

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Globalisasi memiliki banyak dampak terhadap perkembangan persaingan bisnis di Indonesia, khususnya dalam bidang ekonomi yang menjadikan adanya persaingan perusahaan lokal berkompetensi dengan perusahaan asing. Pada sistem perekonomian Indonesia terkenal dengan tiga pilar utama sebagai penyangga ekonomi yakni Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Badan Usaha Milik Swasta (BUMS), dan Koperasi (J. Habu & Simon, 2021). Dari ketiga pilar tersebut, meski sering disebut sebagai soko guru perekonomian Indonesia, tetapi secara realita menjadi pilar ekonomi yang tertinggal jika dibandingkan dengan BUMN dan BUMS (Prabowo, 2021).

Bahkan untuk saat ini koperasi masih di bawah naungan kementerian UMKM, Kementerian departemen koperasi ini tentunya bedasarkan aspek secara efisien dan efektif pada berbagai hal. Akan tetapi, di sisi lain terdapat kecenderungan dan kekhawatiran pemerintah akan semakin sulit membangkitkan akan gerakan koperasi di masa mendatang, karena satu departemen membawahi dua pelaku ekonomi yaitu UMKM dan Koperasi meskipun keduanya terdapat karakteristik serupa, namun tidak sama (Dadi et al., 2023). Hingga pada tahun 2019 diketahui kontribusi koperasi hanya sebesar 5,1 %, Menteri Perekonomian Airlangga menjadi mendorong kontribusi koperasi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) mencapai 5,5 % pada 2024 (Sutrisno, 2022).

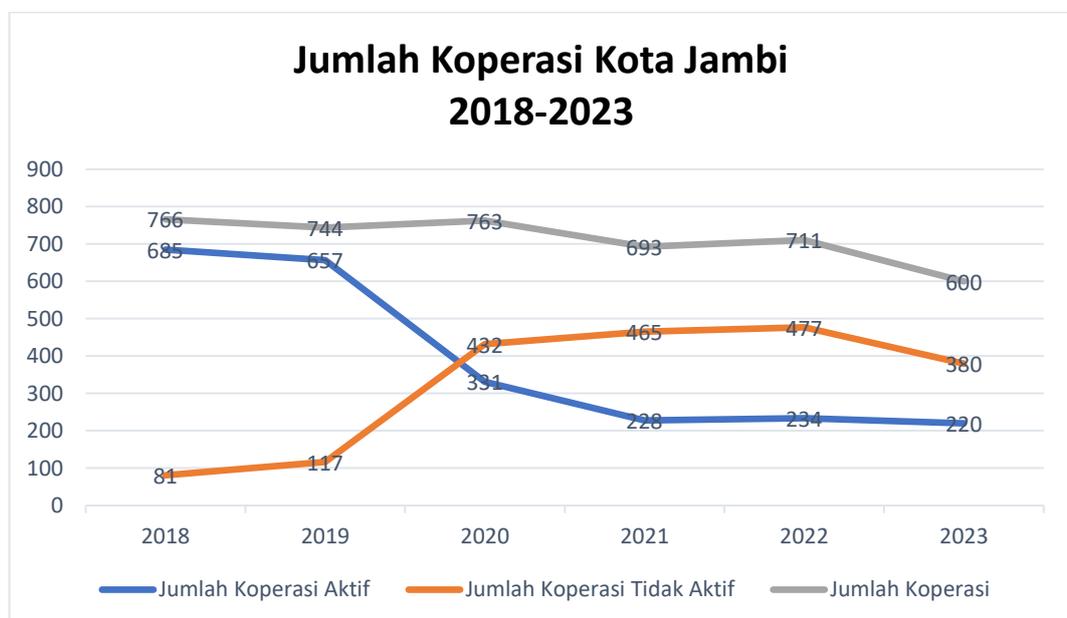
Menurut UU Republik Indonesia No. 25 Tahun 1992, koperasi dimaknai sebagai badan usaha dengan anggota individu atau badan hukum dengan landasan prinsip koperasi dengan asas kekeluargaan untuk mendorong ekonomi rakyat. Secara umum, koperasi syariah adalah perusahaan koperasi yang menjalankan usahanya dengan cara yang sesuai dengan prinsip syariah. Jika koperasi memiliki unit usaha produktif simpan pinjam, maka seluruh produk dan operasionalnya harus memenuhi peraturan Dewan Syariah Nasional (DSN) Majelis Ulama Indonesia (Panawa & Santoso, 2022). Menurut Soemitra, koperasi syariah adalah

suatu lembaga keuangan mikro yang dioperasikan dengan sistem bagi hasil, untuk menumbuh-kembangkan usaha mikro dan kecil anggotanya sehingga mampu mengangkat derajat dan martabat serta membela kepentingan kaum fakir miskin (Adillah, 2022).

