

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Manusia merupakan makhluk sosial yang pada dasarnya manusia saling bergantung satu sama lain, seperti halnya kebutuhan ekonomi. Masyarakat memerlukan dana guna memenuhi kebutuhan hidupnya, oleh karenanya lembaga keuangan sangat dibutuhkan sebagai lembaga yang menjembatani antara kelompok masyarakat yang kelebihan dana dan kelompok masyarakat yang memerlukan dana. Sebagaimana sesuai dengan aturan yang Allah SWT perintahkan yang terdapat dalam QS. Al-Maidah ayat 2:<sup>1</sup>

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٢﴾

Artinya: *“Tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah sangat berat siksaan-Nya.”* (Q.S Al Maidah: 2)

Berdasarkan pada ayat di atas, kiranya dapat dipahami bahwa tolong-menolong dalam kebajikan dan dalam ketakwaan

---

<sup>1</sup> KEMENAG RI, Al-Qur'an Dan Terjemahannya (Bandung: Diponegoro, 2010).

dianjurkan oleh Allah swt. Menutupi kebutuhan dan tolong menolong kebajikan adalah salah satu wasilah untuk mencapai ketakwaan yang sempurna. Dengan adanya sikap saling tolong-menolong ini, maka akan dapat membantu atau memenuhi kebutuhan sesama.

Lembaga Keuangan kian hari semakin berkembang pesat, khususnya lembaga keuangan syariah. Dalam perkembangannya, berdasarkan data dari *The State of The Global Islamic Economy Report 2020-2021* menyebutkan bahwa posisi Indonesia yang terus membaik. Indonesia menduduki peringkat ke-4 ekonomi syariah di *Global Islamic Economy Indicator*.<sup>2</sup>

Jokowi menyampaikan, di tengah krisis akibat pandemi Covid-19, kinerja perbankan syariah Indonesia tetap mencatat pertumbuhan yang stabil. Bahkan, pertumbuhan bank syariah lebih tinggi dibandingkan dengan perbankan konvensional. Dari sisi aset, perbankan syariah naik 10,97 persen secara tahunan. Sementara, kenaikan aset bank konvensional hanya 7,7 persen. Kemudian, dari sisi pembiayaan, perbankan syariah tumbuh 9,42 persen secara tahunan. Angka ini jauh lebih tinggi dibandingkan bank konvensional yang hanya tumbuh 0,55 persen.<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup>Administrator, *Indonesia Berpeluang Memimpin Industri Halal Dunia*, <https://indonesia.go.id/kategori/feature/2794/indonesia-berpeluang-memimpin-industri-halal-dunia>, diakses pada 23 Desember 2021, pukul 14.13 WIB.

<sup>3</sup>Fitria Chusna Farisa, *Jokowi: Ekonomi Syariah Indonesia Tahun 2020*. <https://www.kompas.com/nasional/read/2021/02/01/14322611/jokowi-ekonomi-syariah-indonesia-tahun-2020-peringkat-4-dunia>, diakses pada 23 Desember 2021, pukul 14.24 WIB.

Dengan adanya respon positif tersebut, masyarakatnya pun sudah mulai melek ekonomi Islam dan mulai melirik lembaga keuangan syariah. Karena sebagai umat muslim, mereka dituntut untuk menjalankan hidupnya sesuai dengan prinsip syariah. Oleh karenanya, Islam menganjurkan ketika melakukan transaksi atau bekerjasama hendaknya umat muslim menggunakan prinsip tersebut, dengan tidak mengandung bunga atau riba. Seiring perkembangannya, saat ini banyak bermunculan lembaga yang berbasiskan syariah. Seperti Asuransi Syariah, Lembaga Pembiayaan Syariah, Pegadaian Syariah dan juga Koperasi Syariah. Selain karena tuntutan agama tersebut, kesadaran masyarakat akan hadirnya lembaga yang berprinsip pada syariat Islam membuat mereka tertarik dengan lembaga keuangan yang menggunakan prinsip syariah dalam pengelolaannya, salah satunya yaitu koperasi syariah.

Koperasi menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian pada pasal 1 menyatakan bahwa koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip-prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup>Herman dan Kusnadi, *Ekonomi Koperasi (Untuk Perguruan Tinggi: Edisi kedua)*, (Jakarta: Fakultas Ekonomi UI, 2005), h. 18.

