

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pada era kontemporer saat ini, peran perbankan cenderung mengatasi tantangan bisnis yang sangat kompetitif, baik itu BMT, KSPPS, KJKSS, bank konvensional ataupun bank syariah Saputra & Muhajir (2023). Banyaknya bisnis yang beroperasi di bidang yang sama, pelanggan dapat dengan cepat memilih yang paling sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Persaingan semakin ketat, sehingga semua perusahaan saling bersaing untuk memuaskan konsumen. Untuk mencapai tujuan tersebut, para pebisnis harus merancang strategi pemasarannya secara tepat dan tepat. Karenanya perusahaan akan mampu menyediakan bimbingan untuk menarik konsumen sebanyak-banyaknya dengan memberikan pelayanan yang terbaik dan fasilitas yang sesuai (Saputra & Muhajir, 2023).

Koperasi adalah organisasi perekonomian yang dimaksudkan untuk mencapai kesejahteraan bersama. Secara khusus, koperasi syariah yang berlandaskan asas ketuhanan, persaudaraan dan keadilan mempunyai peranan penting dan harus peduli terhadap peningkatan kesejahteraan anggotanya yang menjalankan usahanya Kadir dkk., (2023). Koperasi adalah tempat di mana orang dapat meminjam, menyimpan, dan melakukan transaksi lainnya. Koperasi bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan anggotanya melalui saling membantu. Sikap tolong menolong uang ditunjukkan oleh anggota koperasi menunjukkan kepedulian mereka terhadap anggotanya. Koperasi dapat membantu masyarakat kecil, menjadikannya lembaga keuangan yang berkontribusi besar bagi negara, menurut Miftah & Achyani (2023). Thoharudin (2017) menyatakan bahwa koperasi di Indonesia bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan anggotanya dan masyarakat. Koperasi adalah

organisasi yang menawarkan bantuan yang menjalankan bisnis berdasarkan konsep tolong menolong. Koperasi didirikan untuk melindungi kebutuhan hidup kaum yang lemah (Baswir, 2015). Tujuannya adalah untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dengan harga yang semurah mungkin.

Koperasi syariah sebagai bisnis yang bergerak di bidang jasa, membuat anggota merasa puas adalah sesuatu yang tidak bisa dilewatkan karena pada dasarnya kepuasan anggota merupakan tujuan dari perusahaan itu sendiri Mustaqfirin (2021). Dalam menghadapi persaingan dan mempertahankan anggota, kepuasan anggota merupakan faktor strategis. Kepuasan anggota dapat dilihat atau diukur dengan memberikan kebebasan anggota untuk memberi kritik dan saran Mustaqfirin (2021). Koperasi syariah perlu mampu menerapkan kebijakan layanan strategis untuk menghadapi lingkungan yang menjadi lebih kompetitif. Pelayanan yang baik adalah komponen terpenting dalam suatu organisasi. Kualitas pelayanan yang baik dalam sebuah organisasi atau suatu perusahaan dapat mencapai keberhasilan dalam mengatasi tantangan dan ancaman yang menghambat kemajuan di masa depan (Ginting & Barus, 2022)

Hingga Desember 2022, 3.912 Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) terdaftar, dengan 4,6 juta anggota dan total aset RO 20,67 trilliun (Rudi, 2023). Untuk tetap menjadi pilihan anggota, kualitas pelayanan harus diprioritaskan dan dimaksimalkan Ambo dkk (2023). Menurut Lovelock Christopher, Wirtz Jochen (2011) upaya untuk mencapai standar yang diharapkan dan mengelola variasi untuk memenuhi kebutuhan anggota dikenal sebagai kualitas. Sedangkan kualitas pelayanan menurut Saputra & Muhajir (2023) adalah suatu jenis usaha yang ditujukan untuk memuaskan pelanggan atau pihak-pihak tertentu dengan memberikan suatu manfaat yang baik sesuai dengan jenis usaha yang diberikan. Salah satu ujung tombak penjualan produk perusahaan adalah pelayanan ke pada anggota koperasi. Banyak atau tidaknya jumlah anggota koperasi memiliki pengaruh yang besar dari cara melayani

anggota tersebut. Meskipun koperasi telah melakukan promosi, peningkatan kualitas produk, apabila tidak dibantu oleh layanan yang baik, belum tentu dapat mencapai tujuan dengan hasil yang diinginkan (Ramadhani & Lubis, 2022).

