

Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Anggota Koperasi Syariah di Indonesia

Khairil Umuri¹, Ridwan Nurdin², Muhammad Haris Riyaldi³

^{1,2,3}Universitas Syiah Kuala, Banda Aceh

ARTICLE INFO

Article history:

Submitted Nov, 5 2023

Accepted Nov, 6 2023

Published Nov, 30 2023

Keywords:

Sharia Cooperatives;
Service Quality;
Loyalty.

ABSTRACT

Cooperative members are the most crucial part of the activities conducted by cooperatives. Cooperatives also contribute to realizing economic prosperity, both for their members and the surrounding community. The purpose of this research is to examine the relationship between service quality and the loyalty of members of sharia cooperatives in Indonesia. The research was conducted using a qualitative method with a literature review approach. The results show that the aspect of service quality has a significant influence on the loyalty of members of sharia cooperatives in Indonesia. This phenomenon is evident in several Islamic cooperatives in Indonesia, reflecting a positive relationship between service quality and member loyalty. The research findings are expected to serve as a guide and consideration for sharia cooperatives and stakeholders in their efforts to retain members and encourage them to continue using the services of sharia cooperatives.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan lembaga keuangan baik bank maupun nonbank tumbuh dengan pesat¹. Salah satu lembaga keuangan nonbank yang mulai dilirik masyarakat adalah kehadiran koperasi. Koperasi memegang peranan yang signifikan dalam meningkatkan perekonomian Indonesia, baik melalui kontribusi secara langsung maupun tidak². Tidak hanya itu, koperasi juga

¹ Wardah Yuspin, Anindhita Nurfaatin Sukirman, Arief Budiono, Jompon Pitaksantayothin dan Ata Fauzie, "Legal Reconstruction of Indonesian Banking Laws: Challenges and Opportunities for Digital Bank Regulation" *Varia Justicia*19, no. 2 (2023), p.52-69, <https://doi.org/10.31603/Variajusticia.V19i1.8019>

² Ana Fatiya, Heri Purwanto dan M Trihudiatmanto, "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Kepuasan dan Komitmen Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah pada KSP Berkah Karunia Mandiri Kaliwiro",

berkontribusi untuk mewujudkan kesejahteraan ekonomi, baik untuk para anggotanya maupun bagi masyarakat di sekitarnya³.

Koperasi syariah di Indonesia saat ini semakin berkembang signifikan, yang didukung oleh penerbitan Peraturan Menteri Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor 16/Per/M.KUKM/IX/2015 mengenai penyelenggaraan kegiatan simpan pinjam dan pembiayaan berdasarkan prinsip syariah oleh koperasi⁴. Jadi koperasi syariah merupakan jenis koperasi yang dioperasikan berlandaskan pada nilai-nilai syariah⁵.

Koperasi simpan pinjam dan pembiayaan syariah (KSPPS) dikenal juga dengan istilah Baitul Maal wa Tamwil (BMT). KSPPS yang sebelumnya disebut Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS), merupakan koperasi yang operasionalnya mencakup pembiayaan, investasi, dan penyimpanan dana yang selaras dengan prinsip pembagian keuntungan sesuai aturan syariah⁶. KSPPS termasuk dalam kategori Lembaga Keuangan NonBank (LKNB)⁷.

Koperasi syariah merupakan sebuah institusi keuangan mikro syariah yang memiliki peran signifikan di kalangan masyarakat, terutama bagi mereka dengan pendapatan rendah⁸. Institusi ini memberikan dampak

*Journal of Economic, Business and Engineering (Jebe)*2, no. 2 (2021), p. 337–347, <https://doi.org/10.32500/Jebe.V2i2.1750>

³ Intan Nurrachmi dan Setiawan, “Peran Koperasi Syariah Sebagai Pusat Kegiatan Muamalah Jamaah Masjid (Studi Kasus Koperasi Syariah Baitul Mu’min Komplek Pasir Jati, Desa Jati Endah Kecamatan Cilengkrang Kabupaten Bandung)”, *Jurnal Ilmiah Mizani: Wacana Hukum, Ekonomi dan Keagamaan*7, no. 1, (2020), p55-66, <https://doi.org/10.29300/Mzn.V7i1.2886>

⁴ Siti Rohmat dan Saepul Bahri, “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Anggota BMT Mardhatillah Berkah Cabang Purwakarta”, *Eksisbank: Ekonomi Syariah dan Bisnis Perbankan*2, no. 2 (2018), p. 7–10. <https://doi.org/10.37726/Ee.V2i2.46>

⁵ Aminudin Ma’ruf, Agung Dewi Wijayanto dan Sausan Liski Aulia, “Application of Islamic Values of Sharia Cooperatives in Indonesia”, *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*8, no. 1 (2023), p. 35, <https://doi.org/10.15548/Maqdis.V8i1.374>,

⁶ Dwi Harmoyo dan M. Arif Kurniawan, “Supervision of Sharia Cooperatives Based on Financial Statements”, *Nusantara Islamic Economic Journal*1, no. 1 (2022), p. 97–117, <https://doi.org/10.34001/Nuiej.V1i1.64>

⁷ Farid Hidayat, “Alternative Sistem Pengawasan pada Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) dalam Mewujudkan Syariah Compliance”, *Jurnal Mahkamah: Kajian Ilmu Hukum dan Hukum Islam*, 1, no. 2 (2016), p. 383–407.

⁸ Mohammed Salim dan Mohammad Omar Farooq, “Elimination of Poverty by Islamic Value Based Cooperative Model” *Journal of Islamic Accounting and Business Research*11, no.5 (2020), p. 1121–1143

positif pada perekonomian rakyat dengan mengurangi tingkat kemiskinan dan pengangguran⁹. Namun, kinerja dan eksistensi KSPPS masih belum optimal dan belum mampu mengatasi masalah perekonomian. Kurangnya kemampuan dan profesionalisme pengelolaan KSPPS, modal dan akses informasi, serta produk yang tidak inovatif menjadi kendala dalam perkembangan KSPPS¹⁰.

Sekarang ini, persaingan di sektor bisnis keuangan berlangsung sangat ketat¹¹. Perkembangan cepat dalam dunia bisnis telah menciptakan tantangan serius bagi sektor jasa keuangan, termasuk koperasi. Koperasi yang merupakan bagian lembaga keuangan nonbank, pada dasarnya memiliki prinsip-prinsip yang selaras dengan nilai-nilai masyarakat Indonesia yang mengutamakan prinsip kekeluargaan dan gotong royong¹². Oleh karena itu, tidak mengherankan bahwa koperasi masih tetap bertahan dan relevan hingga saat ini, meskipun ada banyak lembaga keuangan lainnya. Saat ini, fokus utama yang menjadi masalah koperasi syariah adalah kesetiaan atau loyalitas anggota koperasi¹³. Maka oleh sebab itu koperasi harus memiliki kemampuan untuk mengembangkan strategi yang efektif guna mempertahankan loyalitas anggotanya.

