

**PENGARUH SISTEM PELAYANAN ANTAR JEMPUT
TABUNGAN TERHADAP MINAT MENABUNG DI DUSUN BANYUALET DESA TANAH
MERAH LAOK DI BMT NU CABANG TANAH MERAH**

Moh. Hayyen¹, Aminullah², Tri Wahyudi Ramdhan³

^{1,2,3}Sekolah Tinggi Agama Islam Darul Hikmah Bangkalan

wahyudi@darul-hikmah.com

Received: 03-05-2025

Revised: 16-05-2025

Approved: 20-05-2025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh sistem pelayanan antar jemput tabungan terhadap minat menabung di Dusun Banyualet, BMT NU Tanah Merah Bangkalan. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei, melibatkan seluruh populasi sebanyak 27 nasabah sebagai sampel. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linier sederhana serta uji statistik validitas, reliabilitas, normalitas, linearitas, dan signifikansi. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara sistem pelayanan antar jemput tabungan terhadap minat menabung dengan nilai t -hitung 13,033 > t -tabel 1,703 dan nilai F -hitung 19,24 > F -tabel 4,25. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,434 menunjukkan bahwa 43,4% variasi minat menabung dapat dijelaskan oleh sistem pelayanan antar jemput tabungan. Simpulan penelitian ini adalah bahwa peningkatan sistem pelayanan antar jemput tabungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan minat menabung di Dusun Banyualet.

Kata Kunci: Sistem Pelayanan, Antar Jemput Tabungan, Minat Menabung, MT NU Tanah Merah

PENDAHULUAN

Perekonomian sebuah negara membuat institusi keuangan sangat diperlukan, baik di negara maju maupun berkembang, terutama di Indonesia yang ekonominya sekarang ini berkembang pesat. Supaya pembangunan bisa berlangsung dengan lancar, diperlukan kebijakan ekonomi yang memacu pertumbuhan ekonomi melalui pengelolaan sumber daya alam, sumber daya manusia, dan dana dari lembaga-lembaga keuangan (Hartono, 2017). Lembaga keuangan memiliki fungsi untuk menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat. Salah satu lembaga keuangan tersebut adalah Baitul Maal Wat Tamwil (BMT), yang berperan sebagai mitra masyarakat dalam menyediakan layanan keuangan. Diharapkan BMT dapat memenuhi kebutuhan masyarakat guna menciptakan masyarakat yang adil dan makmur (Arikunto, 2015). BMT merupakan pusat usaha mandiri terpadu yang berfokus pada bayt al-mal wa at-tamwil. Kegiatannya meliputi pengembangan usaha-usaha produktif dan investasi untuk meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil, serta mendorong aktivitas menabung dan mendukung pembiayaan kegiatan ekonominya (Rawati, 2020). Selain itu, BMT juga dapat menerima titipan zakat, infak, dan sedekah, serta menyalurkannya sesuai dengan peraturan dan amanat yang berlaku. BMT merupakan lembaga ekonomi atau keuangan syariah non-bank yang bersifat informal, karena didirikan oleh Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM).

Keberadaan BMT mencerminkan kehidupan masyarakat di sekitarnya, sehingga BMT dapat mengakomodasi kepentingan ekonomi masyarakat. Peran utama BMT adalah melakukan pembinaan dan pendanaan berdasarkan sistem syariah, yang menegaskan pentingnya pedoman syariah dalam aktivitas ekonomi masyarakat (Hendrawan et al., 2017). Sebagai lembaga keuangan syariah yang berhubungan

langsung dengan masyarakat kecil, BMT memiliki tanggung jawab penting dalam melaksanakan misi keislaman. Secara operasional, BMT berfungsi mirip dengan bank syariah. Produk-produk yang ditawarkan BMT juga serupa dengan bank syariah seperti simpanan pendidikan, haji, umrah, dan lainnya menggunakan akad mudharabah dan wadiah (Rawati, 2020). Promosi merupakan salah satu elemen penting dalam bauran pemasaran yang dijalankan oleh BMT untuk memasarkan produknya. Salah satu metode promosi yang dilakukan adalah layanan antar jemput tabungan. BMT dituntut memberikan pelayanan berkualitas serta memastikan kepuasan nasabah (Febri, 2016). Hal ini akan meningkatkan kualitas pelayanan dan memberikan dampak positif terhadap keberlangsungan BMT.

