

Koperasi Syariah Sebagai Solusi Keuangan Masyarakat: Antara Religiusitas, *Trend*, Dan Kemudahan Layanan

Sofian

Magister Terapan Keuangan dan Perbankan Syariah, Politeknik Negeri Bandung, 40012

E-mail: sofian.kps17@polban.ac.id

ABSTRAK

Makalah ini bertujuan menggali pengetahuan tentang konsep model hubungan antara kepatuhan masyarakat terhadap hukum Islam, perilaku masyarakat mengikuti perkembangan koperasi syariah atau *trend* dan kemudahan layanan koperasi syariah serta tinjauan metodologi untuk pengujiannya. Metodologi penelitian pada makalah ini adalah campuran dari beberapa jurnal Internasional dan pengalaman para pengelola koperasi syariah. Kebutuhan manusia terhadap masalah finansial tidak akan pernah berhenti, selama siklus ekonomi belum terputus maka kebutuhan finansial akan terus berjalan. Sebagai makhluk sosial, sudah fitrahnya manusia saling membutuhkan agar terjaga kelangsungan hidupnya. Dengan perkembangan ilmu pengetahuan, meningkat pula kecerdasan intelektual manusia, salah satunya adalah di bidang ilmu tentang bagaimana memenuhi kebutuhan dan cara mendapatkan sumber-sumbernya. Sehingga lahirlah suatu ilmu tentang perkoperasian. Masyarakat sudah mengenal koperasi dan banyak berhubungan dengan koperasi karena koperasi merupakan lembaga keuangan alternatif dengan proses pelayanan yang cepat dan mudah. Bahkan di Indonesia, koperasi telah diatur dalam UU No. 25 Tahun 1992, yang isinya menyatakan bahwa koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang seorang atau badan hukum koperasi, dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat, yang berdasarkan atas azas kekeluargaan. Pada perkembangannya, koperasi di Indonesia bahkan telah terbagi menjadi dua, yaitu koperasi dengan usaha berbasis konvensional dan koperasi berbasis syariah. Koperasi berbasis syariah diatur dengan Peraturan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor: 35.2/PER/M.KUKM/X/2007 tentang Pedoman Standar Operasional Manajemen Koperasi Jasa Keuangan Syariah dan Unit Jasa Keuangan Syariah. Hal ini muncul karena adanya kesadaran dari kaum muslimin di Indonesia agar bisa tetap melaksanakan usaha di bidang koperasi yang sesuai dengan tuntunan agamanya.

Kata kunci

Koperasi, syariah, islam, finansial, usaha, keuangan

1. PENDAHULUAN

Meningkatnya pengetahuan dan kesadaran terhadap perintah agama bagi sebagian besar kaum muslimin di Indonesia, telah melahirkan berbagai macam perusahaan dan lembaga keuangan yang menggunakan prinsip syariah dalam pengelolaannya. Awalnya, pada tahun 1983, Bank Indonesia memberikan keleluasaan pada bank-bank di Indonesia untuk menetapkan suku bunga. Pada waktu itu pemerintah memiliki tujuan menciptakan kondisi perbankan lebih efisien dan kuat dalam menopang perekonomian. Bahkan pemerintah sudah merencanakan penerapan sistem bagi hasil dalam usaha perkreditan yang merupakan konsep dari perbankan syariah.

Tahun 1990, Majelis Ulama Indonesia membentuk suatu kelompok kerja untuk mendirikan Bank Islam di

Indonesia. Pada bulan Agustus tahun 1990, MUI menyelenggarakan lokakarya tentang bunga bank dan perbankan yang dilaksanakan di Jawa Barat. Hasil lokakarya dibahas lebih mendalam pada Musyawarah Nasional ke-4 di Jakarta. Setelah beberapa kajian dan proses berlangsung, maka pada tanggal 1 Mei 1991 didirikanlah bank syariah pertama di Indonesia, yaitu Bank Muamalat Indonesia. Pada Undang-undang nomor 7 tahun 1992, DPR mencantumkan landasan hukum operasi bank yang menggunakan sistem syariah, namun belum dibuat secara rinci landasan hukum syariah serta jenis-jenis usaha yang diperbolehkannya. Pada tahun 1998, DPR menyempurnakan UU nomor 7 tahun 1992 menjadi Undang-undang nomor 10 tahun 1998. Dalam undang-undang tersebut dijelaskan bahwa terdapat dua sistem

dalam perbankan di tanah air, yaitu sistem perbankan konvensional dan sistem perbankan syariah.

