

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Berkembangnya perusahaan saat ini begitu pesat, sehingga perusahaan perlu menjaga kualitas produk dan jasa yang dihasilkannya. Suatu perusahaan dalam pencapaian keunggulan kompetitif dan keuntungan perusahaan secara menyeluruh tidak lepas dari penyediaan produk dan jasa yang berkualitas.<sup>2</sup> Kualitas dianggap sebagai salah satu cara untuk mencapai keunggulan kompetitif, karena kualitas merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi konsumen untuk menentukan produk dan jasa yang diinginkan. Apabila konsumen merasa puas, laba yang telah ditargetkan dapat di raih dari penjualan produk dan jasa. Begitu pula mengenai kepuasan konsumen akan tercapai apabila kualitas produk dan jasa yang diberikan sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen. Perusahaan yang memperhatikan kualitas produk dan jasa akan memiliki peluang lebih besar untuk tumbuh dan berkembang dalam jangka panjang dibanding dengan perusahaan lain yang hanya mengutamakan keuntungan semata tanpa menjaga dan mempertahankan kualitas produk dan jasa yang dihasilkannya.<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> Untung Sriwidodo dan Rully Tri Indriastuti, *Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah*, Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan, Vol. 10 No. 2, Tahun 2010, hlm. 164

<sup>3</sup> Muhammad Tho'in, *Pengaruh Faktor-faktor Kualitas Jasa terhadap Kepuasan Nasabah di Baitul Mal Wat Tamwil (BMT) Tekun Karanggede Boyolali*, Jurnal Muqtasid, Vol. 2 No. 1, Tahun 2011, hlm. 73-74

Kualitas produk dan jasa yang sesuai dengan harapan konsumen akan memberikan timbal balik yang menguntungkan bagi perusahaan. Bukti dari kepuasan atau ketidakpuasan konsumen bisa dilihat dari barang atau jasa yang diinginkan atau diharapkan oleh nasabah, dari barang atau jasa tersebut maka perusahaan perlu melakukan peningkatan kualitas pelayanan supaya dapat bersaing, bertahan hidup, dan berkembang dengan baik.

Menurut Kotler dan Keller harapan dari konsumen membentuk ekspektasi yang tinggi atas jasa atau pelayanan yang diberikan. Konsumen akan merasakan kepuasan apabila mendapatkan pelayanan lebih dari harapan mereka.<sup>4</sup>

Pemberian kualitas jasa kepada konsumen memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan mereka. Jika memberikan kualitas pelayanan jasa yang sesuai dengan harapan konsumen maka konsumen akan bersikap loyal terhadap perusahaan.

Sesuai dengan pendapat Assael, kepuasan konsumen menyebabkan konsumen cenderung untuk mengkonsumsi produk tersebut secara berulang, sehingga timbul komitmen untuk setia (loyal) pada produk tersebut. Perusahaan yang dapat menarik konsumen untuk memiliki ikatan terhadap mereka maka akan secara mudah perusahaan tersebut untuk bertahan dan tetap berkembang dalam jangka panjang.<sup>5</sup>

Lembaga keuangan memiliki peran penting dalam suatu negara karena sistem keuangan berperan dalam keberlangsungan kehidupan di suatu negara. Perkembangan lembaga keuangan yang semakin bertambah dari tahun ke tahun menimbulkan persaingan yang ketat antar lembaga keuangan baik itu yang menganut sistem konvensional ataupun yang

---

<sup>4</sup> Philip Kotler dan K. L. Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2009), Ed. 13, hlm. 50

<sup>5</sup> Muhammad Tho'in, *Pengaruh Faktor-faktor Kualitas Jasa terhadap...* hlm. 74

berdasarkan prinsip syariah. Seperti halnya Lembaga Keuangan Syariah yang menyediakan produk dan jasa sesuai dengan prinsip syariah.<sup>6</sup> Koperasi Syariah salah satu lembaga keuangan yang bergerak untuk membantu masyarakat dalam menumbuhkan dan mengembangkan potensi ekonomi rakyat serta dalam mewujudkan kehidupan demokrasi ekonomi yang didasari oleh kebersamaan, keterbukaan dan kekeluargaan dengan prinsip syariah. Selain Koperasi Syariah, lembaga keuangan lain yang turut serta untuk membantu ekonomi rakyat yakni BMT (Baitul Mal Wa Tamwil) merupakan Lembaga Keuangan Syariah yang notabennya dalam menjalankan operasionalnya hampir sama dengan perbankan yaitu dengan cara menghimpun dana dalam bentuk tabungan dan menyalurkan dana dalam bentuk pembiayaan. Bukan hanya kegiatan penghimpunan dan pembiayaan saja, dalam BMT dan juga Koperasi Syariah mereka melakukan kegiatan sosial berupa penyaluran dana dalam bentuk ZIS (Zakat, Infaq, dan Shadaqah) yang diberikan kepada masyarakat yang kurang mampu.

