

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan koperasi di Indonesia secara global telah mengalami sebuah peningkatan yang cukup menggembirakan. Hal ini dapat dibuktikan dengan data dari Kementerian Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (KUKM) yang menyatakan total koperasi di Indonesia hingga bulan Mei 2012 berjumlah 192.433 unit. Pertumbuhan koperasi tersebut terjadi peningkatan 6,72% untuk per tahunnya, yaitu pada tahun 2009 berjumlah 170.411 unit, tahun 2010 berjumlah 177.482 unit, dan pada tahun 2012 berjumlah 188.181 unit.¹

Jumlah koperasi yang disebutkan di atas bukan hanya berasal dari koperasi konvensional saja, melainkan mencakup pula koperasi syariah. Menurut Sekretaris Kementerian Negara KUKM Agus Muharram ketika rapat kerja (raker) komite II DPD menyatakan bahwa jumlah KSP/KJKS sebesar 9.017 unit dan USP/UJKS Koperasi sebesar 87.047 unit.² Dari jumlah tersebut, untuk jumlah KJKS dan UJKS

¹ Tanpa Nama, *Koperasi Indonesia Berjumlah 192.433 Unit*, dalam <http://ekonomi.kompasiana.com/bisnis/2012/09/04/koperasi-di-indonesia-berjumlah-192443-unit-484232.html>, diakses 16 April 2013 10.56

² *Ibid.*,

Koperasi sendiri sebesar 2.362 unit, dengan tingkat nasional sebanyak 85 unit, tingkat provinsi sebanyak 189 unit, dan tingkat kabupaten sebanyak 2.088 unit.³

Perkembangan jumlah koperasi secara global tersebut sejalan dengan perkembangan koperasi yang ada di Jawa Timur. Menurut Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jawa Timur jumlah koperasi di Jawa Timur mencapai 29.150 unit. Dan dari jumlah tersebut, jumlah KSP-USP Koperasi dan KJKS/UJKS-Koperasi mencapai 24.915 unit atau sekitar 85% dari jumlah koperasi.⁴

Pemaparan data koperasi di atas dapat kita lihat bahwa baik secara global maupun yang ada di Provinsi Jawa Timur saja, koperasi yang ada didominasi oleh koperasi sejenis koperasi simpan-pinjam. Dan diantara koperasi-koperasi yang ada, koperasi yang berbasis syariah juga telah ikut serta didalamnya.

Mulai bermunculannya koperasi yang berbasis syariah di Indonesia, seiring dengan bermunculannya bank-bank yang berbasis syariah. Lahirnya koperasi syariah tersebut juga memiliki landasan agama yang kuat. Landasan tersebut ada dalam Al-Quran.⁵

³ Tanpa Nama, *Menilik Perkembangan Koperasi Syari'ah dan Potensinya dalam Perbaikan Kesejahteraan Masyarakat*, dalam <http://fossei.org/2013/01/menilik-perkembangan-koperasi-syariah-dan-potensinya-dalam-perbaikan-kesejahteraan-masyarakat/>, diakses 16 April 2013 11.07

⁴ Tanpa nama, *Dinas Koperasi dan UMKM akan menggelar Expo Pembiayaan KSP/USP-Koperasi*, dalam http://www.diskopjatim.go.id/index.php?option=com_content&article&id=734:exp&catid=53:utama, diakses 16 April 2013 11.03

⁵ Abdus Sami *et. al*, *Al-Qur'anku dengan Tajwid Blok Warna Disertai Terjemah*, (Jakarta: Lestari Book, 2004), 64.

.....

□ | □□B□ϑ□≈B□I□S□÷□⊗□∈□I□S□÷□≈A□C□↓□A□□C□...□
•□Δ□M□A□C□⊗□↓□A□⊕□⊆□η | ≈ABTM∪ } ⊆□B□⊆

Artinya: “ Wahai orang-orang yang beriman! janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar). (Q.S An-Nisa’: 29).

....

□∅A□ϕ□ϕ□♦□≈A□ϕ□S□Θ | ®A©□...□♣A□C□ ϑ □ϕB□♦□M
□←□ϕTM□C□×□N≈A□ϕ□□ϕ□ϑ□≈A©□...□♣A□C□ ϑ □ϕB□♦
□M□ϕ
□M□ϕ

Artinya: “ Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong menolong dalam perbuatan dosa dan permusuhan.”(Q.S Al-Ma’idah: 2).⁶

Selain landasan hukum dari segi agama, landasan berdirinya koperasi yang berbasis Syariah juga datang dari Negara. Hal ini sesuai dengan Keputusan Menteri (Kepmen) Koperasi dan UKM Republik Indonesia Nomor 91/kep/M.KUKM/IX/2004 tanggal 10 September 2004 tentang petunjuk pelaksanaan kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah dan Unit Jasa Keuangan Syariah.⁷ Dari sinilah makin banyak koperasi syariah bermunculan di Indonesia.