Partisipasi dan keterlibatan aktif anggota merupakan aspek yang sangat penting dalam memajukan usaha koperasi. Namun, koperasi tidak hanya bergantung pada komitmen anggota, tetapi juga memerlukan tingkat loyalitas yang tinggi, karena anggota berperan ganda sebagai anggota dan

⁹Zaulkifli Rusby, Zulfadli Hamzah dan Hamzah, "Analisa Permasalahan Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Melalui Pendekatan Analytical Network Process (ANP)", *Al-Hikmah: Jurnal Agama dan Ilmu Pengetahuan*¹³, no. 1 (2016), p. 18-29, [https://doi.org/10.25299/Al-Hikmah:Jaip.2016.Vol13\(1\).1162](https://doi.org/10.25299/Al-Hikmah:Jaip.2016.Vol13(1).1162)

¹⁰ Werta Aprianti, Lucky Enggrani Fitri dan Paulina Lubis, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Customer Perceived Value (CPV) terhadap Loyalitas Anggota KSPPS Puskopsyah Kota Jambi dengan Pendekatan Ekonomi Islam", *Najaha Iqtishod: Journal of Islamic Economic and Finance*, 1, no. 1 (2020), p. 51-56, <https://doi.org/10.22437/Jief.V1i1.11199>

¹¹ Peter Gomber, Robert J Kauffman, Chris Parker dan Bruce W. Weber, "On the Fintech Revolution: Interpreting the Forces of Innovation, Disruption, and Transformation in Financial Services", *Journal of Management Information Systems*, 35, no. 1 (2018), p. 220-265. <https://doi.org/10.1080/07421222.2018.1440766>

¹² Afifudin, "Monopoli Bisnis Koperasi Simpan Pinjam di Tinjau dari Undang - Undang No. 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian", *Jurnal Usm Law Review*, 1, no. 1 (2020), p. 106, <https://doi.org/10.26623/Julr.V1i1.2235>

¹³ Sofian, "Koperasi Syariah Sebagai Solusi Keuangan Masyarakat: antara Religiusitas, Trend, dan Kemudahan Layanan", *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*, (2018), p. 752-758.

juga sebagai nasabah koperasi¹⁴. Koperasi dapat memperoleh berbagai keunggulan ketika mampu menjaga tingkat loyalitas anggota dan pelanggan. Loyalitas akan membawa imbalan jangka panjang, dimana semakin lama seorang menjadi anggota, maka keuntungan yang diperoleh koperasi juga akan meningkat¹⁵.

Perkembangan bisnis yang sangat kompetitif di sektor koperasi, menjadikan loyalitas anggota sebagai faktor kunci¹⁶. Loyalitas anggota memiliki peran krusial dalam kelangsungan koperasi, sehingga koperasi harus secara berkesinambungan menjaga dan meningkatkan tingkat loyalitas anggotanya. Hal ini dapat dicapai dengan membangun hubungan yang baik dengan anggota, memahami lebih dalam kebutuhan mereka, dan menciptakan komitmen serta kepuasan anggota terhadap koperasi¹⁷.

Kebutuhan anggota koperasi dapat dicapai melalui loyalitas, yang merupakan salah satu elemen utama dalam mencapai tujuan kolaboratif. Apabila anggota koperasi menunjukkan ketidakantusiasan dalam berpartisipasi, maka akan menjadi tantangan bagi perkembangan koperasi¹⁸. Kualitas pelayanan menjadi salah satu elemen kunci dalam mendukung kesetiaan anggota. Mengingat anggota koperasi merupakan orang yang langsung merasakan manfaat dari layanan koperasi, maka anggota memiliki otoritas untuk menilai kualitas layanan tersebut. Penilaian yang dilakukan oleh anggota terhadap kualitas pelayanan merupakan elemen penting yang

¹⁴ Siti Maghfiroh dan Rusdarti, "Pengaruh Kepuasan, Antusiasme, dan Switching Barrier terhadap Loyalitas Anggota pada Koperasi Serba Usaha", *Economic Education Analysis Journal*, 5, no. 1 (2016), p. 290-300.

¹⁵ Naomi Rentha Uli Silaban, "Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan di Koperasi Simpan Pinjam Rentha Jaya Purwakarta", *Jurnal Administrasi Bisnis*, 11, no. 1 (2015), p. 61-83, <https://doi.org/10.26593/jab.v11i1.1706.%25p>

¹⁶ Yusman Yacob, Jati Kusuma Ali, Crhistopher John Baptist, Hamizah Mohd Nadzir, dan Mohd Hawardi Morshidi, "How far Members' Satisfaction Mediated Members' Loyalty? Investigating Credit Cooperative in Sarawak Borneo", *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, (2016), p.224.<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.391>

¹⁷ I Gede Ariyana Mahayasa dan N. M. Putri Martayanti, "Analysis of The Influence of Member's Commitment and Satisfaction on Loyalty of Cooperative Members", *Warmadewa Management and Business Journal (WMBJ)*2, no. 1 (2020), p. 48-55, <https://doi.org/10.22225/wmbj.2.1.2020>

¹⁸ Nurul Fikriah dan Darwin Hartono, "Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Koperasi terhadap Loyalitas Anggota Koperasi Karyawan Al-Hidayah Perguruan Diponegoro Unit Rawamangun", *Utility: Jurnal Ilmiah Pendidikan dan Ekonomi*, 7, no. 1 (2023), p. 30-38. <https://doi.org/10.30599/Utility.V7i01.1714>

mencakup keseluruhan upaya untuk mencapai keunggulan layanan dalam konteks koperasi¹⁹.

Penelitian sebelumnya menunjukkan hubungan yang positif antara kualitas layanan dan loyalitas anggota koperasi²⁰. Secara keseluruhan, ada lima dimensi evaluasi yang digunakan sebagai standar dalam menilai kualitas layanan untuk memastikan kepuasan pelanggan atau anggota. Menurut Parasuraman et al.²¹ Parasuraman et al., (1993) kelima dimensi ini yaitu *tangible*, *reliability*, *assurance*, *responsiveness* dan *emphaty*.

Penelitian mengenai hubungan kualitas pelayanan dan loyalitas anggota koperasi syariah sudah banyak dilakukan. Dari penelitian-penelitian sebelumnya, terdapat korelasi antara kualitas layanan yang disediakan oleh koperasi syariah di Indonesia dan loyalitas anggota. Hasil penelitian sebelumnya mencerminkan bahwa dimensi kualitas pelayanan memengaruhi tingkat kesetiaan anggota koperasi syariah di Indonesia. Dampak ini terlihat dalam sejumlah koperasi syariah yang beroperasi di berbagai wilayah Indonesia dalam hal pelayanan berkualitas dan kesetiaan anggota.

Akan tetapi masih belum ada penelitian yang fokus mengkaji secara kajian literatur dari semua artikel yang membahas hubungan kualitas pelayanan dan loyalitas anggota koperasi syariah di Indonesia. Menyadari belum adanya penelitian serupa, maka penelitian ini bermaksud untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan mengambil kasus koperasi syariah di Indonesia. Secara khusus penelitian ini mengeksplorasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota koperasi syariah di Indonesia.

Penelitian ini melibatkan perbandingan dan analisis terhadap temuan-temuan dari penelitian sebelumnya dan literatur ilmiah yang membahas loyalitas anggota koperasi syariah di Indonesia. Selanjutnya, teori-teori tentang loyalitas dan kualitas layanan dikaji secara mendalam untuk menyimpulkan faktor-faktor yang mempengaruhi anggota koperasi tetap setia pada suatu koperasi syariah. Hasil penelitian ini diharapkan

¹⁹ Alfian Wijanarko dan Devi Krisnawati, "Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Anggota Kospin Jasa", *Jurnal Ekonomi Dan Industri*, 21, no. 2 (2020), P. 30-41
<https://doi.org/10.35137/Jei.V21i2.433>

²⁰ Winda Safittri dan Muhammad Haris Riyaldi, "The Effect of Service Quality and Sharia Governance on Loyalty Through Member's Satisfaction in Sharia Cooperatives", *2022 International Conference on Sustainable Islamic Business and Finance (SIBF)*, (2022), p. 170-174.
<https://doi.org/10.1109/Sibf56821.2022.9940106>

²¹ A. Parasuraman, Leonard L. Berry, dan Valarie A. Zeithaml, "More on Improving Service Quality Measurement", *Journal of Retailing*, 69, no. 1 (1993), p. 140-147, [https://doi.org/10.1016/S0022-4359\(05\)80007-7](https://doi.org/10.1016/S0022-4359(05)80007-7)

dapat berfungsi sebagai pedoman dan pertimbangan bagi koperasi syariah dan para pemangku kepentingan untuk menjaga serta menarik anggota agar tetap setia dalam menggunakan layanan dan produk yang ditawarkan oleh koperasi syariah.

