

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dan silih bergantinya waktu bergerak begitu cepat terlebih lagi pada dunia Koperasi Syariah, dimana rintangan dan tantangan juga mengiringi tanggung jawab koperasi syariah dalam memenuhi tugas, fungsi, dan tanggung jawabnya dalam memberikan pelayanan pada masyarakat publik.

Koperasi Syariah adalah instansi finansial berbasis keuangan syariah yang berkecimpung dalam industri jasa dan pelayanan, yang sepatutnya mampu mewujudkan pelayanan yang unggul guna mendapatkan citra yang baik dalam dunia koperasi yang kian hari kian kompetitif. Dalam persaingan instansi koperasi yang semakin hari semakin kompetitif apalagi di dunia koperasi syariah, telah dikembangkan berbagai macam konsep dalam pelayanan yang bertujuan agar anggota mendapat kepuasan dengan pelayanan sesuai syariat islam.

Kepuasan Anggota Koperasi Syariah menjadi salah satu bentuk dalam persaingan di dunia koperasi syariah, terhadap penggunaan, pembelian atau pemakaian suatu produk yang ada di koperasi itu sendiri dan dibandingkan dengan kualitas dalam pelayanan yang diberikan kepada anggota, Jika harapan anggota terhadap kualitas pelayanan lebih tinggi dibandingkan dengan pelayanan maka anggota tidak akan puas, sebaliknya jika harapannya lebih rendah atau sama dengan kualitas pelayanan didapatkan anggota berarti anggota akan mendapat kepuasan. Parameter Kualitas Pelayanan dibagikan dalam 5 kriteria, yakni sebagai berikut: a) Jaminan (*assurance*).; b) Bukti fisik (*tangibles*); c) Daya tanggap (*responsiveness*).d) Empati (*emphaty*); dan e) Reliabilitas (*reliability*).

Kepuasan Pelanggan atau konsumen Menurut Kotler (2002) kepuasan pelanggan ialah sebuah perasaan kesenangan atau perasaan kekecewaan yang datang akibat membandingkan kesan terhadap kinerja dan persepsi yang tidak kesesuaian harapan konsumen sehingga menimbulkan ketidakpuasan. dan jika kinerja dapat melebihi dari keinginan dan harapan dari konsumen maka, konsumen akan merasa senang. (ARMAN SYAH, 2021, hlm. 127).

Kualitas Pelayanan sangat erat kaitannya dengan Citra Perusahaan, Jika Anggota Koperasi Syariah merasa mendapatkan kualitas yang baik maka image atau citra perusahaan itu sendiri menjadi baik, dan sedangkan kalau kualitas yang diberikan kepada anggota kurang baik, maka itu berdampak terhadap image atau citra perusahaan, sehingga dengan begitu citra perusahaan adalah representasi dari lembaga dengan harapannya dapat memiliki citra yang positif dari para anggota dan masyarakat.

Perusahaan harus mampu memproyeksikan citra perusahaan yang positif/baik di mata konsumen dan masyarakat. Citra merupakan suatu harapan yang harus dicapai dalam melakukan bisnis untuk mengembangkan usahanya agar mendapat image atau citra yang positif. Citra yang positif atau image yang baik menimbulkan kesan yang baik pula untuk para konsumen, dan dapat memperkuat posisi dalam persaingan untuk memperoleh kepercayaan atau kesetiaan dari masyarakat hingga tertarik untuk memakai dan membeli produk pada suatu perusahaan. Permasalahan ini mempengaruhi produk yang akan dikeluarkan, karena konsumen cenderung memilih produk yang memiliki citra atau image yang baik dan positif.

Berkenaan dengan pembentukan citra perusahaan yang baik, dalam mewujudkan pandangan yang positif oleh para pelanggan. Maka, Allah SWT berfirman :

وَالَّذِينَ جَاهَدُوا فِينَا لَنَهْدِيَنَّهُمْ سُبُلَنَا وَإِنَّ اللَّهَ لَمَعَ الْمُحْسِنِينَ

Artinya : *"Dan orang-orang yang berjihad untuk (mencari keridhaan) Kami, Kami akan tunjukkan kepada mereka jalan-jalan Kami. Dan sungguh, Allah beserta orang-orang yang berbuat baik."* (Q.S. Al-'Ankabut 69)

Keberhasilan suatu perusahaan jika mampu mempersembahkan keunggulan atau kebaikan dalam segi pelayanan, dan terciptalah citra perusahaan yang baik dan positif juga, sampai dapat menciptakan konsumen atau pelanggan yang setia (Loyalitas) terhadap perusahaan

Loyalitas Menurut Jeremia dan Djurwati (2019) loyalitas adalah sebuah hasil dan didapatkan dari pelanggan yang puas akan suatu jasa atau produk, loyalitas memberikan dampak yang positif bagi suatu perusahaan, pelanggan yang loyal akan melakukan atau menggunakan produk secara berulang pada suatu perusahaan. (Nabila Putri Sakinah and Ismunandar, 2022, hlm. 40).

