

## BAB V

### PEMBAHASAN

#### **A. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah di Kopsyah Karya Mandiri Tulungagung**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kopsyah Karya Mandiri memiliki nasabah yang loyal, dengan total nasabah 530 orang yang terdiri 376 nasabah pembiayaan *Musyarakah* dan 154 nasabah pembiayaan *Murabahah*. Loyalitas nasabah Kopsyah Karya Mandiri dinilai cukup tinggi karena banyaknya nasabah lama yang tetap menjadi nasabah Karya Mandiri. Selain itu, banyaknya nasabah baru yang direkomendasikan oleh nasabah lama menjadikan loyalitas nasabah Karya Mandiri patut nilai sangat tinggi. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Gruffin yang diterjemahkan oleh Ratih Hurriyati yang menyatakan bahwa loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku dan unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus-menerus terhadap barang/jasa perusahaan yang dipilih.<sup>1</sup> Dikarenakan sebagian besar nasabah Karya Mandiri adalah nasabah lama dan nasabah baru merupakan nasabah yang direkomendasikan oleh nasabah lama, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa nasabah Kopsyah Karya Mandiri merupakan nasabah yang loyal. Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan Deviana Rahmasari<sup>2</sup> dalam skripsinya bahwa indikator kualitas produk antara lain transaksi secara berulang, rekomendasi, menambah jumlah tabungan, menceritakan hal positif dan kesediaan

---

<sup>1</sup> Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hal. 129.

<sup>2</sup> Deviana Rahmasari, *Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Citra Perbankan dan Sikap Nasabah Sebagai Variabel Intervening*, 2012. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta.

menerima bunga yang rendah atau biaya yang tinggi. Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah di Kopsyah Karya Mandiri adalah Reputasi Merek, Kepuasan Nasabah dan Kualitas Pelayanan.

#### 1. Reputasi Merek

Dalam Kopsyah Karya Mandiri Reputasi Merek merupakan salah satu faktor yang membuat nasabah memilih Kopsyah Karya Mandiri sebagai Lembaga Keuangan Syariah yang membantu nasabah untuk mendapatkan pembiayaan. Hal tersebut dikarenakan produk yang ada di Kopsyah Karya Mandiri sangat fleksibel. Sebagai contoh adalah adanya dua produk pembiayaan yang ada di Kopsyah Karya Mandiri, yakni Murabahah dan Musyarakah. Pada pembiayaan Murabahah di Kopsyah Karya Mandiri, nasabah wajib membayar tingkat bagi hasil setiap bulan sampai jangka waktu yang telah disepakati, sedangkan pinjaman pokok dibayarkan pada akhir masa pinjaman. Namun, apabila sebelum jangka waktu tersebut nasabah ingin melunasi pinjaman atau hanya ingin mengangsur maka hal tersebut diperbolehkan. Dalam produk Murabahah, tidak ada peraturan atau ketetapan yang mengharuskan berapa jumlah angsuran yang harus dibayarkan oleh nasabah kepada Kopsyah Karya Mandiri, hanya saja pada akhir periode pinjaman nasabah wajib melunasi pinjamannya. Jika pada pertengahan periode pinjaman nasabah sudah melunasi pinjamannya, maka untuk bulan selanjutnya, nasabah tidak perlu membayar nisbah bagi hasil yang telah disepakati. Dan jika pada pertengahan periode nasabah ingin mengangsur pinjaman pokoknya, maka persentase nisbah yang harus dibayarkan pada Kopsyah Karya Mandiri, juga akan dikurangi, sehingga hal tersebut

meringankan beban nasabah. Pembiayaan Murubahah ini banyak dipilih oleh nasabah yang tidak memiliki pendapatan yang tetap setiap bulan, contohnya petani atau pengusaha.

Selain Murubahah, Kopsyah Karya Mandiri juga memiliki produk pembiayaan lain yakni Musyarakah. Musyarakah merupakan pembiayaan yang mewajibkan nasabah untuk membayar pokok pinjaman dan nisbah bagi hasil pada Kopsyah Karya Mandiri. Jenis pembiayaan ini pada umumnya banyak diminati oleh nasabah yang memiliki gaji tetap setiap bulan. Namun jika nasabah ingin melunasi pinjamannya hal ini diperbolehkan dan nisbah bagi hasil untuk bulan selanjutnya tidak dibayarkan.

