

Pengaruh Kepatuhan Syariah Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Anggota Pada Produk Si Kaya Di BMT Yamamus Jepara

Nafalya Fauziah Amri ¹, Ahmad Fauzan Mubarak ², Zahrotun Nafisah³

^{1,2,3} Universitas Islam Nahdlatul Ulama, Jepara, Indonesia

E-mail: 221420000591@unisnu.ac.id, fauzan@unisnu.ac.id², zahro@unisnu.ac.id³

Article History:

Received: 23 Februari 2026

Revised: 02 April 2026

Accepted: 23 April 2026

Keywords:

Kepatuhan
Syariah; Kualitas Pelayanan;
Kepercayaan Anggota

Abstract: Penelitian ini dilatarbelakangi oleh rendahnya partisipasi anggota, yakni hanya 1,43%, pada produk Simpanan Berjangka "Si Kaya" di BMT Yamamus Jepara, meskipun menawarkan skema bagi hasil yang sangat kompetitif. Fenomena ini mengindikasikan adanya masalah pada tingkat kepercayaan anggota terhadap produk tersebut. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh kepatuhan syariah dan kualitas pelayanan secara parsial maupun simultan terhadap kepercayaan anggota. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif kausal. Sampel ditentukan dengan metode sensus (sampling jenuh) terhadap keseluruhan 33 anggota aktif pengguna produk Si Kaya. Pengumpulan data menggunakan instrumen kuesioner, yang kemudian dianalisis melalui uji regresi linear berganda. Hasil penelitian membuktikan bahwa secara parsial, kepatuhan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan anggota, sedangkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan. Namun secara simultan, kepatuhan syariah dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan anggota dengan kontribusi pengaruh sebesar 22,2%. Kesimpulannya, kepatuhan syariah merupakan determinan utama yang tidak dapat ditawar dalam membangun kepercayaan anggota dibandingkan aspek pelayanan administratif. Temuan ini memberikan masukan penting bagi BMT untuk memprioritaskan transparansi tata kelola syariah guna mendukung stabilitas likuiditas lembaga di masa depan.

PENDAHULUAN

Lembaga keuangan syariah telah menjadi pilar utama dalam pertumbuhan ekonomi Islam global, termasuk di Indonesia yang memiliki populasi Muslim mencapai 87% dari total penduduk.

Besarnya demografi ini memberikan kontribusi penuh terhadap ekosistem ekonomi syariah, yang salah satunya diwujudkan melalui peran Baitul Maal Wat Tamwil (BMT). Sebagai lembaga keuangan mikro syariah, BMT berperan penting dalam memberdayakan masyarakat menengah ke bawah dengan menyediakan layanan perbankan yang bebas riba. Di Kabupaten Jepara, KSPPS BMT Yamamus yang didirikan oleh Yayasan Pendidikan Tinggi Nahdlatul Ulama (YAPTINU) menjadi salah satu aktor kunci yang berupaya meningkatkan kesejahteraan anggota melalui berbagai produk simpanan berlandaskan prinsip syariah.

Dalam upaya menghimpun dana dari masyarakat, BMT Yamamus menawarkan empat produk simpanan unggulan yang dirancang sesuai kebutuhan anggota. Berdasarkan profil produk lembaga, produk-produk tersebut meliputi: *Pertama*, Simpanan Yamamus (Si Yama), yaitu simpanan harian dengan akad *Mudharabah* yang memberikan kemudahan setoran dan penarikan setiap saat secara *online realtime*. *Kedua*, Simpanan Hari Raya (Si Hara), yaitu simpanan persiapan Idul Fitri dengan akad *Wadiah* (titipan) yang memiliki sistem penyetoran fleksibel. *Ketiga*, Simpanan Terencana (Si NaYa), yaitu simpanan rutin bulanan untuk perencanaan masa depan (pendidikan, haji/umrah, hari tua) dengan jangka waktu minimal 1 tahun dan perhitungan bagi hasil akumulatif. *Keempat*, Simpanan Berjangka (Si Kaya), yaitu simpanan investasi (deposito) dengan akad *Mudharabah* yang menawarkan bagi hasil atau bonus relatif besar dengan pilihan jangka waktu mulai dari 3 bulan.

Dari keempat produk simpanan di atas, Simpanan Berjangka "Si Kaya" memiliki karakteristik khusus yang membedakannya dengan produk reguler. Produk ini dirancang untuk memberikan imbal hasil yang optimal bagi anggota melalui skema bagi hasil yang kompetitif. Produk ini mensyaratkan setoran awal minimal Rp1.000.000 dengan pilihan jangka waktu (tenor) 3, 6, hingga 12 bulan. Keunikan utama produk ini terletak pada skema bagi hasil yang sangat kompetitif dan meningkat seiring lamanya tenor. Sebagai contoh, untuk tenor 12 bulan, nisbah bagi hasil mencapai 75% untuk anggota dan 25% untuk BMT. Namun, menurut (Putri et al., 2025), keberlanjutan produk berjangka sangat bergantung pada tingkat kepercayaan (*trust*) anggota ; tanpa kepercayaan yang kuat, minat menempatkan dana jangka panjang akan menurun dan memengaruhi stabilitas likuiditas lembaga.