Adanya pertumbuhan Lembaga Keuangan Syariah yang semakin pesat serta besarnya minat masyarakat untuk melakukan kegiatan menabung ataupun pembiayaan. Maka salah satu cara agar Koperasi Syariah dan juga BMT tetap dapat unggul dari badan usaha yang lain adalah memberikan pelayanan yang berkualitas dan bermutu, yang memenuhi tingkat

---

<sup>6</sup> A. Rusdiana dan Aji Saptaji, *Auditing Syariah*, (Jakarta: CV Pustaka Setia, 2018), Cet. 1, hlm. 220

kepentingan anggota. Kualitas pelayanan merupakan harapan anggota tentang pelayanan dan persepsi yang mereka terima yang berhubungan dengan pelayanan tersebut. Dan akhirnya tumbuhlah rasa kepuasan dari anggota atas layanan jasa ataupun produk yang diberikan. Kepuasan anggota ialah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan persepsi yang mereka terima dengan harapan mereka. Pelayanan dirasa memuaskan apabila pelayanan yang diterima sesuai dengan harapan anggota atau bahkan melebihi harapan mereka. Sebaliknya, pelayanan dirasa tidak memuaskan apabila pelayanan yang diterima di bawah harapan anggota. Pelayanan yang baik dan berkualitas harus diberikan oleh Koperasi Syariah dan juga BMT guna menarik anggota atau calon anggota baru maupun mempertahankan anggota lama.<sup>7</sup> Apabila suatu pelayanan dianggap memuaskan oleh anggota, maka anggota akan kembali lagi untuk melakukan transaksi yang dikehendaki. Namun, jika pelayanan yang diberikan kurang memuaskan, maka anggota akan berpaling ke lembaga lain. Sehingga pemberian pelayanan kepada anggota dapat mencerminkan baik tidaknya lembaga keuangan tersebut dimata para anggota.

Koperasi Syariah Al-Mizan Wlingi yang merupakan salah satu Koperasi Jasa Keuangan Syariah dan berdiri sejak tahun 2007 dengan modal

---

<sup>7</sup> Astri Ocktora Sinaga dan Kusumantoro, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemampuan Manajerial Pengurus, Motivasi Anggota Dan Citra Koperasi Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Wahana Artha Nugraha*, Jurnal Pendidikan Ekonomi Dinamika Pendidikan, Vol. 10 No. 1, Tahun 2015, hlm. 2

awal kurang lebih 45 juta rupiah. Berikut tabel jumlah karyawan Koperasi Syariah Al-Mizan Wlingi :

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Karyawan Koperasi Syariah Al-Mizan Wlingi**

Tahun	Jumlah Karyawan
2017	4
2018	3
2019	3

*Sumber: Wawancara dengan pihak Koperasi Al-Mizan Wlingi*

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa karyawan dari Koperasi Al-Mizan Wlingi pada tahun 2017 berjumlah 4 orang. Dan pada tahun 2018-2019 jumlah karyawan yakni 3 orang. Jadi, jumlah karyawan di Koperasi Al-Mizan Wlingi pada 2 tahun terakhir (2017-2019) berkurang 1 orang.

Selain Koperasi Syariah Al-Mizan Wlingi, Lembaga Keuangan Syariah lain yang berada di Wlingi-Blitar adalah BMT Makmur Sejahtera Wlingi. BMT Makmur Sejahtera Wlingi yang beralamat di Jl. Arjuno No. 65 Darungan Babadan Wlingi Blitar dan didirikan pada tanggal 10 Januari 2009. BMT Makmur Sejahtera Wlingi sebagai lembaga keuangan mikro, didirikan untuk memfasilitasi masyarakat ekonomi menengah kebawah yang tidak terjangkau oleh pelayanan Bank Syariah atau BPR Syariah. Meskipun BMT Makmur Sejahtera Wlingi berdiri dengan modal yang kecil, BMT Makmur Sejahtera Wlingi mampu bertahan dan berkembang ditengah-tengah kuatnya persaingan lembaga keuangan syariah hingga saat ini. Berikut tabel jumlah karyawan di BMT Makmur Sejahtera Wlingi:

**Tabel 1.2**  
**Jumlah Karyawan BMT Makmur Sejahtera Wlingi**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Karyawan</b>
2017	4
2018	4
2019	4

*Sumber: Wawancara dengan pihak BMT Makmur Sejahtera Wlingi*

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa, pada tahun 2017 jumlah karyawan 4 orang. Di tahun 2018 karyawan berjumlah 4 orang. Dan pada tahun 2019 pengelola berjumlah 4 orang. Jadi selama tahun 2017-2019 jumlah karyawan di BMT Makmur Sejahtera Wlingi tetap, dengan jumlah 4 orang.