2. METODE

Artikel ini dipersiapkan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan telaah pustaka, yang bertujuan untuk merumuskan suatu rangkaian gagasan mengenai dampak kualitas layanan terhadap loyalitas anggota koperasi²². Proses penelitian ini melibatkan pengumpulan informasi yang diperoleh dari sumber-sumber literatur, termasuk artikel dari jurnal yang dapat diakses secara daring melalui google scholar, serta buku-buku referensi yang relevan dengan isu yang sedang diteliti dalam delapan tahun terakhir. Sehingga bisa dinyatakan bahwa penelitian yang dilakukan berdasarkan artikel terkini.

Penelitian ini berfokus pada koperasi syariah di Indonesia, dengan merujuk pada penelitian-penelitian sebelumnya yang telah diterbitkan dalam jurnal terakreditasi seperti Scopus dan Sinta, maupun yang tidak terakreditasi, baik di tingkat nasional maupun internasional. Selanjutnya dilakukan analisis secara komprehensif terhadap temuan-temuan dari penelitian sebelumnya serta menghubungkannya dengan teori-teori yang terkait dengan variabel-variabel yang ada dalam penelitian²³. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi yang berharga bagi koperasi syariah dan berbagai pihak lain yang berkepentingan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai kualitas pelayanan dan loyalitas anggota koperasi syariah di Indonesia sudah banyak dilakukan, seperti Safittri dan Riyadi, melakukan penelitian pada koperasi Syariah Mandiri Darussalam. Mereka menganalisis pengaruh kualitas layanan dan tata kelola syariah pada loyalitas anggota dengan kepuasan sebagai variabel mediasi. Hasil penelitian yang menggunakan uji SEM menunjukkan bahwa peran kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota, dan secara tidak langsung juga berpengaruh pada loyalitas anggota²⁴. Selanjutnya Sofian, meneliti model hubungan antara tingkat kepatuhan masyarakat terhadap hukum Islam, cara masyarakat merespons perkembangan koperasi

²²Amri Marzali, "Menulis Kajian Literatur", *Jurnal Etnosia*,1, no. 2 (2016), p. 27-36.

²³Anak Agung Putu Agung dan Anik Yuesti, "Metode Penelitian Bisnis Kualitatif dan Kuantitatif, (Badung Bali: CV Noah Aletheia, 2019), p. 25-32.

²⁴ Winda Safittri dan Muhammad Haris Riyaldi, *The Effect of Service ...*, p. 170-174.

syariah atau tren, serta tingkat kenyamanan layanan yang diberikan oleh koperasi syariah. Hasil penelitian menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan dengan mendepankan rasa kenyamanan akan berdampak pada loyalitas dan pertumbuhan anggota koperasi syariah²⁵. Arizal dan Listihana, juga meneliti dampak dari kombinasi pemasaran dan kualitas layanan terhadap tingkat loyalitas anggota koperasi syariah di Rumbai-Pekanbaru. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh pada loyalitas anggota²⁶. Penelitian lainnya dilakukan Arizal dan Seswandi, mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan dampaknya terhadap loyalitas anggota koperasi simpan pinjam di Kabupaten Kasikan Kampar. Hasil penelitian menyatakan kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas mempunyai hubungan positif dan signifikan²⁷.

Hasil berbeda didapati oleh Haida dan Kurnia, yang meneliti dampak layanan dan kepuasan pada kesetiaan anggota BMT Al-Falah Sumber Cirebon. Hasil kajian menunjukkan bahwa sistem pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan pada loyalitas anggota²⁸. Hasil yang sama juga diperoleh Niu dan Maqfiroh, meneliti hubungan kualitas pelayanan dan kualitas produk pada keputusan menjadi anggota BMT UGT Sidogiri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh pada keputusan menjadi anggota koperasi²⁹. Begitu juga dengan penelitian Fitri dkk, mengkaji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas anggota BMT Pusat Koperasi Syariah (PUSKOPSYAH) Jambi. Mereka menemukan kualitas pelayanan berpengaruh pada tingkat kepuasan, dan kepuasan pada gilirannya akan mempengaruhi loyalitas. Akan tetapi secara langsung kualitas pelayanan tidak dapat mempengaruhi

²⁵Sofian, *Koperasi Syariah Sebagai Solusi...*, p. 752-758.

²⁶Arizal N dan Wita Dwika Listihana, "Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Anggota pada Koperasi Syariah BMT di Rumbai-Pekanbaru", *Jurnal Daya Saing*, 3, no. 3 (2017), p. 245-252. <https://doi.org/10.35446/dayasaing.V3i3.111>

²⁷Arizal N dan Agus Seswandi, "The Effect of Service Quality on Satisfaction and Its Impact on Loyalty of Cooperative Members", *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 95, no. 11 (2019), p. 228-236. <https://doi.org/10.18551/rjoas.2019-11.32>

²⁸Nur Haida dan NFN Kurnia, "Pengaruh Pelayanan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Anggota Pembiayaan di BMT Al-Falah Sumber Cirebon", *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari'ah*, 9, no. 2 (2017), p. 287-307, <https://doi.org/10.24235/Amwal.V9i2.2238>

²⁹Fitri Ayu Lestari Niu dan Ulfa Maqfiroh, "The Effect of Service and Product Quality on the Decision to Become a Member of BMT UGT Sidogiri Capem Waru. *Tasharruf: Journal Economics and Business of Islam*7, no. 1 (2022), p. 29. <https://doi.org/10.30984/tjebi.V7i1.1834>

loyalitas anggota BMT³⁰. Hasil sebelumnya diperkuat oleh Astuti, menganalisis dampak kualitas pelayanan, prinsip syariah, dan kepuasan nasabah pada loyalitas nasabah BMT UGT Sidogiri. Secara parsial, dapat disimpulkan bahwa penerapan prinsip-prinsip syariah berdampak signifikan pada tingkat kesetiaan nasabah. Akan tetapi kepuasan dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh pada loyalitas nasabah³¹.

Akan tetapi hasil tersebut tidak sejalan dengan Rohmat dan Bahri, meneliti pengaruh pelayanan unggul terhadap tingkat kesetiaan BMT Mardhatillah Berkah Cabang Purwakarta. Penelitian ini mengangkat dua variabel yaitu *Service Excellent* dan loyalitas anggota. Hasil penelitian menunjukkan pelayanan yang unggul dapat meningkatkan loyalitas anggota koperasi³². Begitu juga dengan penelitian Fitriati dkk, meneliti dampak kualitas pelayanan pada kesetiaan anggota koperasi Baytul Ikhtiar Kota Bogor. Hasil kajian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh pada loyalitas anggota Koperasi Baytul Ikhtiar³³.

