

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Koperasi syariah adalah suatu lembaga keuangan non bank yang memiliki tujuan mensejahterakan anggotanya dengan menerapkan prinsip-prinsip syariah di setiap kegiatan. Menjaga hubungan baik dengan anggota sangat ditekankan disini karena citra dari suatu koperasi dapat ditentukan oleh kepuasan anggota dalam menggunakan produk di koperasi tersebut. Kasmir dalam bukunya yang berjudul “*Customer Service Excellent Teori dan Praktik*” menyatakan bahwa dalam meningkatkan kepuasan anggota, faktor pelayanan (*service*) merupakan faktor utama yang sangat mempengaruhi. Kepuasan anggota juga harus didukung oleh faktor-faktor lain seperti: kualitas produk, harga, lokasi, dan lainnya.¹Dalam memaksimalkan pelayanan prima (*Service Excellent*), kondisi tersebut harus berjalan seiringan agar kepuasan anggota tetap terjaga. Koperasi syariah dapat juga dikenal sebagai lembaga alternatif penyaluran modal seperti produk tabungan dan produk pembiayaan.

Service Excellent dilakukan terhadap semua produk yang ditawarkan, tak terkecuali pada Koperasi Syariah Serba Usaha (KSSU) Harum Dhaha Kota Kediri. di Koperasi ini, produk pembiayaan dengan akad *murabahah* merupakan produk paling diminati oleh mayoritas anggota koperasi. KSSU Harum Dhaha beralamat di Pertokoan Mitos Jl. Penanggungan Blok G.4/16 Bandar kidul Mojoroto Kota Kediri dan mulai beroperasi pada 1 November

¹ Kasmir, *Customer Service Excellent Teori dan Praktik* (Depok : Rajawali Pers, 2018), 237.

2009, dimulai dengan Unit usaha perdagangan kebutuhan pokok. Mendapatkan Legalitas Badan Hukum pada tanggal 20 Agustus 2010. Terbitnya legalitas membuat para anggota bersepakat untuk menjalankan usaha Jasa Keuangan Syariah sebagai “*Main Bisnis*” KSSU Harum Dhaha. Berjalannya waktu, KSSU Harum Dhaha dapat memberikan secercah harapan bagi anggota dan dapat diterima oleh masyarakat umum. Kondisi ini dapat dilihat dari peningkatan asset yang awalnya kurang lebih 50 juta pada tahun 2011 meningkat menjadi 1 Miliar pada akhir tahun 2018. Tahun 2018 dikembangkan lagi usaha sektor perdagangan yang sebelumnya sudah ada yaitu usaha perdagangan toko modern dengan nama HD Mart terletak di Jalan Penanggungan nomer 16 Lirboyo. Ruang lingkup usaha KSSU Harum Dhaha saat ini menjalankan pokok usaha pada bidang Lembaga Keuangan Mikro Syariah (penghimpunan dan penyaluran).

Murabahah di KSSU Harum Dhaha Kediri adalah suatu bentuk akad pembiayaan. Dimana akad ini diperuntukkan untuk calon anggota yang menginginkan adanya jual beli terhadap suatu barang tertentu serta harga dan angsuran telah disepakati bersama. Pengajuan pembiayaan oleh calon anggota akan dianalisis terlebih dahulu oleh manager KSSU Harum Dhaha Kediri. Hal ini, dimaksudkan sebagai tolak ukur pendalaman karakter anggota yang nantinya dapat ditarik kepada anggota loyal terhadap KSSU Harum Dhaha Kediri. Hal yang demikian ini adalah karakteristik pelayanan KSSU Harum Dhaha Kediri yang tidak dimiliki oleh lembaga lain. Berikut data lain mengenai perbedaan KSSU Harum Dhaha Kediri dengan BMT Rahmat Semen Kediri:

