

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Keberadaan lembaga keuangan, dalam hal ini koperasi syariah merupakan alternatif untuk mengurangi dualisme ekonomi keuangan di Indonesia. Dualisme keuangan ditunjukkan dengan adanya lembaga keuangan yang terorganisir dan lembaga keuangan yang tidak terorganisir. Lembaga keuangan yang terorganisir biasanya terdiri dari lembaga keuangan bank komersial dan lembaga keuangan bukan bank yang terdapat di pusat-pusat bisnis dan kota besar. Lembaga keuangan yang tidak terorganisir terdiri dari lembaga keuangan yang tidak berbentuk lembaga keuangan formal seperti rentenir atau lintah darat yang keberadaannya sangat merugikan nasabah peminjam karena biaya bunga pinjaman yang tinggi tetapi disenangi nasabah karena prosedur pinjaman yang mudah dan cepat. Lembaga keuangan yang tidak terorganisir inilah yang akan dikurangi keberadaannya dengan munculnya koperasi syariah.¹

Dilihat dari peristiwa itu akan muncul suatu persaingan antar lembaga ini agar tetap bertahan hidup (*survive*) dalam kegiatan yang dilakukannya, untuk itu suatu lembaga harus memperhatikan banyak hal. Satu hal yang paling urgen

¹Yuliani, "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Peminjam", *Dinamika Penelitian*, Nomor 02, (November, 2011), 202.

diperhatikan perusahaan agar dapat memenangkan persaingan adalah pemasaran yang memperhatikan kualitas jasa di dalam pelayanan konsumennya.²

Pemasaran adalah satu fungsi organisasi dan seperangkat proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan menyerahkan nilai kepada pelanggan dan mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan para pemilik sahamnya.³ Hal ini dilakukan agar nasabah merasa puas pada jasa yang dipakai dan cenderung menjadikan nasabah yang setia serta memberikan keuntungan finansial.

Kualitas disini adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik,⁴ sedangkan jasa adalah aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual.⁵ Menurut Wyckof, kualitas jasa merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.⁶

Berdasarkan paparan di atas dapat dipahami bahwa dalam pemasaran suatu jasa terdapat kualitas yang harus diberikan kepada konsumen. Untuk kegiatan

²Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Malang: Bayumedia, 2006), 258.

³Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua Belas, (Jakarta: PT Indeks, 2009), 6.

⁴Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 228.

⁵Fandy Tjiptono, *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*, (Yogyakarta: ANDI, 2005), 23.

⁶Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, 260.

jasa tentunya kualitas yang diharapkan oleh konsumen dapat dilihat dari adanya pelayanan dan fasilitas yang diberikan, apakah sesuai atau tidak dengan harapan konsumen. Sedangkan persepsi atau harapan konsumen bisa timbul dari adanya kegiatan pemasaran baik iklan, getok tular, maupun lainnya yang menjadi gambaran atau bisa juga dari pengalaman langsung konsumen.

Bentuk kualitas jasa bisa dilihat pada teori *total quality service* atau total kualitas jasa yang didalamnya terdapat dua dimensi yang merupakan bagian dari *perceived service*, yaitu:⁷

- 1) *Technical quality* (kualitas teknik), yang berkaitan dengan kualitas output yang dipersepsikan pelanggan.
- 2) *Functional quality* (kualitas fungsional), yang berkaitan dengan kualitas cara penyampaian jasa atau menyangkut proses transfer kualitas teknik.

Kedua hal ini adalah indikator yang digunakan dalam penelitian sebagai variabel bebas, yaitu kualitas teknik sebagai X_1 dan kualitas fungsional sebagai X_2 .

Banyak teori yang menerangkan tentang kualitas jasa tapi tidak ada teori tunggal yang benar-benar bisa menjelaskan sejauh mana kualitas jasa bisa mempengaruhi kesetiaan atau loyalitas seseorang dan juga kualitas jasa yang seperti apa yang bisa mempengaruhi kesetiaan atau loyalitas seseorang. Karena jika suatu

⁷Ibid.

kualitas jasa benar-benar dipertimbangkan oleh perusahaan, mungkin saja akan menciptakan loyalitas nasabah melalui kepuasan.

Tabel 1.1

Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Sikap dan Perilaku⁸

Sikap	Perilaku Pembeli	Kuat	Lemah
	Kuat	Loyalty	Latent Loyalty
Lemah		Spurious Loyalty	No Loyalty

Berangkat dari teori di atas maka suatu lembaga keuangan harus memperhatikan *total quality service* yang diberikan karena bisa mempengaruhi suatu loyalitas. Koperasi syariah Ben Iman Lamongan sebagai suatu koperasi berbasis syariah yang pertama kali muncul di Lamongan pada tahun 2004, berusaha mewujudkan ekonomi yang dijiwai oleh nilai-nilai ajaran Islam dengan menggunakan sistem bagi hasil dan upaya akan adanya perubahan sikap masyarakat terhadap keberadaan riba serta membangun semangat *ukhuwah islamiyah* melalui kegiatan ekonomi dalam rangka meningkatkan kesejahteraan kualitas hidup dari rizki yang halal dan baik.

