INDEX KEPUASAN PELANGGAN PADA ANGGOTA KSPPS MUAMALAH BERKAH SEJAHTERA PERSPEKTIF *MAQASHID AL-SYARI'AH*

SKRIPSI

Oleh:

AFIYATUL MAHFUDLOH FAIZ

G94216147

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

PRODI EKONOMI SYARIAH

2020

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Afiyatul Mahfudloh faiz

NIM : G94216147

Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Index Kepuasan Pelanggan Pada Anggota KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Perspektif *Maqashid Al-Syari'ah.*

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 08 September 2020

Saya menyatakan

Afiyatul Mahfudloh Faiz
NIM. G94216147

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Proposal skripsi ditulis oleh Afiyatul Mahfudloh Faiz NIM. G94216147 ini telah diperiksa dan disetujui oleh pembimbing untuk dimunaqosahkan.

Surabaya, 08 September 2020

Pembimbing

Dr. Mustofa, S.Ag, M.E.I
NIP. 197710302008011007

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Afiyatul Mahfudloh Faiz NIM. G94216147 ini telah dipertahankan di depan sidang Majelis Munaqasah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada hari Rabu, tanggal 27 Mei 2020, dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu (S1) dalam program studi Ekonomi Syariah.

Majelis Munaqasah Skripsi :

Penguji I,

Dr. Mustofa S.Ag. M.E.I
NIP. 197710302008011007

Penguji II,

Achmad Room Fitrianto, S.E, M.E.I
NIP.197706272003121002

Penguji III,

Sri Wigati M.E.I.
NIP. 197302212009122001

Penguji IV,

Helmina Ardyanfitri, S.M.,M.M
NIP.199407282019032025

Surabaya, 10 September 2020
Menegaskan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Dekan,

Dr. H. Ali. Ali Arifin, MM
NIP. 196212141993031002

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN
Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : AFIYATUL MAHFUDLOH FAIZ
NIM : G94216147
Fakultas/Jurusan : FEBI/EKONOMI SYARI'AH
E-mail address : afiyatul4@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
☑ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :
"INDEX KEPUASAN PELANGGAN PADA ANGGOTA KSPPS MUAMALAH BERKAH SEJAHTERA PERSPEKTIF *MAQASHID AL-SYARI'AH.*"

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara ***fulltext*** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 10 September 2020

Penulis

(Afiyatul Mahfudloh Faiz)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul "**Index Kepuasan Pelanggan Pada Anggota KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Perspektif *Maqashid Al-Syari'ah*"** merupakan penelitian kuantitatif deskriptif yang bertujuan untuk menjawab pertanyaan tentang berapa besar index kepuasan pelanggan pada kualitas pelayanan di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera? Bagaimanakah kepuasan pelanggan pada Anggota KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera dalam perspektif *Maqashid al-Syari'ah*?

Peneliti menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 60 orang responden dengan menggunakan *simple random sampling.* Pengumpulan data diperoleh menggunakan metode koesioner dan teknik kepustakaan. Narasumber dari penelitian ini adalah anggota KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera. Sedangkan untuk menguji instrumen menggunakan uji validitas, uji reabilitas dan uji Customer Satisfaction Index (CSI).

Hasil penelitian ini dengan analisis menggunakan metode CSI (*Customer Satisfaction Index*) menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan sebesar dari perspektif maqasid syariah 87,27678538% yang berarti nilai tersebut berada pada kategori sangat puas. Tingkat kepuasan anggota KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera jika dilihat dari tiap-tiap prinsip maqasid syariah mendapatkan hasil sangat puas, dengan nilai hasil perhitungan CSI pada tingkat presentase kisaran 80-100 %. Dari kelima prinsip maqasid syariah yang paling tinggi nilainya adalah *hifdzu din* dengan nilai CSI sebesar 90,2935%.

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka penulis memberikan saran-saran sebagai berikut: (1) Tetap mempertahankan atribut-atribut yang dianggap sudah sangat memuaskan anggota sehingga KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera akan lebih fokus untuk meningkatkan atribut-atribut yang dianggap kurang. (2) Pelaksanaan upaya perbaikan harus dipantau dan dievaluasi agar kepuasan pelanggan bener-benar terpenuhi.

Kata Kunci : Kepuasan Pelanggan, CSI (*Customer Satisfaction Index*), *Maqashid al-Syari'ah.*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN i
PERSETUJUAN PEMBIMBING ii
LEMBAR PENGESAHAN iii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI iv
ABSTRAK v
KATA PENGANTAR vi
DAFTAR ISI viii
DAFTAR GAMBAR xi
DAFTAR TABEL xii
DAFTAR TRANSLITASI i
BAB I 1
PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 9
C. Tujuan Penelitian 9
D. Kegunaan Penelitian 9
BAB II 10
KAJIAN PUSTAKA 10
A. Landasan Teori 10
1. Kepuasan 10
2. Kualitas Produk 13
3. Kualitas Pelayanan 17
4. Emosional 20
5. Harga 22
6. Biaya 25
7. Maqashid Syari'ah 26
B. Penelitian Terdahulu 28
C. Kerangka Konseptual 33
BAB III 35
METODE PENELITIAN 35

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

A. Jenis Penelitian 35
B. Waktu dan Tempat Penelitian 35
C. Populasi dan Sampel Penelitian 35
a. Populasi 35
b. Sampel 35
D. Variabel Penelitian 37
E. Definisi Operasional 37
F. Uji Validitas dan Reabilitas 38
a. Uji Validitas 38
b. Uji Reabilitas 38
G. Data dan Sumber Data 38
a. Data Primer 39
b. Data Sekunder 39
H. Teknik Pengumpulan Data 39
a. Koesioner (angket tertutup) 39
b. Teknik Kepustakaan 40
I. Teknik Analisis Data 40
Metode Customer Satisfaction Index (CSI) 40
BAB IV 44
HASIL PENELITIAN 44
A. Deskripsi Umum Objek Penelitian 44
1. Lokasi penelitian 44
2. Karakteristik Responden 44
B. Analisis data 49
1. Uji validitas 49
2. Uji Reabilitas 52
3. Metode CSI (Customer Satisfaction Index) 53
BAB V 87
PEMBAHASAN 87
BAB VI 99
PENUTUP 99
A. Kesimpulan 99
B. Saran 99

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR PUSTAKA 104
LAMPIRAN 106

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Figure 1. Gambar kerangka konseptual : 33
Figure 2. responden berdasarkan jenis kelamin..... 45
Figure 3. Responden Berdasarkan Usia..... 46
Figure 4. Responden Berdasarkan Pekerjaan 47
Figure 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Anggota 49
Figure 6. hasil uji reabilitas (Tingkat kepentingan)..... 52
Figure 7. hasil uji reabilitas (Tingkat kinerja) 52

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR TABEL

Table 1. data koperasi 5 tahun terahir 2
Table 2. penelitian terdahulu 28
Table 3. Definisi Operasional 37
Table 4. Skala likert 40
Table 5. Nilai custumer satisfaction index (CSI) 43
Table 6. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin 45
Table 7. Karakteristik responden berdasarkan usia 46
Table 8. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan 47
Table 9. Karakteristik responden berdasarkan lama menjadi anggota 48
Table 10. hasil uji validitas Tingkat kepentingan 50
Table 11. hasil uji validitas (Tingkat kinerja) 51
Table 12. hasil uji reabilitas 53
Table 13. MIS dan MSS dalam Menjaga agama (hifdzu-din) 55
Table 14. WF dalam Menjaga agama (hifdzu-din) 56
Table 15. WS dalam Menjaga agama (hifdzu-din) 56
Table 16. MIS dan MSS dalam Menjaga jiwa (hifdzu-nafs) 59
Table 17. WF dalam Menjaga jiwa (hifdzu-nafs) 60
Table 18. WS dalam Menjaga jiwa (hifdzu-nafs) 61
Table 19. MIS dan MSS Menjaga pikiran (hifdzu al-‘aql) 63
Table 20. WF Menjaga pikiran (hifdzu al-‘aql) 65
Table 21. WS Menjaga pikiran (hifdzu al-‘aql) 66
Table 22. MIS dan MSS dalam Menjaga keturunan (hifdzu-nasl) 68
Table 23. WF dalam Menjaga keturunan (hifdzu-nasl) 69
Table 24. WS dalam Menjaga keturunan (hifdzu-nasl) 70
Table 25. MIS dan MSS dalam Menjaga harta (hifdzu-mal) 72
Table 26. WF dalam Menjaga harta (hifdzu-mal) 74
Table 27. WS dalam Menjaga harta (hifdzu-mal) 75
Table 28. *Mean Importance Score* (MIS) dan (*Mean Satisfaction Score*) MSS 78
Table 29. hasil perhitungan Weighted Total (WF) 80
Table 30. hasil perhitungan Weight Score (WS) 83

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Koperasi merupakan suatu organisasi ekonomi rakyat yang berwatak sosial, atau suatu bentuk organisasi ekonomi rakyat yang keanggotaanya pada umumnya terdiri dari golongan yang berpendapatan rendah, yang mereka dirikan dengan tujuan agar dapat bekerja sama dengan meningkatkan kesejahteraan mereka[1]. Berbagai jenis koperasi lahir seirama dengan aneka jenis koperasi usaha untuk memperbaiki kehidupan rakyat. Secara garis besar jenis koperasi yang ada dapat kita bagi menjadi 5 yaitu : koperasi konsumsi, koperasi kredit (koperasi simpan pinjam), koperasi produksi, koperasi jasa dan koperasi serba usaha[2].

Menurut Undang-undang No. 25 tahun 1992 Pasal 4 dijelaskan bahwa koperasi memiliki fungsi dan peranan antara lain yaitu mengembangkan potensi dan kemampuan ekonomi anggota dan masyarakat, berupaya mempertinggi kualitas kehidupan manusia, memperkokoh perekonomian rakyat, mengembangkan perekonomian nasional, serta mengembangkan kreativitas dan jiwa berorganisasi bagi pelajar bangsa.[3] Fungsi koperasi untuk membantu perekonomian masyarakat sehingga tercapainya perekonomian masyarakat yang kokoh bersifat positif. Adapun ayat Al-Qur'an yang mengambarkan adalah:

وَتَعَاوَنُوْاعَلَى الْبِرِّوَالتَّقْوَى وَلَاتَعَاوَنُوْاعَلَى الإِثْمِ وَالعُدْوَانِ

[1] Ninik Widiyanti, *Manajemen koperasi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1991), 193.
[2] Suratntya Rahardja Hadhikusuma, *Hukum Koperasi Indonesia*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2001), 39.
[3] Dion Yanuarmawan dan Yohan Bakhtian, "Peningkatan Pemahaman Product Knowledge Syariah Pada Koperasi Serba Usaha "Surya Abadi" Kabupaten Kediri", *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat Indeks*, Vol. 3, No. 1, Tahun 2018, 19.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Artinya : Tolong menolonglah kamu dalam mengerjakan kebaikan dan jangan tolong menolong dalam berbuat dosa. (Q.S Al-Maidah:2).

Dalam perekonomian, masyarakat membutuhkan suatu lembaga keuangan yang dapat memberikan uang pinjaman kepada mereka. Dengan uang pinjaman tersebut masyarakat dapat melakukan aktivitas ekonomi untuk meningkatkan taraf hidupnya. Apabila dalam suatu masyarakat tidak ada lembaga keuangan , maka mereka yang membutuhkan uang pinjaman akan menjual barang-barang miliknya atau meminjam uang kepada pelepas uang yang sering membebani bunga yang tidak wajar. Salah satu bentuk uang pinjaman yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat adalah simpan pinjam yang dilaksanakan oleh lembaga keuangan koperasi.

Adapun data koperasi 5 tahun terahir yang didapatkan antara lain:

Table 1. data koperasi 5 tahun terahir

Tahun	Jumlah koperasi	Jumlah anggota
2018	126.343	20.049.995
2017	152.174	18.228.682
2016	151.170	11.842.415
2015	150.223	37.783.160
2014	147.249	16.443.953

Data diolah dari http://www.kemenkopukm.go.id/data-koperasi

Dari data lima tahun terahir tersebut, secara kuantitif koperasi mengalami kenaikan dan juga penurunan jumlah koperasi yang aktif, dan juga jumlah anggota koperasi, pada tahun 2015 mengalami kenaikan jumlah koperasi yang aktif dari 147.249 menjadi 150.223 dengan jumlah anggota koperasi pada tahun 2014 (36.443.953) menjadi (37.783.160) pada tahun 2015. Kemudian pada tahun 2016 juga mengalami peningkatan koperasi yang aktif menjadi 151.170 dengan jumlah anggota yang menurun menjadi 11.842.415. dan pada tahun 2017 koperasi juga mengalami peningkatan koperasi yang aktif menjadi 152.174 dengan jumlah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

anggota yang mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya menjadi 18.228.682, sedangkan pada tahun 2018 koperasi aktif mengalami penurunan yang cukup drastis menjadi 126.343 dengan jumlah anggota yang meningkat 20.049.995.

Pada tahun 2018 jumlah koperasi mengalami penurunan sedangkan jumlah anggota mengalami kenaikan, hal tersebut dikarenakan reorientasi pada kualitas koperasi bukan kuantitas atau jumlah. Reorientasi dilakukan salah satunya melalui pendataan dan penataan jumlah koperasi yang benar-benar mau berkembang. Koperasi didorong meningkatkan jumlah anggotanya, Menurut Philip Kotler kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapannya, jika anggota tersebut memiliki perasaan senang terhadap kinerja yang diberikan koperasi maka anggota tersebut akan memberikan komentar positif tentang koperasi tersebut dan akan membagikan pengalaman mereka kepada kerabat" anggota untuk bergabung dengan koperasi tersebut, hal tersebut yang akan meningkatkan jumlah anggota apabila koperasi mengedepankan kepuasan anggotanya.

Naik turunya anggota koperasi tiap tahun diduga karena kepuasan anggota yang naik turun pula. Menurut engel, Blackwell dan miniard untuk mempertahankan kepuasan konsumen (anggota koperasi) adalah 1.membangun harapan yang realistis, 2. memastikan kualitas produk dan jasa memenuhi harapan, 3. memberikan garansi yang realistis, 4. memberikan informasi tentang pemakaian produk, 5. mengukuhkan loyalitas pelanggan, 6. Menanggapi keluhan secara serius dan bertindak dengan penuh tanggung jawab. Maka untuk mempertahakan anggota koperasi haruslah mengetahui apa yang diharapkan anggotanya, agar kepuasan anggota tercapai.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Penurunan anggota juga dibarengi dengan tumbuhnya lembaga-lembaga yang sejenis, sehingga menimbulkan koperasi semakin tersingkirkan. Lembaga-lembaga tersebut berlomba-lomba menawarkan berbagai macam kemudahan serta layanan yang baik guna mendapatkan hati masyarakat.

Untuk itu Koperasi perlu memperhatikan kepuasan pelanggan guna kelangsungan hidup perusahaan. Seperti yang dilakukan Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) Muamalah Berkah Sejahtera yang bertempat di Kecamatan Gayungan yang mengupayakan agar selalu dapat memuaskan para anggotanya. KSPPS Muamalah Berkah sejahtera ini mampu bertahan hingga saat ini ditengah banyaknya lembaga keuangan yang bermunculan dimasyarakat. KSPPS Muamalah Berkah sejahtera yang memiliki jumlah anggota yang banyak, koperasi ini didirikan dengan tujuan menghindarkan masyarakat disekitar koperasi terhadap riba, rentenir dan membantu perekonomian masyarakat disekitar koperasi.

Sebagai salah satu lembaga dibidang jasa, KSPPS Muamalah Berkah sejahtera memerlukan strategi dalam jangka waktu panjang dan manfaat yang bertahan lama demi masa depan koperasi yang maju yaitu dengan memenuhi harapan anggota sehingga tercapai kepuasan anggota. Kepuasan pelanggan merupakan strategi dalam waktu jangka lama, karena dibutuhkan waktu yang cukup lama sebelum bisa membangun dan mendapatkan reputasi atas pelayanan prima, dan kerapkali juga dituntut investasi besar pada serangkaian aktivitas yang ditunjukan untuk membahagiakan pelangganya saat ini dan masa depan.[4] Kepuasan pelanggan ini tidak mendatangkan laba dalam jangka pendek, namun hasilnya dapat dituai dalam

[4] Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan dan Penelitian*, (Yogyakarta: penerbit ANDI, 2014), 358.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

waktu jangka panjang dengan manfaat yang bertahan lama. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu kunci kesuksesan suatu bisnis, terutama bisnis dibidang jasa. Namun masih banyak yang melupakan akan hal tersebut baik disengaja maupun tidak disengaja. Banyak kegagalan bisnis terjadi karena pelanggan yang merasa kecewa karena tidak sesuai dengan harapan mereka, sehingga para pelanggan yang merasa kecewa tersebut beralih ke alternative lain.

Perusahaan yang mampu mempertahankan kepuasan pelanggan maka perusahaan tersebutlah yang berhasil dalam persaingan perdagangan. Hal tersebut sesuai dengan pengertian kepuasan pelanggan menurut tse dan wilton yaitu kepuasan pelanggan merupakan respons pelanggan terhadap evaluasi persepsi atas pembedaan antara harapan awal sebelum pembelian atau standart kerja lainnya dan kinerja aktual produk sebagaimana dipersepsikan setelah memakai atau mengkonsumsi produk bersangkutan.

Memuaskan kebutuhan pelanggan adalah keinginan setiap perusahaan. Selain menjadi faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan[5]. Kepuasan pelanggan dapat dilihat dari berbagai sudut. kepuasan pelanggan berkontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatnya reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan, dan meningkatnya efisiensi dan produktivitas karyawan[6].

Menurut Lupiyoadi ada lima faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan pelanggan yaitu[7]:

---

[5] Z. Yamit, Riset pemasaran dan perilaku konsumen (pertama), (Jakarta: PT. Gramedia pustaka Utama), 19.
[6] Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan dan Penelitian* …., 323.
[7] Rambat Lupyoadi, *Manajemen pemasaran jasa teori dan praktek*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), 32.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Kualitas produk, Pelanggan akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas pelayanan, Pelanggan akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan.
3. Emosional, Pelanggan akan merasa bangga dan mendapat keyakinan bahwa orang lain akan kagum bila seseorang menggunakan produk yang bermerek dan cenderung mempunyai kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial yang membuat pelanggan menjadi puas dengan merek tertentu.
4. Harga, Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.
5. Biaya, Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Perusahaaan yang gagal memuaskan pelanggannya akan menghadapi masalah yang lebih pelik lagi dikarenakan dampak *negatif word-of-mounth*. Hal tersebut seiring dengan pernyataan supranto bahwa pelanggan memang harus dipuaskan , sebab kalau mereka tidak puas akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pesaing, ini akan menyebabkan penurunan penjualan dan pada gilirannya akan menurunkan laba dan bahkan kerugian. Pelanggan yang kurang puas tersebut akan mempengaruhi sikap, penilaian negative rekan atau keluarganya terhadap barang atau jasa perusahaan sehingga akan merugikan perusahaan. Apalagi dampak negative *word-of-mounth* tersebut lebih cepat menular ketimbang dampak positif

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

word-of-mounth. Hal tersebut dikarenakan ada kecenderungan bahwa pelanggan yang kurang puas tersebut lebih besar kemungkinan menceritakan pengalaman buruknya ketimbang pelanggan yang puas menceritakan pengalaman positifnya[8]. Kepuasan anggota terpenuhi akan mengakibatkan secara tidak langsung anggota tersebut akan merekomendasikan terhadap orang lain koperasi tersebut tanpa ada paksaan dari pihak koperasi dan akan memberikan dampak yang positif bagi koperasi, antara lain menambah anggota baru koperasi, untuk anggota lama akan timbul kenyamanan terhadap koperasi tersebut.

Masih banyak keluhan yang dirasakan anggota pada KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera, hal tersebut dikarenakan harapan tidak sesuai dengan apa yang diinginkan anggota. Pada anggota KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera selama ini belum pernah dilakukan pengujian terhadap kepuasan pelanggan. Oleh sebab itu KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera ini belum mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan.