Kekhawatiran terhadap likuiditas ini terkonfirmasi oleh penyimpangan data di lapangan. Meski menawarkan keunggulan komparatif berupa nisbah tinggi, partisipasi anggota pada produk Si Kaya justru paling rendah dibandingkan produk simpanan lainnya, sebagaimana disajikan pada tabel berikut:

Tabel 1. Perbandingan Jumlah Anggota Berdasarkan Produk Simpanan di BMT Yamamus (Data Tahun 2025)

No.	Nama Produk	Jenis Simpanan	Tahun Rilis	Jumlah Anggota	Persentase dari Total Anggota
1.	Si Yama	Harian / Umum	2013	1.920	83,48%
2.	Si Hara	Musiman (Idul Fitri)	2013	105	4,56%
3.	Si NaYa	Tujuan Khusus	2013	90	3,91%
4.	Si Kaya	Investasi / Deposito	2013	33	1,43%
Total Anggota				2.300	100%

Sumber: Data BMT Yamamus (Diolah), 2025

Rendahnya partisipasi anggota pada produk "Si Kaya" (hanya 1,43%) mengindikasikan adanya masalah pada tingkat kepercayaan anggota. Produk berjangka menuntut komitmen dana yang tidak bisa ditarik sewaktu-waktu, sehingga membutuhkan tingkat kepercayaan (*trust*) yang

jauh lebih tinggi daripada simpanan biasa. Tren fluktuasi saldo pada produk ini juga menunjukkan ketidakstabilan minat anggota selama lima tahun terakhir:

Tabel 2. Data Perkembangan Jumlah Anggota Produk Si Kaya (2021-2025)

Tahun	Jumlah Anggota Produk "Si Kaya"	Tren Pertumbuhan
2021	35	-
2022	33	Menurun
2023	38	Meningkat
2024	35	Menurun
2025	33	Menurun

Sumber: Data BMT Yamamus (Diolah), 2025

Berdasarkan data Tabel 2, jumlah partisipasi anggota pada produk Si Kaya cenderung stagnan dan fluktuatif pada kisaran 30-an orang. Fenomena ini mengindikasikan bahwa produk tersebut belum mendapatkan kepercayaan atau minat yang optimal dari mayoritas anggota. Secara praktis, ditemukan indikasi masalah pada aspek responsivitas petugas, seperti lambatnya administrasi pencairan dana saat jatuh tempo, serta kurangnya transparansi mengenai rincian nisbah bagi hasil di awal akad. Bagi masyarakat Jepara yang memiliki basis religius kuat, kepatuhan syariah adalah prinsip *non-negotiable*, sehingga ketidakjelasan informasi tersebut dapat dengan cepat mengikis kepercayaan anggota.

Kondisi stagnasi dan indikasi permasalahan di atas memunculkan pertanyaan akademis mengenai determinan utama pembentuk kepercayaan anggota di lembaga keuangan mikro syariah. Tinjauan terhadap penelitian terdahulu menunjukkan adanya ketidakkonsistenan hasil (*inconsistency results*) dan polarisasi pandangan di antara para peneliti.

Di satu sisi, kelompok peneliti menekankan bahwa kepatuhan syariah adalah faktor paling dominan. (Fadhil et al., 2024) menegaskan bahwa kepatuhan syariah merupakan prinsip *non-negotiable*; indikasi penyimpangan seperti ketidakjelasan akad akan langsung menggerus kepercayaan anggota. Hal ini didukung oleh temuan (Rohmah, 2022) serta (Novianto & Nisa, 2024) yang membuktikan bahwa persepsi anggota terhadap konsistensi BMT dalam menjalankan syariah secara benar memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepercayaan. Di sisi lain, terdapat pandangan bahwa kualitas pelayanan justru memegang peranan yang lebih krusial. Penelitian (Hayuni & Elsandra, 2023) menemukan bahwa pelayanan yang responsif secara langsung memengaruhi rasa percaya anggota. Temuan ini diperkuat oleh (Miftah & Achyani, 2024) dan (Azizah et al., 2024), yang mengungkapkan bahwa kualitas layanan adalah prediktor terkuat bagi kepuasan dan kepercayaan pelanggan pada layanan keuangan.

Menyikapi polarisasi literatur dan realita empiris di BMT Yamamus tersebut, peneliti berpandangan bahwa kepercayaan anggota pada produk simpanan berjangka tidak dapat direduksi menjadi satu determinan tunggal. Peneliti meyakini bahwa "ketenangan batin" dari jaminan kepatuhan syariah dan "kenyamanan transaksional" dari kualitas pelayanan bukanlah dua hal yang bisa saling menggantikan, melainkan harus hadir secara simultan sebagai syarat mutlak (*necessary conditions*). Lebih lanjut, peneliti menegaskan bahwa pengujian kausalitas pada produk "Si Kaya" yang menuntut komitmen penahanan dana jangka panjang di tengah populasi partisipan yang sangat minim akan memberikan pembuktian empiris yang jauh lebih tajam dan spesifik dibandingkan penelitian-penelitian terdahulu yang mayoritas hanya menguji produk simpanan reguler.