Loyalitas Pelanggan adalah satu hal yang diinginkan dan diciptakan oleh perusahaan, karena kesetiaan atau kelayakan dari pada pelanggan dapat memberikan dampak terhadap perkembangan suatu perusahaan, dan loyalitas pelanggan ini adalah salah satu bentuk bahwa perusahaan sudah memberikan atau memenuhi kebutuhan dari pelangganya

Penelitian ini berobjek di Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah, akibat pesatnya perkembangan pada perusahaan ini tidak lepas dari kualitas

pelayanannya hingga terbentuknya image atau citra perusahaan yang baik lalu terciptanya anggota-anggota koperasi konsumen syariah arrahmah yang loyal.

Berdasarkan permasalahan itulah peneliti tertarik untuk menggali lebih dalam lagi hingga melakukan penelitian mendalam yang akan disuguhkan berbentuk skripsi atau karya tulis ilmiah yang berjudul “*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Dan Loyalitas Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin*”

B. Rumusan Masalah

Dari penjabaran latar belakang diatas, lalu peneliti membuat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan loyalitas berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan anggota Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin ?
2. Apakah kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan loyalitas berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan anggota Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin ?

C. Tujuan Penelitian

Dengan rumusan masalah diatas, maka peneliti membuat tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk menguji kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan loyalitas berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan anggota Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin

2. Untuk menguji kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan loyalitas berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan anggota Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini peneliti harapkan agar berguna sebagai :

1. Secara Teoritis : Sebagai bahan intelektual dan referensi bagi peneliti lain yang melakukan penelitian terkait dengan penelitian ini dan juga sebagai bahan literatur untuk mencari informasi dan menambah pengetahuan koperasi syariah di kalangan pembaca umum.
2. Secara Praktis : sebagai bentuk informasi, evaluasi, dan motivasi dalam menunjang perkembangan Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah yang berkaitan dengan kualitas pelayanan yang baik dalam membentuk citra perusahaan dan loyalitas anggota untuk kepuasan anggota koperasi konsumen syariah arrahmah

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalahan dalam menafsirkan arti dari judul, peneliti memaparkan deskripsi terkait definisi operasional yang berkaitan dengan judul dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Pengaruh memiliki makna daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan dan perbuatan seseorang. Adapun pengaruh menurut peneliti disini ialah suatu hal yang terjadi di suatu lingkungan, yang terjadi karena sebab dan akibat

dari perilaku baik dan buruknya masyarakat yang memiliki timbal balik terhadap masyarakat itu sendiri

