

Analisis Kepuasan Anggota Terhadap Layanan Pembiayaan Di Kspps "Usaha Barokah" Jatipurno (Studi Kasus Syariah KSPPS Usaha Barokah Jatipurno)

Yusuf Sabila Rosyada¹, Abdul Haris Romdhoni^{2*}, Rukmini³

Fakultas Ekonomi Syariah, Institut Teknologi Bisnis AAS Sukoharjo Email:

rosyada21@gmail.com¹, harisromdhoni27@gmail.com^{2*}, rukmini.stie.aas@gmail.com³

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan anggota terhadap layanan pembiayaan di KSPPS Usaha Barokah Jatipurno. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan pendekatan Customer Satisfaction Index (CSI). Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada anggota koperasi yang telah menerima layanan pembiayaan. Lima aspek utama yang diukur meliputi kualitas produk, kualitas pelayanan, faktor emosional, harga/margin pembiayaan, dan kemudahan akses. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai CSI mencapai 83,4% yang tergolong dalam kategori *sangat puas*. Hal ini mengindikasikan bahwa layanan pembiayaan yang diberikan oleh KSPPS Usaha Barokah Jatipurno telah memenuhi harapan para anggotanya secara optimal. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur mengenai kepuasan anggota dalam konteks lembaga keuangan syariah serta dapat menjadi acuan dalam evaluasi kualitas pelayanan koperasi.

Kata kunci: *Kepuasan anggota, KSPPS, Pembiayaan syariah, Kualitas pelayanan, Customer Satisfaction Index*

Abstract

This study aims to analyze the level of member satisfaction with financing services at KSPPS Usaha Barokah Jatipurno. The research method used is descriptive quantitative with the Customer Satisfaction Index (CSI) approach. Data were obtained by distributing questionnaires to cooperative members who had received financing services. The five main aspects measured include product quality, service quality, emotional factors, financing price/margin, and ease of access. The results showed that the CSI value reached 83.4% which is included in the very satisfied category. This indicates that the financing services provided by KSPPS Usaha Barokah Jatipurno have optimally met the expectations of its members. This study contributes to the development of literature on member satisfaction in the context of Islamic financial institutions and can be a reference in evaluating the quality of cooperative services.

Keywords: *Member satisfaction, KSPPS, Islamic financing, Service quality, Customer Satisfaction Indeks.*

Pendahuluan

Lembaga keuangan secara umum adalah setiap perusahaan yang bergerak di bidang keuangan, penghimpunan dana, menyalurkan dan memberi jasa layanan keuangan.

lembaga keuangan dibagi menjadi dua yaitu lembaga keuangan bank dan non bank. Lembaga keuangan menjadi perusahaan yang usahanya bergerak dalam bidang jasa keuangan sehingga kegiatan yang dilakukan selalu berkaitan dengan bidang keuangan, penghimpunan dana masyarakat, dan jasa keuangan lainnya (Afrianty et al., 2020). Perkembangan ekonomi di Indonesia semakin maju dan banyak berdirinya lembaga-lembaga keuangan yang berlandaskan prinsip syariah. Salah satu contohnya adalah BMT.

BMT adalah lembaga keuangan berorientasi sosial keagamaan yang kegiatan utamanya menampung serta menyalurkan harta masyarakat berupa dana ZIS berdasar syariah Islam. Menurut Afrianty et al., (2020)., Annisa et al (2025) BMT merupakan balai usaha mandiri terpadu yang memiliki inti kegiatan mengembangkan usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil untuk menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonomi juga dapat menerima titipan zakat, infak, sedekah, dan penyalurannya yang disesuaikan dengan peraturan dan amanat dari pemberi. Pada penelitian ini akan mengulas mengenai pelayanan untuk kepuasan anggota BMT yang ditentukan oleh kualitas produk dan layanan yang dikehendakinya, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi BMT. Kepuasan anggota terhadap kualitas layanan selalu menilai suatu layanan yang diterima dibandingkan dengan apa yang dijanjikan sebelumnya.

