BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan bank Syariah dan berbagai lembaga keuangan syariah lainnya sangat diperhitungkan di dunia, yang mana dibuktikan dengan beberapa penelitian yang menyatakan bank syariah mampu bertahan disaat terjadi krisis dan mampu mewadahi usaha mikro masyarakat. Dengan perkembangan lembaga keuangan syariah (selanjutnya disebut LKS) diharapkan dapat menyamai bank konvensional sebagai pesaingnya. Dalam kegiatan bisnis ekonomi dan perbankan lumrah jika terdapat persaingan seperti yang terjadi antara LKS dan lembaga keuangan konvensional, persaingan ini memaksa LKS untuk lebih berinovasi agar dapat bersaing dan terus berkembang dengan pesat. LKS dalam pelaksanaannya harus memperbaiki kualitasnya sehingga benar-benar mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah, selain LKS harus sesuai dengan ketentuan hukum Islam terdapat berapa faktor penting yang harus diperhatikan yaitu pelayanan, kompetensi sumber daya manusia (selanjutnya disebut SDM) dan perbaikan dalam sistem pemasaran. Untuk dapat menyentuh masyarakat dengan tepat dan memakmurkan umat khususnya golongan menengah ke bawah melalui produk-produk jasa LKS serta memberikan pelayanan yang Islami dan profesional dengan berpegang teguh pada Al-Qur'an dan Al-Hadits dan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

untuk mensukseskan program pemerintah tentang inklusi keuangan secara langsung dapat dilakukan oleh LKS non bank lainnya yang termasuk di dalamnya Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (selanjutnya disebut KSPPS). Berdasarkan Peraturan Menteri Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah Republik Indonesia Nomor 16 /Per/M.Kukm/Ix/2015 Tentang Pelaksanaan Kegiatan Usaha Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah Oleh Koperasi menyebutkan bahwa KSPPS adalah koperasi yang kegiatan usahanya meliputi simpanan, pinjaman dan pembiayaan sesuai prinsip syariah, termasuk mengelola zakat, infaq/sedekah, dan wakaf.[1]

Berdasarkan data yang disampaikan oleh Deputi Bidang Pembiayaan, KSPPS memiliki peluang dan prospek dalam menghimpun dan menyalurkan dana-dana bisnis dan sosial. Dalam memanfaatkan dana sosial keagamaan oleh KSPPS, potensi zakat secara nasional sebagaimana dirilis oleh Baznas tahun 2015 sebesar Rp 217 Triliun, sedangkan potensi wakaf uang sebagaimana dirilis Badan Wakaf Indonesia sebesar Rp 30 Triliun. Dana wakaf uang ini merupakan potensi bagi KSPPS untuk memperkuat modal bisnis (tamwil) yang diperoleh dengan biaya yang murah sehingga dapat menyalurkan kepada calon anggota/anggota dengan bagi hasil yang ringan. Dari aspek bisnis (tamwil) KSPPS masih memiliki ceruk yang luas untuk membiayai usaha mikro kecil karena data terakhir

[1] Berita Negara Republik Indonesia "Menteri Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah Republik Indonesia", dalam file:///C:/Users/7/Downloads/n.27-n.28-permen-kukm-nomor-16-tahun-2015.pdf (Diakses 3 September 2016, pkl 09:32)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menyebutkan baru pada kisaran 19% sampai 21% UMKM yang memperoleh pembiayaan dari perbankan. Data Islamic Development Bank (selanjutnya disebut IDB) 2015 kondisi esisting lembaga keuangan syariah Indonesia (LKSI), khususnya non bank ±4500 – 5000 BMT merupakan potensi yang luar biasa untuk dikembangkan. Isu-isu yang masih mengemuka dalam praktek keuangan mikro syariah secara khusus antara lain adalah jenis produk terbatas, ketidakcukupan modal, terbatasnya sumber pendanaan, dan kurang efektifnya pengawasan. Selain itu kurangnya kualitas dan kompetensi SDM lebih rendah dari sector konvensional, wakaf uang masih minim dan kurangnya pengetahuan masyarakat tentang zakat dan wakaf.[2]