Secara mendasar, tiap pekerjaan dan usaha yang menguntungkan individu ataupun masyarakat terkategori sebagai sesuatu yang halal dan mengandung kebaikan sangatlah ditekankan adanya gotong royong dan bentuk kerja sama (Ikalsianti et al., 2021). Sebagaimana yang terdapat dalam Q.S Al-Ma'idah : 2

Yang artinya: *“Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran”*.

Di Kota Jambi, pada tahun 2018 sampai dengan 2023 terjadi penurunan secara drastis terhadap jumlah koperasi yang aktif. Hal ini disebabkan karena koperasi tidak mampu melakukan pertahanan usaha dan kalah dalam persaingan dengan badan usaha lainnya (Ramayani, 2023). Pada rekapitulasi data koperasi Kota Jambi bisa dilihat kuantitas koperasi tersebar di Kota Jambi baik aktif ataupun tidak aktif dari tahun 2018 sampai 2023 yang bisa dilihat pada dibawah ini.



Gambar 1. 1 Jumlah Koperasi Di Kota Jambi Tahun 2018 - 2023

Sumber data : Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jambi, 2023

Gambar 1.1 menunjukkan bahwa di Kota Jambi perkembangan koperasi terus mengalami penurunan pada tahun 2018 hingga 2021, namun pada tahun 2022 jumlah koperasi aktif sedikit mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya, lalu kemudian mengalami lagi penurunan pada tahun 2023. Berkembang atau tidaknya koperasi ditentukan oleh partisipasi anggota, salah satunya yaitu harus adanya loyalitas anggota terhadap koperasi tersebut (Hayatiningrum & Kardoyo, 2019).

Kualitas memiliki korelasi yang erat dengan kepuasan anggota, sehingga terciptanya loyalitas anggota pada perusahaan yang memberi kualitas memuaskan pada mereka (Hartati, 2019). Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang timbul setelah membandingkan hasil produk yang diharapkan terhadap hasil yang didapatkan, dan jika kinerja di bawah harapan maka anggota tidak puas begitupun sebaliknya jika kinerjanya memenuhi harapan maka anggota amat puas atau senang (Kotler & Keller, 2018). Kepuasan merupakan penilaian atau perasaan seseorang terhadap suatu hal yang dianggap baik dari produk ataupun jasa setelah dilakukan perbandingan antara harapan dengan apa yang diterimanya (Musvika, 2019).

Loyalitas anggota adalah upaya anggota untuk setia pada produk, didorong oleh kesadaran, persepsi kualitas, kepuasan, dan rasa bangga, yang pada akhirnya menghasilkan pembelian ulang (Sasongko, 2021). Sedangkan menurut Musvika (2019) loyalitas merupakan sebuah tindakan memberi atau menunjukkan dukungan dan kepatuhan teguh yang konstan pada individu atau perusahaan.

Sampai akhir 2023, jumlah koperasi syariah di Kota Jambi yang tercatat ada 7 koperasi syariah. Nama dan Jumlah Anggota Koperasi Syariah di Kota Jambi pada tahun 2023 dapat dilihat di tabel 1.1.

Tabel 1. 1 Nama dan Jumlah Anggota Koperasi Syariah di Kota Jambi

No.	NAMA KOPERASI	JUMLAH ANGGOTA
1.	Koperasi BMT Bina Insan Sejahtera BIS	51
2.	Koperasi Syariah Serba Usaha Salimah	117
3.	Koperasi BMT Muslimah Masyithah	52
4.	Koperasi BMT Sarana Umat	20
5.	Koperasi BMT Tampuk Berkah Manggis	80
6.	Koperasi Sehati	55
7.	Koperasi BMT Al Ishlah	479
	JUMLAH	854

Sumber Data : Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan UKM Kota Jambi, 2023.

Berdasarkan tabel 1.1 ada 7 koperasi syariah yang masih bertahan dan berkembang hingga saat ini, dari 220 jumlah koperasi di Kota Jambi. Berkembang atau tidaknya koperasi ditentukan oleh partisipasi anggota, salah satunya yaitu harus adanya loyalitas anggota terhadap koperasi tersebut (Hayatiningrum & Kardoyo, 2019).

