

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Dengan seiring berkembangnya perbankan syariah di Indonesia sekarang ini dapat mendorong perkembangan Lembaga Keuangan Syariah lainnya seperti Asuransi Syariah, Lembaga Pembiayaan Syariah, Pegadaian Syariah, Koperasi Syariah dan juga Lembaga Keuangan Mikro Syariah yang sering disebut dengan *Baitul Mal wat Tamwil* (BMT) yaitu lembaga keuangan mikro yang berbadan hukum Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS).<sup>2</sup> Pengertian KSPPS Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) atau sebelumnya disebut Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) terlahir dari Baitul Maal wat Tamwil (BMT) merupakan entitas keuangan mikro syariah yang unik dan spesifik khas Indonesia. Kiprah KSPPS dalam melaksanakan fungsi dan perannya menjalankan peran ganda yaitu sebagai lembaga bisnis (tamwil) dan disisi yang lain melakukan fungsi sosial yakni menghimpun, mengelola dan menyalurkan dana ZISWAF. KSPPS memiliki peluang dan prospek dalam menghimpun dan menyalurkan dana-dana bisnis dan sosial.

Berdasarkan keterangan UU Nomor 25 Tahun 1992 tentang perkoperasian, PP RI No. 9 Tahun 1995 Tentang Pelaksanaan Kegiatan Usaha Simpan Pinjam oleh Koperasi, Keputusan Menteri Negara Koperasi dan Usaha

---

<sup>2</sup> Wiroso, *Akuntansi Transaksi Syariah*, (Jakarta: Ikatan Akuntan Indonesia, 2011), hal. 19

Kecil dan Menengah Nomor 91/Kep/M. KUKM/IX/2004 tentang Petunjuk Pelaksanaan Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah, dan Peraturan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Nomor: 35.2/Per/M.KUKM/X/2007 tentang Pedoman Standar Operasional Manajemen Koperasi Jasa Keuangan Syariah. Ruang lingkup tugas pokok dan fungsi KSPPS meliputi: a) Aspek literasi ekonomi, keuangan dan koperasi syariah serta menumbuhkan koperasi simpan pinjam dan pembiayaan syariah di berbagai daerah dan komunitas di seluruh Indonesia b) Aspek pemberdayaan dan pengembangan koperasi syariah baik dari ukuran atau volume dan kualitas, baik dibidang sosial (maal) maupun bisnis (tamwil) pada koperasi. c) Mendorong peningkatan penghimpunan dan pendayagunaan zakat, infaq, sodaqoh dan wakaf (ziswaf) untuk pemberdayaan usaha mikro dan kecil. d) Peningkatan akses pembiayaan syariah melalui advokasi dan kerjasama antar lembaga keuangan syariah.<sup>3</sup>

Sebagaimana diketahui dengan adanya lembaga BMT atau koperasi syariah yang lebih banyak berkecimpung dalam pengembangan ekonomi mikro syariah, maka lembaga keuangan syariah ini kebanyakan beranggotakan masyarakat kelas ekonomi menengah kebawah. Meskipun lembaga keuangan syariah ini menerapkan sistem syariah yang bebas riba, namun dalam praktiknya tidak dapat terlepas dari tujuan setiap perusahaan yaitu profit. Lembaga BMT atau koperasi syariah terus berupaya meningkatkan profit melalui berbagai macam cara. Salah satunya yaitu dengan menciptakan dan

---

<sup>3</sup> Buchari Alma, dkk. *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung : Alfabeta, 2009), hal. 18

mempertahankan kepuasan serta loyalitas anggota. Karena tidak ada lembaga keuangan yang mampu bertahan dalam jangka panjang tanpa adanya kepuasan dan loyalitas dari anggota.

KSPPS Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung dan BMT Muamalah Tulungagung merupakan sekian dari banyaknya lembaga keuangan syariah di Indonesia. Kedua lembaga keuangan syariah ini hadir untuk memberdayakan ekonomi masyarakat kecil sesuai dengan prinsip syariah Islam, yakni dengan sistem bagi hasil atau tanpa bunga. Prinsip bagi hasil (*profit sharing*) merupakan karakteristik umum dan landasan dasar bagi operasional bank syariah secara keseluruhan.