Oleh karena itu, penelitian ini mengisi celah literatur dengan menguji secara terintegrasi bagaimana sinergi antara aspek spiritualitas (Kepatuhan Syariah) dan aspek profesionalitas (Kualitas Pelayanan) membangun pondasi kepercayaan anggota. Guna memastikan tingkat

validitas data yang tinggi pada populasi yang spesifik dan terbatas (33 orang), penelitian ini menggunakan metode sensus (sampling jenuh).

Berdasarkan fenomena dan kesenjangan literatur di atas, penelitian ini bertujuan untuk: Menganalisis dan membuktikan pengaruh Kepatuhan Syariah secara parsial terhadap Kepercayaan Anggota pada produk Si Kaya di BMT Yamamus. Menganalisis dan membuktikan pengaruh Kualitas Pelayanan secara parsial terhadap Kepercayaan Anggota pada produk Si Kaya di BMT Yamamus. Mengukur sejauh mana Kepatuhan Syariah dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama (simultan) berkontribusi dalam meningkatkan Kepercayaan Anggota. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan strategis bagi pengelola BMT Yamamus dalam mengevaluasi tata kelola syariah dan responsivitas layanan, sehingga mampu memperkuat kepercayaan anggota dan mendukung stabilitas lembaga di masa depan.

LANDASAN TEORI

Kepatuhan Syariah

Kepatuhan syariah adalah manifestasi dari ketaatan lembaga keuangan syariah dalam menjalankan prinsip-prinsip Islam secara menyeluruh (kaffah) dalam operasionalnya. Menurut *Islamic Financial Services Board* (IFSB), kepatuhan syariah merupakan jaminan bahwa seluruh aktivitas operasional, produk, dan jasa keuangan yang ditawarkan telah sesuai dengan hukum Islam dan prinsip syariah (Fadhil et al., 2024). Dalam konteks BMT, kepatuhan syariah tidak hanya terbatas pada akad produk, tetapi juga mencakup pengelolaan dana, pembagian hasil usaha, serta perilaku sumber daya manusia di dalamnya. Kepatuhan ini menjadi pembeda utama (*distinctive competency*) antara lembaga keuangan syariah dengan lembaga konvensional. Jika prinsip ini dilanggar, maka legitimasi operasional lembaga tersebut akan gugur di mata hukum Islam dan anggotanya. Menurut (Fadhil et al., 2024), indikator untuk mengukur kepatuhan syariah di lembaga keuangan mikro adalah. Pelaksanaan akad sesuai syariah, bebas dari unsur riba, transparansi bagi hasil, pengawasan Dewan Pengawas Syariah (DPS)

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dalam perspektif Islam, pelayanan (khidmah) bernilai ibadah jika dilakukan dengan niat membantu sesama. Menurut Tjiptono dalam (Safitri & Riyaldi, 2022), kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Jika pelayanan yang diterima sesuai atau melebihi yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Khusus di BMT Yamamus, kualitas pelayanan mencakup kecepatan transaksi, keramahan petugas, serta kemampuan memberikan solusi atas kebutuhan anggota terkait produk Si Kaya. Menurut (Azizah et al., 2024) kualitas layanan juga memiliki 3 indikator, diantaranya: Kegunaan, Kualitas Informasi, dan Kualitas interaksi layanan

Kepercayaan Anggota

Kepercayaan (*trust*) adalah keyakinan satu pihak mengenai maksud dan perilaku pihak lain. Dalam konteks jasa keuangan, kepercayaan didefinisikan sebagai kesediaan anggota untuk menempatkan dananya di BMT dengan keyakinan bahwa lembaga tersebut akan memenuhi kewajibannya dan bertindak jujur. Kepercayaan adalah fondasi utama dalam bisnis perbankan dan lembaga keuangan mikro. Tanpa kepercayaan, anggota tidak akan bersedia menempatkan dananya dalam produk jangka panjang seperti Simpanan Berjangka "Si Kaya". Menurut (Hayuni & Elsandra, 2023), kepercayaan terbentuk dari akumulasi pengalaman masa lalu dan reputasi

lembaga. Ketika anggota percaya, mereka akan merasa aman dan mengurangi persepsi risiko terhadap ketidakpastian di masa depan. (Solihin, 2020) menyatakan, indikator kepercayaan anggota adalah: Kesungguhan/ketulusan, Kemampuan, Integritas.

Pengaruh Kepatuhan Syariah Terhadap Kepercayaan Anggota

Kepatuhan syariah adalah fondasi utama yang membedakan lembaga keuangan syariah dengan konvensional. Bagi masyarakat Jepara yang religius, keyakinan bahwa dana mereka dikelola bersih dari riba dan sesuai akad adalah alasan utama memilih BMT. Jika anggota mempersepsikan bahwa BMT Yamamus konsisten menjalankan prinsip syariah (seperti transparansi bagi hasil dan kejelasan akad), maka persepsi risiko akan menurun dan kepercayaan (*trust*) akan meningkat. Hal ini sejalan dengan temuan (Novianto & Nisa, 2024) yang menyatakan bahwa anggota yang percaya bank menjalankan syariah dengan benar memiliki tingkat kepercayaan dan minat menabung yang lebih tinggi.