BMT Tanah Merah adalah satu-satunya lembaga keuangan mikro yang berkembang dan sangat membantu masyarakat, terutama karena belum ada perbankan syariah di kota tersebut (Rawati, 2020). Masyarakat tertarik karena adanya promosi dan pelayanan, seperti layanan antar jemput tabungan, yang menjadi keunggulan BMT dalam bersaing dengan bank konvensional (Anggraini, 2016). Fokus produk pembiayaan di BMT Tanah Merah adalah murabahah karena memiliki risiko yang lebih rendah dibandingkan akad lain (Rawati, 2020). Menabung menjadi penting bagi masyarakat, dan bagi muslim, mereka lebih memilih lembaga syariah agar terhindar dari riba. Penilaian masyarakat terhadap lembaga keuangan bergantung pada pelayanan dan kualitas produk (Hendrawan et al., 2017).

LANDASAN TEORI

Pengertian Pelayanan

Pelayanan (service) adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang bersifat tidak berwujud, tidak mengakibatkan kepemilikan atas sesuatu, dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan produk fisik (Kotler & Keller, 2016). Pelayanan juga dapat diartikan sebagai kegiatan yang didasarkan pada faktor-faktor material maupun non-material yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk memenuhi kepentingan pihak lain sesuai haknya (Lupiyoadi, 2014). Ciri utama dari pelayanan adalah sifatnya yang tidak kasatmata, serta melibatkan kerja manusia atau perangkat yang disediakan oleh penyedia layanan. Dengan demikian, pelayanan merupakan sistem, prosedur, atau metode yang diberikan kepada pihak lain dalam konteks hubungan pelanggan guna memenuhi kebutuhan mereka sesuai dengan harapan (Tjiptono, 2017).

Antar jemput Tabungan

Layanan adalah bentuk penyediaan segala sesuatu yang diperlukan oleh orang lain. Dengan kata lain, layanan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk pembeli yang telah menggunakan atau membeli produknya (Kotler & Keller, 2016). Layanan jemput bola atau *pick-up service* adalah fasilitas yang memudahkan nasabah dengan mengurangi risiko saat menyetorkan uang ke lembaga keuangan. Dengan adanya layanan jemput bola ini, nasabah hanya perlu menghubungi pihak lembaga untuk mengambil uang yang akan disetorkan ke rekening, tanpa harus datang langsung ke kantor lembaga keuangan (Swastha & Handoko, 2008). Sistem jemput bola juga merupakan strategi pemasaran yang dapat mendukung penjualan produk dan menciptakan kepuasan konsumen. Salah satu cara untuk mencapainya adalah dengan menggunakan *marketing mix* (bauran pemasaran), yang mencakup produk, harga, promosi, dan bukti fisik atau tempat (Lupiyoadi, 2013).

Dengan demikian, faktor-faktor dalam bauran pemasaran ini adalah variabel yang diharapkan dapat menciptakan kepuasan konsumen, atau dengan kata lain, variabel-variabel tersebut akan memenuhi kebutuhan konsumen saat membeli produk. Kepuasan pelanggan berdampak pada loyalitas mereka, sehingga usaha yang dijalankan dapat terus berkembang (Tjiptono, 2015). Layanan jemput bola adalah layanan tambahan untuk nasabah tabungan yang mempermudah mereka dalam membuka rekening dan melakukan penyetoran tanpa harus datang ke BMT. Rasulullah SAW mengajarkan bahwa memberikan kemudahan dan membantu orang lain dapat meningkatkan rezeki, memperpanjang umur, serta menghindarkan seseorang dari dendam dan kemarahan (HR. Ahmad). Selain itu, jemput bola juga merupakan strategi BMT di mana petugas mengunjungi nasabah atau calon nasabah untuk menjelaskan konsep keuangan syariah serta sistem operasi dan prosedur BMT (Ismail, 2011). Indikator pelayanan yaitu.