Karena dengan persaingan yang ada, maka diharuskan koperasi syariah yang menjaga eksistensi, mempertahankan usaha dan bersaing untuk menjaga kelangsungan hidup koperasi serta dapat meningkatkan profitabilitasnya. Menurut Kotler & Keller (2018) bisnis akan disebut sukses jika berhasil mendapatkan, mempertahankan, dan menumbuhkan anggota, dan koperasi harus mampu memberikan nilai yang lebih demi memenangkan hati masyarakat serta dapat memperhatikan pangsa pasarnya dengan prioritas mempertahankan anggota yang telah ada (Indrasto & Hakimah, 2021). Oleh sebab itu loyalitas anggota dalam koperasi syariah di Kota Jambi ini menjadi urgensi untuk diperhatikan untuk keberhasilan usaha.

Anggota merupakan bagian yang sangat penting untuk menjaga eksistensi koperasi syariah di lingkungan masyarakat. Koperasi syariah harus beroperasi sebaik mungkin sesuai dengan sifat dan kebutuhan anggotanya, sehingga nanti akan menghasilkan kepuasan dan loyalitas yang tinggi dari para anggota (Rinaldi, 2019). Kepuasan ialah perasaan senang yang muncul dari diri seseorang karena adanya keinginan dan kebutuhannya dapat terpenuhi, kepuasan diperoleh dari anggota menjadi hasil evaluasi dari produk atau jasa yang mereka gunakan dalam memenuhi

kebutuhannya, yang mana kinerjanya sesuai atau bahkan melebihi harapan (Sasongko, 2021).

Peningkatan kepuasan serta sikap loyalitas anggota pada koperasi syariah tidak terlepas dari faktor-faktor yang mempengaruhi. Salah satu faktornya adalah kualitas pelayanan. Menurut Putri (2018) kualitas pelayanan menjadi instrumen yang dipergunakan anggota untuk penilaian baik tidaknya dari pelayanan untuk dilakukan peningkatan persepsi anggota pada perusahaan dan peningkatan loyalitas. Sedangkan menurut Marlina & Bimo (2018) kualitas pelayanan merupakan hasil dari suatu proses evaluasi dimana anggota melakukan perbandingan persepsi pada hasil dan pelayanan yang diberikan. Jika anggota mengalami kekecewaan pada pelayanan yang diberi oleh pengelola koperasi, maka anggota menjadi berkurang dan sebaliknya jika terdapat kepuasan anggota, maka jumlah anggota juga semakin meningkat dan para anggota yang telah ada akan menggunakan kembali secara terus-menerus atau berulang sehingga terbentuklah loyalitas. Oleh karena itu, kualitas dari pelayanan menjadi urgensi untuk memperoleh citra yang baik dari anggota (Ahmadtullah & Widiyanto, 2020).

Faktor yang kedua, citra atau *image* perusahaan adalah sesuatu yang sangat penting dalam perusahaan. Citra perusahaan adalah pandangan, kesan, dan respon dari masyarakat pada perusahaan terkait produk, fasilitas, dan hubungan dengan masyarakat atau bentuk fisik perusahaan yang bersangkutan, karena setiap perusahaan akan memiliki citra yang berbeda di mata masyarakat (Indrawati, 2020). Citra menggambarkan keseluruhan kesan yang dibuat publik tentang perusahaan dan produknya. Citra perusahaan meliputi nama baik, reputasi, dan keahlian yang menjadi faktor yang paling sering berpengaruh pada keputusan konsumen sektor jasa jika dibandingkan dengan sektor produk. Pembinaan dan upaya mempertahankan suatu citra yang kuat menjadi urgensi, artinya bagi perusahaan jasa jika ingin melakukan penarikan konsumen dan mempertahankan loyalitas (Yasin, 2020).

Faktor yang ketiga adalah penerapan etika bisnis Islam. Menurut Astuti (2022) etika bisnis Islam menjadi nilai-nilai Islam yang merupakan landasan dengan berbasis Al-Qur'an dan sunah Rasulullah SAW dalam menjalankan aktivitas bisnis

yang sesuai dengan ajaran kedua basis tersebut. Menurut Ulfina (2020) Etika bisnis Islam adalah persyaratan wajib yang harus diterapkan untuk mematuhi tuntutan syariat Islam dan menjadi identitas pembeda antara koperasi syariah dan koperasi konvensional. Ini dimaksudkan untuk melindungi koperasi syariah dari pelanggaran yang dapat mengakibatkan kerugian bagi koperasi itu.