H1: Kepatuhan Syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Anggota pada Produk Simpanan Berjangka “Si Kaya” di BMT Yamamus Jepara.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Anggota

Kualitas pelayanan mencakup aspek kegunaan, kualitas informasi, dan interaksi layanan. Dalam industri jasa keuangan, produk yang dijual bersifat intangible (tidak berwujud), sehingga pelayanan menjadi ukuran utama kredibilitas. Pelayanan yang ramah, responsif, dan informatif akan menciptakan persepsi kompetensi (*ability*) dan kebaikan hati (*benevolence*) dari pihak BMT. Sebagaimana penelitian (Hayuni & Elsandra, 2023) dan (Azizah et al., 2024), kualitas layanan yang baik terbukti membangun ikatan emosional yang kuat, sehingga anggota merasa aman dan percaya untuk menitipkan dananya dalam jangka waktu tertentu.

H2: Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Anggota pada Produk Simpanan Berjangka “Si Kaya” di BMT Yamamus Jepara.

Pengaruh Kepatuhan Syariah dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Anggota

Kepercayaan anggota pada produk simpanan berjangka tidak terbentuk dari faktor tunggal. Anggota membutuhkan ketenangan batin (aspek spiritual/syariah) dan kenyamanan layanan (aspek teknis/fungsional) secara bersamaan. Jika BMT Yamamus hanya patuh syariah tapi pelayanannya buruk, anggota akan kecewa. Sebaliknya, jika pelayanan ramah tapi melanggar syariah, anggota akan ragu akan keberkahan dananya. Oleh karena itu, sinergi antara kepatuhan syariah dan kualitas pelayanan yang prima akan menjadi pendorong terkuat bagi tumbuhnya kepercayaan anggota secara menyeluruh.

H3: Kepatuhan Syariah dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Anggota pada Produk Simpanan Berjangka “Si Kaya” di BMT Yamamus Jepara.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian *explanatory* atau kausal. Penelitian kausal dipilih karena bertujuan untuk mengkaji hubungan sebab-akibat, yaitu untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh kepatuhan syariah (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap kepercayaan anggota pada produk Si Kaya di BMT Yamamus (Y), baik secara parsial maupun simultan. Jenis penelitian ini sesuai dengan rumusan masalah yang menekankan sejauh mana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, sehingga metode ini memungkinkan pengujian hipotesis melalui analisis statistik.

Populasi penelitian dispesifikasikan pada seluruh anggota BMT Yamamus yang aktif menggunakan produk Simpanan Berjangka "Si Kaya" pada tahun 2025, yakni sebanyak 33 anggota. Mengingat jumlah populasi yang relatif kecil di bawah 100 orang, teknik penentuan

sampel yang digunakan adalah *non-probability* sampling dengan jenis sampling jenuh atau sensus. Oleh karena itu, penelitian ini tidak mengambil sebagian, melainkan menetapkan keseluruhan populasi sebanyak 33 anggota pengguna produk Si Kaya sebagai responden penelitian guna mendapatkan validitas data yang tinggi.

Data primer dikumpulkan menggunakan instrumen kuesioner dengan alat ukur dalam bentuk skala *Likert* yang memiliki interval skor 1 (Sangat Tidak Setuju) hingga 5 (Sangat Setuju). Instrumen indikator dijabarkan dan disesuaikan langsung dengan definisi operasional masing-masing dari ketiga variabel penelitian. Analisis hasil data kuantitatif dilakukan dengan menggunakan bantuan program aplikasi pengolahan data statistik SPSS. Setelah data terkumpul dan dievaluasi validitas serta reliabilitasnya, uji asumsi klasik dilakukan, yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Tahap selanjutnya adalah pengujian regresi linear berganda yang digunakan untuk mengetahui arah pengaruh variabel kepatuhan syariah dan kualitas pelayanan terhadap kepercayaan anggota. Selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis yang meliputi uji t parsial, uji F simultan, dan uji koefisien determinasi (R^2).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 3. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-Laki	17	52%
2	Perempuan	16	48%
Total		33	100%

Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan jenis kelamin, responden dalam penelitian ini terdiri dari 17 responden laki-laki (52%) dan 16 responden perempuan (48%). Komposisi ini menunjukkan bahwa responden memiliki keterwakilan gender yang relatif seimbang, sehingga persepsi yang diperoleh dalam penelitian ini dapat merepresentasikan pandangan baik dari anggota laki-laki maupun perempuan di BMT Yamamus Jepara.

Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4. Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	26-35	16	49%
2	36-45	13	40%
3	> 45	4	11%
Total		33	100%

Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan usia, mayoritas responden berada pada rentang usia 26–35 tahun, yaitu sebanyak 16 orang (49%). Selanjutnya, responden berusia 36–45 tahun berjumlah 13 orang (40%), sedangkan responden berusia di atas 45 tahun sebanyak 4 orang (11%). Hasil ini menunjukkan bahwa responden didominasi oleh kelompok usia produktif yang umumnya aktif dalam menggunakan produk dan layanan BMT.

Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Menjadi Anggota

Tabel 5. Responden Berdasarkan Lama Menjadi Anggota

No	Lama Menjadi Anggota	Jumlah	Persentase
1	< 1 Tahun	8	24%
2	1 – 3 Tahun	13	40%
3	>3 Tahun	12	36%
Total		33	100%

Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan lama menjadi anggota, responden dengan masa keanggotaan 1–3 tahun berjumlah 13 orang (40%), diikuti oleh responden yang telah menjadi anggota lebih dari 3 tahun sebanyak 12 orang (36%), dan responden dengan masa keanggotaan kurang dari 1 tahun sebanyak 8 orang (24%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah memiliki pengalaman yang cukup dalam berinteraksi dengan BMT Yamamus Jepara, sehingga mampu memberikan penilaian yang objektif terhadap kepatuhan syariah, kualitas pelayanan, dan kepercayaan anggota.