Berdasarkan data tersebut dan seperti yang telah disebutkan dalam perkembangan perbankan dan lembaga keuangan sangat dibutuhkan pelayanan yang baik, pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau anggota. Setiap karyawan dituntut untuk memberikan pelayanan yang prima kepada anggotanya. Pelayanan yang prima, artinya pelayanan terhadap produk yang dijual atau jasa yang ditawarkan harus dilakukan secara baik agar anggota mengerti dengan baik sehingga dapat memanfaatkannya sesuai dengan yang diharapkan.[3] Selain dari itu agar pelayanan yang diberikan dapat memuaskan anggota, perusahaan melalui

[2] Braman Setyo, "Press realase deputi pembiayaan pada acara workshoop-outlook usaha simpan pinjam dan pembiayaan syariah 2016" dalam http://www.pembiayaansyariahkukm.info/Materi/rilis.pdf (Diakses 3 September 2016, pkl 09:00)
[3] Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012), 219

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pegawai harus memiliki dasar-dasar pelayanan yang kokoh seperti pengenalan produk, etiket pelayanan dan dasar-dasar pelayanan lainnya. Menurut Ismail Nawawi anggota yang datang ke bank sekalipun tak diundang merupakan tamu kehormatan yang harus diberikan pelayanan yang maksimal, diantara etika yang diterapkan dalam perbankan Syariah adalah sikap dan perilaku penampilan dan cara berpakaian.[4] Sedangkan tujuan memberikan pelayanan adalah untuk memberikan kepuasan kepada konsumen atau pelanggan, sehingga dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan.

Dalam pelaksanaan perbankan dan lembaga keuangan diperlukan SDM yang mumpuni, menurut Kasmir SDM yang dimiliki haruslah memiliki kemampuan dalam menjalankan setiap transaksi, mengingat faktor pelayanan yang diberikan karyawan itu sangat menentukan sukses dan tidaknya suatu lembaga keuangan. Kemampuan yang dimiliki harus diasah terus-menerus baik melalui pengalaman kerja maupun pelatihan dan pengembangan karyawan. Pengelolaan sumber daya manusia yang memperlakukan manusia sesuai dengan norma-norma yang berlaku akan memberikan rasa keadilan kepada manusia. Perlakuan yang manusiawi akan memberikan motivasi yang kuat kepada karyawan untuk memajukan perusahaan. Rasa memiliki perusahaan pun meningkat, sehingga motivasi yang kuat akan dapat meningkatkan produktifitas kerja karyawan. Bagi lembaga keuangan yang memiliki kegiatan yang begitu

[4] Ismail Nawawi, *Manajemen Perbankan Syariah* (Jakarta: Dwi Putra Pustaka jaya, 2014), 122

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

padat dalam arti setiap transaksi harus selesai dalam waktu yang singkat maka karyawan yang dimiliki harus memiliki beberapa persyaratan khusus yakni memiliki keterampilan dalam dunia keuangan/perbankan agar dapat melayani setiap produk yang ditawarkan secara cepat, tepat, dan memuaskan.[5]

Untuk menjalakan dan mengefektifkan hasil yang ingin dicapai sebuah perusahaan memerlukan pemasaran yang baik. Menurut Kasmir dalam memasarkan produknya pemasar harus pandai membaca situasi pasar sekarang dan dimasa yang akan datang, artinya pemasar harus tanggap terhadap apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen, kemudian kapan, dan dimana dibutuhkan. Dalam hal ini produsen harus mampu menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen secara tepat waktu. Disamping itu pemasar harus mampu mengkomunikasikan keberadaan dan kelebihan produknya dibandingkan dengan pesaing, selain itu pemasar juga harus mempunyai strategi sehingga mampu meyakinkan dan menarik minat konsumen untuk memakai produknya. KSPPS sebagai lembaga keuangan yang menawarkan produk dan jasa keuangan membutuhkan strategi pemasaran yang ampuh guna memasarkan produknya dengan berbagai penawaran dan pelayanan yang lebih cepat dan efisien.[6]