Kepuasan anggota mempunyai peran penting dalam memperkuat dan menjelaskan hubungan antara faktor-faktor yang mempengaruhi dengan loyalitas, namun anggota yang puas belum tentu loyal, begitupun sebaliknya. Kebiasaan bisa menjadi alasan mengapa anggota tetap melakukan loyalitas kepada suatu perusahaan walaupun anggota belum cukup puas dengan beberapa hal yang diberikan oleh perusahaan (Utami et al., 2023)

Berdasarkan dengan apa yang terjadi pada koperasi syariah di Kota Jambi yang telah diuraikan, penulis tertarik untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan penerapan etika bisnis Islam terhadap loyalitas anggota koperasi syariah di Kota Jambi melalui Kepuasan Anggota Sebagai Variabel Intervening. Melalui sebuah penelitian dengan judul **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra perusahaan, dan Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Loyalitas Anggota Koperasi Syariah dengan Kepuasan Anggota sebagai Variabel Intervening di Kota Jambi.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang masalah diatas, maka sebagai pokok masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan anggota koperasi syariah di Kota Jambi?
2. Apakah variabel citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan anggota koperasi syariah di Kota Jambi?
3. Apakah variabel penerapan etika bisnis Islam berpengaruh terhadap kepuasan anggota koperasi syariah di Kota Jambi?
4. Apakah variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas anggota koperasi syariah di Kota Jambi?
5. Apakah variabel citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas anggota koperasi syariah di Kota Jambi?
6. Apakah variabel penerapan etika bisnis Islam berpengaruh terhadap loyalitas anggota koperasi syariah di Kota Jambi?
7. Apakah kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas anggota koperasi syariah di Kota Jambi?
8. Apakah variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas anggota melalui kepuasan anggota koperasi syariah di Kota Jambi?
9. Apakah variabel citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas anggota melalui kepuasan anggota koperasi syariah di Kota Jambi?
10. Apakah variabel penerapan etika bisnis Islam berpengaruh terhadap loyalitas anggota melalui kepuasan anggota koperasi syariah di Kota Jambi?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

Penelitian ini bertujuan untuk menyelesaikan tugas akhir perkuliahan (skripsi). Persyaratan untuk mendapatkan gelar sarjana ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, prodi Ekonomi Islam, Universitas Jambi.

2. Tujuan Khusus

Berdasarkan pokok masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji pengaruh langsung variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota koperasi syariah di Kota Jambi.
2. Untuk menguji pengaruh langsung variabel citra perusahaan terhadap kepuasan anggota koperasi syariah di Kota Jambi.
3. Untuk menguji pengaruh langsung variabel penerapan etika bisnis Islam terhadap kepuasan anggota koperasi syariah di Kota Jambi.
4. Untuk menguji pengaruh langsung variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota koperasi syariah di Kota Jambi.
5. Untuk menguji pengaruh langsung variabel citra perusahaan terhadap loyalitas anggota koperasi syariah di Kota Jambi.
6. Untuk menguji pengaruh langsung variabel penerapan etika bisnis Islam terhadap loyalitas anggota koperasi syariah di Kota Jambi.
7. Untuk menguji apakah kepuasan anggota berpengaruh langsung terhadap loyalitas anggota koperasi syariah di Kota Jambi.
8. Untuk menguji pengaruh tidak langsung variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota melalui kepuasan anggota koperasi syariah di Kota Jambi
9. Untuk menguji pengaruh tidak langsung variabel citra perusahaan terhadap loyalitas anggota melalui kepuasan anggota koperasi syariah di Kota Jambi.
10. Untuk menguji pengaruh tidak langsung variabel penerapan etika bisnis Islam terhadap loyalitas anggota melalui kepuasan anggota koperasi syariah di Kota Jambi.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini antara lain:

1. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan informasi ilmiah dan acuan koperasi syariah di Kota Jambi dalam mengambil keputusan untuk meningkatkan kinerja pengelola.
2. Secara akademis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan referensi bacaan serta bahan masukan yang bermanfaat untuk melakukan penelitian selanjutnya.