Produk - produk BMT yang bermacam-macam disediakan untuk masyarakat, misalnya bagi hasil atau pembiayaan yang diberikan kepada sektor pertanian, industri, perdagangan barang dan jasa, koperasi, pedagang kecil dan lainnya. Produk – produk berbasis syariah memiliki karakter seperti, tidak memungut bunga dalam berbagai bentuk riba, menetapkan uang sebagai alat tukar bukan sebagai komoditas yang diperdagangkan. Adapun pelayanan yang diberikan pihak BMT terkait dengan kepuasan nasabah ialah dengan melakukan pelayanan cepat, mudah, tanggap dan tidak sulit serta pelayanan ini nasabah akan merasa puas dengan sistem tabungan yaitu dengan jempot bola dimana dengan adanya pelayanan ini nasabah akan merasa puas dengan sistem pelayanan yang diberikan pihak BMT karena nasabah tidak perlu repot- repot keluar rumah.

Setiawan et al., (2019) menyatakan bahwa untuk memenuhi kepuasan konsumen, perlu adanya kejelian untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen yang seiring berjalannya waktu akan terus berubah. Kepuasan konsumen akan membandingkan tingkat kepuasan antara kinerja yang dirasakan dan harapan yang konsumen harapkan. Puasnya pelayanan yang diperoleh nasabah akan menjadi pendorong kepercayaan nasabah pada kualitas pelayanan di lembaga keuangan syariah karena masyarakat sudah percaya terhadap lembaga keuangan untuk menjadi anggotanya, sebab pelayanan yang diberikan oleh lembaga keuangan syariah memang sudah benar-benar sesuai syariah Islam. Oleh karena itu dalam pelayanan lembaga keuangan memang harus benar - benar menjaga kualitasnya untuk mempertahankan dan meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap lembaga keuangan syariah.

Kajian Teori

A. Kepuasan Anggota

a. Pengertian Kepuasan Anggota

Kepuasan dapat merujuk pada rasa puas yang dirasakan oleh pelanggan terhadap beberapa factor yang mempengaruhi, baik dilihat dari harapan pelanggan maupun dari kinerja pengelola. Kepuasan adalah suatu rasa yang sanggup memberikan sesuatu yang dicari oleh anggota sampai Tingkat yang cukup tinggi. Kepuasan pelanggan adalah harapan yang dimiliki oleh pelanggan kemudian pekerja dapat memberikan apa yang diharapkan oleh pelanggan. Harapan pelanggan adalah sesuatu yang akan diterimanya saat berniat untuk membeli suatu barang atau jasa. Tingkat kepuasan pelanggan menggambarkan Tingkat perasaan senang atau kecewa pelanggan setelah membandingkan antara tingkat pelayanan sesungguhnya yang dia terima dengan harapan yang dimiliki oleh pelanggan (Huda, 2022). Kepuasan pelanggan atau dalam hal ini adalah anggota terhadap suatu jasa juga bisa ditentukan oleh tingkat kepentingan anggota sebelum menggunakan jasa lalu dibandingkan dengan hasil persepsi anggota setelah anggota merasakan kinerja jasa tersebut.

b. Pengukuran Kepuasan Anggota

Pengukuran kepuasan anggota dapat dilakukan dengan cara memberikan kuesioner atau survei kepuasan, wawancara, dan analisis keluhan dan saran. Dengan demikian anggota koperasi juga dapat aktif dalam memberikan kontribusi untuk meningkatkan pelayanan koperasi. (Huda, 2022) menjelaskan bahwa ada empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan atau anggota, yaitu; sistem keluhan dan saran, *ghost shopping*, *lost customer analysis*, dan survei kepuasan pelanggan.