Untuk mengetahui tingkat kepuasan anggota maka digunakan metode *Cotumer Satisfaction Index* dengan konsep *Maqashid al-Syari'ah. Satisfaction Index dengan konsep Maqashid al-Syari'ah.* Penggunaan konsep *Maqashid al-Syari'ah* disini akan memberikan pola pikir yang rasional dan subtansial dalam memandang pelayanan yang diberikan kepada anggota koperasi. Dengan pendekatan *Maqashid al-Syari'ah* ini koperasi akan berkembang dengan baik dan dapat merespon kemajuan bisnis yang berubah dengan cepat. Salah satu penelitian yang menggunakan *Cotumer Satisfaction Index* adalah penelitian yang dilakukan Nurnazli dalam penelitian Penerapan Kaidah *Maqashid Syariah* dalam Produk Perbankan Syariah

[8] Fandy tjiptono, *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan dan Penelitian…,* 353.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan mendapatkan hasil *Maqashid Syariah* dan maslahat memiliki peran yang sangat urgent untuk digunakan sebagai pisau analisis dalam menjawab persoalan-persoalan yang berhubungan dengan ekonomi dan bisnis syari'ah yang semakin berkembang.

KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera ini harus memperhatikan beberapa indikator dari kualitas pelayanan, kualitas produk, emosional, harga dan biaya dengan menggunakan konsep lima prinsip *Maqashid al-Syari'ah*, yaitu: Menjaga agama *(hifdzu-din)*, Menjaga jiwa *(hifdzu-nafs*), Menjaga pikiran (*hifdzu al-'aql*), Menjaga keturunan *(hifdzu-nasl)*, dan menjaga harta *(hifdzu-mal)* untuk mendapatkan index kepuasan anggota dengan konsep *Maqashid al-Syari'ah*. Ada beberapa indikator yang perlu dipertahankan, ada indikator yang harus ditingkatkan dan juga ada indikator yang menjadi prioritas sehingga harus diperhatikan oleh KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera ini guna kemajuan dimasa yang akan datang.

Oleh sebab itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan anggota KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera dan merumuskan indikator (kualitas pelayanan, kualitas produk, emosional, harga dan biaya) dari perspektif *Maqashid al-Syari'ah* yang akan diperbaiki dan dipertahankan. Peneliti terdorong untuk meneliti apakah strategi yang dilakukan KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera saat ini dapat memuaskan anggotanya dari segi kualitas pelayanan, kualitas produk, emosional, harga dan biaya pada perspektif *Maqashid al-Syari'ah*.

Penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan kepuasan anggota dimasa yang akan datang dan demi kelangsungan hidup KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera agar lebih baik dari saat ini. Oleh sebab itu maka peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul **"Index Kepuasan Pelanggan Pada Anggota KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera Perspektif *Maqashid al-Syari'ah*".**

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Rumusan Masalah

1. Berapa besar index kepuasan pelanggan pada kualitas pelayanan di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera?
2. Bagaimanakah kepuasan pelanggan pada Anggota KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera dalam perspektif *Maqashid al-Syari'ah*?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengukur besar index kepuasan pelanggan pada kualitas pelayanan di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera terkait kualitas pelayanan.
2. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan pada Anggota KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera dalam perspektif *Maqashid al-Syari'ah.*

D. Kegunaan Penelitian

a. Aspek teoritis

Diharapkan penelitian ini berguna sebagai bahan referensi peneliti selanjutnya dan juga bisa menjadi kajian guna menambah wawasan yang berhubungan dengan index kepuasan pelanggan dalam perspektif *Maqashid al-Syari'ah*.

b. Aspek praktis

Bagi KSPPS Muamalah Berkah sejahtera diharapkan penelitian ini bisa menjadi masukan atau evaluasi terkait dengan kepuasan pelanggan pada anggota KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera dalam perspektif *Maqashid al-Syari'ah* untuk menjadikan KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera menjadi lebih baik lagi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Kepuasan

a. Pengertian kepuasan

Kata kepuasan atau *satisfaction* berasal dari bahasa latih "satos" (artinya cukup baik, memadai) dan "*facio"* (melakukan atau membuat). Secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai 'upaya pemenuhan sesuatu' atau 'membuat sesuatu memadai'. Namun ditinjau dari perspektif konsumen, istilah 'kepuasan pelanggan' lantas menjadi sesuatu yang komplek. Bahkan hingga saat ini belum dicapai kesepakatan atau konsensus mengenai konsep kepuasan pelanggan; apakah kepuasan merupakan respon emosional ataukah evaluasi kognitif'[9].

Dalam buku teks standar Marketing Manajemen yang ditulis Kotler dan Keller banyak dijadikan acuan, sang mahaguru pemasaran menandaskan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya[10]. Untuk mencapai kepuasan pelanggan perusahaan harus mengetahui apa yang diharapkan pelanggan dan memberikan kepada pelanggan sesuai dengan harapan mereka.

Menurut Lupiyoadi ada lima faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan pelanggan yaitu[11]:

---

[9] Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan dan Penelitian….,* 353.
[10] Ibid, 354.
[11] Rambat Lupyoadi, *Manajemen pemasaran jasa teori dan praktek*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), 32.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Kualitas produk, Pelanggan akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas pelayanan, Pelanggan akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan.
3. Emosional, Pelanggan akan merasa bangga dan mendapat keyakinan bahwa orang lain akan kagum bila seseorang menggunakan produk yang bermerek dan cenderung mempunyai kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial yang membuat pelanggan menjadi puas dengan merek tertentu.
4. Harga, Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.
5. Biaya, Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

b. Pengukuran kepuasan

Cara mengukur kepuasan pelanggan terdapat kesamaan paling tidak dalam enam konsep inti mengenai objek pengukuran[12]:

1) Kepuasan pelanggan keseluruhan (*Overall Costumer Satisfaction)*

   Cara yang paling sederhana untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah langsung menanyakan kepada pelanggan seberapa puas mereka dengan produk atau jasa spesifik tertentu.

[12]Rambat Lupyoadi, *Manajemen pemasaran jasa teori dan praktek…*, 368-369.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) Dimensi kepuasan pelanggan

Pelanggan menilai dari produk atau jasa perusahaan berdasarkan item-item seperti kecepatan layanan, fasilitas layanan atau keramahan staf layanan pelanggan.

3) Konfirmasi harapan *(Confirmation of Expectations)*

Menunjukkan kesesuaian produk atau jasa yang ditawarkan dengan pengharapan pelanggan sebagaimana dipersepsikan oleh pelanggan.

4) Niat beli ulang (*Repurchace Intention)*

Pengalaman yang dirasakan terhadap pelayanan yang diberikan serta minat untuk berbelanja menggunakan jasa bank kembali.

5) Kesediaan untuk merekomendasi (*Willingness to Recommend*)

Menunjukkan kesediaan pelanggan untuk mempromosikan atau merekomendasikan produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindak lanjuti.

6) Ketidakpuasan pelanggan (*Custumer Dissatisfaction*)

Menunjukkan hubungan selama menjalin dengan perusahaan, antara puas atau tidak puas terhadap perusahaan tersebut.Beberapa macam aspek yang sering ditelaah guna mengetahui ketidakpuasan pelanggan, meliputi : (a) *complain*; (b) retur atau pengembalian; (c) biaya garansi; (d) *product recall* (penarikan kembali produk dari pasar); (e) gethok tular negatif; dan (f) *defections* (konsumen yang beralih ke pesaing).[13]

[13]Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan, dan Penelitian…,* 368-369

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Kualitas Produk

a. Pengertian Kualitas Produk

Produk adalah suatu kumpulan atribut fisik, psikis, jasa dan simbolik yang dibuat untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Sebuah produk terdiri atas atribut-atribut, baik yang berwujud (*tangible*) maupun tidak terwujud *(intangible*), termasuk kemasan, warna, harga, kualitas, dan merek ditambah jasa layanan dari penjual dan reputasi. Dengan demikian sebuah produk dapat berbentuk barang, tempat, orang atau gagasan. Yang termasuk dalam produk adalah jasa, peristiwa (*event),* orang, tempat, organisasi, gagasan (*idea)* atau campuran dari semua. Pada dasarnya konsumen tidak hanya membeli atribut ketika membeli produk. Mereka sebetulnya juga membeli kepuasan terhadap keinginannya dalam bentuk keuntungan (*benefit*) yang diharapkan akan diterima dari produk tersebut[14]. produk yang berkualitas merupakan produk yang mampu memberikan hasil yang melebihi harapan konsumen.

Menurut Kotler dan Keller pada Ahmad Safrizal kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan *durabilitas, reliabilitas,* ketepatan, kemudahan pengoprasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya[15]. Kualitas produk merupakan salah satu sarana positioning utama pasar.

Produk yang memiliki kualitas tinggi sangat diperlukan agar keinginan para konsumen dapat terpenuhi. Keinginan konsumen terpenuhi sesuai dengan

---

[14]Ari setyaningrum dkk, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Plus Tren Terkini Pemasaran Global, Pemasaran Jasa, Green Marketing, Entrepreneurial Marketing Dan E-Marketing,* (Yogyakarta :Andi, 2005), 87

[15]Achmad Safrizal Yafie, Suharyono dan Yusri Abdillah "Pengaruh kualitas produk dan kualitas jasa terhadap kepuasan pelanggan", *Jurnal Administrasi Bisnis,* Vol. 35 No. 2, 2016, 13.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

harapannya maka konsumen tersebut akan menerima produk bahkan kepuasan terhadap produk tersebut akan tercapai.

Peningkatan kualitas suatu produk merupakan hal yang sangat penting, dengan demikian produk tersebut semakin lama semakin baik kualitasnya. Apabila peningkatan kualitas produk dilaksanakan perusahaan maka perusahaan tersebut akan tetap memuaskan konsumen dan dapat menambah jumlah konsumen sehingga perusahaan tersebut semakin berkembang dan semakin baik dari sisi kualitas produk.

b. Karakteristik produk

Dalam lembaga keuangan, produk yang dihasilkan berbentuk jasa. Adapun karakteristik produk jasa, antara lain[16]:

1) Tidak berwujud *(intangibility)*. Jasa bersifat abstrak dan tidak berwujud. Jasa tidak berwujud karena tidak mempunyai fitur fisik yang dapat dilihat, didengar, dicium, diraba, atau disentuh sebelum dibeli. Perusahaan jasa pada dasarnya menawarkan pelanggan untuk membeli sebuah janji.
2) Heterogenitas/variablilitas *(heterogeneity/Variability)*. Jasa bersifat nonstandard dan sangat bervariasi. Perusahaan tidak dapat dengan mudah menstandarisasi jasa. Meskipun demikian, banyak perusahaan yang berusahan merubah hal ini. Kebanyakan rantai rumah makan cepat saji *(fast food)*, misalnya berjanji akan menerima pesanan dalam beberapa menit tertentu. Hotel-hotel juga sering kali menggunakan dekor kamar atau menu yang sama untuk semua rantai hotel mereka.

[16] Rambat Lupyoadi, *Manajemen pemasaran jasa teori dan praktek…*, 106

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3) Tidak dapat dipisahkan *(inteparability).* Jasa umumnya diproduksi dan dikonsumsi pada waktu yang bersamaan dengan partisipasi konsumen dalam prosesnya. Persepsi konsumen mengenai pemberi layanan jasa menjadi persepsinya mengenai jasa itu sendiri. Contoh jasa pencukuran rambut yang baik memberikan persepsi bahwa tukang cukurnya sangat baik, sedangkan pencukuran yang buruk memberikan persepsi sebaliknya.

4) Tidak tahan lama (*perishability).* Jasa tidak mungkin disimpan dalam bentuk persediaan/inventori. Para provider tidak dapat mempertahankan inventori jasa mereka. Pada puncak permintaan harga dapat naik hanya untuk jatuh lagi secara drastis jika permintaan berkurang. Contohnya hotel-hotel menaikkan tarif kamar pada saat liburan panjang, kemudian menurunkan kembali tingkat nominal setelah masa liburan berahir.

c. Dimensi Kualitas Produk

Menurut Mullins, Orville, Larreche, dan Boyd dalam Intan kamila apabila perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam pasar, perusahaan harus mengerti aspek dimensi apa saja yang digunakan oleh konsumen untuk membedakan produk yang dijual perusahaan tersebut dengan produk pesaing. Dimensi kualitas produk yaitu sebagai berikut[17]:

1) Kinerja (*performance*)

Berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk. Kararteristik yang pertama kali pelanggan mempertimbangkan sebelum membeli produk tersebut.

[17]Intan kamila, "Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah (studi kasus pada bank syariah mandiri cabang Jakarta Simprug)", (Skripsi--UIN Syarif hidayatullah, Jakarta, 2017) 25.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) Daya tahan (*durability*)

Merupakan umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya tahan produk. (masa jangka waktu pemakaian produk).

3) Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*)

Yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya cacat pada produk. (kesesuaian mutu produk yang diharapkan dengan apa yang diterima pelanggan)

4) Fitur (*features*)

Merupakan karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk, agar produk tersebut lebih berkembang dan lebih berfariasi.

5) Reliabilitas (*reliability*)

Merupakan probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.

6) Kemampuan pelayanan *(Service ability)*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Karateristik yang berkaitan dengan kecepatan, kompetensi kemudahan dan akurasi dalam memberikan layanan untuk perbaikan organisasi (kemudahan perbaikan saat dibutuhkan).

7) Estetika (*aestethic*)

Berhubungan dengan bagaimana penampilan produk bisa dilihat dari tampak, rasa, bau, dan bentuk dari produk. Pertimbangan pribadi dan respon dari diri sendiri.

8) Kesan kualitas (*perceived quality*)

Merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk didapat dari harga, merek, periklanan, reputasi, dan negara asal. (kualitas mutu yang dirasakan langsung oleh konsumen).

3. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono pada Jaka Atmaja kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang menemui atau melebihi harapan. Sehingga definisi kualitas layanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen[18]. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang mereka inginkan atau harapkan

[18] Jaka Atmaja, "Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas pada Bank BJB". *Jurnal ecodemica*, Vol. 2 No. 1, tahun 2018, 50.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan atribut-atribut perusahaan. Jika jasa atau layanan yang mereka terima sesuai dengan harapan mereka maka kualitas pelayanan pada perusahaan tersebut dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa atau layanan yang diterima konsumen melampaui harapan maka kualitas pelayanan pada perusahaan tersebut dipersepsikan sangat baik atau berkualitas. Namun sebaliknya, jika jasa atau layanan yang diterima konsumen lebih rendah dari apa yang diharapkan maka pelayanan pada perusahaan tersebut dipersepsikan buruk.

Menurut Lewis, Booms Tjiptono dan Candra pada Jaka Atmaja kualitas layanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan dengan ekspetasi pelanggan[19]. Layanan merupakan prilaku produsen kepada konsumen dalam rangka memenuhi harapan konsumen tersebut. Pada umumnya kualitas pelayanan yang baik menghasilkan kepuasan konsumen yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering.

Baik buruknya kualitas pelayanan pada perusahaan dibidang jasa tergantung pada kemampuan perusahaan tersebut dalam memenuhi harapan konsumennya secara konsisten. Dalam bisnis jasa, sikap dan pelayanan merupakan aspek yang sangat penting dalam menentukan kualitas jasa yang dihasilkan. apabila aspek tersebut dihilangkan atau bahkan dilupakan, maka dalam waktu yang tidak terlalu lama perusahaan tersebut akan kehilangan calon pelanggan bahkan bisa kehilangan pelanggannya.

Dari definisi-definisi tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan merupakan segala bentuk aktifitas perusahaan yang dilakukan oleh

[19]Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

perusahaan dalam memenuhi harapan konsumen. Layanan disini dapat diartikan sebagai jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramah-tamahan yang ditujukan melaui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan guna kepuasan konsumen.

b. Kualitas pelayanan menurut syariah

A. Othman dan L. Owen memperkenalkan enam dimensi untuk mengukur kualitas jasa pada lembaga keuangan dengan prinsip syariah, dengan menambahkan unsur "*compliance*" pada dimensi kualitas pelayanan. *Compiancewith Islamic Law* (kepatuhan terhadap hukum Islam). Lima dimensi kualitas pelayanan ditambah dengan compliance sebagai syarat produk lebih dikenal dengan CARTER[20].

Item dari dimensi *compliance* yangdiusulkan oleh Othman dan Owen yang kemudian disebut CARTER yaitu[21] :

1) Kepatuhan pada syariat Islam (*ShariaCompliance)*

Sharia compliance dalam bank syariah adalah kemampuan sebuah bank syariah dalam mematuhi prinsip syariah dalam kegiatan operasionalnya. Salah satu yang mencolok adalah tidak menggunakan sistem bunga. Selain itu, dalam tujuan komersilnya tidak mengenal peminjaman uang, tetapi kemitraan atau kerjasama (*mudharabah* dan *musyarakah*) dengan sistem bagi hasil.

[20] A. Othman, dan L. Owen "Adopting and Measuring Custumer Service Quality (SQ) in Islamic Banks: A Case study in Kuwait finance House*". International Journal of Islamic financial service,* Vol. 3 No. 1, tahun 2001, 53.

[21] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) Jaminan *(Assurance)*

Jaminan adalah "mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas dari bahaya, risiko, atau keragu-raguan".

3) Daya Tanggap *(Responsiveness)*

Daya tanggap adalah keinginan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan cepat dan tepat.

4) Wujud atau Bentuk *(Tangible)*

Bukti fisik dari jasa, dapat berupa fisik gedung, peralatan yang dipergunakan, karyawan, sarana komunikasi.

5) Empati *(Empathy)*

Empati adalah kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

6) Kehandalan *(Reliability)*

Kehandalan adalah "kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan".

4. Emosional

a. Pengertian Emosional

Menurut Goleman dalam Ni Luh Putu Nuraningsih membagi aspek kecerdasan emosional menjadi lima aspek dasar meliputi: kecerdasan diri, kemampuan mengetahui yang dirasakan, pengaturan diri, kemampuan mengatur emosinya sendiri sehingga berdampak positif pada pelaksanaan tugas. Motivasi, kemampuan menggunakan hasrat untuk menggerakkan dan menuntut diri menuju sasaran. Empati, kemampuan merasakan perasaan orang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

lain dan mempu memahami perspektif orang lain. keterampilan sosial, kemampuan untuk menanggapi emosi dengan baik ketika berhubungan dengan orang lain, mampu membaca situasi dan jaringan secara sosial secara cermat, dapat berinteraksi atau bekerja sama dengan lancar[22].

Emosional didasarkan pada perasaan atau sikap seseorang dalam bereaksi pada suatu kondisi. Emosional adalah suatu perasaan dan pikiran yang khas, suatu keadaan biologis, psikologis dan serangkaian kecenderungan untuk bertindak[23]. Pada anggota emosinalnya cenderung mengedepankan religious dan anggota tersebut akan sukarela menggunakan koperasi syariah. karena anggota tersebut memiliki kesadaran beragama dan pengetahuan yang cukup tertutama mengharapkan ridho dari Allah SWT.

b. Dimensi emosional

Dimensi emosional dibagi menjadi tiga faktor yaitu:

1) *Estetika*

Aspek *estetika* berkaitan dengan warna dan bentuk. Bentuk meliputi besar kecilnya produk, proporsi dan kesimetrisan.

2) *Self expressive value*

Aspek self expressive value adalah bentuk kepuasan yang terjadi karena lingkungan social dan sekitarnya. pada penelitian ini merupakan pada bisnis jasa sehingga dimensi yang diperlihatkan *Aspek self expressive value* atau

[22]Ni Luh Putu Nuraningsih dan Made Surya Putra, "Pengaruh kecerdasan emosional terhadap kepuasan kerja dan stress kerja pada the Seminyak Beach resort dan Spa". *E-jurnal Manajemen Unud* Vol.4 No.10, 2015, 2961.

[23]Nurfaedah, "Pengaruh Emotional Value Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Di PT. Karya Imtaq" (Tesis—UIN Gunung Jati, Bandung, 2016), 17.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dikarenan lingkungan sosial sehingga pelangga puas dikarenakan puas dengan merek tertentu.

3) *Brand personality*.

Aspek brand personality adalah berkaitan dengan karakter personal. pada penelitian ini *Aspek brand personality* yang diberikan karakter tiap produk yang diberikan.