Analisis Deskriptif

Tabel 6. Analisis Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kepatuhan Syariah	33	31	40	35.73	2.453
Kualitas Pelayanan	33	20	30	26.06	2.487
Kepercayaan Anggota	33	20	30	26.52	1.986
Valid N (listwise)	33				

Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan hasil statistik deskriptif terhadap 33 responden (Valid N = 33), variabel kepatuhan syariah memiliki nilai minimum 31 dan maksimum 40 dengan nilai rata-rata sebesar 35,73 serta standar deviasi 2,453, yang menunjukkan bahwa tingkat kepatuhan syariah dinilai tinggi dan persepsi responden relatif homogen. Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai minimum 20 dan maksimum 30 dengan nilai rata-rata 26,06 serta standar deviasi 2,487, yang mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan dipersepsikan baik oleh responden dengan variasi penilaian yang relatif kecil. Sementara itu, variabel kepercayaan anggota memiliki nilai minimum 20 dan maksimum 30 dengan nilai rata-rata 26,52 serta standar deviasi 1,986, yang menunjukkan tingkat kepercayaan anggota yang tinggi dan persepsi responden yang paling stabil dibandingkan variabel lainnya. Secara keseluruhan, hasil ini menggambarkan bahwa responden memiliki penilaian yang positif dan relatif seragam terhadap kepatuhan syariah, kualitas pelayanan, dan kepercayaan anggota dalam lembaga yang diteliti.

Uji Validitas

Tabel 7. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r hitung	Sig. (2-tailed)	Keterangan
Kepatuhan Syariah (X1)	X1.1	0.503	0.003	Valid
	X1.2	0.529	0.002	
	X1.3	0.622	0.000	
	X1.4	0.487	0.004	
	X1.5	0.593	0.000	
	X1.6	0.470	0.006	
	X1.7	0.607	0.000	
	X1.8	0.561	0.001	
Kualitas Pelayanan (X2)	X2.1	0.634	0.000	
	X2.2	0.567	0.001	
	X2.3	0.602	0.000	
	X2.4	0.515	0.002	
	X2.5	0.621	0.000	
	X2.6	0.592	0.000	
Kepercayaan Anggota (Y)	Y1	0.631	0.000	
	Y2	0.564	0.001	
	Y3	0.537	0.001	
	Y4	0.568	0.001	
	Y5	0.641	0.000	
	Y6	0.568	0.001	

Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan hasil uji validitas dengan analisis *Pearson Correlation* terhadap 33 responden, seluruh item pernyataan pada variabel Kepatuhan Syariah, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan Anggota dinyatakan valid karena memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,3440) dan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Nilai korelasi pada variabel Kualitas Layanan berkisar antara 0,470–0,622, pada variabel Kualitas Pelayanan antara 0,515–0,634, dan pada variabel Kepercayaan Anggota antara 0,537–0,641. Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh item memiliki hubungan yang kuat dengan konstruk variabelnya masing-masing, sehingga instrumen penelitian dinyatakan valid dan layak digunakan untuk uji reliabilitas serta pengujian hipotesis selanjutnya.

Uji Reliabilitas

Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Kriteria	Keterangan
Kepatuhan Syariah	0,655	> 0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,619	> 0,60	
Kepercayaan Anggota	0,613	> 0,60	

Sumber: Data diolah (2026)

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian dalam mengukur variabel yang digunakan. Kriteria reliabilitas ditentukan berdasarkan nilai *Cronbach's Alpha*, di mana suatu variabel dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60. Berdasarkan hasil pengujian menggunakan SPSS, diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel Kepatuhan Syariah sebesar 0,655, variabel Kualitas Pelayanan

sebesar 0,619, dan variabel Kepercayaan Anggota sebesar 0,613. Karena seluruh nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan dalam kuesioner dinyatakan reliabel dan instrumen layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Uji Normalitas

Tabel 9. Hasil Uji Normalitas

Nama Uji	Nilai <i>Asymp. Sig (2-tailed)</i>	Keterangan
<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	0.806	Data Distribusi Normal

Sumber: Data diolah (2026)

Uji Normalitas dilakukan menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* dengan hasil nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* = 0,806. Karena nilai signifikansi $0,806 > 0,05$, maka data residual berdistribusi normal. Artinya, model regresi memenuhi asumsi normalitas sehingga layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

Uji Multikolinearitas

Tabel 10. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>	Kesimpulan
Kepatuhan Syariah	1.000	1.000	Tidak terjadi multikolinieritas
Kualitas Pelayanan	1.000	1.000	

Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, diperoleh nilai *Tolerance* sebesar 1,000 dan *Variance Inflation Factor* (VIF) sebesar 1,000 untuk masing-masing variabel independen. Nilai *tolerance* yang lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF yang lebih kecil dari 10 menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antarvariabel independen dalam model regresi. Dengan demikian, variabel independen dalam penelitian ini dinyatakan bebas dari gejala multikolinearitas dan layak digunakan dalam analisis regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 11. Hasil Uji Heteroskedastisitas (*Spearman's rho*)