Koperasi sebagai sokoguru perekonomian Indonesia memiliki peran penting, dimana keberadaannya menjadi salah satu tolak ukur dalam pertumbuhan serta pembangunan ekonomi. Dengan menggiatkan sektor riil, koperasi dapat menjadi tiang penyangga ekonomi agar semakin baik. Koperasi dibentuk dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak serta guna membantu perekonomian kelas menengah ke bawah, baik untuk membantu modal usaha maupun untuk memenuhi kebutuhan hidup masyarakat. Karena fokus utama koperasi yaitu untuk mensejahterakan anggotanya serta pemerataan perekonomian masyarakat. Koperasi dapat selalu bersinergi untuk terus memberikan kontribusinya terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat pada khususnya dan ekonomi nasional pada umumnya. Keberadaan koperasi syariah pada hakekatnya merupakan sebuah konversi dari koperasi konvensional dengan menambahkan muatan berupa prinsip-prinsip koperasi atau musyarakah yang sesuai dengan syariat Islam dan peneladanan terhadap perilaku ekonomi yang dilakukan Rasulullah dan para sahabatnya.<sup>5</sup>

Geliat koperasi syariah mengalami perkembangan yang signifikan, akhir-akhir ini banyak terjadi konversi koperasi konvensional ke koperasi syariah. Koperasi yang beroperasi menurut data Kementerian Koperasi dan UKM pada tahun 2019

---

<sup>5</sup> Abdul Gani Isa, dkk., *Koperasi Syariah: Tinjauan Terhadap Kedudukan dan Peranannya dalam Pemberdayaan Ekonomi Kerakyatan*, Jurnal Media Syari'ah, Vol. 14, No. 1, 2012, h. 51.

sebanyak 123.048 unit jumlah koperasi yang aktif. Sedangkan, pada Desember 2020 jumlah koperasi aktif sebanyak 127.124 unit. Hal tersebut terjadi kenaikan jumlah koperasi jika dibandingkan dengan tahun 2019.<sup>6</sup> Dengan mengalami kenaikan tersebut, disalah satu sisi merupakan hal yang menggembarakan karena terjadi kenaikan jumlah koperasi yang beroperasi. Namun di sisi lain, perlu dilakukan evaluasi menyeluruh karena pada saat bersamaan jumlah koperasi yang tidak aktif juga mengalami peningkatan setiap tahunnya. Hal ini yang mendorong untuk segera dilaksanakan program rehabilitasi koperasi. Meskipun jumlah koperasi terus meningkat sepanjang tahun, namun peningkatannya tidak diikuti oleh serangkaian prestasi.<sup>7</sup> Disamping itu, dengan semakin banyaknya koperasi yang tumbuh beroperasi semakin sengit pula persaingannya. Terutama dengan lembaga keuangan syariah lainnya yang telah memiliki citra yang bagus di masyarakat.

Harapan utama dari kebanyakan koperasi yaitu ingin masyarakat berbondong-bondong tertarik dengan produknya, baik produk simpanan maupun pembiayaan yang kemudian menjadi anggota koperasi tersebut. Oleh karena itu, untuk menarik perhatian para anggota, setiap koperasi memiliki strategi masing-

---

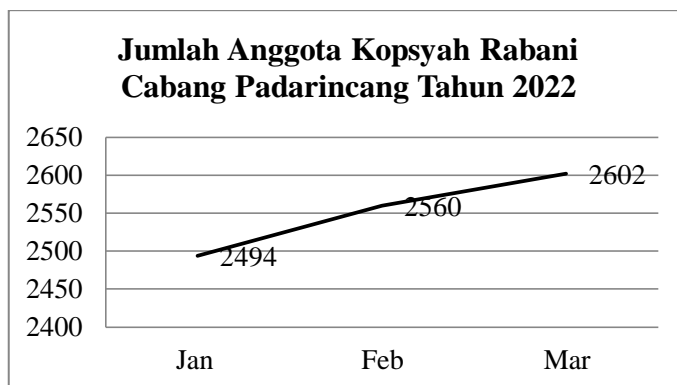
<sup>6</sup>Srii003, *Digitalisasi Dorong Pengembangan dan Modernisasi Koperasi*, <https://www.kominfo.go.id/content/detail/37682/digitalisasi-dorong-pengembangan-dan-modernisasi-koperasi/0/berita>, diakses pada 23 Desember 2021, pukul 14.45 WIB.