- 1) Sistem keluhan saran adalah system yang mana setiap anggota berhak memberikan keluhan atau saran yang disampaikan kepada pengelola sehingga pengelola koperasi bisa mendapatkan timbal balik dari anggota dan bisa segera melakukan perbaikan bila memang diperlukan.
- 2) *Ghosting Shopping* adalah cara untuk mendapatkan Gambaran mengenai kepuasan anggota dengan cara memperkerjakan beberapa orang yang berperan untuk berpura-pura sebagai pelanggan potensial. Mereka akan dimintai interaksi sehingga pihak pengelola bisa mendapatkan timbal balik untuk melakukan perbaikan.
- 3) *Lost Customer Analysis* adalah pengukuran dengan cara menghubungi para pelanggan yang sudah tidak melakukan transaksi kepada koperasi lain sehingga pengelola koperasi bisa mendapatkan alasan mengapa pelanggan pindah ke koperasi lain. Dengan adanya komunikasi tersebut pengelola bisa segera melakukan perbaikan sehingga anggota koperasi bisa kembali melakukan transaksi dan mendapatkan kembali kepercayaan pelanggan atau anggota.
- 4) Survei kepuasan ini dapat dilakukan dengan cara melalui penelitian atau menggunakan survei sederhana. Adanya penggunaan survei ini diharapkan pengelola bisa mendapatkan tanggapan dan umpan balik dari para anggota koperasi. Pelaksanaan survei ini hampir sama dengan sistem keluhan dan saran yang memiliki tujuan sama yaitu mendapatkan imbal balik agar segera melakukan perbaikan.

c. Aspek – Aspek Kepuasan Anggota

(Huda, 2022) menyampaikan bahwa ada lima aspek yang dapat mendorong kepuasan anggota, yaitu; kualitas produk, kualitas pelayanan, faktor emosional, harga komponen, dan kemudahan.

- a. Kualitas produk meyangkut pada elemen daya guna, tahan uji, kesesuaian, daya tahan, konsistensi, dan desain. Produk yang memiliki kualitas baik tentunya menjadikan pembeli atau pelanggan akan merasa puas atas kinerja yang dilakukan oleh penjual. Koperasi yang memiliki pelayanan baik, produk berkualitas, dan punya konsekuensi terhadap janjinya menjadikan citra yang dibangun oleh pengelola koperasi menjadi baik pula. Sebaliknya, bila pengelola tidak menganggap penting pada kualitas produk barang atau jasa, maka yang terjadi adalah buruknya citra koperasi yang dapat berakibat pada kehilangan pelanggan.
- b. Kualitas pelayanan juga menjadi hal penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan atau anggota. Anggota yang mendapatkan kualitas pelayanan baik akan bisa merasa puas karena bisa mendapatkan pencapaian dari harapannya. Kepuasan anggota juga akan dapat berdampak baik baik kelanjutan kinerja koperasi karena ada besar kemungkinan anggota koperasi yang sudah mendapatkan kepuasan akan memberitahukan kepada orang lain sehingga dapat menambah anggota koperasi.
- c. Emosional merupakan salah satu penentu tercapainya kepuasan anggota koperasi. Kepuasan anggota didasarkan oleh rasa bangga, percaya diri, dan simbol sukses yang mana hal itu terjadi dalam komponen emosional anggota koperasi.
- d. Harga komponen sangat penting karena dapat berpengaruh terhadap kepuasan yang relative besar. Harga yang terjangkau akan memberikan kepuasan anggota yang sensitive terhadap perubahan harga karena anggota mendapatkan *value for money* yang tinggi.
- e. Kemudahan komponen berhubungan dengan biaya memperoleh produk barang atau jasa. Anggota koperasi cenderung puas pada sesuatu yang mudah, nyaman, dan efisien.

B. Pembiayaan KSPPS

a. Pengertian Pembiayaan KSPPS

Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) adalah Lembaga keuangan mikro syariah yang menjalankan peran ganda yaitu sebagai lembaga bisnis (tanwil) dan sebagai penghimpun, pengelola, dan penyaluran dana zakat, infaq, shadaqah, dan waqaf. Pembiayaan KSPPS adalah suatu proses pembiayaan dana atau modal oleh KSPPS kepada para anggotanya berdasarkan prinsip syariah. Pembiayaan ini bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi tanpa melanggar prinsip islam. KSPPS menyalurkan dan memanfaatkan dana yang diperoleh untuk pemberdayaan pelaku usaha mikro kecil. KSPPS memiliki peran yang sama dengan BMT (Baitul Maal wat Tanwil) karena memang KSPPS terlahir dari BMT. KSPPS memiliki operasional berupa produk simpanan yang terdiri dari tabungan wadiah dan tabungan mudharabah. KSPPS juga memiliki produk pembiayaan murabahah, pembiayaan musyarakah, dan

pembiayaan mudharabah (Kartika & Oktafia, 2021).

b. Jenis Pembiayaan KSPPS

KSPPS memiliki tiga produk pembiayaan yaitu pembiayaan *murabahah*, pembiayaan *musyarakah*, dan pembiayaan *mudharabah*.