Untuk memberikan rasa kepuasan terhadap para anggota, tidak hanya dari segi kualitas pelayanan saja, melainkan penawaran produk yang diberikan juga memiliki pengaruh dalam keberlangsungan operasional dari Koperasi Syariah dan BMT. Penawaran produk yang diberikan oleh Koperasi Syariah Al-Mizan Wlingi dan BMT Makmur Sejahtera Wlingi kepada anggota sangat beragam. Berikut tabel dari masing-masing produk yang ditawarkan oleh kedua lembaga keuangan tersebut:

**Tabel 1.3**  
**Perbandingan Produk-produk**  
**Di Koperasi Al-Mizan Wlingi dan BMT Makmur Sejahtera Wlingi**

<b>NO</b>	<b>Jenis Produk</b>	
	<b>Koperasi Syariah Al-Mizan</b>	<b>BMT Makmur Sejahtera</b>
<b>1.</b>	Simpanan Wajib	Simpanan Ummat
<b>2.</b>	Simpanan Pokok	Simpanan Berjangka
<b>3.</b>	Simpanan Manasuka	Simpanan Pendidikan

4.	Simpanan Hasil Usaha	Simpanan Qurban/ Aqiqah
5.	Simpanan Umum	Simpanan Ziarah Wali 9
6.	Simpanan Pendidikan	Simpanan Haji/ Umrah
7.	Simpanan Haji	Simpanan Hari Raya
8.	Simpanan Qurban	Simpanan Walimatul Nikah
9.	Simpanan Wadiah	Jual Beli ( <i>Murabahah</i> )
10.	Deposito Syariah	Sewa-Menyewa ( <i>Ijarah</i> )
11.	Pembiayaan <i>Bai' Bitsamin Ajil</i>	Permodalan ( <i>Mudarabah</i> )
12.	Pembiayaan Murabahah	Mitra Usaha ( <i>Musyarakah</i> )
13.	Pembiayaan Mudharabah	Kebajikan ( <i>Qordul Hasan</i> ).
14.	Pembiayaan Musyarakah	
15.	Pembiayaan Qordhul Hasan	
16.	Pembiayaan Ijarah	
17.	Rahn	

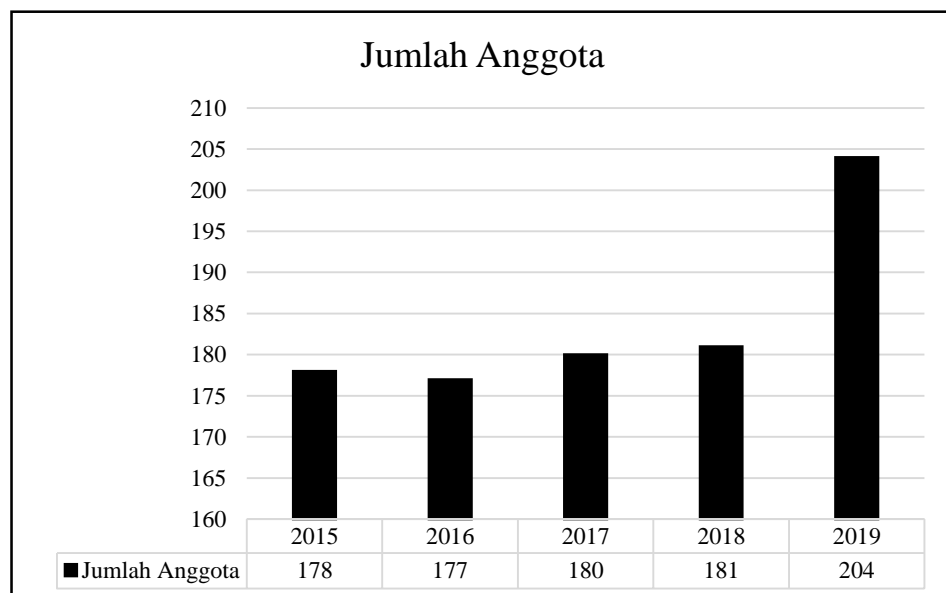
*Sumber: Wawancara dengan kedua pihak Lembaga Keuangan Syariah*

Penawaran produk yang diberikan oleh kedua lembaga keuangan tersebut memang berbeda, hal ini dikarenakan target dari pemasaran yang dipilih oleh masing-masing lembaga. Koperasi Al-Mizan Wlingi menawarkan produk dengan pilihan tersebut karena mereka lebih menjangkau ke daerah pesantren yang ada di daerah Wlingi atau perorangan yang hendak bermitra usaha dengan mereka. Sedangkan, BMT Makmur Sejahtera Wlingi, lebih memilih untuk terjun ke masyarakat mencari anggota dengan berbagai profesi seperti pedagang, petani atau bahkan pelaku usaha kecil. Pemilihan target pemasaran inilah yang menyebabkan perbedaan dari produk yang ditawarkan di Koperasi Al-Mizan Wlingi dan BMT Makmur Sejahtera Wlingi. Selain karena target pemasaran, alasan

perbedaan dari produk yang ditawarkan kedua lembaga keuangan ini adalah karena berbedanya tahun berdiri. Dimana Koperasi Al-Mizan Wlingi lebih dahulu berdiri dibanding dengan BMT Makmur Sejahtera. Oleh sebab itu, kedua lembaga keuangan melakukan inovasi dari produk yang ditawarkan agar dapat memenuhi kebutuhan pada anggota.

