

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan lembaga keuangan syariah saat ini mengalami kemajuan yang sangat luar biasa. Lembaga keuangan syariah merupakan lembaga yang menjadi perantara keuangan dan jasa ekonomi masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan. Pada perkembangannya sistem berbasis syariah yang mengedepankan nilai-nilai islam dikembangkan sebagai upaya untuk mengatasi permasalahan-permasalahan yang tidak bisa diatasi dengan sistem bunga. Jumlah penduduk muslim di Indonesia tercatat sebanyak 87% sangat berpotensi memberikan kontribusi terhadap ekonomi syariah di Indonesia (Ilmiah, 2020).

Dengan jumlah penduduk muslim banyak di dunia, maka potensi perkembangan Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia seharusnya semakin pesat (Rizvi et al., 2018). Kesadaran penduduk yang beragama Islam untuk menerapkan sistem ekonomi syariah dalam kehidupan sehari-hari serta dukungan dari pemerintah. Hal tersebut dapat dilihat hingga Desember tahun 2022, aset industri keuangan syariah telah mencapai Rp. 2.375,84 triliun atau tumbuh positif sebesar 15,87% (Syariah dan Otoritas Jasa Keuangan 2022).

Lembaga keuangan memiliki peranan yang sangat penting, karena memberikan kemudahan pinjaman dan pembiayaan bagi masyarakat yang kesulitan dalam mendapatkan dana untuk memulai usaha. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan aktivitas produksi dan mendorong pengembangan bisnis bagi para pelaku usaha. Seiring dengan kemajuan ekonomi syariah di Indonesia, berbagai lembaga keuangan syariah bersaing untuk memberikan pembiayaan bagi para pelaku usaha dan salah satunya adalah koperasi syariah. Koperasi syariah merupakan salah satu lembaga keuangan syariah yang berkembang di indonesia. Hal ini dibuktikan bahwa berdasarkan informasi yang terdapat pada Badan Pusat

Statistik (BPS) per bulan Desember 2022 jumlah koperasi syariah yang aktif di Indonesia khususnya koperasi simpan pinjam dan pembiayaan syariah berjumlah 3.912 beranggotakan 4,6 juta orang dengan total aset Rp.20,67 T (Iwan Rudi Saktiawan, 2023).

Koperasi memiliki sifat ekonomi kerakyatan yang membuatnya menjadi pilar yang kuat dalam menopang perekonomian Indonesia. Sebaliknya, adanya dominasi penduduk muslim di Indonesia mendorong kebutuhan untuk membangun sistem ekonomi kerakyatan yang berdasarkan nilai-nilai Islam.

Lembaga keuangan Bank memiliki sistem dan prosedur yang baku sehingga tidak mampu menjangkau masyarakat lapis bawah dan kelompok mikro. Karena kebutuhan yang sangat mendesak terkadang jalan pintas akan dilakukan, yaitu dengan cara mengakses kredit dari rentenir dengan suku bunga yang sangat tinggi. Melalui pengkajian yang panjang dan mendalam, maka dirumuskan sistem keuangan yang lebih sesuai dengan kondisi usaha mikro dan sesuai dengan prinsip syariah adalah BMT (Baitul maal wat tamwil).

Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) merupakan lembaga keuangan mikro yang berbasis pada prinsip keuangan syariah. BMT memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian umat Islam dengan memberikan layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah (Ghufron & Dewi, 2023). BMT melaksanakan dua jenis kegiatan, yaitu baitul tamwil dan baitulmal. Baitul tamwil berkegiatan mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan pengusaha kecil dan dengan mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan ekonomi. Sedangkan, baitulmal menerima titipan zakat, infak, dan sedekah, serta menjalankan sesuai dengan peraturan dan amanahnya (Fitriani, 2022).

Persaingan dalam dunia bisnis di masa sekarang semakin ketat, untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada pelanggannya. Misalnya dengan menawarkan produk

yang mutunya lebih baik, dan pelayanan yang lebih baik dari para pesaingnya. Persaingan yang juga makin ketat terjadi diantara Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah BMT.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Udayana et al.,2022 menunjukkan bahwa *customer experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh FoEh & Niha, 2022 menunjukkan bahwa *customer value* berdampak positif maupun krusial bagi kepuasan dan loyalitas.