Menurut Kasmir tujuan utama dari strategi pemasaran yang dijalankan adalah meningkatkan jumlah anggota baik secara kuantitas

[5] Kasmir, *Manajemen Perbankan*, 155
[6] Ibid., 189

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

maupun kualitas. Secara kuantitas berarti jumlah anggota bertambah cukup signifikan dari waktu ke waktu, sedangkan secara kualitas berarti anggota yang didapat merupakan anggota produktif yang dapat membagikan keuntunganya kepada bank. Untuk mencapai tujuan tersebut dapat dilakukan dengan beberapa hal yang baik sehingga memberikan kepuasan kepada anggota. Dalam praktiknya apabila anggota puas atas pelayanan yang diberikan maka ada beberapa keuntungan yang dapat diperoleh oleh bank yakni anggota lama tetap bertahan dan tidak berpindah kepada bank lain, dengan kata lain anggota loyal kepada bank. Seperti yang dikatakan Derek dan Rao "kepuasan konsumen secara keseluruhan akan menimbulkan loyalitas. Keuntungan lain adalah kepuasan anggota lama akan disampaikan kepada yang lain atau calon anggota sehingga perusahaan dapat menambah jumlah anggota baru dengan biaya dan cara yang efisien".[7]

Dewasa ini, perusahaan berada pada era persaingan yang paling hebat. Meskipun demikian, dengan beralih dari filosofi produk dan penjualan ke filosofi pemasaran holistik, perusahaan akan mendapatkan peluang yang lebih baik untuk memenangkan persaingan. Dasar dari orientasi pemasaran yang dibentuk dengan baik adalah hubungan pelanggan yang kuat. Pegawai pemasaran harus berhubungan dengan pelanggan secara intens, menginformasikan, melibatkan diri, dan mungkin bahkan mendorong mereka dalam proses tersebut. John Chambers, CEO

[7] Ibid., 262

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Cisco Systems, mengungkapkan dengan baik ketika ia menyarankan untuk "membuat pelanggan Anda menjadi pusat budaya Anda". Perusahaan yang berpusat pada pelanggan mempunyai keahlian dalam membangun hubungan dengan pelanggan, bukan hanya produk, mereka juga ahli dalam rekayasa pasar, bukan hanya dalam rekayasa produk. Menciptakan pelanggan yang loyal adalah inti dari setiap bisnis. Menurut Don Peppers dan Martha Rogers, satu-satunya nilai yang dapat diciptakan perusahaan adalah nilai yang berasal dari pelanggan, yang merupakan nilai yang dimiliki sekarng dan nilai yang akan dimiliki di masa depan. Suatu bisnis dikatakan sukses jika berhasil mendapatkan, mempertahankan, dan menumbuhkan pelanggan. Pelanggann merupakan satu-satunya alasan perusahaan membangun pabrik, mempekerjakan karyawan, menjadwalkan rapat, membuat jalur serat optik, atau melibatkan diri dalam aktivitas bisnis apapun. Tanpa pelanggan pengusaha tidak mempunyai bisnis.[8]

Dalam mengemabangkan dan mensukseskan kegiatanan inklusi keuangan yang sesuai dengan prinsip Syariah juga dilaksanakan oleh KSPPS Amanah Ummah Karah Agung yang berkantor di Jl. Karah Agung No. 42 B Karah Jambangan Surabaya, sesuai visi- misinya, yaitu "Dengan ridho Allah menjadi koperasi Syariah terdepan dan terdekat di hati masyarakat ekonomi mikro kecil menengah, memberikan pelayanan dan pendampingan kepada masyarakat usaha, mikro kecil menengah untuk meningkatkan kualitas hidup, membudayakan dan mendekatkan