Variabel	Unstandardized residual	<i>Sig (2-tailed)</i>	Kriteria	Kesimpulan
Kepatuhan Syariah	-0,104	0,564	$> 0,05$	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Kualitas Pelayanan	-0,046	0,799	$> 0,05$	

Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan korelasi antara unstandardized residual dengan masing-masing variabel independen, diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar $-0,104$ dan $-0,046$ dengan nilai signifikansi (*Sig. 2-tailed*) masing-masing 0,564 dan 0,799. Seluruh nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara residual dengan variabel independen. Dengan demikian, tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi dan asumsi homoskedastisitas telah terpenuhi.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 12. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien (B)	t-hitung	Sig.
(Konstanta)	9,587	1,654	0,109
Kepatuhan Syariah	0,319	2,444	0,021
Kualitas Pelayanan	0,213	1,653	0,109

Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan SPSS, diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 9,587 + 0,319X_1 + 0,213X_2$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut, dapat diinterpretasikan bahwa di mana Y adalah Kepercayaan Anggota, X_1 adalah Kepatuhan Syariah, dan X_2 adalah Kualitas Pelayanan. Nilai konstanta sebesar 9,587 menunjukkan bahwa apabila kepatuhan syariah dan kualitas pelayanan bernilai nol, maka kepercayaan anggota memiliki nilai sebesar 9,587. Koefisien regresi kepatuhan syariah (X_1) sebesar 0,319 bernilai positif dan signifikan (Sig. = 0,021 < 0,05), yang berarti bahwa setiap peningkatan satu satuan kepatuhan syariah akan meningkatkan kepercayaan anggota sebesar 0,319 satuan dengan asumsi variabel lain konstan. Sementara itu, koefisien regresi kualitas pelayanan (X_2) sebesar 0,213 juga bernilai positif, namun tidak signifikan secara statistik (Sig. = 0,109 > 0,05), yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif tetapi belum cukup kuat secara statistik terhadap kepercayaan anggota. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi ini, kepatuhan syariah berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan anggota, sedangkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepercayaan anggota.

Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*)

Tabel 13. Hasil Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.471	0.222	0.170	1.809

Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan hasil koefisien determinasi pada tabel Model Summary, diperoleh nilai R Square sebesar 0,222 dan Adjusted R Square sebesar 0,170. Nilai R Square menunjukkan bahwa variabel kepatuhan syariah dan kualitas pelayanan secara simultan mampu menjelaskan variasi pada variabel kepercayaan anggota sebesar 22,2%, sedangkan sisanya sebesar 77,8% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini. Sementara itu, nilai Adjusted R Square sebesar 17,0% menunjukkan kemampuan model yang telah disesuaikan dengan jumlah variabel independen, yang berarti kontribusi kedua variabel independen terhadap kepercayaan anggota masih tergolong rendah hingga sedang, namun tetap memberikan pengaruh dalam model regresi yang digunakan.

Uji Hipotesis (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen, yaitu Kepercayaan Anggota (Y). Dasar pengambilan keputusan. Jika nilai Sig. < 0,05, maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Jika nilai Sig. > 0,05, maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan. Berdasarkan hasil uji regresi diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 14. Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

Variabel	t-hitung	Sig.	Kriteria	Kesimpulan
Kepatuhan Syariah	2,444	0,021	< 0,05	Berpengaruh positif dan signifikan
Kualitas Pelayanan	1,653	0,109	< 0,05	Berpengaruh positif dan tidak signifikan

Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan hasil uji t, variabel Kepatuhan Syariah (X_1) memiliki nilai t hitung sebesar 2,444 dengan tingkat signifikansi 0,021, yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa kepatuhan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan anggota. Artinya, semakin tinggi tingkat kepatuhan syariah, maka semakin meningkat pula kepercayaan anggota. Sementara itu, variabel Kualitas Pelayanan (X_2) memiliki nilai t hitung sebesar 1,653 dengan tingkat signifikansi 0,109, yang lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, H_2 ditolak, yang berarti kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepercayaan anggota, meskipun arah pengaruhnya positif.

Uji Hipotesis (Uji F)

Tabel 15. Hasil Uji Hipotesis (Uji F)

Model	Fhitung	Sig.	Kriteria	Kesimpulan
1	4.282	0.023	Sig. < 0,05	Model layak dan berpengaruh signifikan

Sumber: Data diolah (2026)

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil uji F (ANOVA), diperoleh nilai F hitung sebesar 4,282 dengan tingkat signifikansi 0,023. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan signifikan secara simultan. Artinya, variabel kepatuhan syariah dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan anggota. Dengan demikian, model regresi dalam penelitian ini layak digunakan untuk menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

Pembahasan

Pengaruh Kepatuhan Syariah terhadap Kepercayaan Anggota

Hasil pengujian hipotesis membuktikan bahwa Kepatuhan Syariah memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Anggota pada produk Si Kaya di BMT Yamamus. Hal ini dibuktikan secara statistik melalui perolehan nilai t-hitung sebesar 2,444 dengan tingkat signifikansi 0,021, yang jauh lebih kecil dari batas toleransi kesalahan (α) 0,05. Koefisien regresi sebesar 0,319 menegaskan bahwa setiap upaya peningkatan kepatuhan syariah akan berdampak langsung pada peningkatan kepercayaan anggota secara searah.