5. Harga

a. Pengertian Harga

Harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya dalam Randy Gulla. Harga adalah sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa atau dapat juga dikatakan penentuan nilai suatu produk dibenak konsumen menurut Saladin dalam Randy Gulla [24].

Menurut kasmir, tujuan penentuan harga sebagai berikut[25]:

1) Untuk Bertahan Hidup

Artinya dalam kondisi tertentu, terutama dalam kondisi persaingan yang tinggi, bank dapat menentukan harga semurah mungkin dengan maksud produk atau jasa yang ditawarkan laku dipasaran.

2) Untuk Memaksimalkan Laba

Tujuan harga ini dengan mengharapkan penjualan yang meningkat sehingga laba dapat ditingkatkan.

3) Untuk Memperbesar *Marker Share*

[24]Randy Gulla Dkk, "Analisis Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Manado Grace Inn". *Jurnal EMBA*, Vol.3 No.1, tahun 2015, 1314.
[25]Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta :Kencana Prenada media grup, 2008), 137.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Penentuan harga ini dengan harga murah sehingga diharapkan jumlah nasabah meningkat dan diharapkan pula nasabah pesaing beralih ke produk yang ditawarkan.

4) Mutu Produk

Tujuan dalam hal mutu produk adalah untuk memberikan kesan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan memiliki kualitas yang tinggi dan biasanya harga ditentukan setinggi mungkin dan untuk bunga simpanan ditawarkan dengan suku bunga rendah.

5) Karena Pesaing

Dalam hal ini penentuan harga dengan melihat harga pesaing

Tujuannya adalah agar harga yang ditawarkan jangan melebihi harga pesaing artinya bunga simpanan diatas pesaing dan bunga pinjamandibawah pesaing.

Menurut Lewis, harga adalah jumlah uang yang bersedia dibayar oleh pembeli dan bersedia diterima oleh penjual. Adapun indikatornya adalah sebagai berikut[26]:

a) Kejangkauan harga
b) Kesesuaian harga dengan kualitas produk
c) Daya saing harga

b. Harga menurut Islam

Dalam Al-qur'an Allah Swt. berfirman "Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah (berjual-beli, utang-piutang, atau sewa-menyewa

[26]Masnia Mahardi Yanuar, Nurul Qomariah, Dan Budi Santosovol, "Dampak Kualitas Produk, Harga, Promosi DanKualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan PelangganOptik Marlin Cabang Jember". Vol.3 No. 1 Juni 2017, 70.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan sebagainya) tidak secara tunai maka hendaklah seorang menulis diantara kamu menuliskannya dengan benar. (QS. Al-Baqorah: 282). Berkenaan dengan ayat tersebut, Abuznaid berpendapat bahwa kebijakan harga dalam Islam harus meliputi[27]:

1) Tidak memberikan kesan palsu peda pelanggan atau memperoleh satu informasi harga.
2) Melarang mendapatkan sesuatu tanpa kerja keras (maisir) atau menerima keuntungan tanpa bekerja.
3) Mengubah harga harus diikuti perubahan kuantitas dan kualitas produk.
4) Menghindari tindakan menipu pelanggan dengan keuntungan.
5) Tidak diskriminasi harga pasa semua konsumen.
6) Dilarang propaganda palsu media sosial.
7) Memilih control harga untuk memenuhi kebutuhan pasar atau menghindari kelangkaan sumber daya alam.
8) Menimbun produk.

Pada sisi lain kebijakan penetapan harga yang etis menurut Islam adalah dilarangnya praktik riba, termasuk bunga. Allah telah melarang riba dan menghalalkan jual-beli (QS Al-baqarah : 275). Riba berarti penambahan jumlah nominal dari pokok. Menurut Maududi, kejahatan yang diakibatkan oleh praktik riba meliputi[28]:

a. Adanya Akumulasi kekayaan dari pihak yang miskin ke pihak yang kaya sehingga terjadi ketidaklancaran sirkulasi kekayaan masyarakat.

[27]Nur Asnawi dan Muhammad asnan Fanani, *Pemasaran syariah teori, filosofi dan isu-isu kontemporer*, (Depok : PT. Rajagrafindo, 2017), 165.
[28]Nur Asnawi dan Muhammad asnan Fanani, *Pemasaran syariah teori, filosofi dan isu-isu kontemporer*….., 166.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Mendorong penimbunan uang dan tidak memberikan manfaat ekonomi bagi bangsa.

c. Adanya perbuatan legal yang mana pemberi pinjaman (debitur) memakan kekayaan secara sepihak dari peminjam (kreditur)

d. Peminjam (kreditor) uang menjadi sengsara (terbelit hutang), di Malaysia banyak kreditur yang tidak bisa membayar bunga (riba) dan beban pokok dalam jumlah yang sangat besar harus melakukan bunuh diri demi menyelesaikan masalah tersebut.

6. Biaya

a. Pengertian Biaya

Biaya dalam perbankan yaitu biaya yang dibebankan kepada nasabah untuk produk maupun jasa yang telah diberikan. Harga dan biaya harus ditentukan oleh bank dengan benar dalam arti tidak terlalu tinggi dan tidak terlalu rendah. Sehingga bila bank menetapkan biaya yang sesuai dengan apa yang diharapkan nasabah biasanya nasabah akan cenderung merasa puas. Nasabah akan merasa sangat puas dan bangga apabila diperlakukan seperti apa yang diharapkan sehingga akan selalu menjadi nasabah yang setia[29]. Apabila biaya sesuai dengan harapan konsumen, maka kepuasan akan tercapai dari segi biaya.

Menurut Lupiyoadi, apabila nasabah mengeluarkan biaya yang terlalu besar dari pada manfaat yang diberikan maka nasabah tersebut akan cenderung tidak puas[30]. Koperasi harus mampu mengatur biaya biaya yang dibebankan

[29]Kasmir, *Pemasaran Bank…*, 140.

[30]Natalia Purnamasari, "Pengaruh Layanan Dasar, Layanan Canggih, Biaya, Program Loyalitas Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank BCA Di Surabaya" (*Article Ilmiah: Perbanas.ac.id*, 2016), 6.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kepada anggotanya sesuai dengan manfaat yang diterima, sehingga nasabah tersebut terpenuhi harapan mereka dan anggota tersebut akan merasa nyaman dan tertarik pada koperasi, dan kepuasan anggota akan tercapai dengan baik.

7. Maqashid Syari'ah

Secara etimologi *maqashid al-syari'ah* terdiri dari dua kata, yakni *maqashid* dan *syari'ah*. *Maqashid* adalah bentuk jamak dari *maqshud* yang berarti kesengajaan, atau tujuan dan syari'ah sendiri artinya jalan menuju air, atau bisa dikatakan dengan jalan menuju ke arah sumber kehidupan[31].

Imam asy-Syatibi menjelaskan ada 5 bentuk maqashid syariah atau yang biasa disebut *kulliyat al-khamsah* (lima prinsip umum)[32], yaitu:

1) Menjaga Agama *(Hifdzu Din)* Sebagai bentuk penjagaan Islam terhadap agama (*hifdzu-din)*, maka Allah SWT telah memerintahkan kepada hamba-hamba-Nya untuk beribadah. Diantara bentuk ibadah tersebut adalah shalat, zakat, puasa, haji, zikir, doa, dan lain-lain. Dengan menjalankan ibadah-ibadah itu, akan tegaklah agama seseorang.
2) Menjaga jiwa *(hifdzu-nafs)* Islam melindungi seluruh umat manusia, maka dalam rangka menjaga keselamatan jiwa manusia dari pembunuhan tanpa alasan yang benar, Allah ta'ala mengharamkan membunuh manusia tanpa alasan yang dibenarkan oleh Islam. Jika terjadi sebuah pembunuhan, wajib atasnya ditegakkan qishas (QS. Al-Baqarah: 178). Selain larangan menghilangkan nyawa orang lain, Islam juga melarang seseorang untuk melakukan bunuh diri. (QS. An-Nisaa':29).

---

[31]Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqhasid Al-Syariah*, (Jakarta : Kencana, 2014), 41.

[32]Oni Sahroni dan Adiwarman A. Karim, *Maqashid Bisnis dan keuangan Islam Sintesis fikih dan Ekonomi*, (Jakarta: Raja Grafindopersada, 2016), 4.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3) Menjaga pikiran (*hifdzu al-'aql)* Sebagai alasan diwajibkannya menuntut ilmu sepanjang hayat. Syariat Islam melarang khamr (minuman keras), narkotika dan obat terlarang, dan apa saja yang dapat merusak akal. Hal ini bertujuan menjaga akal manusia dari apa saja yang dapat mengganggu fungsinya. Islam memandang bahwa akal manusia adalah anugerah dan nikmat Allah yanng sangat besar. Dengan akal, manusia menjadi lebih mulia daripada makhluk-makhluk Allah lainnya. Untuk mensyukuri nikmat Allah tersebut, syariat mewajibkan seseorang untuk memelihara akalnya dari apa saja yang akan mengganggunya atau mengurangi fungsi kerjanya. Sesuai hadis Rasulullah Abu Darda berkata: "Aku mendengar Rasulullah Saw bersabda: "Barangsiapa menempuh jalan untuk mencari ilmu, maka Allah akan menuntunnya menuju surga dan para malaikat akan meletakkan sayap-sayapnya karena senang kepada pencari ilmu, sesungguhnya orang berilmu itu akan dimintakan ampunan oleh (makhluk) yang berada di langit dan di bumi hingga ikan di air, keutamaan orang yang berilmu atas ahli ibadah laksana keutamaan rembulan atas seluruh bintang (HR. Tirmidzi: 2606).
4) Menjaga keturunan *(hifdzu-nasl)* Sebagai alasan diwajibkannya memperbaiki kualitas keturunan, membina sikap mental generasi penerus agar terjalin rasa persahabatan diantara sesama umat manusia, dan diharamkannya zina serta perkawinan sedarah. Allah SWT menyifatkan zina sebagai suatu kekejian dan jalan yang buruk.
5) Menjaga harta *(hifdzu-mal)* Untuk memperoleh harta yang halal, syariat Islam membolehkan berbagai macam bentuk muamalah, seperti jual beli,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sewa menyewa, gadai, dan lainnya. Untuk menjaganya, syariat Islam mengharamkan umatnya memakan harta manusia dengan jalan yang batil, seperti mencuri, riba, menipu, mengurangi timbangan, korupsi, dan lain-lain (QS. An-Nisaa':29)

Kelima maqashid tersebut bertingkat sesuai dengan tingkat mashlahat dan kepentingan. Tingkat Urgensi dan kepentingan tersebut ada 3, yaitu:

a) *Dharuriyat*, yaitu kebutuhan yang harus dipenuhi; yang jika tidak dipenuhi akan membuat kehidupan menjadi rusak.
b) *Hajiyat*,yaitu kebutuhan yang seyogyanya dipenuhi; yang jika tidak dipenuhi akan mengakibatkan kesulitan.
c) *Tahsinat*, kebutuhan pelengkap; yang jika tidak dipenuhi akan membuat kebidupan menjadi kurang nyaman.

B. Penelitian Terdahulu

Table 2. penelitian terdahulu

NO	Nama dan Tahun	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1.	Putu Oka Wardika, Ratna Komala dewi dan Ni Wayan Putu Artini (2018)	Analisis Kepuasan Pelanggan dalam Membeli Buah-buahan Segar di Moena Fresh Bali	Kepuasan konsumen terhadap buah-buahan yang diperjualbelikan di Moena Fresh Bali dapat dilihat dari perhitungan CSI (*Customer Satisfaction Index*) atau tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut Moena Fresh Bali yaitu dengan indeks kepuasan sebesar 77,6% yakni memenuhi kriteria puas. Berdasarkan	Metode yang digunakan sama, menggunakan *Customer Satisfaction Index* (CSI)	Menggunakan 2 metode perhitungan. Menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

NO	Nama dan Tahun	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
			pengolahan data dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) menghasilkan atribut-atribut yang tersebar pada empat kuadran. Atribut-atribut yang dianggap penting bagi pelanggan ternyata belum sesuai dengan keinginan pelanggan adalah : iklan/promosi, harga, dan potongan harga. Atribut-atribut tersebut perlu mendapat perhatian khusus bagi perusahaan sebagai tindakan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan Moena Fresh Bali.		
2.	Shanty Kusuma Dewi (2015)	Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Pendekatan Metode *Customer Satisfaction Index* dan *Importanc*	Berdasarkan hasil perhitungan *customer satisfaction index* didapatkan nilai sebesar 68,27 %,dimana nilai tersebut berada dalam kategori *Fair* (cukup). Hasil dari pemetaan tingkat kepentingan dan kinerja dari Taman	Metode yang digunakan sama, menggunakan *Customer Satisfaction Index* (CSI).	Menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA). Objek yang gunakan dalam penelitian ini Taman

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

NO	Nama dan Tahun	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
		e Performance Analysis	Rekreasi Sengkaling didapatkan tujuh atribut yang masuk dalam prioritas utama yaitu adanya sarana permainan edukasi, harga tiket masuk sesuai fasilitas yang ditawarkan, kebersihan toilet/kamar mandi, keindahan penataan area taman dan arena permainan, ketersediaan dan kebersihan kantin, jenis permainan yang ditawarkan beragam dan fasilitas wisata air/ permainan air sesuai harapan pengunjung.		Rekreasi Sengkaling.
3.	Made Nanda Pranata, Amna Hartiati, dan Cokorda Anom Bayu Sadyasmara (2019)	Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Produk dan Pelayanan di *Voltvet Eatery and Coffee* menggunakan	1. Seluruh atribut kualitas produk dan pelayanan dianggap penting oleh konsumen Voltvet Eatery and Coffee. 2. Tingkat kepuasan konsumen berdasarkan perhitungan CSI untuk kualitas produk adalah sebesar 82,85% dan kualitas pelayanan adalah sebesar 83,83% yang menunjukkan bahwa konsumen sangat puas dengan produk	Metode yang digunakan sama, menggunakan *Customer Satisfaction Index* (CSI)	Penentuan prioritas atribut yang harus ditentukan menggunakan metode *Potential Gain in Customer Values* (PGCV)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

NO	Nama dan Tahun	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
		Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI)	maupun pelayanan di Voltvet Eatery and Coffee. 3. Atribut-atribut kualitas pelayanan yang perlu mendapatkan prioritas utama perbaikan berdasarkan PGVC adalah ketersediaan lahan parkir, fasilitas *(wifi)*, dan penampilan karyawan sedangkan atribut-atribut kualitas produk yang perlu mendapatkan prioritas berdasarkan PGVC adalah penyajian/*platting* minuman yang menarik, potongan harga, dan konsistensi makanan setiap penyajian.		
4.	Nurnazli (2014)	Penerapan Kaidah *Maqashid Syariah* dalam Produk Perbankan Syariah	*Maqashid Syariah* dan maslahat memiliki peran yang sangat urgent untuk digunakan sebagai pisau analisis dalam menjawab persoalan-persoalan yang berhubungan dengan ekonomi dan bisnis syari'ah yang semakin berkembang. Kewajiban para ahli hukum	*Maqashid Syariah*diterapkan dalam produk.	*Maqashid Syariah*diterapkan dalam Fatwa DSN-MUI

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

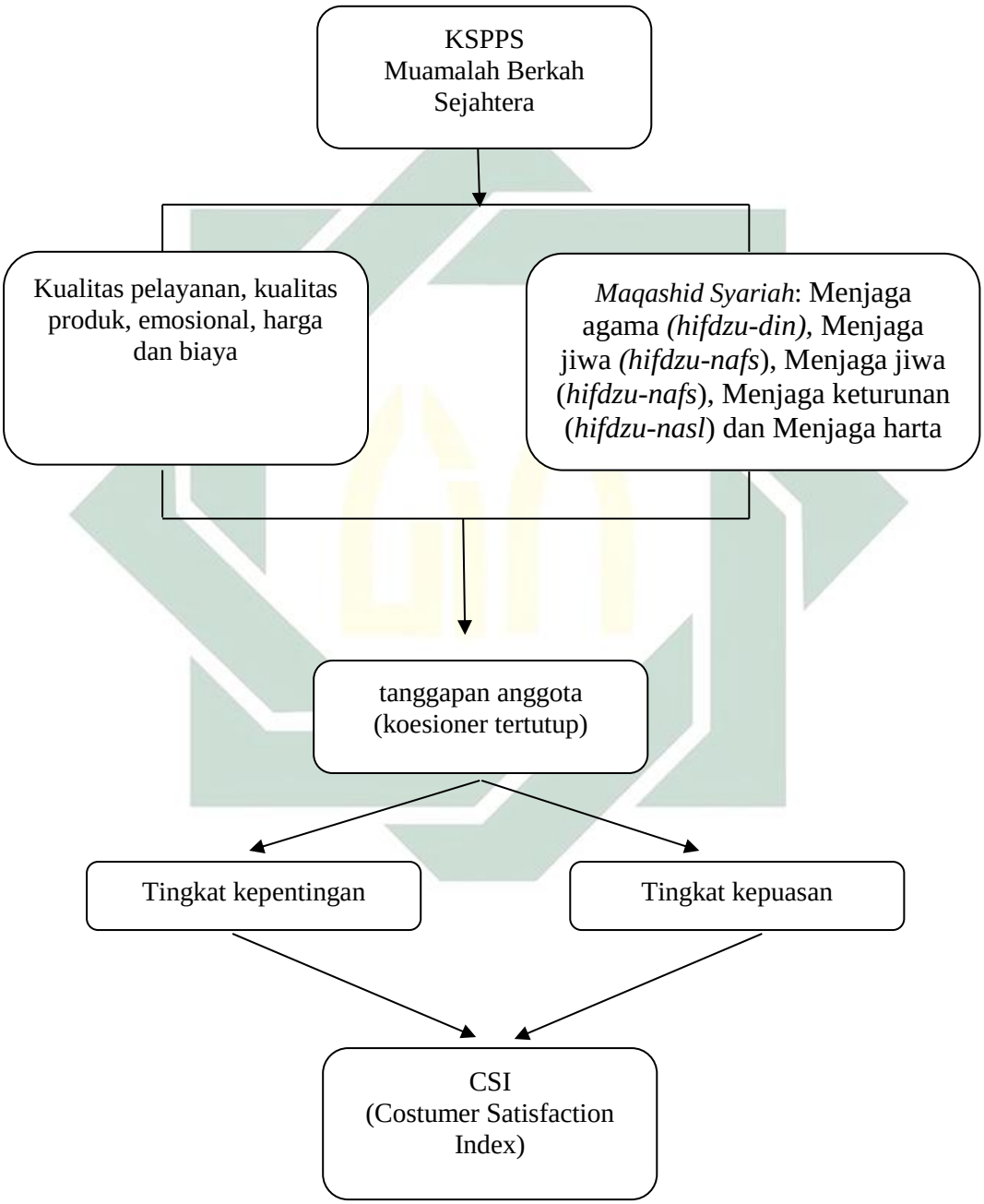
NO	Nama dan Tahun	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
			Islam dan ahli ekonomi dan bisnis syari'ah yang ada di Indonesia bekerja keras untuk selalu mengkaji terkaid dengan persoalan-persoalan ekonomi bisnis syari'ah.		
5.	Nurhadi (2018)	*Maqashid* Koperasi Syariah	*Maqashid*Koperasi syariah dalam tataran religiadalahpemusatan kekuatan dalam menghalau bentuk-bentuk muamalah yang terlarang dan ideologi yang menyesatkan. Riba itu primadona dunia usaha, keberadaanya turunan langsung dari paham kapitalis yang mendudukan uang diatas segalanya.	Penerapan *Maqashid syariah.*	*Maqashid syariah* diterapkan pada koperasi secara umum

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Kerangka Konseptual

Bedasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu, maka kerangka konseptualnya sebagai berikut:

Figure 1. Gambar kerangka konseptual:



digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menganalisis tingkat kepuasan anggota KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera dan merumuskan indikator (kualitas pelayanan, kualitas produk, emosional, harga dan biaya) dari perspektif atau sudut pandang *Maqashid al-Syari'ah (* Menjaga agama *(hifdzu-din),* Menjaga jiwa *(hifdzu-nafs*), Menjaga jiwa (*hifdzu-nafs*), Menjaga keturunan (*hifdzu-nasl*) dan Menjaga harta) dengan pengambilan data menggunakan (koesioner tertutup), pada koesioner tersebut terdapat dua sisi bagian, yaitu Tingkat kepentingan dan Tingkat kepuasan, yang mana tingkat kepentingan tersebut adalah harapan anggota atas pelayanan yang diberikan koperasi kepada anggota, sedangkan tingkat kepuasan merupakan hasil pelayanan yang telah diterima anggota. Dengan data yang didapatkan dari koesioner tertutup tersebut akan diolah dengan menggunakan Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI). Dengan proses tersebut maka tujuan penelitian ini akan tercapai.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif kuantitatif adalah salah satu jenis penelitian yang bertujuan mendeskripsikan secara sistematis, *factual,* dan akurat mengenai fakta dan sifat populasi tertentu, atau mencoba menggambarkan fenomena secara detail[33].