Salah satu koperasi syariah di Indonesia adalah UJKS Tursina. UJKS Tursina terletak di Jl. Lidah Kulon No. 349 Surabaya, yang mulai dirintis tahun 2010 tanggal

⁶ *Ibid.*, 84.

⁷ Hilman Maulana, *Sejarah Koperasi Syari’ah Indonesia*, dalam <http://hilmanmaulana23.blogspot.com/2012/11/sejarah-koperasi-syariah-Indonesia.html>, diakses 16 April 2013 11.10

26 Mei. Badan hukum UJKS Tursina mengikuti Koperasi Primer Tursina No. 26/BH/436.4.13/2005. Hal ini karena UJKS Tursina merupakan unit usaha Koperasi Primer Tursina yang ada di Ngagel Tirto No.11 Surabaya. Produk yang ditawarkan di UJKS Tursina untuk saat ini meliputi pembiayaan dan tabungan *Murabahah*.⁸

UJKS Tursina belum pernah dijadikan objek penelitian oleh peneliti lain, oleh karena dengan adanya penelitian ini pihak UJKS Tursina sangat senang dan menyambut dengan baik. Berikut penuturan Pram Puji Rahayu selaku pimpinan UJKS Tursina saat diwawancara oleh peneliti :

“saya senang dan menerima dengan baik, mbak. Saya juga membutuhkan data ini, karena data ini belum ada. Saya juga kepingin tahu tanggapan nasabah tentang UJKS ini.”

UJKS Tursina sampai saat ini telah berdiri selama 2 tahun, dan selama 2 tahun tersebut telah mendapatkan nasabah mencapai 1100 orang sampai bulan Maret 2013. Berikut adalah perkembangan jumlah nasabah di UJKS Tursina:

**Tabel 1.1 Data Jumlah Nasabah Rata-rata Perbulan UJKS Tursina
Bulan Januari-Maret Tahun 2013**

No.	Bulan	Jumlah Nasabah Pembiayaan	Jumlah Nasabah Tabungan	Jumlah Total
1	Januari	420	634	1054
2	Februari	422	657	1079
3	Maret	428	673	1100

Sumber: UJKS Tursina, 2013 (Data Diolah)

⁸ Bu Pram, *wawancara*, UJKS Tursina No. 349 Lidah Kulon, 26 April 2013

Berdasarkan tabel 1.1 menunjukkan bahwa pertumbuhan jumlah nasabah perbulan rata-rata mengalami peningkatan sebesar 2,1%. Lokasinya yang berada di pinggir jalan raya membuat UJKS Tursina mudah dilihat sehingga masyarakat mengetahui keberadaan UJKS Tursina. Hal ini memungkinkan calon nasabah melirik dan tertarik dan kemudian mencari informasi tentang UJKS dan berniat menjadi nasabah.

Lokasi berpengaruh terhadap dimensi-dimensi pemasaran strategis, seperti fleksibilitas, *Competitive positioning*, manajemen permintaan, dan fokus strategis. Lokasi merupakan faktor krusial yang berpengaruh terhadap kesuksesan suatu jasa karena erat kaitannya dengan pasar potensial penyedia jasa.⁹

UJKS Tursina merupakan satu-satunya koperasi syariah yang ada di wilayah tersebut. Akan tetapi meski tidak ada pesaing secara langsung, banyak sekali pesaing dari koperasi konvensional. Dan hampir seluruh lembaga keuangan di wilayah tersebut terletak di pinggir jalan, meskipun tidak semua. Namun yang pasti mereka sama-sama bersaing untuk mendapatkan nasabah.

Kondisi persaingan yang cukup ketat tersebut untuk dapat bertahan, maka UJKS Tursina harus mampu memberikan kualitas pelayanan yang baik. Menurut Zeithaml Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai penilaian pelanggan atas keunggulan atas keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh.

⁹ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Malang: Bayumedia Publishing, 2006), 147.

Kualitas pelayanan yang baik akan menancap di benak konsumen dan merupakan salah satu faktor unggul dari para pesaingnya. Setiap orang pasti ingin diperlakukan dengan baik. Dan ketika sebuah lembaga mampu menyediakan kualitas pelayanan yang optimal, maka dia akan merasa puas. Kepuasan yang dialami konsumen dengan sendirinya dia akan lebih yakin dan percaya. Karena kualitas merupakan kunci untuk menciptakan nilai dan kepuasan pelanggan.¹⁰ Dari kualitas pelayanan ini pula mungkin seseorang akan berminat menjadi nasabah karena ingin menikmati lembaga keuangan yang profesional dan sesuai harapan mereka.

