

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan perekonomian di Indonesia yang semakin canggih dan serba modern ini, suatu lembaga keuangan dalam pencapaian keunggulan dan keuntungan secara menyeluruh tidak lepas dari penyediaan produk dan jasa yang berkualitas. Hal ini ditandai dengan semakin banyaknya lembaga keuangan yang berbasis syariah bermunculan dalam berbagai ragam bentuk dan jenis.

Lembaga keuangan syariah adalah badan hukum yang bergerak dibidang jasa keuangan sebagai perantara yang menghubungkan pihak pemilik dana dengan pihak yang membutuhkan dana dengan teknik operasionalnya secara syariah. Lembaga keuangan syariah berperan sebagai perantara keuangan syariah yang berdasarkan pada etika yang lain sebagai upaya kaum muslimin untuk mendasari segenap kehidupan ekonominya berlandaskan pada Al-Quran dan As-Sunnah.¹

Persaingan antar lembaga keuangan syariah itupun semakin ketat. Hal ini menuntut setiap lembaga keuangan syariah, terutama dalam lembaga keuangan koperasi syariah untuk tetap menjaga serta mempertahankan anggota yang sudah ada maupun menambah anggota baru. Tentunya kepuasan anggota adalah faktor utama yang bisa membuat anggota tetap bertahan dan tidak berpindah kepada lembaga keuangan lain. Kepuasan anggota menjadi salah satu tujuan utama bagi setiap lembaga. Karena apabila seorang anggota merasa puas dengan kinerja lembaga keuangan koperasi, maka itu akan menjadi nilai tambah bagi lembaga itu sendiri. Untuk tetap menjaga kepuasan anggota, maka salah satu cara yang perlu dibenahi kembali adalah perbaikan dan peningkatan kualitas baik itu dari segi pelayanan dan suasana kantor

¹ 0 6 \ D I L I T L \$ Q W S R Q d l R *Bank Syariah dan Teori ke Praktek, Gema Insani, Jakarta, 2001, hlm. 18.*

(*store atmosphere*) yang memang harus disesuaikan dengan kebutuhan anggota.

Pentingnya faktor-faktor pendukung kepuasan anggota dalam hal ini adalah kualitas pelayanan, dirasa sebagai faktor utama dalam memberikan kontribusi tetap terhadap kepuasan anggota itu sendiri. Kepuasan anggota ditentukan oleh kualitas pelayanan yang dikehendaki anggota, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi Koperasi Syariah. Untuk kepuasan anggota terhadap layanan, ada dua hal pokok yang saling berkaitan erat yaitu harapan anggota terhadap kualitas pelayanan.

Anggota akan merasa puas apabila pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan, begitu juga sebaliknya, anggota akan merasa kecewa apabila pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan. Oleh karena itu Koperasi syariah harus bisa memberikan layanan yang lebih baik agar anggota tidak berpindah kepada koperasi syariah lain. Karena kita tahu yang dicari oleh anggota adalah lembaga koperasi syariah dengan kualitas pelayanan yang baik.

Kualitas pelayanan yang baik merupakan hal yang sangat penting dalam menciptakan kepuasan anggota. Apalagi pada masa globalisasi ini, dipandang sebagai salah satu cara untuk mencapai keunggulan kompetitif, khususnya dalam lembaga keuangan.³ Namun, untuk memahami bagaimana mengevaluasi kualitas pelayanan yang diterima oleh anggota ternyata tidak mudah. Hal ini disebabkan kualitas jasa tidak sama dengan kualitas barang. Kualitas barang diciptakan melalui proses produksi, sedangkan kualitas jasa tidak demikian. Sebagian kualitas jasa diciptakan selama penyerahan jasa itu terjadi dalam proses interaksi langsung antara pihak lembaga keuangan selaku penyedia jasa dengan anggota selaku penerima jasa.

²Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Salemba Empat, Jakarta, 2002, hlm. 46.

³Vincent Gaspersz, *Manajemen Kualitas (Penerapan konsep-konsep Kualitas dalam Manajemen Bisnis Total)*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 1997, hlm. 7.