Koperasi syariah sendiri lahir sejak menjamurnya pendirian beberapa Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) yang pada pertama kali dirintis oleh BMT Bina Insan Kamil pada tahun 1992. BMT berbasis kegiatan ekonomi kerakyatan dengan falsafah yang sama yaitu dari anggota oleh anggota untuk anggota maka berdasarkan Undang-undang nomor 25 tahun 1992 tersebut berhak menggunakan badan hukum koperasi, dimana letak perbedaannya dengan Koperasi Konvensional (nonsyariah) hanya terletak pada teknis operasionalnya saja, Koperasi Syariah mengharamkan bunga dan mengusung etika moral dengan melihat kaidah halal dan haram dalam melakukan usahanya.

Sebagaimana yang tercantum dalam UU nomor 25 tahun 1992, bahwa koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang seorang atau badan hukum koperasi, dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat, yang berdasarkan atas azas kekeluargaan. Maka pengelolaan koperasi berbeda dengan bank. Pemilik koperasi adalah anggotanya sementara bank hanya para pemegang saham saja. Sehingga pengelolaan koperasi sangat sederhana, sehingga layanan pembiayaan pada anggotanya biasanya mudah dan cepat.

Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa jumlah koperasi di seluruh Indonesia pada tahun 2015 sebanyak 150.223 unit. Harapannya, dengan angka tersebut koperasi mampu membantu masyarakat kecil dalam memperoleh pinjaman sehingga dapat meringankan dalam pemenuhan kebutuhan hidupnya. Namun, berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada Maret 2016 jumlah penduduk Indonesia yang berada dalam kategori miskin mencapai 28,01 juta orang atau sebesar 10,86%. Oleh karena itu, dibentuklah Koperasi Simpan Pinjam Syariah atau Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) serta Unit Jasa Keuangan Syariah (UJKS) dengan harapan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia, khususnya pada kalangan masyarakat menengah kebawah dan mewujudkan keadilan sesuai dengan konsep Islam.

Saat ini, permasalahan utama koperasi syariah adalah loyalitas anggotanya. Pengaruh isu-isu yang muncul di media informasi masih dianggap berita yang bisa diakui kebenarannya. Tentunya hal ini menjadi

tantangan semua pihak yang berkepentingan dengan usaha koperasi baik departemen terkait ataupun para pelaku usaha koperasi untuk melakukan pembuktian.

2. KONSEP SYARIAH DALAM KOPERASI

2.1. Definisi Koperasi Syariah

Menurut Kementerian Koperasi UKM RI tahun 2009 pasal 1, menyatakan bahwa Koperasi jasa keuangan syariah adalah koperasi yang kegiatan usahanya bergerak di bidang pembiayaan, investasi, dan simpanan sesuai dengan pola bagi hasil (syariah).

Ahmad Ifham menyatakan bahwa usaha koperasi syariah meliputi kegiatan usaha yang halal, baik dan bermanfaat (*thayib*) serta menguntungkan dengan sistem bagi hasil, dan tidak riba. Untuk menjalankan fungsi perannya, koperasi syariah menjalankan usaha sebagaimana tersebut dalam sertifikasi usaha koperasi. Usaha-usaha yang diselenggarakan koperasi syariah harus dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku[1].

Jika menelaah dari beberapa teori dan pendapat para ahli dibidang ekonomi / perbankan syariah, maka pada koperasi syariah titik krusialnya ada pada *standard operating procedure (SOP)*. Karena pada tataran normatif saat pembuatan akad dan melaksanakan akad sudah ada petunjuk pelaksanaan dan redaksi yang bisa diambil dari beberapa literatur. Bahkan template akad sudah bisa didapat dari Gabungan Koperasi Syariah (Gakopsyah), yang sudah tentu isi dan formatnya hasil dari *ijtihad* ekonomi para ahli. Sementara untuk proses penetapan keuntungan dan bagi hasil harus sesuai prosedur yang telah disepakati dan disahkan secara syariat oleh dewan pengawas syariahnya.