- 1) *Kehandalan (Reability)*
Kemampuan untuk menyediakan pelayanan yang tepat berarti karyawan dapat memberikan layanan sesuai dengan harapan nasabah atau pelanggan.
- 2) *Empati (empathy)*
Memiliki rasa perhatian dan kepedulian terhadap setiap nasabah/pelanggann.
- 3) *Kepastian (assurancce)*
Adalah pengetahuan dan keramahan karyawan serta kemampuan untuk memberi kesan dapat dipercaya dan penuh keyakinan.
- 4) *Keberwujudan (tangibles)*
Adalah penampilan fasilitas, fasilitas fisik, peralatan, personal dan perlengkapan-perengkapan komunikasi.
- 5) *Ketanggapan (reponsiveness)*
Ini merujuk pada keinginan atau motivasi karyawan untuk membantu nasabah dan memberikan pelayanan yang cepat serta responsif dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi nasabah atau pelanggan saat menggunakan jasa.
- 6) *Fungsi Layanan Antar Jemput*
Menurut Kasmir dalam bukunya pemasaran bank (2004) mengatakan bahwa fungsi pelayanan antar jemput dalam sebuah perbankan adalah sebagai berikut:
- 7) *Sebagai Resepsionis*
Maksudnya petugas sebagai penerima tamu atau orang yang menyambut kedatangan nasabah ke bank dengan memberikan segala hal yang dibutuhkan nasabah dengan ramah tamah, sopan, tenang, simpatik, menarik dan menyenangkan.
- 8) *Sebagai Deksmen*
Maksudnya petugas yang melayani nasabah dengan berbagai macam kebutuhan yang diajukan nasabah atau calon nasabah. Petugas juga memberikan segala informasi mengenai produk-produk di bank, menjelaskan manfaat, keuntungan dan ciri-ciri produk bank. Selain itu juga petugas menjawab semua pertanyaan nasabah yang berkaitan dengan produk bank serta membantu nasabah dalam mengisi formulir aplikasi.
- 9) *Sebagai Salesman*
Maksudnya petugas dalam memberikan layanannya juga menjual produk

perbankan sekaligus mengadakan pendekatan dan mencari calon nasabah baru serta dengan pelayanannya diharapkan dapat mempertahankan nasabah lama agar tidak pindah ke bank lainnya.

10) Sebagai Penjembatan Antara Nasabah dan Bank

Maksudnya petugas diharuskan memiliki hubungan yang baik dengan nasabah karena petugas yang menjadi penghubung antara bank dengan nasabah

11) Sebagai Communicato

Maksudnya petugas sebagai orang yang bertugas untuk menghubungi nasabah dan memberikan informasi yang berhubungan dengan bank dan nasabah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah pendekatan yang didasarkan pada filsafat positivisme, dan diterapkan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan instrumen penelitian, dan analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dimana penelitian ini mendeskripsikan, meneliti dan menjelaskan sesuatu yang dipelajari apa adanya, dan menarik kesimpulan dari fenomena yang bisa diamati dengan menggunakan angka-angka. Populasi adalah area generalisasi yang meliputi objek-objek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Penentuan jenis populasi didasarkan atas alasan bahwa yang akan di uji yang mempengaruhi minat menabung yaitu sistem pelayanan antar jemput tabungan. Populasi yang akan dijadikan objek penelitian adalah semua nasabah yang beralamatkan di dusun bangalet Tanah Merah yang berjumlah 27 nasabah.