Cirebon merupakan kota dan kabupaten yang berada di Jawa Barat. Perkembangan koperasi di wilayah Cirebon bisa dikatakan cukup banyak. Pada tahun 2023 jumlah koperasi yang ada di Kota Cirebon sebanyak 407 (opendata.cirebonkota, 2024) dan Kabupaten Cirebon pada tahun 2022 sebanyak 608 (Opendata.cirebonkab, 2024)

Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) BMT Al-Bahjah merupakan salah satu Koperasi yang berada di Cirebon. Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) BMT Al-Bahjah didirikan oleh KH. Zaenul Mu'arif (Buya Yahya), pengasuh pondok pesantren Al-bahjah di Kabupaten Cirebon, Jawa Barat, dengan tujuan untuk menyebarkan prinsip ekonomi syariah di masyarakat. Koperasi Simpan Pinjam Syariah berdasarkan peraturan No.20/BH/KUMKM/III/2016 didirikan pada tanggal 31 Maret 2016 dengan tujuan untuk membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Jumlah karyawan 143 orang dan Jumlah anggota 10082 (BMT AL-BAHJAH, 2024).

**Gambar 1. 1 Profil Buya Yahya**



Buya Yahya adalah nama panggilan dari sosok ulama muda kharismatik yang memiliki nama lengkap Yahya Zainul Maarif. Perjalanan dakhwa pria kelahiran Blitar yang menghabiskan masa pendidikan dasar menengah umum dan agamanya di kota kelahirannya itu terbilang fenomenal. Setelah menimba dan memperdalam ilmu agama Islamnya di Yaman, dalam waktu yang tidak terlalu lama, perjuangan Buya Yahya menyampaikan dakwah Islam mendapat sambutan yang luar biasa dari masyarakat. Tidak hanya masyarakat Cirebon tempat awal beliau berdakwah. Kini dakwah Buya Yahya terus menyebar secara nasional bahkan internasional. Apresiasi umat dengan Buya Yahya semakin meningkat terlebih setelah Buya Yahya mendapat kemudahan dari Allah SWT untuk menyampaikan dakwah secara rutin di media televisi nasional. Kehadiran Buya Yahya dalam jajaran para penyebar dakwah risalah Islam memberikan tambahan sumber perbendaharaan ilmu dan pencerahan yang dibutuhkan umat, di tengah semakin dahsyatnya upaya-upaya dari mereka yang mencoba terus ingin menghancurkan Islam. Buya Yahya hadir di tengah masyarakat menyapa umat dengan senyum dan mengajarkan dengan ke teladan bukan hanya ucapan. Apa yang dirasakan dan diterima oleh umat dari Buya Yahya merupakan

pancaran ilmu dan ahlaknya yang merupakan manifestasi dari kecintaannya kepada Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW (Staiialbahjah, 2024)

**Tabel 1. 1**

**Jumlah Anggota Koperasi BMT Al-Bahjah**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Anggota</b>
<b>2016</b>	115
<b>2017</b>	164
<b>2018</b>	173
<b>2019</b>	183
<b>2020</b>	913
<b>2021</b>	3945
<b>2022</b>	5887
<b>2023</b>	10082

Sumber: (BMT AL-BAHJAH, 2024)

Tabel di atas menyatakan terjadi kenaikan anggota. Tahun 2016 jumlah anggota terdapat 115, tahun 2017 terjadi kenaikan menjadi 164. Tahun 2018 terjadi kenaikan menjadi 173. Tahun 2019 terjadi kenaikan menjadi 183. Pada tahun 2020, jumlah anggota meningkat menjadi 913. Pada tahun 2021, anggota naik menjadi 3945. Tahun 2022, jumlah anggota melonjak menjadi 5887. Pada tahun 2023, tercatat kenaikan menjadi 10082 anggota. Naiknya jumlah anggota per tahun hingga mencapai 10082 orang anggota, pelayanan adalah hal yang harus diperhatikan oleh koperasi. Ini harus membuat nasabah atau anggota merasa nyaman dan mendapatkan keuntungan sebagai anggota koperasi. Pelayanan yang baik pasti akan menarik anggota baru. (Nurchahyo & Solekah, 2022)

