

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan perbankan syariah pada era reformasi telah diperlihatkan dan ditandai dengan disetujuinya Undang-Undang No. 10 Tahun 1998. Dalam Undang-Undang tersebut telah dicantumkan dan dijelaskan dengan rinci tentang landasan hukum dan jenis-jenis usaha yang dapat dioperasikan dan diimplementasikan oleh perbankan syariah. Undang-Undang tersebut juga memberikan arahan dan pemberitahuan bagi perbankan konvensional untuk membuka cabang syariah atau bahkan merubah dirinya secara total menjadi bank syariah.<sup>1</sup>

Berkembangnya bank-bank syariah diatas, terlihat bahwa bank-bank syariah telah berkembang juga di berbagai negara Islam maupun negara lainnya dan berpengaruh ke Indonesia hingga saat ini. Dukungan oleh kondisi penduduk dan masyarakat setempat yang mayoritas beragama Islam, sektor perbankan syariah kemudian menjadi pilihan usaha yang cukup baik dan tepat di Indonesia. Usaha di sektor ini sekarang telah berkembang sedemikian rupa dan ditandai dengan munculnya Bank Syariah, Koperasi Syariah dan Baitul Mal Waa Tamwil (BMT).

Sebagaimana diketahui bahwa Lembaga Keuangan Syariah terdiri atas Lembaga Keuangan Syariah Bank maupun Lembaga Keuangan Syariah Non Bank. Bank sangat berperan dalam meningkatkan perekonomian suatu negara dan masyarakat luas. Begitupun dengan lembaga keuangan non bank, salah satunya

---

<sup>1</sup>Muham mad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), hlm. 26.

adalah Koperasi Syariah. Dengan adanya Lembaga Keuangan Syariah Non Bank seperti Koperasi Syariah, maka ide terhadap penghapusan riba dari perekonomian akan lebih efektif dan mendorong efesiensinya lembaga keuangan.

Koperasi syariah memang dikenal baru oleh penduduk dan masyarakat bila dibandingkan dengan koperasi konvensional yang sudah berpuluh-puluh tahun berdiri, akan tetapi tidak seharusnya menyurutkan dan memperkecil langkah koperasi syariah untuk senantiasa mengembangkan selalu dirinya dalam segi perbaikan, produk maupun kemampuan SDM saat ini.

Perbaikan dari segi produk menyangkut bagaimana menarik bagi masyarakat dan juga tetap sesuai dengan prinsip-prinsip syariah yang telah ditetapkan. Sedangkan dari sisi SDM menyangkut bagaimana karyawan dan karyawan perbank memberikan dan memahami pelayanan dan fasilitas terbaik bagi seluruh nasabah maupun calon nasabah dengan benar tentang penerapan prinsip-prinsip syariah. Dengan mengingat koperasi syariah sebagai koperasi yang mengatasnamakan dirinya sebagai koperasi yang menjunjung tinggi landasan dan prinsip syariah. Oleh karena, akad maupun transaksi yang tidak sesuai dengan prinsip syariah harus diminimalisir bahkan kalau memungkinkan harus ditiadakan.

Produk di koperasi syariah bermacam-macam sesuai dengan koperasi syariah itu sendiri, akan tetapi pada dasarnya semua produknya bertujuan sama meskipun berbeda lembaga keuangan syariah. Adapun salah satu produk koperasi syariah yang diminati oleh nasabah maupun calon nasabah adalah produk pembiayaan.

Pembiayaan adalah pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga.

Tujuan pembiayaan dibedakan menjadi dua kelompok besar, yaitu pembiayaan untuk tingkat makro dan tingkat mikro. Secara makro terdapat lima tujuan yang digunakan, yaitu peningkatan ekonomi umat, tersedianya dana bagi peningkatan usaha, meningkatkan produktivitas, membuka lapangan kerja baru, terjadi distribusi pendapatan. Secara mikro terdapat empat tujuan yang digunakan yaitu upaya mengoptimalkan laba, upaya meminimalkan risiko, pendayagunaan sumber ekonomi, penyaluran kelebihan dana.<sup>2</sup>

Seiring dengan perkembangan zaman, persaingan antar Lembaga Keuangan Syariah sekarang ini semakin ketat. Untuk meraih kesuksesan dalam persaingan, Lembaga Keuangan Syariah harus mampu memberikan kualitas mutu pelayanan yang baik agar nasabah merasa puas dengan produk yang ditawarkan. Mutu pelayanan dan kepuasan nasabah merupakan satu kesatuan yang sulit dipisahkan, karena mutu pelayanan yang di berikan oleh suatu Lembaga Keuangan Syariah berpengaruh langsung terhadap kepuasan nasabah.