Sampel merupakan bagian dari keseluruhan populasi yang mencerminkan karakteristik populasi tersebut. Jika jumlah subjek kurang dari 100, sebaiknya semua subjek diambil sebagai sampel. Namun, jika jumlah subjek lebih dari 100, sampel dapat diambil secara acak dalam kisaran 10-15% atau 20-25%, atau lebih. Dalam penelitian ini, total populasi terdiri dari 27 nasabah. Berdasarkan prinsip yang ada, jumlah sampel harus mencakup seluruh populasi. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan seluruh populasi sebagai sampel, yaitu 27 nasabah.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi kuesioner dan dokumentasi. Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data dari nasabah BMT NU Tanah Merah dengan pertanyaan terstruktur yang diukur menggunakan skala Likert 1–5, mulai dari sangat setuju hingga sangat tidak setuju. Dokumentasi melengkapi data berupa arsip sejarah, struktur organisasi, serta visi dan misi BMT. Setelah data terkumpul, dilakukan pengolahan dan analisis dengan menggunakan regresi linier sederhana untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas (sistem pelayanan) dan variabel terikat (minat menabung). Sebelum analisis, data diuji dengan uji asumsi klasik seperti normalitas, linieritas, dan multikolinearitas untuk memastikan kelayakan pengolahan data. Instrumen penelitian dinyatakan valid dan reliabel untuk menjamin akurasi dan konsistensi hasil. Validitas mengukur ketepatan instrumen dalam mengukur variabel, sementara reliabilitas menguji konsistensi hasil pada pengukuran berulang. Analisis regresi linier sederhana dilengkapi dengan uji T untuk menguji signifikansi hubungan antar variabel. Indikator variabel meliputi kehandalan, empati,

dan kepastian sebagai bagian dari sistem pelayanan, serta indikator minat menabung seperti kesesuaian dengan prinsip Islam dan pengaruh keluarga. Teknik ini memastikan hasil penelitian dapat menjawab masalah dan hipotesis secara akurat dan sistematis.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Tabel 1.
Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Dalam Bentuk Persen (%)
Laki-Laki	15 Nasabah	59%
Perempuan	12 Nasabah	41%
Keseluruhan	27 Nasabah	100%

Penelitian ini dilakukan dengan objek penelitian pada nasabah di dusun banyualet Tanah Merah Bangkalan untuk mengetahui tentang pengaruh sistem pelayanan antar jemput Tabungan terhadap minat menabung di dusun banyualet di BMT NU Tanah Merah. Berdasarkan hasil angket atau kuesioner yang diberikan kepada 27 responden. Penyajian data hasil penelitian ini membahas dan menjelaskan data yang diperoleh dan dikumpulkan, dengan dua variabel independen (bebas) dan satu variabel dependen (terikat). yaitu system pelayanan antar jemput Tabungan(X), sistem pelayanan , dan minat menabung (Y). Kuesioner disebarakan kepada 27 responden, dengan setiap variabel mencakup 5 pernyataan.

Tabel 2.
Hasil Responden Variabel X

NO-R	Nama Respdnen	Pernyataan X					TOTAL
		X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	
1	Suhaira	5	5	5	5	5	25
2	Muhammad	5	5	5	5	4	24
3	Slamet	5	5	5	5	3	23
4	Munaroh	5	5	5	5	5	25
5	Rokayyah	5	5	5	5	5	25
6	Muktirah	5	3	5	4	4	21
7	Toriq	4	2	4	5	4	19
8	Ahmad deni	5	5	4	5	4	23
9	Lutfi	5	5	5	5	4	24
10	Luluk	5	5	4	4	3	21
11	Nuriyeh	2	4	1	3	3	13
12	Mufarrohah	5	5	5	5	5	25
13	Marmiyeh	5	5	5	5	5	25
14	Maimuna	4	5	5	5	5	24
15	Margi	5	5	5	5	5	25
16	Muksin	5	5	5	5	5	25
17	Musarrofah	5	4	4	4	4	21
18	Ipah	5	4	4	4	4	21
19	Qibtiyah	5	5	4	4	3	21
20	Halimah	4	3	4	5	3	19