Tabel 1.1

Perbedaan KSSU Harum Dhaha Kediri dengan BMT Rahmat Semen Kediri²

Indikator	KSSU Harum Dhaha Kediri	BMT Rahmat Semen Kediri
Tahun berdiri	1 November 2009	1 Agustus 2003
Nama produk yang tersedia	<p>a. Produk Pembiayaan, yang meliputi :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Murabahah</i> 2. <i>Ijarah</i> 3. <i>Mudharabah</i> / <i>Musyarakah</i> 4. <i>Qard</i> <p>b. Produk Simpanan, yang meliputi :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. SiMudha (<i>Mudharabah</i>) 2. Si Fitri (Idul Fitri) 3. Si Aqqu (Aqiqah dan Qurban) 4. SiPendik (Pendidikan) 5. Walimah anggota 6. SBS (Simpanan Berjangka Syariah) 	<p>a. Produk Pembiayaan, yang meliputi :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Mudharabah</i> 2. <i>Musyarakah</i> 3. <i>Murabahah</i> 4. <i>Bai' Bitsaman Ajil</i> 5. <i>Qardhul Hasan</i> <p>b. Produk Simpanan, yang meliputi :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Simpanan Pokok Khusus (Simpokus) 2. Simpanan <i>Mudharabah</i> (Simuda) 3. Simpanan <i>Mudharabah</i> Berjangka (Sijaka) 4. Simpanan Pendidikan (Sidik) 5. Simpanan Pensiun Barokah (Sipensi Berkah)
Fasilitas Fisik	<ol style="list-style-type: none"> 1. Parkiran luas 2. Tempat pelayanan bersih dan rapi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Parkiran luas dan teduh 2. Tempat pelayanan bersih dan rapi

² Observasi, di KSSU Harum Dhaha Kediri dan BMT Rahmat Semen Kediri, 26 April 2021.

	3. Interior dalam yang luas 4. Terdapat ruang tunggu	3. Lokasi strategis dekat dengan pasar
Konsep <i>Service Excellent</i>	Menggunakan prinsip 5C KSSU Harum Dhaha Kota Kediri yakni <i>Character 1</i> (mengenai interaksi keuangan), <i>Character 2</i> (mengenai usaha yang dijalankan), <i>Character 3</i> (mengenai karakter agama), <i>Capacity</i> (kemampuan anggota), <i>Collateral</i> (jaminan).	Menggunakan prinsip 5C yang meliputi <i>character</i> (karakter), <i>Capacity/cashflow</i> (kapasitas/keuangan), <i>Capital</i> (modal), <i>conditions</i> (kondisi), <i>collateral</i> (agunan), <i>constraint</i> (hambatan).
Jml karyawan	3 Karyawan	4 karyawan

Sumber: Observasi KSSU Harum Dhaha Kediri dan BMT Rahmat Semen Kediri

Berdasarkan tabel diatas terlihat perbedaan antara KSSU Harum Dhaha Kediri dengan BMT Rahmat Semen Kediri mulai dari tahun berdiri hingga jumlah karyawan. Jumlah karyawan yang terdapat di KSSU Harum Dhaha Kediri terbilang lebih sedikit daripada BMT Rahmat Semen Kediri. hal yang demikian, tidak menyurutkan KSSU Harum Dhaha Kediri untuk melakukan pelayanan yang baik guna menggerakkan perekonomian Syariah dalam mensejahterakan anggotanya. Dengan konsep *service excellent* yang berbeda pula, maka dapat dipastikan hal tersebut dapat menarik minat anggota baru untuk melakukan pembiayaan di KSSU Harum Dhaha Kota Kediri.

Pelayanan pembiayaan yang mudah dengan berbagai akad pilihan seperti *murabahah*, *mudharabah*, *ijarah*, dan *qardh* dapat disesuaikan dengan kemampuan usaha anggota. Langkah ini merupakan upaya KSSU Harum Dhaha dalam rangka

meningkatkan pelayanan dan membumikan sistem ekonomi syariah kepada anggota masyarakat. Sehingga dengan harga produk yang relatif terjangkau serta tempat strategis dengan keadaan sekitar merupakan daerah pertokoan dan pedagang-pedagang yang membutuhkan produk serta jasa-jasa koperasi dalam mendukung kelancaran usaha. Berdasarkan data yang kami peroleh telah terjadi peningkatan jumlah anggota KSSU Harum Dhaha selama 3 tahun terakhir :³

Table 1.2

Perkembangan Anggota KSSU Harum Dhaha Kota Kediri

Keterangan	Desember 2018	Desember 2019	Desember 2020
<u>Keanggotaan</u>			
Anggota awal	21 orang	24 orang	39 orang
Anggota	303 orang	327 orang	366 orang
Calon Anggota	85 orang	80 orang	70 orang
Total	409 orang	431 orang	475 orang

Sumber : Dokumentasi KSSU Harum Dhaha Kota Kediri

Berdasarkan data pada tabel 1.2 dapat dilihat perkembangan anggota KSSU Harum Dhaha dari tahun 2018 ke tahun 2020 selalu mengalami peningkatan jumlah anggota. Hal ini terbukti karena anggota KSSU Harum Dhaha Kediri merasa puas terhadap pelayanan yang dilakukan oleh karyawan koperasi Syariah tersebut. Selain merasa puas, mereka juga percaya terhadap pelayanan yang dilakukan itu Amanah dan sesuai dengan prinsip syariah yang ada.

³ Observasi di KSSU Harum Dhaha Kediri, 26 April 2021.

Prinsip syariah yang dimaksud yakni prinsip gotong royong (*ta'awun ala birri*) dan bersifat kolektif (berjamaah) dalam membangun kemandirian hidup.⁴ Koperasi syariah menggunakan pedoman sesuai dengan sistem syariah Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan al-Hadits, tak terkecuali tata cara dalam melakukan pelayanan kepada anggota. Hal ini didasarkan pada pola manajemen syariah yang muncul setelah Allah SWT menurunkan risalah-Nya kepada Nabi Muhammad SAW. Manajemen syariah adalah suatu perencanaan yang dipandu oleh aturan boleh atau tidaknya dilakukan berdasarkan prinsip-prinsip manajemen syariah yang meliputi: penegakkan keadilan, amanah, dan pertanggungjawaban, serta komunikatif.⁵

Sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Kasmir, dalam bukunya yang berjudul *customer service excellent, teori dan praktik* bahwa makin sempurna pelayanan yang diberikan, maka semakin banyak pula nasabah atau pelanggan yang datang untuk melakukan transaksi. Pelayanan yang baik akan memberikan kepuasan kepada pelanggan.⁶ Sehingga KSSU Harum Dhaha harus mempersiapkan suatu strategi yang mampu mengikat anggotanya agar tetap setia pada koperasi syariah tersebut. Perlu penerapan *Service Excellent* semaksimal mungkin sebagai suatu strategi komunikasi serta strategi marketing yang bertujuan untuk membangun kepuasan dan loyalitas dalam jangka panjang. Adanya penerapan *Service Excellent* yang maksimal akan membuat KSSU Harum Dhaha tetap mampu menjaga tingkat kepuasan anggotanya sehingga

⁴ Nur Syamsudin Buchari, *Koperasi Syariah Teori dan Praktik* (Banten: Pustaka Afa Media, 2012), 8.

⁵ Muhammad, *Manajemn Dana Bank Syariah* (Depok: Rajawali Pers, 2017), 72.

⁶ Kasmir, *Customer Services Excellent : Teori dan Praktik* (Jakarta: Rajawali Pers, 2018), 46.

anggota akan tetap loyal menggunakan produk-produk koperasi tersebut terutama produk *murabahah*. Dengan demikian, peneliti terdorong untuk mendalami lebih jauh lewat sebuah penelitian yang mendalam tentang “***Service Excellent Terhadap Produk Pembiayaan dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Ditinjau Dari Perspektif Manajemen Syariah (Studi pada KSSU Harum Dhaha Kota Kediri)***”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka penelitian ini fokus kepada :

1. Bagaimana *service excellent* terhadap produk pembiayaan dalam meningkatkan jumlah anggota di KSSU Harum Dhaha Kota Kediri?
2. Bagaimana *service excellent* terhadap produk pembiayaan dalam meningkatkan jumlah anggota ditinjau dari prespektif manajemen syariah di KSSU Harum Dhaha Kota Kediri?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini ialah:

1. Untuk mengetahui *service excellent* terhadap produk pembiayaan dalam meningkatkan jumlah anggota di KSSU Harum Dhaha Kota Kediri.
2. Untuk mengetahui *service excellent* terhadap produk pembiayaan dalam meningkatkan jumlah anggota ditinjau dari prespektif manajemen syariah di KSSU Harum Dhaha Kota Kediri.