Penelitian lainnya dilakukan oleh Wijaya dan Sudarmi, mengkaji kesetiaan anggota BMT-UGT Nusantara Cabang Pare-Kediri, yang memfokuskan pada mekanisme pemasaran berdasarkan prinsip-prinsip syariah dan peningkatan kualitas pelayanan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa anggota BMT-UGT Nusantara Cabang Pembantu Pare-Kediri setia terhadap koperasi karena sistem pemasaran yang berlandaskan prinsip-prinsip syariah. Kualitas pelayanan yang telah diberikan kepada anggota dianggap sangat baik dan terbukti dengan tingginya tingkat loyalitas anggota³⁴. Begitu juga dengan penelitian Adityatama dan Rohwiyati, melakukan penelitian di koperasi Pondok Pesantren Baitul Muamalat Al

³⁰ Lucky Enggrani Fitri, Ridhwan, dan Okhi Fajar Hardiasyah, "An Analysis of the Effect of Service Quality on Satisfaction and Loyalty with Islamic Economic Approach (Study BMT Members in Puskopsyah Jambi)", *Al-Masraf (Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan)* 4, no. 2 (2018), p. 201-214, <http://dx.doi.org/10.15548/al-masraf.v4i2.221>

³¹ Yulia Astuti, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Penerapan Prinsip-Prinsip Syariah dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah BMT UGT Sidogiri Cabang Wongsorejo Kabupaten Banyuwangi", *Jurnal Kreativitas Mahasiswa* 1, no. 1 (2029), p. 1-16.

³² Siti Rohmat dan Saepul Bahri, *Pengaruh Kualitas Pelayanan...*, 7-10.

³³ Dina Fitriati, Suyut Arif, dan Sharifah Gustiawati, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Koperasi Syari'ah terhadap Loyalitas Anggota (Studi Kasus Koperasi Baytul Ikhtiar Kota Bogor)", *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 6, no. 2 (2015), p. 319-378, <https://doi.org/10.32507/ajei.v6i2.313>

³⁴ Yulian Adi Wijaya dan Sudarmi, Efektifitas Syariah Marketing dan Kualitas Pelayanan Sebagai Upaya Meningkatkan Loyalitas Anggota BMT-UGT Nusantara Cabang Pembantu Pare-Kediri", *Eksya: Jurnal Ilmiah Ekonomi Syariah*, 1, no.1 (2021), p. 46-59.

Hikmah dengan mengangkat variabel kualitas pelayanan dan loyalitas anggota yang dimoderasi oleh kepuasan. Hasil kajian menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh pada loyalitas yang diperkuat oleh kepuasan³⁵.

Penelitian berbeda dilakukan Aprianti dkk, melakukan analisis mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi pelanggan pada kesetiaan anggota KSPPS Pusopsyah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sekitar 42,3 persen dari perubahan variabel independen (kualitas pelayanan dan *customer perceived value*) berpengaruh pada variabel dependen (loyalitas anggota)³⁶. Hasil serupa dilakukan Novijanti dkk, menganalisis kualitas pelayanan yang disediakan oleh koperasi Karyawan Danakita Syariah sebagai strategi untuk meningkatkan tingkat kesetiaan anggota. Hasil penelitian menunjukkan pelayanan yang diberikan tidak baik, akan tetapi anggota tetap setia pada koperasi³⁷. Sama halnya dengan penelitian Khasanah dan Sadiqin, mengidentifikasi hubungan kualitas pelayanan dan kohesivitas pada loyalitas anggota KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan yang diberikan berdampak positif dan signifikan pada loyalitas anggota³⁸.

Selanjutnya Qomarsyah dkk, meneliti dampak kualitas pelayanan dan mutu produk pada kesetiaan pelanggan dengan kepuasan menjadi variabel intervening. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan pada kepuasan dan loyalitas anggota³⁹. Hasil penelitian sebelumnya didukung Umini dan Lestari, meneliti apakah kualitas pelayanan ABS Mobile memiliki dampak terhadap loyalitas anggota di KSPPS Artha Bahana Pati. Hasil penelitian menunjukkan bahwadari kelima

³⁵ Romadhona Adityatama dan Rohwiyati, "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Anggota Koperasi Pondok Pesantren Baitul Muamalat Al Hikmah Kecamatan Ngawen Kabupaten Blora dengan Kepuasan Sebagai Pemoderasi. *Smooting* 19, no. 4 (2021), p. 269-278.

³⁶ Werta Aprianti, Lucky Engrani Fitri, dan Paulina Lubis, *Pengaruh Kualitas Pelayanan...*, p. 51-56

³⁷ Erma Novijanti, Musa Hubeis, dan Fransiska R. Zakaria, "Strategi Pengembangan Loyalitas Anggota Koperasi Karyawan Danakita Syariah. *Manajemen IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah* 15, no. 2 (2022), p. 102-109. <https://doi.org/10.29244/mikm.15.2.102-109>

³⁸ Retno Nur Khasanah dan Amin Sadiqin, "Loyalitas Anggota Koperasi Ditinjau dari Faktor Pelayanan dan Kohesivitas", *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan* 1, no. 7 (2022), p. 1147-1156. <https://doi.org/10.54443/Sibatik.V1i7.134>

³⁹ Muhammad Muhaddib Qomarsyah, Mahyarni, dan Mahendra Romus, "Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening pada Koperasi Syariah BMT Al-Ittihad Pekanbaru", *Jurnal Bisnis Kompetitif* 2, no. 1 (2023), p. 31-39.

indikator yang dijadikan acuan dalam menilai kualitas layanan ABS Mobile (*tangible, reliability, empathy, responsiveness, dan assurance*) berpengaruh positif pada loyalitas anggota⁴⁰. Hasil sama juga didapati Safari dan Turmudhi, menganalisis hubungan kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota BMT BIF Jeroni. Hasil kajian menggambarkan adanya hubungan positif antara kualitas pelayanan dan loyalitas anggota⁴¹.

Kemudian penelitian Syafii dan Shobiha, mengkaji kualitas pelayanan dan kepuasan pada loyalitas anggota Koperasi Bina Syariah Ummah. Hasil kajian menunjukkan adanya hubungan positif kualitas pelayanan dan loyalitas nasabah⁴². Didukung oleh Fikriah dan Hartono, yang menganalisis interaksi antara kualitas pelayanan dan citra koperasi terhadap loyalitas anggota Koperasi Karyawan Al-Hidayah. Hasil kajian menggambarkan adanya hubungan positif antara kualitas layanan dan loyalitas anggota Koperasi⁴³. Begitu juga dengan kajian Azzaida dan Suzanawaty, mengkaji dampak pemasaran syariah dan kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah yang dimediasi kepuasan pada BMT Huwaiza. Hasil kajian menunjukkan kualitas pelayanan berdampak signifikan pada kesetiaan anggota yang dimediasi kepuasan⁴⁴.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Welta, yang menganalisis pengaruh kualitas layanan pada loyalitas dan kepercayaan anggota BMT Surya Barokah. Hasil penelitian menggambarkan adanya pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan pada loyalitas anggota⁴⁵. Kemudian penelitian

⁴⁰Umini dan Puji Lestari, "The Effect of ABS Mobile Service Quality on the Loyalty of Members of KSPPS Artha Bahana Pati", *Nusantara Islamic Economic Journal*1, no. 1 (2022), p. 123-132. <https://doi.org/10.34001/Nuiej.V1i1.67>

⁴¹ Teti Safari dan Anis Turmudhi, "Influence of Service Quality in Front of Member Loyalty to BMT Bif Jeroni, Bugisan, Yogyakarta", *Journal of Economics and Public Health*1, no. 1 (2022), p. 31-36. <https://doi.org/10.37287/Jeph.V1i1.918>

⁴² Mochamad Syafii dan Lailatus Shobiha, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah pada Koperasi Bina Syariah Ummah Wadeng Sidayu Gresik", *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Kreatif*3, no. 2 (2018), p. 74-80.

⁴³ Nurul Fikriah dan Darwin Hartono, *Pengaruh Kualitas Layanan...*, p. 30-38.

⁴⁴ Ibna Rusan Azzaida dan Leis Suzanawaty, "Pengaruh Sharia Marketing dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pengguna Tabungan Syariah di Bmt Huwaiza Depok)", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*8, no. 3 (2022), p. 2742-2747, <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6376>

⁴⁵ Fretty Welta, "Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah pada Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Surya

Humam dan Suryadin, menganalisis kesetiaan pelanggan melalui penerapan prinsip-prinsip nilai-nilai Islam di KSPPS Ya Ummi Maziyah Assa'adah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa loyalitas nasabah dapat tercapai ketika mereka merasa aman, memiliki kemudahan dalam bertransaksi, dan menerima pelayanan yang memuaskan⁴⁶. Selanjutnya Asari dkk, menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, persepsi pada citra koperasi, dan kepuasan pada loyalitas anggota BMT UGT Sidogiri. Hasil kajian menggambarkan kualitas pelayanan, kepuasan, dan persepsi pada citra koperasi berdampak signifikan terhadap loyalitas anggota⁴⁷. Terakhir penelitian Raisal, yang menganalisis pengaruh kualitas pelayanan pada loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan BMT Kampoeng Syariah. Hasil studi menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dapat berperan sebagai mediator dalam hubungan antara kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan⁴⁸.

b. Kualitas Pelayanan Berpengaruh pada Loyalitas Anggota Koperasi

Hasil beberapa penelitian sebelumnya mengenai koperasi syariah menunjukkan adanya perbedaan dalam aspek-aspek kualitas pelayanan yang telah diamati. Secara umum, dimensi kualitas pelayanan pada koperasi konvensional mengacu pada kerangka yang dituliskan Parasuraman dkk, yaitu bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), responsivitas (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*)⁴⁹. Sementara itu dalam lembaga keuangan syariah, aspek kualitas pelayanan, lebih sesuai pendapat Othman dan Owen, yaitu keandalan (*reliability*), responsivitas (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), bukti fisik (*tangibles*),

Barokah", *I-Economics: A Research Journal on Islamic Economics* 3, no. 2 (2018), p. 129. <https://doi.org/10.19109/Ieconomics.V3i2.1456>

⁴⁶Choirul Humam dan Adin Suryadin, "Membentuk Loyalitas Nasabah melalui Penerapan Nilai-Nilai Islam pada KSPPS Ya Ummi Maziyah Assa'adah", *Qulubana: Jurnal Manajemen Dakwah*1, no. 1 (2020), p.9–21. <https://doi.org/10.54396/qlb.v1i1.104>

⁴⁷ Anang Asari, Misbahul Munir, dan Khamdan Rifa'i, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah BMT UGT Sidogiri Cabang Glenmore Kabupaten Banyuwangi", *Indonesian Journal of Islamic Economics and Finance* 5, no. 2 (2022), p. 26-37.

⁴⁸ Taufiq Risal, "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening pada BMT Kampoeng Syariah", *Jurnal Manajemen dan Bisnis*1, no. 1 (2019), p. 1-8

⁴⁹ A. Parasuraman, Leonard L. Berry, dan Valarie A. Zeithaml, *More on Improving...*, p. 140–147,

dan kepatuhan (*compliance*)⁵⁰. Kepatuhan (*compliance*) berkaitan dengan kesesuaian pelaku bisnis terhadap aturan atau hukum yang telah ditetapkan Islam. Indikator tersebut diadopsi oleh Umini dan Lestari pada penelitiannya mengenai kualitas pelayanan pada ABS mobile pada KSPPS Artha Bahana Syariah dengan menggunakan lima indikator (*Tangible, Reliability, Empathy, Responsiveness, dan Assurance*)⁵¹. Hasil kajiannya menunjukkan bahwa kelima indikator dapat mempengaruhi loyalitas anggota, dikarenakan aplikasi layanan ABS Mobile yang dijalankan koperasi sangat membantu masyarakat dalam bertransaksi keuangan terutama di masa pandemi saat itu.

Pengukuran kualitas layanan pada koperasi sebelumnya, baik yang mengikuti pendekatan konvensional maupun syariah telah terbukti memiliki dampak signifikan terhadap tingkat loyalitas anggota koperasi. Penting untuk memberikan perhatian khusus terhadap variabel kualitas pelayanan, karena variabel ini akan berperan dalam menentukan tingkat kepuasan anggota, yang pada gilirannya akan mempengaruhi loyalitas anggota koperasi. Kondisi tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitriati dkk di koperasi Baytul Ikhtiar kota Bogor⁵². Selaras dengan penelitian Wijaya dan Sudarmi, faktor besar yang berpengaruh terhadap kesetiaan anggota adalah strategi pemasaran yang beretika dan kualitas pelayanan yang diberikan⁵³. Oleh karena itu, untuk meningkatkan tingkat kesetiaan anggota, diperlukan pendekatan dengan menerapkan praktik pemasaran berbasis prinsip syariah dan meningkatkan kualitas pelayanan. Karena kesetiaan anggota dapat dipengaruhi oleh integritas dalam pemasaran (*syariah marketing*) dan standar kualitas pelayanan yang diberikan kepada mereka. Semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan anggota, yang pada akhirnya akan menghasilkan peningkatan kesetiaan. Sama halnya dengan Aprianti dkk, bahwa kualitas pelayanan secara nyata mempengaruhi kesetiaan anggota KSPPS Puskopyah Kota Jambi⁵⁴.

Prestasi paling utama dalam setiap usaha, terutama dalam konteks koperasi syariah adalah bagaimana penyedia layanan memberikan

⁵⁰ AbdulQawi Othman dan Lynn Owen, "Adopting and Measuring Customer Service Quality (SQ) in Islamic Banks: A Case Study in Kuwait Finance House.", *International Journal of Islamic Financial Services*3, no. 1 (2011), p. 1-26.

⁵¹Umini dan Puji Lestari, *The Effect of ABS Mobile...*, p. 123-132.

⁵² Dina Fitriati, Suyut Arif, dan Sharifah Gustiawati, *Pengaruh Kualitas Pelayanan ...*, p. 319-378

⁵³ Yulian Adi Wijaya dan Sudarmi, *Efektifitas Syariah Marketing...*, p. 46-59.

⁵⁴ Werta Aprianti, Lucky Enggrani Fitri, dan Paulina Lubis, *Pengaruh Kualitas Pelayanan...*, p. 51-56

pelayanan terbaik kepada penerima atau pengguna layanan. Kemampuan penyedia layanan untuk secara konsisten menyediakan layanan terbaik kepada anggota operasi sangat penting, sehingga anggota koperasi akan merasa puas dan nyaman saat menerima pelayanan. Anggota koperasi yang merasakan kepuasan atas kualitas pelayanan akan menghasilkan anggota yang memiliki tingkat kesetiaan yang kuat terhadap institusi koperasi. Kualitas pelayanan juga dapat mempengaruhi loyalitas melalui kepuasan anggota. Penelitian Azzaida dan Suzanawati, menyatakan layanan dan tata kelola syariah berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota, dan secara tidak langsung (melalui kepuasan) juga berpengaruh terhadap loyalitas anggota⁵⁵. Anggota yang menunjukkan kesetiaan tinggi terhadap koperasi merupakan anggota yang sangat berharga. Hasil tersebut diperkuat oleh penelitian Adityatama dan Rohwiyati, bahwa kualitas pelayanan yang dinilai melalui aspek fisik, kehandalan, responsivitas, jaminan, dan empati, yang dimediasi kepuasan memiliki dampak positif terhadap kesetiaan anggota koperasi syariah⁵⁶. Hasil yang sama juga didapatkan Risal, bahwa kepuasan mampu berperan sebagai perantara dalam hubungan antara kualitas pelayanan dan kesetiaan nasabah⁵⁷.