Nasabah secara langsung atau tidak langsung akan memberikan penilaian terhadap jasa yang akan digunakan atau pernah digunakannya. Penilaian kinerja ini ternyata sangat erat hubungannya dengan penilaian kualitas produk. Nasabah membandingkan persepsi mereka atas kualitas produk setelah menggunakan produk tersebut sesuai dengan ekspektasi kinerja produk sebelum mereka menggunakannya. Tergantung pada bagaimana kinerja aktual dibandingkan

---

<sup>2</sup>Veithzal Rivai dan Arviyan Arifin, *Islamic Banking*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010) hlm. 681-882

dengan kinerja yang diharapkan, mereka akan mengalami emosi yang positif, negatif, atau netral. Tanggapan emosional ini bertindak sebagai masukan atau input dalam persepsi kepuasan atau ketidakpuasan menyeluruh mereka.

Tingkat kepuasan atau ketidakpuasan ini juga dipengaruhi oleh evaluasi nasabah atas ekuitas pertukaran, serta oleh atribusi mereka terhadap kinerja produk.<sup>3</sup> Evaluasi dilakukan berdasarkan penilaian keseluruhan antara apa yang diterima dan dialami dibandingkan dengan yang diharapkan.<sup>4</sup> Pada dasarnya kepuasan nasabah mencakup perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Dan hakikatnya kepuasan nasabah merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dibeli sekurang-kurangnya dapat memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan nasabah, sedangkan ketidakpuasan dapat terjadi apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan yang diinginkan nasabah.<sup>5</sup> Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan oleh harapan, jika kinerja yang dirasakan dibawah harapan maka nasabah merasa tidak puas, sedangkan jika kinerja yang dirasakan sesuai dengan harapan maka niscahnya nasabah merasa puas. Dan jika kinerja yang dirasakan melampaui harapan maka nasabah akan merasa sangat puas. Mutu pelayanan yang memiliki hubungan erat dengan kepuasan nasabah.

Mutu pelayanan memberikan dorongan kepada nasabah untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan pihak perusahaan. Apabila sudah terjalin ikatan, maka nasabah akan memilih perusahaan tersebut dan ketika mereka datang di perusahaan itu, mereka sudah mempunyai harapan tentang layanan macam apa

---

<sup>3</sup>Michael Minor, *Perilaku Konsumen Jilid 2*, (Jakarta: Erlangga, 2002), hal. 89.

<sup>4</sup>Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), hal. 118.

<sup>5</sup>Fredy Rangkuti, *Pengukuran Kepuasan Konsumen*, (Jakarta: Gramedia Pustaka, 2000), hal. 23.

yang akan diperoleh (diterima) berdasarkan pengalamannya, komunikasi dari mulut ke mulut yang pernah didengarnya, informasi lain yang pernah diterima serta dipengaruhi oleh kebutuhannya. Sehingga layanan yang pernah dialami ini akan menjadi standar perbandingan layanan yang diterima sekarang.<sup>6</sup>

Dalam dunia bisnis lembaga keuangan syariah kepuasan nasabah menjadi salah satu yang diutamakan, karena hal itu yang menentukan berhasil atau gagalnya suatu usaha lembaga. Nasabah yang tidak puas tentu tidak akan mengulangi lagi memilih jasa lembaga keuangan syariah yang sama, apabila didukung dengan banyaknya pilihan jasa lembaga keuangan syariah lain (pesaing), sehingga membuat nasabah memiliki banyak perbandingan untuk memilih lembaga keuangan mana yang lebih sesuai dengan selera dan keinginannya.