**Tabel 1. 2**  
**Pelayanan Anggota (Simpanan)**

Keterangan	2022	2023	%TUMB UH	PF	PF	%TUMB
				202	2023	UH
<b>SIMPANAN</b>	17.504.771.	21.825.664.	25%	476	6188	30%
<b>QU</b>	252	677		7		
<b>SEKOKAH</b>	3.537.939..	3.342.851.9	-6%	297	3670	23%
<b>QU</b>	642	57		6		
<b>SERBU</b>	137.268..24	176.950.55	29%	97	106	9%
	8	7				
<b>UMRAHQU</b>	1.454.675.0	1.850.539.3	27%	105	1158	10%
	54	39		6		
<b>HAJIQU</b>	92.004.940	20.790.827	-77%	25	29	12%
<b>QURBAN</b>	109.587.51	151.596.15	48%	150	194	29%
	8	0				
<b>WALIMAH</b>	7.614.333	11.270.309	48%	4	3	-25%
<b>QU</b>						
<b>HARI</b>	400	400	0%	1	1	0%
<b>RAYA QU</b>						
<b>SIMSUS</b>	212.850.00	16.307.000.	7561%	1	1	0%
<b>QU</b>	0	000				
	<b>23.056.711.</b>	<b>43.686.664.</b>	<b>89%</b>	<b>907</b>	<b>11.3</b>	<b>25%</b>
	<b>387</b>	<b>216</b>		<b>78</b>	<b>50</b>	

Sumber : BMT Al-Bahjah

Pada tahun 2023 jumlah anggota baru berjumlah 1.421 anggota baru, berdasarkan hasil observasi tahun 2023 merupakan tahun anggota baru tertinggi BMT AL-BAHJAH (2024). Setiap anggota dalam memilih lembaga keuangan

tentunya memiliki standar berdasarkan layanan yang telah diberikan oleh koperasi syariah. Berdasarkan hasil observasi yang sudah didapatkan ada beberapa alasan para anggota memilih produk simpananQU di KSPPS BMT Al-Bahjah Cirebon yaitu: bisa diambil kapan saja dan bukan merupakan tabungan perencanaan. Pelayanan yang baik yang diberikan oleh KSPPS BMT Al-Bahjah tentunya memberikan kepuasan terhadap anggota koperasi, dan produk berkualitas yang ditawarkan BMT Al-Bahjah yang menghasilkan keuntungan dalam setiap transaksi (BMT AL-BAHJAH, 2024).

**Tabel 1. 3**

**Jumlah Karyawan KPPS BMT Al-Bahjah**

<b>TAHUN</b>	<b>JUMLAH KARYAWAN</b>
<b>2016</b>	2
<b>2017</b>	5
<b>2018</b>	5
<b>2019</b>	5
<b>2020</b>	19
<b>2021</b>	41
<b>2022</b>	40
<b>2023</b>	43

Sumber : (BMT AL-BAHJAH, 2024)

Penambahan jumlah karyawan yang berawal dari 2 orang hingga 43 orang. Ini menunjukkan perbedaan yang signifikan dalam layanan yang diberikan kepada anggota antara 43 karyawan dan 10082 anggota koperasi. Tentunya terdapat kendala-kendala misalnya, karyawan koperasi sedang ada kesibukan lainnya, terbatasnya penggunaan sistem dan lain sebagainya, hal ini menyebabkan pelayanan koperasi kurang optimal dan tidak terciptanya kepuasan anggota (Khuswati & Relita, 2019). BMT Al-Bahjah tentunya ingin

selalu memuaskan anggota dengan meningkatkan kualitas pelayanan terbukti dengan berdirinya 6 kantor cabang dan 1 kantor di layanan pusat.

**Tabel 1.4 Alamat BMT**

<b>Kantor Pusat</b>	Jl. Pangeran Cakrabuana No. 179, Blok Gudang Air, Kec. Sumber, Kab. Cirebon
<b>KC Buyut</b>	Jl. Revolusi No 45, Desa. Buyut, Kec, Gunungjati, Kab. Cirebon.
<b>KC Kuningan</b>	Jl. Raya Garawangi, Desa Karamatwangi, Kec. Garawangi, Kab. Kuningan (Depan Pasar Garawangi)
<b>KC Lemahabang</b>	Komplek Ruko Peona Sindang Laut Blok B4 Jl. KH. Wahid Hasyim, Cipejuh Wetan, Lemahabang Kab. Cirebon
<b>KC Arjawinangun</b>	Jl. Pahlawan No. 9 Desa Jungjan Kec. Arjawinangun Kab. Cirebon (Pasar Jungjang, Seberang AB Chicken Arjawinangun)
<b>KC Rajagaluh</b>	Jl. Mutiara Blok C Desa Rajagaluh Lor Kec. Rajagaluh Kab. Majalengka (Depan Sebalk Ceker Naga Rajagaluh)
<b>KC Megu</b>	Jl. Fatahillah Blok Masjid Kidul RT 004/001 Desa Megu Gede Kec. Weru Kab Cirebon (Samping Warung Nasi Berkah)

Sumber : (BMT AL-BAHJAH, 2024)

Kotler & Keller (2022) Setiap tindakan atau kewajiban yang dapat dilakukan oleh satu orang atas nama orang lain didefinisikan sebagai layanan.