Maka koperasi syariah Ben Iman Lamongan harus memperhatikan total kualitas jasa yang diberikan kepada nasabah untuk bisa tetap bertahan, dalam hal ini ada beberapa produk yang ditawarkan, yaitu:

⁸Ibid., 393.

Tabel 1.2
Data Produk yang Ditawarkan koperasi syariah Ben Iman Lamongan

No	Produk	Jenis
1	Layanan Simpanan	1. Simpanan Syariah <i>Mud}a>rabah</i> 2. Simpanan Deposito Syariah (Sijangka <i>Mud}a>rabah</i>)
2.	Layanan Pembiayaan	1. <i>Murobahah</i> 2. <i>Mud}a>rabah</i> 3. <i>Musyarokah</i>

Sumber: Brosur Koperasi Syariah Ben Iman Lamongan

Penulisan skripsi ini akan difokuskan pada produk pembiayaan *mud}a>rabah* karena dalam produk ini banyak menawarkan beberapa hal, yaitu: nisbah yang bisa dinegoh, pelayanan yang cepat, dan bisa dilakukan pemesanan untuk pencairan dana.⁹ Dan ada satu hal yang sangat menarik pada produk *mud}a>rabah* koperasi syariah Ben Iman Lamongan sehingga membuat penulis tertarik mengambil pembiayaan ini, yaitu hanya ada 11 nasabah yang berada dalam pembiayaan *mud}a>rabah* sejak tahun 2004 koperasi syariah Ben Iman Lamongan berdiri sampai tahun 2013.

Mud}a>rabah adalah akad kerjasama usaha/perniagaan antara pihak pemilik dana (*s}o>hibulma>l*) sebagai pihak yang menyediakan modal dana sebesar 100% dengan pihak pengelola modal (*mud}a>rib*), untuk diusahakan dengan porsi keuntungan akan dibagi bersama (nisbah) sesuai dengan kesepakatan dimuka dari kedua belah pihak, sedangkan jika ada kerugian akan ditanggung pemilik modal,

⁹Andik Priyanto, *Wawancara*, Koperasi Syariah Ben Iman Lamongan, 16 Agustus 2013.

kecuali jika ditemukan adanya kelalaian atau kesalahan oleh pihak pengelola dana (*mudharabah*), seperti penyelewengan, kecurangan, dan penyalahgunaan.¹⁰

Berdasarkan paparan tersebut maka koperasi syariah Ben Iman Lamongan dipilih sebagai tempat penelitian dengan harapan dapat memberikan manfaat bagi kemajuan koperasi syariah Ben Iman Lamongan khususnya dan lembaga keuangan bukan bank pada umumnya. Untuk itu penulis akan melakukan penelitian yang berjudul “*Pengaruh Total Kualitas Jasa Terhadap Loyalitas Nasabah dalam Hal Kerjasama Produk Mudharabah di Koperasi Syariah Ben Iman Lamongan*”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang tersebut, maka rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh antara kualitas teknik dan kualitas fungsional secara simultan terhadap loyalitas nasabah?
2. Apakah ada pengaruh antara kualitas teknik secara parsial terhadap loyalitas nasabah?
3. Apakah ada pengaruh antara kualitas fungsional secara parsial terhadap loyalitas nasabah?

¹⁰Fitri Nurhatati dan Ika Saniyati Rahmaniayah, *Koperasi Syariah*, (Surakarta: PT Era Intermedia, 2008), 38.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah:

1. Untuk menjelaskan apakah ada pengaruh antara kualitas teknik dan kualitas fungsional secara simultan terhadap loyalitas nasabah.
2. Untuk menjelaskan apakah ada pengaruh antara kualitas teknik secara parsial terhadap loyalitas nasabah.
3. Untuk menjelaskan apakah ada pengaruh antara kualitas fungsional secara parsial terhadap loyalitas nasabah.

D. Kegunaan Hasil Penelitian

Hasil dari penelitian yang penulis lakukan ini, diharapkan bermanfaat untuk hal-hal berikut:

1. Teoretis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan dalam mengetahui berbagai macam kualitas jasa yang diberikan oleh lembaga keuangan syariah yang akan mempengaruhi loyalitas nasabah.
 - b. Sebagai rujukan/penambahan referensi kepustakaan bagi peneliti berikutnya yang ingin meneliti ataupun menganalisis penelitian tentang kualitas jasa dan pengaruhnya terhadap loyalitas nasabah.
2. Praktis

- a. Penelitian ini dapat berguna sebagai bahan masukan bagi koperasi syariah Ben Iman Lamongan dalam pengambilan keputusan dan kebijakan tentang bagaimana meningkatkan loyalitas nasabah.
- b. Penelitian ini dapat berguna bagi seluruh koperasi syariah khususnya koperasi syariah Ben Iman Lamongan.