Kualitas jasa pada lembaga keuangan dapat mempengaruhi persepsi dan kepuasan nasabah. Kualitas jasa menurut Parasuraman dalam bukunya Ratminto yang berfokus pada lima dimensi, yaitu bukti fisik (*tangibles*) merupakan kemampuan dalam menampilkan fasilitas fisik, meningkatkan kondisi gedung yang bersih dan nyaman. Keandalan (*reliability*) merupakan kemampuan untuk meningkatkan pelayanan dengan segera dan tepat waktu. Daya tanggap (*responsiveness*) merupakan kemampuan untuk meningkatkan kecepatan karyawan yang bertugas. Jaminan (*assurance*) merupakan kemampuan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan serta sifat yang dapat dipercaya. Dan Empati sebagai bentuk perhatian pribadi, memahami kebutuhan pelanggan. Dari kelima dimensi ini berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.⁴

Selain faktor dimensi kualitas pelayanan, faktor lain yang berpengaruh terhadap kepuasan anggota adalah suasana kantor (*store atmosphere*). Disadari atau tidak, anggota sekarang ini sangat kritis terhadap suasana kantor (*store atmosphere*) yang ada di lembaga keuangan, baik dari tampilan gedung, area parkir, ruang tunggu, keamanan, dan sebagainya.

Setiap perusahaan yang berorientasi menjadi *service business* yang mengoptimalkan kualitas pelayanan, dan suasana kantor (*store atmosphere*) untuk memuaskan anggotanya.

Menurut Sutisna, suasana kantor (*store atmosphere*) ruang dalam (*instore*) dan ruang luar (*outstore*) yang dapat menciptakan kenyamanan bagi pelangga akan meningkatkan kepuasan pelanggan.⁵

Demikian halnya pada kondisi pelayanan dan suasana kantor (*store atmosphere*) yang ada pada Koperasi Syariah IHYA Kudus, dimana setelah dilakukan pengamatan diketahui bahwa kondisi pelayanan dan suasana kantor (*store atmosphere*) yang ada pada Koperasi Syariah IHYA sudah dikategorikan baik. Untuk dapat meningkatkan kepuasan anggota, lembaga

⁴Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2010, hlm. 89-90

⁵Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung, 2001, hlm.164.

keuangan syariah perlu menerapkan paling tidak lima dimensi yang menentukan kepuasan anggota, yaitu *tangibles* (bukti langsung), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati).⁶

Pada umumnya, kebanyakan anggota Koperasi Syariah IHYA Kudus sendiri menitipkan dananya baik dalam bentuk tabungan maupun deposito. Dimana dalam hal ini para anggota tersebut sudah pasti menginginkan kepuasan dari pihak koperasi syariah, baik dalam bentuk kualitas pelayanan dan suasana kantor (*store atmosphere*) yang diperoleh.

Tingkat kepuasan anggota di Koperasi Syariah IHYA Kudus, dapat dilihat dengan kunjungan di lokasi Koperasi Syariah IHYA. Hal tersebut terlihat pada tabel jumlah kunjungan mulai bulan Januari tahun 2015 sebagai berikut :

Tabel 1.1

Jumlah Kunjungan Nasabah Dari Bulan Januari ±Bulan November 2015:

No.	Bulan	Jumlah Nasabah Bertransaksi
1.	Januari	18 anggota
2.	Februari	22 anggota
3.	Maret	13 anggota
4.	April	25 anggota
5.	Mei	24 anggota
6.	Juni	21 anggota
7.	Juli	17 anggota
8.	Agustus	24 anggota
9.	September	31 anggota
10.	Oktober	32 anggota
11.	November	22 anggota

Sumber: Data Penelitian di Koperasi Syariah IHYA

⁶Muhtosim Arief, *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan*, Bayu Media, Malang, 2006, hlm. 134.

