

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

GEMI, pada awalnya adalah program yang dikembangkan para aktivis muda LSM, alumni beberapa Kampus di DIY, yang fokus pada pemberdayaan ekonomi rakyat. GEMI bergerak sejak tahun 2004 di Yogyakarta terutama di Kabupaten Bantul. Kegiatan Utama GEMI adalah Layanan Keuangan Mikro Syariah sistem Grameen Bank, bagi UKM Skala Mikro, terutama Kaum Perempuan, berbasis kelompok.

Dalam perkembangannya, program GEMI, secara formal menjadi “Koperasi GEMI”, sejak Oktober 2006. Koperasi GEMI, sempat mengalami gangguan usaha pada waktu gempa bumi di DIY, 27 Mei 2006. Di mana 80% kegiatan usaha bersama anggota mengalami kemacetan karena para anggota GEMI terkena dampak langsung dari gempa bumi (seperti: rumah roboh, sakit, cacat, dan beberapa di antaranya meninggal dunia).

Paska gempa bumi 2006 hingga sekarang, Koperasi GEMI, berusaha bangkit kembali, membangun ekonomi bersama para anggotanya dan mengembangkan program program berbasis pengurangan resiko terhadap bencana terhadap anggota dan masyarakat sekitarnya.

Para Anggota GEMI, adalah pelaku usaha skala mikro. Pada awalnya, anggota diutamakan adalah pelaku UKM skala mikro yang perempuan. Namun, dalam perkembangannya, anggota Koperasi GEMI adalah seperti UKM pada umumnya: perempuan dan laki-laki, tidak ada diskriminasi gender meskipun komposisi terbanyak sebesar 99% masih didominasi kaum perempuan.

Perkembangan Lembaga Keuangan Mikro Syariah di Yogyakarta tidak terlepas dari kondisi sosial masyarakat Yogyakarta. Berdasarkan data Bappeda DIY, jumlah unit Koperasi Syariah dengan tingkat tertinggi pada tahun 2017 sebesar 292 unit.

Tabel 1.1 Perkembangan LKMS di Yogyakarta

No	Bidang Urusan	Sub Elemen	Tahun					Sumber Data
			2017	2018	2019	2020	2021	
1	Koperasi dan UKM	Koperasi Syariah	292	268	239	279	276	Dinas Koperasi dan UKM DIY

Sumber: http://bappeda.jogjaprovo.go.id/dataku/data_dasar/index/98-jumlah-koperasi-per-prinsip-keuangan?id_skpd=44

Seperti halnya Koperasi GEMI atau lebih dikenal dengan Gerakan kaum Ibu (GEMI) adalah sebuah lembaga Keuangan Mikro Syari'ah (LKMS) yang mengemban visi untuk meningkatkan kualitas hidup

masyarakat dan mengurangi angka kemiskinan melalui pemberdayaan perempuan pengusaha mikro (kecil). Dalam menjalankan amanah tersebut.

Keistimewaan Koperasi GEMI Yogyakarta dibanding lembaga yang lainnya yaitu selain menjalankan akad transaksinya menggunakan aturan syariah, GEMI juga bergerak dalam target pasar yang sangat berbeda yaitu kaum Ibu. GEMI berpengalaman dalam:

- 1) Meningkatkan pendapatan keluarga kurang mampu.
- 2) Memperluas akses perempuan kurang mampu terhadap sumberdaya ekonomi.
- 3) Memperluas akses perempuan kurang mampu terhadap hak-hak pelayanan publik oleh Negara.
- 4) Meningkatkan wawasan perempuan kurang mampu menuju kesejahteraan keluarga.

Koperasi GEMI merupakan salah satu lembaga keuangan yang memiliki produk simpanan dan pembiayaan. Dimana produk simpanan meliputi, simpanan wajib dan simpanan sukarela. Produk pembiayaan meliputi, pembiayaan usaha, multiguna dan kaum dhuafa. Sebagaimana data dari Koperasi GEMI periode 2015-2020.

