

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perusahaan dituntut untuk dapat kreatif dan dapat berinovasi agar dapat berkembang di dunia bisnis dalam kegiatan usahanya. Para pelaku sector jasa melakukan usaha-usaha untuk dapat memenangkan persaingannya, misalnya dengan cara memberikan keunggulan kompetitif dan kepuasan pelanggannya dan menawarkan kualitas layanan dan dapat memberikan kenyamanan. Mempertahankan loyalitas pelanggan adalah salah satu strategi yang tepat untuk bertahan dari persaingan tinggi dalam dunia usaha saat ini.

Perusahaan harus menyadari pentingnya membina hubungan baik dengan pelanggan, serta harus selalu memperhatikan perbaikan pelayanan kepada pelanggan. Hal tersebut dilakukan guna membangun loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan sangat penting karena semakin lama biaya akuisisi pelanggan semakin mahal. Proses akuisisi menjadi semakin rumit karena semakin banyaknya kompetitor dan munculnya berbagai media baru untuk menjangkau pelanggan.¹

Fakta di lapangan menunjukkan bahwa perkembangan Koperasi syariah di Indonesia saat ini dapat dikatakan dalam kondisi baik. Meski jumlahnya saat ini masih minim, namun menunjukkan pertumbuhan positif. Tahun 2018, jumlah unit usaha koperasi mencapai 150.223 unit usaha, dari jumlah tersebut 1,5% merupakan koperasi simpan pinjam pembiayaan syariah (KSPPS). Tercatat jumlah KSPPS sebesar 2.253 unit dengan anggota 1,4 juta orang. Modal sendiri mencapai Rp 968 Miliar dan modal luar Rp 3,9 triliun. Dengan volume usaha Rp 5,2 triliun.² Berdasarkan data tersebut, dapat diketahui bahwa perkembangan KSPPS belum optimal, dikarenakan kurangnya loyalitas anggota sehingga anggota dengan mudah berpindah menggunakan koperasi lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa

¹ Husna Leila Yusran dan Andria Permata Veithzal Veithzal Rivai Zainal, Firdaus Djaelani, Salim Basalamah, *Islamic Marketing Management* (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), 168.

² Warta Ekonomi, *Meski Belum Maksimal, Kinerja Koperasi Syariah di Indonesia Sangat Baik*, 03 September (2018).

loyalitas anggota koperasi masih perlu mendapat perhatian khusus dari manajemen.

Loyalitas pelanggan merupakan keadaan yang diharapkan oleh setiap perusahaan, terutama perusahaan jasa seperti lembaga keuangan. Tingginya loyalitas pelanggan, dapat mengindikasikan keberhasilan sebuah perusahaan. Loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai keinginan yang kuat dari pelanggan untuk membeli kembali produk atau jasa dan tidak akan berpindah ke perusahaan lain. Pelanggan yang loyal akan selalu melakukan pembelian ulang dikemudian hari, jika mereka membutuhkan produk atau jasa yang sama. Pelanggan yang loyal terhadap sebuah produk, akan berniat untuk membeli ulang produk tersebut di kemudian hari.³

Faktor yang berpengaruh terhadap loyalitas anggota adalah faktor kepatuhan pada prinsip Syariah atau *Compliance*. *Compliance* adalah kepatuhan terhadap hukum-hukum dasar dalam bermuamalah. Untuk itu, produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah harus sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah. Penambahan dimensi *compliance* ini dikarenakan lembaga keuangan syariah memiliki keunikan tersendiri dalam melayani anggotanya.⁴

Islam memberikan keleluasaan kepada kita untuk menjalankan kegiatan ekonomi (bisnis) apapun sepanjang tidak termasuk yang dilarang oleh syariah. Bisnis sebagai pekerjaan yang ditekuni seseorang muslim apabila dilakukan dalam koridor syariah dan dengan sungguh-sungguh karena mengharap ridha Allah, maka bisnis itu akan bernilai ibadah.⁵

Kepatuhan lembaga keuangan syariah akan prinsip-prinsip bermuamalah yang telah diatur dalam Al-Quran dan Sunnah, menjadikan daya tarik tersendiri bagi anggotanya. Penelitian mengenai kualitas layanan lembaga keuangan syariah belum banyak yang menggunakan *compliance* dalam mengukur

³ Muhammad Zakiy dan Evrita Putri Azzahroh, "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening," *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (Journal of Islamic Economics and Business)* 3, no. 1 (2017): 27, <https://doi.org/10.20473/jebis.v3i1.3599>.

⁴ Azzahroh, 28.

⁵ Ma'ruf Abdullah, *Manajemen Bisnis Syariah* (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2014), 24.

kualitas layanan yang diberikan bank syariah kepada anggota. Melihat lembaga keuangan Syariah merupakan lembaga keuangan yang islami, maka peneliti menganggap *compliance* merupakan hal yang penting untuk menilai kualitas layanan.⁶

Faktor selanjutnya yang berpengaruh terhadap loyalitas anggota adalah faktor *good corporate governance*. Lembaga keuangan harus menganut prinsip keterbukaan, prinsip ini digunakan sebagai lembaga intermediasi, sebagai pencerminan akuntabilitas BMT sasaran usaha dan strategi lembaga keuangan, berdasarkan ukuran-ukuran yang konsisten dengan *corporate value* memiliki ukuran kinerja dari semua jajaran lembaga keuangan, dalam pengembalian keputusan objektif dan bebas dari tekanan pihak manapun, menjamin dilaksanakannya ketentuan yang berlaku berpegang pada *prudential banking practise* dan sebagai wujud tanggung jawab lembaga keuangan (*responsibility*), berdasarkan asas kesetaraan dan kewajaran serta senantiasa memperhatikan kepentingan seluruh *stakeholders*.⁷

Menurut Islam tata kelola perusahaan yang baik, salah satu aspeknya adalah saling menasehati pada kebenaran. *Tawa shaubil haqqi*, saling menasehati atas dasar kebenaran sebagaimana firman Allah:

إِلَّا الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَتَوَّصَوْا بِالْحَقِّ وَتَوَّصَوْا

بِالصَّبْرِ ﴿٣﴾

Maknanya: “kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal saleh dan nasehat menasehati supaya mentaati kebenaran dan nasehat menasehati supaya menetapi kesabaran.” (QS. Al-Ashr: 3).⁸

⁶ Azzahroh, “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening,” 28.

⁷ Moh. Amin Rukmiati Rumadan, Noor Shodiq Askandar, “Pengaruh Implementasi Syariah Governance Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Perbankan Syariah Yang Terdaftar Di Kota Malang),” *E-Jra* 07, no. 09 (2018): 41.

⁸ Tim Penulis Naskah Alquran, *Alquran Dan Terjemahannya* (Kudus: Mubarakatan Thoyibah, 2018), 618.

Selain itu filosofi pengawasan dalam Islam juga bertumpu pada tanggungjawab individu, amanah dan keadilan. Islam memerintahkan setiap orang bertanggungjawab atas tugas kepemimpinannya.⁹

Faktor selanjutnya yang berpengaruh terhadap loyalitas anggota adalah faktor kepercayaan. Kepercayaan merupakan bentuk dari mempertahankan pertukaran kepercayaan. Intinya adalah keyakinan timbul karena kedua belah pihak dapat dipercaya, adil, bertanggungjawab, dan memiliki sifat positif lainnya.¹⁰

Menurut Islam, kepercayaan merupakan amanah. Amanah-amanah tersebut harus bertanggung jawab di hadapan Allah SWT. Dalam Surah Al-Mu'minun: 8 dikemukakan bahwa salah satu ciri orang mukmin yang akan mendapatkan kebahagiaan adalah orang yang selalu menjaga amanah dan janjinya. Sebaliknya, tidak melaksanakan amanah dianggap memiliki salah satu dari sifat-sifat orang munafik.¹¹

Hasil penelitian terdahulu mendasari dilakukannya penelitian ini yaitu hasil penelitian Oktaviani dan Rachmawati¹² menunjukkan bahwa persepsi anggota tentang kepatuhan Syariah tidak berpengaruh pada loyalitas anggota. Sedangkan hasil penelitian Asiyah¹³ serta Zakiy dan Azzahroh¹⁴ menunjukkan bahwa kepatuhan persepsi berpengaruh pada

⁹ Ma'ruf Abdullah, *Manajemen Bisnis Syariah*, 2014, 232.

¹⁰ Altje Tumbel, "Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT Bank BTPN Mitra Usaha Rakyat Cabang Amurang Kabupaten Minahasa Selatan," *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum* 3, no. 1 (2016): 67.

¹¹ Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Pengantar Manajemen Syariah* (Depok: RajaGrafindo Persada, 2019), 115.

¹² Atika Oktaviani dan Lucky Rachmawati, "Persepsi Nasabah Tentang Kepatuhan Syariah Dan Good Corporate Governanve Terhadap Loyalitas Nasabah BNI Syariah Kantor Cabang Surabaya," *Jurnal Ekonomi Islam* 2, no. 2 (2019): 162.

¹³ Siti Asiyah, "Pengaruh Ketaatan Pada Prinsip Syari'ah (KPS) Terhadap Loyalitas Nasabah," *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)* 1, no. 1 (2017): 104, <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2017.v1.i1.2051>.

¹⁴ Azzahroh, "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening," 26.

loyalitas anggota. Hasil penelitian Rukmiati¹⁵ dengan hasil *good corporate governance* pada aspek transparansi tidak berpengaruh pada loyalitas anggota. Sedangkan hasil penelitian Oktaviani dan Rachmawati¹⁶ serta Asiyah¹⁷ dengan hasil *good corporate governance* berpengaruh pada loyalitas anggota. Demikian halnya hasil penelitian Rukmiati¹⁸ dengan hasil *good corporate governance* pada aspek akuntabilitas berpengaruh pada loyalitas anggota. Hasil penelitian Anggraini, dkk¹⁹ dengan hasil kepercayaan tidak berpengaruh pada loyalitas anggota. Sedangkan hasil penelitian Syaifullah²⁰ dan Tumbel²¹ menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh pada loyalitas anggota.

Loyalitas merupakan komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan, meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih. Dengan berkembangnya teknologi seperti internet, pelanggan akan semakin pandai dalam mengharapkan perusahaan melakukan lebih banyak hal. Bukan hanya sekedar

¹⁵ Rukmiati Rumadan, Noor Shodiq Askandar, "Pengaruh Implementasi Syariah Governance Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Perbankan Syariah Yang Terdaftar Di Kota Malang)," 39.

¹⁶ Rachmawati, "Persepsi Nasabah Tentang Kepatuhan Syariah Dan Good Corporate Governanve Terhadap Loyalitas Nasabah BNI Syariah Kantor Cabang Surabaya," 162.

¹⁷ Asiyah, "Pengaruh Ketaatan Pada Prinsip Syari'ah (KPS) Terhadap Loyalitas Nasabah," 104.

¹⁸ Rukmiati Rumadan, Noor Shodiq Askandar, "Pengaruh Implementasi Syariah Governance Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Perbankan Syariah Yang Terdaftar Di Kota Malang)," 39.

¹⁹ Setyo Adji dan Umi Farida Nindya Sharita Anggraini, "Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Anggota Pada Koperasi Serba Usaha Abdi Jaya Sentosa Di Ponorogo," *Jurnal Ekonomi* 2, no. 1 (2017): 54.

²⁰ Syaifullah, "Pengaruh Kepercayaan Dan Komunikasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT Spectrum Lintas Service Di Kota Batam," *JIM UPB* 6, no. 1 (2018): 116.

²¹ Tumbel, "Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT Bank BTPN Mitra Usaha Rakyat Cabang Amurang Kabupaten Minahasa Selatan," 64.

berhubungan dengan pelanggan, lebih dari memuaskan pelanggan, bahkan lebih dari menyenangkan pelanggan.²²

Berdasarkan data di lapangan menunjukkan bahwa loyalitas anggota BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara belum optimal. Hal tersebut dapat diketahui berdasarkan tabel berikut:

Tabel 1.1 Jumlah Anggota KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara

No	Cabang KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara	Tahun			
		2016	2017	2018	2019
1.	Cabang Bapangan	2.451	2.524	2.501	2.483
2.	Cabang Mantingan	4.012	4.125	3.992	4.004
3.	Cabang Mindahan	1.684	1.728	1.703	1.657
4.	Cabang Pecangaan	1.462	1.502	1.527	1.495
5.	Cabang Bandungrejo	1.576	1.521	1.587	1.596
6.	Cabang Welahan	1.024	1.104	1.089	1.156
Jumlah		12.209	12.504	12.399	12.391

Sumber : Dokumentasi BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara, 2020.

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa jumlah anggota BMT Ummat Sejahtera Abadi mengalami fluktuasi, sehingga anggota belum optimal. Meskipun tidak dapat dipungkiri bahwa terdapat anggota yang loyalitasnya tinggi, misalnya untuk BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara, anggota paling lama menggunakan jasa BMT selama 7 tahun lebih, dengan jumlah 852 anggota. Namun belum optimalnya loyalitas anggota tersebut terdapat beberapa faktor yang mempengaruhinya antara lain aspek kepatuhan syariah, *good corporate goveranve* dan kepercayaan.

Sebagai bahan perbandingan berikut ini dijelaskan jumlah anggota BMT Ummat Sejahtera Abadi di Kabupaten Jepara sebagaimana terlihat dalam tabel 1.2 berikut:

²² Husna Leila Yusran dan Andria Permata Veithzal Veithzal Rivai Zainal, Firdaus Djaelani, Salim Basalamah, *Islamic Marketing Management* (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), 167.

**Tabel 1.2 Jumlah Anggota BMT Ummat Sejahtera Abadi
Jepara**

No	Nama KSPPS	Tahun			
		2016	2017	2018	2019
1.	KSPPS BMT Fastabiq Jepara	8.728	9.447	9960	10.268
2.	KSPPS BMT Harapan Bersama	14.228	15.400	16237	16.739
3.	KSPPS BMT Harum JEPARA	3.290	3.561	3755	3.871
4.	KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi	12.209	12.504	12.399	12.391
5.	KSPPS Guna Lestari Jaya	6.724	7.278	7.674	7.911
6.	KSPPS Sumber Makmur Sejahtera	3.504	3.792	3.998	4.122
7.	KSPPS BMT BUS di Jepara	13.431	14.328	15.123	15.583
Jumlah		62.114	66.510	69.136	70.885

Sumber : Dinas Koperasi UKM Tenaga Kerja dan Transmigrasi Kabupaten Jepara, 2020.

Tabel 1.2 menunjukkan jumlah anggota BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara, berdasarkan tabel tersebut, dapat diketahui bahwa jumlah anggota KSPPS yang ada di Kabupaten Jepara mengalami peningkatan setiap tahunnya, namun jika dicermati lebih lanjut terlihat bahwa jumlah anggota BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara mengalami fluktuasi, jika dibandingkan dengan BMT lain yang jumlah anggotanya mengalami peningkatan.

Uraian latar belakang di atas melatar belakangi peneliti mengambil judul “**Pengaruh Persepsi Anggota tentang Kepatuhan Syariah, Good Corporate Governanve dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Anggota BMT Ummat Sejahtera Abadi Cabang Bapangan Jepara**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka timbul pertanyaan penelitian sebagai berikut ini:

1. Apakah persepsi anggota tentang kepatuhan syariah berpengaruh terhadap loyalitas anggota BMT Ummat Sejahtera Abadi Cabang Bapangan Jepara?

2. Apakah *good corporate governanve* berpengaruh terhadap loyalitas anggota BMT Ummat Sejahtera Abadi Cabang Bapangan Jepara?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas anggota BMT Ummat Sejahtera Abadi Cabang Bapangan Jepara?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji secara empiris pengaruh persepsi anggota tentang kepatuhan Syariah terhadap loyalitas anggota BMT Ummat Sejahtera Abadi Cabang Bapangan Jepara.
2. Untuk menguji secara empiris pengaruh *good corporate governanve* terhadap loyalitas anggota BMT Ummat Sejahtera Abadi Cabang Bapangan Jepara.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang bisa diperoleh dari penelitian ini antara lain:

1. Secara Teoritis

Ditinjau dari perspektif Islam di Indonesia, riset berikut memiliki manfaat literature bagi manajemen lembaga keuangan syariah dengan menunjukkan pengaruh persepsi anggota berkaitan dengan kepatuhan syariah, *good corporate governance* dan kepercayaan terhadap loyalitas anggota dalam memberikan kontribusi terhadap pengembangan.

2. Manfaat Praktis

Bagi peneliti selanjutnya, perencanaan penelitian berkaitan dengan persepsi anggota tentang kepatuhan Syariah, *good corporate governance* dan kepercayaan dalam meningkatkan loyalitas anggota pada lembaga keuangan syariah dapat digunakan sebagai landasan teoritis.

E. Sistematika Penulisan

1. Bagian Awal

Bagian yang terletak saat sebelum badan karangan dengan komposisi halaman judul, halaman pengesahan, pernyataan keaslian, abstrak, halaman motto, halaman persembahan, pedoman transliterasi Arab-Latin, kata

pengantar, halaman daftar isi, daftar table dan daftar ilustrasi.

2. Bagian Isi

BAB I : Pendahuluan

Pada bagian berikut berisi fenomena problematik, rumuan problematika, sasaran pemeriksaan, utilitas riset serta sitematika penyusunan karya ilmiah.

BAB II : Landasan Teori

Pembagian berikut memuat pandangan kepustakaan yang mendukung pelaksanaan riset berikut yaitu terdiri atas konsep persepsi anggota tentang kepatuhan Syariah, konsep *good corporate governanve*, teori kepercayaan, konsep loyalitas anggota, riset sebelumnya, rerangka pemikiran dan dugaan sementara penelitian.

BAB III : Metode Penelitian

Pada bagian berikut membahas perihal klasifikasi serta -ancangan riset, keseluruhan satuan serta subset, pengertian aspek, sumber data, metode mengumpulkan fakta, pengujian validity serta reliability pengukuran, pengujian klasik asumsi serta teknik analisa fakta.

BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam babi ni membahas mengenai cerminan universal obyek riset, deskripsi hasil penelitian, analisa fakta dan bahasan riset.

BAB V : Penutup

Bagian penutup adalah pembagian terakhir riset ini, yang isinya sesimpulan, implikai riset, terbatasnya riset, masukan serta tutupan.

3. Bagian Akhir

Pada bagian akhir pembagian yang paling akhir yang terdiri atas daftar pustaka yaitu literatur-literatur yang dipakai dalam riset ini sebagai rujukan serta lampiran yang menudukung makna riset.