Menurut Kotler dan Amstrong<sup>3</sup> adalah nama, istilah, lambang, desain, atau kombinasi dari semua itu yang memperlihatkan identitas produk atau jasa dari penjual atau sekelompok penjual dan dapat membedakan produk itu dari produk pesaing. Hal tersebut sesuai dengan Kopsyah Karya Mandiri yang lebih menonjolkan sisi fleksibel terhadap produk pembiayaan yang ditawarkan untuk lebih dikenal oleh masyarakat luas ditengah persaingan Lembaga Keuangan baik syariah maupun konvensional yang semakin ketat.

Dari penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa Reputasi Karya Mandiri dimata masyarakat sangat baik karena memberikan pinjaman yang bersifat fleksibel. Hal tersebut membuat banyak nasabah yang loyal terhadap Kopsyah Karya Mandiri dan memberikan rekomendasi kepada orang yang dikenal untuk memilih Kopsyah Karya Mandiri sebagai Lembaga Keuangan Syariah yang membantu perekonomian mereka.

---

<sup>3</sup> Apri Budiarto, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Ombak Dua, 2015), hal. 207.

## 2. Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah bagi Kopsyah Karya Mandiri merupakan hal yang utama untuk diwujudkan. Nasabah Kopsyah Karya Mandiri sendiri mengaku puas terhadap pelayanan maupun produk yang ditawarkan oleh Kopsyah Karya Mandiri. Secara umum, kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan sangat puas atau senang.<sup>4</sup> Hal ini juga yang dirasakan oleh nasabah Kopsyah Karya Mandiri yang mengaku bahwa produk yang di yang ditawarkan Kopsyah Karya Mandiri sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen. Sebagai contoh adalah Kopsyah Karya Mandiri menawarkan produk yang dapat dipilih nasabah sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan yang dimiliki nasabah. Seperti produk pembiayaan Murabahah yang pada umumnya dipilih oleh nasabah yang tidak memiliki pendapatan setiap bulan dan pembiayaan Musyarakah yang pada umumnya digunakan untuk nasabah yang memiliki pendapatan tetap setiap bulannya. Berdasarkan literatur, terdapat lima alasan utama kepuasan nasabah, yaitu:<sup>5</sup>

### a. Kualitas Produk

Pelanggan akan merasa puas apabila membeli dan menggunakan produk yang ternyata memiliki kualitas yang baik. Seperti yang telah

---

<sup>4</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller , *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi Indonesia, (Jakarta:Indeks, 2008), hal.177

<sup>5</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller , *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi Indonesia, (Jakarta:Indeks, 2008), hal.174.

dijelaskan diatas bahwasanya produk yang ditawarkan oleh Kopsyah Karya Mandiri merupakan produk yang dibutuhkan nasabah sesuai dengan kemampuannya.

b. Harga

Untuk pelanggan yang sensitif harga murah merupakan sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value of money* yang tinggi. Dari segi harga, Kopsyah Karya Mandiri tidak membebankan persentase bagi hasil yang tinggi, sehingga banyak nasabah yang menggunakan produk pembiayaan dari Kopsyah Karya Mandiri.

c. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan sangat bergantung pada tiga hal yaitu sistem, teknologi dan manusia. Manusia memegang kontribusi sebesar 70%. Hal ini juga diterapkan oleh Kopsyah Karya Mandiri yang membudayakan kualitas pelayanan yang optimal bagi para nasabahnya.

d. Faktor Emosional

Rasa bangga, percaya diri, simbol sukses, bagian dari kelompok yang penting dan sebagainya adalah contoh-contoh nilai emosional yang mendasari kepuasan pelanggan. Hal ini juga terjadi pada Kopsyah Karya Mandiri, hal ini terjadi karena Kopsyah Karya Mandiri memilih Dewan Penasihat Syariah yang merupakan ulama besar yang ada di Kabupaten Tulungagung khususnya Kecamatan Kauman, Kecamatan Gondang dan sekitarnya. Sehingga banyak masyarakat jamaah ulama tersebut yang menjadi nasabah Kopsyah Karya Mandiri dikarenakan percaya dan merasa bahwa Kopsyah Karya Mandiri merupakan bagian dari kehidupan spiritual

meraka dan percaya bahwa Kopsyah Karya Mandiri merupakan Lembaga Keuangan Syariah yang dapat dipercaya. Selain itu, Kopsyah Karya Mandiri juga sengaja merekrut karyawan dari daerah sekitar, sehingga kedekatan emosional antara nasabah dan karyawan dapat terjalin karena berlatar belakang tempat tinggal yang berdekatan.