21	Nur Jannah	4	3	5	4	4	20
22	Siti	4	3	5	4	4	20
23	Kiyamah	4	5	5	5	3	22
24	Karimah	4	5	5	5	4	23
25	Alwiyah	4	5	5	5	4	23
26	Maskur	4	5	5	5	4	23
27	Fuad	5	4	5	5	2	21

Variabel. Y (Minat. Menabung)

- SS = Sangat. setuju (diberi skor 5 point)
- S =Setuju. (diberi skor 4 point)
- KS =Kurang. Setuju (diberi skor 3 point)
- TS =Tidak. Setuju (diberi skor 2 point)
- STS =Sangat Tidak.. Setuju (diberi skor 1 point)

Adapun hasil jawaban kuesioner dari system pelayanan antar jemput tabungan ialah sebagai berikut:

Tabel 3.
Hasil Responden Variabel Y

NO-R	Nama Responden	Pernyataan (Y)					TOTAL
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	
1	Suhaira	5	4	4	5	4	22
2	Muhammad	4	5	5	5	4	23
3	Slamet	5	4	4	4	4	21
4	Munaroh	5	4	4	4	4	21
5	Rokayyah	5	5	5	5	5	25
6	Muktirah	5	4	2	5	5	21
7	Toriq	5	4	5	4	5	23
8	Ahmad deni	5	5	4	4	5	23
9	Lutfi	5	4	4	5	5	23
10	Luluk	4	3	5	2	4	18
11	Nuriyeh	4	4	4	4	4	20
12	Mufarrohah	5	5	5	5	5	25
13	Marmiyeh	5	5	5	5	5	25
14	Maimuna	5	5	5	5	5	25
15	Margi	5	5	5	5	5	25
16	Muksin	5	5	5	5	5	25
17	Musarrofah	5	4	4	4	4	21
18	Ipah	5	4	4	4	4	21
19	Qibtiyah	4	4	4	4	4	20
20	Halimah	4	4	4	3	3	18
21	Nur Jannah	3	3	5	4	4	19
22	Siti	3	3	5	4	4	19
23	Kiyamah	5	4	5	4	5	23
24	Karimah	4	5	5	4	5	23

25	Alwiyah	4	5	5	4	5	23
26	Maskur	5	4	4	4	5	22
27	Fuad	4	4	4	5	5	22

Tabel 4.

Uji Validitas Variabel (X)

Rvy	0,713487	0,650494	0,804208	0,750048	0,647769
Rtabel	0,281	0,281	0,281	0,281	0,281
Status	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas pada item pernyataan variabel X (sistem pelayanan antar-jemput tabungan), dengan $R_{tabel} \leq R_{hitung}$, terdapat 5 pernyataan yang valid dari total 5 pernyataan. Ini berarti semua 5 pernyataan dianggap valid dan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

Tabel 5.

Hasil Uji Validitas Variabel (Y)

Rhitung	0,602224	0,845829	0,35627	0,740093	0,789094
Rtabel	0,281	0,281	0,281	0,281	0,281
Status	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid

Berdasarkan uji hasil validitas pada item pernyataan variabel Y (minat menabung), dengan $R_{tabel} \leq R_{hitung}$, terdapat 5 pernyataan yang valid dari total 5 pernyataan. Artinya, semua 5 pernyataan tersebut valid dan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

Tabel 6.

