

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pembangunan nasional di Indonesia selama ini lebih diarahkan pada upaya-upaya untuk mewujudkan keadilan dan kemakmuran secara material dan spiritual berdasarkan Undang-Undang 1945 bagi seluruh lapisan masyarakat. Untuk mewujudkan tujuan pembangunan nasional di bidang ekonomi dan keuangan tersebut, pemerintah senantiasa memperhatikan keserasian, keselarasan, dan kesinambungan berbagai unsur pembangunan, salah satu sektor penunjangnya adalah koperasi.

Koperasi disebut juga sebagai perkumpulan orang-orang yang secara sukarela mempersatukan diri untuk mencapai kepentingan-kepentingan ekonomi atau menyelenggarakan usaha bersama melalui pembentukan suatu perkumpulan yang diawasi secara demokratis. Untuk permodalannya orang-orang yang menjadi anggota perkumpulan itu memberikan sejumlah uang simpanan yang sesuai dengan kemampuannya masing-masing. Atas segala kemungkinan kerugian yang diderita, para anggota perkumpulan itu dari mulai berdirinya telah sepakat untuk memikulnya secara bersama-sama, demikian pula segala manfaat dari usaha yang diperoleh untuk dinikmati bersama.

Koperasi berasal dari kata-kata Latin yaitu *Cum* yang berarti dengan, dan *Apperari* yang berarti bekerja. Dari dua kata ini, dalam bahasa Inggris

dikenal istilah *Co* dan *Operation*, yang dalam bahasa Belanda disebut dengan istilah *Cooperatieve Vereniging* yang berarti bekerja bersama dengan orang lain untuk mencapai suatu tujuan tertentu.<sup>1</sup> Kata *Cooperation* kemudian diangkat menjadi istilah ekonomi sebagai sebagai koperasi yang dibakukan menjadi suatu bahasa ekonomi yang dikenal dengan istilah KOPERASI, yang berarti organisasi ekonomi dengan keanggotaan yang sifatnya sukarela.

Menurut KBBI koperasi adalah perserikatan yang bertujuan memenuhi keperluan para anggotanya dengan cara menjual barang keperluan sehari-hari dengan harga murah (tidak bermaksud mencari untung).<sup>2</sup> Oleh karena itu secara garis besar koperasi dapat didefinisikan sebagai berikut: Koperasi adalah suatu perkumpulan atau organisasi ekonomi yang beranggotakan orang-orang atau badan-badan, yang memberikan kebebasan masuk dan keluar sebagai anggota menurut peraturan yang ada, dengan bekerja sama secara kekeluargaan menjalankan suatu usaha, dengan tujuan mempertinggi kesejahteraan jasmanittah para anggotanya.<sup>3</sup> Koperasi sebagai usaha bersama, harus mencerminkan ketentuan-ketentuan sebagaimana lazimnya didalam kehidupan suatu keluarga. Nampak didalam suatu keluarga bahwa segala sesuatu yang dikerjakan secara bersama-sama adalah ditunjukan untuk kepentingan bersama seluruh anggota keluarga.

Koperasi memiliki peranan yang sangat penting dalam kemajuan perekonomian Indonesia. Koperasi menjadi salah satu pilar utama dalam

---

<sup>1</sup>Arifinal Chaniago, *Koperasi Indonesia*, (Bandung: PT.Angkasa,1997), h.1

<sup>2</sup>Kamus Bahasa Besar Indonesia (KBBI)

<sup>3</sup>R.T. Sutantya Raharja hadhikusuma, *Hukum Koperasi Indonesia*, Cet 2 (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2001), h. 1-2.

menunjang perekonomian Indonesia. Koperasi berasaskan atas dasar asas kekeluargaan. Karenanya koperasi di Indonesia ini telah banyak membantu roda perekonomian, terutama bagi kalangan masyarakat menengah ke bawah. Saat ini koperasi mengalami perkembangan sejalan dengan perubahan zaman.

