

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Pada era globalisasi ini, pemenuhan kebutuhan pribadi masih menjadi masalah besar di Indonesia. Jumlah pertumbuhan penduduk terutama di wilayah perkotaan masih terbilang cukup tinggi, sementara jumlah barang dan jasa yang tersedia tidak sesuai dibandingkan dengan jumlah kebutuhannya. Oleh karena itu, manusia selalu berusaha untuk mencukupi kebutuhannya agar bisa mempertahankan hidupnya.

Salah satu usaha yang dilakukan manusia ialah membentuk suatu perkumpulan dan menjalankan usaha secara bersama-sama. Perkumpulan ini disebut dengan koperasi. Menurut Internasional Labour Organization, dikutip dari Edilius dan Sudarsono dalam bukunya Sumarsono, koperasi adalah sekumpulan orang, biasanya yang memiliki kemampuan ekonomi terbatas, yang melalui suatu bentuk organisasi perusahaan yang diawasi secara demokratis, masing-masing memberikan sumbangan yang setara terhadap modal yang diperlukan, dan bersedia menanggung risiko serta menerima imbalan yang sesuai dengan usaha yang sesuai dengan usaha yang mereka lakukan.<sup>1</sup>

Koperasi bertujuan memajukan kesejahteraan anggota kepada khususnya dan masyarakat kepada umumnya, serta ikut membangun

---

<sup>1</sup> Sonny Sumarsono, *Manajemen Koperasi: Teori dan Praktek*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2003), hlm. 3.

tatanan perekonomian nasional, dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil dan makmur berdasarkan Undang-Undang Dasar 1945.<sup>2</sup>

Seperti halnya lembaga-lembaga/badan usaha lain koperasi hidup di tengah-tengah lingkungan yang mempunyai karakteristik khas Indonesia. Soal-soal yang dihadapi oleh Koperasi Indonesia pada hakikatnya timbul dari suasana lingkungan tersebut yang juga secara langsung mempengaruhi keadaan intern lembaga koperasi tersebut.<sup>3</sup> Contohnya yaitu tidak nyaman akibat dari fasilitas yang mereka tawarkan seperti halnya fasilitas *banking hall*.

Dalam mensejahterakan anggotanya, koperasi harus dapat memberikan pelayanan yang baik. Pelayanan yang baik dapat mendorong masyarakat atau anggota koperasi untuk memberikan komitmen kepada koperasi sehingga dapat meningkatkan *market share* suatu produk. Anggota yang sangat puas biasanya tetap setia untuk waktu yang lebih lama, membeli lagi ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan memperbaharui produk lama, tidak terlalu memperhatikan merek pesaing, dan menawarkan ide produk atau jasa kepada perusahaan.<sup>4</sup> Koperasi yang memiliki pelayanan yang baik akan dapat memaksimalkan performa keuangan perusahaan sehingga anggota merasa puas dan memiliki loyalitas yang tinggi terhadap koperasi tersebut.

---

<sup>2</sup> UU No. 25 Tahun 1992 Pasal 4 Tentang Perkoperasian.

<sup>3</sup> Sukanto Reksohadiprojo, *Manajemen Koperasi Edisi Kelima*, Cetakan Ketiga, (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 1998), hlm. 3.

<sup>4</sup> Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas*, Jilid 1, (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 140.

Tetapi pada kenyataannya, antara harapan anggota dengan kenyataan pelayanan yang diberikan sering kali terjadi sebaliknya. Tidak sedikit anggota yang mengungkapkan kritikan dan keluhan karena pelayanan yang diberikan kurang. Kritikan dan keluhan tersebut dapat menjadi persepsi negatif sehingga dapat menurunkan kepercayaan anggota dan menghilangkan rasa loyal anggota terhadap koperasi.

Pada kesempatan ini, penulis ingin meneliti salah satu koperasi yang ada di Kota Tasikmalaya yaitu KSPPS BMT Al-Ittihad. KSPPS BMT Al-Ittihad ini merupakan koperasi yang terletak di Kecamatan Mangkubumi. Koperasi ini didirikan pada tanggal 20 Agustus 1999.

Yang membuat KSPPS BMT Al-Ittihad ini berbeda dengan pesaingnya yang lain yaitu selalu menekankan untuk menjaga hubungan baik dengan anggota, baik anggota baru maupun anggota lama. KSPPS BMT Al-Ittihad lebih kepada mengambil hati para anggotanya terlebih dahulu agar kelak anggotanya dapat loyal terhadap BMT.

