

## BAB V

### PEMBAHASAN

Pada penelitian tentang pengaruh total kualitas jasa terhadap loyalitas nasabah dalam hal kerjasama produk *mud}a>rabah* di koperasi syariah Ben Iman Lamongan, dalam penelitian ini diambil tempat koperasi syariah Ben Iman Lamongan karena koperasi ini adalah koperasi yang pertama kali berdiri di Lamongan berbasis syariah dan sudah memiliki 4 cabang yaitu: kancap Sugio, kancap Deket, Kancap Sukodadi, dan Kancap Turi. Dan ada hal lain yang membuat koperasi syariah Ben Iman Lamongan ini dipilih sebagai tempat penelitian yaitu dari pemimpinnya, H. Budi Santoso, SH yang merupakan ketua Dinas Koperasi Lamongan dan manajer serta pemilik dari koperasi syariah Ben Iman Lamongan dan juga pemilik koperasi syariah Dana Sejahtera yang merupakan anak dari koperasi syariah Ben Iman Lamongan yang pastinya memiliki kemampuan yang tinggi dalam pengolahan sistem koperasi.

Produk *mud}a>rabah* yang merupakan salah satu produk kerjasama di koperasi syariah Ben Iman Lamongan dengan 11 nasabah di dalam produk ini dan 19 transaksi sejak koperasi ini didirikan yaitu tahun 2004 sampai 15 Agustus 2013 dengan plafond paling sedikit Rp 200.000 dan paling banyak Rp 200.000.000. Hal ini dipengaruhi dari segi pemasaran koperasi syariah Ben Iman Lamongan yang hanya mengandalkan nama pemimpinnya saja dan tidak ada pemasaran yang benar-

benar dilakukan serta koperasi syariah Ben Iman Lamongan hanyalah mengandalkan sepanduk yang dipasang didepan kantor sebagai bentuk pemasaran. Mungkin ini adalah salah satu alasan kurangnya nasabah pada produk *mud}a>rabah* yaitu kurangnya sosialisasi ke masyarakat umum.

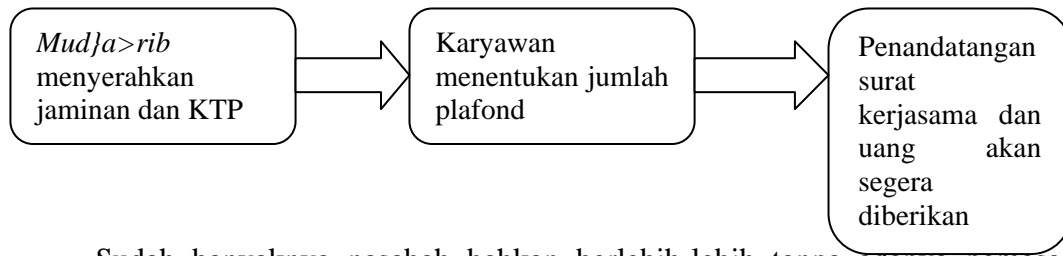
Banyaknya prosedur yang dilakukan adalah salah satu alasan yang dikatakan manajer administrasi terkait jumlah nasabah pada produk *mud}a>rabah* . Namun, ketika diobservasi ditemukan beberapa hal yang menurut penulis prosedur yang dilakukan tidaklah susah bahkan untuk nasabah yang sudah pernah melakukan pembiayaan produk *mud}a>rabah* maka untuk berikutnya bisa melakukan transaksi via telepon dan uang akan segera diantar ketempat beserta pengambilan persyaratan yang dibutuhkan. Maka prosedur yang rumit bukanlah suatu alasan yang bisa digunakan terkait jumlah nasabah terhadap produk pembiayaan kerjasama *mud}a>rabah* dikoperasi syariah Ben Iman Lamongan. Apalagi mayoritas pengguna produk *mud}a>rabah* adalah orang yang berpendidikan SMA dan S1, tentunya memiliki pemahaman yang cukup tinggi dalam menanganih hal seperti ini.

Dapat dilihat pada gambar di bawah ini terkait prosedur pembiayaan *mud}a>rabah* yang kegiatan transaksinya dilakukan di koperasi syariah Ben Iman Lamongan.

Gambar 5.1

## Prosedur Pembiayaan *Mudjara* di koperasi syariah Ben Iman

### Lamongan



Sudah banyaknya nasabah bahkan berlebih-lebih tanpa adanya pemasaran yang dilakukan merupakan bentuk anugerah tersendiri untuk lembaga keuangan koperasi syariah Ben Iman Lamongan dan itu sudah merupakan bentuk loyalitas nasabah pada produk-produk koperasi syariah Ben Iman Lamongan serta koperasi hanya bisa mensyukuri saja<sup>1</sup>. Pemikiran seperti inilah yang membuat suatu lembaga tidak berkembang, pada banyak produk karena sistem yang digunakan dalam lembaga koperasi syariah Ben Iman Lamongan adalah penutupan kekurangan pada produk yang tidak laku dengan produk yang laku. Hal ini memang wajar dijadikan kebijakan tapi berdampak negatif pada kurangnya pemberhatian pada produk yang tidak laku.

Dapat dilihat pada industri jasa, bahwa hal yang sangat diperhatikan adalah kualitas jasa. Sedangkan untuk lembaga keuangan non bank seperti koperasi syariah Ben Iman Lamongana maka hal yang harus diperhatikan salah satunya adalah produk yang ditawarkan koperasi syariah, dimana atribut disetiap koperasi syariah ini harus

<sup>1</sup>Andik Priyanto, *Wawancara*, Koperasi Syariah Ben Iman Lamongan, 16 Agustus 2013.

berbeda dengan lembaga keuangan lain atau paling tidak sama dengan lembaga keuangan lain. Hal ini merupakan kualitas teknik pada koperasi syariah Ben Iman Lamongan.

Sikap karyawan yang bekerja apa adanya dan bentuk keramahan yang dibuat karyawan berbeda antara nasabah yang dikenal akrab dan bukan, padahal seharusnya tidak ada pembeda sehingga para nasabah bisa merasakan kekeluargaan dari lembaga dengan keramahan yang diberikan. Hal ini adalah salah satu bentuk kualitas fungsional yang kurang diperhatikan. Dan kedua kualitas tadi tercantum dalam teori *total quality service* atau total kualitas jasa yang merupakan teori dari Christian Gronross, seorang legenda dalam pemasaran. Gronross memunculkan teorinya berkaitan dengan bagaimana suatu perusahaan manufaktur memperhatikan kualitas jasa, dan untuk penelitian ini ternyata bisa diterapkan pada lembaga keuangan non bank.

*Gronroos Perceived Service Quality Model* yang dibuat oleh Gronroos. Pendekatan yang dilakukan adalah dengan mengukur harapan akan kualitas layanan (*expected quality*) dengan pengalaman kualitas layanan yang diterima (*experienced quality*) dan antara kualitas teknis (*technical quality*) dengan kualitas fungsi (*functional quality*). Titik fokus dalam perbandingan itu menggunakan citra organisasi jasa (*corporate image*) pemberi jasa. Citra organisasi jasa menurut Gronroos sangat mempengaruhi harapan dan pengalaman pelanggan, sehingga dari

keduanya akan melahirkan konsep total kualitas jasa, yang didukung dalam penelitian ini.

Berdasarkan uji hipotesis yang sudah dilakukan, maka ditemukan hal sebagai berikut:

1. Pengaruh total kualitas jasa terhadap loyalitas nasabah secara simultan

Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan, ternyata hipotesis 1 diterima, karena variabel total kualitas jasa yang terdiri dari kualitas teknik ( $X_1$ ) dan kualitas fungsional ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap loyalitas nasabah ( $Y$ ). Apabila nasabah sudah merasakan kinerja atau hasil dari kualitas jasa dari suatu layanan, maka nasabah tersebut akan loyal pada koperasi syariah Ben Iman Lamongan. Kualitas jasa yang dirasakan akan membuat nasabah membuat keputusan untuk melakukan transaksi ulang yang didasarkan pada kebiasaan, atau keputusan yang disadari.

Temuan ini konsisten dengan temuan dari Yuliani yang membuktikan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah peminjam. Lebih lanjut lagi diterangkan pula bahwa konsumen lebih menekankan kepada *benefit* atau kualitas yang paling penting daripada memfokuskan kepada uang yang harus diberikan.

Hal ini merupakan suatu bentuk hal positif yang harus dikembangkan, karena dengan adanya total kualitas jasa yang baik maka dapat menimbulkan

suatu kepuasan. Dan diharapkan berlanjut pada sebuah kesetiaan terhadap lembaga keuangan yaitu koperasi syariah Ben Iman Lamongan.

Suatu kepuasan nasabah akan muncul apabila harapan pada suatu lembaga keuangan khususnya koperasi syariah Ben Iman Lamongan tentang apa yang akan diterimanya sebagai nasabah atau perlakuan apa yang seharusnya didapat sesuai dengan harapan. Maka berakibat pada kembalinya nasabah tersebut untuk melakukan transaksi dan bisa juga nasabah memberitahu orang lain tentang kebaikan dari koperasi syariah Ben Iman Lamongan. Hal inilah yang disebut loyalitas yang timbul dari kepuasan pada total kualitas jasa yang diberikan.

Loyalitas nasabah itu tidak terbentuk dalam waktu singkat, tetapi melalui proses belajar dan berdasarkan hasil pengalaman nasabah itu sendiri dari beberapa transaksi yang dilakukan sepanjang waktu. Bila yang didapat sudah sesuai harapan, maka proses transaksi ini terus berulang yang dapat dikatakan mulai munculnya tingkat kesetiaan pada nasabah. Maka dari itu loyalitas nasabah sebaiknya tetap dipertahankan karena suatu loyalitas bagaikan komitmen pelanggan pada koperasi syariah, yang merupakan hal yang sangat diinginkan oleh suatu usaha.

Dalam penelitian ini untuk mengukur loyalitas nasabah, peneliti menggunakan persepsi nasabah terhadap koperassi syariah Ben Iman Lamongan. Hasil kuisisioner dengan anggota menunjukkan bahwa para nasabah berusaha untuk

selalu menjawab dengan hal-hal yang positif mengenai KJKS Ben Iman Lamongan.

## 2. Pengaruh kualitas teknik terhadap loyalitas nasabah secara parsial

Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan, ternyata hipotesis 2 diterima, karena variabel total kualitas jasa yaitu kualitas teknik ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas nasabah ( $Y$ ). Apabila nasabah sudah merasakan kinerja pada kualitas teknik atau hasil dari kualitas jasa dari suatu layanan, maka nasabah tersebut akan loyal pada koperasi syariah Ben Iman Lamongan. Kualitas jasa yang dirasakan akan membuat nasabah membuat keputusan untuk melakukan transaksi ulang yang didasarkan pada kebiasaan, atau keputusan yang disadari.

Taraf signifikan yang terbaik dimiliki oleh indikator kualitas teknik. Hal ini sesuai dengan kunci utama pelayanan bahwa hal yang terbaik bisa dilihat dari produknya yang diterapkan oleh koperasi syariah Ben Iman Lamongan. Sebelum menjual produk yang digunakan, maka terlebih dahulu harus melihat keunggulan suatu produk tersebut apabila dipakai pada koperasi syariah dan kemampuan dari koperasi dalam menerapkan produk tersebut dalam hal ini adalah produk *mudharabah*.

Pada suatu lembaga keuangan seperti koperasi syariah, hal yang perlu diperhatikan adalah kualitas teknik yang diberikan kepada nasabah. Apa yang

diharapkan nasabah harus sama dengan apa yang diberikan pada lembaga koperasi syariah Ben Iman Lamongan dan bahkan lebih baik lagi kalau yang diberikan lembaga itu melebihi dari harapan nasabah.

Namun, untuk mengetahui harapan nasabah itu sangat sulit karena setiap nasabah memiliki harapan yang berbeda. Maka dari itu apa yang ditawarkan koperasi syariah Ben Iman untuk kualitas teknik harus benar-benar sesuai dengan apa yang diberikan karena bagi sektor industri pada kualitas jasa sangat sulit apabila mendapati kekecewaan pada nasabah.

### 3. Pengaruh kualitas fungsional terhadap loyalitas nasabah secara parsial

Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan, ternyata hipotesis 3 ditolak, karena variabel total kualitas jasa yaitu kualitas fungsional ( $X_2$ ) tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas nasabah ( $Y$ ). Hal ini bisa dilihat pada pelayanan karyawan, tidak adanya senyum, salam, dan sapa melainkan hanya langsung pada transaksi yang dilakukan atau mungkin adanya faktor lain yang mempengaruhi. Selain itu, kurang adanya suasana kekeluargaan yang diciptakan oleh karyawan koperasi syariah Ben Iman Lamongan, baik yang bertugas di dalam kantor maupun yang bertugas di luar kantor. Hal ini mungkin mengakibatkan nasabah kurang nyaman dalam menceritakan permasalahan-permasalahan ataupun keinginan yang dimiliki. Hal ini terlihat saat peneliti meminta tolong untuk pengisian kuisioner. Nasabah ada yang menolak dengan



alasan profesi yang mereka miliki tapi akhirnya mau mengisi kuisioner yang dibagikan dan menjawab beberapa pertanyaan.

Kualitas fungsional yang merupakan bagian dari total kualitas jasa merupakan satu paket dengan kualitas teknik, yang mana kualitas fungsional ini berkaitan dengan cara penyampaian jasa atau menyangkut proses transfer kualitas teknik. Maka ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam cara penyampaian jasa, yaitu: cara karyawan memperhatikan nasabah sehingga nasabah akan merasakan bahwa karyawan dan lembaga keuangan bisa menyelesaikan problem yang dihadapi, serta penyelesaian masalah yang diberikan sehingga bukan hanya bentuk perhatian yang dilakukan. Dan tidak kalah pentingnya adalah memperbaiki, apabila terjadi hal-hal yang tidak diinginkan maka harus menyiapkan personel untuk mengatasi kondisi tersebut. Maka dari itu kualitas fungsional harus diperhatikan karena hal ini menyangkut image dari koperasi syariah Ben Iman Lamongan.

Dari hasil penelitian ini bisa dilihat bahwa nasabah di koperasi syariah Ben Iman Lamongan pada jenis loyalitas pelanggan, 63,6% masuk katagori *loyalty*, di mana konsumen bersikap positif terhadap jasa atau penyedia jasa bersangkutan dan disertai pola pembelian ulang yang konsisten. 27,3% masuk katagori *latent loyalty* yang tercermin dari sikap yang kuat disertai dengan pola pembelian ulang yang lemah. Dan yang terakhir sebanyak 9,1% menunjukkan

katagori *spurious loyalty*, dimana nasabah memiliki sikap yang relatif lemah disertai dengan pola pembelian ulang yang kuat.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Achsanah H yang menemukan bahwa ada pengaruh antara persepsi atas kualitas pengalaman, kualitas lingkungan fisik, kualitas personil penyaji jasa terhadap kepuasan pengunjung dan pengaruh pengunjung terhadap niat merekomendasikan kepada keluarga dan rekan serta kualitas pengalaman terhadap niat berkunjung kembali. Dan juga pada penelitian Syamsuddin R yang menemukan pengaruh kualitas jasa terhadap dimensi *responsiveness* dan *assurance* sangat signifikan terhadap kepuasan mahasiswa dan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas mahasiswa.

Sementara pada dimensi *empathy* walaupun tidak mempunyai pengaruh langsung terhadap loyalitas mahasiswa tapi mempunyai pengaruh tidak langsung melalui variabel kepuasan mahasiswa sebagai variabel antara sedangkan kepuasan mahasiswa mempunyai pengaruh yang sangat signifikan terhadap loyalitas mahasiswa. Didapatkan nilai *responsiveness* dan *assurance* sebagai variabel yang paling berpengaruh.