2.2. Tujuan Koperasi Syariah

Menurut Dusuki dan Abdullah, tujuan koperasi syariah harus sesuai dengan *Maqashid Syariah* yang fungsinya untuk melakukan dua hal penting, yaitu *tahsil*, yakni mengamankan manfaat (*manfaah*) dan *ibqa*, yaitu mencegah kerusakan atau cedera (*madarrah*) seperti yang diarahkan oleh Pemberi Hukum. *Maslahah* di sisi lain adalah perangkat hukum yang digunakan dalam teori hukum Islam untuk mempromosikan kepentingan publik dan mencegah kejahatan sosial atau korupsi[2].

Tujuan koperasi syariah menurut Nur S. Buchori, yaitu mensejahterakan ekonomi anggotanya sesuai norma dan moral Islam, menciptakan persaudaraan dan keadilan sesama anggota, pendistribusian pendapatan

dan kekayaan yang merata sesama anggota berdasarkan kontribusinya, kebebasan pribadi dalam kemaslahatan sosial yang didasarkan pada pengertian bahwa manusia diciptakan hanya untuk tunduk pada Allah, meningkatkan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta turut membangun tatanan perekonomian yang berkeadilan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam[3].

Dengan tujuan yang sudah diatur dalam hukum syaria Islam, maka koperasi syariah sudah seharusnya memperhatikan bagaimana harta itu bisa dimanfaatkan tidak hanya untuk kebutuhan individu, tapi juga bisa menjadi manfaat untuk masyarakat seluruhnya.

2.3. Landasan Koperasi Syariah

(a) Peraturan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia Nomor 35.2/PER/M.KUM/X/2007 tentang Pedoman Standar Operasional Manajemen Koperasi Jasa Keuangan Syariah. (b) Koperasi syariah berlandaskan Pancasila dan Undang-undang Dasar tahun 1945. (c) Koperasi syariah berazaskan kekeluargaan. (d) Koperasi syariah berlandaskan syariah Islam yaitu al-Qur'an dan ash-Shunah dengan saling tolong menolong (*ta'awun*) dan saling menguatkan (*takaful*).

2.4. Simpanan / Tabungan

Menurut Dr. Kasmir, pengertian simpanan adalah dana yang dipercayakan oleh masyarakat pada bank dalam bentuk giro, deposito berjangka, sertifikat deposito tabungan atau yang dapat dipersamakan dengan itu[4].

Menurut Undang-undang Perbankan nomor 10 tahun 1998 tabungan adalah simpanan yang pada penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang telah disepakati, namun tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu. Dalam koperasi baik yang konvensional maupun syariah, simpanan terbagi menjadi 4 kriteria, yaitu simpanan pokok, simpanan wajib, simpanan sukarela dan simpanan khusus. Keempatnya mempunyai sifat dan kegunaan yang disesuaikan dengan anggaran dasar dan anggaran rumah tangga koperasi.

2.5. Pembiayaan

Pembiayaan menurut Undang-undang Perbankan No. 7 tahun 1992 kemudian direvisi menjadi Undang-undang Perbankan nomor 10 tahun 1998 adalah

penyediaan dana atau tagihan yang dipersamakan dengan itu.

Menurut Dr. Kasmir pengertian pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil[5].

Pada koperasi konvensional hanya terdapat satu istilah saja yaitu pinjaman/kredit, dimana anggota berkewajiban mengembalikan hutang pokok berikut jasa/bunga yang sudah ditetapkan diawal akad kredit. Hal ini tentu sangat berbeda dengan akad pembiayaan yang dikelola oleh koperasi syariah, dimana kebutuhan pendanaan anggota akan disesuaikan dengan akad-akad pembiayaan sesuai produk dan penggunaan dananya. Walaupun saat ini produk/akad yang dominan masih pada produk murabahah atau akun piutang, namun tidak sedikit koperasi yang memiliki portofolio besar pada akun pembiayaannya. Dan sudah semestinya akun pembiayaan rasionya harus lebih besar, karena prinsip syariah sangat tergantung pada akun tersebut. Jangankan di koperasi syariah yang sebagian besar modalnya sangat bergantung pada anggota, bahkan pada bank-bank syariah pun portofolio pembiayaan yang berbasis bagi hasil masih sangat kurang. Hal ini disebabkan karakter masyarakat Indonesia masih kurang dipercaya untuk mengelola dana yang diamanahkan oleh bank syariah maupun koperasi syariah.