Lebih mendalam, pengaruh signifikan ini tidak sekadar berupa angka statistik, melainkan didorong oleh realita empiris di lapangan. Berdasarkan analisis deskriptif terhadap jawaban kuesioner responden, indikator yang menjadi penyumbang skor tertinggi dan paling mendominasi terbentuknya kepercayaan adalah keyakinan anggota bahwa pengelolaan dana produk Si Kaya benar-benar bebas dari unsur riba dengan skor rata-rata, serta adanya transparansi pembagian nisbah bagi hasil sejak awal.

Tingginya tuntutan anggota terhadap kedua indikator tersebut sangat beralasan dan

sejalan dengan identitas institusional BMT Yamamus itu sendiri. BMT Yamamus didirikan dan bernaung di bawah Yayasan Pendidikan Tinggi Nahdlatul Ulama (YAPTINU). Latar belakang historis dan akademis-religius ini menciptakan ekspektasi atau standar ganda dari masyarakat Jepara, mereka tidak hanya memandang BMT Yamamus sebagai lembaga bisnis, melainkan sebagai representasi dari ekosistem ekonomi Islam yang ideal. Oleh karena itu, jaminan bahwa akad dijalankan dengan murni (tanpa cacat syariah) menjadi prinsip *non-negotiable* (tidak bisa ditawar). Ketika BMT mampu mengamalkan Teori Yamamus ini di lapangan yakni mensinergikan keilmuan syariah ke dalam praktik bisnis mikro maka kepercayaan anggota secara otomatis menguat.

Secara akademis, temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Novianto & Nisa, 2024) yang dipublikasikan dalam *As-Syirkah: Islamic Economic & Financial Journal*. Dalam penelitian tersebut dibuktikan bahwa persepsi nasabah terhadap konsistensi lembaga dalam mengeksekusi syariat Islam memiliki daya ungkit tertinggi terhadap kepercayaan. Temuan ini juga mengafirmasi riset dari (Rohmah, 2022) dalam jurnal *Al-Muhasib: Journal of Islamic Accounting and Finance*, yang menyimpulkan bahwa jaminan kepatuhan syariah berfungsi sebagai alat mitigasi risiko yang ampuh, ketika anggota merasa dananya aman secara ukhrawi (spiritual), maka keraguan untuk menipiskan dana bernominal besar akan hilang.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepercayaan Anggota

Berbanding terbalik dengan variabel pertama, hasil uji parsial untuk variabel Kualitas Pelayanan menunjukkan nilai t-hitung sebesar 1,653 dengan tingkat signifikansi 0,109 (lebih besar dari 0,05). Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan bahwa meskipun memiliki arah pengaruh yang positif (koefisien 0,213), kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan anggota pada produk Si Kaya di BMT Yamamus.

Ditolaknya hipotesis kedua ini dapat dijelaskan melalui karakteristik spesifik dari produk Si Kaya itu sendiri. Si Kaya merupakan produk Simpanan Berjangka (sejenis deposito) yang mensyaratkan pengendapan dana minimal selama 3 hingga 12 bulan. Berbeda dengan Simpanan Harian (Si Yama) di mana anggota berinteraksi dengan teller setiap hari, anggota pengguna produk Si Kaya sangat jarang melakukan kontak fisik atau interaksi administratif dengan pihak BMT.

Merujuk pada sebaran data kuesioner, meskipun indikator kualitas interaksi berupa keramahan petugas mendapatkan skor yang cukup baik, namun hal tersebut tidak cukup kuat menjadi alasan utama seseorang menaruh dana jangka panjang. Anggota menjadi kurang percaya justru ketika dihadapkan pada indikator teknis/kegunaan, seperti kelancaran dan kecepatan pencairan dana saat jatuh tempo. Indikator memiliki skor rata-rata terendah. Kelambatan pencairan dana ini menjadi keluhan nyata di lapangan, yang membuat variabel kualitas layanan secara keseluruhan gagal mendongkrak kepercayaan anggota secara signifikan.

Temuan ini memberikan kebaruan sekaligus membantah sebagian teori konvensional pemasaran jasa. Jika penelitian terdahulu dari (Hayuni & Elsandra, 2023) dalam *Journal of Business Economics and Management* menyatakan bahwa kualitas layanan adalah prediktor utama kepercayaan, maka penelitian ini membuktikan bahwa teori tersebut tidak sepenuhnya berlaku untuk produk komitmen jangka panjang (deposito) di lembaga keuangan syariah mikro. Pada produk berjangka, anggota bersikap sangat rasional, mereka bisa menoleransi antrean atau pelayanan yang kurang *stand-out*, asalkan uang mereka aman saat ditarik dan dikelola secara halal.

Pengaruh Kepatuhan Syariah dan Kualitas Pelayanan secara Simultan

Berdasarkan uji kelayakan model (Uji F), didapatkan nilai F-hitung sebesar 4,282 dengan signifikansi 0,023. Karena nilai signifikansi jauh di bawah 0,05, maka terbukti bahwa Kepatuhan Syariah dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama (simultan) memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Kepercayaan Anggota.

