

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Keberadaan koperasi yang telah lama beroperasi dan dikenal luas oleh masyarakat membentuk persepsi kolektif terhadap lembaga koperasi, baik dalam bentuk penilaian positif maupun negatif. Saat ini, koperasi semakin mudah ditemui dengan berbagai ketentuan, persyaratan, dan skema margin yang beragam. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Mojokerto, tercatat sebanyak 711 koperasi yang beroperasi di wilayah Mojokerto, baik koperasi konvensional maupun syariah.¹

Keberagaman koperasi mendorong masing-masing lembaga untuk mengembangkan produk dan layanan yang variatif dengan menawarkan berbagai kemudahan dalam setiap transaksi. Diversifikasi produk dan layanan tersebut pada dasarnya bertujuan untuk meningkatkan daya tarik serta minat masyarakat terhadap koperasi. Namun demikian, kemudahan prosedural yang ditawarkan sebagian koperasi dalam praktiknya kerap disalahgunakan oleh pihak tertentu, sehingga menimbulkan kerugian dan berdampak pada menurunnya kepercayaan masyarakat. Salah satu bentuk penyalahgunaan tersebut adalah penggunaan identitas pihak lain dalam proses pengajuan pembiayaan, yang berpotensi menimbulkan kerugian bagi pemilik identitas apabila terjadi pembiayaan bermasalah.

Dalam beberapa kasus, terdapat koperasi yang memberikan pembiayaan hanya berdasarkan identitas tertentu tanpa verifikasi yang memadai, sehingga berpotensi menimbulkan risiko bagi pihak yang bersangkutan.² Kondisi tersebut memunculkan persepsi negatif masyarakat terhadap lembaga koperasi secara umum dan menyebabkan sebagian koperasi mengalami kesulitan dalam menarik minat masyarakat. Di tengah kondisi menurunnya tingkat kepercayaan tersebut, menarik untuk mengkaji bagaimana terdapat lembaga koperasi tertentu yang justru mampu meningkatkan jumlah anggotanya secara signifikan. Salah satu lembaga tersebut adalah KSPPS BMT Nusantara Mojopahit

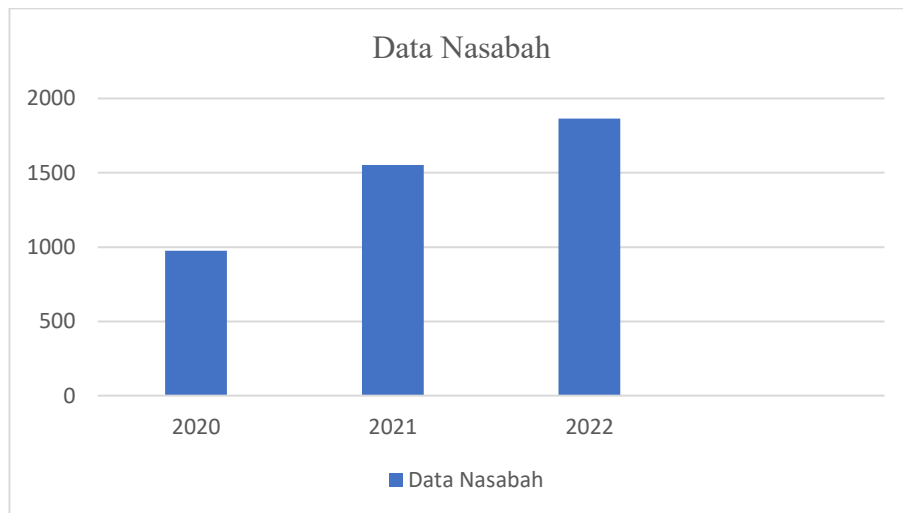
¹ BPS Kabupaten Mojokerto, “Jumlah Koperasi Menurut Kelompok Koperasi di Kab. Mojokerto Tahun 2020”, <https://mojokertokab.bps.go.id>, (11 Februari 2023).

² Ibu Anik, Wawancara, 15 Juli 2023.

Mojokerto yang relatif baru berdiri namun menunjukkan perkembangan yang pesat.