Selain itu, sebuah lembaga juga harus mampu menjadikan perusahaannya sebagai lembaga dengan pencitraan yang baik. Citra yang baik dari suatu organisasi (baik korporasi maupun lokal), merupakan aset. Hal ini karena citra mempunyai suatu dampak persepsi konsumen dari komunikasi dan operasi dalam berbagai hal.¹¹

Gronroos mengidentifikasi terdapat empat peran citra bagi suatu organisasi, *Pertama*, citra menceritakan harapan, bersama dengan kampanye pemasaran eksternal, seperti periklanan, penjualan pribadi, dan komunikasi dari mulut ke mulut. *Kedua*, citra adalah penyaring yang mempengaruhi persepsi pada kegiatan perusahaan. *Ketiga*, Citra adalah fungsi dari pengalaman dan juga harapan konsumen. *Keempat*, citra mempunyai dampak penting dalam manajemen, dengan

¹⁰ Philip Kotler dan Kevin Lane, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13(Jakarta: Erlangga, 2009), 144.

¹¹ Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Tingkah Laku Pemasaran*, (Bandung:Rosda Karya, 2002), 332.

kata lain citra mempunyai dampak internal.¹² Dengan pencitraan perusahaan yang baik maka, konsumen akan yakin dan berminat menjadi nasabah di UJKS Tursina.

Atribut-atribut yang meliputi kualitas pelayanan, lokasi, dan citra perusahaan tersebut merupakan bagian dari hal-hal yang dapat menarik minat beli masyarakat untuk menjadi nasabah UJKS Tursina. Minat beli adalah tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan pembelian benar-benar dilaksanakan.¹³ Lucas dan Britt mengatakan bahwa aspek-aspek yang terdapat dalam minat beli antara lain, perhatian, ketertarikan, keinginan, keyakinan, dan keputusan.¹⁴ Aspek-aspek inilah yang membuat konsumen memiliki minat beli.

Pemaparan latar belakang di atas, membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Citra Perusahaan terhadap Minat Beli Nasabah dalam Memilih Jasa UJKS Tursina”**

B. Identifikasi dan Batasan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka akan timbul beberapa pernyataan sebagai berikut :

¹² *Ibid.*, 332-333.

¹³ Zonna Yanuar Kusuma, “ Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Pelanggan , dan Citra Perusahaan terhadap Minat Beli, Studi pada Pelanggan PT Sunmotor Gemilang Semarang” (Skripsi Sarjana Ekonomi, Universitas Diponegoro, Oktober, 2011), 14.

¹⁴ Kartika Mandasari, “Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Minat Beli Konsumen dalam Memilih Jasa Perhotelan, Studi Kasus Hotel Grasia Semarang”, (Skripsi Sarjana Ekonomi, Universitas Diponegoro, Semarang Maret, 2011), 14-15.

1. Perkembangan jumlah koperasi konvensional dan syariah secara global dan di Jawa Timur mengalami peningkatan pada tiap tahunnya.
2. Lahirnya Koperasi di Indonesia memiliki landasan baik dari segi agama maupun landasan hukumnya.
3. Keberadaan UJKS Tursina sebagai salah satu koperasi syariah di Indonesia yang terus mengalami peningkatan nasabah.
4. Pengaruh lokasi terhadap minat beli nasabah dalam memilih jasa UJKS tursina.
5. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli nasabah dalam memilih jasa UJKS Tursina.
6. Pengaruh citra perusahaan terhadap minat beli nasabah dalam memilih jasa UJKS Tursina.

Untuk lebih fokus dan mendapatkan hasil yang lebih valid dalam penelitian ini dibatasi pada; pengaruh kualitas pelayanan, lokasi, dan citra perusahaan terhadap minat beli nasabah dalam memilih jasa UJKS Tursina.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, identifikasi masalah, dan batasan masalah di atas maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas pelayanan, lokasi dan citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat beli nasabah dalam memilih jasa UJKS Tursina?

2. Apakah kualitas pelayanan, lokasi, dan citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap minat beli nasabah dalam memilih jasa UJKS Tursina?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dipaparkan, tujuan penelitian ini adalah untuk :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, lokasi dan citra perusahaan terhadap minat beli nasabah dalam memilih jasa UJKS Tursina secara parsial.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, lokasi dan citra perusahaan terhadap minat beli nasabah dalam memilih jasa UJKS Tursina secara simultan.

E. Manfaat Penelitian

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

1. Teoritis
 - a. Membangun teori tentang minat beli yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, lokasi dan citra perusahaan, pada umumnya. Dan tambahan informasi serta

masuk dalam pengelolaan dan manajemen di UJKS Tursina sehingga mampu meningkatkan minat beli masyarakat, pada khususnya.

- b. Sebagai rujukan bagi peneliti berikutnya yang ingin meneliti ataupun mengembangkan penelitian tentang pengaruh variabel kualitas layanan, lokasi, dan citra perusahaan terhadap minat beli nasabah dalam memilih jasa UJKS Tursina.

