

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. LATAR BELAKANG**

Selain perbankan yang menggunakan aturan Syariah dalam transaksi dan aturan kerjanya banyak juga lembaga keuangan lain yang menggunakan prinsip Syariah, seperti halnya koperasi yang juga merupakan lembaga keuangan yang bergerak dibidang jasa keuangan yang melakukan kegiatan intermediasi yaitu penghimpunan dan penyaluran dana dari masyarakat dan untuk masyarakat.

Menurut pasal 1 UU No. 25/1992, yang dimaksud dengan koperasi di Indonesia adalah suatu badan usaha yang memiliki dasar asas kekeluargaan.

“Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya pada prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomirakyat yang berdasarkan asas kekeluargaan”. Dalam PSAK No. 27 tahun 2007 dijelaskan bahwa koperasi sekaligus sebagai wadah untuk mengorganisir pendayagunaan dan pemanfaatan sumberdaya yang dimiliki anggota koperasi. Koperasi juga dapat didefinisikan sebagai badan usaha yang mengorganisir pemanfaatan dan pendayagunaan sumber daya ekonomi para anggotanya atas dasar prinsip-prinsip koperasi dan kaidah usaha ekonomi untuk meningkatkan taraf hidup anggota pada khususnya dan masyarakat daerah kerja pada umumnya. Dengan demikian koperasi merupakan gerakan ekonomi rakyat dan sokoguru perekonomian nasional.<sup>1</sup>

Dasar hukum undang-undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992 tentang perkoperasian (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 116, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3502), Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 1994 tentang persyaratan dan

---

<sup>1</sup>Adenk Sudarwanto, *Akuntansi Koperasi: Pendekatan Praktis Penyusunan Laporan Keuangan*, Cetakan 1, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013, h. 19.

Tata Cara Pengesahan Akta Pendirian dan Perubahan Anggaran Dasar Koperasi (Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1994, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor (3540), Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 1994 tentang Pembubaran Koperasi oleh Pemerintah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1994 Nomor 24 Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor (3549), Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 101 Tahun 2001 tentang Kedudukan, Tugas Fungsi, Kewenangan, Susunan Organisasi dan Tata Kerja Menteri Negara, Keputusan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor 70/KEP/MENEG/XII/2001 tentang Organisasi dan Tata kerja Kantor Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, Keputusan Menteri Negara dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor 104.1/ Kep/ M.KUKM/ X/ 2002 tentang Petunjuk Pelaksanaan Pembentukan, Pengesahan Akta Pendirian dan Perubahan Anggaran Dasar Koperasi.<sup>2</sup> Perjalanan koperasi di Indonesia semakin pesat, selain KSP (koperasi simpan pinjam). Ada pula koperasi yang berlandaskan prinsip Islam yang biasa masyarakat sebut dengan atau Koperasi Simpan Pinjam Syariah. Selain dalam organisasi perkoperasian Indonesia ada pula BMT (Baitul Maal Wa Tamwil) yang fungsinya lebih kedalam kegiatan social dan bisnis. Kehadiran BMT sebagai pendatang baru dalam dunia pemberdayaan masyarakat melalui system simpan pinjam Syariah dimaksudkan untuk menjadi alternatif yang lebih inovatif dalam jasa keuangan. Pada Dasar Kegiatan Baitul Maal Wa Tamwil terdiri atas dua lembaga yaitu: *Baitul Maal* merupakan lembaga keuangan yang berorientasi social keagamaan yang usaha utamanya menampung serta menyalurkan harta masyarakat berupa Zakat, Infaq, Shadaqah (ZIS) berdasarkan ketentuan yang telah ditetapkan Al-Qur'an dan Sunnah Rasul. Baitul Tamwil merupakan lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menghimpun dana masyarakat

---

<sup>2</sup>Ahmad Ifham Sholihin, *Pedoman Umum Lembaga Keuangan Syari'ah*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2010, h. 455-456.

dalam bentuk tabungan ataupun deposito dan menyalurkan kembali masyarakat dalam pembuk pembiayaan berdasarkan prinsip-prinsip syari'ah melalui mekanisme yang lazim dalam dunia perbankan.<sup>3</sup>