[8] Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran,* (Jakarta: Erlangga, 2009), 134

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

masyarakat pada lembaga keuangan syariah dan bermuamalah secara Syariah.[9]

Alasan peneliti melakukan penelitian di KSPPS Amanah Ummah karena dalam menjalankan kegiatan usahanya KSPPS melayani anggotanya dengan sistem *pick up service,* selain itu KSPPS memiliki produk-produk pembiayaan yang benar-benar memfasilitasi anggota yang ingin mengembangkan usahanya, serta banyaknya pilihan produk layanan simpanan yang bervariatif yang dapat dimanfaatkan anggota sesuai kebutuhan, dengan diikuti adanya kemudahan dalam proses transaksinya.

Terdapat bebebrapa penelitian yang telah dilakukan berkenaan dengan pelayanan, kompetensi SDM dan pemasaran pada lembaga keuangan Syariah. Namun kebanyakan dari penelitian yang ada hanya membahas tentang tingkat pelayanan saja dan berpengaruh pada loyalitas saja atau pada kepuasan saja, ada satu peneliti yang menambahkan variabel pemasaran dalam penelitiannya tetapi berpengaruh pada kepuasan saja. Sehingga berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk meneliti tentang mutu pelayanan, kompetensi SDM dan pemasaran yang di miliki oleh KSPPS Amanah Ummah yang berpengaruh pada kepuasan dan loyalitas anggota. Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui dan menganalisa apakah pelayanan, kompetensi SDM dan pemasaran yang dilakukan KSPPS Amanah Ummah memberikan dampak kepada kepuasan dan loyalitas anggotanya.

---

[9] Admin, "Visi dan Misi" dalam http://www.bmtamanahummah.com/tentang-kami/visi-misi-tujuan/ (Diakses 2 Mei 2016, pkl 08:30).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Identifikasi dan Batasan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka peneliti melakukan identifikasi masalah dan membatasi masalah yang muncul, karena latar belakang di atas masih sangat luas memaparkan berbagai fenomena sosial, intelektual, pragmatis, dan *setting* penelitian. Hal ini dimaksudkan untuk menangkap permasalahan yang terdapat dalam uraian latar belakang sehingga mempermudah peneliti untuk melanjutkan pada tahap selanjutnya.

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah tersebut, maka dapat ditemukan identifikasi masalah sebagai berikut:

a. Pelayanan yang dilakukan oleh KSPPS Amanah Ummah.
b. Kompetensi SDM yang ada di KSPPS Amanah Ummah.
c. Pemasaran atau *marketing* yang dilakukan KSPPS Amanah Ummah.
d. Kepuasan anggota KSPPS Amanah Ummah atas pelayanan, kompetensi SDM, dan pemasaran KSPPS.
e. Loyalitas anggota KSPPS Amanah Ummah.

2. Batasan Masalah

Berdasarkan uraian identifikasi masalah di atas. Maka peneliti memutuskan untuk membatasi masalah karena terbatasnya waktu dan daya yang tersedia. Maka identifikasi masalah dibatasi menjadi beberapa hal sebagai berikut:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Masalah pelayanan.

b. Masalah kompetensi SDM.

c. Masalah pemasaran.

d. Masalah layanan, kompetensi SDM, dan pemasaran terhadap kepuasan.

e. Masalah kepuasan terhadap loyalitas.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan anggota di KSPPS Amanah Ummah?
2. Apakah pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas anggota di KSPPS Amanah Ummah?
3. Apakah kompetensi SDM berpengaruh positif terhadap kepuasan anggota di KSPPS Amanah Ummah?
4. Apakah kompetensi SDM berpengaruh positif terhadap loyalitas anggota di KSPPS Amanah Ummah?
5. Apakah pemasaran berpengaruh positif terhadap kepuasan anggota di KSPPS Amanah Ummah?
6. Apakah pemasaran berpengaruh positif terhadap loyalitas anggota di KSPPS Amanah Ummah?
7. Apakah kepuasan anggota berpengaruh positif terhadap loyalitas anggota di KSPPS Amanah Ummah?

