

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan BMT atau koperasi syariah dari tahun ke tahun semakin pesat dibuktikan dengan makin bertambahnya lembaga BMT atau perkoperasian di Indonesia. Bukan hanya bertambah namun juga mendapat prestasi dan beberapa penghargaan dari Pemerintah. Keberhasilan BMT atau koperasi ini tentu didukung dengan adanya pengurus dan anggota yang dapat saling bekerja sama dan loyal terhadap koperasi.

Dengan semakin banyaknya lembaga keuangan syariah yang banyak bermunculan di Indonesia, banyak pula lembaga keuangan swasta sejenis yang berprinsip syariah. Diantaranya adalah *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) atau lebih dikenal dengan koperasi syariah di Indonesia yang merupakan jawaban terhadap tuntutan dan kebutuhan umat muslim yang menghendaki adanya lembaga keuangan yang menggunakan prinsip-prinsip syariah dan bebas dari *riba* yang diharamkan. Untuk memperoleh kesejahteraan lahir batin melalui kegiatan bermuamalah yang sesuai dengan perintah agama Islam.

Tujuan utama dalam pembentukan BMT atau koperasi syariah pada umumnya adalah untuk meningkatkan kesejahteraan anggota dan masyarakat umum. Disisi lain, dengan adanya BMT atau koperasi syariah

pada dasarnya merupakan pengembangan dari konsep ekonomi Islam, terutama dalam bidang keuangan yang dikembangkan sebagai suatu respon dari kelompok ekonom dan praktisi lembaga keuangan syariah yang menginginkan adanya jasa transaksi keuangan yang dijalankan sesuai nilai moral dan prinsip-prinsip Islam. BMT atau koperasi yang menggunakan prinsip-prinsip syariah tidak memberatkan bagi siapapun yang terlibat dalam badan usaha tersebut sebagai upaya mencapai tujuan tersebut koperasi perlu membuka diri terhadap kemungkinan berlakunya prinsip-prinsip syariah dalam menjalankan usahanya.

Salah satu perwujudan lembaga keuangan dengan system syariah adalah KSU Syariah Al-Mizan Wlingi Blitar dan BMT Istiqomah Tulungagung. Kedua lembaga keuangan syariah ini hadir untuk memberdayakan ekonomi masyarakat kecil sesuai dengan prinsip syariah Islam, yakni dengan system bagi hasil atau tanpa bunga.

Koperasi Serba Usaha Syariah AL-Mizan Wlingi Blitar merupakan sebuah lembaga keuangan mikro yang berbasis syariah yang memiliki unit usaha dengan menekankan pada simpan pinjam syariah, perdagangan dan pelayanan umum. Dengan alamat Jl. Tembus (Utara RSUD Wlingi) Kecamatan Wlingi, Kabupaten Blitar.

Pada awalnya KSU Syariah Al-Mizan berdiri dari suatu LAGZIS (Lembaga Amil Zakat Infaq dan Shadaqah) yang kemudian dari anggota ingin memperbesar lembaga keuangan ini menjadi Koperasi yang berbasis syariah. Anggota yang terkumpul pada awal berdirinya Koperasi Syariah

ini adalah berjumlah 30 anggota dengan modal awal sebesar Rp 15.000.000,00 dan juga dari LAGZIS sebesar Rp 30.000.000,00 dengan margin 1,5%. Memasuki tahun 2009 KSU Al – Mizan sudah beralih dan memiliki kantor tetap yang berlokasi di Jalan Tembus (utara RSUD Wlingi) Kecamatan Wlingi Kabupaten Blitar yang memiliki sebuah motto yaitu “Adil Melayani, Aman Menguntungkan” dengan motto tersebut lembaga keuangan ini bermaksud untuk memudahkan urusan anggota dalam hal pembiayaan ataupun dalam penghimpunan dana dengan adil dan memberikan keuntungan bagi anggota maupun Koperasi Serba Usaha Syariah AL-Mizan Wlingi Blitar sendiri.