Dalam mekanismenya. Koperasi GEMI melakukan sistem *jemput bola*, dimana penarikan tabungan wajib dan angsuran pinjaman dari pembiayaan yang diangsur setiap satu minggu sekali dengan cara

fasilitator (marketing) mendatangi tempat tinggal para ketua “rembug” atau kelompok, dan dalam rembug tersebut semua anggota berkumpul dan menyerahkan uang tabungan wajib, tabungan sukarela maupun angsuran. Hal tersebut berdasarkan data dan konfirmasi langsung oleh fasilitator.

Dengan semakin banyaknya lembaga keuangan syariah yang banyak bermunculan di Indonesia dan persaingan yang semakin tajam membuat para pelakunya berlomba- lomba untuk mendapatkan simpati para konsumen potensial. Dan saling berlomba-lomba memberikan kinerjanya secara baik dalam segala aspek. Demi memenangkan mencari nasabah atau anggota terbanyak, termasuk dalam aspek pemasaran dan aspek pelayanan yang sesuai syariah.

Tabel 1.2 Jumlah Anggota Koperasi Gerakan Ekonomi Kaum Ibu (GEMI)

Jumlah Anggota	Tahun 2019	Tahun 2020	Peningkatan
Anggota	4376	3913	Menurun 10.58%
Jumlah Rembug Minggon (Kelompok)	428	408	Menurun 4.67%

Data diperoleh dari Koperasi GEMI 2021

Prioritas dari program GEMI adalah memberdayakan pengusaha kecil yang mempunyai usaha riil dibidang perdagangan. Setelah program Koperasi Syariah GEMI didirikan, sudah banyak anggota bergabung. Namun seiring berjalannya waktu Koperasi GEMI mengalami penurunan jumlah anggota pada tahun 2019-2020. Dibenarkan juga oleh Esty sebagai

salah satu karyawan yang bertugas sebagai teller, mengatakan bahwa pada akhir periode 2019 menurunnya pertumbuhan jumlah nasabah.

Anggota koperasi ini banyak dari kaum perempuan. Para perempuan didampingi dengan membentuk perkumpulan (kelompok kerja) yang secara bersama berusaha meningkatkan pendapatan ekonomi keluarga. Pendampingan bagi perempuan di bidang usaha penting dilakukan agar tidak terjebak hanya pada bantuan filantropis atau *fundraising*. (Widianto, 2000)

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa dari tahun 2019-2020 terlihat fenomena menurunnya tingkat nasabah dari tahun ke tahun. Hal tersebut merupakan daya tarik tersendiri untuk dilakukan analisa dan penelitian lebih lanjut.

Koperasi GEMI yang merupakan sebuah Lembaga Keuangan Mikro Syari'ah (LKMS) yang memberdayakan perempuan pengusaha mikro (kecil). karena koperasi syariah pertama yang memberdayakan kaum ibu di Yogyakarta. (<https://koperasi.jogjakota.go.id/page/index/80/daftar-koperasi>). Pasalnya, perempuan memiliki andil cukup besar dalam perekonomian Indonesia. Dalam Laporan Tenaga Kerja Ekonomi Kreatif, BPS dan Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) menyebut perempuan secara konsisten menjadi pemain utama industri kreatif sejak 2011 hingga 2016.

Melihat fenomena tersebut maka peneliti melakukan observasi ke Koperasi GEMI secara langsung dengan meminta izin untuk mengadakan

penelitian dan menggali informasi mengenai berbagai macam keluhan di lapangan. Dilokasi tempat *rembug* berlangsung, penulis menanyakan hal apa saja yang dikeluhkan oleh nasabah kepada koperasi GEMI, sehingga sampai terjadi tingkat penurunan jumlah anggota. Terdapat identifikasi masalah di Koperasi GEMI kantor pusat yaitu, nasabah mengeluh tentang penyampaian dan penjelasan fasilitator kepada nasabah terlalu cepat dan kurang jelas bagi nasabah, yang membuat nasabah kurang nyaman. Sehingga, sering menimbulkan berbagai kesalahpahaman antara anggota dengan anggota lainnya pada saat proses *rembug* (perkumpulan/pertemuan).