Berdasarkan survey awal yang dilakukan dengan mengambil data dari Koperasi Syariah IHYA Kudus bahwa dari sekian banyak orang yang menjadi anggota merasakan adanya kepuasan dalam beberapa hal yang berkaitan dengan kelengkapan sarana dan prasarana, kemampuan para karyawan dalam memberikan pelayanan, dan berkaitan dengan suasana kantor (*store atmosphere*). Ketidakpuasan anggota dalam bentuk komplain tentu menjadi catatan negatif yang jika tidak segera diatasi akan dapat berakibat pada menurunnya jumlah anggota dan secara tidak langsung akan mengancam kelangsungan usaha.

Adapun penelitian yang dilakukan oleh Dian Nur Mastuti tentang "*pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa*". Dalam penelitian ini peneliti menggunakan 5 variabel bebas untuk menganalisis mengenai kepuasan mahasiswa diantaranya variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Variabel daya tanggap memiliki pengaruh yang dominan diantara variabel yang lain.⁷

Penelitian lain yang juga pernah dilakukan oleh Ayu Oka Windarti tentang "*pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia (PERSERO) Tbk Kantor Cabang Utama Palembang*". Dalam penelitian ini berupaya untuk mengidentifikasi variabel yang mempengaruhi kepuasa nasabah yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Dari penelitian ini menunjukkan bahwa variable *tangible* dan *reliability* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk KCU Palembang.⁸

Selain itu, terdapat pula penelitian yang dilakukan oleh Euis Heryati tentang "*pengaruh kualitas pelayanan, store atmosphere, private brand terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan hypermart puri Jakarta*". Dalam penelitian ini menggunakan 3 variabel bebas yang dapat mempengaruhi

⁷Dian Nur Mastuti, *Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa*, Jurnal Ilmiah Go Infoteach, Volume 19, No. 2, Desember 2013

⁸Ayu Oka Windarti, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk KCU Palembang*, Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi, Volume 2, Nomor 1, Januari 2012

kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan yaitu kualitas pelayanan, *store atmosphere*, dan *private brand*. Dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, *store atmosphere* dan *private brand* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan pada variabel loyalitas pelanggan, *store atmosphere* dan *private brand* tidak berpengaruh secara langsung.⁹

Tentunya di era modern seperti ini, pihak Koperasi diharuskan mampu menyediakan pelayanan dan suasana kantor (*store atmosphere*) yang dibutuhkan oleh anggota. Namun masih muncul pertanyaan, apakah hal tersebut telah benar-benar dapat memberikan kepuasan bagi anggota Koperasi Syariah IHYA Kudus ataukah masih belum. Tentunya dibutuhkan penelitian lebih lanjut untuk membuktikan kebenarannya.

Sehubungan dengan permasalahan tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Suasana Kantor (*Store Atmosphere*) terhadap Kepuasan Anggota pada Koperasi Syariah IHYA Kudus”**.

B. Batasan Penelitian

1. Penelitian yang dilakukan pada Koperasi Syariah IHYA Kudus dan penelitian dilakukan pada bulan April dan Mei 2016.
2. Obyek penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah anggota koperasi syariah IHYA Kudus yang ingin melakukan simpanan, pembiayaan ataupun transaksi lainnya yang berpacuan pada 5 dimensi kualitas pelayanan yang meliputi : bukti fisik (*Tangible*), kehandalan (*Reliability*), daya tanggap (*Responsivenees*), jaminan (*Assurance*) dan empathy, serta juga memperhatikan *Store Atmospherenya*.

⁹ Euis Heryati, *Kualitas Pelayanan, Store Atmosphere dan Private Brand Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hypermart Puri Jakarta*, Jurnal Komunikologi, Volume 12, Nomor 1, Maret 2015

C. Rumusan Masalah

Adapun perumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Tangible (bukti langsung) berpengaruh terhadap kepuasan anggota pada Koperasi Syariah IHYA Kudus?
2. Apakah Reliability (kehandalan) berpengaruh terhadap kepuasan anggota pada Koperasi Syariah IHYA Kudus?
3. Apakah Responsiveness (daya tanggap) berpengaruh terhadap kepuasan anggota pada Koperasi Syariah IHYA Kudus?
4. Apakah Assurance (jaminan) berpengaruh terhadap kepuasan anggota pada Koperasi Syariah IHYA Kudus?
5. Apakah Emphaty berpengaruh terhadap kepuasan anggota pada Koperasi Syariah IHYA Kudus?
6. Apakah Suasana kantor (*store atmosphere*) berpengaruh terhadap kepuasan anggota pada Koperasi Syariah IHYA Kudus?