Berikut data perkembangan nasabah dari tahun 2020 sampai 2022:

Tabel 1. 1 Data Nasabah



Sumber : Data Anggota BMT NUM

Berdasarkan gambar 1.1 yang diambil dari dokumen *KSPPS BMT Nusantara Mojopahit*, nasabah *KSPPS BMT Nusantara Mojopahit* mengalami peningkatan yang signifikan pada setiap tahunnya, yaitu terdapat 976 nasabah di tahun 2020, pada tahun 2021 meningkat menjadi 1.552 nasabah, dan pada tahun 2022 terdapat 1.668 nasabah, dengan total keseluruhan mencapai 3.696 orang hingga saat ini.³

Peningkatan jumlah anggota tersebut mengindikasikan adanya tingkat minat masyarakat yang tinggi terhadap *KSPPS BMT Nusantara Mojopahit*. Tingginya minat anggota terhadap *BMT Nusantara Mojopahit* diduga tidak terlepas dari strategi lembaga dalam membangun keterlibatan ego berbasis kesesuaian nilai, kebutuhan, dan identitas sosial masyarakat.⁴

Keterlibatan ego memengaruhi proses pembentukan penilaian individu terhadap suatu objek atau institusi berdasarkan nilai dan identitas yang melekat pada dirinya. Ketika individu merasakan kesesuaian nilai dan pengalaman positif terhadap suatu produk atau layanan, kecenderungan untuk merekomendasikan kepada pihak lain akan meningkat

³ Firdaus Rahma, *Wawancara*, 12 November 2022.

⁴ Ibid

sebagai bentuk respons afektif.⁵ Kesesuaian antara nilai pribadi anggota dengan produk serta layanan yang ditawarkan lembaga merupakan manifestasi dari keterlibatan ego dalam konteks perilaku konsumen. Ketika anggota merasakan kesesuaian antara nilai pribadi dengan produk dan layanan yang ditawarkan, hal tersebut mendorong munculnya minat yang selanjutnya berpotensi berkembang menjadi kepercayaan dan komitmen terhadap lembaga.

Dalam konteks jasa keuangan, kepercayaan seringkali digunakan sebagai mekanisme untuk meminimalkan persepsi risiko yang dirasakan oleh konsumen.⁶ Kepercayaan merupakan elemen fundamental dalam industri jasa, khususnya jasa keuangan, karena sifatnya yang tidak berwujud (*intangible*) sehingga sulit dievaluasi sebelum transaksi dilakukan. Dalam membangun dan mempertahankan hubungan jangka panjang dengan anggota, kepercayaan menjadi fondasi utama yang menentukan keberlanjutan hubungan tersebut.

Selain itu, pada pasar yang tingkat persaingan cukup tinggi, kepercayaan dan komitmen anggota saling mempengaruhi. Oleh karena itu, peningkatan kepercayaan dan komitmen anggota secara berkelanjutan menjadi strategi penting dalam membangun loyalitas anggota, khususnya pada lembaga jasa keuangan.

KSPPS BMT Nusantara Mojopahit yang berada di bawah naungan Nahdlatul Ulama (NU) memiliki daya tarik tersendiri, khususnya bagi masyarakat yang memiliki afiliasi dengan organisasi tersebut. Kesamaan identitas keorganisasian berbasis Nahdlatul Ulama (NU) membentuk keterikatan emosional yang mendorong rasa memiliki serta partisipasi aktif anggota dalam mendukung keberlangsungan lembaga. Identitas organisasi tersebut memperkuat keterikatan emosional anggota yang secara tidak langsung membentuk keterlibatan ego dalam proses pengambilan keputusan.⁷ Kondisi

⁵ Casaló, LV, Flavián, C. dan Guinaliú, M., "Peran kegunaan yang dirasakan, reputasi, kepuasan dan keakraban konsumen pada proses pembentukan loyalitas website". *Jurnal Perilaku Manusia*, Volume 24 Nomer 2, (2008),45.

⁶ Airine Yulianda, "Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada CV. Titipan Kilat (TIKI) Rengat Kabupaten Indragiri Hulu", *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Volume 7 nomer 4, (2018), 93.

⁷ Ade Jermawinsyah Zebuah, "Analisis Identitas Merek, Loyalitas Merek, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Toyota", *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol 12 Nomor 2 (2018), 61-68 <<https://doi.org/10.9744/pemasaran.12.2.61-68>>.

tersebut menunjukkan bahwa keterlibatan ego berbasis identitas sosial dapat berfungsi sebagai strategi pemasaran yang relatif efektif.