Hasil Uji Reabilitas Variabel (X) dan (Y)

Variabel	X	Y
Varian Butir	0,487	0,410
Jumlah V Butir	2,994	2,188
Varian Total	7,353	4,764
R11	0,741	0,676
Realibilitas	Sangat Tinggi	Sangat Tinggi

Dari tablel di atas, terlihat bahwa hasil uji eandalan masing-masing variabel dalam penelitian ini (X dan Y) melebihi 0,60. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data tersebut reliabel, yang berarti kuesioner untuk masing-masing variabel dapat digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 7.

Hasil Uji Normalitas (X)

Statistik	Var I
N Sampel	27
Mean	22,407
Simpangan Baku	2,693
D Hitung	0,168
D Tabel	0,188

Normal

Dapat dilihat dari hasil di atas, dengan $D_{hitung} = 0,168$ dan $D_{tabel} = 0,188$, data untuk uji normalitas variabel X (sistem pelayanan antar jemput tabungan) berdistribusi normal karena nilai $D_{hitung} \leq D_{tabel}$.

Tabel 8.
Hasil Uji Normalitas (Y)

Statistik	Var I
N Sampel	27
Mean	22,000
Simpangan Baku	2,184
D Hitung	0,121
D Tabel	0,188
Normal	

Bisa deteksi dari hasil di atas, karena $D_{hitung} = 0,121$ dan $D_{tabel} = 0,188$ jadi untuk data uji normalitas variabel X (sistem pelayanan antar jemput tabungan) berdistribusi normal karena $D_{hitung} \leq D_{tabel}$.

Tabel 9.
Hasil Uji Multikolenieritas

R-square	Taraf perbandingan
0,412324	0,8

Dari tabel di atas, diketahui bahwa R-square sebesar 0,412324 lebih kecil daripada ambang batas perbandingan yang sebesar 0,8. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa data tersebut menunjukkan adanya multikolenieritas karena $R\text{-square} \leq 0,8$.

Tabel 10.
Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

	Coefficients	Standard Error	t Stat
Intercept	10,259	2,713	3,782
X Variable 1	0,531	0,121	4,387

Hasil uji regresi linear sederhana menunjukkan persamaan regresi $Y = 10,259 + 0,531X$, di mana nilai konstanta (intercept) sebesar 10,259 mengindikasikan bahwa apabila sistem pelayanan antar jemput tabungan (variabel X) tidak mengalami perubahan atau bernilai nol, maka minat menabung (variabel Y) tetap sebesar 10,259. Sedangkan koefisien regresi sebesar 0,531 menunjukkan adanya hubungan positif antara sistem pelayanan antar jemput tabungan dengan minat menabung, yang berarti setiap peningkatan satu satuan pada sistem pelayanan antar jemput tabungan akan diikuti oleh peningkatan minat menabung sebesar 0,531 satuan. Dengan demikian,

dapat disimpulkan bahwa peningkatan kualitas sistem pelayanan antar jemput tabungan berpengaruh positif terhadap peningkatan minat menabung nasabah.

Tabel 11.
Hasil Uji T

Variable X	
Df	38
T hitung	13,033
T table	1,703

Dari tabel di atas, diperoleh nilai T_{hitung} sebesar 13,033 dan nilai T_{tabel} sebesar 1,703. Karena nilai $T_{hitung} \geq T_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan dari sistem pelayanan antar jemput tabungan terhadap minat menabung.

Tabel 12.
Hasil Uji F

F hitung	F table
19,24	4,25

Dari tabel diatas, diketahui nilai $F_{hitung} = 19,24$ dan $F_{tabel} = 4,25$. karena $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka signifikan H_a diterima H_0 ditolak. Demikian berdasarkan hasil uji F diatas dapat diambil kesimpulan bahwa ada pengaruh yang signifikan dari system pelanan antar jemput Tabungan terhadap minat menabung .