D. Manfaat Penelitian

Setiap penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya maupun yang terkait secara langsung di dalam penelitian. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi KSSU Harum Dhaha Kota Kediri

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat serta dapat digunakan oleh KSSU Harum Dhaha Kota Kediri sebagai bahan masukan untuk mengetahui tentang penerapan dari kualitas pelayanan atau *service excellent* yang diberikan kepada anggota terhadap produk pembiayaan sehingga dapat meningkatkan rasa puas pada diri anggota yang akhirnya anggota tersebut tetap bertahan dan loyal pada KSSU Harum Dhaha ini.

2. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya, serta diharapkan penelitian selanjutnya mampu memperbaiki dan menyempurnakan kekurangan yang ada pada penelitian ini.

3. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan sarana untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh oleh peneliti selama mengenyam bangku perkuliahan dengan kondisi yang terjadi di lapangan, serta untuk menambah pengalaman dan wawasan bagi peneliti.

E. Telaah Pustaka

Berikut Telaah Pustaka yang digunakan Penulis :

1. *Peranan Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan di JNE Agen Gurah Kabupaten Kediri.*⁷

Pada penelitian tersebut metode penelitian yang digunakan termasuk dalam penelitian kualitatif, sedangkan analisisnya menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Hasil penelitian yang disampaikan adalah penerapan kualitas pelayanan yang diberikan dalam meningkatkan loyalitas nasabah sudah sangat baik, hal ini dikarenakan adanya penambahan jumlah nasabah baru dan loyal yang bertambah dalam pertahunnya. Adapun persamaan dengan penelitian penulis adalah sama-sama menggunakan penelitian kualitatif dan meneliti tentang penerapan kualitas pelayanan. Namun, terdapat perbedaan dengan penelitian ini yakni tidak hanya fokus kepada pelayanan saja tetapi juga menekankan terhadap pengelolaan produk *murabahah*, dengan harapan jika kualitas produk yang diberikan itu baik dan pelayanan yang dilakukanpun juga maksimal, maka hal ini diharapkan dapat menciptakan rasa puas di dalam diri anggota.

⁷Arif Affandi, *Peranan Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Di JNE Agen Gurah Kabupaten Kediri*, Kediri: STAIN Kediri, 2018.

2. *Analisis Pelayanan Prima (Service Excellent) terhadap Kepuasan Nasabah (Studi pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padang Sidempuan)*⁸

Penelitian ini bersifat *field research* (penelitian lapangan), sedangkan pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Dengan kesimpulan bahwa manfaat jasa pelayanan prima (*Service Excellent*) terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri KC Padangsidempuan ini dipengaruhi oleh beberapa unsur seperti bukti langsung (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Adapun persamaan dengan penelitian penulis adalah sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif dan membahas tentang unsur pelayanan prima yang dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Perbedaan mendasar penelitian ini terletak pada obyek penelitian.

3. *Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Anggota pada Produk Pembiayaan Murabahah (Studi pada Baitul Maal Wat Tamwil Bangun Drajad Sejahtera Tulang Bawang)*⁹

Penelitian ini menggunakan metode Deskripsi kualitatif yang menghasilkan kesimpulan bahawasanya strategi pemasaran yang dilakukan oleh BMT Bangun Drajad Sejahtera Tulang Bawang yakni dengan meningkatkan kegiatan promosi dan sosialisasi kepada masyarakat, baik

⁸Fitri Yani, *Analisis Pelayanan Prima (Service Excellent) terhadap Kepuasan Nasabah (Studi pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padang Sidempuan)*, Sumatera Utara: Universitas Negeri Sumatera Utara, 2019.

⁹Yusup Adi Irawan, *Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Anggota pada Produk Pembiayaan Murabahah (Studi pada Baitul Maal Wat Tamwil Bangun Drajad Sejahtera Tulang Bawang)*, Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2019.

dilakukan dengan cara *door to door*, melalui presentasi ke instansi dan lembaga pemerintahan dan swasta, maupun silaturahmi di sebuah acara, serta menyebarkan informasi melalui media sosialnya. Selain itu BMT ini juga mengembangkan bauran pemasaran (*marketing mix*), 4P yaitu : *product*, *price*, *place*, dan *promotion*. Penerapan pembiayaan *murabahah* di BMT Bangun Drajad Sejahtera sudah sesuai dengan prosedur dan prinsip syariah Islam dengan menggunakan analisis kelayakan 5C. Dengan demikian, strategi pemasaran tersebut diharapkan dapat meningkatkan pelayanan karyawan sehingga tingkat kepuasan anggota pun juga ikut meningkat. Adapun persamaan dengan penelitian penulis adalah sama-sama menggunakan metode deskripsi dengan pendekatan kualitatif. Sedangkan yang menjadi perbedaan dengan penelitian ini adalah terletak pada obyek dan pembahasan. Penelitian oleh Yusup Andi Irawan ini lebih fokus ke pembahasan mengenai strategi pemasaran produk *murabahah* yang seperti apa yang dapat meningkatkan jumlah anggota.