2. Praktis

- a. Sebagai sarana bagi penulis untuk mempraktekkan teori-teori yang didapatkan selama perkuliahan dan sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S-1) di Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Sunan Ampel Surabaya.
- b. Menambah wawasan dan pemahaman masyarakat tentang keuangan syariah khususnya Unit Jasa Keuangan Syariah.

F. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah definisi berupa cara mengukur variabel itu supaya dapat dioperasikan.¹⁵ Agar lebih terarah dan tidak salah pengertian pada judul proposal “ Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Citra Perusahaan terhadap Minat Beli Nasabah dalam Memilih Jasa UJKS Tursina”, maka perlu dijelaskan sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan

¹⁵ Jogiyanto, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Yogyakarta:BPFE Yogyakarta, 2007),159.

Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta penyampaian ketepatannya dalam mengimbangi harapan konsumen.¹⁶ Kualitas pelayanan yang disediakan UJKS Tursina kepada para nasabahnya dengan indikator pengukur kualitas pelayanan dalam penelitian ini adalah jaminan, daya tanggap, dan *reabilitas*.

2. Lokasi

Lokasi didefinisikan tempat bagi perusahaan untuk melakukan kegiatan atau usaha sehari-hari. Letak UJKS Tursina dalam menjalankan operasionalnya dengan indikator dalam penelitian ini adalah akses, lingkungan, dan arus lalu lintas (*traffic*).¹⁷

3. Citra Perusahaan

Citra perusahaan didefinisikan refleksi/pandangan tentang suatu perusahaan yang ada di setiap ingatan pelanggan.¹⁸ Citra UJKS Tursina di mata para nasabah dengan indikator dalam penelitian ini adalah reputasi nama koperasi, realitas, dan hubungan masyarakat.

4. Minat Beli

Minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum

¹⁶ Munica Apriani, *Analisis Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Mereferensikan*, (Skripsi Sarjana Ekonomi, Universitas Diponegoro, Semarang, 2011), 38.

¹⁷ Kartika, *Analisis Faktor*, 42.

¹⁸ Zonna, *Analisis Pengaruh*, 29.

keputusan membeli benar-benar dilaksanakan.¹⁹ Minat para nasabah yang menggunakan jasa UJKS Tursina dengan indikator dalam penelitian ini adalah ketertarikan, keinginan, dan keyakinan.

5. UJKS

Unit Jasa Keuangan Syariah adalah unit usaha pada koperasi yang kegiatan usahanya bergerak di bidang pembiayaan, investasi, dan simpanan sesuai dengan pola bagi hasil (Syariah), sebagai bagian dari kegiatan usaha koperasi yang bersangkutan.²⁰ Dalam penelitian dilakukan di UJKS Tursina.

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan memuat uraian dalam bentuk essay yang menggambarkan alur logis dari struktur bahasan skripsi.²¹

Untuk mendapatkan gambaran yang jelas mengenai skripsi ini, penulis membuat sistematika penulisan dengan membagikannya dalam beberapa bab yang satu sama lain saling berhubungan dari bab satu tentang pendahuluan sampai bab lima simpulan dan saran.

Adapun susunannya adalah sebagai berikut :

BAB 1 PENDAHULUAN, bab ini merupakan pengantar materi sebagai Pendahuluan yang menguraikan secara garis besar mengenai latar belakang masalah,

¹⁹ Kartika, *Analisis Faktor-Faktor*, 43.

²⁰ Standar Operasioanal Prosedur Koperasi Jasa Keuangan Syariah dan Unit Jasa Keuangan Syariah, Kep Men Koperasi dan UKM No. 91/Kep/M.KUKM/IX/2004.

²¹ Fakultas Syariah, *Petunjuk Teknis Penulisan Skripsi*,11

identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kajian pustaka, definisi operasional, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, dalam bab ini akan memuat penjelasan analisis teoritis yang meliputi minat beli, kualitas pelayanan, lokasi dan citra perusahaan. Bab ini juga memuat *review* beberapa penelitian sebelumnya yang terkait dengan penelitian yang dilaksanakan saat ini.

BAB III METODE PENELITIAN, dalam bab ini metode penelitian dapat diuraikan berkaitan dengan jenis penelitian yang dipilih.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN, dalam bab ini akan memuat tentang deskripsi umum objek penelitian, hasil penelitian yang berupa data-data yang diperoleh selama penelitian, serta pembahasannya.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN, merupakan bagian akhir dari penulisan yang akan menunjukkan pokok-pokok penting dari keseluruhan pembahasan bab-bab sebelumnya. Bab ini memuat jawaban ringkas dari permasalahan yang dibahas pada bagian rumusan masalah di atas yang berisi simpulan dan saran.