Meskipun berbagai penelitian sebelumnya telah membahas hubungan antara keterlibatan ego (ego involvement), kepercayaan, dan komitmen dalam konteks lembaga keuangan syariah, sebagian besar penelitian tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif dan berfokus pada perbankan syariah sebagai objek kajian. Penelitian-penelitian tersebut menekankan pengaruh keterlibatan ego terhadap pembentukan kepercayaan dan komitmen nasabah, namun belum secara mendalam mengkaji bagaimana keterlibatan ego terbentuk melalui identitas sosial dan keagamaan dalam konteks koperasi syariah berbasis komunitas.

Di sisi lain, fenomena berkembangnya KSPPS BMT Nusantara Mojopahit Mojokerto di tengah adanya perspektif negatif masyarakat terhadap koperasi menjadi fenomena yang menarik untuk dikaji. Secara umum, koperasi seringkali menghadapi masalah kepercayaan akibat praktik-praktik yang tidak bertanggung jawab oleh oknum tertentu. Namun demikian, KSPPS BMT Nusantara Mojopahit justru mengalami peningkatan jumlah anggota secara signifikan dalam waktu yang relatif singkat. Kondisi ini menunjukkan adanya faktor psikologis dan sosial yang berperan dalam membangun minat, kepercayaan, dan komitmen anggota.

Berdasarkan hal tersebut, terdapat celah penelitian (research gap) yang belum banyak dikaji, yaitu bagaimana keterlibatan ego yang dibangun melalui kesamaan identitas organisasi keagamaan (Nahdlatul Ulama) dapat memengaruhi pembentukan kepercayaan dan komitmen anggota dalam konteks koperasi syariah berbasis komunitas lokal. Selain itu, pendekatan kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini memberikan kontribusi berbeda dibandingkan penelitian terdahulu yang dominan menggunakan pendekatan kuantitatif.

Dengan demikian, penelitian ini berupaya mengisi kekosongan kajian mengenai peran keterlibatan ego berbasis identitas sosial-keagamaan dalam membangun kepercayaan dan komitmen anggota, yang pada akhirnya meningkatkan minat anggota pada KSPPS BMT Nusantara Mojopahit Mojokerto.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran keterlibatan ego dalam membentuk kepercayaan dan komitmen anggota, serta implikasinya terhadap peningkatan minat anggota pada KSPPS BMT Nusantara Mojopahit Mojokerto. Dari tujuan tersebut maka penelitian ini berjudul **“Analisis Keterlibatan Ego Terhadap Kepercayaan dan Komitmen dalam Meningkatkan Minat Anggota KSPPS BMT Nusantara Mojopahit Mojokerto”**.

B. Rumusan masalah

Dari latar belakang diatas dapat dirumuskan permasalahan yang akan diteliti yaitu

:

1. Bagaimana pandangan umum masyarakat terhadap koperasi di Mojokerto?
2. Bagaimana kepercayaan dan komitmen anggota KSPPS BMT Nusantara Mojopahit Mojokerto?
3. Bagaimana keterlibatan ego mampu meningkatkan minat anggota KSPPS BMT Nusantara Mojopahit Mojokerto?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang telah disebutkan tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk menganalisis bagaimana pandangan umum masyarakat terhadap koperasi di Mojokerto.
2. Untuk menganalisis bagaimana kepercayaan dan komitmen anggota terhadap BMT Nusantara Mojopahit Mojokerto.
3. Untuk menganalisis bagaimana keterlibatan ego dalam meningkatkan minat anggota KSPPS BMT Nusantara Mojopahit Mojokerto.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diterima dari penelitian ini yaitu :

1. Teoritis

Penelitian ini dapat memberikan manfaat di bidang keuangan yaitu menambah literatur para teoritis. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi dalam melakukan pengembangan penelitian.

2. Praktis

Manfaat praktis penelitian ini bagi perusahaan yaitu diharapkan bisa memberikan masukan untuk BMT mengenai kepercayaan dan komitmen anggota. Sedangkan bagi peneliti bermanfaat untuk menjadi sebuah proses pembelajaran yang bermanfaat juga dapat menambah wawasan.

3. BMT

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat bagi bmt sebagai bahan masukan dan referensi untuk meningkatkan kinerja, khususnya pada KSPPS BMT Nusantara Mojopahit Mojokerto.