3. RELIGIUSITAS

3.1. Definisi Religiusitas

Hawari menyebutkan bahwa religiusitas merupakan penghayatan keagamaan dan kedalaman kepercayaan yang diekspresikan dengan melakukan ibadah sehari-hari, berdoa, dan membaca kitab suci[6]. Menurut Fuad Nashori dan Rachmy Diana Mucharam, bagi seorang Muslim, religiusitas dapat diketahui dari seberapa jauh pengetahuan, keyakinan, pelaksanaan dan penghayatan atas agama Islam[7].

3.2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Religiusitas

Orang yang mendapatkan pendidikan agama baik di rumah maupun di sekolah dan masyarakat, maka orang tersebut mempunyai kecenderungan hidup dalam

aturan-aturan agama, terbiasa menjalankan ibadah, dan takut melanggar larangan-larangan agama[8].

Thoules menyebutkan beberapa faktor yang mempengaruhi religiusitas, yaitu: (a) Pengaruh pendidikan atau pengajaran dan berbagai tekanan sosial (faktor sosial) yang mencakup semua pengaruh sosial dalam perkembangan sikap keagamaan, termasuk pendidikan orang tua, tradisi-tradisi sosial untuk menyesuaikan dengan berbagai pendapatan sikap yang disepakati oleh lingkungan. (b) Berbagai pengalaman yang dialami oleh individu dalam membentuk sikap keagamaan terutama pengalaman mengenai, (1) Keindahan, keselarasan dan kebaikan didunia lain (faktor alamiah), (2) Adanya konflik moral (faktor moral), (3) Pengalaman emosional keagamaan (faktor afektif). (c) Faktor-faktor yang seluruhnya atau sebagian yang timbul dari kebutuhan-kebutuhan yang tidak terpenuhi, terutama kebutuhan terhadap keamanan, cinta kasih, harga diri, dan ancaman kematian[9].

4. PERILAKU KONSUMEN CALON ANGGOTA KOPERASI SYARIAH

4.1. Perilaku

Definisi perilaku menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah tanggapan atau reaksi individu yang terwujud di gerakan (sikap); tidak saja badan atau ucapan. Menurut Soekidjo Notoatmodjo, perilaku adalah segala perbuatan atau tindakan yang dilakukan oleh makhluk hidup[10].

Menurut Kottler perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka[11]. Perilaku konsumen menurut Mowen adalah studi unit – unit dan proses pembuatan keputusan yang terlibat dalam menerima, menggunakan dan penentuan barang, jasa, dan ide [12].

Blackwell dan Miniard perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses yang mendahului dan menyusul dari tindakan ini[13].

4.2. Konsumen

Menurut Dewi, konsumen adalah seseorang yang menggunakan produk dan atau jasa yang dipasarkan. Sedangkan kepuasan konsumen adalah sejauh mana

harapan para pembelian seorang konsumen dipenuhi atau bahkan dilebihi oleh sebuah produk. Jika harapan konsumen tersebut dipenuhi maka ia akan merasa puas, dan jika melebihi harapan konsumen, maka konsumen akan merasa senang[14].

4.3. Perilaku Konsumen

Menurut Ristiyanti, perilaku konsumen adalah proses yang dilalui oleh seseorang dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan bertindak pasca konsumsi produk, jasa maupun ide yang diharapkan bisa memenuhi kebutuhannya[15]. Jadi dapat dikatakan bahwa perilaku konsumen merupakan studi tentang bagaimana pembuat keputusan, baik individu, kelompok, ataupun organisasi, membuat keputusan-keputusan beli atau melakukan transaksi pembelian suatu produk dan mengkonsumsinya.