Pada awal pembentukan, Koperasi Syariah Al-Mizan Wlingi memiliki anggota 30 orang, dengan adanya perkembangan dan juga pemberian pelayanan jasa yang baik terhadap anggota dan calon anggota hingga akhir tahun 2019 Koperasi Syariah Al-Mizan Wlingi telah memiliki 204 anggota. Berikut grafik perkembangan jumlah anggota Koperasi Syariah Al-Mizan Wlingi dari tahun 2015-2019:

**Grafik 1.1**  
**Perkembangan Jumlah Anggota**  
**Koperasi Syariah Al-Mizan Wlingi**



*Sumber: RAT Laporan Pertanggung Jawaban Pengurus*

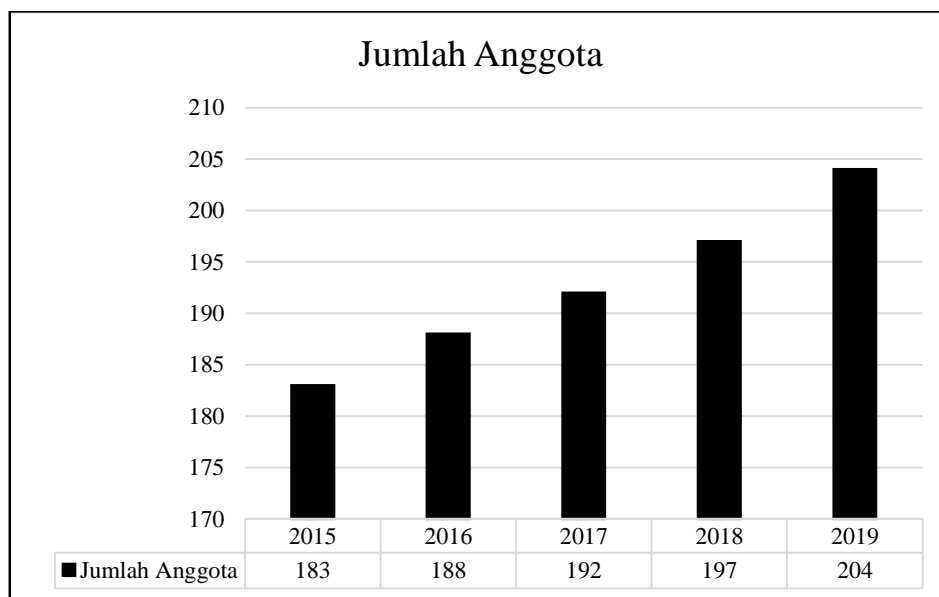
*Kopsyah Al-Mizan tahun 2015-2019.*



Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa pada tahun 2015 anggota berjumlah 178 orang. Pada tahun 2016 mengalami penurunan menjadi 177 orang. Di tahun 2017 mengalami kenaikan menjadi 180 orang. Pada tahun 2018 naik menjadi 181 orang. Dan pada tahun 2019 naik secara drastis menjadi 200 orang. Jadi, jumlah anggota Koperasi Syariah Al-Mizan Wlingi pada tahun 2015-2019 mengalami penurunan hanya di tahun 2016.

Sedangkan sejak berdirinya hingga saat ini jumlah anggota di BMT Makmur Sejahtera yakni 204 orang. Berikut tabel perkembangan jumlah anggota di BMT Makmur Sejahtera Wlingi dari tahun 2015-2019:

**Grafik 1.2**  
**Perkembangan Jumlah Anggota**  
**BMT Makmur Sejahtera Wlingi**



*Sumber: Laporan Akhir Tahun BMT Makmur Sejahtera Wlingi tahun 2015-2019.*

Dari data tersebut jumlah anggota di BMT Makmur Sejahtera mengalami penambahan di setiap tahunnya. Pada tahun 2015 jumlah

anggota 183 orang. Di tahun 2016 berjumlah 188 orang. Tahun 2017 anggota BMT Makmur Sejahtera Wlingi berjumlah 192 orang. Pada tahun 2018 jumlah anggota menjadi 197 orang. Dan pada tahun 2019, jumlah anggota menjadi 200 orang. Jadi, jumlah anggota BMT Makmur Sejahtera pada 5 tahun terakhir dari tahun 2015-2019 terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun.