B. Waktu dan Tempat Penelitian

Waktu penelitian ini dilakukan pada bulan Februari, tempat penelitian ini di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera yang beralamatkan di Surabaya, tepatnya di Jl. Cipta Mananggal III A No.54-F, Menanggal, Kec. Gayungan.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

a. Populasi

Sugiyono (2007) dalam Suryani dan Hendryad mendifinisikan populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya[34]. Penelitian ini populasinya adalah seluruh anggota KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera yang berjumlah 494 anggota.

b. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang akan diambil untuk diteliti dan hasil penelitiannya dogunakan sebagai representasi dari populasi secara

[33]A. Muri Yusuf, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan,* (Padang: Kencana Prenadamedia Group, 2013), 62.

[34]Suryani dan Hendryadi, *Metode riset kuantitatif teori dan aplikasi pada penelitian bidang manajemen dan ekonomi Islam,* (Jakarta: Kencana prenadamedia group, 2015), 190.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

keseluruhan[35]. Penelitian ini menggunakan *probability sampling* yang artinya setiap populasi memiliki kesempatan atau peluang yang sama untuk dipilih dan diambil secara *random*[36]. Teknik *probability sampling* ini yang gunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling* atau pengambilan sampel anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut.Untuk pengambilan sampel menggunakan rumus Issac dan Michael[37]:

$$s = \frac{X^2.N.P.Q}{d^2(N-1)+ X^2.P.Q}$$

keterangan :

s = Jumlah sampel

X^2 =Nilai chi square dengan dk=1 pada tingkat kepercayaan yan diinginkan (2,705)

N = jumlah populasi (494)

d = derajat ketelitian yang diterima dalam proporsi 10% (0,1)

P = Q = proporsi populasi 0,5

Dengan menggunakan rumus dari issac dan Michael memberikan kemudahan penentu jumlah sampel berdasarkan tingkat kesalahan 1%, 5%, atau 10%[38]. dengan demikian peneliti dapat secara langsung menentukan besaran sampel berdasarkan jumlah populasi dan tingkat kesalahan yang ditentukan.

$$s = \frac{(2,705) \quad .494 \,.0,5 \,. \;\; 0,5}{(0,1)^2(494-1)+ (2,705) \quad .0,5 \,.0,5}$$

[35] Suryani dan Hendryadi, *Metode riset kuantitatif teori dan aplikasi pada penelitian bidang manajemen dan ekonomi Islam….* 192.
[36]A. Muri Yusuf. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan…*, 153
[37]Ibid.,168.
[38]Sugiyono, *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta,2014), 84.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

$$s = \frac{334,0675}{4,93 + 0,67625}$$

s = 59,5 dibulatkan menjadi 60 anggota

Berdasarkan rumus Issac dan Michael diperoleh sampel sebanyak 60 anggota pada setiap orang yang datang ke KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera.

D. Variabel Penelitian

Boshnstedts menyatakan bahwa variabel adalah karakteristik dari orang, objek atau kejadian yang berbeda dalam nilai-nilai yang dijumpai pada orang, objek, atau kejadian lain[39]. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengukuran index kepuasan pelanggan pada anggota KSPPS Muamalah Berkah perspektif maqashid syari'ah.

E. Definisi Operasional

Table 3. Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Kepuasan Pelanggan	Tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.	Imam asy-Syatibi menjelaskan ada 5 bentuk maqashid syariah atau yang biasa disebut *kulliyat al-khamsah* (lima prinsip umum: 1. Menjaga Agama *(Hifdzu Din)* 2. Menjaga jiwa *(hifdzu-nafs)* 3. Menjaga pikiran (*hifdzu al-'aql)* 4. Menjaga keturunan *(hifdzu-nasl)* 5. Menjaga harta *(hifdzu-mal)*

[39]A. Muri Yusuf. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan…*, 102.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

F. Uji Validitas dan Reabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas ialah digunakan sebagai alat ukur penguji tingkat kevalidan dari suatu data. Uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan antara nilai r-tabel dengan r-hitung.[40] Dalam pelaksanaan uji validitas penelitimenggunakan SPSS 16 dengan kriteria sebagai berikut:

Apabila terdapat r-hitung ≥ r-tabel pada taraf yang signifikan 0,5 maka dinyatakan valid.

Apabila terdapat r-hitung ≤ r-tabel pada taraf yang signifikan 0,5 maka dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reabilitas

Tujuan dilakukannya uji reliabilitas ialah untuk mengukur tingkat konsistensi dari data atau temuan. Data atau temuan dapat dinyatakan konsisten atau reliabel apabila tidak terdapat perbedaan di antara temuan-temuan pada beberapa penelitian yang menggunakan objek yang sama.[41] Dalam pengukuran reliabilitas dapat menggunakan teknik *Cronbach's Alpha* dengan dinyatakan reliabel jika *Cronbach's Alpha* > 0,6 dan dinyatakan tidak reliabel jika *Cronbach's Alpha* < 0,6.[42]

G. Data dan Sumber Data

Terdapat dua macam data dan sumber data dalam penelitian ini, yaitu data primer dan data sekunder.

---

[40]Sofyan Siregar, *Statistika Deskriptif untuk Penelitian*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2010), 162-165.
[41]Sugiyono, *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R & D*…, 268.
[42]Imam Ghozali, *Aplikasi Multivariat dengan Program IBM SPSS 23*, (Semarang: Badan PenerbitUniversitas Diponegoro, 2013), 48.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian[43]. Jenis data ini diperoleh dari hasil jawaban koesioner (angket tertutup) yang dibagikan kepada anggota KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera sebagai responden.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahannya[44]. Data sekunder diperoleh dari objek penelitian, buku, jurnal dan referensi dari internet atau melalui dokumentasi yang bertujuan untuk mengetahui konsep-konsep yang berhubungan dengan penelitian ini. Selain itu, data sekunder yang digunakan pada penelitian ini berupa profil lembaga dan strukture organisasi di KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera.

H. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menunjukkan cara yang digunakan dalam penelitian guna mengumpulkan data penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk penelitian ini adalah:

a. Koesioner (angket tertutup)

Koesioner adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku dan karakteistik beberapa orang utama didalam organisasi yang bisa terpengaruh oleh system yang diajukan atau oleh system yang sudah ada[45]. Koesioner tertutup merupakan pertanyaan-pertanyaan yang diberikan kepada responden sudah dalam bentuk pilihan ganda.

---

[43]Sofyan Siregar, *Statistika Deskriptif untuk Penelitian…,* 16.
[44] Ibid.
[45] Ibid, 21.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

jadi kuesioner jenis ini responden tidak diberi kesempatan untuk mengeluarkan pendapat[46]. Pengumpulan data ini dilakukan survey langsung melalui penyebaran koesioner (angket tertutup) kepada anggota KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera yang sesuai dengan objek dan subjek penelitian. Data koesioner tersebut kemudian diberi bobot dan diolah dengan alat ukur untuk mendapatkan pendekatan kuantitatif. Alat ukur yang digunakan pada penelitian ini adalah skala *likert*:

Table 4. Skala likert

Skala	Skor
Sangat puas/ Sangat setuju	5
Puas/setuju	4
Ragu-ragu	3
Kurang puas/Kurang setuju	2
Tidak puas/Tidak setuju	1

Sumber :Sofyan Siregar (2010)

b. Teknik Kepustakaan

Pengumpulan teori yang berhubungan dengan penelitian ini dengan mempelajari dan mengutip teori dari beberapa buku dan literatur maupun hasil dari penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini.

I. Teknik Analisis Data

Metode Customer Satisfaction Index (CSI)

Customer Satisfaction Index (CSI) digunakan untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan pendekatan yang dipertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut kualitas jasa yang diukur. Menurut Irwan dalam Diana Trisnawati, pengukuran terhadap CSI diperlukan karena hasil dari

[46] Sofyan Siregar, *Statistika Deskriptif untuk Penelitian ….*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pengukuran dapat digunakan sebagai acuan untuk menentukan sasaran-sasaran di tahun mendatang. Selain itu indeks juga diperlukan karena proses pengukuran kepuasan pelanggan bersifat kontinyu[47].

Kelebihan dari alat analisis ini adalah dapat mengkuantitatifkan kepuasan anggota dan mendapatkan seberapa besar indeks kepuasan dari anggota terhadap pelayanan diberikan. Tanpa adanya CSI, *top manejement* perusahaan tidak dapat menentukan tujuan utama (*goal*) dalam peningkatan kepuasan anggota yang bersifat kontinyu[48].

Penelitian ini menggunakan metode CSI (Customer Satisfaction Index) atau metode indeks untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen berdasarkan atribut-atribut tertentu. Menurut Dixon (1991) dalam Diana Trisnawati terdapat empat langkah dalam perhitungan CSI[49]:

1) Menentukan *Mean Importance Score* (MIS) dan *Mean Satisfaction Score* (MSS)

   Nilai ini berskala dari rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja.

$$\mathbf{MIS} = \frac{\sum_{t=1}^{n} \boldsymbol{Yi}}{\mathbf{n}} \quad \text{dan} \quad \mathbf{MSS} = \frac{\sum_{t=1}^{n} \boldsymbol{Xi}}{\mathbf{n}}$$

   keterangan:

   n = jumlah reponden

   Yi = Nilai kepentingan antribut ke-i

   Xi = Nilai kinerja antribut ke-i

[47]Diana Trisnawati, "Analisis kepuasan anggota koperasi karyawan inalum tanjung gading kabupaten batubara sumatera utara" (Skripsi--IPB, Bogor, 2011) 47.
[48]Ibid, 48.
[49]Dewi Fitriana, Florencia Y. K. O, Jati Utomo Dwi H.Tanto D.S."Pengukuran Kepuasan Kontraktor Terhadap KinerjaKlien Pada Proyek Konstruksi Swasta", *jurnal karya teknik sipil*, Vol. 3, no.1 tahun 2014, 287.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) Membuat *WeightedTotal* (WF)

Bobot ini merupakan presentase nilai MIS per atribut terhadap total MIS seluruh atribut.

3) Membuat *Weight Score* (WS)

Bobot ini merupakan perkalian antara *Weighted Total* (WF) dengan *Mean Satisfaction Score* (MSS)

Wsi = Wfi x MSS

Dimana: I = antribut pelayan ke-i

4) Menghitung Weighted Total (WT)

yaitu menjumlahkan weighted score dari semua variabel.

5) Menentukan CSI

Skala kepuasan konsumen yang umum dipakai dalam interpresentasi index adalah skala nol sampai satu atau sampai seratus.

$$\text{CSI} = \frac{\sum_{i=1}^{p} \boldsymbol{WSi} \ \textbf{x 100\%}}{\textbf{5}}$$

Dimana :

p = jumlah atribut kepentingan

5 = jumlah skala

Nilai CSI dalam penenlitian ini dibagi ke dalam 5 kategori mulai dari tidak puas sampai dengan sangat puas, 5 kategori tersebut seperti berikut:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Table 5. Nilai custumer satisfaction index (CSI)

Nilai indeks (%)	Kriteria *custumer satisfaction indeks (CSI)*
81,00-100,00	Sangat puas
66,00-80,99	Puas
51,00-65,99	Cukup puas
35,00-50,99	Kurang puas
0,00-34,99	Tidak puas

Sumber :Dewi Fitriana, Florencia Y. K. O, Jati Utomo Dwi H.Tanto D.S.(2014)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Umum Objek Penelitian

1. Lokasi penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur dan mengetahui kepuasan pelanggan pada Anggota KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera dalam perspektif *Maqashid al-Syari'ah.* Adapun objek penelitian adalah KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera yang bertempat di Jl. Cipta Mananggal III A No.54-F, Menanggal, Kec. Gayungan. Dalam penelitian ini menggunakan data primer dimana data yang diperoleh dari hasil jawaban koesioner yang dibagikan kepada anggota KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera sebagai responden.

2. Karakteristik Responden

Responden pada penelitian ini yaitu Anggota KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera berjumlah 60 responden yang diambil dari 494 populasi jumlah seluruh anggota KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera. Responden pada penelitian ini dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan serta lama menjadi anggota KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera ini. Gambaran mengenai karakteristik responden yaitu:

a. Karateristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pada penelitian ini dapat diketahui jumlah responden sebanyak 18 anggota dan responden perempuan sebanyak 42 anggota. Sehingga dapat dikatakan responden yang digunakan pada penelitian ini mayoritas perempuan. Adapun rekapitulasi data karakteristik berdasarkan jenis kelamin sebagai berikut:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Table 6. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-laki	18	30%
Perempuan	42	70%
Total	**60 Responden**	**100%**

(Sumber : Data olahan)

Agar lebih jelas perbedaan presentase responden berdasarkan jenis kelamin, berikut data tersebut disajikan dalam bentuk grafik:

Figure 2. responden berdasarkan jenis kelamin

Dari data pada gambar grafik pie dapat diambil kesimpulan bahwa responden pada penelitian ini didominasi perempuan dengan jumlah presentase sebanyak 70%, sedangkan jenis kelamin laki-laki hanya 30% saja.

b. Karateristik Responden Berdasarkan Usia

berdasarkan pengumpulan data yang telah dilakukan pada penelitian ini diketahui bahwa responden yang berusia 17-29 tahun sebanyak 16 anggota, responden yang berusia 30-40 tahun sebanyak 25 anggota, dan responden yang berusia lebih dari 40 tahun sebanyak 19 anggota. Data tersebut dapat dilihat pada table dibawah ini:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

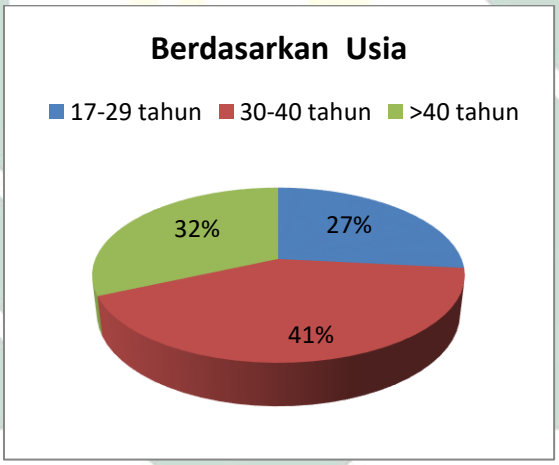
Table 7. Karakteristik responden berdasarkan usia

Usia	Jumlah	Pesentase
17-29 tahun	16	27%
30-40 tahun	25	41%
>40 tahun	19	32%
Total	**60 Responden**	**100%**

(Sumber : Data olahan)

Agar tampak lebih jelas perbedaan presentase usia pada responden, maka data disajikan dalam bentuk grafik sebagai berikut:

Figure 3. Responden Berdasarkan Usia



Dari data yang tergambar pada grafik pie, dapat diambil kesimpulan bahwa responden pada penelitian ini cenderung pada anggota yang memiliki usia 30-40 tahun dengan presntase yang didapatkan sebanyak 41%, disusul dengan responden yang berusia 40 tahun ke atas dengan jumlah presentase 32 %, dan responden yang memiliki presentase terkecil pada usia 17-29 tahun dengan presentase 27%.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Karateristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Ditinjau dari jenis pekerjaan responden pada penelitian ini, responden yang bekerja sebagai Pegawai Negri Sipil (PNS) sebanyak 19 anggota, responden yang bekerja sebagai pegawai swasta sebanyak 35 anggota, responden yang bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 2 orang, dan responden yang bekerja selain pekerjaan-pekerjaan tersebut sebanyak 4 anggota. Data tersebut dapat dilihat pada table dibawah ini:

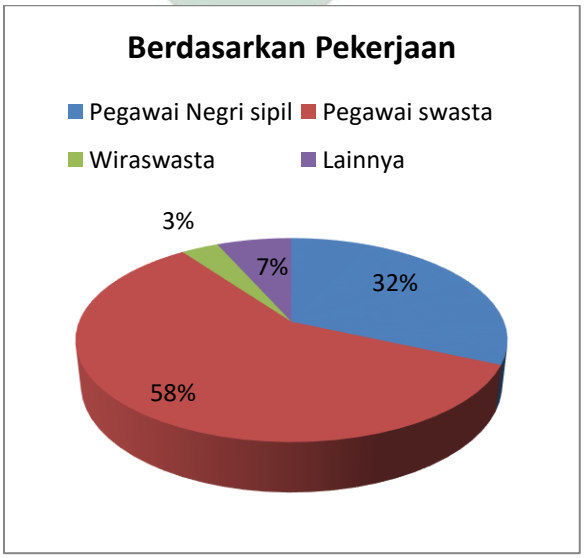
Table 8. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Jumlah	Presentase
Pegawai Negri sipil	19	32%
Pegawai swasta	35	58%
Wiraswasta	2	3%
Lainnya	4	7%
Total	**60 Responden**	**100%**

(Sumber : Data olahan)

Agar tampak lebih jelas perbedaan presentase pekerjaan pada responden, maka data disajikan dalam bentuk grafik sebagai berikut:

Figure 4. Responden Berdasarkan Pekerjaan



digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pada gambar grafik pie diatas dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas responden pada penelitian ini adalah anggota yang bekerja sebagai pegawai swasta dengan jumlah presentase sebanyak 58%, kemudian responden yang mendapatkan jumlah terbanyak nomer dua dengan jumlah presentase 32% adalah anggota yang bekerja sebagai pegawai negri sipil, disusul dengan responden yang bekerja sebagai selain pekerjaaan yang disebutkan dengan jumlah presentase 7%, dan responden yang bekerja sebagai wiraswasta mendapatkan presentase terkecil dari pekerjaan lainnya yaitu 2%.

d. Karateristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Anggota

Berdasarkan pengumpulan data yang telah dilakukan pada penelitian ini diketahui bahwa responden yang baru menjadi anggota 3-7 bulan sebanyak 7 anggota, sedangkan 13 responden lainnya sudah menjadi anggota 8-11 bulan, dan yang menjadi anggota lebih dari 1 tahun sebanyak 40 anggota. Data tersebut dapat dilihat pada table dibawah ini:

Table 9. Karakteristik responden berdasarkan lama menjadi anggota

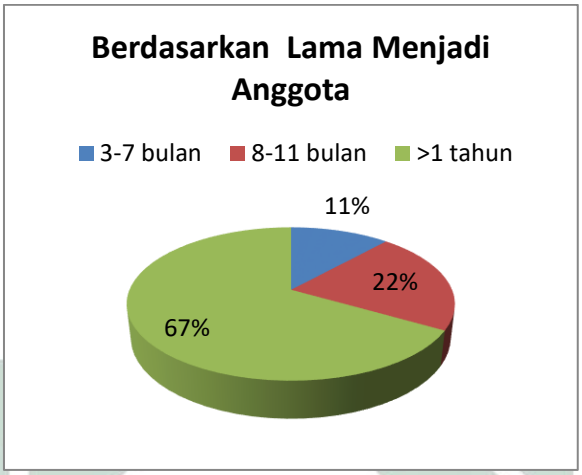
Lama menjadi anggota	**Jumlah**	**Pesentase**
3-7 bulan	7	11%
8-11 bulan	13	22%
>1 tahun	40	67%
Total	**60 Responden**	**100%**

(Sumber : Data olahan)

Agar tampak lebih jelas perbedaan presentase pekerjaan pada responden, maka data disajikan dalam bentuk grafik sebagai berikut:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Figure 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Anggota



Pada gambar grafik pie tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas responden pada penelitian berdasarkan lama menjadi anggota adalah responden yang sudah menjadi anggota lebih dari 1 tahun dengan jumlah presentase sebanyak 67%, responden yang sudah menjadi anggota selama 8-11 bulan mendapatkan presentase 22 %, sedangkan responden yang sudah menjadi anggota selama 3-7 bulan mendapatkan jumlah presentase terkecil dengan 11%.