<sup>7</sup>Achmad Sani Alhusain, Ariesy Tri Mauleny, Nidya Waras Sayekti, Lisnawati, *Koperasi dalam Sistem Perekonomian Indonesia*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2019). h. 25.

masing. Dengan menentukan strategi pemasaran yang tepat, hal ini dapat mendukung koperasi untuk mampu bersaing dengan pesaing lembaga keuangan lainnya. Sehingga, perlu adanya peningkatan kinerja karyawan khususnya kepada funding officer (staf lapang) harus memiliki karakter tersendiri dalam menyusun strategi pemasaran. Agar koperasi tersebut mampu bersaing secara kompetitif dan memiliki karakter tersendiri dalam bersaing, untuk menarik anggota maupun mempertahankan anggotanya. Karena koperasi akan mampu bersaing dengan koperasi lain jika memiliki strategi-strategi yang lebih unggul dari koperasi pesaing. Di setiap perusahaan atau lembaga keuangan pasti mempunyai target yang harus dicapai oleh *Funding Officer* (Staf Lapang). Seperti yang dilakukan pada Koperasi Syariah Raya Banda Madani (Rabani) cabang Padarincang ini.

Koperasi Syariah Rabani cabang Padarincang adalah cabang Koperasi yang beroperasi di kecamatan Padarincang yang didirikan pada tanggal 18 Januari 2021. Kopsyah Rabani merupakan badan usaha dalam bentuk koperasi yang berbasis syariah. Didirikan dengan tujuan agar terciptanya koperasi yang dapat mensejahterakan anggotanya. Kopsyah Rabani ini lahir dimasa sedang melonjaknya penyebaran wabah pandemi covid-19, tepatnya tanggal 2 Agustus 2019. Pandemi ini mengakibatkan ekonomi masyarakat melemah sampai pada titik terendah. Namun, koperasi ini mampu menghadapi segala rintangan serta

mampu untuk tetap bertahan. Bahkan sampai saat ini Kopsyah Rabani masih tetap beroperasi, perkembangan jumlah anggotanya pun terus meningkat setiap bulannya. Berikut data jumlah anggota Kopsyah Rabani cabang Padarincang tahun 2022.

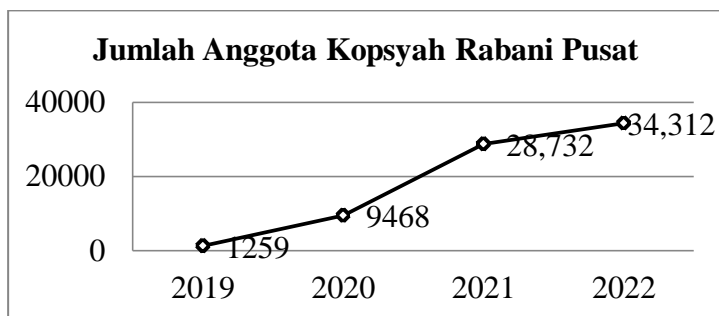


**Gambar 1. 1**

Jumlah anggota Kopsyah Rabani cabang padarincang tahun 2022

*Sumber: data Kopsyah Rabani Cabang Padarincang*

Terbukti untuk jumlah anggotanya sendiri selama tiga bulan terakhir di tahun 2022, terhitung sebanyak 7.656 anggota yang bergabung di Kopsyah Rabani cabang Padarincang. Dimana pada bulan Januari sebanyak 2.494 jumlah anggota yang bergabung, Februari sebanyak 2.560, dan pada bulan Maret sebanyak 2.602 jumlah anggota yang tergabung di Kopsya Rabani cabang Padarincang. Adapun perkembangan anggota Kopsyah Rabani setiap tahunnya.



**Gambar 1. 2**

*Jumlah Peningkatan Anggota Kopsyah Rabani*

*Sumber: data Kopsyah Rabani Pusat*

Tabel di atas menjelaskan bahwa setiap tahunnya anggota Kopsyah Rabani semakin meningkat secara signifikan. Dimana pada awal tahun berdirinya Kopsyah Rabani yaitu tahun 2019 sebanyak 1.259 anggota. Tahun 2020 sebanyak 9.468. Kemudian pada tahun 2021 jumlah anggota koperasi meningkat sangat pesat yaitu sebanyak 28.732, dan saat ini pada triwulan 1 tahun 2022 terdapat 34.312 jumlah anggota yang tergabung di Kopsyah Rabani.