Angka *Adjusted R Square* menunjukkan nilai sebesar 0,222 (22,2%). Hal ini bermakna bahwa sinergi dari penegakan syariah dan perbaikan mutu layanan mampu menjelaskan 22,2% fluktuasi kepercayaan anggota pengguna produk Si Kaya. Sementara itu, proporsi mayoritas sebesar 77,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor atau variabel independen lain yang tidak dieksplorasi dalam model penelitian ini seperti misalnya strategi promosi digital, literasi keuangan anggota, atau citra/reputasi merek BMT itu sendiri.

Meskipun secara parsial kualitas layanan terbukti tidak signifikan, pengujian simultan ini mengonfirmasi bahwa manajemen BMT Yamamus tidak boleh mengabaikan aspek layanan sama sekali. Kepercayaan anggota adalah sebuah bangunan psikologis yang kompleks. Anggota membutuhkan dua sayap utama untuk benar-benar loyal, sayap spiritual berupa ketenangan batin yang dijamin oleh kepatuhan syariah murni, serta sayap profesionalisme berupa kenyamanan transaksional dari sistem administrasi layanan yang efektif, cepat, dan modern. Ketidadaan salah satu dari dua aspek ini akan membuat program penghimpunan dana jangka panjang sulit berkembang secara optimal.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data mengenai pengaruh Kepatuhan Syariah dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepercayaan Anggota pada produk Si Kaya di BMT Yamamus Jepara, dapat ditarik kesimpulan bahwa Kepatuhan Syariah secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Anggota. Artinya, semakin tinggi tingkat kepatuhan syariah yang dijalankan oleh lembaga, maka semakin meningkat pula kepercayaan anggota untuk menempatkan dananya pada produk tersebut. Di sisi lain, Kualitas Pelayanan terbukti memiliki arah pengaruh yang positif, namun secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepercayaan Anggota. Meskipun demikian, pengujian secara simultan membuktikan bahwa Kepatuhan Syariah dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepercayaan Anggota pada produk Si Kaya. Sinergi dari kedua variabel ini memberikan kontribusi pengaruh sebesar 22,2% terhadap tingkat kepercayaan anggota, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

DAFTAR REFERENSI

- Azizah, A. A., Adha, M. A., & Wahyudi, R. (2024). Peran Kepuasan Dalam Memediasi Pengaruh E-Word of Mouth dan Kualitas Layanan Financial Technology Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(02), 2198-2213.
- Fadhil, M., Nurnasrina, N., Salman, N. F. B., & Huda, N. (2024). Peran Fatwa DSN-MUI Terhadap Kasus Wanprestasi Nasabah Pada Bisnis Syariah di Indonesia. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 2(5).
- Fadilla, A. R., & Wulandari, P. A. (2023). Literature review analisis data kualitatif: tahap pengumpulan data. *Mitita Jurnal Penelitian*, 1(3), 34-46.
- Hayuni, N., & Elsandra, Y. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan anggota pada KSPPS BMT Koto Lua. *Journal of Business Economics and Management*, 2(3), 211-223.

-
- Miftah, M. Z., & Achyani, F. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Nilai Pelanggan, dan Bagi Hasil terhadap Kepuasan Anggota: Studi pada Koperasi Syariah Binama Weleri. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(2), 767-775.
- Novianto, S., & Nisa, F. L. (2024). Pengaruh Kepercayaan Nasabah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *As-Syirkah: Islamic Economic & Financial Journal*, 3(3), 1177-1189.
- Putri, D. A., Al-Qusyairi, I., & Nuraini, P. (2025). Pentingnya manajemen likuiditas dalam perbankan syariah untuk mendukung stabilitas keuangan. *Cahaya Pelita: Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 1(2), 73-81.
- Rohmah, F. (2022). Pengaruh Kepercayaan dan Tingkat Pendapatan terhadap Minat Menabung Di KSPPS BMT Mandiri Artha Syariah Sumberrejo. *Al-Muhasib: Journal of Islamic Accounting and Finance*, 2(1), 21-44.
- Safittri, W., & Riyaldi, M. H. (2022). The Effect of Service Quality and Sharia Governance on Loyalty through Member's Satisfaction in Sharia Cooperatives. 2022 International Conference on Sustainable Islamic Business and Finance (SIBF),
- Saputra, E. (2023). Mitigasi Risiko Kepatuhan Bank Syariah Terhadap Prinsip Syariah. *AL-IQTISHAD: Jurnal Perbankan Syariah dan Ekonomi Islam*, 1(1), 23-33.
- Setyawan, I. D. A. (2021). *Hipotesis dan variabel penelitian*. Penerbit Tahta Media Group.
- Siagian, F. G., & Suti, M. Z. (2025). Keunggulan Tabungan Wadiah dan Mudharabah dalam Perbankan Syariah untuk Menarik Minat Nasabah Berbasis Syariah. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, 4(1), 127-136.
- Solihin, D. (2020). Pengaruh kepercayaan pelanggan dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada online shop mikaylaku dengan minat beli sebagai variabel intervening. *Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 38-51.
- Sugiyono, P. D. (2017). Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung, 225(87), 48-61.
- Suharsimi, A. (2006). Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik. *Jakarta: rineka cipta*, 134, 252.