Menurut Ridwan, BMT merupakan sebuah lembaga keuangan yang tidak saja berorientasi bisnis tetapi juga sosial, dan juga lembaga yang tidak melakukan pemusatan kekayaan pada sebagian kecil orang tetapi lembaga yang kekayaannya terdistribusi secara merata dan adil. BMT juga merupakan lembaga keuangan syari'ah yang jumlahnya paling banyak dibandingkan lembaga-lembaga keuangan syari'ah lainnya.<sup>4</sup>

Koperasi Jasa Keuangan Syariah merupakan koperasi yang kegiatan usahanya dibidang usaha pembiayaan, investasi, dan simpanan dengan pola bagi hasil (syari'ah). Selain memiliki kedudukan dan fungsi untuk terlibat langsung dalam upaya pengembangan usaha kecil dan menengah, BMT juga mempunyai tujuan untuk meningkatkan wawasan dan kesadaran umat tentang system dan polaperekonomian Islam.<sup>5</sup>

Prinsip-prinsip dasar yang diterapkan pada BMT meliputi prinsip bagi hasil, jual beli, dan non profit. Pada produk penghimpun dananya berupa simpanan. Sedangkan pada penyaluran dana kepada masyarakat sebagian besar disalurkan dengan bentuk barang dan jasa kepada mitranya.

Prinsip-prinsip ini harus dipahami oleh praktisi Bank maupun lembaga keuangan non Bank, untuk meningkatkan kinerja perusahaan dan sebagai acuan penilaian untuk integritas diri yang tinggi sehingga mampu mengembangkan sektor riil perekonomian.

Banyak BMT-BMT yang memahami dan menerapkan prinsip-prinsip Syariah dalam memberikan pelayanan, antara lainnya di KSPPS BMT Walisongo Semarang.

---

<sup>3</sup> Heny Yuningrum, *Mengukur Kinerja Operasional BMT Pada Tahun 2010 Ditinjau Dari Segi Efisiensi Dengan Data Envelopment Analysis (DEA)*, (Studi Kasus Di Kota Semarang), Semarang: UIN Walisongo, 2010, h. 7.

<sup>4</sup> *Ibid*, h. 27-28.

<sup>5</sup> Sholihin, *Pedoman...*, h. 456.

BMT Walisongo Semarang berusaha memberikan pelayanan yang ekstra untuk menarik minat anggotanya dalam menabung dan mempertahankan eksistensinya dalam dunia perbankan juga mempertahankan loyalitas anggotanya. Banyak lembaga keuangan sejenis BMT yang bergerak dikalangan masyarakat namun sedikit yang bertahan lantaran kinerja karyawannya yang kurang baik. BMT Walisongo mencoba untuk mengajak masyarakat untuk turut serta dalam menggerakkan pembangunan nasional berdasarkan asas kekeluargaan.

Dari asas kekeluargaan ini KSPPS BMT Walisongo memberikan pelayanan simpan pinjam dengan kinerja karyawan yang baik untuk menumbuhkan kepercayaan dengan para anggotanya dalam pengelolaan simpanan dan penyaluran dana pada anggota. Tingkat kepercayaan ini dapat dinilai melalui kepuasan anggota dalam menerima pelayanan jasa dari KSPPS BMT Walisongo Semarang.

Kepuasan konsumen merupakan modal dasar untuk membentuk loyalitas yang bisa dijadikan sebagai salah satu senjata untuk menaikkan keunggulan bersaing suatu perusahaan yang bergerak di sector jasa. Namun dengan adanya kepuasan saja tidak menjamin dan yaloyalitas anggota dalam bermitra dengan lembaga yang bergerak disektor jasa.

Kepuasan konsumen sangat penting karena akan berdampak pada kelancaran bisnis atau perusahaan. Pelanggan yang akan merasa puas pada produk/jasa yang digunakannya akan kembali menggunakan jasa/produk yang ditawarkan. Hal ini akan membangun kesetiaan pelanggan.