e. Biaya dan Kemudahan

Nasabah akan semakin puas apabila relatif murah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan pelayanan. Dalam Kopsyah Karya Mandiri sendiri, persentase bagi hasil yang dibebankan kepada nasabah relatif rendah dan nasabah bebas memilih produk pembiayaan yang akan digunakan sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan. Selain itu, kemudahan dalam pencairan dana pembiayaan merupakan salah satu faktor yang membuat nasabah loyal terhadap Kopsyah Karya Mandiri. Jika di Lembaga Keuangan Syariah lain terdapat proses survey kepada calon nasabah, di Kopsyah Karya Mandiri tidak melakukan survey sehingga proses pencairan relatif mudah.

3. Kualitas Pelayanan

Bagi Kopsyah Karya Mandiri, kualitas pelayanan merupakan faktor utama dari loyalitas nasabah. Kepuasan nasabah merupakan hal yang paling penting artinya, kepuasan itu merupakan persepsi nasabah setelah menerima layanan. Lewis dan Booms dalam penelitian Deby Meigy Arzena<sup>6</sup> mendefinisikan kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Bentuk kualitas pelayanan yang

---

<sup>6</sup> Deby Meigy Arzena, *Pengaruh Kepuasan Atas Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pt. Bank Mandiri Tbk Cabang Muaro Padang*, (Padang: Universitas Negeri Padang, 2012), hal. 5.

diberikan oleh Kopsyah Karya Mandiri kepada nasabah berbagai macam, seperti karyawan harus bersifat ramah dan sopan kepada nasabah, bahkan Kopsyah Karya Mandiri sengaja merekrut karyawan dari penduduk setempat agar kedekatan emosional antara nasabah dan karyawan dapat terjalin dengan baik. Selain itu, kemudahan dan kecepatan dalam pelayanan merupakan salah satu kualitas pelayanan yang diberikan oleh Kopsyah Karya Mandiri. Selain tidak memerlukan survey sebelum dana pinjaman dicairkan, Kopsyah Karya Mandiri juga tidak menjadikan jaminan nasabah digunakan sebagai objek mencari dana tambahan, sehingga jika sewaktu-waktu nasabah melunasi pinjamannya maka Kopsyah Karya Mandiri dapat langsung menyediakan jaminannya. Tidak hanya itu, Kopsyah Karya Mandiri juga berusaha memberikan yang terbaik bagi para nasabahnya dengan cara memberikan bingkisan ataupun kalender jika Hari Raya Idul Fitri atau Tahun Baru kepada para nasabah.

Berkaitan dengan kualitas pelayanan, Pasuraman<sup>7</sup> mengutarakan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu yang kompleks, sehingga untuk menentukan sejauh mana kualitas dari pelayanan tersebut, dapat dilihat dari lima dimesi, yaitu: *tangibles*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance*.

a. *Tangibles*

Yaitu kemampuan suatu lembaga dalam mewujudkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan, kemampuan sarana dan prasarana fisik lembaga yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya

---

<sup>7</sup> *Ibid.*

merupakan bukti nyata pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Di Kopsyah Karya Mandiri, fasilitas guna menunjang kualitas pelayanan kepada nasabah cukup menunjang, hal ini dapat dilihat melalui tempat Kopsyah Karya Mandiri yang nyaman, terdapat AC dan Televisi yang dapat dinikmati oleh nasabah ketika menunggu pencairan atau sedang antre membayar angsuran. Selain itu, penampilan para karyawan yang rapi juga salah satu bentuk dari kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah.

b. *Empathy*

Yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para nasabah dengan berupaya memahami keinginan nasabah. Kopsyah Karya Mandiri percaya bahwa kedekatan emosional antara karyawan dan nasabah harus terjalin dengan sangat baik guna meningkatkan loyalitas. Sehingga, Kopsyah Karya Mandiri sengaja merekrut para karyawan yang berasal dari lingkungan Kopsyah untuk lebih mengenal para nasabah secara personal. Kedekatan personal antara karyawan dan nasabah diwujudkan melalui perhatian mengenai keadaan keluarga, saudara ataupun tetangga para nasabah. Hal inilah yang dapat meningkatkan loyalitas nasabah.

c. *Reliability*

Yaitu kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya. Hal ini juga dilakukan oleh Kopsyah Karya Mandiri, seperti banyaknya nasabah yang memilih Kopsyah Karya Mandiri sebagai Lembaga Keuangan yang membantu menyediakan dana pembiayaan

dikarenakan adanya kepercayaan kepada para karyawan yang telah mereka kenal dan juga kepercayaan kepada Dewan Penasihat Kopsyah Karya Mandiri yang merupakan alim ulama yang berpengaruh didaerah tersebut, sehingga para nasabah banyak yang tetap loyal kepada Kopsyah Karya Mandiri.

d. *Responsiveness*

Dimensi ini mencakup keinginan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang tepat dan cepat. Hal ini dibuktikan melalui pelayanan Kopsyah Karya Mandiri yang relatif cepat, hal ini dikarenakan Kopsyah Karya Mandiri tidak mensurvey nasabah yang mengajukan pembiayaan. Selain itu, kapanpun nasabah melunasi pembiayaannya, maka jaminan pembiayaan bisa langsung di ambil tanpa menunggu waktu yang lama.

e. *Assurance*

Yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan, atau jaminan ini dapat ditunjukkan melalui pengetahuan, kesopan santunan, rasa aman, rasa percaya, bebas dari bahaya dan resiko yang dapat diberikan karyawan kepada pelangganya. Dalam Kopsyah Karya Mandiri sendiri, sopan santun merupakan hal yang paling utama yang diberikan karyawan kepada para nasabah walaupun secara personal karyawan dan nasabah cukup dekat. Selain itu, rasa aman, rasa percaya dan bebas dari bahaya dan risiko sangat dijamin oleh Kopsyah Karya Mandiri akan didapatkan oleh nasabah. Rasa aman dan percaya di berikan oleh Kopsyah melalui merekrut para karyawan yang

bertempat tinggal di daerah Kopsyah Karya Mandiri dan menjadikan alim ulama yang disegani di daerah tersebut sebagai Dewan Penasihat Syariah. Dan juga, Kopsyah Karya Mandiri tidak menggunakan jaminan nasabah untuk mencari dana tambahan, sehingga sewaktu-waktu nasabah mampu melunasi pembiayaannya maka jaminan dapat langsung diambil, hal tersebut tidak membawa risiko hilangnya jaminan milik nasabah.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Septiana Dwi Exmawati<sup>8</sup> yang berjudul Pengaruh Pelayanan dan Keunggulan Produk Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat Tulungagung bahwa ketiga variabel yaitu pelayanan, keunggulan produk dan kepuasan pelanggan merupakan tiga aspek yang saling berkaitan. Sedangkan perbedaan dengan Kopsyah Karya Mandiri adalah ketiga aspek tersebut merupakan faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah di Kopsyah Karya Mandiri. jadi dapat disimpulkan bahwa aspek kualitas merek/keunggulan produk, kepuasan nasabah, dan kualitas pelayanan merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas di Kopsyah Karya Mandiri, dan faktor-faktor tersebut saling berkaitan satu sama lain.

## **B. Dampak Faktor-Faktor Loyalitas Nasabah dan Dampaknya terhadap Keunggulan Bersaing di Kopsyah Karya Mandiri Tulungagung**

Di Kopsyah Karya Mandiri, keunggulan bersaing merupakan salah satu dampak dari adanya faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah. Kopsyah Karya Mandiri sendiri merupakan salah satu Lembaga Keuangan Syariah yang terletak di Desa Bolorejo Kecamatan Kauman Kabupaten Tulungagung. Selain

---

<sup>8</sup> Septiana Dwi Exmawati, *Skripsi Pengaruh Pelayanan dan Keunggulan Produk terhadap Kepuasan Nasabah*, (Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2014)

Kopsyah Karya Mandiri terdapat tiga Lembaga Keuangan Syariah yang berdiri dilingkungan tersebut, diantaranya adalah BMT Zahara, Kopsyah Artha Mandiri dan LKS ASRI. Dilihat dari tingkat loyalitas nasabah, Kopsyah Karya Mandiri memiliki nasabah dengan tingkat loyalitas yang tinggi dibanding dengan Lembaga Keuangan Syariah lain yang berdiri disekitarnya. Seperti yang telah dikemukakan oleh Goyal dalam penelitian Lisda Rahmasari<sup>9</sup> keunggulan bersaing adalah kemampuan suatu perusahaan untuk meraih keuntungan ekonomis diatas laba yang mampu diraih oleh pesaing dipasar dalam industri yang sama. Keunggulan bersaing berkembang dari nilai yang mampu di ciptakan oleh perusahaan bagi pelanggan atau pembeli. Hal ini dikarenakan adanya reputasi merek, kepuasan nasabah dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Kopsyah Karya Mandiri kepada para nasabahnya.

Reputasi merek atau produk dari Kopsyah Karya Mandiri dimata para nasabah memiliki perbedaan dan keunggulan dibanding dengan Lembaga Keuangan Syariah lainnya. Di dalam Kopsyah Karya Mandiri nasabah bebas memilih produk pembiayaan yang akan diambil berdasarkan kebutuhan dan kemampuan untuk mengangsur. Selain itu semua produk pembiayaan yang ditawarkan Kopsyah Karya Mandiri merupakan pembiayaan yang bersifat fleksibel, sebagai contoh akad Murabahah. Dalam akad Murabahah nasabah harus membayar bagi hasil yang telah disepakati setiab bulan, sedangkan pinjaman pokok dilunasi pada akhir masa periode pinjaman. Jika pada pertengahan periode nasabah ingin melunasi atau membayar sebagian pinjaman pokok, maka hal tersebut diperbolehkan. Dan karena pinjaman pokok telah berkurang, maka nilai bagi hasil yang dibayarkan

---

<sup>9</sup> Lisda Rahmasari, *Pengaruh Supply Chain Management terhadap Kinerja Perusahaan dan Keunggulan Bersaing (Studi Kasus pada Industri Kreatif di Provinsi Jawa Tengah)*, (Semarang: Universitas AKI, 2011), hal. 5

nasabah kepada Kopsyah juga berkurang. Hal ini juga berlaku pada pembiayaan Musyarakah. Karena itulah nasabah lebih memilih Kopsyah Karya Mandiri dan yang membuat Kopsyah Karya Mandiri berbeda dengan Lembaga Keuangan Syariah lain yang ada di sekitarnya.

Faktor yang kedua adalah kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah didalam Kopsyah Karya Mandiri sangat dirasakan oleh nasabahnya sehingga banyak nasabah yang tetap menjadi nasabah selama bertahun-tahun bahkan memberikan rekomendasi kepada saudara ataupun kolega yang membutuhkan bantuan pembiayaan. Kepuasan nasabah Karya Mandiri diperoleh karena adanya produk, tingkat bagi hasil, pelayanan, kedekatan nasabah dengan karyawan, biaya yang rendah dan kemudahan yang sesuai dengan harapan nasabah.

Faktor ketiga adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan faktor utama yang mempengaruhi loyalitas nasabah dan sangat berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Karena kualitas pelayanan yang diberikan masing-masing Lembaga Keuangan Syariah berbeda. Perbedaan tersebut dapat dilihat dari strategi untuk menarik loyalitas dan minat nasabah, sebagai contoh Kopsyah Karya Mandiri sengaja merekrut karyawan yang bertempat tinggal di daerah Kopsyah Karya Mandiri untuk menciptakan kedekatan emosional antara Kopsyah Karya Mandiri dengan nasabah yang pada umumnya juga bertempat tinggal di sekitar Kopsyah Karya Mandiri. Tidak hanya itu, Kopsyah Karya Mandiri juga memilih ulama yang berpengaruh di daerah tersebut untuk menciptakan kepercayaan kepada para nasabah bahwa Kopsyah Karya Mandiri merupakan Lembaga Keuangan Syariah yang dapat dipertanggungjawabkan. Kecepatan dalam pelayanan merupakan salah satu bentuk kualitas pelayanan yang diberikan oleh

Kopsyah Karya Mandiri, seperti proses pencairan pembiayaan yang cepat karena tidak melakukan survey seperti Lembaga Keuangan Syariah lain yang menerapkan survey terhadap nasabah sebelum melakukan pencairan pembiayaan. Selain itu, jika nasabah bisa melunasi pembiayaan, maka pada hari itu juga jaminan dapat langsung diserahkan. Karena Kopsyah Karya Mandiri tidak mempergunakan jaminan nasabah untuk mencari tambahan dana. Hal tersebutlah yang membedakan Kopsyah Karya Mandiri dengan Lembaga Keuangan Syariah lain yang ada di sekitarnya.

Perbedaan antara Kopsyah Karya Mandiri dengan Lembaga Keuangan Syariah lain yang ada di sekitarnya inilah yang menyebabkan loyalitas nasabah semakin tinggi dan berdampak pada besarnya keunggulan bersaing Kopsyah Karya Mandiri dibandingkan dengan Lembaga Keuangan Syariah yang lain. Hal ini sejalan dengan Prakosa dalam penelitian penelitian Cynthia Vanessa Djodjobo<sup>10</sup> mengemukakan bahwa keunggulan bersaing merupakan strategi keuntungan dari perusahaan yang melakukan kerjasama untuk berkompetisi lebih efektif dalam pasar. Strategi yang didesain bertujuan untuk mencapai keunggulan bersaing yang terus-menerus agar perusahaan dapat terus menjadi pemimpin pasar. Menurut Barney dalam penelitian penelitian Cynthia Vanessa Djodjobo<sup>11</sup> Perusahaan mengalami keunggulan bersaing ketika tindakan-tindakan dalam suatu industri atau pasar menciptakan nilai ekonomi dan ketika beberapa perusahaan yang bersaing terlibat dalam tindakan yang serupa.

---

<sup>10</sup> *Ibid.*

<sup>11</sup> *Ibid.*

Suhong Li dalam penelitian Lisda Rahmasari<sup>12</sup> menggunakan dimensi pengukuran inovasi produk. Keunggulan bersaing yang berkesinambungan adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menciptakan suatu produk yang pada saat pesaing berusaha untuk menirunya akan selalu mengalami kegagalan secara signifikan. Pada saat perusahaan ingin menerapkan strategi tersebut dan perusahaan pesaing tidak secara berkesinambungan menerapkannya serta perusahaan lain tidak mampu meniru keunggulan strategi tersebut maka perusahaan tersebut dikatakan memiliki keunggulan bersaing berkesinambungan. Kemampuan perusahaan inilah yang disebut dengan diferensiasi.

Diferensiasi juga dilakukan kualitas pelayanan terhadap keunggulan bersaing secara konsisten memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik daripada para pesaing. Hal ini dapat dicapai dengan memenuhi atau bahkan melampaui kualitas jasa yang diharapkan para pelanggan. Kualitas jasa sendiri dipengaruhi oleh dua variabel, yaitu jasa yang dirasakan (*perceived service*) dan jasa yang diharapkan (*expected service*). Bila jasa yang dirasakan lebih kecil daripada yang diharapkan, maka para pelanggan menjadi tidak tertarik lagi pada penyedia jasa yang bersangkutan. Sehingga faktor-faktor loyalitas nasabah di Kopsyah Karya Mandiri sangat berpengaruh terhadap keunggulan bersaing Kopsyah Karya Mandiri dibandingkan dengan Lembaga Keuangan Syariah lain yang ada disekitarnya, hal ini dikarenakan adanya improvisasi produk dan diferensiasi pelayanan sehingga nasabah semakin loyalitas nasabah tetap terjaga.

---

<sup>12</sup> *Ibid.* hal. 6

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gita Sugiyarti<sup>13</sup> yang menyatakan bahwa orientasi pasar dan inovasi produk sangat berpengaruh terhadap keunggulan bersaing, dimana orientasi pasar atau kemampuan perusahaan menciptakan kepuasan pelanggan dan inovasi produk merupakan faktor yang menciptakan adanya loyalitas pelanggan. Namun perbedaan dengan penelitian yang dilakukan pada Kopsyah Karya Mandiri adalah dalam Kopsyah Karya Mandiri orientasi pembelajaran tidak mempengaruhi keunggulan bersaing, yang mana orientasi pembelajaran pada penelitian Gita Sugiyarti merupakan salah satu yang mempengaruhi keunggulan bersaing. Jadi dapat disimpulkan bahwa keunggulan bersaing dapat keunggulan bersaing pada Kopsyah Karya Mandiri karena adanya diferensiasi produk dan pelayanan sehingga nasabah akan merasa puas yang mengakibatkan meningkatnya loyalitas nasabah pada Kopsyah Karya Mandiri.

---

<sup>13</sup> Gita Sugiyarti, *Membangun Keunggulan Bersaing Produk Melalui Orientasi Pembelajaran, Orientasi Pasar dan Inovasi Produk (Studi Empiris pada Industri Pakaian Jadi Skala Kecil dan Menengah di Kota Semarang)*, (Semarang: UNTAG, 2015)