Disamping KSU Syariah Al-Mizan Wlingi Blitar, peneliti juga bermaksud meneliti salah satu lembaga keuangan syariah yaitu BMT Istiqomah Tulungagung. BMT Istiqomah Tulungagung adalah lembaga keuangan syariah yang didirikan oleh para tokoh yang mayoritas berasal dari masyarakat Tulungagung serta beberapa tokoh dari luar wilayah Tulungagung yang mempunyai visi, misi dan tujuan yang sama. Pada waktu itu belum ada lembaga perbankan yang mampu berhubungan langsung dengan pengusaha kecil bawah dan kecil. BMT Istiqomah berdiri pada bulan Maret 2001, diresmikan dan beroperasi secara legal dan sah dalam menjalankan kegiatan atau fungsinya pada bulan Juni 2001. Pada mulanya BMT Istiqomah masih berbadan hukum Lembaga Keuangan Mikro, namun tahun berikutnya tahun 2002 resmi menjadi BMT dengan status badan hukum dari KSM menjadi berbadan hukum

koperasi, SK Nomor: 188.2 / 32 / BH / 424.75 / 2002 Tanggal 17 Mei 2002.

Berikut adalah jumlah anggota di KSU Syariah Al-Mizan Wlingi Blitar dan BMT Istiqomah Tulungagung:

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Anggota KSU Syariah Al-Mizan Wlingi Blitar**  
**Pada tahun 2016-2018**

No	Uraian	2016	2017	2018
1	Angg.Simpanan	30	30	30
2	Angg.Simpanan Berjangka	147	150	151
	<b>Jumlah</b>	<b>177</b>	<b>180</b>	<b>181</b>

Sumber: Data RAT Tahun 2017 KSU Syariah Al-Mizan Wlingi Blitar

Berdasarkan tabel 1.1 diatas menunjukkan bahwa jumlah anggota pada KSU Syariah Al-Mizan dari tahun 2016 sampai 2018 mengalami peningkatan meskipun tidak terlalu banyak tetapi hal ini menunjukkan adanya faktor kepuasan anggota yang diberikan oleh lembaga sehingga terjadinya loyalitas anggota terhadap lembaga.

**Tabel 1.2**  
**Jumlah Anggota BMT Istiqomah Tulungagung**  
**Pada tahun 2016-2018**

No	Uraian	2016	2017	2018
1	Angg.Simpanan	5333	5414	5295
2	Angg.Simpanan Berjangka	47	51	33
	<b>Jumlah</b>	<b>1301</b>	<b>1144</b>	<b>1188</b>

Sumber: Data RAT Tahun 2017 BMT Istiqomah Tulungagung

Dengan tercapainya tujuan koperasi memajukan kesejahteraan anggotanya maka akan tercipta perilaku atau sikap loyalitas anggota, apabila anggota mendapatkan pelayanan dan kualitas produk yang baik sehingga anggota merasa puas terhadap koperasi. Setiap lembaga keuangan syariah khususnya manajemen operasional pada Koperasi

Serba Usaha (KSU) Syariah Al-Mizan dan BMT Istiqomah Tulungagung sangat berperan penting dalam membangun kualitas kepercayaan nasabah kepada lembaga yang dipimpinnya. Lembaga keuangan syariah terutama KSU Syariah dan BMT yang bergerak dibidang jasa syariah yang harus mampu memberikan fasilitas, prasarana dan pelayanan yang berkualitas untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan agar tidak kehilangan nasabah maupun anggota dalam jangka panjang.

Kualitas pelayanan adalah memberikan kesempurnaan dalam pelayanan untuk tercapainya keinginan atau harapan nasabah.<sup>1</sup> Semakin baik kualitas pelayanan, akan semakin tinggi pula kepuasan nasabah terhadap lembaga tersebut. Tingginya kualitas pelayanan juga tidak lepas dari sumber daya manusianya (SDM). Oleh karena itu hal utama yang harus diprioritaskan oleh lembaga keuangan syariah terutama pada Koperasi Serba Usaha (KSU) dan BMT Istiqomah Tulungagung adalah mengutamakan kepuasan nasabahnya, sehingga pada akhirnya nasabah akan merasa percaya menggunakan jasa lembaga keuangan tersebut dan akan menggunakan produk secara berulang-ulang.