Mayoritas layanan bersifat material dan tidak memberikan kepemilikan. Anggota yang tidak puas dengan kualitas layanan yang ditawarkan harus diperhatikan dan masalahnya harus diselesaikan. Anggota yang tidak puas biasanya akan mengungkapkan kekecewaannya ke pada orang lain. Apabila anggota yang tidak puas tidak diselesaikan dengan baik dan benar, ketidakpuasan mereka dapat meningkat. Oleh karena itu, perlu dicari strategi untuk dapat memuaskan konsumennya (Ginting & Barus, 2022).

Kualitas pelayanan adalah faktor pertama yang mempengaruhi kepuasan anggota. Dalam sektor jasa, kualitas didefinisikan sebagai produk atau layanan yang disajikan sesuai dengan spesifikasi di lokasi produk dan disampaikan dengan cara yang setidaknya memenuhi harapan dan keinginan pelanggan Munfaqiroh dkk. (2023). Kualitas layanan dapat dipengaruhi oleh harapan untuk pengalaman dan perawatan yang diterima Nurcahyo & Solekah (2022). Anggota akan terus menilai dan membandingkan layanan yang ditawarkan oleh setiap lembaga keuangan. Anggota akan beralih ke perusahaan perbankan lain jika layanan yang mereka terima tidak memenuhi harapan mereka Nurcahyo & Solekah (2022). Pada penelitian Kadir dkk (2023) mengatakan bahwa kepuasan anggota dipengaruhi oleh kualitas layanan. Tetapi pada penelitian Andriyani & Ardianto (2020) menghasilkan kepuasan anggota tidak dipengaruhi oleh kualitas layanan.

Kotler & Keller (2022) menyatakan bahwa konsumen sangat memperhatikan kualitas produk. Mereka menginginkan produk yang berkualitas tinggi ketika memberi beberapa barang atau jasa. Karakteristik suatu barang atau jasa yang mempengaruhi kapasitasnya untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat disebut kualitas produk. Metode ini digunakan untuk menjamin bahwa produk atau barang yang diproduksi sesuai kriteria yang ditentukan agar konsumen tetap percaya pada produk tersebut, menurut Munfaqiroh dkk (2023), menurut penelitian Kadir dkk (2023), kepuasan anggota dipengaruhi secara positif oleh kualitas layanan. Berbeda

dengan penelitian Rizqi (2021), yang menemukan bahwa kepuasan anggota tidak terpengaruh oleh kualitas produk.

Salah satu komponen yang berpotensi meningkatkan kepuasan anggota koperasi adalah layanan prima, layanan prima sangat diharapkan oleh setiap anggota koperasi, pelayanan prima tersebut harus diberikan oleh setiap pegawai koperasi, sehingga anggota dapat merasakan pelayanan prima Listyowati dkk (2021). Menurut Nurul & Zahro (2022), layanan prima berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Namun menurut penelitian Baiti dkk., (2020), layanan prima tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Pelayanan prima dapat mencapai tujuannya dengan memenuhi beberapa syarat, yaitu mudah diakses, dapat diterima, efektif, dan berkualitas

Menurut Barata (2003), kerangka kerja untuk mengevaluasi pelayanan prima dikenal dengan istilah A6, yang merupakan singkatan dari *ability* (kemampuan), *attitude* (sikap), *appearance* (penampilan), *attention* (perhatian), *action* (tindakan), dan *accountability* (tanggung jawab) menurut Barata (2003), cara mengukur pelayanan prima adalah sebagai berikut:

- 1) *Ability* (kemampuan), adalah informasi atau kemampuan yang diperlukan untuk mendukung program layanan, termasuk keterampilan di tempat kerja, komunikasi yang efektif, memotivasi pertumbuhan, dan penggunaan hubungan masyarakat untuk terhubung dari luar maupun dari dalam organisasi
- 2) *Attitude* (sikap), merupakan sesuatu yang harus ditunjukkan atau diperlihatkan saat berhadapan dengan anggota koperasi.
- 3) *Appearance* (penampilan), merupakan penampilan seseorang yang dapat meningkatkan kepercayaan diri dan kredibilitas.
- 4) *Attention* (perhatian), merupakan rasa peduli terhadap pelanggan yang melibatkan perhatian mengenai kebutuhan dan keinginan pelanggan serta memahami kritik dan janji pelanggan.