Adapun produk yang ada pada Kopsyah Rabani cabang Padarincang meliputi simpanan, pinjaman serta pembiayaan yang pengelolaannya sesuai dengan prinsip syariah. Termasuk mengelola zakat, infaq/sedekah, dan wakaf. Produk yang banyak diminati adalah produk pembiayaan, karena kembali lagi ke tujuan utama yaitu memberikan modal usaha anggota mikro. Dimana koperasi ini merupakan koperasi masyarakat yang fokus melayani usaha mikro.



*Funding Officer* adalah salah satu bidang pegawai yang ada pada Koperasi Syariah Rabani cabang Padarincang. *Funding Officer* pada Kopsyah Rabani ini disebut juga dengan istilah Staf Lapang. Fungsi dari staf lapang pada koperasi ini mencari titik untuk membentuk sebuah rumpun dan menarik anggota baru untuk melakukan pengajuan pembiayaan ataupun menabung. Selain itu, staf lapang juga bertugas melakukan pencairan bagi anggota yang melakukan pengajuan pembiayaan serta melakukan survei, dan melakukan penagihan atau transaksi angsuran ke setiap rumpun.

*Funding officer* memiliki cara tersendiri untuk menumbuhkembangkan serta menarik anggota baru pada koperasi tersebut. Hal paling dasar yang perlu ada dalam diri seorang *funding officer* yaitu integritas, dengan mengedepankan etika islam sebagai pondasi dasar dalam membangun budaya kerja pada Kopsyah Rabani. Selain integritas, adapun budaya organisasi atau budaya kerja pada Kopsyah Rabani antara lain yaitu responsif (bersifat menanggapi, cepat merespond, bersikap memberi tanggapan dan tidak masa bodoh), amanah, berinovasi, andal dan normatif menjalankan tugas dan tanggungjawab dengan berpegang teguh pada prinsip koperasi dan norma yang berlaku pada Kopsyah Rabani.

Sikap tersebut tidak harus melekat pada setiap *funding officer* saja, melainkan berlaku bagi seluruh pegawai Kopsyah Rabani. Sebagai budaya kerja yang harus dipahami dan

diimplementasikan dalam setiap aktivitas Kopsyah Rabani. Seorang *funding officer* harus selalu menjaga reputasi dan integritasnya dengan selalu berupaya memenuhi komitmen atau janji pribadi dan menyampaikan semua informasi produk dengan jelas dan transparan tanpa ada maksud yang ditutup-tutupi yang berakibat kerugian kepada anggota. Integritas seseorang bisa dilihat dari bagaimana dia memenuhi komitmen pribadinya.<sup>8</sup> Jadi ketika berjanji dengan anggota koperasi untuk bertemu pada waktu tertentu, maka *funding officer* harus berusaha memenuhi permintaan tersebut sesuai dengan waktu dan tempat yang telah ditetapkan. Selain itu, *funding officer* juga harus memberikan pelayanan yang baik, bersikap sopan santun dan ramah terhadap anggota, serta harus memberikan arahan atau penjelasan apa itu menabung serta manfaatnya.

Dalam koperasi syariah perlu memiliki sistem marketing yang efektif juga efisien, yang dapat diterapkan dalam lembaga koperasi syariah tersebut. Hal ini, guna menarik perhatian para calon anggota dan mempertahankan kepuasan serta loyalitas anggota dengan tetap menggunakan produk pembiayaan dan simpanan di koperasi syariah ini. Karena persaingan bisnis saat ini sedang marak-maraknya, sehingga banyak koperasi yang aktif dengan ciri khasnya masing-masing serta menawarkan bonus yang menggiurkan. Hingga banyak anggota yang tertarik dan

---

<sup>8</sup> David C.E. Lisapaly, *Pengetahuan Berkarakter Bagi Personal Banker (Pendekatan Pemasaran Bank)*, (Bandung: Media Sains Indonesia, 2020), h. 34.

akhirnya mereka tidak melakukan pembelian produk secara berulang, melainkan berpindah ke koperasi lain yang menurut mereka lebih menguntungkan dan memiliki fasilitas lebih baik. Hal itu menimbulkan adanya ketidakpercayaan anggota, yang akan membuat anggota tidak ingin berpartisipasi sehingga kemudian berdampak kepada koperasi.