Koperasi Syariah Al-Mizan Wlingi dan juga BMT Makmur Sejahtera Wlingi merupakan dua Lembaga Keuangan Syariah yang memiliki tujuan untuk mensejahterakan anggota. Dengan cara pemberian pelayanan secara baik dan prima dan juga menunjukkan pelayanan yang sesuai dengan prinsip syariah. Pemberian pelayanan jasa yang baik dilakukan oleh Koperasi Syariah Al-Mizan Wlingi dan BMT Makmur Sejahtera Wlingi agar para anggota nantinya merasakan kepuasan setelah bertransaksi ataupun menjalin hubungan dengan mereka. Pemberian pelayanan yang berkualitas sekurang-kurangnya harus melakukan 5 dimensi dari kualitas pelayanan agar anggota loyal kepada pihak Lembaga Keuangan Syariah dan puas akan pelayanan mereka. Lima dimensi tersebut yakni, bukti fisik (*tangibles*), kehandalan (*reability*), pemberian jaminan (*assurance*), kepedulian (*empathy*), dan ketanggapan (*responsiveness*).<sup>8</sup>

Variabel pertama yang mempengaruhi kepuasan anggota ialah bentuk pemberian pelayanan jasa dengan menyediakan fasilitas fisik

---

<sup>8</sup> Metha Dwi A, *Analisis Kualitas Pelayanan Pemberian Kredit Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Pt. Bpr Cabang Tangerang*, Jurnal Mozaik, Vol. XI Ed. 1, Tahun 2019, hlm. 21

(*tangible*). Pemberian fasilitas fisik yang secara langsung dapat dirasakan oleh para anggota merupakan salah satu faktor penting yang dapat memberikan rasa kepuasan. Adanya karyawan dengan berpakaian yang rapi dan juga tersedianya peralatan yang membantu para anggota dapat berpengaruh pada kepuasan anggota saat menggunakan fasilitas yang ada. Penyediaan fasilitas fisik yang dapat dirasakan ataupun dilihat secara langsung oleh para anggota dapat menjadi salah satu cara yang digunakan untuk menarik kepuasan para anggota.

Variabel kedua yaitu keandalan (*reliability*). Tersedianya karyawan yang membantu dalam melayani kebutuhan anggota dan bersikap ramah saat melakukan transaksi baik transaksi pembiayaan dan tabungan dengan pelayanan yang melebihi harapan dari para anggota, maka hal tersebut akan menimbulkan rasa kepuasan tersendiri bagi para anggota. Selain itu, penyelesaian masalah ataupun kendala yang dapat dilakukan oleh karyawan dengan memberikan solusi yang tepat, dapat mempengaruhi rasa kepuasan dari anggota yang mendapatkan kendala tersebut.

Variabel ketiga yakni ketanggapan (*responsiveness*). Sikap karyawan yang memberikan penjelasan dengan jelas dan mudah dipahami mengenai produk-produk yang ditawarkan serta kemampuan menyelesaikan keluhan yang disampaikan oleh para anggota, maka pelayanan yang dilakukan oleh pengelola dari kedua lembaga keuangan tersebut akan mempengaruhi sikap dari para anggota dan timbullah rasa kepuasan akan pemberian pelayanan yang telah diberikan.

Variabel keempat adalah jaminan kepastian (*assurance*). Pengetahuan dan kemampuan karyawan dalam menjelaskan mengenai produk yang mereka tawarkan dengan berkomunikasi secara efektif kepada para anggota, menjadikan sikap tersebut merupakan salah satu faktor kenyamanan bagi anggota yang nantinya timbulah kepuasan akan pelayanan yang diberikan.

Variabel selanjutnya yakni empati (*empathy*). Pemberian perhatian dengan tulus hati yang dilakukan oleh karyawan kepada anggota, dengan memperhatikan kebutuhan mereka memberikan kesan tersendiri kepada anggota. Memperhatikan kebutuhan dengan memberikan penawaran produk yang beragam dan berinovasi membuat keunggulan tersendiri kedua Lembaga Keuangan Syariah tersebut dimata masing-masing anggotanya.

Dari 5 variabel diatas merupakan suatu kesatuan yang dapat menunjang keberlangsungan dari kedua Lembaga Keuangan Syariah tersebut dalam menghadapi persaingan dengan Lembaga Keuangan lainnya. Pemberian pelayanan jasa dengan cara berkualitas dapat menimbulkan rasa kenyamanan saat bertransaksi dan rasa kepuasan atau senang jika pelayanan jasa yang diberikan oleh kedua Lembaga Keuangan Syariah tersebut baik. Dengan pemberian fasilitas yang memadai, sikap ramah dan pakaian yang rapi dari karyawan, adanya sikap tanggap dan cepat saat menyelesaikan permasalahan, pemberian informasi mengenai produk yang ditawarkan dengan jelas, melakukan perhatian mengenai kebutuhan anggota, dan kemampuan untuk memberikan solusi yang tepat mengenai

keluhan yang disampaikan. Sehingga, anggota akan merasa aman dan senang bertransaksi di Koperasi Syariah Al-Mizan Wlingi dan BMT Makmur Sejahtera Wlingi. Hal tersebut memiliki kesinambungan antara pemberian kualitas pelayanan dengan kepuasan anggota di Koperasi Al-Mizan Wlingi dan BMT Makmur Sejahtera Wlingi.