Semenjak adanya keluhan nasabah yang terjadi dan fenomena menurunnya jumlah anggota (nasabah), dimana fenomena dan keluhan dari nasabah tersebut mengacu pada tema tentang perilaku konsumen dan pemasaran. Permasalahan yang dibahas dalam skripsi ini merupakan salah satu masalah yang banyak terjadi di dalam Perusahaan. Khususnya lembaga keuangan syariah. Ruang lingkup pembahasannya erat hubungannya dengan komunikasi pemasaran, kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas. Sehingga penulis merumuskan dengan variabel :

1. Komunikasi pemasaran sebagai tolak ukur sarana dimana perusahaan berusaha menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merek yang dijual.

2. Kualitas pelayanan sebagai tolak ukur sejauh mana upaya pemenuhan kebutuhan yang dilakukan oleh Koperasi GEMI.
3. Kepuasan sebagai tolak ukur sejauh mana nasabah merasakan tingkat perasaan setelah membandingkan kinerja dengan harapannya,
4. Loyalitas sebagai tolak ukur sejauh mana nasabah setia kepada jasa pelayanan dan produk dari Koperasi GEMI.

Berangkat dari uraian tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai hal tersebut yang tertuang dalam penulisan skripsi dengan judul **“Pengaruh Komunikasi Pemasaran, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Koperasi GEMI Yoyakarta Kantor Pusat”**.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh komunikasi pemasaran terhadap loyalitas nasabah Koperasi GEMI Yogyakarta kantor pusat?
2. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota Koperasi GEMI Yogyakarta kantor pusat?
3. Apakah ada pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah Koperasi GEMI Yogyakarta kantor pusat?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan membuktikan pengaruh komunikasi pemasaran yang telah dilakukan Koperasi GEMI Yogyakarta kantor pusat terhadap nasabahnya.
2. Untuk mengetahui dan membuktikan pengaruh kualitas pelayanan yang telah dilakukan Koperasi GEMI Yogyakarta kantor pusat terhadap nasabahnya.
3. Untuk mengetahui dan membuktikan pengaruh kepuasan terhadap loyaltas nasabah Koperasi GEMI Yogyakarta kantor pusat.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis bagi penulis: memperluas pengetahuan penulis terkait perkembangan ilmu fiqh muamalah, khususnya mengenai komunikasi pemasaran. Menambah pengalaman penulis dengan mengkomparasikan teori yang sudah didapatkan di bangku perkuliahan dengan praktik yang terjadi.
2. Bagi pembaca: memberikan informasi tentang cara paling efektif dalam pola komunikasi pemasaran.
3. Bagi Peneliti: penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi penelitian sejenis untuk penelitian selanjutnya.
4. Manfaat Praktis Bagi Koperasi GEMI: hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, saran, dan masukan positif pada lembaga yang bersangkutan dalam rangka meningkatkan dan mengembangkan

kiprah institusi atau perusahaan dalam meningkatkan aktivitas ekonomi syari'ah.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Dalam penyusunan skripsi, terdapat beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan acuan atau rujukan oleh peneliti baik dalam bentuk jurnal, buku, maupun skripsi, di antaranya :

Tabel 2.1 Tinjauan Pustaka (Persamaan dan Perbedaan)

No	Penulis dan Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Maria Magdalena, Lidya Martha, Ingat Budi Berkat Kristian Ziliwu. (2018). Jurnal Pundi, Vol. 02, No. 03. Dengan judul “Pengaruh Komunikasi Pemasaran dan Kereliasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah di PT Bank Nagari Cabang Pasar Raya Kota Padang”.	- Meneliti Pengaruh Komunikasi Pemasaran - Objek yang diteliti	- Lokasi Penelitian - Metode yang digunakan - Variabel
2	Anggun Citra Novita, dkk. (2016). Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, Volume 16 No. 01. Dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Komunikasi	- Meneliti Kualitas Pelayanan - Objek yang diteliti	- Lokasi Penelitian - Metode penelitian - Variabel