1. Pembiayaan *Murabahah*

(Kartika & Oktafia, 2021) menyampaikan bahwa *murabahah* dapat diartikan sebagai suatu akad penjualan barang yang sesuai dengan harga pokok (*cost*) yang selanjutnya ditambah keuntungan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati antara penjual dan pembeli. Pembiayaan *murabahah* memiliki ciri khusus yaitu penjual diharuskan memberitahukan pada pembeli jumlah harga pembelian produk dan keuntungan yang ditetapkan pada harga pokok. *Murabahah* adalah pembiayaan usaha dalam bentuk jual beli dimana pihak koperasi syariah sebagai penjual secara transparan memberitahukan kepada anggota sebagai pembeli terkait harga pokok barang tersebut dan anggota membelinya berdasarkan harga pokok serta memberikan keuntungan kepada pihak koperasi syariah sesuai dengan kesepakatan.

2. Pembiayaan *Musyarakah*

Musyarakah dapat bermakna pencampuran salah satu dari dua harta dengan harta lain tanpa dapat dibedakan diantara keduanya. *Musyarakah* juga dapat berarti akad diantara dua orang atau lebih untuk berserikat dalam modal dan keuntungan. Akad Kerjasama yang terjadi antara para pemilik modal untuk menggabungkan modal dan melakukan usaha secara bersama dalam suatu kemitraan dengan nisbah pembagian hasil sesuai dengan kesepakatan sedangkan bila mengalami kerugian maka ditanggung secara proporsional sesuai dengan kontribusi awal (Latif, 2020).

3. Pembiayaan *Mudharabah*

Mudharabah berarti seorang pemilik modal menyerahkan modal kepada seorang amil untuk berniaga dengan modal tersebut. Keuntungan dari kegiatan tersebut dibagi antara kedua belah pihak dengan porsi bagian sesuai dengan kesepakatan awal. Bila terjadi kerugian dalam pembiayaan ini maka kerugian juga akan ditanggung Bersama sesuai dengan kesepakatan. Penerapan *mudharabah* pada BMT terbagi menjadi dua bagian yaitu pada saat perolehan dana dan pada saat penyaluran dana (Latif, 2020)

c. mekanisme Pembiayaan KSPPS

Proses pembiayaan di KSPPS melalui beberapa tahap antara lain dalam penyediaan dana atau pembiayaan kepada anggotanya berdasarkan prinsip syariah islam. Mekanisme ini ditujukan untuk memastikan bahwa seluruh proses pembiayaan mulai dari pengajuan hingga pelunasan dilakukan sesuai dengan syariat islam. Adapun mekanisme yang dilalui adalah sebagai berikut:

- 1) Pengajuan pembiayaan oleh anggota
- 2) Analisis dan evaluasi
- 3) Penentuan akad syariah
- 4) Persetujuan pembiayaan

- 5) Pencairan dana
- 6) Pengelolaan dan monitoring
- 7) Pembayaran dan pelunasan
- 8) Evaluasi dan laporan

C. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan konsumen baik dari produk maupun jasa serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan yaitu pemenuhan kebutuhan konsumen berdasarkan tingkat keunggulan dari produk dan jasa yang sesuai dengan harapan sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan harapan para konsumen (Rohaeni & Marwa, 2018)

b. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan merupakan suatu perbuatan dan tindakan pelaku usaha atau perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Kualitas Pelayanan adalah suatu kemampuan dalam membuat dan memberikan produk berupa barang atau jasa yang memiliki manfaat sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan.

Metode Penelitian

A. Desain Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Metode ini dinilai dapat digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan secara numerik, statistik, dan dapat memahami secara mendalam mengenai alasan dibalik tingkat kepuasan anggota secara mendalam. (Prasko et al., 2016) menyatakan bahwa metode deskriptif kuantitatif dapat menggambarkan atau mendeskripsikan suatu keadaan secara objektif berdasarkan hubungan antar masalah yang diteliti sehingga dapat mencapai tujuan penelitian.