Pada KSU Syariah Al-Mizan dan BMT Istiqomah merupakan koperasi syariah yang mengutamakan kesejahteraan para anggotanya yang memberikan layanan kepada anggotanya dengan sebaik mungkin untuk menunjukkan kepada anggota bahwa KSU Syariah Al-Mizan dan BMT Istiqomah benar-benar koperasi yang mengutamakan layanan yang sesuai

---

<sup>1</sup>Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik*, (Yogyakarta : ANDI, 2012), hal. 157

dengan prinsip syariah. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada nasabah untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Apabila sudah terjalin ikatan, maka nasabah akan memilih perusahaan tersebut dan ketika mereka datang di perusahaan itu, mereka sudah mempunyai harapan tentang layanan apa yang akan diperoleh (diterima) berdasarkan pengalamannya, komunikasi dari mulut kemulut yang pernah didengarnya, informasi lain yang pernah diterima serta dipengaruhi oleh kebutuhannya. Sehingga layanan yang pernah dialami ini akan menjalin standart perbandingan layanan yang akan diterima sekarang.

Salah satu indicator loyalitas anggota, yaitu kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan sebuah nilai yang ada pada barang ataupun jasa yang dihasilkan disetiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, apa barang tersebut dimaksudkan atau dibutuhkan. Pelayanan yang baik merupakan sebuah harapan yang utama bagi pelanggan, tak khayal jika pelanggan sering kecewa dengan pelayanan yang buruk. Dari pelayanan yang buruk biasanya sangat signifikan mengurangi pelanggan yang ada, karena pelanggan kecewa atas pelayanan yang buruk biasanya akan bercerita ke pelanggan yang lainnya, bahkan membuat citra yang buruk.<sup>2</sup>

Penilaian kualitas pelayanan sangatlah berbeda dengan penilaian terhadap kualitas produk, karena kualitas pelayanan sifatnya tidak nyata

---

<sup>2</sup>Nina Rahmayanty, *Manajemen Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hal.13

dan antara produksi serta konsumsi berjalan secara simultan.<sup>3</sup> Setiap nasabah mempunyai penilaian yang berbeda-beda mengenai kualitas pelayanan, untuk mempunyai harapan anggota kualitas pelayanan lebih terfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah serta ketepatan dalam penyampaianya.

Produk dapat dibedakan menjadi 2 yaitu produk barang (berwujud) dan produk jasa (tidak berwujud).<sup>4</sup> Produk barang (berwujud) yaitu, “produk yang berwujud fisik sehingga bias dilihat, disentuh, dirasa, dipegang, disimpan, dan diperlakukan fisik lainnya”. Dengan begitu produk-produk akan mampu bersaing dipasaran, sehingga menjadikan konsumen memiliki banyak alternative pilihan produk. Kemudian keunggulan-keunggulan dari produk dapat diketahui oleh konsumen dan bias membuat konsumen tertarik untuk mencoba, membeli produk, dan menikmatinya.

Kepuasan anggota ditentukan oleh kualitas barang atau jasa yang dikehendaki anggota. Sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan sebagai tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan tersebut. Salah satu tindakan untuk memuaskan konsumen adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada konsumen dengan sebaik-baiknya. Semakin tinggi tingkat kualitas semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan. Konsumen akan merasa puas jika system layanan

---

<sup>3</sup>Farida Jasfar, *Manajemen Jasa Perbankan Terpadu*, (Jakarta : Ghalia Indonesia, 2005), hal.47

<sup>4</sup>Bilso Simamora, *Aura Merek*, ( Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2002), hal.23

KSU Syariah Al-Mizan dan BMT Istiqomah sesuai yang diharapkan anggotanya, sebaliknya anggota akan merasa kecewa jika system layanan yang diberikan tidak sesuai dengan yang diharapkan pelanggan (anggota). Ini akan menimbulkan tingkat kepuasan anggota menurun dan berpengaruh terhadap tingkat loyalitas anggota juga menurun.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, dapat diketahui kualitas pelayanan dan kualitas produk dapat mempengaruhi loyalitas anggota melalui kepuasan anggota. Sehingga penulis tertarik mengangkat judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Anggota Melalui Kepuasan Anggota Sebagai Variabel Intervening Pada KSU Syariah AL-Mizan Wlingi Blitar dan BMT Istiqomah Tulungagung”**

## **B. Identifikasi Masalah dan Batasan Masalah**

Adapun permasalahan yang perlu diidentifikasi dalam penelitian ini adalah terkait dengan kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas anggota melalui kepuasan anggota sebagai variabel intervening pada KSU Syariah Al-Mizan Wlingi-Blitar dan BMT istiqomah Tulungagung. Batasan variabel dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan, kualitas produk, kepuasan anggota dan loyalitas anggota

### **1. Unit Analisis**

Unit analisis dalam penelitian ini adalah satuan tertentu yang diperhitungkan sebagai subyek penelitian yakni anggota KSU sebagai



individu dari KSU Syariah Al-Mizan Wlingi Blitar dan BMT istiqomah Tulungagung.

## 2. Lokasi Penelitian

Dengan berbagai pertimbangan keterbatasan peneliti dalam hal biaya dan waktu, maka lokasi penelitian ini hanya di fokuskan pada KSU Syariah Al-Mizan Wlingi Blitar dan BMT Istiqomah Tulungagung yang menjadi sampel dalam penelitian ini.

Batasan masalah merupakan pembatas masalah yang membatasi sebuah penelitian. Batasan masalah bertujuan untuk membatasi bahasan penelitian agar lebih terarah dan fokus pada rumusan masalah penelitian. Selain itu, batasan masalah juga berfungsi untuk menghindari kemungkinan pembahasan yang menyimpang dari pokok permasalahan yang sudah dijelaskan di latar belakang diatas, maka untuk memberikan arah yang jelas dalam penelitian ini, maka penulis membatasi pada masalah mengenai pengetahuan kualitas pelayanan, kualitas produk, kepuasan anggota dan loyalitas anggota. Penelitian ini hanya meneliti satu obyek yaitu KSU Syariah Al-Mizan Wlingi Blitar dan BMT Istiqomah Tulungagung

## **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis menemukan permasalahan yang akan diteliti, yaitu:

1. Apakah Kualitas Pelayanan Berpengaruh Signifikan Terhadap Loyalitas Anggota Secara Langsung Maupun Tidak Langsung pada KSU Syariah Al-Mizan Wlingi Blitar dan di BMT Istiqomah Tulungagung?
2. Apakah Kualitas Produk Berpengaruh Signifikan Terhadap Loyalitas Anggota Secara Langsung Maupun Tidak Langsung KSU Syariah Al-Mizan Wlingi Blitar dan di BMT Istiqomah Tulungagung?
3. Apakah Kedua-duanya Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Anggota di KSU Syariah Al-Mizan Wlingi Blitar dan di BMT Istiqomah Tulungagung?
4. Apakah Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepuasan Anggota Berpengaruh Sigifikan Terhadap Loyalitas Anggota di KSU Syariah Al-Mizan Wlingi Blitar dan di BMT Istiqomah Tulungagung?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk Mengetahui Apakah Kualitas Pelayanan Berpengaruh Signifikan Terhadap Loyalitas Anggota Secara Langsung Maupun Tidak Langsung pada KSU Syariah Al-Mizan Wlingi Blitar dan di BMT Istiqomah Tulungagung
2. Untuk Mengetahui Apakah Kualitas Produk Berpengaruh Signifikan Terhadap Loyalitas Anggota Secara Langsung Maupun Tidak Langsung KSU Syariah Al-Mizan Wlingi Blitar dan di BMT Istiqomah Tulungagung

3. Untuk Mengetahui Apakah Kedua-duanya Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Anggota di KSU Syariah Al-Mizan Wlingi Blitar dan di BMT Istiqomah Tulungagung
4. Untuk Mengetahui Apakah Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepuasan Anggota Berpengaruh Sigifikan Terhadap Loyalitas Anggota di KSU Syariah Al-Mizan Wlingi Blitar dan di BMT Istiqomah Tulungagung

## **E. Kegunaan Penelitian**

Dalam penelitian ini, hasil yang akan dicapai diharapkan membawa manfaat pada banyak kalangan, antara lain:

### 1. Manfaat teoritis

Penelitian ini berguna sebagai bahan informasi dan pelayanan bagi pengembangan khasanah ilmu pengetahuan khususnya manajemen pemasaran.

### 2. Manfaat praktis

#### a. Bagi KSU Al-Mizan Wlingi Blitar dan BMT Istiqomah Tulungagung

Sebagai bahan masukan saran pemikiran dan informasi bagi praktisi manajemen yang menjalankan bisnisnya, terutama yang berhubungan dengan objek penelitian pemasaran mengenai factor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah.

b. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan perbandingan atau panduan untuk menambah pengetahuan khususnya bagi pihak-pihak yang tertarik pada masalah yang dibahas untuk diteliti lebih lanjut.

## **F. Penegasan Istilah**

Supaya para pembaca mampu memperoleh kesamaan pemahaman mengenai konsep penting yang termuat dalam judul skripsi ini beserta hal-hal yang akan diteliti, maka penulis mengemukakan istilah-istilah yang akan menjadi kata kunci dari judul sebagai berikut:

1. Definisi Konseptual

Secara konseptual yang dimaksud dengan “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Anggota Melalui Kepuasan Anggota Sebagai Variabel *Intervening*” adalah :

a. Kualitas pelayanan,

Menurut Tjiptono adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan nasabah.<sup>5</sup>

b. Kualitas produk

Kepuasan juga tergantung pada kualitas produk dan jasa. Kualitas memiliki arti totalitas fitur dan karakteristik produk

---

<sup>5</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta : Andi Ofset, 2001), hal.30

atau jasa yang tergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.<sup>6</sup>

c. Kepuasan anggota

Kepuasan anggota adalah respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan yang sebetulnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaiannya.<sup>7</sup>

d. Loyalitas anggota

Komitmen dalam untuk melakukan pembelian ulang atau memilih kembali suatu barang atau jasa secara konsisten pada masa yang akan datang.

e. KSU Syariah

Koperasi Serba Usaha (*multi purpose*) Syariah yaitu koperasi yang berusaha dalam berbagai banyak bidang, seperti koperasi yang melakukan pembelian dan penjualan.<sup>8</sup> Koperasi Serba Usaha (KSU) terdiri atas berbagai jenis usaha. Seperti menjual kebutuhan pokok dan barang-barang hasil produksi anggota, melayani simpan dan pinjam.

f. *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT)

*Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) adalah lembaga keuangan mikro yang dioperasikan dengan prinsip bagi hasil (syariah), menumbuhkembangkan bisnis usaha mikro dan kecil dalam rangka

---

<sup>6</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, (Jakarta : Penerbit Erlangga, 2008), hal.143

<sup>7</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran...*, hal.23

<sup>8</sup> Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Rajawali Press, 2010, hal.291

mengangkat derajat dan martabat serta membela kepentingan kaum fakis miskin.<sup>9</sup>

## 2. Definisi Operasional

Definisi operasional dimaksudkan untuk memberikan kejelasan mengenai judul penelitian agar tidak muncul berbagai penafsiran terhadap judul penelitian. Yang dimaksud pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas anggota melalui kepuasan anggota sebagai variabel intervening adalah bagaimana KSU Syariah Al-Mizan Wlingi Blitar dan BMT Istiqomah Tulungagung menerapkan kualitas pelayanan dan kualitas produk dengan melalui kepuasan untuk meningkatkan loyalitas anggota kepada kedua lembaga tersebut dan untuk mempertahankan anggota baru maupun anggota lama yang dideskripsikan melalui angket.

## G. Sistematika Pembahasan Skripsi

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai skripsi penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan ini adalah sebagai berikut:

---

<sup>9</sup>Muhammad Sholahuddin, *Lembaga Keuangan dan Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2014), hal, 143

## BAB I PENDAHULUAN

Memberikan gambaran secara singkat apa yang akan dibahas dalam penelitian ini. dalam bab pendahuluan ini membahas beberapa unsure yang terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah, sistematika penulisan skripsi.

## BAB II LANDASAN TEORI

Mendeskripsikan tentang pengertian maupun penjelasan mengenai strategi pemasaran, pendapatan, anggota, nisbah bagi hasil, keputusan nasabah, pembiayaan musyarakah, koperasi syariah, penelitian terdahulu, kerangka konseptual dan hipotesis penelitian.

## BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi uraian tentang pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling, sampel penelitian, sumber data, variabel, skala pengukuran, teknik pengumpulan data dan instrument penelitian.

## BAB IV HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang hasil penelitian yang telah diteliti yaitu meliputi deskripsi data dan pengujian hipotesis.

## BAB V PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi pembahasan-pembahasan dari rumusan masalah yang pertama sampai rumusan masalah yang terakhir.

## BAB VI PENUTUP

Dalam bab ini berisi uraian tentang kesimpulan peneliti berdasarkan analisis data yang dilakukan oleh peneliti, serta saran yang ditujukan kepada pihak yang berkepentingan terhadap adanya penelitian ini.