5. PELAYANAN ANGGOTA KOPERASI

5.1. Pelayanan

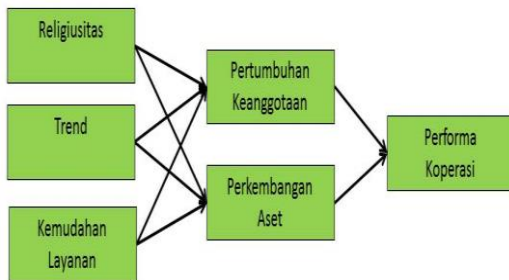
Menurut KBBI pelayanan merupakan suatu usaha untuk membantu menyiapkan atau mengurus apa yang diperlukan orang lain. Menurut Groomros, pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang di sediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan[16].

5.2. Anggota Koperasi

Menurut Undang-undang nomor 25 tahun 1992, anggota koperasi adalah pemilik sekaligus pengguna jasa koperasi.

6. HIPOTESIS PENELITIAN

Hipotesis adalah dugaan sementara atau suatu kesimpulan atas masalah yang akan diteliti yang bersifat sementara. Berdasarkan bahasan atas penelitian ini, maka dapat dirumuskan tiga buah hipotesis sebagai berikut: (1) H_0 : Tingkat pertumbuhan anggota dipengaruhi oleh tingkat religiusitas masyarakat, H_a : Perkembangan aset dipengaruhi oleh tingkat religiusitas masyarakat. (2) H_0 : *Trend* mempengaruhi pertumbuhan anggota, H_a : *Trend* mempengaruhi perkembangan aset. (3) H_0 : Pertumbuhan anggota dipengaruhi oleh kemudahan layanan, H_a : Perkembangan aset dipengaruhi oleh kemudahan layanan.



6.1. Religiusitas Mempengaruhi Tingkat Pertumbuhan Anggota

Sebagai negara dengan jumlah populasi muslim terbesar di dunia, dan menurut data terakhir sekitar 85% dari total penduduk di Indonesia, maka sangat memungkinkan masyarakatnya merasa berkewajiban memahami ilmu-ilmu syariah. Tahun 2016, ada beberapa momen yang mendorong masyarakat berupaya mendalami ilmu di bidang *muamalah*. Sehingga momentum ini dimanfaatkan oleh sekelompok kaum muslimin untuk membentuk Koperasi Syariah 212, walaupun masih didasarkan karena tingkat solidaritas sedang naik. Koperasi-koperasi syariah di tempat lain juga mulai diminati oleh sebagian besar anggota masyarakat muslim. Dan tentu saja hal ini memaksa mereka untuk menghadiri kajian-kajian ilmu syariah baik secara langsung atau melalui media elektronik.

Religiusitas adalah suatu hal yang dilakukan oleh seseorang karena berkorelasi dengan gaya hidup seperti pendapat kepemimpinan, penghindaran risiko, pembelian kredit dan kepuasan hidup [17]. Formula ideal untuk mengukur tingkat loyalitas anggota koperasi sebagai akibat dari tingkat pemahaman yang bagus adalah:

$$PA = \frac{AP}{\sum A}$$

A = Anggota
 PA = Rasio Pertumbuhan Anggota
 AP = Anggota yang paham prinsip syariah
 Dimana PA \geq 95%

6.2. Religiusitas Mempengaruhi Peningkatan Aset

Seiring dengan tingkat pertumbuhan anggota yang cenderung naik, tentunya aset koperasi syariah juga terjadi peningkatan. Hal ini bisa dilihat pada meningkatnya simpanan anggota, terutama simpanan

sukarela dan simpanan berjangka. Selain itu, tingkat partisipasi anggota koperasi syariah terhadap layanan lainnya seperti pembiayaan, pembelian produk dan pemanfaatan jasa sangat berpengaruh terhadap peningkatan laba.

6.3. Trend Mempengaruhi Tingkat Pertumbuhan Anggota

Maraknya pemberitaan baik melalui media cetak, media elektronik dan media sosial di Indonesia sangat mempengaruhi pola pikir dan tingkah laku masyarakatnya. Bahkan tidak sedikit yang menganggap bahwa isu merupakan suatu berita yang bisa diakui kebenarannya. Hal ini sangat membantu para produsen untuk memanfaatkan ini sebagai peluang yang sangat menguntungkan. Salah satu institusi yang terkena manfaatnya adalah koperasi syariah. Isu-isu sensitifitas masyarakat yang dikaitkan dengan keagamaan, khususnya Islam sangat berpengaruh terhadap mayoritas masyarakat di negeri ini.