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode pengambilan *purposive sampling*. (Andansari et al., 2016) menjelaskan bahwa *purposive sampling* digunakan untuk mengambil sampel di lapangan secara subjektif. Pengambilan sampel dilakukan dengan cara pemilihan dengan kriteria tertentu sehingga populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk dijadikan sebagai sampel. Peneliti akan memilih sampel yang paling sesuai, bermanfaat, dan dianggap dapat mewakili populasi.

B. Jenis dan Sumber Data

a. Data Primer

(Pramiyati, 2017) menjelaskan bahwa data primer adalah data yang didapatkan secara langsung dari sumber asli melalui beberapa metode. Data primer adalah data nyata yang dipegang dan didapatkan oleh peneliti sehingga terjamin keasliannya. Ada beberapa cara untuk mendapatkan data primer antara lain menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang telah mengalami pengolahan yang dilakukan oleh peneliti lain kemudian hasil tersebut dimasukkan dalam tulisannya. Data sekunder tidak didapatkan secara langsung, namun diambil dari beberapa sumber. Dengan demikian yang didapatkan adalah data akhir atau data yang telah matang. Data sekunder dapat diambil dari jurnal, buku, dan juga artikel ilmiah. Peneliti menggunakannya sebagai pembandingan atau penambah informasi yang dapat digunakan dalam penelitian.

c. Metode Customer Satisfaction Index (CSI)

CSI adalah metode untuk mengukur tingkat kepuasan anggota secara keseluruhan dengan mengkombinasikan beberapa indikator kepuasan. (Widodo & Sutopo, 2018) memaparkan bahwa CSI adalah indeks untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut barang atau jasa yang diukur. Metode ini dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai tingkat kepuasan pelanggan sehingga pengelola dapat segera melakukan perbaikan dan evaluasi.

$$CSI = \frac{T}{5Y} \times 100\%$$

Keterangan:

T : Nilai Total dari CSI

5 : Nilai Maksimum pada skala pengukuran

Y : Nilai Total dari Kolom Harapan

Tabel 1. Kriteria Tingkat Kepuasan

No	Nilai CSI (%)	Keterangan
1	81-100	Sangat Puas
2	66-80.99	Puas
3	51-65.99	Cukup Puas
4	35-50.99	Kurang Puas
5	0-34.99	Tidak Puas

Hasil dan Pembahasan

Gambaran Umum KSPPS Usaha Barokah Jatipurno

KSPPS Usaha Barokah Jatipurno merupakan salah satu koperasi berbasis syariah yang beroperasi di bidang simpan pinjam dan pembiayaan. Koperasi ini menjalankan prinsip-prinsip syariah dalam kegiatan operasionalnya, seperti larangan riba, gharar, dan maysir, serta berfokus pada pemberdayaan anggota dan masyarakat sekitar.

Produk pembiayaan yang ditawarkan antara lain pembiayaan murabahah, mudharabah,

dan musyarakah. Koperasi ini juga menjalankan sistem pelayanan jemput bola untuk memudahkan anggota dalam melakukan transaksi. Pelayanan cepat, ramah, dan berbasis syariah menjadi nilai tambah yang ditawarkan koperasi kepada anggotanya.

Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada sejumlah anggota KSPPS Usaha Barokah Jatipurno yang telah mendapatkan pembiayaan. Data dianalisis menggunakan metode Customer Satisfaction Index (CSI), dengan memperhatikan lima aspek utama: kualitas produk, kualitas pelayanan, faktor emosional, harga, dan kemudahan.

Berdasarkan hasil perhitungan CSI:

- Nilai CSI: 83,4%
- Kategori: Sangat Puas

Hal ini menunjukkan bahwa secara umum, anggota merasa sangat puas terhadap layanan pembiayaan yang diberikan oleh koperasi.

Pembahasan

1. Kualitas Produk

Produk pembiayaan yang ditawarkan koperasi, terutama murabahah, dianggap relevan dan mudah dipahami oleh anggota. Transparansi dalam akad serta kesesuaian dengan prinsip syariah menjadi faktor utama kepuasan.