4. *Strategi Pemasaran Produk Murabahah di Koperasi Serba Usaha Baitul Mal Wattamwil Marhaban Rembang Purbalingga.*¹⁰

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang menghasilkan kesimpulan bahwasanya strategi pemasaran produk *murabahah* menggunakan bauran pemasaran (*Marketing mix*) dengan model tujuh komponen yakni : produk,

¹⁰Hety Freafita, *Strategi Pemasaran Produk Murabahah di Koperasi Serba Usaha Baitul Mal Wattamwil Marhaban Rembang Purbalingga*, Surakarta:Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2015.

(*product*), harga (*price*), lokasi (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), bukti fisik (*physical evidence*), proses (*process*). Adapun persamaan dengan penelitian penulis adalah sama-sama menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Perbedaan yang mendasar dengan penelitian ini adalah terletak pada terfokusnya strategi pemasaran produk *murabahah* agar dapat meningkatkan minat pelanggan.

5. *Strategi Pelayanan BMT Dalam Mempertahankan Jumlah Nasabah (studi kasus di BMT Masalah Murshalah Lil Ummah Sidogiri Pasuruan).*¹¹

Analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan metode kualitatif dengan kesimpulan bahwa Pelayanan di *BMT Masalah Murshalah Lil Ummah Sidogiri Pasuruan* memiliki strategi pelayanan yang bijaksana, bersifat menyenangkan, efisien, sopan dan mempermudah proses transaksi serta memegang penuh prinsip seorang karyawan muslim. Loyalitas pembelian ulang, adanya pemasaran produk secara sukarela, dan kepuasan nasabah sehingga setia. Adapun persamaan dengan penelitian penulis adalah sama-sama menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif dan membahas tentang pelayanan. Perbedaan yang signifikan dengan penelitian ini adalah terletak pada obyek dan pembahasan yakni dalam penelitian ini lebih terfokus kepada peranan dari *customer relationship management* dan *service excellent* dalam meningkatkan kepuasan nasabah.

¹¹ Aan Faikhotul Himah, *Strategi Pelayanan BMT Dalam Mempertahankan Jumlah Nasabah (studi kasus di BMT Masalah Murshalah Lil Ummah Sidogiri Pasuruan)*, Kediri: STAIN Kediri, 2015.

6. *Peranan Pembiayaan Al-Qardh Al-Hasan di Koperasi Syariah Serba Usaha (KSSU) Harum Dhaha Kediri dalam Meningkatkan Kesejahteraan Nasabah*¹²

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kualitatif deskriptif dengan hasil penelitian yang menjelaskan bahwa operasionalisasi pembiayaan *Al-Qardh Al-Hasan* di KSSU Harum Dhaha Kota Kediri telah tertata rapi, namun peranan pembiayaan *Al-Qardh Al-Hasan* di Koperasi Syariah Serba Usaha (KSSU) Harum Dhaha Kediri dalam meningkatkan kesejahteraan nasabah masih belum terealisasi dikarenakan kriteria yang dimaksud belum terpenuhi. Adapun persamaan dengan penelitian penulis adalah sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif dan membahas mengenai produk pembiayaan di lokasi yang sama. Perbedaan yang signifikan di penelitian ini adalah produk yang dibahas adalah satu produk saja, dan penelitian ini meneliti tentang bagaimana cara meningkatkan kesejahteraan nasabah.

¹² Agus Setiawan, *Peranan Pembiayaan Al-Qardh Al-Hasan di Koperasi Syariah Serba Usaha (KSSU) Harum Dhaha Kediri dalam Meningkatkan Kesejahteraan Nasabah*, Kediri: STAIN Kediri, 2014.