%$ (signifikansi 5% atau 0,05 adalah ukuran standar yang sering digunakan dalam penelitian)

b. Hasil Pengujian

Tabel 4. 18
Ringkasan Hasil Uji t

Variabel Penjelas	Unstandar dized Coefficient s		Stan dardi zed Coeff icient s	t	Sig.	Keterangan
<i>Peran Customer service</i> sebagai <i>public relation</i> terhadap kepuasan nasabah.	0.311	0.047	0.692	6.644	.000	Signifikan
<i>Peran Customer service</i> sebagai <i>telemarketer</i> terhadap pencapaian target pemasaran.	0.035	0.023	0.344	1.554	.138	Tidak Signifikan

Keterangan: Signifikansi pada taraf 5% (0,05)

Pembahasan hasil variabel hasil uji t sebagai berikut :

1. Uji untuk variabel *Peran Customer service* sebagai *public relation* terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan hasil SPSS statistic 16,0 didapatkan besarnya t hitung adalah 6,644 (positif) dan taraf signifikansinya adalah 0,000 (lebih kecil dari 0,05) maka dapat disimpulkan bahwa variabel peran *customer service* sebagai *public relation*

berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BPRS Madina Mandiri Sejahtera. Oleh sebab itu hipotesis didalam penelitian ini yang menyatakan bahwa variabel *peran customer service* sebagai *public relation* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah diterima.

2. Uji untuk variabel *peran customer service* sebagai *telemarketer* terhadap pencapaian target pemasaran dalam hal penghimpunan dana nasabah.

Berdasarkan hasil SPSS statistic 16,0 didapatkan besarnya t hitung adalah 1.554 (positif) dan taraf signifikansinya adalah 0.138 (lebih besar dari 0,05) maka dapat disimpulkan bahwa variabel *peran customer service* sebagai *telemarketer* tidak signifikan terhadap pencapaian perolehan target pemasaran di BPRS Madina Mandiri Sejahtera. Oleh karena itu hipotesis didalam penelitian ini yang menyatakan bahwa variabel *peran customer service* sebagai *telemarketer* terhadap pencapaian target pemasaran dalam hal pencapaian perolehan dana nasabah ditolak.

F. Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah diolah maka dalam pembahasan akan diulas kembali tentang hasil pengujian dari data tersebut. Melalui hasil analisis data yang telah dilakukan terhadap variabel independen dan dependen untuk 70 sampel responden, menunjukkan bahwa :

1. Variabel peran *customer service* sebagai *public relation* (X_1) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y_2).

Hasil ini menunjukkan bahwa peran *customer service* sebagai *public relation* (pemberi layanan) pada garda depan di BPRS Madina Mandiri sejahtera berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Peran yang maksimal dengan pemberian kualitas layanan yang memadai akan sangat penting untuk mempertahankan aspek nasabah potensial. Dimana nasabah akan memberikan penilaian terhadap rasa keseluruhan atas kepuasan yang dirasakan terhadap pelayanan tersebut. Ini tentu saja akan menjadikan citra BPRS Madina menjadi semakin baik dalam aspek mendapatkan nasabah potensial lainnya. Sebagaimana orientasi perbankan dewasa ini adalah kepuasan nasabah, dimana hakikatnya bank adalah lembaga pemberi jasa.

2. Variabel peran *customer service* sebagai *telemarketer* (X_2) mempunyai pengaruh yang positif dan tidak signifikan terhadap pencapaian target pemasaran dalam hal menghimpun dana nasabah (Y_2).

Menilik hipotesis yang pertama, bahwa peran *customer service* lebih efektif melakukan tugas pemberian layanan dibandingkan berperan ganda sebagai telemarketer. Hal ini terbukti dengan pembuktian hipotesis kedua bahwa peran *customer service* sebagai telemarketer tidak membawa hasil yang signifikan dalam hal penghimpunan dana nasabah, dikarenakan target yang diberikan kepada *customer service* tidak normatif. Sehingga komando dari pimpinan untuk sebuah target oleh *customer service* tidak maksimal mendapatkan hasil yang diharapkan, atau dapat dikatakan tidak ada peningkatan signifikan. Untuk itulah peran sebagai telemarketer bukan hal yang determinan penting dalam meningkatkan target pemasaran dalam hal menghimpun dana nasabah. Sebagai staff garda depan pemberian layanan sudah sewajarnya apabila *customer service* hanya berkonsentrasi terhadap kebutuhan layanan nasabah. Sehingga tugas lebih terarah dan tujuan bersama dapat tercapai.