2. Kualitas Pelayanan

Responden menyatakan bahwa pelayanan dari petugas koperasi cukup cepat, responsif, dan bersifat personal. Sistem jemput bola sangat membantu anggota, terutama yang tinggal di daerah terpencil.

3. Faktor Emosional

Rasa percaya dan nyaman bertransaksi dengan koperasi syariah muncul karena adanya kejelasan sistem dan orientasi sosial yang dijalankan koperasi.

4. Kemudahan Akses

Prosedur pengajuan pembiayaan relatif mudah dan tidak berbelit-belit. Proses pencairan yang cepat dan komunikasi yang terbuka menjadi alasan mengapa anggota merasa puas terhadap layanan yang diterima.

Implikasi

Tingkat kepuasan yang tinggi menunjukkan bahwa koperasi berhasil menjalankan fungsi pelayanan dengan baik. Namun demikian, koperasi tetap perlu melakukan evaluasi berkala untuk menjaga kualitas layanan dan menyesuaikan dengan kebutuhan anggota yang dinamis.

Tabel 2. Tingkat Kepuasan

No	Aspek Kepuasan	Bobot Kepentingan (%)	Skor Kepuasan	Bobot x Skor
1	Kualitas Produk	20	4.2	84.0
2	Kualitas Pelayanan	25	4.3	107.5
3	Faktor Emosional	15	4.1	61.5
4	Harga/Margin	20	4.0	80.0
5	Kemudahan Akses	20	4.2	84.0
	Total	100		417.0

Nilai CSI = $(417 / 500) \times 100 = 83.4\% \rightarrow$ Kategori: Sangat Puas

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan anggota terhadap layanan pembiayaan di KSPPS Usaha Barokah Jatipurno berada dalam kategori sangat puas, dengan nilai Customer Satisfaction Index (CSI) sebesar 83,4%. Seluruh aspek yang diukur—meliputi kualitas produk, kualitas pelayanan, faktor emosional, harga/margin pembiayaan, dan kemudahan akses—berkontribusi secara positif terhadap kepuasan anggota. Aspek pelayanan dan kemudahan akses menjadi faktor dominan, di mana sistem pelayanan jemput bola, pendekatan personal dari petugas, dan proses administrasi yang cepat memberikan dampak signifikan terhadap kepuasan pengguna layanan koperasi. Penerapan prinsip-prinsip syariah secara konsisten dalam setiap aktivitas pembiayaan, seperti transparansi akad dan sistem bagi hasil, menciptakan rasa percaya dan kenyamanan bagi anggota koperasi. Temuan ini menunjukkan bahwa KSPPS Usaha Barokah Jatipurno telah berhasil memenuhi harapan anggota serta mampu menjaga citra sebagai lembaga keuangan syariah yang profesional dan terpercaya. Dengan pencapaian ini, koperasi memiliki peluang besar untuk mempertahankan loyalitas anggota dan menarik partisipasi masyarakat yang lebih luas di masa mendatang.

Saran

Meskipun tingkat kepuasan anggota tergolong sangat tinggi, koperasi tetap perlu melakukan evaluasi berkala terhadap seluruh aspek layanan, guna memastikan keberlanjutan kualitas dan mengantisipasi perubahan kebutuhan anggota. Salah satu langkah strategis yang dapat dilakukan adalah dengan mengembangkan sistem layanan berbasis digital, seperti aplikasi koperasi atau layanan mobile, yang dapat memberikan kemudahan lebih lanjut dalam proses pengajuan maupun monitoring pembiayaan. Inovasi teknologi ini akan memperluas jangkauan layanan koperasi sekaligus memperkuat daya saing di tengah perkembangan ekonomi digital. Koperasi disarankan untuk meningkatkan kompetensi sumber daya manusia

(SDM) melalui pelatihan berkala yang fokus pada pelayanan prima dan pemahaman mendalam tentang akad- akad syariah. Pengelola koperasi juga perlu lebih aktif melakukan pendekatan partisipatif, misalnya melalui forum anggota atau survei rutin, agar mendapatkan masukan yang relevan dari anggota sebagai pengguna langsung layanan. Terakhir, keberhasilan sistem pelayanan jemput bola dapat dijadikan model layanan yang direplikasi di cabang lain atau koperasi sejenis agar manfaatnya semakin meluas.