Untuk memperoleh loyalitas anggota maka etos kerja karyawan yang baik dalam memberikan pelayanan sangat dibutuhkan. Etos kerja yang baik merupakan salah satu syarat untuk mencapai kebahagiaan. Dalam upaya mencapai etos kerja yang baik, pengelola BMT Walisongo Semarang menjadikan pekerjaannya sebagai ibadah untuk mendorong motivasi bekerja selain adanya penghargaan dan jabatan.

Etos kerja adalah sifat, watak dan kualitas kehidupan batin manusia, moral dan gaya estetik serta suasana batin mereka.<sup>6</sup>Etos kerja merupakan sikap yang mendasari diri manusia yang direfleksikan kedalam dunia nyata yang biasa disebut dengan sikap dalam bekerja. Dengan etos kerja tersebut seseorang dapat termotivasi dalam bekerja. Dari etos kerja tersebutlah yang mendasari KSPPS BMT Walisongo Semarang dalam memberikan pelayanan dibidang jasa. Dengan mengoptimalkan pelayanan dari setiap produk-produknya, dan menuntut kinerja karyawan yang baik. Dengan begitu BMT BMT Walisongo Semarang mampu menarik kepercayaan dari para.

Selain itu untuk mendapatkan loyalitas pelanggan, perusahaan tidak hanya mengandalkan *value* dan *brand*, seperti yang ditetapkan pada *Coventional Marketing*. Pada masa sekarang diperlukan pada perlakuan yang lebih atau disebut dengan *Unique Needs*, perbedaan kebutuhan antara satu pelanggan dengan pelanggan lainnya, untuk itu peranan dari *Relationship Marketing* sangat diperlukan.

Dalam menempatkan pelanggan pada tengah pusran aktifitas bisnis, diharapkan perusahaan selalu memperhatikan dan mengutamakan pelanggan dalam segala aktifitas maupun progam yang dilakukan. Sehingga pelanggan menjadi pihak yang selalu di dahulukan, dengan harapan akan merasa puas, nyaman, dan akhirnya menjai loyal kepada perusahaan. Karena pentingnya loyalitas terhadap kelangsungan hidup perusahaan, maka perusahaan harus secara kontinue menjaga dan meningkatkan loyatitas dari para pelanggannya. Oleh karena itu untuk membangun loyalitas pelanggan, perusahaan harus memiliki hubungan yang baik dengan pelanggan sehingga perusahaan dapat lebih memahami akan kebutuhan, keinginan dan harapan-harapan para pelanggannya.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, Cetakan 1, Jakarta: Penebar Plus, 2012, h. 27.

<sup>7</sup> Rahman El- Junusi, *Membangun Kemitraan Antara Bank Syari'ah dan Anggota dengan pendekatan Costumer Relationship Management*, Semarang: UIN Walisongo, 2012, h. 34-35.

Dalam mengukur kesetiaan, diperlukan beberapa atribut yaitu:

1. Mengatakan hal yang positif tentang perusahaan kepada orang lain.
2. Merekomendasikan perusahaan kepada orang lain yang meminta saran.
3. Mempertimbangkan bahwa perusahaan merupakan pilihan pertama dalam melakukan pembelian jasa.
4. Melakukan lebih banyak bisnis atau pembelian dengan perusahaan beberapa tahun mendatang.<sup>8</sup>

Berdasarkan kasus diatas mendorong penulis untuk menyusun Tugas Akhir yang berjudul: “Strategi Meningkatkan Loyalitas anggota di KSPPS BMT WALISONGO Semarang”.

Karena dalam penggunaan produk di KSPPS BMT Walisongo Semarang banyak anggota yang tidak loyal dan hanya sekali megunakan prodaknya dan tidak melanjutkannya lagi. Sehingga peneliti tertarik untuk meneliti tentang loyalitas anggota di KSPPS BMT Walisongo.

Data Anggota di KSPPS BMT Walisongo:

Bidang Simpanan	Tahun 2015	Tahun 2016
Simpanan Sukarela	1803	2100
Simpanan Berjangka	98	100
Bidang Pembiayaan	Tahun 2015	Tahun 2016
MDA	-	-
BBA	220	184
MURABAHAH	107	85
<b>JUMLAH</b>	<b>2228</b>	<b>2469</b>

---

<sup>8</sup> *Ibid*, h. 33.