Pada umumnya bahwa koperasi adalah wadah bagi golongan ekonomi yang lemah, seperti definisi yang diberikan oleh Fray,<sup>4</sup> yang menyatakan bahwa koperasi adalah suatu perserikatan dengan tujuan berusaha selalu dengan semangat tidak memikirkan diri sendiri sedemikian rupa, sehingga masing-masing sanggup menjalankan kewajibannya sebagai anggota dan mendapat imbalan sebanding dengan pemanfaatan mereka terhadap organisasi.

Merujuk pada UU No. 17 tahun 2012 menyatakan bahwa Koperasi adalah badan hukum yang didirikan oleh orang perseorangan atau badan hukum Koperasi, dengan pemisahan kekayaan para anggotanya sebagai modal untuk menjalankan usaha, yang memenuhi aspirasi dan kebutuhan bersama di bidang ekonomi, sosial, dan budaya sesuai dengan nilai dan prinsip Koperasi. Koperasi jasa keuangan syariah as-salam yang disingkat dengan KJKS As-salam adalah badan usaha koperasi yang bergerak pada bidang pelayanan keuangan kepada anggota.

Berdasarkan Keputusan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor 91/Kep/IV/KUKM/IX/2004 tentang Petunjuk Pelaksanaan Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan

---

<sup>4</sup>Fray, *Jurnal OfManagement Vol.2 No.2*, Maret 2016

Syariah memberikan pengertian bahwa Koperasi Simpan Pinjam Syariah atau koperasi jasa keuangan syariah adalah koperasi yang kegiatan usahanya bergerak dibidang pembiayaan, investasi dan simpanan sesuai pola bagi hasil (syariah).<sup>5</sup> Dengan demikian semua BMT yang ada di Indonesia dapat digolongkan dalam KJKS, mempunyai payung Hukum dan legal kegiatan operasionalnya asal saja memenuhi ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Koperasi syariah adalah bentuk koperasi yang memiliki prinsip, tujuan, dan kegiatan usaha yang berdasarkan syariah islam, yaitu Al-quran dan As-Sunnah. Menurut pandangan ulama, koperasi (*syirkahta 'uwuniyah*) dalam Islam adalah menggunakan akad musyarakah, yakni suatu perjanjian kerja sama antara dua orang atau lebih, di satu pihak menyediakan modal usaha, sedangkan pihak lain melakukan usaha atas dasar profit sharing menurut perjanjian, dan di antara syarat sah musyarakah itu ialah keuntungan setiap tahun dengan persentase tetap kepada salah satu pihak dari musyarakah tersebut.<sup>6</sup>

Koperasi Jasa Keuangan Syariah As-Salam adalah sebuah lembaga usaha dan berbadan hukum maka dari itu Koperasi Jasa Keuangan Syariah As-Salam di lindungi dan dinaungi Pemerintah melalui Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Sumatera Utara dengan Badan Hukum No. 518.503/37/BH/KUK/2004 tanggal 08 Oktober 2004. Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) As-Salam sejak awal berdirimemiliki keunikan

---

<sup>5</sup>Ahmad Ifham Sholihin, (*Pedoman Umum Lembaga Keuangan Syariah*), h. 456.

<sup>6</sup>M. Yazid Afandi, *Fiqh Muamalah dan Implementasinya dalam Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: Logung Pustaka, 2009), h. 125.

atau kekhasan tersendiri dalam arti tidak sama dengan koperasi lainnya yang sejenis terutama dalam rekrutmen anggota maupun dalam operasional serta sistem pengelolaannya.<sup>7</sup>

Membangun hubungan yang kuat dan erat dengan anggota adalah mimpi semua pemasar dan hal ini sering menjadi kunci keberhasilan pemasaran jangka panjang. Terciptanya kepuasan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dengan anggota menjadi harmonis sehingga memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya kesetiaan terhadap produk serta rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan perusahaan.