KSPPS (Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah) Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung adalah lembaga keuangan syariah yang merupakan KSPPS Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung adalah salah satu Lembaga Keuangan Mikro dengan menerapkan system syariah Islam dalam kegiatannya. KSPPS Sinar Amanah berdiri tanggal 11 November 2014 dan beroperasi secara legal dengan sertifikat operasi yang dikeluarkan oleh Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil (PINBUK) sebagai Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM) KSPPS binaan PINBUK berdasar naskah kerjasama antara Bank Indonesia dengan PINBUK. Kemudian KSPPS Sinar Amanah di perkuat dengan Badan Hukum dari Kementerian Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan menengah yang disahkan oleh Kantor Koperasi dan UKM melalui SK Nomor: 188.4/642/BH/XVL29/115/2015.<sup>4</sup> Awalnya KSPPS Sinar Amanah hanya

---

<sup>4</sup> Laporan RAT KPSSP Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung Tahun 2016

memiliki satu kantor yaitu di JL. Raya Boyolangu (depan Polsek Boyolangu). Namun karena semakin banyak anggota di berbagai wilayah akhirnya KSPPS Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung memberi kemudahan kepada anggota untuk membayar angsuran di Outlet di JL. Diponegoro Tulungagung. Sedangkan BMT Muamalah Tulungagung adalah lembaga keuangan syariah yang didirikan pertama kali pada tahun 1996 yang berada di daerah pasar ngemplak Tulungagung dan pada tahun 2008 pindah di Jl. Mayjen Sungkono III, Kutoanyar, Kec. Tulungagung. Sebagai lembaga keuangan syariah, BMT Muamalah mampu berkembang pesat dan memiliki banyak anggota. BMT Muamalah cukup terkenal bagi masyarakat.

Jadi dengan demikian, kedua lembaga yakni KSPPS Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung dan BMT Muamalah Tulungagung sama-sama merupakan lembaga keuangan syariah yang cukup banyak anggotanya. Namun demikian di kedua lembaga, pada setiap tahunnya selalu meningkatkan dan mengusahakan kesejahteraan para anggotanya. Salah satunya adalah peningkatan kinerja karyawan.

Dengan melihat persaingan bisnis saat ini yang semakin tajam, maka setiap perusahaan harus lebih aktif dalam merebut posisi pasar dan memenangkan persaingan. Perusahaan akan mampu bersaing dengan perusahaan lain jika memiliki strategi- strategi yang lebih unggul dari perusahaan pesaing. Pada umumnya perusahaan menginginkan seorang pelanggan yang bertahan selamanya, karena pelanggan yang setia merupakan suatu hal yang berharga bagi perusahaan. Untuk memperoleh anggota yang

loyal tidak bisa dilakukan sekaligus, tetapi melalui beberapa tahapan, mulai dari mencari anggota yang potensial sampai memperoleh rekan kerjasama.

Loyalitas pelanggan adalah komitmen untuk bertahan secara mendalam dengan melakukan pembelian ulang atau berlangganan kembali dengan produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.<sup>5</sup> Menurut Lupiyoadi, mempertahankan nasabah jauh lebih murah bagi perusahaan, daripada mencari nasabah baru.<sup>6</sup>

Peran nasabah atau anggota sangatlah penting dalam menentukan keberlangsungan sebuah perusahaan yang berkembang, dengan memahami apa harapan dan keinginan anggota dari suatu layanan jasa maka akan didapatkan suatu nilai tambah sendiri bagi perusahaan. BMT atau koperasi syariah sebagai jasa, kinerjanya akan sangat tergantung pada baik atau buruknya layanan yang diberikan, semakin baik pelayanan yang diberikan, maka akan semakin mudah bagi BMT atau koperasi untuk membentuk loyal dari diri anggota. Dalam menumbuhkan dan mempertahankan sikap loyal dibutuhkan strategi pemasaran terhadap para calon anggota dengan sebaik mungkin agar dapat menumbuhkan ketertarikan dari para calon anggota. Strategi Pemasaran adalah pola pikir pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasarannya. Strategi pemasaran berisi strategi spesifik untuk pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran dan besarnya pengeluaran pemasaran. Menentukan

---

<sup>5</sup> Ihsan Fauzi, *Cara Mudah Belajar Pemasaran*, (Surakarta: PT. Era Intermedia, 2008), hal. 31

<sup>6</sup> Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hal.16

strategi pemasaran yang tepat merupakan suatu kewajiban yang harus dilakukan oleh setiap lembaga.

Dengan menentukan strategi pemasaran yang tepat, hal ini dapat mendukung lembaga untuk mampu bersaing dengan pesaing lembaga keuangan lainnya. Sehingga hal tersebut dapat meningkatkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan serta dapat memuaskan keinginan anggota. Dengan demikian tujuan dari lembaga tersebut dapat tercapai dengan menguasai strategi pemasaran secara baik, KSPPS Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung dan BMT Muamalah Tulungagung akan berhasil menguasai (menjaring) calon anggota dan mempertahankan anggota lama.

Selain strategi pemasaran yang diperhatikan oleh KSPPS Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung dan BMT Muamalah Tulungagung, Kualitas pelayanan juga mempengaruhi sikap loyal anggota. Jasa atau layanan adalah semua jenis kegiatan aktivitas maupun kinerja yang dapat ditawarkan secara langsung kepada konsumen tetapi tidak mempunyai nilai nyata dan juga tidak bisa dianggap sebagai hak milik siapapun.<sup>7</sup> Sedangkan kualitas pelayanan merupakan seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima atau peroleh.<sup>8</sup> Pelayanan yang memuaskan adalah pelayanan yang memenuhi atau melebihi kebutuhan anggota dengan harapan ingin mendapat loyalitas dari anggota. Mayoritas anggota yang memutuskan untuk tetap loyal dalam menggunakan jasa keuangan semata-mata

---

<sup>7</sup> Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2009), hal. 54

<sup>8</sup> Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa ...*, hal. 148

karena didorong oleh pelayanan yang diterimanya maksimal dan nasabah merasa puas atas pelayanan yang diterimanya tersebut.

Dalam KSPPS Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung dan BMT Muamalah Tulungagung ada beberapa sistem pelayanan yang telah diterapkan oleh lembaga guna menciptakan loyalitas dari anggota.

Rincian sistem pelayanan tersebut sebagai berikut:

**Tabel 1.1 Daftar Sistem Pelayanan Pada KSPPS Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung dan BMT Muamalah Tulungagung**

No	Service/ Pelayanan	Deskripsi/ Penerapan KSPPS Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung	Deskripsi/Penerapan BMT Muamalah Tulungagung
1.	SDM/ Pegawai	a. Ramah dan sopan dalam melayani anggota, b. Cepat tanggap dalam menangani keluhan anggota, c. Bersih, rapi dan sopan dalam berpakaian.	a. Ramah dan sopan dalam melayani anggota, b. Cepat tanggap dalam menangani keluhan anggota, c. Bersih, rapi an sopan dalam berpakaian.
2.	Penyediaan Fasilitas Pendukung	a. Tempat dan lingkungan kerja yang selalu terlihat bersih, b. Penempatan tata ruang yang strategis, c. Memfasilitasi anggota dengan sistem jemput bola, agar dapat mempermudah anggota dalam bertransaksi, d. Memberikan kelonggaran bagi anggota dalam	a. Tempat dan lingkungan kerja yang selalu terlihat bersih Penempatan tat ruang yang strategis b. Memfasilitasi anggota dengan sistem jemput bola, agar dapat c. mempermudah anggota dalam bertransaksi d. Memberikan kelonggaran bagi anggota dalam mengangsur angsuran apabila belum mempunyai uang

		mengangsur angsuran apabila belum mempunyai uang.	e. Murah sesuai dengan syariah
3.	Non bunga	a. Mengurangi keterlibatan anggota dengan rentenir yang memasang bunga pinjaman tinggi.	a. Lebih menekankan kekeluargaan karena tidak sama dengan konvensional. Denda tidak diutamakan jika dalam pembayaran tidak molor.

*Sumber: Penelitian / Observasi selama Praktik Pengalaman Lapangan dan Penelitian*

Pada dasarnya sebuah pelayanan yang baik adalah sebuah harapan 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 yang kecewa atas pelayanan yang buruk biasanya akan bercerita ke pelanggan yang lainnya. Oleh karena itu, peningkatan pada kualitas pelayanan menjadi hal sangat penting karena untuk menyikapi persaingan yang semakin kompetitif. Kualitas pelayanan akan berpengaruh pada kepuasan anggota yang pada akhirnya akan berdampak pada loyalitas anggota pada penyedia jasa tersebut.<sup>9</sup> Karena semakin bagus tingkat pelayanan yang diberikan KSPPS Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung maupun BMT Muamalah Tulungagung, maka semakin banyak tingkat anggota yang puas akan pelayanan yang diberikan begitu pula sebaliknya. Oleh karena itu, kedua tersebut lembaga harus terus memelihara dan meningkatkan pelayanannya sesuai dengan yang dibutuhkan dan diinginkan anggota. Lembaga juga harus mampu menjalin tali silaturahmi yang baik dengan anggota, agar anggota merasa BMT atau Koperasi Syariah sebagai rumah

---

<sup>9</sup> Fandi Tjiptono, *Pemasaran Strategi*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2012), hal. 35



kedua mereka, hal ini akan mampu meningkatkan loyalitas anggota kepada lembaga, atau menimbulkan *word of mouth* yang positif.

Dalam memenangkan sebuah persaingan bisnis kunci utamanya adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa berkualitas dengan harga bersaing. Hal inilah yang juga dilakukan oleh KSPPS Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung dan BMT Muamalah Tulungagung. Keduanya berupaya mendapatkan kepuasan yang maksimal agar anggota loyal terhadap lembaga. Kepuasan anggota merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari anggota dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan berlanjut.<sup>10</sup> Kepuasan anggota adalah hal yang penting dalam kesuksesan sebuah lembaga keuangan syariah untuk dapat bersaing dalam usaha yang berupaya membentuk nilai loyalitas yang tinggi pada diri anggotanya.

Jika anggota merasa puas atas kualitas pelayanan lembaga tersebut maka cenderung akan berpengaruh terhadap perilaku pasca pembelian, sehingga anggota akan melakukan pembelian ulang yang nantinya para anggota tersebut diharapkan mampu menjadi anggota yang loyal.

**Tabel 1.2 Jumlah Anggota Pembiayaan Pada KSPPS Sinar Amanah  
Boyolangu Tulungagung Tahun 2015 - 2018**

Tahun	Anggota Pembiayaan	Jumlah Anggota Pembiayaan
2015	1117	1.150.200.000

---

<sup>10</sup> Akh. Muafik, *Public Service Communication*, (Malang: UMM Press, 2010), hal. 119

2016	1196	1.158.531.000
2017	1210	1.165.185.000
2018	1567	2.176.306.000

Sumber : Data RAT Tahun 2015-2018 KSPPS Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung

Dari tabel diatas diketahui bahwa data jumlah anggota KSPPS Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung mengalami peningkatan terus- menerus dari tahun 2015 sampai tahun 2018. Pada tabel diatas juga menunjukkan bahwa KSPPS Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung tetap menjadi pilihan bagi anggotanya untuk mempercayakan pengelolaan dananya.

### **Tabel 1.3 Jumlah Anggota Pembiayaan Pada BMT Muamalah**

#### **Tulungagung Tahun 2015 - 2018**

Tahun	Anggota Pembiayaan	Jumlah Anggota Pembiayaan
2015	1590	2.448.118.770
2016	1749	2.449.838.770
2017	1886	2.904.147.727
2018	2139	3.504.078.613

Sumber : Data RAT Tahun 2015-2018 BMT Muamalah Tulungagung

Dari tabel diatas diketahui bahwa data jumlah anggota BMT Muamalah Tulungagung mengalami peningkatan terus- menerus dari tahun 2015 sampai tahun 2018. Pada tabel diatas juga menunjukkan bahwa BMT Muamalah Tulungagung tetap menjadi pilihan bagi anggotanya untuk mempercayakan pengelolaan dananya.

KSPPS Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung dan BMT Muamalah Tulungagung menyadari bahwa persaingan bisnis saat ini sangat ketat. Salah satu untuk menghadapi persaingan tersebut kedua lembaga terus menjaga anggotanya agar tidak berpindah pada lembaga lain. Karena bagi mereka loyalitas anggota merupakan *asset* yang penting karena jika mencari anggota baru, maka biaya yang diperlukan jauh lebih besar jika dibandingkan dengan biaya yang digunakan untuk mempertahankan anggota lama.

Oleh karenanya, bagi KSPPS Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung dan BMT Muamalah Tulungagung yang ingin tetap bertahan dan semakin mengembangkan pangsa pasarnya harus memiliki strategi yang tepat untuk dapat mencapai laba yang optimal. Setiap KSPPS atau BMT harus menentukan strategi yang sesuai dari sudut pandang posisi industri dan tujuan, peluang, keahlian, serta sumber dayanya sehingga hal tersebut akan berdampak pada peningkatan jumlah anggota KSPPS Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung dan BMT Muamalah Tulungagung.

Sedangkan dalam meningkatkan kualitas pelayanan, KSPPS Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung dan BMT Muamalah Tulungagung berupaya memberikan kemudahan bagi para anggotanya yaitu melalui fasilitas jemput bola. Mereka melayani anggotanya dengan baik dan bahkan para anggota tidak harus bersusah payah datang ke kantor untuk melakukan transaksi. Sistem ini merupakan cara yang dianggap dapat menimbulkan loyal pada diri anggota. Karena sistem ini dilakukan dengan cara melalui pendekatan langsung dengan anggota, yakni dengan mendatangi langsung rumah anggota pembiayaan.

Melalui sistem ini masyarakat akan merasa bahwa petugas lembaga bisa menjalin hubungan yang baik dan dekat dengan anggotanya. Dengan menjalin hubungan yang baik secara terus-menerus dengan anggota, baik dalam jangka pendek maupun hubungan jangka panjang, bukan hanya akan membuat anggota puas tetapi juga loyal pada lembaga.

Sehubungan dengan penjelasan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul *“Analisis Strategi Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Untuk Meningkatkan Loyalitas Anggota KSPPS Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung dan BMT Muamalah Tulungagung”*.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka muncul permasalahan yang dapat diidentifikasi yaitu sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan pada KSPPS Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung dan BMT Muamalah Tulungagung kepada anggotanya sudah sesuai apa belum atau sesuai dengan harapan dari anggota. Hal ini bisa memicu tidak loyalnya anggota dari kedua lembaga tersebut.
2. Ketika pihak KSPPS Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung dan BMT Muamalah Tulungagung memberikan kualitas pelayanan yang tidak sesuai dengan harapan anggota, maka akan berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas anggota terhadap lembaga akan menurun. Dan apabila kepuasan anggota terhadap lembaga sudah menurun, maka loyalitas anggota akan menurun dan anggota akan berpindah pada lembaga lain.

3. Jika KSPPS Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung dan BMT Muamalah Tulungagung memberikan kualitas pelayanan yang maksimal dan sesuai dengan harapan anggota, maka akan berdampak terhadap meningkatnya kepuasan anggota yang nantinya anggota akan semakin loyal terhadap lembaga tersebut.
4. Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik mengambil judul mengenai *Strategi Pemasaran dan Kualitas Pelayanan*.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada apa yang sudah dipaparkan pada latar belakang, maka peneliti dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Loyalitas Anggota KSPPS Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung dan BMT Muamalah Tulungagung?,
2. Bagaimana Kualitas Pelayanan Untuk Meningkatkan Loyalitas Anggota KSPPS Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung dan BMT Muamalah Tulungagung?.

### **D. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menjelaskan Strategi Pemasaran dan Kualitas Pelayanan untuk meningkatkan Loyalitas Anggota KSPPS Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung dan BMT Muamalah Tulungagung.

2. Untuk menjelaskan Kualitas Pelayanan Untuk Meningkatkan Loyalitas Anggota KSPPS Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung dan BMT Muamalah Tulungagung.

#### **E. Batasan Masalah**

Dengan adanya suatu permasalahan yang dijelaskan di latar belakang, untuk memberikan arah yang jelas dan tidak melebar dalam penelitian ini maka penulis membatasi hanya membahas variabel Strategi Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Untuk Meningkatkan Loyalitas Anggota KSPPS Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung dan BMT Muamalah Tulungagung

#### **F. Manfaat Penelitian**

1. Secara Teoritis yakni penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumbangseh pemikiran dalam bidang kajian MSDM pada penelitian selanjutnya.
2. Secara Praktis
  - a. Untuk Lembaga yaitu sebagai sumbangseh pemikiran dalam langkah pengambilan keputusan-keputusan terkait dengan tema yang diangkat peneliti.
  - b. Untuk Akademis yaitu sebagai bahan referensi atau perbendaharaan kepustakaan IAIN Tulungagung dibidangnya
  - c. Untuk Peneliti selanjutnya yaitu sebagai sumber rujukan atau referensi bagi peneliti selanjutnya untuk meneliti bidang terkait dengan variabel yang berbeda.