Kualitas pelayanan diperlukan dalam mempertahankan pelanggan dalam jangka waktu yang panjang. Sehingga kondisi tersebut akan mendorong loyalitas anggota terhadap koperasi⁵⁸. Penelitian Syafii dan Shobiha, menyatakan semakin tinggi kualitas pelayanan, semakin besar loyalitas nasabah terhadap penggunaan layanan pada Koperasi⁵⁹. Penelitian serupa juga menyatakan bahwa kualitas pelayanan baik yang diberikan pegawai koperasi akan berdampak positif terhadap loyalitas anggota⁶⁰. Didukung oleh Arizal dan Listihana, menyatakan tingkat loyalitas anggota di koperasi syariah sangat tergantung pada kualitas pelayanan. Oleh karena itu, kualitas pelayanan jasa yang disediakan harus sejalan dengan harapan anggota⁶¹.

⁵⁵ Ibna Rusan Azzaida dan Leis Suzanawaty, *Pengaruh Sharia Marketing...*, p. 2742-2747

⁵⁶ Romadhona Adityatama dan Rohwiyati, *Pengaruh Kualitas Pelayanan...*, p. 269-278.

⁵⁷ Taufiq Risal, *Pengaruh Kualitas Pelayanan...*, p. 1-8

⁵⁸ Retno Nur Khasanah dan Amin Sadiqin, *Loyalitas Anggota Koperasi Ditinjau...*, p. 1147-1156.

⁵⁹ Mochamad Syafii dan Lailatus Shobiha, *Pengaruh Kualitas Pelayanan...*, 74-80.

⁶⁰ Teti Safari dan Anis Turmudhi, *Influence of Service Quality...*, p. 31-36

⁶¹ Arizal N dan. Wita Dwika Listihana, *Pengaruh Bauran Pemasaran...*, p. 245-252.

Kemampuan karyawan dalam menangani masalah dengan cepat merupakan salah satu bentuk memberikan pelayanan yang baik⁶². Kemampuan koperasi dalam menjaga loyalitas anggota akan tercemrin dari lamanya masa keanggotaan dan seberapa sering anggota menggunakan jasa koperasi dalam kehidupan sehari-hari. Banyak orang bergabung dengan koperasi dan tetap setia sebagai anggota merupakan sebuah bentuk rasa nyaman dengan layanan yang disediakan saat melakukan transaksi, seperti pendanaan atau pembiayaan⁶³.

Kualitas pelayanan merupakan kondisi yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan anggota. Kualitas pelayanan adalah hasil dari perbandingan yang dilakukan oleh anggota, dimana mereka membandingkan harapan terhadap pelayanan dengan persepsi mereka setelah menerima pelayanan. Oleh karena itu, memastikan kualitas pelayanan yang baik menjadi suatu keharusan untuk menjaga keberlanjutan dan mempertahankan kepercayaan anggota⁶⁴.

Penerapan analisis *Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats* (SWOT) dapat untuk merancang strategi pengembangan loyalitas anggota Koperasi. Strategi menggunakan matriks SWOT bertujuan untuk memanfaatkan sebaik mungkin kekuatan dan peluang yang tersedia, sambil mengurangi sebanyak mungkin kelemahan dan ancaman yang dihadapi. Loyalitas anggota dipengaruhi oleh mutu pelayanan dan kepuasan anggota, dimana loyalitas cenderung lebih bergantung pada kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan menggunakan strategi *weaknesses* dan *opportunities* dilakukan untuk memperbaiki ketidaksempurnaan yang ada dan mengambil keuntungan dari peluang yang tersedia. Upaya untuk mengembangkan kesetiaan anggota koperasi dalam hal kualitas pelayanan dilakukan dengan cara meningkatkan interaksi antara anggota dan pengurus, meningkatkan keterbukaan pengurus terhadap anggota koperasi, dan menyediakan pendanaan yang dibutuhkan oleh anggota⁶⁵.

c. Kualitas pelayanan Tidak Berpengaruh pada Loyalitas Anggota Koperasi

Hasil berbeda ditemukan oleh Qomarsyah dkk, menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan tidak mampu menjaga loyalitas anggota koperasi syariah⁶⁶. Berdasarkan penelitian yang sama, kualitas pelayanan

⁶²Ibna Rusan Azzaida dan Leis Suzanawaty, *Pengaruh Sharia Marketing...*, p. 2742-2747,

⁶³Sofian, *Koperasi Syariah Sebagai Solusi...*, p. 752-758.

⁶⁴Fretty Welta, *Pengaruh Kualitas Layanan...*, p. 129.

⁶⁵Erma Novijanti, Musa Hubeis, dan Fransiska R. Zakaria, *Strategi Pengembangan Loyalitas...*, p. 102-109

⁶⁶Muhammad Muhaddib Qomarsyah, Mahyarni, dan Mahendra Romus, *Pengaruh Kualitas Produk...*, p. 31-39

yang dinilai melalui tingkat kepuasan nasabah juga tidak memiliki dampak positif terhadap tingkat loyalitas anggota. Hal serupa juga disampaikan Niu dan Maqfiroh bahwa loyalitas anggota tidak dipengaruhi oleh kualitas pelayanan⁶⁷. Kondisi tersebut harus menjadi perhatian khusus kenapa kualitas pelayanan tidak dapat mempengaruhi loyalitas anggota. Salah satu sebabnya ialah kurang tanggapnya pegawai dalam menyikapi keluhan anggota koperasi. Selain itu, kurang aktifnya pegawai dalam memperkenalkan dan mensosialisasikan produk koperasi yang dapat memudahkan anggota untuk mendapatkan pelayanan yang cepat dan optimal juga menjadi penyebab lainnya. Kondisi tersebut didukung oleh Astuti, yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak memiliki dampak yang signifikan pada loyalitas anggota koperasi⁶⁸.

Kualitas pelayanan dapat menjadi acuan kesuksesan yang mampu mempengaruhi tingkat daya saing suatu organisasi. Hal ini berarti bahwa pelayanan merupakan suatu bentuk layanan yang diberikan koperasi dalam memenuhi keinginan anggotanya. Oleh karena itu perlunya peningkatan kualitas pelayanan, seperti pengurus koperasi memberikan layanan yang baik bagi anggota, tanggap dalam merespon permasalahan anggota, dan memberikan pelayanan yang ramah. Sehingga, kualitas pelayanan akan berkontribusi pada loyalitas anggota koperasi. Baiknya pelayanan akan membuat anggota tetap setia dan bahkan merekomendasikan kepada calon anggota koperasi lainnya⁶⁹. Sama halnya dengan anggota yang menerima pelayanan baik cenderung tidak mudah beralih untuk melakukan pinjaman, pembiayaan, atau menabung di lembaga keuangan lain, terutama lembaga keuangan yang beroperasi secara konvensional⁷⁰.

d. Kualitas Pelayanan dan Loyalitas dalam Pandangan Islam

Kualitas pelayanan memiliki dampak yang signifikan pada loyalitas disebabkan oleh indikator-indikator kualitas pelayanan seperti keandalan pegawai, ketanggapan karyawan, jaminan, empati atau perhatian terhadap anggota, dan kepatuhan syariah telah diwujudkan dan diterapkan oleh setiap karyawan koperasi⁷¹. Salah satu langkah dalam meningkatkan kualitas pelayanan adalah dengan memperbaiki Sumber Daya Manusia (SDM) yang terlibat dalam sebuah koperasi. Pelayanan yang unggul dapat

⁶⁷ Fitri Ayu Lestari Niu dan Ulfa Maqfiroh, *The Effect of Service...*, p. 29

⁶⁸ Yulia Astuti, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Penerapan Prinsip-Prinsip Syariah...*, p. 1-16.

⁶⁹ Nurul Fikriah dan Darwin Hartono, *Pengaruh Kualitas Layanan...*, p. 30-38.

