

PENGARUH PROMOSI DAN PELAYANAN TERHADAP MINAT MENABUNG PADA ANGGOTA BMT BINAMAS PURWOREJO

Ovi Rahayu

Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Muhammadiyah Purworejo.

Rahayuovi6@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang positif dan signifikan antara promosi dan pelayanan terhadap minat menabung pada anggota BMT Binamas Purworejo baik secara sendiri - sendiri maupun bersama-sama. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh anggota BMT Binamas yang aktif menabung sebanyak 1.000 anggota, pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling*, penentuan sampel menggunakan rumus SLOVIN dengan taraf kesalahan 10% di dapat sampel 91 anggota. Pengumpulan data menggunakan metode angket dengan skala *likert* yang masing-masing diuji cobakan dan telah memenuhi syarat validitas dan reliabilitas dengan analisis data secara deskriptif dan kuantitatif. Hasil analisis kuantitatif menunjukkan ada pengaruh yang positif dan signifikan antara promosi terhadap minat menabung anggota BMT Binamas Purworejo sebesar 9,24% ($r_{x1y} = 0,304$, $t_{hitung} = 2,997$ sig $\leq 0,05$). Ada pengaruh yang positif dan signifikan antara pelayanan terhadap minat menabung sebesar 21,43% ($r_{x2y} = 0,463$, $t_{hitung} = 4,903$ sig $\leq 0,05$). Ada pengaruh yang positif dan signifikan antara promosi dan pelayanan secara bersama-sama terhadap minat menabung anggota BMT Binamas Purworejo sebesar 50,40% ($R = 0,710$ $F_{hitung} = 44,680$ sig $0,000 \leq 0,05$). Sedangkan 49,60% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Persamaan regresi $Y = 17,706 + 0,230X_1 + 0,429X_2$.

Kata kunci: promosi, pelayanan, minat menabung anggota

A. PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, baik bisnis yang bergerak dibidang manufaktur maupun jasa. BMT merupakan salah satu harapan bagi perekonomian menengah kebawah untuk meningkatkan perekonomiannya. Berdirinya BMT Binamas Purworejo disambut baik oleh warga masyarakat, namun pada kenyatannya BMT Binamas Purworejo masih belum dikenal oleh semua lapisan masyarakat baik dari segi keberadaan, prinsip operasionalnya, mekanisme maupun produk-produknya. Bahkan masih banyak

anggota BMT Binamas Purworejo yang memang belum memahami produk yang mereka beli atau gunakan. Hal ini masih kurang optimalnya promosi yang dilakukan BMT Binamas Purworejo sehingga mengakibatkan perkembangan BMT Binamas Purworejo masih belum memuaskan. Selain promosi kualitas pelayanan juga harus diperhatikan. "Pelayanan adalah berbagai kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud, dan tidak menghasilkan perpindahan kepemilikan"(Kotler dan Amstrong dalam jurnal Nuraini 2014: 70). Kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen sangat berpengaruh terhadap keputusan anggota dalam menabung, artinya apabila kualitas pelayanan tersebut lebih ditingkatkan maka akan berpengaruh terhadap peningkatan keputusan anggota untuk menabung. Tidak hanya kualitas pelayanan yang ditingkatkan tetapi pengetahuan masyarakat tentang produk-produk dari BMT Binamas Purworejo dengan menggunakan strategi pemasaran yang tepat salah satunya adalah promosi. "Promosi adalah sejenis komunikasi yang memberikan penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa. Tujuan promosi ialah memperoleh perhatian, mendidik, dan meyakinkan calon konsumen"(Alma Buchori, 2013: 179). Permasalahan yang dapat diidentifikasi adalah 1. Promosi yang belum maksimal 2. Pelayanan yang belum maksimal 3. Pengaruh promosi dan pelayanan terhadap minat menabung yang belum diketahui. Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui 1. ada tidaknya pengaruh yang positif dan signifikan antara promosi terhadap minat menabung pada anggota BMT Binamas Purworejo 2. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang positif dan signifikan antara pelayanan terhadap minat menabung pada anggota BMT Binamas Purworejo 3. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang positif dan signifikan antara promosi dan pelayanan secara bersama-sama terhadap minat menabung pada anggota BMT Binamas Purworejo. Tinjauan pustaka Liza Novia Sari (2005), hasil analisis menunjukkan bahwa promosi dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah

menabung pada tabungan Simanis PT. BPR Raga Dana Sejahtera Padang dikarenakan hasil F yang dilakukan menghasilkan nilai F hitng $154,321 > F$ tabel $3,06$ dan nilai signifikansi $0,000 > 0,005$.

B. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di BMT Binamas Purworejo pada bulan Juni – Juli 2018. Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota yang aktif menabung di BMT Binamas Purworejo sebanyak 1.000 anggota. Menurut Suharsimi Arikunto (2013: 174) “Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti”. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus slovin dengan taraf kesalahan 10% maka jumlah sampel dalam penelitian ini dalah 91 anggota. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah angket. Validitas instrumen menggunakan validitas konstruk penafsiran haraga koefisien korelasi dilakukan dengan membandingkan harga r_{xy} dengan harga kritik. Adapun harga kritik untuk validitas butir instrumen adalah 0,3. Artinya apabila r_{xy} lebih besar atausama dengan 0,3 ($r_{xy} \geq 0,3$) nomor butir tersebut dikatakan valid. Sebaliknya apabila r_{xy} lebih kecil dari ($r_{xy} < 0,3$), nomor butir tersebut dikatakan tidak valid. (Eko Putro Widiyoko, 2015: 149). Reliabilitas menggunakan Alpha Combrach. Harga kritik untuk indikasi reliabilitas intrumen adalah 0,7. Artinya suatu instrumen dikatakan reliabel jika mempunyai koefisien Alpha Sekurang-kurangnya 0,7 (Kaplan dalam Eko Putro Widyoko, 2017: 165). Teknik analisis kuantitatif menggunakan analisis deskriptif. Sedangkan analisis kuantitatif menggunakan analisis regresi ganda. Uji hipotesis menggunakan uji t dan uji f .

C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis kuantitatif, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun secara bersama-sama. Uji korelasi parsial dalam penelitian menggunakan komputer SPSS 16.0 For Windows, hasilnya adalah sebagai berikut:

Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1 (Constant)	17.706	2.552		6.937	.000			
Promosi	.230	.077	.295	2.997	.004	.607	.304	.225
Pelayanan	.429	.088	.482	4.903	.000	.673	.463	.368

a. Dependent Variable: minat

Hasil analisis kuantitatif diperoleh $r_{x_1y} = 0,304$ dan $t_{hitung} 2,997$ dengan $sig = 0,004 \leq 0,05$ maka dapat dikatakan signifikan. Dan diperoleh koefisiensi determinan $(r_{x_1y})^2 = 0,0924$ atau 9,24 % ini berarti ada pengaruh yang positif dan signifikan antara motivasi (X1) terhadap minat menabung (Y). Dapat dikatakan positif karena nilai $r_{x_1y} = 0,304$ menunjukkan nilai yang positif dan dapat dikatakan signifikan karena hasil signifikansi $< 0,05$. Hipotesis diterima ada pengaruh yang positif dan signifikan antara promosi terhadap minat menabung anggota BMT Binamas Purworejo.

diperoleh $r_{x_2y} = 0,463$ dan $t_{hitung} = 4,903$ dengan $sig = 0,00 \leq 0,05$ maka dapat dikatakan signifikan. Dan diperoleh koefisiensi determinan $(r_{x_2y})^2 = 0,2143$ atau 21,43 % ini berarti ada pengaruh yang positif dan signifikan antara pelayanan (X2) terhadap minat menabung (Y). Dapat dikatakan positif karena nilai $r_{x_2y} = 0,463$ menunjukkan nilai yang positif dan dapat dikatakan signifikan karena hasil signifikansi $< 0,05$. Hipotesis diterima ada pengaruh yang positif dan signifikan antara pelayanan terhadap minat menabung anggota BMT Binamas Purworejo.

Uji korelasi secara bersama-sama dalam penelitian ini menggunakan komputer SPSS 16.0 for windows dan hasilnya sebagai berikut:

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.710 ^a	.504	.493	2.176

a. Predictors: (Constant), pelayanan, promosi

Dari hasil analisis diperoleh koefisien korelasi ganda (R) = 0,710 sehingga diperoleh adjusted $R_{\text{square}} = 0,493$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa minat menabung dipengaruhi oleh promosi dan pelayanan sebesar 50,4 % sedangkan 49,6 % sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Hasil uji f dengan taraf kesalahan 10% diperoleh f_{hitung} sebesar 44,680 dengan $\text{sig} = 0,000$, karena $\text{sig} = 0,000 \leq 0,05$ maka hipotesis diterima dan dikatakan positif dan signifikan antara promosi dan pelayanan terhadap minat menabung pada anggota BMT Binamas Purworejo.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan adalah ada pengaruh yang positif dan signifikan antara promosi dan pelayanan terhadap minat menabung pada anggota BMT Binamas Purworejo.

Berdasarkan kesimpulan di atas maka beberapa saran dikemukakan untuk menjadi masukan agar BMT Binamas Purworejo dapat meningkatkan minat anggota untuk menabung dengan melakukan promosi yang lebih menarik, kegiatan *Personal Selling* yang dilakukan oleh *customer service* dengan menawarkan langsung produk yang disediakan oleh BMT Binamas Purworejo kepada nasabah dan calon nasabah. Serta meningkatkan kualitas pelayanan sehingga anggota merasa puas dengan pelayanan yang dilakukan, dengan demikian anggota yang merasa puas dapat melakukan promosi dari mulut kemulut kepada rekan serta anggota keluarganya hal tersebut dapat menguntungkan bagi pihak BMT Binamas Purworejo.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchori. 2013. *Menejemen pemasaran dan jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Eko, Putro Widoyoko, S. 2017. *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Nuraini, Alifah. 2014. *Pengaruh Citra, Pelayanan, Aksesoris Jasa, Keragaman Produk Dan Nilai Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah BPD DIY Syariah Yogyakarta)*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Vol. IX, No. 1.
- Suharsimi , Arikunto. 2013. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.