Kepuasan anggota merupakan hal yang penting dalam menentukan keberhasilan dari sebuah perusahaan. Kinerja yang baik dan anggota yang sepenuhnya puas akan menjadi perbincangan untuk mempromosikan perusahaan tersebut. Pada akhirnya, hal ini akan membantu perusahaan untuk dapat bertahan dan bersaing di pasaran. Seperti yang dikatakan oleh nugroho dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan anggota.

Kualitas pelayanan terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota dan loyalitas anggota. dimana kualitas pelayanan memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas anggota. Artinya, kualitas pelayanan yang baik menyebabkan tingkat kepuasan serta keinginan anggota untuk berlaku loyal meningkat, sebaliknya

---

<sup>7</sup>Buku Pedoman KJKS As-Salam, 2002

kualitas pelayanan yang buruk mengakibatkan kepuasan dan loyalitas anggota juga semakin rendah. Dengan demikian, baik buruknya kualitas pelayanan yang diberikan tergantung pada kemampuan anggota dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

Menurut A.Parasuraman, dalam Philip Kotler menjelaskan faktor-faktor yang menentukan kualitas pelayanan dapat dibagi menjadi 5 dimensi yaitu<sup>8</sup>:

1. *Tangibles* (bukti langsung), yaitu besarnya kemampuan satu pihak dalam memberikan service kepada pihak eksternal. Performance dan daya kekuatan dalam memberikan berbagai fasilitas dan bentuk nyata dari perusahaan serta kehidupan disekitarnya adalah bukti nyata dari service yang diberikan .
2. *Reliability* (kehandalan), yaitu kemampuan dalam memenuhi kebutuhan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan.
3. *Responsiveness* (daya tangkap), yaitu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada para pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas.
4. *Assurance* (jaminan), adalah pengetahuan yang harus dimiliki pegawai untuk menumbuhkan ketergantungan para pelanggan kepada pelayanan perusahaan yang memiliki beberapa komponen antara lain:

---

<sup>8</sup> Nangoi, *Pemberdayaan di Era Ekonom Pengetahuan*, (Jakarta: PT. Gramedia, 2004) h. 132-133

- a. *Communication* (komunikasi), yaitu selalu memberikan informasi secara terus menerus dengan kata kata yang sopan dan tata bahasa yang dapat dimengerti oleh konsumen.
  - b. *Credibility* (kredibilitas), adanya jaminan atas kepercayaan yang diberikan kepada pelanggan, sifat kejujuran.
  - c. *Security* (keamanan), adanya keyakinan yang tinggi dari pelanggan akan pelayanan .
  - d. *Competence* (kompetensi) yaitu adanya kemampuan yang dimiliki dan dibutuhkan agar dapat memberikan pelayanan kepada pelanggan
  - e. *Courtesy* (sopan santun) dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Adanya jaminan akan keramahtamahan yang ditawarkan.
5. *Empathy* (empati), yaitu dapat memahami keinginan dari anggota.

Menurut Tjiptono kepuasan atau ketidakpuasan anggota adalah timbal balik dari respon anggota terhadap ketidaksesuaian (*discinfirmation*) yang diberikan antara ekspektasi dan realisasi kinerja yang dirasakan anggota untuk itu setiap pihak dalam hal ini perusahaan yang memberikan kualitas pelayanan sebagai pokok dari tujuan perusahaan. Perusahaan dapat mengetahui adanya kepuasan dari para konsumennya melalui umpan balik yang diberikan oleh konsumen sehingga dapat menjadi tolak ukur dalam mengembangkan berbagai macam pelayanan guna meningkatkan kepuasan anggota.