⁷⁰ Choirul Humam dan Adin Suryadin, *Membentuk Loyalitas Nasabah...*, p.9-21

⁷¹ Anang Asari, Misbahul Munir, dan Khamdan Rifa'i, *Pengaruh Kualitas Pelayanan...*, p. 26-37

dicapai dengan menanamkan prinsip jujur, tanggung jawab, dan dedikasi dalam menjalankan tugas sehari-hari tanpa pamrih. Pelayanan unggul juga dibarengi dengan kesediaan untuk mendengarkan keluhan dan melayani tanpa pandang bulu. Selain itu karyawan bersedia menerima kekurangan diri, berusaha bekerja sebaik mungkin, memberikan pelayanan terbaik, dan selalu terbuka untuk belajar dan meningkatkan kemampuan⁷².

Kesetiaan dalam Islam bukanlah sesuatu yang baru, karena tolak ukur cinta atau kesetiaan dapat tercermin dalam keimanan seseorang kepada Allah Swt. Prinsip Islam mengajarkan bahwa dalam usaha yang dijalankan, harus dibarengi dengan pelayanan yang berkualitas. Oleh karena itu, Islam sangat mendorong untuk memberikan pelayanan terbaik kepada sesama⁷³. Maka Islam memerintahkan umatnya untuk memberikan kesetiaan penuh kepada setiap muslim dengan kewajiban untuk saling membantu, seperti firman Allah Swt yang artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kamu keluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji” (QS. Al-Baqarah: 267).

Ayat di atas mengindikasikan bahwa dalam Islam harus mengutamakan kualitas pelayanan yang baik daripada yang buruk. Pelayanan berkualitas tidak sekadar memberikan bantuan atau layanan, tetapi juga mencakup pemahaman, pengertian, dan empati terhadap kebutuhan orang yang dilayani.

Pelayanan dapat menciptakan kepuasan anggota jika koperasi fokus pada usaha untuk memenuhi keinginan anggota. Termasuk menentukan target pasar yang akan dilayani, mengidentifikasi apa yang diinginkan oleh anggota, mengembangkan produk yang memadai untuk memuaskan anggota, merancang proses produk yang sesuai kebutuhan anggota, dan mengaplikasikan semua bentuk pelayanan terbaik dalam aktivitas koperasi⁷⁴.

Anggota koperasi yang menerima pelayanan berkualitas akan membawa manfaat berupa hubungan harmonis antara anggota dan koperasi yang mencakup⁷⁵:

⁷² Nur Haida dan NFN Kurnia, *Pengaruh Pelayanan dan Kepuasan...*, p. 287-307,

⁷³ Lucky Enggrani Fitri, Ridhwan, dan Okhi Fajar Hardiasyah, *An Analysis of the Effect...*, p. 201-214

⁷⁴ Fretty Welta, *Pengaruh Kualitas Layanan...*, p. 129

⁷⁵ Nur Rianto Alarif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2012, p. 56

1. Terbentuknya loyalitas anggota terhadap koperasi, sehingga anggota tidak akan mencari layanan dari perusahaan lain.
2. Munculnya loyalitas anggota terhadap koperasi, sehingga mereka tidak akan mencari alternatif di perusahaan lain.
3. Tersebarnya rekomendasi positif melalui percakapan orang ke orang.
4. Terjadi pembelian berulang dari anggota.

Dapat disarikan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara loyalitas anggota dengan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan dapat menjadi faktor utama dalam mempengaruhi tingkat loyalitas anggota. Hal Ini disebabkan oleh kepuasan anggota yang menciptakan persepsi positif terhadap pelayanan, yang pada gilirannya meningkatkan tingkat loyalitas terhadap koperasi. Ketidaksetiaan anggota seringkali timbul akibat pelayanan yang kurang memuaskan atau penurunan kualitas pelayanan dari harapan anggota.

4. KESIMPULAN

Hasil studi mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan memiliki dampak signifikan terhadap loyalitas anggota koperasi. Kualitas pelayanan yang diukur menggunakan SERVQUAL (*reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangible*) maupun menggunakan CARTER (*compliance, assurance, reliability, tangibles, empathy, dan responsiveness*), memberikan hubungan positif antara loyalitas anggota dan kualitas pelayanan. Semakin baik kualitas layanan yang dibagikan, maka loyalitas anggota koperasi akan semakin meningkat.

Berdasarkan tinjauan literatur jurnal dan temuan dari penelitian sebelumnya, disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memainkan peran yang sangat krusial dalam membentuk loyalitas anggota koperasi. Tanpa pelayanan yang berkualitas, anggota cenderung enggan melakukan transaksi, bahkan akan memutuskan keanggotaannya dalam koperasi. Oleh karena itu, perlu dilakukan upaya serius dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada anggota koperasi syariah. Hal ini bertujuan agar anggota merasa puas, loyal, dan bersedia merekomendasikan koperasi kepada orang lain.

5. DAFTAR PUSTAKA

Abdul Qawi Othman dan Lynn Owen, Adopting and Measuring Customer Service Quality (SQ) in Islamic Banks: A Case Study in Kuwait Finance House, *International Journal of Islamic Financial Services*3, no. 1 (2011).

Afifudin, Monopoli Bisnis Koperasi Simpan Pinjam di Tinjau dari Undang – Undang No. 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian, *Jurnal Usm Law Review*, 1, no. 1 (2020).

Alfian Wijanarko dan Devi Krisnawati, Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Anggota Kospin Jasa, *Jurnal Ekonomi Dan Industri*, 21, no. 2 (2020).

Aminudin Ma'ruf, Agung Dewi Wijayanto dan Sausan Liski Aulia, Application of Islamic Values of Sharia Cooperatives in Indonesia, *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam* 8, no. 1 (2023).

Amri Marzali, Menulis Kajian Literatur, *Jurnal Etnosia*, 1, no. 2 (2016).

Ana Fatiya, Heri Purwanto dan M Trihudiatmanto, Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Kepuasan dan Komitmen Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah pada KSP Berkah Karunia Mandiri Kaliwiro, *Journal of Economic, Business and Engineering (Jebe)* 2, no. 2 (2021).

Anak Agung Putu Agung dan Anik Yuesti, *Metode Penelitian Bisnis Kualitatif dan Kuantitatif*, Badung Bali: CV Noah Aletheia, 2019.

Anang Asari, Misbahul Munir, dan Khamdan Rifa'i, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah BMT UGT Sidogiri Cabang Glenmore Kabupaten Banyuwangi, *Indonesian Journal of Islamic Economics and Finance* 5, no. 2 (2022).

Arizal N dan. Wita Dwika Listihana, Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Anggota pada Koperasi Syariah BMT di Rumbai-Pekanbaru, *Jurnal Daya Saing*, 3, no. 3 (2017).

Arizal N dan Agus Seswandi, The Effect of Service Quality on Satisfaction and Its Impact on Loyalty of Cooperative Members, *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 95, no. 11 (2019).

A. Parasuraman, Leonard L. Berry, dan Valarie A. Zeithaml, More on Improving Service Quality Measurement, *Journal of Retailing*, 69, no. 1 (1993).

Choirul Humam dan Adin Suryadin, Membentuk Loyalitas Nasabah melalui Penerapan Nilai-Nilai Islam pada KSPPS Ya Ummi Maziyyah Assa'adah, *Qulubana: Jurnal Manajemen Dakwah* 1, no. 1 (2020).

Dina Fitriati, Suyut Arif, dan Sharifah Gustiawati, Pengaruh Kualitas Pelayanan Koperasi Syaria'h terhadap Loyalitas Anggota (Studi Kasus Koperasi Baytul Ikhtiar Kota Bogor), *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 6, no. 2 (2015).

Dwi Harmoyo dan M. Arif Kurniawan, Supervision of Sharia Cooperatives Based on Financial Statements, *Nusantara Islamic Economic Journal* 1, no. 1 (2022).