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

D. Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pelayanan terhadap kepuasan anggota di KSPPS Amanah Ummah.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pelayanan terhadap loyalitas anggota di KSPPS Amanah Ummah.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kompetensi SDM terhadap kepuasan anggota di KSPPS Amanah Ummah.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kompetensi SDM terhadap loyalitas anggota di KSPPS Amanah Ummah.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pemasaran terhadap kepuasan anggota di KSPPS Amanah Ummah.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pemasaran terhadap loyalitas anggota di KSPPS Amanah Ummah.
7. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepuasan anggota terhadap loyalitas di KSPPS Amanah Ummah.

E. Kegunaan Penelitian

Adapun hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi beberapa pihak, antara lain:

1. Bagi akademisi, agar dapat menjadi bahan rujukan penelitian selanjutnya yang lebih kompleks. Manfaat lainnya sebagai sarana pengembangan pengetahuan ilmiah dalam rangka meningkatkan ilmu

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pengetahuan di bidang ekonomi khususnya dalam memberikan kepuasan dan menciptakan loyalitas anggota KSPPS.

2. Bagi praktisi, penelitian ini dapat menjadi acuan bagi KSPPS Amanah Ummah atau lembaga keuangan lain terutama lembaga keuangan *Syari'ah* untuk mempertimbangkan, mengevaluasi serta merumuskan kebijakan-kebijakan yang lebih maksimal dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas anggota. Baik dari tahap sosialisasi, ketepatan sasaran anggota, jumlah dana yang direalisasikan, pendampingan pengelolaan dana anggota, pelatihan anggota, pengawasan penggunaan dana serta dampaknya setelah mendapatkan dana pembiayaan.
3. Bagi pemerintah, penelitian ini dapat digunakan sebagai sumbangan pemikiran bagi pemerintah dalam melakukan program pemberdayaan masyarakat dengan memberikan pelayanan, menyediakan sumber daya yang baik serta maerancang pemasaran yang baik bagi program-program pemerintah yang ada maupun yang baru direncanakan.

F. Sistematika Pembahasan

Agar pembahasan dalam penelitian ini menjadi sistematis sesuai dengan alur berpikir ilmiah, maka dibutuhkan sistematika pembahasan yang tepat. Adapun sistematika pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bab I berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika pembahasan. Bab ini

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tentunya menjadi pedoman dalam pembahasan yang akan menjadi kajian dalam penelitian kedepannya.

Bab II ini terdapat tiga bagian yaitu pertama, kerangka teoritik yang menguraikan teori-teori yang digunakan sebagai kerangka pembahasan, yang berisi uraian telaah pustaka, referensi, jurnal, artikel, dan lain-lain yang berkaitan dengan topik penelitian ini. Kedua, menjelaskan tentang kerangka konseptual penelitian. Ketiga tentang penelitian terdahulu.

Bab III membahas tentang kerangka konseptual yang berisi kerangka konseptual penelitian, paradigma penelitian, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

Bab IV membahas tentang metode yang digunakan dalam penelitian, yang berisi lokasi dan waktu penelitian, definisi operasional variabel, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, skala dan pengukuran.

Bab V membahas lingkup perusahaan dan hasil analisis data. Ruang lingkup perusahaan hanya digambarkan secara garis besar dan penyajian hasil olahan data dari *smartPLS 2.0* dan pembahasan dari penelitian.

Bab VI adalah penutup dari penelitian yang telah dilakukan, yang memaparkan kesimpulan dan saran.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id