	Iinterpersonal Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Sulutgo Cabang Utama Manado”.		
3	Suharto Tahir dan Anwar dan Shafwana. (2013). Malikussaleh Industrial Engineering Journal Vo.3 No.2. Dengan Judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Komunikasi Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Depot Air Minum Isi Ulang”.	<ul style="list-style-type: none"> - Meneliti kualitas pelayanan - Objek yang diteliti - Metode penelirtian kuantitatif 	<ul style="list-style-type: none"> - Lokasi penelitian - Variabel
4	Andina Dwijayanti. (2015). ATRABIS Administrasi Bisnis Politeknik LP3I Bandung. Dengan judul “Pengaruh Komunikasi Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank bjb Cabang Buah Batu Bandung”.	<ul style="list-style-type: none"> - Objek yang diteliti - Meneliti komunikasi pemasaran 	<ul style="list-style-type: none"> - Lokasi penelitian - Variabel - Metode penelitian yang digunakan
5	Yunita Kurnia Sari. (2017). Jurnal Bisnis & Manajemen Vol. 17, No. 2, 2017 : 1 – 14. Dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Relationship Marketing Dan	<ul style="list-style-type: none"> - Objek yang diteliti - Meneliti pengaruh kualitas pelayanan - Metode penelitian kuantitatif 	<ul style="list-style-type: none"> - Lokasi Penelitian - Variabel yang digunakan

	Corporate Social Responsibility Terhadap Loyalitas dan Kepuasan Nasabah Bank”.		
6	Fifin Anggraini dan Anindhyta Budiarti. (2020). JUPE Volume 08 Nomor 03, 86 – 94. Dengan judul “Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen GOJEK”. Jenis penelitian ini penelitian kuantitatif	<ul style="list-style-type: none"> - Objek yang diteliti - Kualitas pelayanan - Metode penelitian yang digunakan kuantitatif 	<ul style="list-style-type: none"> - Lokasi penelitian - Variabel yang digunakan
7	Helisia Krisdayanti ¹ , Maya Panorama dkk. (2020). Research Journal on Islamic Economics ISSN 2548-5601, e-ISSN 2548-561X Vol 6. No 1. Dengan judul “Pengaruh Hubungan Pemasaran, Kualaitas Layanan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Interviewing (Studi Pada Mitra Pengemudi GOJEK Palembang). Penelitian ini menggunakan data primer.	<ul style="list-style-type: none"> - Kualitas layanan - Metode yang digunakan kuantitatif 	<ul style="list-style-type: none"> - Lokasi penelitian - Variabel yang digunakan - Objek yang diteliti

8	<p>Iskawanto Kurniawan dan Muchsin S. Shihab. (2015). Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya Vol.13 No.2. dengan judul “Pengaruh Niali Nasabah, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Hubungan Terhadap Kepuasan Nasabah Serta Implikasi Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri”. Penelitian menggunakan deskriptif-kuantitatif.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Hubungan terhadap kepuasan nasabah - Objek yang diteliti 	<ul style="list-style-type: none"> - Lokasi penelitian - Metode penelitian yang digunakan deskriptif kualitatif - Variable yang digunakan
9	<p>Doni Marlius. (2017). Jurnal Pundi, Vol. 01, No. 03. Dengan judul “Loyalitas Nasabah Bank Nagari Syariah Cabang Bukittinggi Dilihat Dari Kualitas Pelayanan”.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Loyalitas nasabah - Objek penelitian 	<ul style="list-style-type: none"> - Lokasi penelitian - Variabel yang digunakan
10	<p>Yuliati dan Susanti Wahyuningsih. (2018). Jurnal Ilmiah Ekonomi, Vol. 14 No.2. dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Kepuasan Masyarakat (Studi di Kelurahan Pandean Lamper Kecamatan Gayamsari Kota Semarang)”</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Kualitas layanan - Metode penelitian yang digunakan kuantitatif 	<ul style="list-style-type: none"> - Lokasi penelitian - Obyek penelitian - Variabel yang digunakan