Erma Novijanti, Musa Hubeis, dan Fransiska R. Zakaria, Strategi Pengembangan Loyalitas Anggota Koperasi Karyawan Danakita Syariah, *Manajemen IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah* 15, no. 2 (2022).

Farid Hidayat, Alternative Sistem Pengawasan pada Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) dalam Mewujudkan Syariah

Compliance, *Jurnal Mahkamah: Kajian Ilmu Hukum dan Hukum Islam*, 1, no. 2 (2016).

Fitri Ayu Lestari Niu dan Ulfa Maqfiroh, The Effect of Service and Product Quality on the Decision to Become a Member of BMT UGT Sidogiri Capem Waru, *Tasharruf: Journal Economics and Business of Islam*7, no. 1 (2022).

Fretty Welta, Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah pada Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Surya Barokah, *I-Economics: A Research Journal on Islamic Economics* 3, no. 2 (2018).

I Gede Ariyana Mahayasa dan N. M. PutriMartayanti, Analysis of The Influence of Member's Commitment and Satisfaction on Loyalty of Cooperative Members, *Warmadewa Management and Business Journal (WMBJ)*2, no. 1 (2020).

Ibna Rusan Azzaida dan Leis Suzanawaty, Pengaruh Sharia Marketing dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pengguna Tabungan Syariah di Bmt Huwaiza Depok), *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*8, no. 3 (2022).

Intan Nurrachmi dan Setiawan, Peran Koperasi Syariah Sebagai Pusat Kegiatan Muamalah Jamaah Masjid (Studi Kasus Koperasi Syariah Baitul Mu'min Komplek Pasir Jati, Desa Jati Endah Kecamatan Cilengkrang Kabupaten Bandung), *Jurnal Ilmiah Mizani: Wacana Hukum, Ekonomi dan Keagamaan*7, no. 1, (2020).

Lucky Enggrani Fitri, Ridhwan, dan Okhi Fajar Hardiasyah, An Analysis of the Effect of Service Quality on Satisfaction and Loyalty with Islamic Economic Approach (Study BMT Members in Puskopsyah Jambi), *Al-Masraf (Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan)*4, no. 2 (2018).

Mochamad Syafii dan Lailatus Shobiha, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah pada Koperasi Bina Syariah Ummah Wadeng Sidayu Gresik, *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Kreatif*3, no. 2 (2018).

Mohammed Salim dan Mohammad Omar Farooq, Elimination of Poverty by Islamic Value Based Cooperative Model, *Journal of Islamic Accounting and Business Research*11, no.5 (2020).

Muhammad Muhaddib Qomarsyah, Mahyarni, dan Mahendra Romus, Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening pada Koperasi Syariah BMT Al-Ittihad Pekanbaru, *Jurnal Bisnis Kompetitif*2, no.1 (2023).

Naomi Renthia Uli Silaban, Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan di Koperasi Simpan Pinjam Renthia Jaya Purwakarta, *Jurnal Administrasi Bisnis*, 11, no. 1 (2015).

Nur Haida dan NFN Kurnia, Pengaruh Pelayanan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Anggota Pembiayaan di BMT Al-Falah Sumber Cirebon, *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari'ah*, 9, no. 2 (2017).

Nur Rianto Alarif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2012.

Nurul Fikriah dan Darwin Hartono, Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Koperasi terhadap Loyalitas Anggota Koperasi Karyawan Al-Hidayah Perguruan Diponegoro Unit Rawamangun, *Utility: Jurnal Ilmiah Pendidikan dan Ekonomi*, 7, no. 1 (2023).

Peter Gomber, Robert J Kauffman, Chris Parker dan Bruce W. Weber, On the Fintech Revolution: Interpreting the Forces of Innovation, Disruption, and Transformation in Financial Services, *Journal of Management Information Systems*, 35, no. 1 (2018).

Retno Nur Khasanah dan Amin Sadiqin, Loyalitas Anggota Koperasi Ditinjau dari Faktor Pelayanan dan Kohesivitas, *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan*, 1, no. 7 (2022).

Romadhona Adityatama dan Rohwiyati, Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Anggota Koperasi Pondok Pesantren Baitul Muamalat Al Hikmah Kecamatan Ngawen Kabupaten Blora dengan Kepuasan Sebagai Pemoderasi, *Smooting*, 19, no. 4 (2021).

Siti Maghfiroh dan Rusdarti, Pengaruh Kepuasan, Antusiasme, dan Switching Barrier terhadap Loyalitas Anggota pada Koperasi Serba Usaha, *Economic Education Analysis Journal*, 5, no. 1 (2016).

Siti Rohmat dan Saepul Bahri, Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Anggota BMT Mardhatillah Berkah Cabang Purwakarta", *Eksisbank: Ekonomi Syariah dan Bisnis Perbankan*, 2, no. 2 (2018).

Sofian, Koperasi Syariah Sebagai Solusi Keuangan Masyarakat: antara Religiusitas, Trend, dan Kemudahan Layanan, *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*, (2018).

Taufiq Risal, Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening pada BMT Kampoeng Syariah, *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1, no. 1 (2019).

Teti Safari dan Anis Turmudhi, Influence of Service Quality in Front of Member Loyalty to BMT Bif Jeroni, Bugisan, Yogyakarta, *Journal of Economics and Public Health*, 1, no. 1 (2022).

Umini dan Puji Lestari, The Effect of ABS Mobile Service Quality on the Loyalty of Members of KSPPS Artha Bahana Pati, *Nusantara Islamic Economic Journal*, 1, no. 1 (2022).

Wardah Yuspin, Anindhita Nurfaatin Sukirman, Arief Budiono, Jompon Pitaksantayothin dan Ata Fauzie, Legal Reconstruction of Indonesian Banking Laws: Challenges and Opportunities for Digital Bank Regulation *Varia Justicia*, 19, no. 2 (2023).

Werta Aprianti, Lucky Enggrani Fitri dan Paulina Lubis, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Customer Perceived Value (CPV) terhadap Loyalitas Anggota KSPPS Puskopsyah Kota Jambi dengan Pendekatan Ekonomi Islam, *Najaha Iqtishod: Journal of Islamic Economic and Finance*, 1, no. 1 (2020).

Winda Safittri dan Muhammad Haris Riyaldi, The Effect of Service Quality and Sharia Governance on Loyalty Through Member's Satisfaction in Sharia Cooperatives, *2022 International Conference on Sustainable Islamic Business and Finance (SIBF)*, (2022).

Yulia Astuti, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Penerapan Prinsip-Prinsip Syariah dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah BMT UGT Sidogiri Cabang Wongsorejo Kabupaten Banyuwangi, *Jurnal Kreativitas Mahasiswa*1, no. 1 (2029).

Yulian Adi Wijaya dan Sudarmi, Efektifitas Syariah Marketing dan Kualitas Pelayanan Sebagai Upaya Meningkatkan Loyalitas Anggota BMT-UGT Nusantara Cabang Pembantu Pare-Kediri, *Eksya: Jurnal Ilmiah Ekonomi Syariah*, 1, no.1 (2021).

Yusman Yacob, Jati Kusuma Ali, Crhistopher John Baptist, Hamizah Mohd Nadzir, dan Mohd Hawardi Morshidi, How far Members' Satisfaction Mediated Members' Loyalty? Investigating Credit Cooperative in Sarawak Borneo, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, (2016).

Zaulkifli Rusby, Zulfadli Hamzah dan Hamzah, Analisa Permasalahan Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Melalui Pendekatan Analytical Network Process (ANP), *Al-Hikmah: Jurnal Agama dan Ilmu Pengetahuan*13, no. 1 (2016).