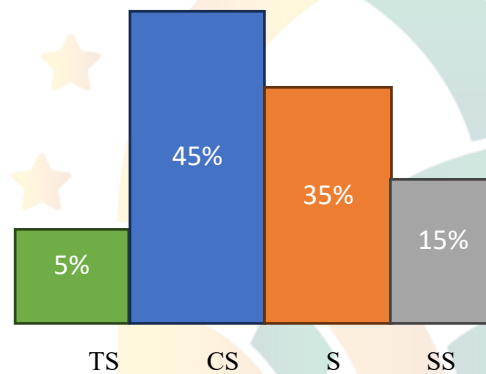
Dalam pelayanannya BMT dituntut harus mengedepankan kualitas dan kuantitas serta kepuasan anggotanya, sehingga akan terjadi kemajuan dalam kualitas pelayanan terhadap anggota dan akan memberi dampak positif kelangsungan BMT. Karena dengan terciptanya kualitas yang bagus serta ditunjang dengan kualitas yang baik maka BMT akan dapat diperhitungkan sebagai lembaga keuangan yang mandiri dan dapat mengangkat perekonomian masyarakat.

Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) BMT Mitra Husnul Aulia Ciledug Kabupaten Cirebon merupakan salah satu lembaga keuangan unit koperasi, yang bergerak di bidang pembiayaan, simpanan dan investasi sesuai dengan pola bagi hasil syariah. KSPPS BMT Mitra Husnul Aulia Ciledug Kabupaten Cirebon merupakan lembaga keuangan yang menawarkan prinsip syariah dengan sistem bagi hasil sebagai strategi unggulan dalam mendapatkan anggota. Lembaga keuangan seperti KSPPS BMT Mitra Husnul Aulia Ciledug Kabupaten Cirebon harus selalu berorientasi kepada keinginan dan kebutuhan nasabah, kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak KSPPS BMT Mitra husnul Aulia Ciledug Kabupaten Cirebon sangat mempengaruhi kesetiaan atau loyalitas anggotanya, namun hal ini sangat sulit mengingat terdapat perubahan dalam aspek psikologis, kondisi lingkungan dan budaya yang berdampak pada proses keputusan anggota untuk menabung atau menggunakan jasa BMT.

Berdasarkan pengalaman praktik saya di KSPPS BMT Mitra Husnul Aulia, saya mengamati bahwa jumlah anggota yang secara langsung datang

ke kantor untuk berinteraksi relatif sedikit. Hal ini mencerminkan tingkat partisipasi yang rendah dari anggota dalam memanfaatkan layanan yang disediakan oleh lembaga. Kondisi tersebut dapat menjadi indikator bahwa mayoritas anggota kurang menunjukkan loyalitas terhadap lembaga, yang mungkin disebabkan oleh berbagai faktor diantaranya yaitu *customer experience* dan *customer value* yang masih rendah.

Peneliti melakukan observasi awal untuk mengidentifikasi permasalahan yang ada di KSPPS BMT Mitra Husnul Aulia Ciledug Kabupaten Cirebon. Dengan ini peneliti memperoleh gambaran awal terkait permasalahan yang ada, berikut data yang di peroleh :



(Sumber : observasi awal penelitian)

Gambar 1.1

Keramahan Teller

Keterangan :

Hijau = Tidak Setuju (TS)

Biru = Cukup Setuju (CS)

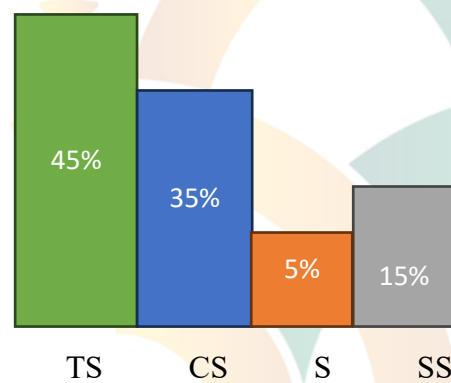
Orange = Setuju (S)

Abu = Sangat Setuju (SS)