B. Analisis data

1. Uji validitas

Uji Validitas diperoleh dengan cara mengkorelasi setiap skor indikator total skor indikator variable, kemudian hasil korelasi dibandingkan dengan nilai r kritis pada taraf signifikan 0,05. Suatau intrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan tinggi rendahnya validitas intrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang tentang gambaran variabel yang dimaksud oleh peneliti. Uji validitas merupakan intrumen yang digunakan untuk mengukur tingkat kevalidan dari intrumen

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

koesioner yang digunakan dalam pengumpulan data. Dalam melakukan uji validitas dari jawaban responden, peneliti menggunakan software SPSS 16.0. Berdasarkan hasil uji validitas diketahui bahwa dalam atribut tingkat kepentingan dan tingkat kinerja semua item valid karena nilai korelasi (r-hitung) lebih besar dari pada r-tabel pada taraf signifikan 0,5. hal tersebut dapat dilihat pada table dibawah ini:

Table 10. hasil uji validitas Tingkat kepentingan

No.	Nilai korelasi	r kritis	hasil pengujian
1	0.549	0.2542	Valid
2	0.633	0.2542	Valid
3	0.56	0.2542	Valid
4	0.585	0.2542	Valid
5	0.682	0.2542	Valid
6	0.669	0.2542	Valid
7	0.476	0.2542	Valid
8	0.576	0.2542	Valid
9	0.42	0.2542	Valid
10	0.335	0.2542	Valid
11	0.273	0.2542	Valid
12	0.443	0.2542	Valid
13	0.373	0.2542	Valid
14	0.435	0.2542	Valid
15	0.448	0.2542	Valid
16	0.53	0.2542	Valid
17	0.487	0.2542	Valid
18	0.555	0.2542	Valid
19	0.52	0.2542	Valid
20	0.496	0.2542	Valid
21	0.464	0.2542	Valid
22	0.448	0.2542	Valid
23	0.477	0.2542	Valid
24	0.306	0.2542	Valid
25	0.344	0.2542	Valid
26	0.53	0.2542	Valid
27	0.467	0.2542	Valid
28	0.54	0.2542	Valid
29	0.606	0.2542	Valid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

No.	Nilai korelasi	r kritis	hasil pengujian
30	0.561	0.2542	Valid
31	0.558	0.2542	Valid
32	0.62	0.2542	Valid
33	0.553	0.2542	Valid
34	0.575	0.2542	Valid

(Sumber : Data olahan SPPS 16.0)

Table 11. hasil uji validitas (Tingkat kinerja)

No.	koefisien korelasi	r kritis	hasil pengujian
1	0.57	0.2542	Valid
2	0.614	0.2542	Valid
3	0.645	0.2542	Valid
4	0.648	0.2542	Valid
5	0.664	0.2542	Valid
6	0.588	0.2542	Valid
7	0.569	0.2542	Valid
8	0.587	0.2542	Valid
9	0.254	0.2542	Valid
10	0.373	0.2542	Valid
11	0.544	0.2542	Valid
12	0.508	0.2542	Valid
13	0.57	0.2542	Valid
14	0.387	0.2542	Valid
15	0.435	0.2542	Valid
16	0.583	0.2542	Valid
17	0.469	0.2542	Valid
18	0.598	0.2542	Valid
19	0.534	0.2542	Valid
20	0.509	0.2542	Valid
21	0.392	0.2542	Valid
22	0.3	0.2542	Valid
23	0.396	0.2542	Valid
24	0.357	0.2542	Valid
25	0.327	0.2542	Valid
26	0.332	0.2542	Valid
27	0.347	0.2542	Valid
28	0.496	0.2542	Valid
29	0.514	0.2542	Valid
30	0.665	0.2542	Valid
31	0.3	0.2542	Valid
32	0.389	0.2542	Valid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

No.	koefisien korelasi	r kritis	hasil pengujian
33	0.415	0.2542	Valid
34	0.512	0.2542	Valid

(Sumber : Data olahan SPPS 16.0)

2. Uji Reabilitas

Uji reabilitas digunakan untuk mengetahui adanya konsistensi alat ukur dalam penggunaannya, atau dengan kata lain alat ukur tersebut mempunyai hasil yang konsisten apabila digunakan berkali-kali dalam waktu yang berbeda. Untuk mengukur uji reabilitas peneliti menggunakan teknik *Cronbach's Alpha*, dalam pengukuran reabilitas dengan menggunakan *Cronbach's Alpha*, dapat dikatakan reliable apabila *Cronbach's Alpha* > 0,6. Dengan menggunakan software SPSS 16.0 dapat diketahui hasil untuk nilai *Cronbach's Alpha* setiap atribut lebih dari 0.60, dengan demikian semua yang diuji dapat dinyatakan reliable. Hal tersebut dapat dilihat pada table berikut:

Figure 6. hasil uji reabilitas (Tingkat kepentingan)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.911	34

Figure 7. hasil uji reabilitas (Tingkat kinerja)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.900	34

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Table 12. hasil uji reabilitas

Item	nilai koefisen	r kritis	hasil pengujian
Tingkat kepentingan	0.911	0.06	Reliable
tingkat kinerja	0.9	0.06	Reliable

(Sumber : Data olahan SPPS 16.0)

3. Metode CSI (Customer Satisfaction Index)

Tahap selanjutnya dari pengolahan data harapan dan kenyataan pelayanan adalah mengukur tingkat kepuasan konsumen dengan menghitung menggunakan metode CSI (*Customer Satisfaction Index*). CSI digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan melihat tingkat harapan dan kenyataan dari setiap pernyataan.

Untuk mengetahui CSI (*Customer Satisfaction Index)* dari tiap-tiap prinsip maqasid syariah (Menjaga agama *(hifdzu-din),* Menjaga jiwa *(hifdzu-nafs*), Menjaga pikiran (*hifdzu al-'aql*), Menjaga keturunan (*hifdzu-nasl*) dan Menjaga harta (*hifdzu-mal*)). Maka dapat dilakukan perhitungan sebagai berikut:

1) ***Perhitungan CSI (Customer Satisfaction Index) dari perspektif maqasid syariah dalam Menjaga agama (hifdzu-din)***

a. Menentukan *Mean Importance Score* (MIS) dan *Mean Satisfaction Score* (MSS)

Langkah yang pertama kali dilakukan untuk menentuka CSI (*Customer Satisfaction Index)* adalah menentukan nilai rata-rata dari tiap atribut-atribut pada tingkat kepentingan dan tingkat kinerja, adapun untuk perhitungannya sebagai beriku:

$$\mathbf{MIS} = \frac{\sum_{t=1}^{n} Yi}{\mathbf{n}} \quad \text{dan} \quad \mathbf{MSS} = \frac{\sum_{t=1}^{n} Xi}{\mathbf{n}}$$

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

keterangan:

n = jumlah reponden

Yi = Nilai kepentingan antribut ke-i

Xi = Nilai kinerja antribut ke-i

Contoh perhitungan nilai MIS pada atribut Pelayanan yang sesuai dengan syariah Islam (Y1):

$$\textbf{MIS} = \frac{\sum_{t=1}^{n} Yi}{\mathbf{n}}$$

$$= \frac{(4+4+5+4+5+\ldots..+4)}{60}$$

$$= \frac{267}{60}$$

$$= 4{,}45$$

Contoh perhitungan nilai MSS pada atribut Pelayanan yang sesuai dengan syariah Islam (X1):

$$\textbf{MSS} = \frac{\sum_{t=1}^{n} Xi}{n}$$

$$= \frac{(4+4+5+4+5+\ldots..+4)}{60}$$

$$= \frac{271}{60}$$

$$= 4{,}516666667$$

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Table 13. MIS dan MSS dalam Menjaga agama (hifdzu-din)

NO.	Pernyataan	Total Harapan	MIS	Total Kinerja	MSS
1	Semua system pelayanan menggunakan pedoman syariat Islam	264	4.4	266	4.433333
2	Pelayanan yang sesuai dengan syariah Islam	267	4.45	271	4.516667
3	Pinjaman tanpa margin	271	4.5166667	269	4.483333
4	Adanya Mushalla	267	4.45	265	4.416667
5	Semua akad menggunakan pedoman syariat Islam	270	4.5	276	4.6
6	Adanya nisbah bagi hasil	266	4.4333333	273	4.55
7	Nisbah bagi hasil yang kempetitif	263	4.3833333	272	4.533333
8	Nama nama produk yang sesuai dengan Syariah	266	4.4333333	275	4.583333

(Sumber : Data olahan)

b. Membuat *Weighted Total* (WF)

Bobot ini merupakan presentase nilai MIS per atribut terhadap total MIS seluruh atribut. *Weighted Total* (WF) merupakan nilai *Mean Importance Score* (MIS) dibagi jumlah ke keseluruhan *Mean Importance Score* (MIS) dan dikali 100.

Contoh perhitungan nilai *Weighted Total* (WF) pada atribut Pelayanan yang sesuai dengan syariah Islam :

$$\mathbf{WF} = \frac{\mathbf{MIS_i}}{\sum_{t=1}^{n} \boldsymbol{MIS_i}}$$

$$= \frac{4{,}45}{4{,}4 + 4{,}45 + 4.516666667 + \ldots\ldots + 4{,}43}$$

$$= \frac{4{,}45}{35{,}5667}$$

$$= 12{,}51$$

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Table 14. WF dalam Menjaga agama (hifdzu-din)

NO.	Pernyataan	Nilai MIS	Nilai WF (%)
1	Semua system pelayanan menggunakan pedoman syariat Islam	4.4	12.37
2	Pelayanan yang sesuai dengan syariah Islam	4.45	12.51
3	Pinjaman tanpa margin	4.516667	12.70
4	Adanya Mushalla	4.45	12.51
5	Semua akad menggunakan pedoman syariat Islam	4.5	12.65
6	Adanya nisbah bagi hasil	4.433333	12.46
7	Nisbah bagi hasil yang kempetitif	4.383333	12.32
8	Nama nama produk yang sesuai dengan syariah	4.433333	12.46

(Sumber : Data olahan)

c. Membuat *Weight Score* (WS)

Bobot ini merupakan perkalian antara *Weighted Total* (WF) dengan *Mean Satisfaction Score* (MSS)

Wsi = Wfi x MSS

Dimana: I = antribut pelayan ke-i

Contoh perhitungan nilai (WSi) pada atribut Pelayanan yang sesuai dengan syariah Islam :

WSi = Wfi x MSS

= 12,51% x 4,52

= 56,51

Table 15. WS dalam Menjaga agama (hifdzu-din)

NO.	Pernyataan	Nilai WF	Nilai MSS	Nilai WS
1	Semua system pelayanan menggunakan pedoman syariat Islam	12.37	4.43	54.85
2	Pelayanan yang sesuai dengan syariah Islam	12.51	4.52	56.51
3	Pinjaman tanpa margin	12.70	4.48	56.93
4	Adanya Mushalla	12.51	4.42	55.26
5	Semua akad menggunakan pedoman syariat Islam	12.65	4.60	58.20

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

NO.	Pernyataan	Nilai WF	Nilai MSS	Nilai WS
6	Adanya nisbah bagi hasil	12.46	4.55	56.72
7	Nisbah bagi hasil yang kempetitif	12.32	4.53	55.87
8	Nama nama produk yang sesuai dengan Syariah	12.46	4.58	57.13

(Sumber : Data olahan)

d. Menghitung Weighted Total (WT)

yaitu menjumlahkan *weighted score* dari semua atribut.

$\sum_{i=1}^{p} \boldsymbol{WSi}$ **= WT**

WT = 54,85 + 56,51 + 56,93 + 55,26 + 58,20 + 56,72 + 55,87 +57,13

= 451,47

e. Menentukan CSI

Skala kepuasan konsumen yang umum dipakai dalam interpresentasi index adalah skala nol sampai satu atau sampai seratus. Untuk menentukan CSI adalah Weighted Total (WT) dikali 100 persen kemudian dibagi 5 (Jumlah skala yang digunakan).

$$\text{CSI} = \frac{\sum_{i=1}^{p} \boldsymbol{WSi} \ \mathbf{x\ 100\%}}{\mathbf{5}}$$

Dimana :

p = jumlah atribut kepentingan

5 = jumlah skala

$$\mathbf{CSI} = \frac{\mathbf{451{,}47\ x\ 100\%}}{\mathbf{5}}$$

= 90,2935 %

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Hasil perhitungan CSI (*Customer Satisfaction Index)* dalam prinsip maqasid syariah pada *hifdzu-din* adalah 90,2935 % yang artinya anggota koperasi sangat puas.

2) Perhitungan CSI *(Customer Satisfaction Index)* dari perspektif maqasid syariah dalam Menjaga jiwa *(hifdzu-nafs)*

a. Menentukan *Mean Importance Score* (MIS) dan *Mean Satisfaction Score* (MSS)

Langkah yang pertama kali dilakukan untuk menentuka CSI (*Customer Satisfaction Index)* adalah menentukan nilai rata-rata dari tiap atribut-atribut pada tingkat kepentingan dan tingkat kinerja, adapun untuk perhitungannya sebagai beriku:

$$\textbf{MIS} = \frac{\sum_{t=1}^{n} Yi}{\mathbf{n}} \quad \text{dan} \quad \textbf{MSS} = \frac{\sum_{t=1}^{n} Xi}{\mathbf{n}}$$

keterangan:

n = jumlah reponden

Yi = Nilai kepentingan antribut ke-i

Xi = Nilai kinerja antribut ke-i

Contoh perhitungan nilai MIS pada atribut keamanan (Y1):

$$\textbf{MIS} = \frac{\sum_{t=1}^{n} Yi}{\mathbf{n}}$$

$$= \frac{(4+4+4+5+4+\ldots..+6)}{60}$$

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

$$= \frac{256}{60}$$

= 4.2666667

Contoh perhitungan nilai MSS pada atribut Keamanan (cctv), (X1):

$$\textbf{MSS} = \frac{\sum_{t=1}^{n} Xi}{n}$$

$$= \frac{(4+3+3+4+5+\ldots..+4)}{60}$$

$$= \frac{239}{60}$$

= 3.983333

Table 16. MIS dan MSS dalam Menjaga jiwa (hifdzu-nafs)

NO.	Pernyataan	Total Harapan	MIS	Total Kinerja	MSS
9	Keamanan (cctv)	256	4.2666667	239	3.983333
10	Lokasi yang startegis	252	4.2	234	3.9
11	Adanya produk simpanan kreasi yang menguntungkan	261	4.35	255	4.25
12	Bagi hasil diberikan kepada anggota sesuai dengan kualitas produk deposito KSPPS Muamalah Berkah sejahtera.	263	4.3833333	265	4.416667
13	Margin diberikan kepada anggota sesuai dengan kualitas produk pembiayaan KSPPS Muamalah Berkah sejahtera	259	4.3166667	260	4.333333
14	Pemberian pembiayaan sesuai dengan yang dibutuhkan	260	4.3333333	263	4.383333

(Sumber : Data olahan)

b. Membuat *Weighted Total* (WF)

Bobot ini merupakan presentase nilai MIS per atribut terhadap total MIS seluruh atribut. *Weighted Total* (WF) merupakan nilai *Mean Importance*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Score (MIS) dibagi jumlah ke keseluruhan *Mean Importance Score* (MIS) dan dikali 100.

Contoh perhitungan nilai *Weighted Total* (WF) pada atribut Keamanan (cctv):

$$\mathbf{WF} = \frac{\mathbf{MIS_i}}{\sum_{t=1}^{n} \boldsymbol{MIS_i}}$$

$$= \frac{4.266667}{4.266667 + 4{,}2 + 4.383333 + 4.316667 + 4.333333}$$

$$= \frac{4.266667}{25.85}$$

$$= 16.51$$

Table 17. WF dalam Menjaga jiwa (hifdzu-nafs)

NO.	Pernyataan	Nilai MIS	Nilai WF (%)
9	Keamanan (cctv)	4.266667	16.51
10	Lokasi yang startegis	4.2	16.25
11	Adanya produk simpanan kreasi yang menguntungkan	4.35	16.83
12	Bagi hasil diberikan kepada anggota sesuai dengan kualitas produk deposito KSPPS Muamalah Berkah sejahtera.	4.383333	16.96
13	Margin diberikan kepada anggota sesuai dengan kualitas produk pembiayaan KSPPS Muamalah Berkah sejahtera	4.316667	16.70
14	Pemberian pembiayaan sesuai dengan yang dibutuhkan	4.333333	16.76
Jumlah total nilai MIS		25.85	

(Sumber : Data olahan)

c. Membuat *Weight Score* (WS)

Bobot ini merupakan perkalian antara *Weighted Total* (WF) dengan *Mean Satisfaction Score* (MSS)

Wsi = Wfi x MSS

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dimana: I = antribut pelayan ke-i

Contoh perhitungan nilai (WSi) pada atribut Keamanan (cctv) :

WSi = Wfi x MSS

= 16.51% x 4,52

= 65.75

Table 18. WS dalam Menjaga jiwa (hifdzu-nafs)

NO.	Pernyataan	Nilai WF	Nilai MSS	Nilai WS
9	Keamanan (cctv)	16.51	3.98	65.75
10	Lokasi yang startegis	16.25	3.90	63.37
11	Adanya produk simpanan kreasi yang menguntungkan	16.83	4.25	71.52
12	Bagi hasil diberikan kepada anggota sesuai dengan kualitas produk deposito KSPPS Muamalah Berkah sejahtera.	16.96	4.42	74.89
13	Margin diberikan kepada anggota sesuai dengan kualitas produk pembiayaan KSPPS Muamalah Berkah sejahtera	16.70	4.33	72.36
14	Pemberian pembiayaan sesuai dengan yang dibutuhkan	16.76	4.38	73.48

(Sumber : Data olahan)

d. Menghitung Weighted Total (WT)

yaitu menjumlahkan *weighted score* dari semua atribut.

$\sum_{i=1}^{p} \boldsymbol{WSi}$ **= WT**

WT = 65.75+ 63.37 + 71.52+ 74.89+ 72.36+ 73.48

= 421,36

e. Menentukan CSI

Skala kepuasan konsumen yang umum dipakai dalam interpresentasi index adalah skala nol sampai satu atau sampai seratus. Untuk menentukan CSI adalah Weighted Total (WT) dikali 100 persen kemudian dibagi 5 (Jumlah skala yang digunakan)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^{p} WSi \ \text{x } 100\%}{5}$$

Dimana :

p = jumlah atribut kepentingan

5 = jumlah skala

$$\textbf{CSI} = \frac{421{,}36 \text{ x } 100\%}{5}$$

= 84,2729 %

Hasil perhitungan CSI (*Customer Satisfaction Index)* dalam prinsip maqasid syariah pada *hifdzu-nafs* adalah 84,2729% yang artinya anggota koperasi sangat puas.