Berdasarkan uraian diatas alasan peneliti melakukan penelitian ini adalah peneliti ingin lebih mengetahui bagaimana tingkat pelayanan jasa yang diberikan oleh pihak Koperasi Syariah Al-Mizan Wlingi dan BMT Makmur Sejahtera Wlingi. Serta belum adanya yang melakukan penelitian mengenai 5 dimensi kualitas pelayanan di kedua tempat tersebut maka peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana kepuasan para anggota di Koperasi Syariah Al-Mizan Wlingi dan juga BMT Makmur Sejahtera Wlingi atas pelayanan jasa yang diberikan oleh pihak Koperasi dan BMT. Selain itu, alasan mengapa peneliti melakukan penelitian di kedua tempat tersebut ialah kedua tersebut merupakan Lembaga Keuangan Syariah yang berada di Wlingi dan telah berkembang baik sampai saat ini. Hal lain yang membuat peneliti ingin melakukan penelitian mengenai 5 dimensi kualitas pelayanan yakni peneliti ingin mengetahui pengaruh adanya kualitas pelayanan jasa yang terdiri dari 5 dimensi tersebut apakah sangat mempengaruhi para anggota akan kepuasan yang dilakukan saat melakukan transaksi di Koperasi Syariah Al-Mizan Wlingi dan di BMT Makmur Sejahtera Wlingi.

Dari uraian-uraian dalam latar belakang di atas mengenai pentingnya kualitas pelayanan dalam keberlangsungan operasional Lembaga Keuangan Syariah maka peneliti mengambil judul dalam penelitian ini adalah **“Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy*) terhadap Kepuasan Anggota Di BMT Makmur Sejahtera Wlingi dan Koperasi Syariah Al-Mizan Wlingi”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Dari latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas, dalam penelitian ini dibahas identifikasi cakupan yang mungkin muncul dalam penelitian, supaya pembahasan lebih terarah dan sesuai dengan tujuan penelitian yakni untuk mengetahui pengaruh *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* terhadap kepuasan anggota di BMT Makmur Sejahtera Wlingi dan Koperasi Syariah Al-Mizan Wlingi. Apabila di Koperasi Syariah Al-Mizan Wlingi dan BMT Makmur Sejahtera Wlingi dalam memberikan pelayanan terdapat 5 dimensi dari kualitas pelayanan tersebut maka akan memberikan kepuasan tersendiri kepada para anggota.

## **C. Rumusan masalah**

Berdasarkan dengan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh *tangible* terhadap kepuasan anggota di BMT Makmur Sejahtera Wlingi dan Koperasi Syariah Al-Mizan Wlingi?

2. Bagaimana pengaruh *reliability* terhadap kepuasan anggota di BMT Makmur Sejahtera Wlingi dan Koperasi Syariah Al-Mizan Wlingi?
3. Bagaimana pengaruh *responsivness* terhadap kepuasan anggota di BMT Makmur Sejahtera Wlingi dan Koperasi Syariah Al-Mizan Wlingi?
4. Bagaimana pengaruh *assurance* terhadap kepuasan anggota di BMT Makmur Sejahtera Wlingi dan Koperasi Syariah Al-Mizan Wlingi?
5. Bagaimana pengaruh *empathy* terhadap kepuasan anggota di BMT Makmur Sejahtera Wlingi dan Koperasi Syariah Al-Mizan Wlingi?

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

1. Untuk mengetahui pengaruh *tangible* terhadap kepuasan anggota di BMT Makmur Sejahtera Wlingi dan Koperasi Syariah Al-Mizan Wlingi.
2. Untuk mengetahui pengaruh *reliability* terhadap kepuasan anggota di BMT Makmur Sejahtera Wlingi dan Koperasi Syariah Al-Mizan Wlingi.
3. Untuk mengerti pengaruh *responsiveness* terhadap kepuasan anggota di BMT Makmur Sejahtera Wlingi dan Koperasi Syariah Al-Mizan Wlingi.
4. Untuk memahami pengaruh *assurance* terhadap kepuasan anggota di BMT Makmur Sejahtera Wlingi dan Koperasi Syariah Al-Mizan Wlingi .

5. Untuk mengeri pengaruh *empathy* terhadap kepuasan anggota di BMT Makmur Sejahtera Wlingi dan Koperasi Syariah Al-Mizan Wlingi.

## **E. Kagunaan Penelitian**

### 1. Secara Teoritis

- a. Menjadi acuan atau bahan teori bagi peneliti selanjutnya mengenai masalah kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota di BMT dan Koperasi Syariah.
- b. Untuk pengembangan penelitian di bidang Lembaga Keuangan Syariah.

### 2. Secara Praktis

#### a. Bagi Lembaga Keuangan Syariah

Dengan adanya penelitian ini diharapkan Lembaga Keuangan Syariah dapat meningkatkan lagi kualitas pelayanan agar tetap bisa bersaing dengan Lembaga Keuangan Syariah yang lain.

#### b. Bagi Akademik

Penulis berharap dengan adanya penelitian ini bisa menambah perbendaharaan kepustakaan IAIN Tulungagung dan memberikan hasil penelitian yang bisa bermanfaat bagi pembaca.