Tabel 13.
Hasil Uji R Square

Multiple R	0,659490325
R Square	0,434927488
Adjusted R Square	0,412324588
Standard Error	1,673144071
Observations	27

Dari tabel di atas, diketahui bahwa nilai R Square (R^2) adalah 0,434. Nilai R Square (R^2) ini akan diubah menjadi persentase dengan cara berikut:

$$(R^2) \times 100\% \\
 0,434 \times 100 = 43,4\%$$

Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa minat Menabung (Y) yang dipengaruhi oleh variable system pelayanan antar jemput tabungan(X) adalah sebesar 43,4%, sedangkan untuk 42,4% nya terpengaruh oleh variabele lain yang tidak dibahas di penelitian ini.

Pengaruh system pelayanan antar jemput Tabungan pada minat menabung

Berdasarkan hasil analisis regresi linier pada halaman sebelumnya, diketahui bahwa nilai koefisien regresi dari system pelayanan antar jemput tabungan (X) adalah 0,531. Koefisien regresi positif (searah), sebesar 0,531 artinya, jika sistem pelayanan antar jemput tabungan (X) meningkat sebesar 1 satuan, maka minat menabung (Y) juga akan meningkat sebesar 0,531. maka dari itu jika system pelayanan antar jemput tabungan semakin tinggi maka minat mabung juga semakin meningkat. Sementara itu,

menurut uji T yang tercantum di halaman sebelumnya, nilai Thitung adalah 13,033 dan nilai T_{tabel} sebesar 1,703. Karena nilai Thitung \geq T_{tabel}, maka H₀ ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan dari system pelayanan antar jemput tabungan terhadap minat menabung. Berdasarkan hasil uji determinasi, diketahui bahwa nilai R² adalah 0,434, yang jika diubah ke dalam bentuk persen (%) adalah $0,434 \times 100\% = 43,4\%$ jadi kesimpulannya diketahui minat menabung (Y) yang terpengaruh dengan variabel system pelayanan antar jemput tabungan (X) adalah sebesar 43,4%, sedangkan untuk 43,4% terpengaruh oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil uji statistik, terdapat pengaruh yang signifikan antara sistem pelayanan antar jemput tabungan terhadap minat menabung di Dusun Banyualet, BMT NU Tanah Merah Bangkalan. Nilai t-hitung sebesar 13,033 lebih besar dari t-tabel 1,703, sehingga hipotesis alternatif diterima. Begitu pula hasil uji F dengan nilai F-hitung 19,24 lebih besar dari F-tabel 4,25, menegaskan bahwa sistem pelayanan tersebut berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. Koefisien determinasi (R²) sebesar 0,434 menunjukkan bahwa 43,4% variasi minat menabung dapat dijelaskan oleh sistem pelayanan antar jemput tabungan, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, R. (2016). Strategi Promosi dan Pelayanan pada BMT Tanah Merah
- Arikunto, S. (2015). Manajemen Lembaga Keuangan Mikro. Jakarta: Rineka Cipta.
- Febri, A. (2016). Pelayanan dan Kepuasan Nasabah pada Lembaga Keuangan Syariah. Yogyakarta: Deepublish.
- Hartono, J. (2017). Kebijakan Ekonomi dan Pengelolaan Sumber Daya. Jakarta: Erlangga.
- Hendrawan, R., Sari, D., & Putri, L. (2017). Peran BMT dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah*, 5(2), 123-135.
- Ismail, M. (2011). Strategi Pemasaran dalam Lembaga Keuangan Syariah. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 3(1), 45-52.
- Kasmir. (2004). Pemasaran Bank. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lupiyoadi, R. (2013). Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R. (2014). Manajemen Pemasaran Jasa (Revisi). Jakarta: Salemba Empat.
- Rawati, S. (2020). Pengelolaan dan Pengembangan BMT sebagai Lembaga Keuangan Mikro Syariah. Surabaya: Universitas Airlangga Press.
- Swastha, B., & Handoko, T. H. (2008). Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: BPFE.
- Tjiptono, F. (2015). Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, F. (2017). Service, Quality & Satisfaction. Yogyakarta: Penerbit Andi.