Dalam membangun loyalitas anggota diperlukan usaha yang kuat dari BMT untuk tetap meningkatkan kepuasan anggota dalam setiap produk dan jasa, sehingga terbentuk persepsi baik yang kuat dalam benak anggota. Loyalitas anggota merupakan komitmen anggota bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa terpilih secara konsisten pada masa yang akan datang,

meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.<sup>5</sup>

Berdasarkan data jumlah anggota sepanjang tahun 2016 sampai 2018 tercatat bahwa jumlah anggota pasif lebih banyak dari pada jumlah anggota aktif. Data tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 1. 1 Jumlah Anggota Aktif dan Pasif KSPPS BMT Al-Ittihad Tasikmalaya**

Tahun	Jumlah anggota aktif	Jumlah anggota pasif
2016	1072	1608
2017	1116	1674
2018	1138	1707

Sumber: KSPPS BMT Al-Ittihad Tasikmalaya

Dari Tabel 1.1 dapat dijelaskan bahwa dari tahun 2016 sampai 2018 jumlah seluruh anggotanya semakin bertambah, akan tetapi jumlah anggota pasifnya terlihat lebih banyak dari pada anggota aktif. Banyaknya jumlah anggota pasif tersebut diakibatkan oleh banyaknya bermunculan bank-bank yang tentunya memiliki fasilitas lebih lengkap, diantaranya yaitu fasilitas seperti i-banking, m-banking, mesin ATM, dsb. sehingga menyebabkan anggota lebih memilih bank yang tentunya lebih terjamin keamanannya.<sup>6</sup>

Pemicu penurunan tingkat loyalitas anggota ini dapat diakibatkan oleh banyak faktor, yaitu diantaranya kepuasan anggota terhadap pelayanan yang belum maksimal, fasilitas yang dimiliki perusahaan, serta kualitas

<sup>5</sup> Andriasan Sudarso, *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2016), hlm. 85.

<sup>6</sup> Hasil wawancara dengan anggota KSPPS BMT Al-Ittihad Pada Hari Senin Tanggal 1 Juli 2019.

produk yang dimiliki. Melihat fenomena tersebut maka kepuasan anggota diasumsikan sangat mempengaruhi loyalitas anggota.

Faktor diatas memiliki dampak tersendiri yang menyebabkan loyalitas anggota menurun yaitu menjadi anggota menjadi pasif dan juga keluar. Pihak KSPPS BMT Al-Ittihad juga membenarkan bahwa faktor tersebut mengakibatkan para anggotanya menjadi pasif pada tahun 2016 sampai tahun 2018, akan tetapi dari pihak KSPPS BMT Al-Ittihad juga berpendapat bahwa hal tersebut terjadi karena anggotanya pindah rumah atau karena meninggal.<sup>7</sup>

Peranan KSPPS BMT Al-Ittihad diharapkan dapat bermanfaat bagi masyarakat atau anggotanya khususnya bagi yang mengembangkan usahanya baik usaha kecil maupun usaha menengah. Tidak menutup kemungkinan bantuan seperti pinjaman modal kredit yang diberikan KSPPS BMT Al-Ittihad banyak digunakan untuk memberdayakan ekonomi keluarga. Maka dari itu, penulis ingin melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Anggota KSPPS BMT Al-Ittihad Tasikmalaya”.

## **B. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang di atas, penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota KSPPS BMT Al-Ittihad Tasikmalaya?

---

<sup>7</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Anwar manajer KSPPS BMT Al-Ittihad Pada Hari Senin 1 Juli 2019.

2. Apakah kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota KSPPS BMT Al-Ittihad Tasikmalaya?
3. Apakah kualitas pelayanan dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota KSPPS BMT Al-Ittihad Tasikmalaya?

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini berdasarkan perumusan masalah di atas adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota KSPPS BMT Al-Ittihad Tasikmalaya
2. Untuk mengetahui pengaruh signifikan kepuasan terhadap loyalitas anggota KSPPS BMT Al-Ittihad Tasikmalaya
3. Untuk mengetahui pengaruh signifikan kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas anggota KSPPS BMT Al-Ittihad Tasikmalaya

### **D. Kegunaan Penelitian**

Adapun dengan diadakannya penelitian ini, penulis berharap hal tersebut dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Teoritis
  - a. Akademisi

Akademisi diharapkan dapat membawa wawasan dibidang perbankan khususnya koperasi syariah dalam hal ini yang berkaitan dengan loyalitas anggota.

b. Peneliti

Peneliti diharapkan akan dapat menambah pengetahuan dan wawasan dibidang ekonomi dan lembaga keuangan syariah khususnya perbankan syariah serta sebagai ajang ilmiah untuk menerapkan berbagai teori perbankan syariah yang telah diperoleh dibangku kuliah.

2. Praktisi

a. Bagi Perbankan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan dalam melaksanakan pelayanan sehingga kegiatan perbankan syariah tetap berjalan dengan baik.

b. Bagi Nasabah dan Investor

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan informasi untuk nasabah. Sehingga nasabah dan investor mempunyai gambaran tentang bagaimana kondisi perbankan syariah yang dapat menguntungkan mereka.