Selain itu, penanganan keluhan yang baik, akan memberikan kepuasan terhadap nasabah. Sedangkan penanganan keluhan yang buruk, akan membuat nasabah menjadi tidak puas terhadap pelayanan di lembaga keuangan syariah. Oleh karena itu dalam meningkatkan kepuasan nasabah, maka lembaga keuangan syariah memerlukan strategi dalam menangani keluhan nasabah. Kerena ketika nasabah merasa puas dan nyaman dengan pelayanan terutama dalam menangani keluhan, maka nasabah itu akan menjadi loyal, dan dari nasabah tersebut akan mendatangkan nasabah-nasabah baru. Hal ini disebabkan oleh pengalaman dari seseorang yang akan menceritakan kepada orang lain, sehingga dengan pengalaman baik dalam penanganan keluhan, yang berimplikasi pada nasabah baru.

---

<sup>6</sup>*Ibid.* hal. 120.

Pada era globalisasi saat ini, loyalitas nasabah menjadi salah satu poin penting yang sangat diperhatikan perkembangannya oleh para pelaku bisnis baik sektor makro maupun mikro. Loyalitas nasabah yang merupakan suatu tanda kesetiaan atau komitmen seseorang terhadap suatu merk atau produk kini sangat di perhatikan. Mengingat persaingan lembaga keuangan syariah makro ataupun mikro yang semakin kuat terkhusus pada Koperasi Syariah. Koperasi Syariah yang merupakan sebuah lembaga intermediasi masyarakat surplus dan masyarakat defisit dalam ruang lingkup yang sempit seperti salah satu Koperasi Syariah di Tulungagung yaitu Kopsyah Karya Mandiri. Peningkatan dan penurunan nasabah dapat terjadi karena beberapa faktor diantaranya kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan nasabah.<sup>7</sup>

Lembaga Keuangan Syariah “Karya Mandiri” merupakan lembaga keuangan yang berbasis syariah berdiri pada tanggal 2 Desember 2002 dengan nomor surat keputusan 188.2/46/BH/424.75/2002 dan disahkan oleh Bupati Tulungagung Unit Bagian Kepala Kantor Koperasi dan UKM Kabupaten Tulungagung.

Alasan peneliti tertarik untuk meneliti faktor-faktor loyalitas nasabah di Koperasi Syariah Karya Mandiri Tulungagung ini, karena ingin meneliti dan membuktikan apakah yang melatarbelakangi loyalitas nasabah pada Kopsyah Karya Mandiri adalah reputasi merek, kepuasan nasabah, dan kualitas pelayanan, dimana loyalitas nasabah yang cukup tinggi di Kopsyah Karya Mandiri membawa keuntungan yang cukup besar bagi Kopsyah Karya Mandiri dibanding Lembaga Keuangan Syariah lain disekitarnya, baik keuntungan secara materiil maupun non

---

<sup>7</sup> Rachmad Hidayat, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri*, (Madura: Universitas Trunooyo, 2009).

materiil. Jika diteliti kembali Kopsyah Karya Mandiri bukan satu-satunya Lembaga Keuangan Syariah yang berdiri di lingkungan tersebut, setidaknya ada 3 Lembaga Keuangan Syariah yang menjadi pesaing Kopsyah Karya Mandiri, yaitu BMT Sahara, Kopsyah Tunas Artha Mandiri dan Lembaga Keuangan Syariah ASRI. Kopsyah Karya Mandiri juga merupakan Lembaga Keuangan Syariah yang termasuk memiliki dana pembiayaan yang relatif rendah namun tetap membuat nasabah pembiayaan tersebut rela antri untuk mendapatkan dana pembiayaan dan enggan untuk menjadi nasabah Lembaga Keuangan Syariah lain. Keempat lembaga keuangan syariah tersebut pada dasarnya memiliki kemampuan bersaing, namun tidak semua memiliki keunggulan bersaing, artinya Kopsyah Karya Mandiri memiliki keunggulan bersaing dibanding dengan lembaga keuangan syariah lain sehingga nasabah tetap loyal bahkan minat masyarakat untuk menjadi nasabah Kopsyah Karya Mandiri juga semakin meningkat.

Untuk itulah peneliti ingin mengetahui apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah dan dampaknya terhadap keunggulan bersaing antara Koperasi Syariah Karya Mandiri Kauman Tulungagung dan lembaga keuangan syariah lain yang ada di sekitarnya.

Sehubungan dengan hal tersebut maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah dan Dampaknya terhadap Keunggulan Bersaing di Koperasi Syariah Karya Mandiri Tulungagung”**

## **B. Batasan Masalah**

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah di Koperasi Karya Mandiri Tulungagung meliputi Reputasi Merek, Kepuasan Nasabah dan Kualitas Pelayanan.
2. Dampak loyalitas nasabah terhadap keunggulan bersaing dengan Lembaga Keuangan Syariah lain di Koperasi Syariah Karya Mandiri Tulungagung.

### **C. Fokus Penelitian**

1. Apakah reputasi merek, kepuasan nasabah dan kualitas pelayanan merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah di Koperasi Karya Mandiri Tulungagung?
2. Bagaimana dampak loyalitas nasabah terhadap keunggulan bersaing di Koperasi Syariah Karya Mandiri Tulungagung?

### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah ditemukan sebelumnya maka tujuan dari studi ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk membuktikan reputasi merek, kepuasan nasabah dan kualitas pelayanan merupakan faktor-faktor yang mengetahui mempengaruhi loyalitas nasabah di Koperasi Karya Mandiri Tulungagung .
2. Untuk mengetahui dampak loyalitas nasabah terhadap keunggulan bersaing di Koperasi Syariah Karya Mandiri Tulungagung.

### **E. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat. Manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dalam pelaksanaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara teoritis



- a. Manfaat teoritis dari pelaksanaan penelitian ini adalah untuk menambah pengetahuan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah dan dampaknya terhadap keunggulan bersaing.

## 2. Secara praktis

Dalam pelaksanaan penelitian ini tentu saja diharapkan dapat memberikan berbagai manfaat secara praktis. Manfaat praktis yang diharapkan dapat diperoleh melalui penelitian ini adalah sebagai berikut.

- a. Bagi Lembaga Keuangan Syariah

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan berbagai masukan bagi Lembaga Keuangan Syariah dalam upaya meningkatkan loyalitas nasabah dengan meningkatkan mutu layanan maupun produk sehingga terciptanya kepuasan nasabah.

- b. Bagi Masyarakat

Penelitian ini memberikan pemahaman kepada masyarakat bahwa kepuasan nasabah yang diciptakan melalui reputasi merek dan kualitas pelayanan merupakan faktor penting guna meningkatkan loyalitas nasabah terhadap Lembaga Keuangan Syariah.

- c. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan wawasan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah dan dampaknya terhadap keunggulan bersaing.

## **F. Penegasan Istilah**

### **1. Definisi Konseptual**

Agar lebih terarah dan tidak salah pengertian pada judul proposal “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah dan Dampaknya terhadap Keunggulan Bersaing Di Koperasi Syariah Karya Mandiri Tulungagung”, maka perlu diperjelas tentang definisi konsep dan operasional dari masing-masing variabel yang diteliti.

- a. Loyalitas : Loyalitas nasabah adalah suatu pembelian atau penggunaan ulang yang dilakukan oleh seorang pelanggan karena komitmen pada suatu merk atau perusahaan.<sup>8</sup>
- b. Keunggulan Bersaing : Suatu kemampuan yang konsisten untuk memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik daripada para pesaing. Hal ini dapat dicapai dengan memenuhi atau bahkan melampaui kualitas jasa yang diharapkan para pelanggan.<sup>9</sup>
- c. Koperasi Syariah : Badan usaha yang beranggotakan orang-perseorangan atau Badan Hukum Koperasi dengan melaksanakan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat berdasarkan atas kekeluargaan.<sup>10</sup>

## 2. Defnisi Operasional

Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah dan dampaknya pada keunggulan bersaing dalam penelitian ini adalah penelitian yang membahas mengenai faktor apa saja yang dapat menyebabkan nasabah loyal untuk tetap menggunakan jasa atau produk suatu Lembaga Keuangan Syariah yang berdampak kepada keunggulan bersaing dengan Lembaga

---

<sup>8</sup>Kotler dan Gary Amstrong, *Dasar-dasar Pemasaran Jilid 2*, (Jakarta:Intermedia, 2008), hal. 18.

<sup>9</sup>Tjipto F. dkk, *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: Andi, 2008), hal. 118.

<sup>10</sup>Arifin Sitio, *Koperasi: Teori dan Praktik*, (Jakarta: Erlangga, 2001), hlm. 18

Keuangan Syariah lain yang pada umumnya memiliki produk dan penawaran sama.

## **G. Sistematika Penulisan Skripsi**

Sistematika ini berisi tentang isi keseluruhan penelitian yang terdiri dari bagian awal, bagian isi, dan bagian akhir penelitian. Untuk mempermudah pembahasan dan penulisan skripsi ini, terlebih dahulu penulis uraikan sistematika penelitian yang terdiri dari 6 (enam) bab yaitu:

Bagian awal penelitian ini meliputi: halaman sampul atau cover depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran dan abstrak.

Bagian isi penelitian ini terdiri dari enam bab meliputi:

Bab pertama, penulis menguraikan tentang latar belakang masalah dari penulisan penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat yang diperoleh dari penelitian, ruang lingkup penelitian, keterbatasan penelitian, dan penegasan istilah (definisi konseptual dan operasional). Dalam bab ini peneliti menggambarkan tentang keadaan dari berbagai hal mengapa skripsi ini dibuat dengan judul Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah dan Dampaknya terhadap Keunggulan Bersaing dan hal apa yang melatar belakangi penelitian ini dibuat serta batasan masalah, tujuan dilakukan penelitian serta manfaat penelitian dan penegasan istilah dan hal apa yang akan ada dalam skripsi ini. Dari latar belakang tersebut nantinya akan berkaitan dengan landasan teori bab kedua.

Bab kedua, berisikan kajian pustaka yang membahas tentang Koperasi Syariah, loyalitas nasabah, faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah meliputi reputasi merek; kepuasan nasabah; dan kualitas pelayanan, keunggulan

bersaing dan penelitian terdahulu. Dari landasan teori di bab kedua berisikan tentang hasil dari penelitian terdahulu yang penulis ambil dari penelitian yang sudah dilakukan. Kaitannya bab kedua ini dengan bab pertama yaitu pada bab ini menjelaskan mengenai teori dari berbagai variabel yang tercantum dalam judul sehingga dapat menjadi acuan untuk bab selanjutnya. Dimana nantinya bab kedua akan berkaitan dengan bab ketiga dalam metode penelitiannya.

Bab ketiga ini dijelaskan tentang metode penelitian yang digunakan, pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, teknik keabsahan data dan tahap-tahap penelitian. Metode yang sudah ditentukan maka dapat digunakan dalam bab empat untuk pembahasan temuan penelitian. Pada bab ini penulis menjelaskan secara rinci mengenai cara dan pengaplikasian data yang diperoleh dan cara mengolahnya yang disesuaikan dengan judul skripsi ini. Dari bab ketiga ini yang nantinya akan menjadi acuan dari metode penulisan bab keempat, semua yang akan dituliskan di bab empat harus melihat dari sistematika penulisan yang ada di bab tiga.

Bab keempat ini berisi tentang hasil penelitian, terdiri dari uraian tentang paparan data yang disajikan dengan topik sesuai dalam pertanyaan-pertanyaan dalam rumusan masalah hasil analisis data. Paparan data tersebut diperoleh dari observasi, wawancara dan dokumentasi. Sehingga dalam bab empat ini merupakan penyajian hasil penelitian data dari lapangan yang telah disusun sedemikian rupa. Dan di bab empat nantinya akan dibahas di bab kelima dengan rumusan masalah.

Bab kelima ini berisi tentang pembahasan yang didalamnya berisikan mengenai pemaparan masing-masing rumusan masalah pada yang telah dibuat

oleh peneliti yang kemudian dipaparkan dalam bab ini. Dan juga kaitannya dengan latar belakang maupun fokus penelitian dan teori yang ada. Dari pembahasan bab kelima nanti akan berkaitan dengan bab keenam yang berisikan kesimpulan dari pembahasan yang peneliti lakukan.

Bab keenam ini menguraikan tentang kesimpulan penelitian yang dilakukan berdasarkan analisis data dari temuan di lapangan , implikasi penelitian dan adapun saran yang ditujukan kepada pihak yang berkepentingan terhadap adanya penelitian ini, baik kepada pihak lembaga maupun pihak lain yang ingin mengadakan penelitian. Dari hasil pembahasan yang ada di bab kelima, ini merupakan kesimpulan dari semua materi yang peneliti ambil.

Bagian akhir, pada bagian ini memuat daftar pustaka, lampiran-lampiran dan daftar riwayat hidup penulis