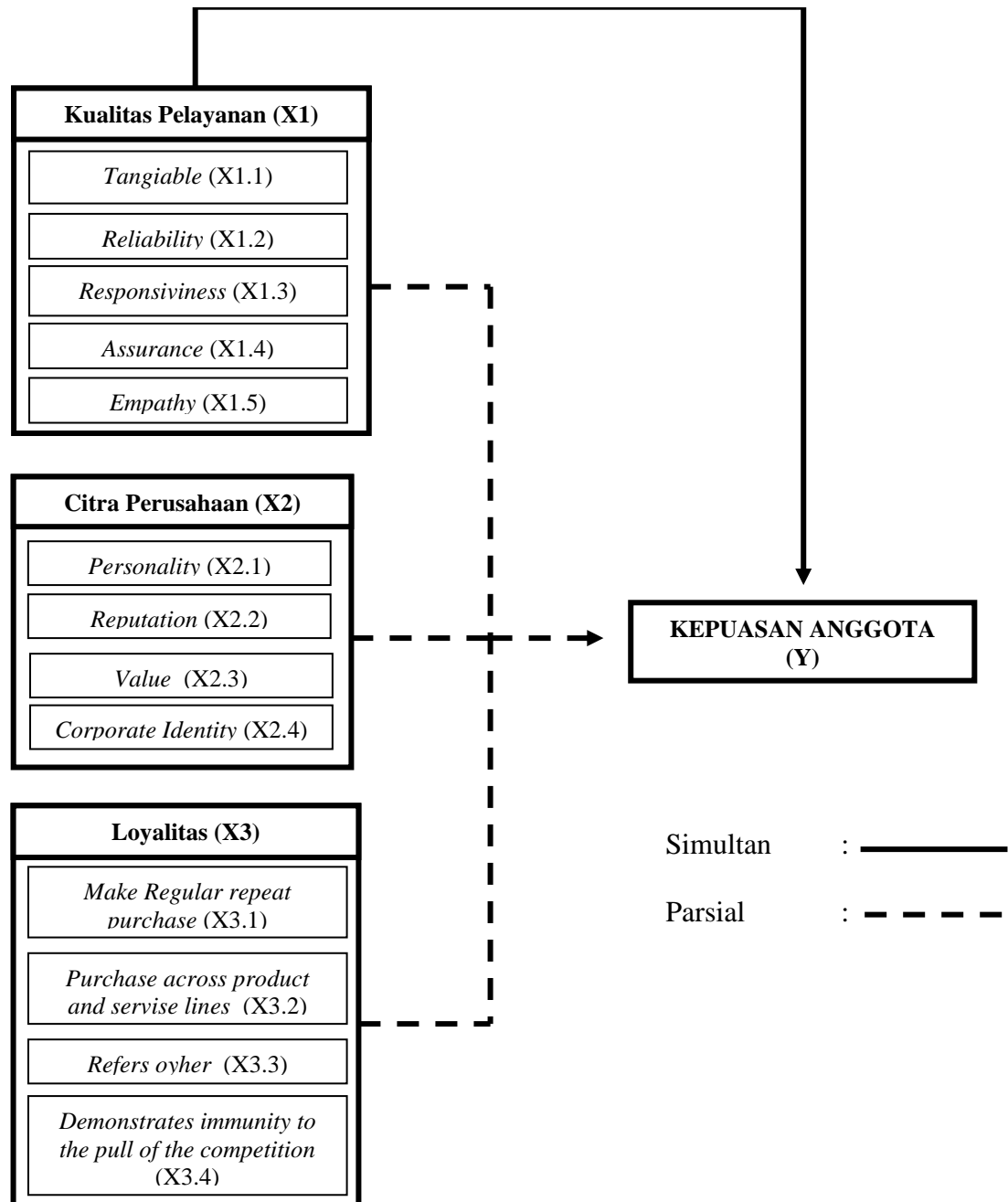
2. Kualitas Pelayanan memiliki definisi proses melayani dan dilayani seseorang atau sekelompok orang, baik terjadi secara langsung atau tidak langsung. Adapun Kualitas Pelayanan yang peneliti maksud dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan yang berkaitan dengan harapan dan kebutuhan pelanggan
3. Citra perusahaan adalah perasaan, kesan, persepsi publik atau gambaran konsumen kepada suatu perusahaan atau organisasi yang berkaitan dengan arsitektur, nama bisnis, tradisi, variasi dari produk, kualitas dan ideologi yang dibuat sebagai identitas sebuah perusahaan atau organisasi. Adapun Citra Perusahaan yang peneliti maksud dalam penelitian ini adalah kesan, perasaan, dan gambaran yang terbentuk dibenak masyarakat tentang suatu perusahaan.
4. Loyalitas dapat diartikan sebagai kesetiaan, yaitu kesetiaan seseorang kepada suatu hal dan memiliki pengertian kepatuhan dan kesetiaan. Adapun Loyalitas Menurut Peneliti disini adalah bentuk komitmen dalam menggunakan dan jasa atau membeli kembali produk yang ada pada suatu perusahaan
5. Kepuasan adalah suatu perasaan dimana dapat membandingkan hasil jasan atau kerja produk yang didapatkan sama dengan yang diharapkan. Adapun Kepuasan menurut peneliti pada penelitian ini ialah Hasil yang didapatkan ketika menggunakan atau membeli suatu produk di suatu perusahaan.

6. Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah adalah lembaga koperasi yang berkecimpung dalam bidang simpan pinjam, pembiayaan, dan investasi berdasarkan syariat islam (syariah), dalam penelitian ini Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah kantor pusat Banjarmasin yang beralamat di JL.Arjuna IV No. 20, Kel. Pemurus Dalam, Kec. Banjarmasin Selatan Kota Banjarmasin.