Beberapa kajian yang dilakukan oleh Delener (1990b) dan Esso and Dibb (2004) tentang perilaku konsumen, mereka berpendapat bahwa perilaku konsumen dan pada gilirannya keputusan pembelian mereka sangat besar dipengaruhi oleh nilai-nilai agama. Untuk mengembangkan konsep religiusitas, dua komponen umum religiusitas diidentifikasi: afiliasi agama dan komitmen keagamaan [18].

6.4. Trend Mempengaruhi Tingkat Pertumbuhan Aset

Pertumbuhan anggota koperasi yang diakibatkan oleh perilaku masyarakat karena pengaruh *trend* berimbas pada peningkatan aset. Kecenderungan meningkatnya aset ini dikarenakan keinginan sebagian besar masyarakat untuk memindahkan sebagian tabungannya ke koperasi syariah, bahkan ada yang melakukan seluruh tabungan yang ada pada bank konvensional. Selain pada produk pendanaan, produk pembiayaan pun sangat signifikan peningkatannya. Terutama pada pembiayaan murabahah yang karakteristiknya hampir mirip dengan produk kredit yang ada di koperasi konvensional.

6.5. Kemudahan Layanan Mempengaruhi Tingkat Pertumbuhan Anggota

Sederhananya birokrasi atau prosedur layanan di koperasi syariah, baik untuk masalah pendanaan maupun pembiayaan sangat menarik minat masyarakat. Koperasi syariah yang memiliki ijin dari Dinas Koperasi dan UKM sangat dianjurkan oleh dinas terkait untuk memberikan kemudahan layanan

dengan kualitas perbankan. Tentunya hal ini memberikan peluang yang sangat baik untuk menarik minat masyarakat menjadi anggota koperasi terutama koperasi syariah. Sebagian besar masyarakat menjadi anggota koperasi dikarenakan masalah kenyamanan layanan, dimana pada saat melakukan transaksi baik pendanaan ataupun pembiayaan tidak merasa sedang diaudit atau bahkan diinterogasi.

6.6. Kemudahan Layanan Mempengaruhi Tingkat Pertumbuhan Aset

Dengan kemudahan layanan dan kesederhanaan prosedur di koperasi, khususnya koperasi syariah, sangat membantu peningkatan aset. Jika prosedur di koperasi disamakan dengan bank, maka sudah barang tentu anggota akan memilih layanan bank dengan berbagai fasilitas teknologi untuk memudahkan layanannya. Walaupun ada beberapa kasus yang terjadi dilakukan oleh beberapa oknum pengurus dan pengelola koperasi terhadap korupsi dana anggota, ternyata tidak signifikan pengaruhnya terhadap simpanan anggota koperasi.

7. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian atas data yang diperoleh maka dapat disimpulkan bahwa tingkat pemahaman masyarakat terhadap hukum syariat Islam hanya sekitar 8% saja. Sedangkan karena adanya pengaruh *Trend* dan kemudahan layanan masih sangat besar serta kesederhanaan prosedur transaksi simpanan maupun transaksi pembiayaan.

Perlu upaya keras bagi pengurus dan pengelola koperasi syariah untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai ilmu-ilmu syariah dalam perkoperasian. Karena masalah *Trend* bersifat sementara tergantung iklim usaha dan kebijakan-kebijakan pemerintah. Dan hal yang harus menjadi prioritas dalam meningkatkan performa koperasi syariah adalah upaya peningkatan kepuasan anggotanya. Hal ini harus diutamakan karena masalah kepuasan pelanggan sangat mempengaruhi loyalitas, dan berefek langsung terhadap perkembangan koperasi syariah.

Sebagai lembaga keuangan dengan segmen menengah kebawah atau usaha kecil dan menengah, koperasi syariah seharusnya menjadi pilihan utama masyarakat yang telah memiliki kesadaran terhadap kewajibannya untuk menerapkan ilmu-ilmu syariah, baik dalam perekonomian maupun dalam kehidupan sehari-hari. Saat ini, peran perhimpunan ataupun asosiasi yang dibuat oleh komunitas pelaku usaha koperasi, khususnya koperasi syariah, belum mampu

menjembatani dan menjadi solusi bagi permasalahan-permasalahan yang dialami oleh para anggotanya. Padahal jika peran mereka bisa optimal untuk melayani para anggotanya, maka pertumbuhan dan kepercayaan masyarakat terhadap koperasi syariah akan semakin meningkat.