- 5) *Action* (tindakan), adalah kebiasaan yang digunakan saat memberikan layanan.
- 6) *Accountability* (tanggung jawab), merupakan sikap di mana pegawai memperhatikan anggotanya agar Mereka merasa dipedulikan untuk mencegah hal-hal buruk terjadi atau untuk mengurangi kerugian.

Berdasarkan latar belakang informasi yang disebutkan di atas dan temuan yang tidak konsisten dari penelitian sebelumnya peneliti mencoba untuk memperbaharui penelitian dari (Kadir dkk., 2023). Penelitian ini berbeda dari penelitian sebelumnya dalam subjeknya yaitu pada KPPS BMT AL-BAHJAH, tahun penelitian dan penambahan variabel pelayanan prima (*service excellent*). Oleh karena itu, judul penelitian ini adalah: **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN PELAYANAN PRIMA (*SERVICE EXCELLENT*) TERHADAP KEPUASAN ANGGOTA BARU PRODUK SIMPANANQU KSPPS BMT AL-BAHJAH CIREBON TAHUN 2023”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Peneliti mencoba merumuskan masalah berikut berdasarkan uraian sebelumnya dan berdasarkan hasil pengamatan:

- a. Apakah kualitas layanan memengaruhi kepuasan anggota KPPS BMT Al-Bahjah Cirebon?
- b. Apakah kualitas produk memengaruhi kepuasan anggota KPPS BMT Al-Bahjah Cirebon?
- c. Apakah pelayanan prima (*service excellent*) berpengaruh terhadap kepuasan anggota KPPS BMT Al-Bahjah Cirebon?

## **C. Tujuan Penelitian**

- a. Untuk membuktikan kualitas layanan memiliki pengaruh pada kepuasan anggota KPPS BMT Al-Bahjah Cirebon.
- b. Untuk membuktikan apakah kualitas produk memiliki pengaruh pada kepuasan anggota KPPS BMT Al-Bahjah Cirebon.
- c. Untuk membuktikan apakah pelayanan prima (*service excellent*) memiliki pengaruh pada kepuasan anggota KPPS BMT Al-Bahjah Cirebon.

## **D. Manfaat Penelitian**

- a. Manfaat teoritis

Penelitian dimaksudkan untuk mengevaluasi bagaimana kepuasan anggota KPPS BMT Al-Bahjah Cirebon dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan pelayanan prima (layanan luar biasa). Sebagai hasilnya, peneliti lain dapat menggunakan temuan penelitian ini di masa depan dan membandingkannya dengan temuan penelitian lain.

- b. Manfaat Perusahaan

Hasil penelitian dapat berfungsi sebagai masukan atau bahan evaluasi bagi KPPS BMT Al-Bahjah untuk meningkatkan kepuasan anggota. Masukan dan evaluasi dilakukan dengan mengevaluasi kualitas pelayanan, kualitas produk, dan pelayanan prima.

c. Manfaat Akademik

Pembaca akan menggunakan penelitian serupa dapat menggunakan penelitian ini sebagai referensi dan harus mempertimbangkannya

## E. Sistematika Penulisan

**BAB I PENDAHULUAN.** Latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat dan sistematika penulisan dibahas dalam bab ini.

**BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.** Perilaku konsumen, kualitas pelayanan, kualitas produk, dan pelayanan prima adalah teori yang digunakan dalam penelitian ini. Selain itu, bab ini memberikan penjabaran literatur yang telah digunakan dalam penelitian sebelumnya.

**BAB III METODOLOGI PENELITIAN.** Populasi, sampel, proses dan sampling, jenis sumber data, definisi operasional, dan teknik analisis data adalah beberapa pendekatan penelitian yang digunakan.

**BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.** Bagian ini membahas temuan penelitian tentang pengaruh layanan primer, kualitas produk, dan kualitas layanan pada kepuasan anggota.

**BAB V PENUTUP.** Bab ini menyajikan temuan penelitian secara keseluruhan dan rekomendasi untuk pemangku kepentingan yang relevan.