## **B. Rumusan Masalah.**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas dan untuk memperjelas arah penelitian, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana strategi yang dilakukan BMT Walisongo Semarang untuk meningkatkan Loyalitas Anggota?

## **C. Tujuan dan Manfaat Hasil Penelitian.**

### **1. Tujuan penelitian.**

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut: Untuk mengetahui Strategi yang dilakukan KSPPS BMT Walisongo Semarang dalam meningkatkan Loyalitas Anggota.

### **2. Manfaat penelitian.**

Hasil pemikiran ini diharapkan dapat melengkapi referensi yang telah ada sehingga dapat memberikan wawasan bagi semua pihak. Disamping itu hasil penelitian diharapkan dapat memberikan masukan bagi lembaga keuangan terutama mengenai faktor-faktor yang bisa menumbuhkan kepercayaan Anggotanya dan calon Anggota untuk mempercayakan dananya kepada KSPPSBMT Walisongo Semarang.

## **D. Tinjauan Pustaka**

Untuk menghindari plagiarisme maka penulis akan melampirkan penelitian terdahulu diantaranya adalah:

Penelitian dilakukan oleh Alin Endarti tentang “Upaya BMT BUS Untuk Meningkatkan Loyalitas Anggota” mengungkapkan bahwa bagaimana upaya meningkatkan loyalitas anggota, bagaimana pelayanan yang diberikan BMT kepada anggotanya dan layanan jasa yang diberikan BMT BUS kepada anggotanya.<sup>9</sup>

Penelitian dilakukan oleh Nina Wijayanti tentang “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Anggota PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk (Studi Kasus PT. BRI Tbk Kantor Kas Uin Syarif Hidayatullah)”

---

<sup>9</sup> Alin Endarti, *Upaya BMT BUS Untuk Meningkatkan Loyalitas Anggota*, TA, Semarang: FEBI, UIN Walisongo, 2015.

mengungkapkan bahwa bagaimana faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas anggota.<sup>10</sup>

Penelitian dilakukan oleh Iffa Khairul Jannah tentang” Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Anggota Pada Bmt “Amanah” Weleri” mengungkapkan bahwa bagaimana pelayanan yang diberikan bmt kepada anggota.<sup>11</sup>

Penelitian dilakukan oleh Ari Wijayanti tentang “Strategi Meningkatkan Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan ( Studi Kasus: Produk Kartu Seluler Prabayar Menteri Indosat Wilayah Semarang)” mengungkapkan bahwa secara empiris kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *switching cost*, dan *switching cost* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.<sup>12</sup>

Dengan ini peneliti menyatakan bahwa di KSPPS BMT Walisongo belum ada penelitian tentang “Strategi Meningkatkan loyalitas Anggota di KSPPS BMT Walisongo.

## **E. Metode Penelitian dan Lokasi Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang akan peneliti gunakan adalah penelitian lapangan menggunakan pendekatan kualitatif yaitu metode penelitian ilmu-ilmu Sosial yang mengumpulkan dan menganalisis data berupa

---

<sup>10</sup> Nina Wijayanti , *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Anggota PT.Bank Rakyat Indonesia Tbk (Studi Kasus PT.BRI Tbk Kantor Kas Uin Syarif Hidayatullah)*, TA, Jakarta: FEBI, UIN Syarif Hidayatullah, 2010.

<sup>11</sup> Iffa Khairul Jannah, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Anggota Pada Bmt “Amanah” Weleri*, TA, Semarang: FEBI, UIN Walisongo, 2011.

<sup>12</sup> Ari Wijayanti, *Strategi Meningkatkan Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: Produk Kartu Seluler Prabayar Menteri Indosat Wilayah Semarang)*, Tesis, Semarang: Progam Studi Magister Manajemen, UNDIP, 2008.

kata-kata (lisan maupun tulisan) dan perbuatan-perbuatan manusia serta peneliti tidak berusaha menghitung atau mengakuntasikan data kualitatif yang telah diperoleh dan dengan demikian tidak menganalisis angka-angka.<sup>13</sup> Peneliti menggunakan metode ini untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan di KSPPS BMT Walisongo dan apa setrategi KSPPS BMT Walisongo untuk meningkatkan loyalitas kepada anggota di KSPPS BMT Walisongo Semarang.

## 2. Sumber Data

### a. Data Primer

Data Primer adalah data yang diambil dari sumber data primer atau sumber pertama dilapangan yang dihasilkan dari hasil wawancara yang dijadikan sample dalam penelitiannya.<sup>14</sup>

Data ini diperoleh dari hasil wawancara kepada manager, teller, staff marketing dan costumer sercive. Selain itu juga observasi dengan melihat langsung bagaimna pelayanan yang ada di KSPPS BMT Walisongo untuk meningkatkan loyalitas kepada anggotanya.

### b. Data Skunder

Data Skunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber data skunder yang dihasilkan langsung keterangan manager tempat yang diteliti.<sup>15</sup> Data ini diperoleh dari melihat data-data anggota yang melakukan pengajuan menjadi anggota dan data anggota yang melakukan pembiayaan.

## 3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan data yang digunakan peneliti ini adalah:

### a. Wawancara

---

<sup>13</sup> Afrizal, *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dan Berbagai Disipilin Ilmu*, Jakarta: Rajawali Pers, 2014, h. 13.

<sup>14</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi Format-Format Kuantitatif dan Kualitattif untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Komunikasi, dan Pemasaran*, Cetakan 1, Jakarta: Kencana Pranada Media Group, 2013, h. 128.

<sup>15</sup> *Ibid*, h. 128.

Teknik Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara peneliti dengan responden atau orang yang diwawancarai<sup>16</sup>. Peneliti melakukan wawancara dengan manager KSPPS BMT Walisongo dan staff karyawan yang lainnya.

b. Observasi

Teknik Observasi adalah pengamatan yang dilakukan secara langsung pada objek yang akan diobservasi, dalam arti bahwa pengamatan tidak menggunakan “media-media transparan”.<sup>17</sup> Peneliti melakukan observasi secara langsung dengan mengamati apa yang dilakukan staff karyawan dalam memberikan pelayanan kepada anggota.

c. Dokumentasi

Teknik Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data yang digunakan dalam metodeologi penelitian sosial.<sup>18</sup> Pada intinya metode dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk menelusuri data historis. Dengan demikian, pada penelitian sejarah, maka bahan dokumentasi memegang peranan yang amat penting. Peneliti disini mendapatkan data dari brosur, arsip dan berkas-berkas lain dari BMT.

#### 4. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskripsi Analisis. Analisis deskripsi bertujuan untuk memberikan deskripsi mengenai subyek penelitian berdasarkan data dan variabel yang diperoleh dari kelompok subyek yang diteliti.<sup>19</sup> Data-data yang diperoleh penulis kemudian dianalisis mengkaitkan dengan pelaksanaan dalam pemberian pelayanan kepada anggota.

---

<sup>16</sup> *Ibid*, h. 133.

<sup>17</sup> *Ibid*, h. 143.

<sup>18</sup> *Ibid*, h. 153.

<sup>19</sup> *Ibid*, h 282.

## **F. Sistematika Penulisan**

### **BAB I PENDAHULUAN**

- a. Latar Belakang
- b. Rumusan Masalah
- c. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- d. Tinjauan Pustaka
- e. Metode Penelitian
- f. Sistematika Penulisan

### **BAB II LANDASAN TEORI**

- a. Pelayanan Prima
- b. Loyalitas
- c. Strategi Meningkatkan Loyalitas anggota
- d. Strategi untuk meningkatkan anggota pada loyalitas dalam ekonomi Islam.
- e. Promosi dalam Islam
- f. Bauran Pemasaran

### **BAB III GAMBARAN UMUM BMT WALISONGO SEMARANG**

- a. Sejarah berdirinya KSPP BMT Walisongo Semarang
- b. Struktur Kelembagaan
- c. Produk-produk KSPPS BMT Walisongo Semarang

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Strategi Meningkatkan Loyalitas Anggota Yang dilakukan KSPPS BMT Walisongo Semarang.

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.**

- a. kesimpulan
- b. Saran kepada KSPPS BMT Walisongo Semarang
- c. Penutup