Referensi

- Annisa Marshanda Rahmawati, Prastiwi, I. E., & Agus Marimin. (2025). Pengaruh Pendapatan, Literasi Keuangan, dan Pengetahuan Investasi terhadap Minat Investasi Syariah di Kecamatan Kartasura Sukoharjo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 11(02). Retrieved from <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jiei/article/view/17002> (Original work published May 17, 2025)
- Afrianty, N., Isnaini, D., & Oktarina, A. (2020). *Lembaga Keuangan Syariah*.
- Andansari, N. A., Raharjo, K., & Andini, R. (2016). *Pengaruh Return On Equity (ROE), Price Earning Ratio (PER), Total Asset Turn OVER (TATO) dan Price To Book Value (PBV) Terhadap Return Saham (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI Periode 2008-2014)*.
- Andriani, N. W. T., Suartina, I. W., & Mahayasa I Gede Aryana. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Anggota dengan Kepuasan Anggota Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 3(7).
- DWI APRILYA DILA. (2020). *Mekanisme Pembiayaan Konsumtif Dengan Akad Murabahah (Studi Kasus di KSPPS BMT Arsyada Sejahtera Bersama Kantor Pusat Kota Metro Tahun 2018)*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
- Faruq, U., & Jennah, N. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Menabung pada Produk Tabungan Mudharabah di KSPPS BMT NU Cabang Camplong. *MABNY: Journal of Sharia Management and Business*, 3(1).
- Ferniawan, M. R., Cholid Mawardi, M., & Nandiroh, U. (2024). Peran Baitul Mal Wat Tamwil (BMT) dalam Peningkatan Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Suciharjo Kabupaten Tuban. *Warta Ekonomi*, 7(2).
- Firman Syah, M., Kadir, A., & Samsiri. (2025). Peran KSPPS Nuri Jatim Cabang Pegantenan Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Anggota Melalui Pembiayaan Syariah. *Prosiding Pengabdian Ekonomi Dan Keuangan Syariah* (Vol. 4). <https://jurnalalkhairat.org/ojs/index.php/prospeks>
- Ginting, N., & Barus, I. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Simpan Pinjam. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 10, 554–568. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v10i1.430>
- Hayuni, N., & Elsandra, Y. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Anggota Pada Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah

- Baitul Maal Wa Tamwil (KSPPS BMT) Koto Lua. *Journal of Business Economics and Management*, 01, 643–653. <https://jurnal.globalscients.com/index.php/jbem>
- Huda, I. U. (2022). Analisis Kepuasan Anggota Koperasi Terhadap Kualitas Pelayanan Pada Koperasi Credit Union Sumber Sejahtera Kalimantan Selatan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(3).
- Janah, I. M. (2018). *Analisis Kepuasan Nasabah Tabungan Di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) BMT AL-Hikmah Ungaran Cabang Bawen*.
- Kartika, D., & Oktafia, R. (2021). Implementasi Strategi Dalam Penanganan Pembiayaan Murabahah Bermasalah Pada KSPPS AL-Mubarak Sidoarjo. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 4(1), 2021.
- Kuncoro, & Prasajo, E. (2023). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Anggota Terhadap Loyalitas Anggota KSPPS. *Journal Competency of Business*, 7(1), 181–189.
- Kusdayanti, N. (2016). *Pengaruh Citra Koperasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Pegawai Republik Indonesia Setia Kecamatan Mojotengah Kabupaten Wonosobo*. Skripsi.
- Latif, C. A. (2020). *Pembiayaan Mudharabah dan Pembiayaan Musyarakah di Perbankan Syariah*.
- Lutfiyani, V., & Soliha, E. (2019). Pengaruh Citra Perusahaan, Kepercayaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan (Studi pada KSPPS Bondho Ben Tumoto Semarang). *Roceeding Seminar Nasional Dan Call for Papers 2019 Isu-Isu Riset Bisnis Dan Ekonomi Di Era Disrupsi: Strategi Publikasi Di Jurnal Bereputasi*.
- Mariana, L., Faisal, Sukarna, & Andriana. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Anggota Dalam Menabung di KSPPS Khairu Ummah Cabang Puraseda. *Economic Reviews Journal*, 1, 124–144. <https://doi.org/10.56709/mrj.v1i2.52>
- Muzzayin, A., Irfan, M., Ilham, Moh. L., & Firdiana. (20224). Analisis Minat Dan Kepuasan Anggota Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah Di Wilayah Bungatan Situbondo. *Jurnal Pemberdayaan: Publikasi Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat Vol. 02 No. 01 2024*.
- Pramiyati, T. (2017). Peran Data Primer Pada Pembentukan Skema Konseptual Yang Faktual (Studi Kasus: Skema Konseptual Basisdata Simbumil). *Jurnal SIMETRIS*, 8.
- Prasko, Sutomo, B., & Santoso, B. (2016). Penyuluhan Metode Audio Visual Dan Demonstrasi Terhadap Pengetahuan Menyikat Gigi Pada Anak Sekolah Dasar method of demonstration and audio visual, knowledge of brushing teeth. *Jurnal Kesehatan Gigi*, 03(2).
- Rifqoh, Z. V., Ulfah, M., & Saefulloh, E. (2024). Implementasi Ekonomi Syariah Pada Model Bisnis Aplikasi GO JEK. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah (JKUBS)*, 3(1). <https://doi.org/10.24260/jkubs.v2i1.900>