Grafik diatas menunjukkan tingkat keramahan teller berdasarkan penilaian anggota. Dari total 20 responden, 5% responden menilai bahwa mereka tidak setuju dengan keramahan teller, menunjukkan ada sebagian kecil anggota yang merasa pelayanan teller kurang ramah. Sebanyak 45% anggota menilai cukup setuju, yang berarti hampir separuh anggota merasa teller cukup ramah, namun masih ada ruang untuk perbaikan. Sebesar 35% anggota menilai setuju, yang mencerminkan kepuasan yang cukup baik

terhadap keramahan teller. Sementara itu 15% anggota memberikan nilai sangat setuju, yang menandakan bahwa sebagian kecil anggota sangat puas dengan keramahan pelayanan teller.

Secara keseluruhan grafik ini menunjukkan bahwa mayoritas anggota (95%) merasa keramahan teller terbilang cukup dengan sebagian kecil anggota yang menilai sangat puas. Nilai-nilai yang diberikan sejumlah responden menunjukkan bahwa kenyataan yang dihadapi tidak sesuai dengan harapan sehingga menimbulkan kekecewaan. Jika anggota tersebut merasa kecewa dengan pelayanan, maka akan menghasilkan ketidakpuasan dengan pelayanan yang diberikan sehingga mereka tidak akan loyal terhadap perusahaan tersebut.



(Sumber : observasi awal penelitian)

Gambar 1.2

Keramahan *Customer Service*

Keterangan :

Hijau = Tidak Setuju (TS)

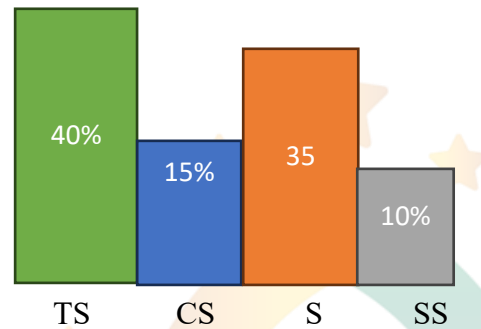
Biru = Cukup Setuju (CS)

Orange = Setuju (S)

Abu = Sangat Setuju (SS)

Grafik diatas menunjukkan persebaran pendapat anggota mengenai penilaian *Customer Service*. Dengan nilai 45% dari anggota menilai tidak setuju dengan keramahan CS. Hal ini menunjukkan bahwa hampir setengah dari responden merasa kurang puas dengan keramahan yang diberikan oleh CS. Sebanyak 35% anggota menilai cukup setuju, artinya ada sebagian besar anggota yang merasa keramahan CS masih bisa ditingkatkan. 5%

anggota menilai setuju bahwa CS sudah bersikap ramah. Dan 15% anggota menilai sangat setuju yang menunjukkan sebagian kecil anggota merasa sangat puas. Hal ini menunjukkan adanya kebutuhan untuk peningkatan keramahan dalam layanan CS.



(Sumber : observasi awal penelitian)

Gambar 1.3

Merekomendasikan kepada orang lain

Keterangan :

Hijau = Tidak Setuju (TS)

Biru = Cukup Setuju (CS)

Orange = Setuju (S)

Abu = Sangat Setuju (SS)

Berdasarkan grafik diatas mengenai kesediaan anggota untuk merekomendasikan BMT kepada orang lain yang menghasilkan 40% anggota menilai tidak setuju untuk merekomendasikan. Ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa belum cukup puas dengan layanan BMT sehingga enggan untuk merekomendasikannya. 15% anggota menilai cukup setuju. Artinya mereka merasa bahwa layanan BMT cukup bernilai namun belum sepenuhnya yakin untuk merekomendasikan kepada orang lain. Dan 35% anggota menilai setuju untuk merekomendasikan, mengindikasikan bahwa mereka puas dengan layanan yang diberikan. 10% anggota menilai sangat setuju. Menandakan bahwa meskipun kecil tetapi ada kelompok anggota yang sangat puas. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa meskipun ada sejumlah anggota yang puas untuk merekomendasikan produk maupun layanan yang ada di BMT namun masih terdapat tantangan dalam meningkatkan kepercayaan dan kepuasan karena anggota tidak yakin

berkeinginan untuk merekomendasikan kepada orang lain. Merekomendasikan kepada orang lain merupakan salah satu indikator dari loyalitas.