Tabel I.1 Data Simpan Pinjam Pada KJKS As-Salam Medan  
Tahun 2020

Tahun	Triwulan	Simpan Pinjam
2020	Januari	1.500.000
	April	2.500.000
	Agustus	5.000.000
	Desember	8.000.000

Sumber : Data Simpan Pinjam KJKS As-Salam Medan

Dilihat dari tabel diatas pada tahun 2020 Simpan Pinjam di bulan Januari sebesar 1.500.000. Pada Tahun 2020 di bulan April Kredit Macet sebesar 2.500.000 naik sebesar 1000.000. Pada Tahun 2020 di bulan Agustus simpan pinjam sebesar 5.000.000 naik sebesar 2.500.000. Dan pada tahun 2020 di bulan Desember Kredit macet sebesar 8.000.000 terjadi peningkatan sebesar 3.000.000

Faktor selanjutnya Religiusitas atau keberagamaan merupakan kegiatan beragama seseorang dalam melakukan ibadah, religiusitas tidak hanya suatu hal yang dilakukan secara tampak akan tetapi merupakan keyakinan seseorang yang melibatkan ntara hati, pikiran, hal yang nyata dan hal yang ghaib. Sehingga religiusitas dapat menunjukkan kualitas diri seseorang yang beragama. Sikap religi seseorang diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupannya.

Aktivitas beragama bukan hanya terjadi ketika seseorang melakukan perilaku ritual (beribadah), tetapi juga ketika melakukan aktivitas lain yang didorong oleh kekuatan supranatural. Bukan hanya berkaitan dengan kegiatan yang tampak dan dapat dilihat dengan mata, tetapi juga aktivitas yang tidak tampak dan terjadi pada diri seseorang. Berdasarkan sikap ini maka manusia

dalam setiap melakukan aktivitasnya akan selalu berusaha sesuai dengan ketentuan agama dengan tujuan mendapat keridhaan-Nya.

Pada dasarnya religiusitas adalah suatu tingkat dimana seseorang dapat berkomitmen atau setia kepada agamanya, sebab agama sangat berpengaruh kuat bagi seseorang. pengaruh tersebut akan terlihat pada karakter diri dan nilai seseorang terhadap yang akhirnya akan berpengaruh terhadap cara seseorang dalam berkonsumsi. Begitu juga dalam kepuasan anggota, semakin tinggi religiusitasnya maka mereka lebih akan berhati-hati dalam mengambil suatu keputusan untuk menabung di lembaga keuangan khususnya syariah.<sup>9</sup>

Loyalitas adalah manifestasi dari kebutuhan fundamental manusia untuk memiliki, mensupport, mendapatkan rasa aman dan membangun keterikatan serta menciptakan *emotional attachment*.<sup>10</sup> Loyalitas pelanggan adalah dorongan perilaku untuk melakukan pembelian secara berulang-ulang dan untuk membangun kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk/jasa yang dihasilkan oleh badan usaha tersebut membutuhkan waktu yang lama melalui suatu proses pembelian berulang-ulang.

Pelanggan dikatakan setia atau loyal apabila pelanggan tersebut menunjukkan perilaku pembelian secara teratur atau terdapat suatu kondisi dimana mewajibkan pelanggan membeli paling sedikit dua kali dalam selang waktu tertentu. Upaya memberikan kepuasan dilakukan untuk mempengaruhi sikap pelanggan, sedangkan konsep loyalitas pelanggan lebih berkaitan

---

<sup>9</sup> <http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie>

<sup>10</sup> Kartajaya, Hermawan. 2007. *Boosting Loyalty Marketing Performance: Menggunakan Teknik Penjualan, Customer Relationship Management dan Servis untuk Mendongkrak Laba*. Bandung: Mizan Pustaka.

dengan perilaku dari pada sikap dari pelanggan.<sup>11</sup> adapun faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas yaitu kepuasan, ikatan emosi, kepercayaan, kemudahan, dan pengalaman.

Berdasarkan paparan diatas penulis tertarik untuk meneliti mengenai **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Anggota Pada Produk Simpan Pinjam Koperasi Jasa Keuangan Syariah As-Salam Medan”**

## **B. Rumusan Masalah**

Terdapat banyak faktor pada kualitas pelayanan, religiusitas, dan loyalitas terhadap kepuasan anggota. Besar kecilnya suatu faktor akan berpengaruh terhadap kepuasan anggota para anggota. Berdasarkan permasalahan yang terjadi, maka dapat dirumuskan masalah utama sebagai berikut:

1. Apakah faktor kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan anggota ?
2. Apakah faktor religiusitas berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan anggota ?
3. Apakah faktor loyalitas berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan anggota ?
4. Apakah kualitas pelayanan, religiusitas, dan loyalitas berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan anggota ?

---

<sup>11</sup> Griffin, Jill. 2005. Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan. Erlangga. Jakarta.

### C. Batasan Masalah

Mengingat keterbatasan waktu, tenaga, dan kemampuan yang dimiliki peneliti, serta agar lebih terfokus dalam pembahasannya, maka peneliti perlu membatasi permasalahannya. Masalah yang akan diteliti adalah Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Anggota pada Produk Simpan Pinjam Koperasi Jasa Keuangan Syariah As-Salam Medan.

### D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah untuk memberikan gambaran yang mengenai variabel-variabel yang perlu diperhatikan. Menurut hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain maka macam-macam variabel dalam penelitian dapat dibedakan menjadi :<sup>12</sup>

#### 1. Variabel *Dependent*

Variabel *dependen* sering disebut sebagai variabel *output*, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel *Dependen* dalam penelitian ini adalah Kepuasan anggota (Y) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

#### 2. Variabel *Independent*

---

<sup>12</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*, Cet-19, Alfabeta, Bandung 2013, hal. 39.

Variabel *Independen* sering disebut sebagai variabel bebas. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependen* (terikat). Variabel Independen dalam penelitian ini yaitu :

1. Kualitas pelayanan (X1) adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap proses, produk, dan *service* yang dihasilkan.
2. Religiusitas (X2) adalah suatu tingkat dimana seseorang dapat berkomitmen atau setia kepada agamanya secara umum sudah diketahui bahwa agama dapat berpengaruh sangat kuat bagi seseorang.
3. Loyalitas (X3) adalah kesetiaan yang timbul tanpa adanya paksaan melainkan kesadaran yang diharapkan oleh setiap perusahaan, terutama perusahaan jasa seperti koperasi.

#### **E. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui faktor yang pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan anggota.
2. Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi religiusitas secara parsial terhadap kepuasan anggota.
3. Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi loyalitas secara parsial terhadap kepuasan anggota.

4. Untuk mengetahui kualitas pelayanan, religiusitas, dan loyalitas berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan anggota.

## **F. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari penelitian yang dilakukan penulis adalah:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini bermanfaat untuk memberi pengetahuan tentang bagaimana Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi kepuasan anggota Pada Produk Simpan Pinjam Koperasi Jasa Keuangan Syariah As-Salam Medan.

2. Secara Praktis

Secara praktis penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut:

- a. Bagi Peneliti

Sebagai syarat menyelesaikan S1 dan sebagai bentuk pengabdian mahasiswa peneliti tingkat akhir dan menguji kualitas diri.

- b. Bagi Koperasi Jasa Keuangan Syariah As-Salam

Agar dapat dijadikan sebagai suatu acuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan, religiusitas, dan loyalitas terhadap kepuasan anggota.

- c. Bagi Universitas Potensi Utama Medan

Agar dapat memberikan kontribusi penambahan ilmu pengetahuan, khususnya bagi Perbankan Syariah.

## **G. Sistematika Penulisan**

Dalam skripsi ini, penulis berusaha mencantumkan secara urut dari bab ke bab tentang sistematikanya. Adapun sistematika skripsi yang penulis lakukan adalah sebagai berikut:

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II: TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menguraikan teori-teori yang akan digunakan dalam penelitian yang terdiri dari Koperasi, Kualitas Pelayanan, Religiusitas, dan Loyalitas kepuasan anggota.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, subjek dan objek penelitian, teknik pengumpulan data, data yang diperlukan, variabel data dan pengukurannya, dan teknik analisis data.

### **BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi mengenai analisis data dan pembahasan mengenai pengujian hipotesis yang dilakukan dengan menggunakan uji normalitas dan analisis regresi linier sederhana meliputi uji t.

### **BAB V: PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil analisis yang dilakukan, keterbatasan penelitian dan saran.