#### c. Bagi Peneliti Lanjutan

Bagi peneliti lanjutan, penulis berharap penelitian ini bisa menjadi salah satu bahan referensi tambahan ataupun rujukan untuk



penelitian selanjutnya dengan tema yang sejenis, sehingga ilmu pengetahuan tentang Lembaga Keuangan Syariah bisa terus diikuti perkembangannya.

#### **F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian**

Dalam penelitian ini runang lingkup dari penelitian yang dilakukan yakni variabel yang hendak diteliti meliputi variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Variabel X dalam penelitian ini adalah *tangible* (X1), *reliability* (X2), *responsiveness* (X3), *assurance* (X4), dan *empathy* (X5). Sedangkan variabel Y dalam penelitian ini adalah kepuasan anggota di BMT Makmur Sejahtera Wlingi dan Koperasi Syariah Al-Mizan Wlingi (Y).

Sedangkan untuk keterbatasan masalah dalam penelitian ini yakni pertama batasan daerah yaitu bertempat di BMT Makmur Sejahtera Wlingi dan Koperasi Syariah Al-Mizan Wlingi. Pembatasan dari responden adalah anggota dari BMT Makmur Sejahtera Wlingi dan Koperasi Syariah Al-Mizan Wlingi. Serta batasan permasalahan dari penelitian ini yakni mengenai pengaruh dari *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* terhadap anggota di BMT Makmur Sejahtera Wlingi dan Koperasi Syariah Al-Mizan Wlingi.

## G. Penegasan Istilah

Penegasan istilah digunakan untuk mendapat gambaran yang cukup jelas dalam memahami judul diatas dan untuk meminimalisir kesalahan dalam memahami judul, maka penulis menjelaskan istilah sebagai berikut:

### 1. Definisi Koseptual

Definisi konseptual yang dimaksud dalam penelitian ini adalah:

#### a. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan pelanggan.<sup>9</sup>

#### b. *Tangible*

*Tangible* (bukti fisik), yaitu berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, pegawai, dan material yang dipasang. Dimensi ini menggambarkan wujud secara fisik dan layanan yang akan diterima oleh konsumen. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk memberikan impresi yang positif terhadap kualitas layanan yang diberikan tetapi tidak menyebabkan harapan pelanggan yang terlalu tinggi. Hal ini meliputi lingkungan fisik seperti interior kantor, penampilan personil yang rapi dan menarik saat memberikan jasa.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> Widia Oktiningsih, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota BMT Al-Ittihad Rumbai*, Jurnal Al-Amwal, Vol. 8 No. 2, Tahun 2019, hlm. 157

<sup>10</sup> Yunus Alaan, *Pengaruh Service Quality (Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness Dan Assurance) Terhadap Customer Satisfaction: Penelitian Pada Hotel Serela Bandung*, Jurnal Manajemen, Vol. 15, No. 2, Tahun 2016, hlm. 258

c. *Reliability*

*Reliability* (keandalan) yaitu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan handal dan akurat. Dalam arti luas, keandalan berarti bahwa perusahaan memberikan janji-janjinya tentang penyediaan (produk atau jasa yang ditawarkan), penyelesaian masalah dan harga yang diberikan.<sup>11</sup>

d. *Responsiveness*

*Responsiveness* (daya tanggap) yaitu kesadaran dan keinginan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat. Dimensi ini menekankan pada perhatian dan ketepatan ketika berurusan dengan permintaan, pertanyaan, dan keluhan pelanggan.<sup>12</sup>

e. *Assurance*

*Assurance* (jaminan kepastian) yaitu pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan. Dimensi ini mungkin akan sangat penting pada jasa layanan yang memerlukan tingkat kepercayaan cukup tinggi dimana pelanggan akan merasa aman dan terjamin.<sup>13</sup>

f. *Empathy*

*Empathy* (empati) yaitu kepedulian, dan perhatian secara pribadi yang diberikan kepada pelanggan. Inti dari dimensi empati

---

<sup>11</sup> Yunus Alaan, *Pengaruh Service Quality (Tangible,...* hlm. 258

<sup>12</sup> Metha Dwi A, *Analisis Kualitas Pelayanan...* hlm. 21

<sup>13</sup> Yunus Alaan, *Pengaruh Service Quality (Tangible,...* hlm. 258

adalah menunjukkan kepada pelanggan melalui layanan yang diberikan bahwa pelanggan itu spesial, dan kebutuhan mereka dapat dipahami.<sup>14</sup>

g. Kepuasan Anggota

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan.<sup>15</sup>

h. Koperasi Syariah

Koperasi syariah adalah badan usaha yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip syariah sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan asas kekeluargaan dengan tujuan mensejahterakan anggotanya.<sup>16</sup>

i. Baitul Mal Wa Tamwil

BMT menjalankan tugas sosialnya dengan cara menghimpun dan menyalurkan dana kepada masyarakat dalam bentuk zakat, infaq, dan shodaqoh (ZIS) tanpa mengambil keuntungan. Diposisi yang lain BMT dalam menjalankan usahanya adalah mencari dan memperoleh keuntungan melalui kegiatan