D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk:

1. Menguji secara empiris pengaruh Tangible (bukti langsung) terhadap kepuasan anggota pada Koperasi Syariah IHYA Kudus.
2. Menguji secara empiris pengaruh Reliability (kehandalan) terhadap kepuasan anggota pada Koperasi Syariah IHYA Kudus.
3. Menguji secara empiris pengaruh Responsiveness (daya tanggap) terhadap kepuasan anggota pada Koperasi Syariah IHYA Kudus.
4. Menguji secara empiris pengaruh Assurance (jaminan) terhadap kepuasan anggota pada Koperasi Syariah IHYA Kudus.
5. Menguji secara empiris pengaruh Emphaty terhadap kepuasan anggota pada Koperasi Syariah IHYA Kudus.
6. Menguji secara empiris pengaruh Suasana kantor (*store atmosphere*) terhadap kepuasan anggota pada Koperasi Syariah IHYA Kudus.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Dapat menambahkan khasanah keilmuan ekonomi islam dan wawasan khususnya tentang kepuasan anggota dalam menabung, mengambil pembiayaan, dan deposito
- b. Sebagai referensi tambahan untuk penelitian selanjutnya dibidang yang sama mengenai lembaga keuangan syariah khususnya pada faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan anggota dalam menggunakan jasa koperasi syariah.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi karyawan

Membantu karyawan memberi pelayanan terbaik pada anggota sehingga anggota akan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan.

b. Bagi lembaga

- a) Memberi informasi mengenai tingkat kepuasan anggota terhadap pelayanan koperasi syariah.
- b) Memberi informasi tentang prioritas faktor-faktor perbaikan dalam meningkatkan kualitas pelayanan di koperasi syariah.
- c) Memberikan informasi tentang kinerja pelayanan yang diberikan oleh koperasi syariah.
- d) Memberi informasi mengenai kemampuan koperasi syariah dalam memahami kualitas pelayanan kepada anggota.

c. Bagi anggota

Perbaikan kualitas pelayanan akan menguntungkan anggota dalam melakukan transaksi sehingga nantinya anggota akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh koperasi syariah.

F. SISTEMATIKA PENULISAN

Sistematika penulisan skripsi atau penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran serta garis-garis besar dari masing-masing bagian atau yang saling berhubungan, sehingga nantinya akan diperoleh penelitian yang sistematis dan ilmiah. Berikut adalah sistematika penulisan skripsi yang akan penulis susun :

1. Bagian Awal

Bagian muka ini, terdiri dari: halaman judul, halaman nota pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, halaman abstraksi, halaman daftar isi dan daftar tabel.

2. Bagian Isi, meliputi :

Pada bagian ini memuat garis besar yang terdiri dari lima bab, antara bab 1 dengan bab lain saling berhubungan karena merupakan satu kesatuan yang utuh, kelima bab itu adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini meliputi latar belakang masalah, batasan penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat dari penelitian, batasan penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang pengertian kualitas pelayanan, jasa, dimensi kualitas pelayanan, *store atmosphere*, penelitian terdahulu, kerangka berfikir, serta hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, sumber data, populasi dan sampel, tata variabel, definisi operasional, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas instrumen, uji asumsi klasik dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum obyek penelitian, gambaran umum responden, analisis data serta pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan, saran-saran dan penutup.

3. Bagian akhir meliputi: daftar pustaka, daftar riwayat pendidikan dan lampiran-lampiran.