Berdasarkan data Dinas Perdagangan Industri Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Disperdaginkop dan UKM) Kota Serang, sebanyak 190 dari total 375 koperasi yang mengalami mandek atau koperasi tidak sehat.<sup>9</sup> Dengan melihat persaingannya yang ketat, maka setiap lembaga koperasi harus lebih efektif lagi dalam merebut posisi pasar agar dapat memenangkan persaingan tersebut. Koperasi akan mampu bersaing dengan koperasi lain jika memiliki cara atau strategi yang lebih unggul dari koperasi pesaing. Karena pada dasarnya, meskipun koperasi syariah yang tidak mengandung unsur riba, namun dalam praktiknya tujuan dari koperasi tersebut yaitu terus berupaya meningkatkan profit demi keberlangsungan koperasi agar tetap bertahan serta demi kesejahteraan para anggota. Oleh sebab itu, sebuah koperasi pada dasarnya menginginkan seorang anggota yang mampu bertahan selamanya. Koperasi tidak hanya ingin menarik anggota untuk bergabung dan menarik produknya

---

<sup>9</sup> *Ratusan Koperasi di Kota Serang tidak Sehat*, <https://kabarbanten.pikiran-rakyat.com/bisnis/amp/pr-59619713/ratusan-koperasi-di-kota-serang-tidak-sehat>, diakses pada 23 Desember 2021, pukul 15.03 WIB.

sesekali, melainkan ingin menciptakan anggota tersebut menjadi loyal (setia). Dengan kata lain, anggota yang loyal sangat dibutuhkan oleh setiap koperasi. Anggota yang loyal akan membantu menumbuhkembangkan suatu koperasi untuk terus berkembang demi menjaga kenyamanan serta menciptakan kesejahteraan bagi para anggotanya.

Jika anggota merasa puas atas kualitas pelayanan koperasi tersebut maka cenderung akan berpengaruh terhadap perilaku pasca pembelian, sehingga anggota akan melakukan pembelian ulang yang nantinya para anggota tersebut diharapkan mampu menjadi anggota yang loyal. Karena tidak ada lembaga keuangan yang mampu bertahan dalam jangka panjang tanpa adanya kepuasan dan loyalitas dari anggota. Pelanggan yang setia merupakan suatu hal yang berharga bagi lembaga. Oleh karenanya, mengangkat dari permasalahan tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul *“Pengaruh Strategi Marketing Terhadap Loyalitas Dengan Prinsip Syariah Sebagai Variabel Moderating (Studi pada Kopsyah Rabani cabang Padarincang)”*.

## **B. Fokus Penelitian**

Fokus penelitian adalah pokok permasalahan yang akan dibahas dan dikaji. Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, dalam penelitian ini yang menjadi fokus penelitian adalah:

1. *Funding Officer* memiliki strategi tersendiri agar bisa menjaga dan meningkatkan jumlah anggotanya. Sehingga

anggota tersebut dapat bergabung dan mengambil produk khususnya pada koperasi syariah Rabani cabang Padarincang. Karena banyak anggota yang ketika angsurannya lunas dan simpanannya nihil, anggota tersebut tidak mengambil produk secara berulang. Melainkan, pindah dan tertarik ke produk koperasi lain. Ia beranggapan bahwa koperasi lain lebih menguntungkan dan memiliki fasilitas lebih baik.

2. Loyalitas anggota merupakan suatu hal yang berharga bagi lembaga, karena anggota yang loyal dapat membantu meningkatkan perkembangan koperasi. Terlebih lagi, akhir-akhir ini koperasi semakin berkembang dan semakin banyak pula koperasi baru yang beroperasi. Sehingga anggota mudah tergiur dengan bonus serta fasilitasnya, yang mana sebagian anggota tertarik kemudian berpindah ke koperasi lain.
3. Prinsip marketing syariah merupakan ciri khusus dalam marketing syariah yang dijadikan sebagai pedoman bagi marketer syariah dalam melakukan kegiatan pemasarannya. Adapun dimensi atau indikator dalam prinsip marketing syariah yakni antara lain: Teistis atau Ketuhanan (rabbaniyah), Etis atau menjunjung tinggi akhlak mulia (akhlaqiyyah), Realistis (Al-waqi'iyah), Humanistis (Al-insaniyyah)
4. Dari variabel yang disebutkan disini peneliti akan menganalisis strategi marketing syariah sebagai variabel X terhadap variabel Y yaitu dalam meningkatkan loyalitas pada

anggota koperasi syariah Rabani cabang Padarincang melalui variabel Z yaitu prinsip marketing syariah yang akan diteliti dalam penelitian ini.

### **C. Perumusan Masalah**

Berdasarkan dari gambaran dan uraian yang sudah dipaparkan pada latar belakang, maka peneliti dapat merumuskan masalah sehubungan dengan judul yang diajukan tersebut antara lain:

1. Apakah strategi marketing berpengaruh terhadap loyalitas anggota Kopsyah Rabani Cabang Padarincang?
2. Apakah strategi marketing berpengaruh terhadap loyalitas anggota Kopsyah Rabani cabang Padarincang dengan prinsip marketing syariah sebagai variabel moderasi?

### **D. Tujuan Penelitian**

Dilihat dari rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, maka dapat diketahui tujuan penulis melakukan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh antara strategi marketing terhadap loyalitas anggota Kopsyah Rabani Cabang Padarincang
2. Untuk mengetahui pengaruh antara strategi marketing terhadap loyalitas anggota Kopsyah Rabani cabang Padarincang dengan prinsip marketing syariah sebagai variabel moderasi

## **E. Manfaat/Signifikansi Penelitian**

Dalam penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

### 1. Bagi Penulis

Bagi penulis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana belajar untuk mengetahui dan menganalisis permasalahan yang ada, khususnya yang berkaitan dengan pokok masalah berdasarkan judul yang telah ditetapkan yaitu menganalisis marketing *funding officer* dalam meningkatkan loyalitas anggota koperasi syariah. Penulis berharap tulisan ini dapat memberikan kontribusi positif untuk penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

### 2. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman serta wawasan para pembaca mengenai strategi marketing yang dilakukan *funding officer* dalam meningkatkan loyalitas anggota koperasi syariah.

### 3. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dan informasi serta dapat dijadikan sebagai bahan rujukan referensi bagi mahasiswa, khususnya mahasiswa UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten S1 prodi Ekonomi Syariah untuk menunjang penelitian selanjutnya

#### 4. Bagi Kopsyah Rabani Cabang Padarincang

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai penunjang serta sebagai bahan evaluasi bagi lembaga koperasi syariah Rabani cabang Padarincang, terutama mengenai strategi marketing yang dilakukan staf lapang guna mencapai tujuan dalam meningkatkan loyalitas anggota yang digunakan di masa yang akan datang.

### **F. Sistematika Pembahasan**

#### **BAB I      Pendahuluan**

Pada bab ini akan di bahas mengenai latar belakang masalah, fokus penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu yang relevan, kerangka pemikiran, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

#### **BAB II     Kajian Teoretis**

Bab ini berisi tinjauan teori yang mendeskripsikan tentang marketing, meliputi: pengertian marketing, pengertian marketing syariah, karakteristik marketing syariah. Kemudian, *funding officer* yang meliputi: pengertian *funding officer*, fungsi *funding officer* dan tugas *funding officer*. Selanjutnya mengenai loyalitas, yang meliputi: pengertian loyalitas, faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas anggota, hubungan loyalitas dengan kepuasan anggota, indikator kepuasan pelanggan, mengukur kepuasan pelanggan dan



strategi meningkatkan kepuasan pelanggan. Pembahasan terakhir mengenai Anggota koperasi, yang meliputi: pengertian anggota, jenis-jenis anggota serta kewajiban dan hak anggota koperasi.

### **BAB III Metode Penelitian**

Bab ini menguraikan tentang metode dan pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian, tempat dan waktu penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data serta teknik pengolahan dan analisis data.

### **BAB IV Pembahasan Hasil Penelitian**

Dalam bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian serta paparan data dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

### **BAB V Penutup**

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian yang merupakan jawaban dari rumusan masalah, serta berisi saran-saran penulis selama melakukan penelitian.