8. METODOLOGI PENELITIAN

8.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, yang merupakan pendekatan ilmiah terhadap pengambilan keputusan manajerial dan ekonomi. Dalam penelitian ini menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik.

8.2. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dari Bulan Januari sampai Juni 2018 berlokasi di Kantor Gabungan Koperasi Syariah Jawab Barat Jalan Soekarno Hatta, Sekejati, Buahbatu, Kota Bandung, Jawa Barat 40286.

8.3. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari yang kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh jumlah anggota koperasi yang tergabung dalam Gakopsyah.

9. MODEL PENELITIAN

Diskusi tentang konsep pilihan masyarakat pada koperasi syariah menunjukkan bahwa adanya hubungan sebab akibat. Masyarakat masih sangat dipengaruhi oleh pengetahuan, informasi dan kualitas layanan.

DAFTAR PUSTAKA

1. Sholihin, A.I., *Buku Pintar Ekonomi Syariah*. 2010: PT Gramedia Pustaka Utama.
2. Dusuki, A.W. and N.I. Abdullah, *Maqasid al-Shariah, Masalah, and corporate social responsibility*. American Journal of Islamic Social Sciences, 2007. **24**(1): p. 25.
3. Buchori, N.S., *Koperasi dalam Perspektif Ekonomi Syari'ah*. MASLAHAH (Jurnal Hukum Islam dan Perbankan Syariah), 2010. **1**(1): p. 93-115.

4. Kasmir, *Bank & lembaga keuangan lainnya*. 2001: Divisi Buku Perguruan Tinggi, RajaGrafindo Persada.
5. Kasmir, B. and L.K. Lainnya, *Edisi Revisi*. PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2014.
6. Hawari, D., *Dimensi religi dalam praktek psikiatri dan psikologi*. 2002: Fakultas Kedokteran, Universitas Indonesia.
7. Nashori, F., *Psikologi Islami: agenda menuju aksi*. 1997: Pustaka Pelajar.
8. Wahaningsih, M., *Hubungan Antara Religiusitas, Konsep Diri, dan Dukungan Sosial Keluarga dengan Prestasi Belajar Pada Siswa SMP Muhammadiyah 3 Depok Yogyakarta*. *Jurnal Psikologi Terapan dan Pendidikan*, 2013. **1**(1).
9. Thouless, R.H., *An introduction to the psychology of religion*. 1971: CUP Archive.
10. Notoatmodjo, S., *Metodologi penelitian kesehatan*. 2010, Jakarta: rineka cipta.
11. Kotler, P. and D. Gertner, *Country as brand, product, and beyond: A place marketing and brand management perspective*. *Journal of brand management*, 2002. **9**(4): p. 249-261.
12. D. Suhartanto and A. Nuralia, "Citra supermarket: Pengaruhnya terhadap perilaku konsumen," *Jurnal Kajian Bisnis*, vol. 23, pp. 27-36, 2001.
13. D. Suhartanto, *Perilaku konsumen Indonesia*. Bandung: Guardaya Intimatra, 2008.
14. Dewi, M.K. and M.D. Rahadhini, *Efek Moderasi Kepuasan Konsumen pada Pengaruh Harga dan Kualitas terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda*. *Ekonomi dan Kewirausahaan*, 2013. **13**(1).
15. Ristiyanti, P. and J. Ihalauw, *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2005.
16. Grönroos, C., *Service management and marketing: Managing the moments of truth in service competition*. 1990: Jossey-Bass.
17. Essoo, N. and S. Dibb, *Religious influences on shopping behaviour: An exploratory study*. *Journal of marketing management*, 2004. **20**(7-8): p. 683-712.
18. Worthington Jr, E.L., et al., *The Religious Commitment Inventory--10: Development, refinement, and validation of a brief scale for research and counseling*. *Journal of Counseling Psychology*, 2003. **50**(1): p. 84.