- Riyani, A., Pratama, G., & Surahman. (2022). Analisis Sistem Pengelolaan Keuangan Pembiayaan Syariah Dengan Akad Murabahah. *Ecobankers: Journal of Economy Banking*, 3.
- Rizkulillah, C. A., Devy, H. S., & Pratama, V. Y. (2022). Promosi Dalam Mempengaruhi Minat Menabung Anggota Koperasi. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2. <https://doi.org/10.46306/vls.v2i1>
- Rohaeni, H., & Marwa, N. (2018). *Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*.
- Romdhoni, A. H., & Ratnasari, D. (2018). Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4(02), 136. <https://doi.org/10.29040/jiei.v4i02.307>
- Sayyid, M., Triono Singgih, C., & Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Lamongan, I. (n.d.). *Pengaruh Service Quality Terhadap Kepuasan Anggota Pada Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah Tegal Ijo Madiun*.
- Setiawan, A., Qomariah, N., & Hermawan, H. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen* (Vol. 9, Issue 2). Desember Hal.
- Sofian, A., Fitriyani, Y., & Pudail, M. (2023). Analisis Bauran Komunikasi Pada Layanan Pembiayaan di KSPPS Karisma Grabag dalam Meningkatkan Minat Nasabah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), 4092. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i3.10553>
- Suci Nur Karima. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Lembaga Keuangan Syariah Dan Personal Selling Terhadap Minat Menabung Sembako (Studi Kasus Pada KSPPS BMT AN-NAJAH Pekalongan Cabang Kajen)*. Universitas Islam Negeri K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
- Sutrisno, Cahyono, D., & Qomariah, N. (2017). *Analisis Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Serta Citra Koperasi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Anggota Quality Analysis Of Service, Trust And Cooperation Image On Satisfaction And Loyalty Of Members*.
- Syaepudin, D. (2024). Implementasi Akad Pembiayaan Mudharabah pada Koperasi Syariah KSPPS BMT AL FATH IKMI. *Jurnal MENTARI: Manajemen, Pendidikan Dan Teknologi Informasi*, 3(1), 1–10. <https://doi.org/10.33050/mentari.v3i1>
- Utami, A. (2024). *Efektivitas Sistem Layanan Jemput Bola Terhadap Kepuasan Anggota Kspps Bmt Artha Buana Metro Cabang Mulyojati*. Ekonomi dan Bisnis Islam.
- Widodo, S. M., & Sutopo, J. (2018). Metode Customer Satisfaction Index (CSI) Untuk Mengetahui Pola Kepuasan Pelanggan Pada E-Commerce Model Business to Customer. *JURNAL INFORMATIKA UPGRIS* (Vol. 4, Issue 1).