## G. Penegasan Istilah

Dalam penelitian ini perlu adanya pendefinisian istilah dari judul yang peneliti angkat dengan tujuan agar tidak terjadi ketidak samaan pemahaman dalam pemahaman skripsi ini, yaitu:

### 1. Definisi Konseptual

#### a. Strategi Pemasaran

Strategi Pemasaran adalah pola pikir pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasarannya. Strategi pemasaran berisi strategi spesifik untuk pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran dan besarnya pengeluaran pemasaran.<sup>11</sup>

#### b. Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan adalah cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran ...*, hal. 18

<sup>12</sup> *Ibid ...*, hal. 20

### c. Loyalitas Anggota

Loyalitas adalah kepatuhan, kesetiaan. Anggota adalah orang (badan) yang menjadi bagian atau masuk dalam suatu golongan (perserikatan, dewan, panitia dan sebagainya). Loyalitas anggota adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.<sup>13</sup>

### d. Definisi Operasional

Definisi operasional dimaksudkan untuk memberikan kejelasan mengenai judul penelitian agar tidak muncul berbagai penafsiran terhadap judul penelitian. Yang dimaksud analisis strategi pemasaran dan kualitas pelayanan untuk meningkatkan loyalitas anggota KSPPS Sinar Amanah Boyolangu dan BMT Muamalah Tulungagung adalah bagaimana KSPPS Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung dan BMT Muamalah Tulungagung menerapkan strategi pemasaran dan kualitas pelayanan untuk meningkatkan loyalitas anggota yang baik dalam proses meningkatkan transaksi pembiayaan dalam jangka panjang mempertahankan anggota lama maupun baru dalam mengembangkan pertumbuhan lembaga keuangan syariah khususnya pada kedua lembaga tersebut yang dideskripsikan melalui angket.

---

<sup>13</sup> Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hal. 129



## H. Sistematika Pembahasan

Pendekatan kualitatif cenderung menggunakan analisa induktif, dimana proses penelitian dan pemberian makna terhadap data dan informasi lebih ditonjolkan, dengan ciri utama pendekatan ini adalah bentuk narasi yang bersifat kreatif dan mendalam serta naturalistic. Sedang pendekatan deduktif dari sebuah teori hanya akan digunakan sebagai pembanding dari hasil penelitian yang diperoleh. Hal ini dimaksudkan untuk mengungkap fenomena secara holistik kontekstual melalui pengumpulan data yang bersifat deskriptif untuk menghasilkan suatu teori substantif. Sedangkan proses makna (*verstehend*) menggunakan pendekatan interaksi-simbolik atau menggunakan perspektif subyek (*subject perspective*). Adapun sistematika penyusunan laporan penelitian kualitatif, yaitu:

### 1. Bagian awal

Terdiri dari: halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, dan abstrak.

### 2. Bagian utama

Terdiri dari:

#### **BAB I: PENDAHULUAN**

Dalam bab ini peneliti mengungkapkan mengenai (a) latar belakang masalah, (b) rumusan masalah, (c) tujuan penelitian, (d) batasan masalah (bila perlu), (e) manfaat penelitian, (f) penegasan istilah, (g) sistematika pembahasan.

## **BAB II: KAJIAN PUSTAKA**

Dalam bab ini peneliti mengungkapkan mengenai (a) landasan teoritis, (b) penelitian terdahulu, (c) kerangka konseptual.

## **BAB III: METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini peneliti mengungkapkan mengenai (a) pendekatan dan jenis penelitian, (b) lokasi penelitian, (c) kehadiran peneliti, (d) data dan sumber data, (e) teknik pengumpulan data, (f) teknik analisis data, (g) pengecekan keabsahan temuan, (h) dan tahap-tahap penelitian.

## **BAB IV: HASIL PENELITIAN**

Dalam bab ini peneliti mengungkapkan mengenai (a) paparan data dan (b) temuan penelitian.

## **BAB V: PEMBAHASAN**

Dalam bab ini peneliti mengungkapkan mengenai (analisis hasil temuan melalui teori, penelitian terdahulu dan teori yang ada).

## **BAB VI: PENUTUP**

Dalam bab ini peneliti mengungkapkan mengenai (a) kesimpulan, dan (b) saran atau rekomendasi.

### 3. Bagian akhir

Terdiri dari: daftar pustaka, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian tulisan, dan daftar riwayat hidup.