3)* Perhitungan CSI *(Customer Satisfaction Index)* dari perspektif maqasid syariah dalam Menjaga pikiran *(hifdzu al-'aql)

a. Menentukan *Mean Importance Score* (MIS) dan *Mean Satisfaction Score* (MSS)

Langkah yang pertama kali dilakukan untuk menentuka CSI (*Customer Satisfaction Index)* adalah menentukan nilai rata-rata dari tiap atribut-atribut pada tingkat kepentingan dan tingkat kinerja, adapun untuk perhitungannya sebagai beriku:

$$\textbf{MIS} = \frac{\sum_{t=1}^{n} Yi}{n} \quad \text{dan} \quad \textbf{MSS} = \frac{\sum_{t=1}^{n} Xi}{n}$$

keterangan:

n = jumlah reponden

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Yi = Nilai kepentingan antribut ke-i

Xi = Nilai kinerja antribut ke-i

Contoh perhitungan nilai MIS pada atribut Busana karyawan sopan (Y1):

$$\textbf{MIS} = \frac{\sum_{t=1}^{n} Yi}{n}$$

$$= \frac{(4+4+5+4+5+\ldots..+4)}{60}$$

$$= \frac{256}{60}$$

$$= 4.2666667$$

Contoh perhitungan nilai MSS pada atribut Busana karyawan sopan (X1):

$$\textbf{MSS} = \frac{\sum_{t=1}^{n} Xi}{n}$$

$$= \frac{(4+4+5+4+5+\ldots..+4)}{60}$$

$$= \frac{262}{60}$$

$$= 4.366667$$

Table 19. MIS dan MSS Menjaga pikiran (hifdzu al-'aql)

NO.	Pernyataan	Total Harapan	MIS	Total Kinerja	MSS
15	Busana karyawan sopan	256	4.2666667	262	4.366667
16	Busana karyawati mengenakan kerudung	258	4.3	264	4.4
17	Pemberian informasi kepada anggota dengan jelas	257	4.2833333	256	4.266667
18	Pegawai koperasi menguasai pengetahuan seputar koperasi	260	4.3333333	260	4.333333

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

19	Pegawai koperasi selalu bersedia membantu anggota yang mengalami kesulitan.	264	4.4	264	4.4
20	Produk tabungan mendorong anggota giat menabung	263	4.3833333	263	4.383333
21	Prosedur pencairan pembiayaan sesuai dengan ketentuan	258	4.3	266	4.433333
22	Tidak ada biaya administrasi tiap bulan	260	4.3333333	264	4.4
23	Sistem teknologi yang menunjang	256	4.2666667	261	4.35

(Sumber : Data olahan)

b. Membuat *Weighted Total* (WF)

Bobot ini merupakan presentase nilai MIS per atribut terhadap total MIS seluruh atribut. *Weighted Total* (WF) merupakan nilai *Mean Importance Score* (MIS) dibagi jumlah ke keseluruhan *Mean Importance Score* (MIS) dan dikali 100.

Contoh perhitungan nilai *Weighted Total* (WF) pada atribut Busana karyawan sopan :

$$\mathbf{WF} = \frac{\mathbf{MIS_i}}{\sum_{t=1}^{n} \boldsymbol{MIS_i}}$$

$$= \frac{4.266667}{4.266667 + 4.3 + 4.283333 + \ldots\ldots + 4.266667}$$

$$= \frac{4.266667}{38.86667}$$

$$= 10.98$$

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Table 20. WF Menjaga pikiran (hifdzu al-'aql)

NO.	Pernyataan	Nilai MIS	Nilai WF (%)
15	Busana karyawan sopan	4.266667	10.98
16	Busana karyawati mengenakan kerudung	4.3	11.06
17	Pemberian informasi kepada anggota dengan jelas	4.283333	11.02
18	Pegawai koperasi menguasai pengetahuan seputar koperasi	4.333333	11.15
19	Pegawai koperasi selalu bersedia membantu anggota yang mengalami kesulitan.	4.4	11.32
20	Produk tabungan mendorong anggota giat menabung	4.383333	11.28
21	Prosedur pencairan pembiayaan sesuai dengan ketentuan	4.3	11.06
22	Tidak ada biaya administrasi tiap bulan	4.333333	11.15
23	Sistem teknologi yang menunjang	4.266667	10.98
Jumlah nilai MIS		38.86667	

(Sumber : Data olahan)

c. Membuat *Weight Score* (WS)

Bobot ini merupakan perkalian antara *Weighted Total* (WF) dengan *Mean Satisfaction Score* (MSS)

Wsi = Wfi x MSS

Dimana: I = antribut pelayan ke-i

Contoh perhitungan nilai (WSi) pada atribut Busana karyawan sopan :

WSi = Wfi x MSS

= 10.98% x 4.37

= 47.94

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Table 21. WS Menjaga pikiran (hifdzu al-'aql)

NO.	Pernyataan	Nilai WF	Nilai MSS	Nilai WS
15	Busana karyawan sopan	10.98	4.37	47.94
16	Busana karyawati mengenakan kerudung	11.06	4.40	48.68
17	Pemberian informasi kepada anggota dengan jelas	11.02	4.27	47.02
18	Pegawai koperasi menguasai pengetahuan seputar koperasi	11.15	4.33	48.31
19	Pegawai koperasi selalu bersedia membantu anggota yang mengalami kesulitan.	11.32	4.40	49.81
20	Produk tabungan mendorong anggota giat menabung	11.28	4.38	49.43
21	Prosedur pencairan pembiayaan sesuai dengan ketentuan	11.06	4.43	49.05
22	Tidak ada biaya administrasi tiap bulan	11.15	4.40	49.06
23	Sistem teknologi yang menunjang	10.98	4.35	47.75

(Sumber : Data olahan)

d. Menghitung Weighted Total (WT)

yaitu menjumlahkan *weighted score* dari semua atribut.

$\sum_{i=1}^{p} \boldsymbol{WSi}$ **= WT**

WT = 47.94+ 48.68+ 47.02+ 48.31+ 49.81+ 49.43+ 49.05+49.06 + 47.75

= 437,05

e. Menentukan CSI

Skala kepuasan konsumen yang umum dipakai dalam interpresentasi index adalah skala nol sampai satu atau sampai seratus. Untuk menentukan CSI adalah Weighted Total (WT) dikali 100 persen kemudian dibagi 5 (Jumlah skala yang digunakan):

$$\text{CSI} = \frac{\sum_{i=1}^{p} \boldsymbol{WSi} \ \textbf{x 100\%}}{\textbf{5}}$$

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dimana :

p = jumlah atribut kepentingan

5 = jumlah skala

$$\textbf{CSI} = \frac{\textbf{437,05 x 100\%}}{\textbf{5}}$$

= 87,4107 %

Hasil perhitungan CSI (*Customer Satisfaction Index)* dalam prinsip maqasid syariah pada *hifdzu-aql* adalah 87,4107% yang artinya anggota koperasi sangat puas.

4) **Perhitungan CSI *(Customer Satisfaction Index)* dari perspektif maqasid syariah dalam Menjaga keturunan *(hifdzu-nasl)***

a. Menentukan *Mean Importance Score* (MIS) dan *Mean Satisfaction Score* (MSS)

Langkah yang pertama kali dilakukan untuk menentuka CSI (*Customer Satisfaction Index)* adalah menentukan nilai rata-rata dari tiap atribut-atribut pada tingkat kepentingan dan tingkat kinerja, adapun untuk perhitungannya sebagai beriku:

$$\textbf{MIS} = \frac{\sum_{t=1}^{n} Yi}{\textbf{n}} \quad \text{dan} \quad \textbf{MSS} = \frac{\sum_{t=1}^{n} Xi}{\textbf{n}}$$

keterangan:

n = jumlah reponden

Yi = Nilai kepentingan antribut ke-i

Xi = Nilai kinerja antribut ke-i

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Contoh perhitungan nilai MIS pada atribut Adanya produk simpanan untuk nikahan (Y1):

$$\textbf{MIS} = \frac{\sum_{t=1}^{n} Yi}{n}$$

$$= \frac{(4+4+5+4+5+\ldots..+4)}{60}$$

$$= \frac{257}{60}$$

$$= 4.2833333$$

Contoh perhitungan nilai MSS pada atribut Adanya produk simpanan untuk nikahan (X1):

$$\textbf{MSS} = \frac{\sum_{t=1}^{n} Xi}{n}$$

$$= \frac{(4+4+5+4+5+\ldots..+4)}{60}$$

$$= \frac{254}{60}$$

$$= 4.233333$$

Table 22. MIS dan MSS dalam Menjaga keturunan (hifdzu-nasl)

NO.	Pernyataan	Total Harapan	MIS	Total Kinerja	MSS
24	Adanya produk simpanan untuk nikahan	257	4.2833333	254	4.233333
25	Adanya produk simpanan untuk walimah	257	4.2833333	255	4.25

(Sumber : Data olahan)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Membuat *Weighted Total* (WF)

Bobot ini merupakan presentase nilai MIS per atribut terhadap total MIS seluruh atribut. *Weighted Total* (WF) merupakan nilai *Mean Importance Score* (MIS) dibagi jumlah ke keseluruhan *Mean Importance Score* (MIS) 434,62

Contoh perhitungan nilai *Weighted Total* (WF) pada atribut Pelayanan yang sesuai dengan syariah Islam :

$$\mathbf{WF} = \frac{\mathbf{MIS_i}}{\sum_{t=1}^{n} \boldsymbol{MIS}_i}$$

$$= \frac{4.283333}{4.283333 + 4.283333}$$

$$= \frac{4.283333}{8.566667}$$

$$= 50.00$$

Table 23. WF dalam Menjaga keturunan (hifdzu-nasl)

NO.	Pernyataan	Nilai MIS	Nilai WF (%)
24	Adanya produk simpanan untuk nikahan	4.283333	50.00
25	Adanya produk simpanan untuk walimah	4.283333	50.00
Jumlah Nilai MIS		8.566667	

(Sumber : Data olahan)

c. Membuat *Weight Score* (WS)

Bobot ini merupakan perkalian antara *Weighted Total* (WF) dengan *Mean Satisfaction Score* (MSS)

Wsi = Wfi x MSS

Dimana: I = antribut pelayan ke-i

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Contoh perhitungan nilai (WSi) pada atribut Adanya produk simpanan untuk nikahan :

WSi = Wfi x MSS

= 50.00% x 4.23

= 211.67

Table 24. WS dalam Menjaga keturunan (hifdzu-nasl)

NO.	Pernyataan	Nilai WF	Nilai MSS	Nilai WS
24	Adanya produk simpanan untuk nikahan	50.00	4.23	211.67
25	Adanya produk simpanan untuk walimah	50.00	4.25	212.50

(Sumber : Data olahan)

d. Menghitung Weighted Total (WT)

yaitu menjumlahkan *weighted score* dari semua atribut.

$\sum_{i=1}^{p} \boldsymbol{WSi}$ **= WT**

WT = 211.67+ 212.50

= 424,17

e. Menentukan CSI

Skala kepuasan konsumen yang umum dipakai dalam interpresentasi index adalah skala nol sampai satu atau sampai seratus. Untuk menentukan CSI adalah Weighted Total (WT) dikali 100 persen kemudian dibagi 5 (Jumlah skala yang digunakan)

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^{p} \boldsymbol{WSi} \ \mathbf{x\ 100\%}}{\mathbf{5}}$$

Dimana :

p = jumlah atribut kepentingan

5 = jumlah skala

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

$$CSI = \frac{424{,}17 \times 100\%}{5}$$

$$= 84{,}8333\ \%$$

Hasil perhitungan CSI (*Customer Satisfaction Index)* dalam prinsip maqasid syariah pada *hifdzu-nasl* adalah 84,8333% yang artinya anggota koperasi sangat puas.

5) Perhitungan CSI *(Customer Satisfaction Index)* dari perspektif maqasid syariah dalam Menjaga harta *(hifdzu-mal)*

a. Menentukan *Mean Importance Score* (MIS) dan *Mean Satisfaction Score* (MSS)

Langkah yang pertama kali dilakukan untuk menentuka CSI (*Customer Satisfaction Index)* adalah menentukan nilai rata-rata dari tiap atribut-atribut pada tingkat kepentingan dan tingkat kinerja, adapun untuk perhitungannya sebagai beriku:

$$\mathbf{MIS} = \frac{\sum_{t=1}^{n} Yi}{\mathbf{n}} \quad \text{dan} \quad \mathbf{MSS} = \frac{\sum_{t=1}^{n} Xi}{\mathbf{n}}$$

keterangan:

n = jumlah reponden

Yi = Nilai kepentingan antribut ke-i

Xi = Nilai kinerja antribut ke-i

Contoh perhitungan nilai MIS pada atribut Ketepatan waktu dalam penyelengaraan Rapat Anggota Tahunan (RAT), (Y1):

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

$$\textbf{MIS} = \frac{\sum_{t=1}^{n} Yi}{n}$$

$$= \frac{(4+4+5+4+5+\ldots..+4)}{60}$$

$$= \frac{258}{60}$$

$$= 4.3$$

Contoh perhitungan nilai MSS pada atribut Ketepatan waktu dalam penyelengaraan Rapat Anggota Tahunan (RAT), (X1):

$$\textbf{MSS} = \frac{\sum_{t=1}^{n} Xi}{n}$$

$$= \frac{(4+4+5+4+5+\ldots..+4)}{60}$$

$$= \frac{263}{60}$$

$$= 4.383333$$

Table 25. MIS dan MSS dalam Menjaga harta (hifdzu-mal)

NO.	Pernyataan	Total Harapan	MIS	Total Kinerja	MSS
26	Ketepatan waktu dalam penyelengaraan Rapat Anggota Tahunan (RAT)	258	4.3	263	4.383333
27	Koperasi selalu menjamin kerahasiaan simpanan.	263	4.3833333	258	4.3
28	Produk yang sesuai syariat Islam	265	4.4166667	256	4.266667
29	Penerapan produk zakat yang sesuai	265	4.4166667	259	4.316667
30	Pengalokasian harta dengan halal	262	4.3666667	261	4.35

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

NO.	Pernyataan	Total Harapan	MIS	Total Kinerja	MSS
31	Fasilitas produk yang memudahkan anggota dengan adanya transfer langsung dari tabungan ke rekening bank pribadi.	263	4.3833333	261	4.35
32	Bagi hasil yang diberikan kepada angggota menguntungkan anggota.	263	4.3833333	263	4.383333
33	Margin yang diberikan kepada angggota menguntungkan anggota.	264	4.4	262	4.366667
34	Keadilan memberikan biaya pada anggota yang mengajukan pembiayaan	267	4.45	264	4.4

(Sumber : Data olahan)

b. Membuat *Weighted Total* (WF)

Bobot ini merupakan presentase nilai MIS per atribut terhadap total MIS seluruh atribut. *Weighted Total* (WF) merupakan nilai *Mean Importance Score* (MIS) dibagi jumlah ke keseluruhan *Mean Importance Score* (MIS) dan dikali 100.

Contoh perhitungan nilai *Weighted Total* (WF) pada atribut Ketepatan waktu dalam penyelengaraan Rapat Anggota Tahunan (RAT) :

$$\mathbf{WF} = \frac{\mathbf{MIS_i}}{\sum_{t=1}^{n} \boldsymbol{MIS}_i}$$

$$= \frac{4{,}3}{4{,}3 + 4{,}383333 + 4{,}416667 + \ldots\ldots + 4.45}$$

$$= \frac{4.3}{39{,}5}$$

$$= 10.89$$

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Table 26. WF dalam Menjaga harta (hifdzu-mal)

NO.	Pernyataan	Nilai MIS	Nilai WF (%)
26	Ketepatan waktu dalam penyelengaraan Rapat Anggota Tahunan (RAT)	4.3	10.89
27	Koperasi selalu menjamin kerahasiaan simpanan.	4.383333	11.10
28	Produk yang sesuai syariat Islam	4.416667	11.18
29	Penerapan produk zakat yang sesuai	4.416667	11.18
30	Pengalokasian harta dengan halal	4.366667	11.05
31	Fasilitas produk yang memudahkan anggota dengan adanya transfer langsung dari tabungan ke rekening bank pribadi.	4.383333	11.10
32	Bagi hasil yang diberikan kepada angggota menguntungkan anggota.	4.383333	11.10
33	Margin yang diberikan kepada angggota menguntungkan anggota.	4.4	11.14
34	Keadilan memberikan biaya pada anggota yang mengajukan pembiayaan	4.45	11.27
Jumlah nilai MIS		39.5	

(Sumber : Data olahan)

c. Membuat *Weight Score* (WS)

Bobot ini merupakan perkalian antara *Weighted Total* (WF) dengan *Mean Satisfaction Score* (MSS)

Wsi = Wfi x MSS

Dimana: I = antribut pelayan ke-i

Contoh perhitungan nilai (WSi) pada atribut Ketepatan waktu dalam penyelengaraan Rapat Anggota Tahunan (RAT):

WSi = Wfi x MSS

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

= 10.89% x 4.38

= 47.72

Table 27. WS dalam Menjaga harta (hifdzu-mal)

NO.	Pernyataan	Nilai WF	Nilai MSS	Nilai WS
26	Ketepatan waktu dalam penyelengaraan Rapat Anggota Tahunan (RAT)	10.89	4.38	47.72
27	Koperasi selalu menjamin kerahasiaan simpanan.	11.10	4.30	47.72
28	Produk yang sesuai syariat Islam	11.18	4.27	47.71
29	Penerapan produk zakat yang sesuai	11.18	4.32	48.27
30	Pengalokasian harta dengan halal	11.05	4.35	48.09
31	Fasilitas produk yang memudahkan anggota dengan adanya transfer langsung dari tabungan ke rekening bank pribadi.	11.10	4.35	48.27
32	Bagi hasil yang diberikan kepada angggota menguntungkan anggota.	11.10	4.38	48.64
33	Margin yang diberikan kepada angggota menguntungkan anggota.	11.14	4.37	48.64
34	Keadilan memberikan biaya pada anggota yang mengajukan pembiayaan	11.27	4.40	49.57

(Sumber : Data olahan)

d. Menghitung Weighted Total (WT)

yaitu menjumlahkan *weighted score* dari semua atribut.

$\sum_{i=1}^{p} \boldsymbol{WSi}$ **= WT**

WT =47.72+47.72+47.71+48.27+ 48.09+ 48.27+ 48.64+48.64+49.57

= 434,62

e. Menentukan CSI

Skala kepuasan konsumen yang umum dipakai dalam interpresentasi index adalah skala nol sampai satu atau sampai seratus. Untuk

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menentukan CSI adalah Weighted Total (WT) dikali 100 persen kemudian dibagi 5 (Jumlah skala yang digunakan)

$$\textbf{CSI} = \frac{\sum_{i=1}^{p} \boldsymbol{WSi} \ \textbf{x 100\%}}{\textbf{5}}$$

Dimana :

p = jumlah atribut kepentingan

5 = jumlah skala

$$\text{CSI} = \frac{\textbf{434,62 x 100\%}}{\textbf{5}}$$

= 86,9245 %

Hasil perhitungan CSI (*Customer Satisfaction Index)* dalam prinsip maqasid syariah pada *hifdzu-mal* adalah 86,9245 %yang artinya anggota koperasi sangat puas.

Dengan perhitungan tersebut maka tiap-tiap prinsip maqasid syariah dapat diketahui secara rinci tingkat kepuasan yang dirasakan oleh anggota koperasi. Namun untuk mengetahui secara keseluhan tingkat kepuasan pelanggan dari perspektif maqasid syariah, dapat dilihat pada perhitungan CSI (*Customer Satisfaction Index*) sebagai berikut:

a) Menentukan *Mean Importance Score* (MIS) dan *Mean Satisfaction Score* (MSS)

Menentukan *Mean Importance Score* (MIS) adalah rata-rata skor pentingnya atribut yang berasal dari rata-rata harapan tiap responden. sedangkan *Mean Satisfaction Score* (MSS) adalah rata-rata kenyataan suatu atribut yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berasal dari data-rata kinerja koperasi yang dirasakan oleh anggota/responden.

Nilai ini berskala dari rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja.

$$\textbf{MIS} = \frac{\sum_{t=1}^{n} Yi}{\textbf{n}} \quad \text{dan} \quad \textbf{MSS} = \frac{\sum_{t=1}^{n} Xi}{\textbf{n}}$$

keterangan:

n = jumlah reponden

Yi = Nilai kepentingan antribut ke-i

Xi = Nilai kinerja antribut ke-i

Contoh perhitungan nilai MIS pada atribut Pelayanan yang sesuai dengan syariah Islam (Y1):

$$\textbf{MIS} = \frac{\sum_{t=1}^{n} Yi}{\textbf{n}}$$

$$= \frac{(4+4+5+4+5+\ldots..+4)}{60}$$

$$= \frac{267}{60}$$

$$= 4{,}45$$

Contoh perhitungan nilai MSS pada atribut Pelayanan yang sesuai dengan syariah Islam (X1):

$$\textbf{MSS} = \frac{\sum_{t=1}^{n} Xi}{n}$$

$$= \frac{(4+4+5+4+5+\ldots..+4)}{60}$$

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

$$= \frac{271}{60}$$

$$= 4{,}516666667$$

Rata-rata hasil keseluruhan nilai harapan dan kinerja tiap atribut dapat dilihat pada table berikut:

Table 28. ***Mean Importance Score*** **(MIS) dan (*Mean Satisfaction Score*) MSS**

NO.	Pernyataan	Total Harapan	MIS	Total Kinerja	MSS
	Menjaga Agama *(Hifdzu Din)*				
1	Semua system pelayanan menggunakan pedoman syariat Islam	264	4.4	266	4.433333333
2	Pelayanan yang sesuai dengan syariah Islam	267	4.45	271	4.516666667
3	Pinjaman tanpa margin	271	4.5166667	269	4.483333333
4	Adanya Mushalla	267	4.45	265	4.416666667
5	Semua akad menggunakan pedoman syariat Islam	270	4.5	276	4.6
6	Adanya nisbah bagi hasil	266	4.4333333	273	4.55
7	Nisbah bagi hasil yang kempetitif	263	4.3833333	272	4.533333333
8	Nama nama produk yang sesuai dengan Syariah	266	4.4333333	275	4.583333333
	Menjaga jiwa *(hifdzu-nafs)*				
9	Keamanan (cctv)	256	4.2666667	239	3.983333333
10	Lokasi yang startegis	252	4.2	234	3.9
11	Adanya produk simpanan kreasi yang menguntungkan	261	4.35	255	4.25
12	Bagi hasil diberikan kepada anggota sesuai dengan kualitas produk deposito KSPPS Muamalah Berkah sejahtera.	263	4.3833333	265	4.416666667
13	Margin diberikan kepada anggota sesuai dengan kualitas produk pembiayaan KSPPS Muamalah Berkah sejahtera	259	4.3166667	260	4.333333333

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

NO.	Pernyataan	Total Harapan	MIS	Total Kinerja	MSS
14	Pemberian pembiayaan sesuai dengan yang dibutuhkan	260	4.3333333	263	4.383333333
	Menjaga jiwa *(hifdzu-nafs)*				
15	Busana karyawan sopan	256	4.2666667	262	4.366666667
16	Busana karyawati mengenakan kerudung	258	4.3	264	4.4
17	Pemberian informasi kepada anggota dengan jelas	257	4.2833333	256	4.266666667
18	Pegawai koperasi menguasai pengetahuan seputar koperasi	260	4.3333333	260	4.333333333
19	Pegawai koperasi selalu bersedia membantu anggota yang mengalami kesulitan.	264	4.4	264	4.4
20	Produk tabungan mendorong anggota giat menabung	263	4.3833333	263	4.383333333
21	Prosedur pencairan pembiayaan sesuai dengan ketentuan	258	4.3	266	4.433333333
22	Tidak ada biaya administrasi tiap bulan	260	4.3333333	264	4.4
23	Sistem teknologi yang menunjang	256	4.2666667	261	4.35
	Menjaga keturunan *(hifdzu-nasl)*				
24	Adanya produk simpanan untuk nikahan	257	4.2833333	254	4.233333333
25	Adanya produk simpanan untuk walimah	257	4.2833333	255	4.25
	Menjaga harta *(hifdzu-mal)*				
26	Ketepatan waktu dalam penyelengaraan Rapat Anggota Tahunan (RAT)	258	4.3	263	4.383333333
27	Koperasi selalu menjamin kerahasiaan simpanan.	263	4.3833333	258	4.3
28	Produk yang sesuai syariat Islam	265	4.4166667	256	4.266666667
29	Penerapan produk zakat yang sesuai	265	4.4166667	259	4.316666667
30	Pengalokasian harta dengan halal	262	4.3666667	261	4.35

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

NO.	Pernyataan	Total Harapan	MIS	Total Kinerja	MSS
31	Fasilitas produk yang memudahkan anggota dengan adanya transfer langsung dari tabungan ke rekening bank pribadi.	263	4.3833333	261	4.35
32	Bagi hasil yang diberikan kepada angggota menguntungkan anggota.	263	4.3833333	263	4.383333333
33	Margin yang diberikan kepada angggota menguntungkan anggota.	264	4.4	262	4.366666667
34	Keadilan memberikan biaya pada anggota yang mengajukan pembiayaan	267	4.45	264	4.4

(Sumber : Data olahan)

b) Membuat *Weighted Total* (WF)

Bobot ini merupakan presentase nilai *Mean Importance Score* (MIS) per-atribut terhadap total MIS seluruh atribut.

Contoh perhitungan nilai *Weighted Total* (WF) pada atribut Pelayanan yang sesuai dengan syariah Islam :

$$\mathbf{WF} = \frac{\mathbf{MIS_i}}{\sum_{t=1}^{n} \boldsymbol{MIS_i}}$$

$$= \frac{4{,}45}{4{,}4 + 4{,}45 + 4.516666667 + \ldots\ldots + 4{,}45}$$

$$= 3{,}00$$

Berikut adalah rekapitulasi hasil perhitungan *Weighted Total* (WF):

Table 29. hasil perhitungan Weighted Total (WF)

NO.	Pernyataan	Nilai MIS	Nilai WF (%)
	Menjaga Agama *(Hifdzu Din)*		
1	Semua system pelayanan menggunakan pedoman syariat Islam	4.4	2.97

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

NO.	Pernyataan	Nilai MIS	Nilai WF (%)
2	Pelayanan yang sesuai dengan syariah Islam	4.45	3.00
3	Pinjaman tanpa margin	4.516666667	3.04
4	Adanya Mushalla	4.45	3.00
5	Semua akad menggunakan pedoman syariat Islam	4.5	3.03
6	Adanya nisbah bagi hasil	4.433333333	2.99
7	Nisbah bagi hasil yang kempetitif	4.383333333	2.95
8	Nama nama produk yang sesuai dengan syariah	4.433333333	2.99
	Menjaga jiwa *(hifdzu-nafs)*		
9	Keamanan (cctv)	4.266666667	2.88
10	Lokasi yang startegis	4.2	2.83
11	Adanya produk simpanan kreasi yang menguntungkan	4.35	2.93
12	Bagi hasil diberikan kepada anggota sesuai dengan kualitas produk deposito KSPPS Muamalah Berkah sejahtera.	4.383333333	2.95
13	Margin diberikan kepada anggota sesuai dengan kualitas produk pembiayaan KSPPS Muamalah Berkah sejahtera	4.316666667	2.91
14	Pemberian pembiayaan sesuai dengan yang dibutuhkan	4.333333333	2.92
	Menjaga jiwa *(hifdzu-nafs)*		
15	Busana karyawan sopan	4.266666667	2.88
16	Busana karyawati mengenakan kerudung	4.3	2.90
17	Pemberian informasi kepada anggota dengan jelas	4.283333333	2.89
18	Pegawai koperasi menguasai pengetahuan seputar koperasi	4.333333333	2.92
19	Pegawai koperasi selalu bersedia membantu anggota yang mengalami kesulitan.	4.4	2.97
20	Produk tabungan mendorong anggota giat menabung	4.383333333	2.95
21	Prosedur pencairan pembiayaan sesuai dengan ketentuan	4.3	2.90
22	Tidak ada biaya administrasi tiap bulan	4.333333333	2.92
23	Sistem teknologi yang menunjang	4.266666667	2.88

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

NO.	Pernyataan	Nilai MIS	Nilai WF (%)
	Menjaga keturunan *(hifdzu-nasl)*		
24	Adanya produk simpanan untuk nikahan	4.283333333	2.89
25	Adanya produk simpanan untuk walimah	4.283333333	2.89
	Menjaga harta *(hifdzu-mal)*		
26	Ketepatan waktu dalam penyelengaraan Rapat Anggota Tahunan (RAT)	4.3	2.90
27	Koperasi selalu menjamin kerahasiaan simpanan.	4.383333333	2.95
28	Produk yang sesuai syariat Islam	4.416666667	2.98
29	Penerapan produk zakat yang sesuai	4.416666667	2.98
30	Pengalokasian harta dengan halal	4.366666667	2.94
31	Fasilitas produk yang memudahkan anggota dengan adanya transfer langsung dari tabungan ke rekening bank pribadi.	4.383333333	2.95
32	Bagi hasil yang diberikan kepada angggota menguntungkan anggota.	4.383333333	2.95
33	Margin yang diberikan kepada angggota menguntungkan anggota.	4.4	2.97
34	Keadilan memberikan biaya pada anggota yang mengajukan pembiayaan	4.45	3.00
Jumlah Nilai MIS		148.35	

(Sumber : Data olahan)

c) Membuat *Weight Score* (WS)

Bobot ini merupakan perkalian antara *Weighted Total* (WF) dengan *Mean Satisfaction Score* (MSS)

WSi = Wfi x MSS

Dimana: I = antribut pelayan ke-i

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Contoh perhitungan nilai (WSi) pada atribut Pelayanan yang sesuai dengan syariah Islam :

WSi = Wfi x MSS

= 3,00 % x 4,52

= 13,55

Berikut adalah rekapitulasi hasil perhitungan *Weight Score* (WS):

Table 30. hasil perhitungan Weight Score (WS)

NO.	Pernyataan	Nilai WF	Nilai MSS	Nilai WS
	Menjaga Agama *(Hifdzu Din)*			
1	Semua system pelayanan menggunakan pedoman syariat Islam	2.97	4.43	13.15
2	Pelayanan yang sesuai dengan syariah Islam	3.00	4.52	13.55
3	Pinjaman tanpa margin	3.04	4.48	13.65
4	Adanya Mushalla	3.00	4.42	13.25
5	Semua akad menggunakan pedoman syariat Islam	3.03	4.60	13.95
6	Adanya nisbah bagi hasil	2.99	4.55	13.60
7	Nisbah bagi hasil yang kempetitif	2.95	4.53	13.39
8	Nama nama produk yang sesuai dengan syariah	2.99	4.58	13.70
	Menjaga jiwa *(hifdzu-nafs)*			
9	Keamanan (cctv)	2.88	3.98	11.46
10	Lokasi yang startegis	2.83	3.90	11.04
11	Adanya produk simpanan kreasi yang menguntungkan	2.93	4.25	12.46
12	Bagi hasil diberikan kepada anggota sesuai dengan kualitas produk deposito KSPPS Muamalah Berkah sejahtera.	2.95	4.42	13.05
13	Margin diberikan kepada anggota sesuai dengan kualitas produk pembiayaan KSPPS Muamalah Berkah sejahtera	2.91	4.33	12.61
14	Pemberian pembiayaan sesuai dengan yang dibutuhkan	2.92	4.38	12.80
	Menjaga jiwa *(hifdzu-nafs)*			
15	Busana karyawan sopan	2.88	4.37	12.56

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

NO.	Pernyataan	Nilai WF	Nilai MSS	Nilai WS
16	Busana karyawati mengenakan kerudung	2.90	4.40	12.75
17	Pemberian informasi kepada anggota dengan jelas	2.89	4.27	12.32
18	Pegawai koperasi menguasai pengetahuan seputar koperasi	2.92	4.33	12.66
19	Pegawai koperasi selalu bersedia membantu anggota yang mengalami kesulitan.	2.97	4.40	13.05
20	Produk tabungan mendorong anggota giat menabung	2.95	4.38	12.95
21	Prosedur pencairan pembiayaan sesuai dengan ketentuan	2.90	4.43	12.85
22	Tidak ada biaya administrasi tiap bulan	2.92	4.40	12.85
23	Sistem teknologi yang menunjang	2.88	4.35	12.51
	Menjaga keturunan *(hifdzu-nasl)*			
24	Adanya produk simpanan untuk nikahan	2.89	4.23	12.22
25	Adanya produk simpanan untuk walimah	2.89	4.25	12.27
	Menjaga harta *(hifdzu-mal)*			
26	Ketepatan waktu dalam penyelengaraan Rapat Anggota Tahunan (RAT)	2.90	4.38	12.71
27	Koperasi selalu menjamin kerahasiaan simpanan.	2.95	4.30	12.71
28	Produk yang sesuai syariat Islam	2.98	4.27	12.70
29	Penerapan produk zakat yang sesuai	2.98	4.32	12.85
30	Pengalokasian harta dengan halal	2.94	4.35	12.80
31	Fasilitas produk yang memudahkan anggota dengan adanya transfer langsung dari tabungan ke rekening bank pribadi.	2.95	4.35	12.85
32	Bagi hasil yang diberikan kepada angggota menguntungkan anggota.	2.95	4.38	12.95
33	Margin yang diberikan kepada angggota menguntungkan anggota.	2.97	4.37	12.95
34	Keadilan memberikan biaya pada anggota yang mengajukan pembiayaan	3.00	4.40	13.20

(Sumber : Data olahan)

c) Menghitung Weighted Total (WT)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yaitu menjumlahkan weighted score dari semua variabel.

$$\sum_{i=1}^{p} \boldsymbol{WSi} \quad = \mathbf{WT}$$

WT = 436,38

d) Menentukan CSI (*Customer Satisfaction Index*)

Skala kepuasan konsumen yang umum dipakai dalam interpresentasi index adalah skala nol sampai satu atau sampai seratus.

$$\text{CSI} = \frac{\sum_{i=1}^{p} \boldsymbol{WSi} \ \mathbf{x\ 100\%}}{\mathbf{5}}$$

Dimana :

p = jumlah atribut kepentingan

5 = jumlah skala

$$\text{CSI} = \frac{\sum_{i=1}^{p} \boldsymbol{WSi} \ \mathbf{x\ 100\%}}{\mathbf{5}}$$

$$= \frac{436,38}{5}$$

= 87,27678538 %

Berdasarkan pengolahan data dapat diketahui hasil dari nilai rata-rata masing-masing atribut kepentingan *Mean Importance Score* (MIS) dan nilai rata-rata masing-masing *Mean Satisfaction Score* (MSS). Atribut pinjaman tanpa margin mendapatkan nilai paling tinggi dengan nilai kepentingan 4,516666667, sedangkan atribut yang mendapatkan nilai kepentingan paling rendah adalah atribut lokasi yang strategis dengan nilai kepentingan 4,2. Atribut yang menadapatkan nilai kinerja tertinggi adalah atribut semua akad pada produk koperasi sesuai dengan pedoman syariah dengan nilai kinerja sebesar

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4,6, sedangkan nilai kinerja terendah adalah lokasi yang strategis dengan nilai kinerja 3,9.

Hasil analisis dengan menggunakan metode CSI (*Customer Satisfaction Index*) menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan dai perspektif maqasid syariah sebesar 87,27678538**%** yang berarti nilai tersebut berada pada kategori **sangat puas**. Hal ini menunjukkan bahwa anggota KSPPS Muamalah Berkah sejahtera sangat puas terhadap kinerja dan pelayanan yang diberikan KSPPS Muamalah Berkah sejahtera dalam perspektif maqasid syariah. Pihak KSPPS Muamalah Berkah sejahtera harus bisa konsisten terhadap atas kinerja dan pelayanan yang diberikan kepada anggota, dan juga harus meningkatkan pelayanan agar anggota lebih puas lagi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V

PEMBAHASAN

A. Analisis Index kepuasan berdasarkan hifdzu-din (menjaga agama)

Hasil perhitungan CSI (*Customer Satisfaction Index)* dalam prinsip maqasid syariah pada *hifdzu-din* relative tinggi yaitu 90,2935 %, hal tersebut menunjukkan bahwa anggota merasa sangat puas terhadap kinerja yang diberikan KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera.

Hal tersebut sesuai dengan ayat al-Qur'an pada surat az-Zariyat : 56

وَمَاخَلَقْتُ الجِنَّ وَالإِنْسَ الاِلِيَعْبُدُوْن

"Dan aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan mereka mengabdi kepadaku (Q.S. az-Zariyat:56). dalam ayat tersebut diperintahkan agar manusia beribadah. Dengan melaksanakan ibadah (shalat, zakat, puasa, haji, zikir, doa, dan lain-lain) maka manusia tersebut akan terjaga agamanya atau dengan melaksanakan ibadah merupakan salah satu cara dalam *hifdzu-din* (menjaga agama).

Hal tersebut juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan Puji Lestari yang menyatakan bahwa kepuasan kerja tercapai dari maqasid syariah pada prinsip *hifdzu-din* (menjaga agama) karena seluruh karyawan melaksanakan shalat wajib tepat waktu, menutup aurat, membayar zakat, puasa Ramadhan dan merayakan hari besar Islam[50].

Menurut para responden/anggota anggota sangat puas terhadap kinerja KSPPS Muamalah Berkah sejahtera berdasarkan prinsip maqasid syariah pada *hifdzu-din* karena hampir seluruh anggota yang menjadi responden pada

[50] Puji Lestari, "Studi Tingkat Kepuasan Kerja Dan Pencapaian Maqashid Syariah Karyawan Takaful Keluarga Yogyakarta" (Skripsi—UII, Yogyakarta, 2018), 53.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penelitian ini memiliki tujuan sama yaitu menjauhkan diri dari praktik riba dan mendekatkan diri kepada Allah dijalan yang benar dalam bermuamalah, hal tersebut sudah diterapkan pada KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera selaku lembaga keuangan syariah. KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera juga menggunakan Al-Qur'an, hadist dan hukum Islam lainnya sebagai pedoman dalam menjalankan segala system operasional dan produknya.

B. Analisis Index kepuasan berdasarkan *hifdzu-nafs* (menjaga jiwa)

Dari hasil perhitungan CSI (*Customer Satisfaction Index)* dalam prinsip maqasid syariah pada *hifdzu-nafs* adalah 84,2729% hal tersebut menujukkan bahwa anggota koperasi KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera sangat puas atas kinerja yang telah diterima oleh anggota berdasarkan prinsip maqasid syariah pada *hifdzu-nafs*.

Hal tersebut sesuai dengan ayat al-Qur'an dalam surat al-Baqarah ayat 178 dan surat an-Nisaa ayat 29, dalam ayat ayat tersebut dijelaskan tentang dilarangnya perbuatan membunuh dan bunuh diri. dilarangnya perbuatan tersebut merupakan cara dalam *hifdzu-nafs* (menjaga jiwa).

يٰاَيُّهَا الَّذِيْنَ آمَنُوْ كُتِبَ عَلَيْكُمُ ٱلْقِصَاصُ فِى القَتْلٰى قلى اَلْحُرّ بِالحُرِّوَالعَبْدُ بِالعَبْدِوَالأُنْثَى بِالأُنْثَىۚ فَمَن عُفِيَ لَهُ مِنْ اَخِيْهِ شَيْءٌ فَاتِّبَاعٌ مِالْمَعْرُوْفِ وَاَدَآءٌ اِلَيهِ بِاِحْسَانٍقلى ذالِكَ تَخْفِيْفٌ مِّنْ رَّبِّكُمْ وَرَحْمَةٌ قل فَمَنِ اعْتَدَاى بَعْدَ ذَالِكَ فَلَهُ عَذَابٌ اَلِيْمٌ

"Wahai orang-orang yang beriman! Diwajibkan atas kamu (melaksanakan) qishas berkenaan dengan orang yang dibunuh. Orang merdeka dengan orang merdeka, hamba sahaya dengan hamba sahaya, perempuan dengan perempuan. Tetapi barang siapa memperoleh maaf dari saudaranya, hendaklah dia mengikutinya dengan baik, dan membayar diat (tebusan) kepadanya dengan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

baik (pula). yang demikian itu adalah keringanan dan rahmat dari Tuhanmu. Barang siapa melampaui batas setelah itu, maka ia akan mendapatkan azab yang sangat pedih" (QS. Al-Baqarah: 178). Allah ta'ala mengharamkan membunuh manusia tanpa alasan yang dibenarkan oleh Islam. Jika terjadi sebuah pembunuhan, wajib atasnya ditegakkan qishas. dan Selain larangan menghilangkan nyawa orang lain, Islam juga melarang seseorang untuk melakukan bunuh diri,

وَلَاتَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْماً

"Janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh Allah maha penyayang kepadamu" (QS. An-Nisaa':29).

Hal tersebut juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan Puji Lestari yang menyatakan bahwa kepuasan kerja tercapai dari maqasid syariah pada prinsip *hifdzu-nafs* (menjaga jiwa) karena seluruh karyawan sudah sesuai karena merasa aman dalam bekerja di perusahaan[51].

Menurut para responden/anggota hal tersebut terwujud dari karyawan yang berperilaku, berpakaian dan berkomunikasi secara sopan dan Islami menjadikan anggota sangat puas terhadap kinerja KSPPS Muamalah Berkah sejahtera berdasarkan prinsip maqasid syariah pada *hifdzu-nafs,* dan dalam hal keamanan anggota KSPPS Muamalah Berkah sejahtera juga sudah merasa sangat puas.

[51] Puji Lestari, Skripsi : "*Studi Tingkat Kepuasan Kerja Dan Pencapaian Maqashid Syariah Karyawan Takaful Keluarga Yogyakarta*"…..

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Analisis Index kepuasan berdasarkan *hifdzu al-'aql (*menjaga pikiran)

Hasil perhitungan CSI (*Customer Satisfaction Index)* dalam prinsip maqasid syariah pada *hifdzu-aql* mendapatkan 87,4107% yang artinya anggota koperasi sangat puas terhadap kinerja yang telah diberikan KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera kepada anggota berdasarkan prinsip maqasid syariah pada *hifdzu-aql*.

Hal tersebut sesuai dengan perintah Allah diwajibkannya menuntut ilmu. Dengan menuntut ilmu merupakan cara dalam *hifdzu al-'aql* (menjaga pikiran). Hadis Rasulullah Abu Darda berkata: "Aku mendengar Rasulullah Saw bersabda: "Barangsiapa menempuh jalan untuk mencari ilmu, maka Allah akan menuntunnya menuju surga dan para malaikat akan meletakkan sayap-sayapnya karena senang kepada pencari ilmu, sesungguhnya orang berilmu itu akan dimintakan ampunan oleh (makhluk) yang berada di langit dan di bumi hingga ikan di air, keutamaan orang yang berilmu atas ahli ibadah laksana keutamaan rembulan atas seluruh bintang (HR. Tirmidzi: 2606). Untuk mensyukuri nikmat Allah tersebut, syariat Islam mewajibkan seseorang untuk memelihara akalnya dari apa saja yang akan mengganggunya atau mengurangi fungsi kerjanya.

Hal tersebut juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan Puji Lestari yang menyatakan bahwa kepuasan kerja tercapai dari maqasid syariah pada prinsip *hifdzu al-'aql* (menjaga pikiran) karena Karyawan mendapatkan banyak ilmu dan pengalaman selama bekerja di Takaful Keluarga[52].

[52] Puji Lestari, "Studi Tingkat Kepuasan Kerja Dan Pencapaian Maqashid Syariah Karyawan Takaful Keluarga Yogyakarta" …..

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menurut para responden/anggota *hifdzu al-'aql* (menjaga pikiran) terwujud dengan pegawai selalu mengungkapkan secara detail mengenai system produk dan lain lain yang berhubungan dengan koperasi sehingga anggota koperasi diajak untuk berfikir sekaligus menambah ilmu bagi anggota. hal tersebutlah yang menjadikan anggota sangat puas terhadap kinerja KSPPS Muamalah Berkah sejahtera berdasarkan prinsip maqasid syariah pada *hifdzu-aql*.

D. Analisis Index kepuasan berdasarkan *hifdzu-nasl* (menjaga keturunan)

Hasil perhitungan CSI (*Customer Satisfaction Index)* dalam prinsip maqasid syariah pada *hifdzu-nasl* yaitu 84,8333%. hal tersebut dapat menunjukkan bahwa anggota KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera sangat puas pada kinerja yang telah diberikan kepada anggota berdasarkan prinsip maqasid syariah pada *hifdzu-nasl*.

Salah satu cara untuk menjaga keturunan adalah dengan melakukan pernikahan, sebagai mana hadist yang menjelaskan keutamaan menikah "Nabi SAW bersabda : nikah itu sunnahku, maka siapa yang tidak menyukai sunnahku ia tidak termasuk golonganku". Dari hadis tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa menikah sangat dianjurkan *(muakkad*) bagi setiap orang dewasa. sebab menikah merupakan perilaku para Rasul Allah. apabila seseorang telah mengaku dirinya beriman dan beragama Islam, maka sudah seyogyanya bagi mereka mengikuti dan melaksanakan segala yang telah diperintahkan oleh Allah dan Nabi mereka. Hal tersebut sesuai dengan perintah Allah dalam al-Qur'an surat al-Ra'd: 38

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

وَلَقَدْ اَرْسَلْنَارُسُلًا مِنْ قَبْلِكَ وَجَعَلْنَا لَهُمْ اَزْوَاجًا وَذُرِّيَّةً ۗ وَمَا كَانَ لِرَسُوْلٍ اَنْ يَّأْ تِىَ بِا يَةٍ اِلَّا بِاِذْنِ اللهِ ۗ لِكُلِّ اَجَلٍ كِتَابٌ

"Dan sesunggunnya kami telah mengutus beberapa rasul sebelum kamu dan kami memberikan kepada mereka istri-istri dan keturunan. dan tidak ada hak bagi seorang Rasul mendatangkan suatu ayat (mukjizat) melainkan dengan izin Allah. Bagi tiap-tiap masa ada kitab (yang tertentu).

Dengan dilaksanakannya pernikahan dapat menghindarkan seseorang dari perbuatan zina, dimana perbuatan zina dalam Islam merupakan berbuatan dosa besar, serta dapat menyebarluaskan sejumlah penyakit jasmani maupun rohani. Pernikahan merupakan salah satu cara terlaksananya *hifdzu-nasl* (menjaga keturunan).

Hal tersebut juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan Puji Lestari yang menyatakan bahwa kepuasan kerja tercapai dari maqasid syariah pada prinsip *hifdzu-nasl* (menjaga keturunan) karena perusahaan memberikan tunjangan keluarga serta memberikan biaya persalinan untuk karyawan/istri karyawan dan memberikan biaya kesehatan untuk keluarga[53].

Menurut para responden/anggota hal tersebut terwujud pada penelitian ini dengan adanya produk simpanan untuk nikahan dan walimah, agar menghindarkan responden dari perbuatan zina. produk tersebut yang menjadikan anggota sangat puas terhadap kinerja KSPPS Muamalah Berkah sejahtera berdasarkan prinsip maqasid syariah pada *hifdzu-aql*.

[53] Puji Lestari, "Studi Tingkat Kepuasan Kerja Dan Pencapaian Maqashid Syariah Karyawan Takaful Keluarga Yogyakarta"….

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

E. Analisis Index kepuasan berdasarkan *hifdzu-mal* (menjaga harta)

Hasil perhitungan CSI (*Customer Satisfaction Index)* dalam prinsip maqasid syariah pada *hifdzu-mal* adalah 86,9245 % yang artinya anggota koperasi sangat puas atas kinerja yang telah diberikan KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera berdasarkan prinsip maqasid syariah pada *hifdzu-mal.*

Hal tersebut sesuai dengan ayat al-Qur'an pada surat At-Taubah : 103 yang menjelaskan tentang diwajibkan manusia untuk berzakat, dengan berzakat merupakan salah satu cara *hifdzu-mal* (menjaga harta).

خُذْ مِنْ اَمْوَا لِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُ هُمْ وَتُزَ كِّيْهِمْ بِمَا وَصَلَ عَلَيْهِمْ ۗاِنَّ صَلٰوتَكَ سَكَنٌ لَّهُمْ ۗ وَاللّٰهُ سَمِيْعٌ عَلِيْمٌ

"Ambilah zakat dari sebagian harta meraka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan berdoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketentraman jiwa bagi mereka. Dan Allah maha Mendengar lagi maha mengetahui". Dalam ayat tersebut dijelaskan tentang diwajibkannya untuk berzakat dan dijelaskan pula bahwa dengan zakat, harta menjadi bersih dan suci dikarenakan sebagian harta yang diberikan Allah kepada kita terdapat hak orang lain yang dititipkan kepada kita.

Hal tersebut juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan Puji Lestari yang menyatakan bahwa kepuasan kerja tercapai dari maqasid syariah pada prinsip *hifdzu-mal* (menjaga harta) karena seluruh karyawan harta yang didapat berasal dari cara yang dibenarkan agama Islam dan dilindungi oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI)[54].

[54] Puji Lestari, "Studi Tingkat Kepuasan Kerja Dan Pencapaian Maqashid Syariah Karyawan Takaful Keluarga Yogyakarta"…..

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menurut para responden/anggota, hal tersebut terwujud pada penelitian ini dengan adanya pengalokasian dana ke tempat yang halal, penerapan produk zakat yang sesuai, menjadikan anggota sangat puas terhadap kinerja KSPPS Muamalah Berkah sejahtera berdasarkan prinsip maqasid syariah pada *hifdzu-mal.*

F. Analisis Index kepuasan berdasarkan prinsip-prinsip maqasid Syariah

Tingkat kepuasan anggota KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera jika dilihat dari kelima prinsip maqasid syariah secara global mendapatkan hasil sangat puas, dengan nilai CSI sebesar 87,27678538**%** yang berarti nilai tersebut berada pada kategori **sangat puas**. Hal tersebut menunjukkan bahwa harapan anggota KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera sudah sesuai bahkan sudah melebihi harapan anggota KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera atas kinerja yang diberikan koperasi kepada anggota.

Anggota merasa sangat puas didukung dari berbagai karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan dan lama menjadi nasabah. adapun rincian dari masing-masing karakteristik tersebut adalah:

a. Analisis kepuasan berdasarkan jenis kelamin

Dari hasil pengolahan data responden pada penelitian ini, diketahui bahwa jumlah responden yang digunakan pada penelitian ini didominasi oleh responden perempuan dengan jumlah 42 anggota atau 70% dari responden yang digunakan dalam penelitian, sedangkan jumlah laki-laki sebanyak 18 anggota atau 30 %. Hal ini dapat dikarekan perempuan lebih banyak memiliki waktu luang dan dapat mengatur waktu sehingga bisa menyempatkan untuk datang di kantor KSPPS Muamalah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berkah Sejahterah, dengan tujuan yang bervariasi pula tiap anggota, ada yang datang untuk tujuan menabung ke kantor, ada yang melakukan pembayaran pembiayaan dll. Sedangkan laki-laki sebagian besar tidak memiliki waktu dikarenakan laki-laki sedang bekerja atau dengan kesibukan lain. didukung Kantor KSPPS Muamalah Berkah Sejahterah ini hanya beroprasi di hari kerja (senin-jumat) dijam kerja pula (08.00 – 16.00).

Hasil perhitungan CSI dari perspektif maqasid syariah dapat dikatakan responden perempuan cenderung lebih puas dikarenakan perempuan lebih berpikir sebelum menjadi anggota dengan mempertimbangkan segala sesuatu dimasa yang akan datang atau prospek kerja suatu lembaga, dan tingkat harapan perempuan sudah sesuai dengan apa yang didapatkan dari kinerja yang diberikan koperasi kepada anggota.

b. Analisis kepuasan berdasarkan Usia

Dari hasil pengolahan data responden pada penelitian ini, diketahui bahwa jumlah responden yang digunakan pada penelitian ini didominasi oleh responden yang berumur 30-40 tahun sebanyak 25 anggota dengan jumlah presentase 41 % dari jumlah keseluruhan responden yang digunakan pada penelitian ini, dan responden yang memiliki usia 17-29 tahun dengan jumlah 16 anggota atau 27 % dari jumlah keseluruhan responden sedangkan anggota yang memiliki usia >40 tahun berjumlah 19 anggota atau 32% dari jumlah keseluruhan responden. Hal tersebut dikarenakan anggota yang berusia 30-40 tahun merupakan puncak karier dan financial sehingga diumur 30-40 tahun giat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

datang ke kantor untuk melakukan transaksi menabung atau menyimpan uang mereka guna tabungan hari tua.

Hasil perhitungan CSI dari perspektif maqasid syariah dapat dikatakan responden yang memiliki usia 30-40 tahun cenderung lebih puas dikarenakan anggota yang berusia 30-40 tahun pemikirannya sudah sangat matang untuk memikirkan kualitas kinerja yang didapatkan dari suatu lembaga.

c. Analisis kepuasan berdasarkan pekerjaan

Dari hasil pengolahan data responden pada penelitian ini, diketahui bahwa jumlah responden yang digunakan pada penelitian ini didominasi oleh responden yang bekerja sebagai pegawai swasta sebanyak 35 anggota dengan jumlah presentase 58%, responden yang bekerja sebagai pegawai negri sipil (PNS) sebanyak 19 anggota atau 32% dari responden, pegawai swasta pada penelitian sejumlah 2 orang atau 3% dan responden yang miliki pekerjaan selain pekerjaan-pekerjaan tersebut memiliki jumlah 4 anggota dengan presentase 7%. Hal tersebut dikarenakan responden yang bekerja sebagai pegawai swasta lebih memiliki banyak waktu luang sehingga dapat menyempatkan untuk datang ke kantor KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera.

Hasil perhitungan CSI dari perspektif maqasid syariah dapat dikatakan responden yang bekerja sebagai pegawai swasta cenderung lebih puas dikarenakan pegawai swasta relative memikirkan manfaat yang didapatkan dari kinerja yang diberikan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d. Analisis kepuasan berdasarkan lama menjadi nasabah

Dari hasil pengolahan data responden pada penelitian ini, diketahui bahwa jumlah responden yang digunakan pada penelitian ini didominasi oleh responden yang menjadi anggota selama >1 tahun dengan jumlah presentase 67%, dan anggota yang menjadi nasabah 8-11 bulan sebanyak 13 anggota atau 22%, sedangkan responden yang menjadi anggota selama 3-7 bulan sebanyak 7 responden dengan presentase 11%. Hal tersebut dikarenakan responden yang menjadi anggota >1 tahun sudah terbiasa untuk datang ke kantor KSPPS Muamalah Berkah sejahtera.

Hasil perhitungan CSI dari perspektif maqasid syariah dapat dikatakan responden yang menjadi anggota >1 tahun cenderung lebih puas dikarenakan responden yang menjadi anggota >1 tahun cenderung lebih mengetahui kinerja yang didapatkan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB VI
PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah data-data yang telah diperoleh dari sumber, diolah dan dianalisis oleh peneliti, maka dapat disimpulkan beberapa hal:

1. Hasil analisis dengan menggunakan metode CSI (*Customer Satisfaction Index*) menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan sebesar 87,27678538% yang berarti nilai tersebut berada pada kategori sangat puas.
2. Tingkat kepuasan anggota KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera dilihat dari tiap-tiap prinsip maqasid syariah mendapatkan hasil sangat puas, dengan nilai hasil perhitungan CSI pada tingkat presentase kisaran 80-100 %. Dari kelima prinsip maqasid syariah yang paling tinggi nilainya adalah *hifdzu din* dengan nilai CSI sebesar 90,2935%, hal tersebut menunjukkan bahwa KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera ini sangat mengedepankan nilai-nilai keagamaan dalam maqasid syariah termasuk dalam prinsip *hifdzu din.*

B. Saran

Berdasarkan hasil pengolahan dan analisis yang telah dilakukan, maka peneliti dapat mengemukakan beberapa saran yang diharapkan berguna bagi KSPPS Muamalah Berkah sejahtera atau pihak pihak yang bersangkutan dalam hal ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan sebagai berikut:

1. Tetap mempertahankan atribut-atribut yang dianggap sudah sangat memuaskan anggota sehingga KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera akan lebih fokus untuk meningkatkan atribut-atribut yang dianggap kurang.
2. Pelaksanaan upaya perbaikan harus dipantau dan dievaluasi agar kepuasan pelanggan bener-benar terpenuhi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

Asnawi, Nur. dkk. *Pemasaran syariah teori, filosofi dan isu-isu kontemporer*. Depok. PT. Rajagrafindo. 2017.

Atmaja, Jaka. "Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas pada Bank BJB". *Jurnal ecodemica*, Vol 2. No.1. 2019.

Fitriana, Dewi. dkk. "Pengukuran Kepuasan Kontraktor Terhadap KinerjaKlien Pada Proyek Konstruksi Swasta". *jurnal karya teknik sipil*. Vol. 3. No.1. 2014.

Ghozali,Imam. *Aplikasi Multivariat dengan Program IBM SPSS 23.* Semarang.Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2013.

Gulla, Randy. dkk. "Analisis Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Manado Grace Inn". *Jurnal EMBA*. Vol 3. No.1. 2015.

Hadhikusuma, SR. *Hukum Koperasi Indonesia*. Jakarta. RajaGrafindo Persada. 2001.

Kamila, Intan. "Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah (studi kasus pada bank syariah mandiri cabang Jakarta Simprug)". Skripsi--UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2017.

Kasmir. *Pemasaran Bank*. Jakarta. Kencana prenada media group. 2008.

Kembi, LD. dkk. "Perencanaan berdasarkan analisis biaya, volume, laba pada PT Multi food Manado". *Jurnal EMBA*. Vol. 2. No.4. 2014.

Lupiyoadi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi edisi 3*. Jakarta Selatan: Salemba Empat. 2013.

Nuraningsih, NLP. dkk. "Pengaruh kecerdasan emosional terhadap kepuasan kerja dan stress kerja pada the Seminyak Beach resort dan Spa". *E-jurnal Manajemen Unud*. Vol. 4. No.10. 2015.

Nurfaedah. "Pengaruh Emotional Value Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Di Pt. Karya Imtaq". Tesis--UIN Gunung Jati, Bandung, 2016.

Othman, A. dan L. Owen "Adopting and Measuring Custumer Service Quality (SQ) in Islamic Banks: A Case study in Kuwait finance House". *International Journal of Islamic financial service*. Vol. 3 No.1. 2001.

Panjaitan, JE. "Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada JNE cabang Bandung". *DoReMa Jurnal Manajemen*. Vol.11. No.2. 2016.

Purnamasari, Natalia. "Pengaruh Layanan Dasar, Layanan Canggih, Biaya, Program Loyalitas Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank BCA Di Surabaya". *Article Ilmiah: Perbanas.ac.id*, 2016.

Rantung, Dewi. "Penerapan biaya derefensial dalam pengambilan keputusan pemembelian atau memproduksi sendiri pada RM. Pangsit Tompaso". *Jurnal EMBA*. Vol.2. No.3. 2014.

Sahroni, Oni dkk..*Maqashid Bisnis dan keuangan Islam Sintesis fikih dan Ekonomi*. Jakarta. Raja Grafindopersada. 2016.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Setyaningrum, Ari. dkk. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Plus Tren Terkini Pemasaran Global, Pemasaran Jasa, Green Marketing, Entrepreneurial Marketing Dan E-Marketing*. Yogyakarta. Andi. 2005.

Sugiyono. *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R & D*. Bandung. Alfabeta. 2014.

Siregar, Sofyan. *Statistika Deskriptif untuk Penelitian*. Jakarta. Raja Grafindo Persada. 2010.

Suryani. dkk. *Metode riset kuantitatif teori dan aplikasi pada penelitian bidang manajemen dan ekonomi Islam*. Jakarta. Kencana prenadamedia group. 2015.

Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan dan Penelitian.* Yogyakarta. Penerbit ANDI. 2014.

Trisnawati, Diana. "Analisis kepuasan anggota koperasi karyawan inalum tanjung gading kabupaten batubara sumatera utara". Skripsi--IPB, Bogor, 2011.

Widiyanti, Ninik. *Manajemen koperasi*. Jakarta. Rineka Cipta. 1991.

Yafie, AS. dkk. "Pengaruh kualitas produk dan kualitas jasa terhadap kepuasan pelanggan". *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 35. No.2. 2016.

Yanuar, MMNQ. dkk. "Dampak Kualitas Produk, Harga, Promosi DanKualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan PelangganOptik Marlin Cabang Jember".Vol.3. No.1. 2017.

Yanuarmawan, Dion. dkk. "Peningkatan Pemahaman Product Knowledge Syariah Pada Koperasi Serba Usaha "Surya Abadi" Kabupaten Kediri". *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat Indeks*. 2018. Vol.3. No.1. 2018.

Yusuf, A. M. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Padang. Kencana Prenadamedia Group. 2013.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id