F. Kerangka Teori

Kerangka teori ini digunakan untuk menguji Pengaruh Kualitas Pelayanan, Cira Perusahaan, Dan Loyalitas Anggota Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Syariah Arrahmah

Gambar I. I Kerangka Teori



Sumber : M. RIDHO MAUSHILI, 2023

G. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan pengkajian, peneliti memasukkan temuan-temuan terkait judul yang diteliti dalam penelitian ini, peneliti juga menginformasikan bahwa poin-poin yang dibahas dalam penelitian tersebut belum pernah dipelajari pada penelitian sebelumnya sehingga tidak ada duplikasi dan kesamaan dengan penelitian sebelumnya. studi yang diperkenalkan oleh para peneliti meliputi :

1. Penelitian oleh Maulana Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah dengan NIM 1401160417, dengan skripsi berjudul "Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Produk Taqsith di Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin". Hasil Penelitian pada penelitian skripsi ini Sebagai berikut: Secara simultan mempengaruhi keputusan pembelian produk Taqsith di Koperasi Syariah Arrahmah Banjarmasin dari variabel bauran pemasaran (produk, harga, promosi dan distribusi). Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa terdapat variabel promosi dan distribusi antar produk yang secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Taqsith di Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin. Sedangkan variabel harga tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk Taqsith di Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin. Perbedaanya yaitu penelitian terdahulu meneliti produk yang ada di Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah, sedangkan pada penelitian ini meneliti tentang Kualitas Pelayanan, Cotra Perusahaan Dan Loyalitas Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Syariah Arrahmah.

2. Penelitian oleh Mega Winarti Mahasiswi jurusan Perbankan Syariah dengan NIM 1401160309, dengan skripsi yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Religiusitas Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin" dengan bertujuan untuk Untuk mengetahui kualitas pelayanan dan religiusitas berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap kepuasan anggota Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin. Hasil Penelitian pada penelitian skripsi ini sebagai berikut : hasil dari analisis data yang dilakukan penulis tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan (reliability, responsiveness, assurance, empathy dan tangible) dan Religiusitas (keyakinan/akidah Islam, praktek agama, pengalaman/rohani, pengetahuan keagamaan dan pengalaman/akhlak) Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Syariah Arrahmah Banjarmasin dapat disimpulkan Sebagai berikut: Ditinjau dari variabel kualitas pelayanan (keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan berwujud) dan keyakinan agama (keyakinan/aqidah Islam, praktik keagamaan, pengalaman/spiritual, pengetahuan agama dan pengalaman/etis), Kepuasan memiliki pengaruh secara simultan. berpengaruh terhadap Koperasi Syariah Arrahmah Banjarmasin. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa variabel reliabilitas, jaminan, empati, pengalaman/spiritual dan pengetahuan agama berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan anggota Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin. Sedangkan variabel responsiveness, tangibility, akidah/akidah Islam, amalan keagamaan, dan pengalaman

moral tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan anggota Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah Banjarmasin. Hasil secara parsial berdasarkan uji koefisien regresi (uji t) pada tabel koefisiensa. Perbedaannya yaitu penelitian terdahulu meneliti tentang variabel Kualitas Pelayanan dan Religiusitas, sedangkan pada penelitian ini memiliki variabel Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan Dan Loyalitas Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah

H. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah dugaan sementara rumusan masalah yang berbentuk pertanyaan. Dikatakan sementara karena hasil jawaban yang diberikan bersifat empiris yang didapatkan dari pengumpulan data. Jadi hipotesis dapat diartikan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empiris dengan data dan hasil (Sugiyono, 2015, hlm. 64)

Adapun hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut, diantaranya :

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Syariah Arrahmah
2. Citra perusahaan berpengaruh terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Syariah Arrahmah
3. Loyalitas berpengaruh terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Syariah Arrahmah
4. Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Dan Loyalitas berpengaruh terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Syariah Arrahmah

I. Sistematika Pembahasan

Agar pembahasan lebih terarah pada saat penulisan kajian ini, perlu menggunakan sistematika dan dibagi dalam lima bab, setiap bab berisi sub bab, dengan sistematika sebagai berikut :

Bab I, bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah dan penetapan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini ditemukan berbagai definisi operasional yang harus dipahami agar tidak menimbulkan penafsiran yang berbeda dari peneliti maksud, selanjutnya sebagai bahan referensi menggunakan kajian pustaka dari penelitian-penelitian terdahulu agar memudahkan penelitian dan menjamin keaslian, dan agar lebih mudah dimengerti juga diperlukan sistematika pembahasan.

Bab II, bab ini berisi tentang permasalahan-permasalahan yang berkaitan dengan objek penelitian menggunakan teori-teori mendukung dan relevan dari bacaan atau buku yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti dan sumber informasi dari referensi media lain.

Bab III, berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, desain pengukuran dan teknik analisa data.

Bab IV, bab ini berisi hasil dari penelitian yang berisi lokasi penelitian, hasil penelitian, dan gambaran umum.

Bab V, bab ini berisi tentang kesimpulan yang di dapatkan dari data pada penelitian yang telah dilaksanakan dan berisi saran kepada pihak Koperasi Konsumen Syariah Arrahmah dan pihak akademisi seperti mahasiswa.