Loyalitas anggota yang rendah dapat disebabkan oleh dua faktor yaitu rendahnya *customer experience* dan *customer value*. Data diatas dapat menunjukkan bahwa anggota BMT terbilang belum loyal dikarenakan *customer experience* yang rendah. Kinerja karyawan yang baik sangatlah penting dalam menjalankan pekerjaannya terutama dalam hal pelayanan kepada pelanggan. Kunci keberhasilan dari kinerja karyawan adalah kualitas dan pelayanan. Permasalahan dari pelayanan yang buruk, sehingga dapat menimbulkan kesan yang buruk terhadap anggota yang dapat menjadikan anggota tersebut enggan untuk kembali menggunakan produk yang ada di BMT.

Kemampuan suatu perusahaan jasa dalam mempertahankan pangsa pasarnya dapat diukur dari tingkat kesetiaan yang dimiliki pelanggannya atau biasa disebut loyalitas pelanggan. Loyalitas dapat dimulai dengan meningkatkan kesadaran pelanggan terhadap suatu produk (Widjojo,2020). Kesempatan yang diharapkan adalah dimana pihak BMT berhasil menciptakan suatu pengalaman yang berharga bagi pelanggan secara berkelanjutan, sehingga meningkatkan loyalitas anggotanya. Tujuan perusahaan menyajikan *customer experience* yang baik adalah terciptanya kepuasan pelanggan.

Komentar buruk juga dapat menunjukkan *customer value* dari suatu perusahaan. Dalam ulasan google di KSPPS BMT Mitra Husnul Aulia Ciledug Kabupaten Cirebon terdapat komentar buruk mengenai kualitas pelayanan dan hanya diberikan 2 bintang. Karena kekecewaan tersebut yang dapat menyebabkan anggota lain enggan sehingga hal tersebut dapat berpengaruh terhadap *customer value* yang dapat menurunkan tingkat kepuasan anggota.

Jenis-jenis transaksi keuangan yang kurang lengkap dapat membuat anggota merasa ragu dan kurang yakin terhadap produk yang ditawarkan

oleh BMT. Contohnya belum adanya ATM yang dapat memudahkan transaksi. Hal ini dapat berdampak pada perasaan bangga terhadap mereka dalam menggunakan produk BMT, sehingga menyebabkan mereka menjadi tidak pasti dan enggan untuk terus menggunakan produk dan layanan BMT secara konsisten.

Terciptanya *customer value* yang tinggi akan menumbuhkan ikatan emosional dan respon positif dalam membangun hubungan. Hubungan yang terjalin tanpa emosi menjadi sebuah aktivitas mekanis dan membuat pelanggan tidak memiliki alasan nyata untuk tetap tinggal.

BMT juga perlu memperhatikan proses pelayanan dalam proses transaksi untuk menjamin kepuasan pelanggan. BMT harus mampu dan kompeten menarik pelanggan secara profesional dengan kualitas pelayanan yang memuaskan. Jumlah anggota yang banyak dengan sikap dan sifat yang berbeda serta tingkat pendidikan yang bervariasi sulit untuk menciptakan sistem pelayanan yang dapat memuaskan seluruh pelanggan. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan di KSPPS BMT Mitra Husnul Aulia Ciledug Kabupaten Cirebon anggota muda cenderung memperhatikan kualitas pelayanan yang tersedia sehingga dalam mengisi kuesioner banyak memberikan nilai tidak setuju. Sedangkan anggota yang sudah tua cenderung tidak terlalu memperhatikan hal tersebut.

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan, oleh (Novia & et al., 2024), Woen & Santoso (2021) bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian perusahaan yang mempunyai kualitas layanan yang baik, akan terjamin kelangsungan hidupnya karena akan mendapatkan kepercayaan dari anggota, sehingga anggota akan merasa nyaman jika menggunakan jasa di BMT tersebut.