---

<sup>14</sup> A Parasuraman, *Servqual: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*, Journal of Retailing, Vol. 64 No. 1, Tahun 1988, hlm. 23

<sup>15</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2007), Ed. 2, hlm. 89

<sup>16</sup> Triana Sofiani, *Konstruksi Norma Hukum Koperasi Syariah Dalam Kerangka Sistem Hukum Koperasi Nasional*, Jurnal Hukum Islam (JHI), Vol. 12, (ISSN (p) : 1829-7382, Tahun 2014, hlm. 136

kemitraan dengan nasabah baik dalam bentuk penghimpunan, pembiayaan, maupun layanan-layanan pelengkap sebagai suatu lembaga keuangan Islam.<sup>17</sup>

## 2. Definisi Operasional

Dalam penelitian ini, definisi operasionalnya yakni ingin mengetahui adakah pengaruh dari *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* terhadap kepuasan.

### a. *Tangible*

*Tangible* merupakan segala aspek fisik yang dapat dilihat dan dirasakan oleh pengguna serta usaha yang ditunjukkan guna memperlihatkan eksistensi dari perusahaan terhadap pihak eksternal. Dapat diukur dengan tersedianya perlengkapan dan peralatan, kondisi gedung, bentuk penataan ruangan, dan cara berpakaian pegawai

### b. *Reliability*

*Reliability* adalah kemampuan perusahaan untuk menyediakan pelayanan sesuai dengan yang telah dijanjikan dengan cara tepat dan akurat. Dapat dilihat dari akurasi saat pengadministrasian, ketepatan waktu saat perjanjian dan kepedulian terhadap permasalahan yang dihadapi oleh pelanggan.

---

<sup>17</sup> Solikhul Hidayat, *Penerapan Akuntansi Syariah Pada BMT Lisa Sejahtera Jepara*, Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis, Vol. 10 No. 2, Tahun 2013, hlm. 172

c. *Responsiveness*

*Responsiveness* merupakan kemauan dari perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dibutuhkan oleh pelanggan secara responsif. *Responsiveness* dapat diukur dari pemberian informasi yang jelas, keluangan waktu pegawai untuk membantu pelanggan, dan tanggap dalam merespon permintaan dan keluhan anggota.

d. *Assurance*

*Assurance* terdiri dari komunikasi, pengetahuan dan kemampuan pegawai menumbuhkan rasa percaya dari dalam diri pelanggan terhadap perusahaan serta adanya jaminan keamanan bahwa jasa yang diberikan memberikan rasa aman. Dapat diukur dengan sikap sopan santun, komunikasi antara perusahaan dengan pelanggan, dan rasa aman selama berhubungan dengan perusahaan.

e. *Empathy*

*Empathy* adalah bentuk perhatian baik secara individual dan kelembagaan yang diberikan kepada konsumen. Dengan cara memahami konsumen, memberikan waktu pelayanan yang sesuai dengan kesibukan konsumen, dan memahami kebutuhan konsumen.

f. Kepuasan Anggota

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan jasa dan produk yang diberikan oleh perusahaan dengan jasa dan produk yang diharapkan.

## **H. Sistematika Pembahasan**

Sistematika dalam penelitian ini terbagi menjadi tiga bagian utama, yaitu bagian awal, bagian utama, dan bagian akhir.

### **1. Bagian Awal**

Pada bagian ini terdiri dari halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar lampiran, transliterasi dan abstrak.

### **2. Bagian Utama**

#### **Bab I Pendahuluan**

Dalam bab ini berisi mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah, dan sistematika penelitian.

#### **Bab II Landasan Teori**

Dalam bab ini berisi mengenai teori yang membahas variabel/sub variabel pertama, teori yang membahas variabel/sub variabel kedua, dan seterusnya. Menguraikan kajian

penelitian terdahulu, kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian.

### **Bab III Metode Penelitian**

Dalam bab ini berisi mengenai pendekatan dan jenis penelitian yang digunakan; populasi, sampling dan sampel penelitian; sumber data, variabel dan skala pengukurannya; teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian; serta analisis data.

### **Bab IV Hasil Penelitian**

Dalam bab ini terdiri dari hasil penelitian yang berisi deskripsi data dan pengujian hipotesis.

### **Bab V Pembahasan**

Dalam bab ini berisi mengenai pembahasan data penelitian dan hasil analisis data.

### **Bab VI Penutup**

Dalam bab ini berisi mengenai kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian dan saran atau rekomendasi yang diberikan oleh penulis kepada pihak-pihak yang terkait dalam penelitian.

## **3. Bagian Akhir**

Pada bagian ini terdiri dari daftar pustaka, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian skripsi, dan daftar riwayat hidup.