Berdasarkan fenomena diatas peneliti tertarik mengambil penelitian berjudul **“Pengaruh *Customer Experience* Dan *Customer Value* Terhadap Loyalitas Anggota di KSPPS BMT Mitra Husnul Aulia Ciledug Kabupaten Cirebon”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diidentifikasi sebelumnya terdapat beberapa masalah terkait dengan pengalaman anggota di KSPPS BMT Mitra Husnul Aulia diantaranya :

1. Pelayanan kepada anggota BMT yang kurang memuaskan yang disebabkan oleh tingkat pelayanan yang rendah seperti sikap kurang ramah dari staf BMT
2. Anggota yang tidak puas cenderung tidak akan merekomendasikan layanan kepada orang lain, atau malah memberikan ulasan negatif. Terbukti dengan pengisian awal kuesioner yang membuktikan bahwa masih banyak anggota yang tidak merekomendasikan produk BMT kepada orang lain.
3. Kegagalan dalam membangun hubungan yang kuat dan berkelanjutan dengan anggota bisa berdampak pada loyalitas mereka.

C. Batasan Masalah

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini adalah lokasi yang terbatas pada anggota KSPPS BMT Mitra Husnul Aulia Ciledug Kabupaten Cirebon, dan variabel yang difokuskan pada *customer experience*, *customer value* dan loyalitas anggota. Waktu penelitian yang dilakukan selama periode tertentu yang ditetapkan pada bulan September sampai Desember 2024.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, penelitian ini dikembangkan dengan menguji pelayanan pelanggan dan nilai pelanggan yang mempengaruhi loyalitas anggota di KSPPS BMT Mitra Husnul Aulia Ciledug Kabupaten Cirebon Maka masalah yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana pengaruh *customer experience* terhadap loyalitas anggota di KSPPS BMT Mitra Husnul Aulia Ciledug Kabupaten Cirebon ?
2. Bagaimana pengaruh *customer value* terhadap loyalitas anggota di KSPPS BMT Mitra Husnul Aulia Ciledug Kabupaten Cirebon ?
3. Bagaimana pengaruh *customer experience* dan *customer value* terhadap loyalitas anggota di KSPPS BMT Mitra Husnul Aulia Ciledug Kabupaten Cirebon ?

E. Tujuan Penelitian

Terdapat beberapa tujuan dalam penelitian ini yang sesuai dengan permasalahan yang diajukan meliputi :

1. Untuk mengetahui pengaruh *customer experience* terhadap loyalitas anggota di KSPPS BMT Mitra Husnul Aulia Ciledug Kabupaten Cirebon.
2. Untuk mengetahui pengaruh *customer value* terhadap loyalitas anggota di KSPPS BMT Mitra Husnul Aulia Ciledug Kabupaten Cirebon.
3. Untuk mengetahui pengaruh *customer experience* dan *customer value* terhadap loyalitas anggota di KSPPS BMT Mitra Husnul Aulia Ciledug Kabupaten Cirebon.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah dalam bidang ilmu perbankan syariah dan dapat berguna sebagai pemikiran bagi dunia pendidikan.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai pembelajaran untuk menambah pengetahuan mengenai pengaruh *customer experience* dan *customer value* terhadap loyalitas anggota.

- b. Bagi KSPPS BMT Mitra Husnul Aulia Ciledug Kabupaten Cirebon

Sebagai tambahan informasi dan pengambilan kebijakan serta evaluasi oleh KSPPS BMT Mitra Husnul Aulia Ciledug Kabupaten Cirebon.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman dan gambaran umum kepada pembaca tentang penelitian yang telah diuraikan oleh peneliti:

BAB I PENDAHULUAN, menjelaskan secara umum terkait permasalahan penelitian yang meliputi latar belakang masalah, perumusan masalah, identifikasi masalah, tujuan, dan manfaat penelitian.

BAB II KAJIAN PUSTAKA, berisi uraian dari teori-teori yang digunakan peneliti untuk membahas masalah yang meliputi teori *Customer Experience*, *Customer Value* dan *Loyalitas*. Pembahasan mengenai *Literature review*, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN, membahas mengenai rencana yang akan dilakukan peneliti dalam penelitiannya yang bertujuan untuk menjawab hipotesis penelitian, diantaranya populasi dan sampel, definisi operasional, instrumen penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN, dalam bab ini akan berisi mengenai hasil yang diperoleh dari pengelolaan data melalui metode yang digunakan akan dianalisis dan dideskripsikan.

BAB V PENUTUP, dalam bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran.