

STRATEGI PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS NASABAH PADA KOPERASI SYARIAH BMT MASJID RAYA SINGKAWANG

Gustina¹

Larasati²

Institut Agama Islam Sultan Muhammad Syafiuddin Sambas¹

Institut Agama Islam Sultan Muhammad Syafiuddin Sambas²

gustinasbs@gmail.com

Abstract: Service Strategy In Increasing Customer Loyalty In The Islamic Cooperative Bmt Masjid Raya Singkawang. This research is motivated by an increase in the number of customers in the Sharia Cooperative BMT Masjid Raya Singkawang from 2014 to 2019. So that efforts are needed to increase customer loyalty. The purpose of this study was to determine 1) service strategies in increasing customer loyalty; 2) steps in implementing a service strategy to increase customer loyalty. This type of field research uses a qualitative approach. The collection techniques are observation and interviews based on primary data in the field, and secondary data in the form of books, journals, previous research, and documents related to this research. Research results 1) Service strategies in increasing customer loyalty, namely: physical evidence (physical facilities), reliability (reliability), responsiveness (responsiveness), security, communication and understanding (sympathy); 2) steps in implementing a service strategy to increase customer loyalty, namely: listening to customer complaints, providing services in accordance with regulations, showing an open attitude, treating customers well, and providing special training for each employee.

Keywords: Service Strategy; Customer Loyalty; Sharia Cooperative

Abstrak: Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada Koperasi Syariah BMT Masjid Raya Singkawang. Penelitian ini dilatar belakangi adanya peningkatan jumlah nasabah di Koperasi Syariah BMT Masjid Raya Singkawang dari tahun 2014 sampai 2019. Sehingga perlu upaya untuk meningkatkan loyalitas nasabah. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui 1) strategi pelayanan dalam meningkatkan loyalitas nasabah; 2) langkah-langkah dalam menerapkan strategi pelayanan untuk meningkatkan loyalitas nasabah. Jenis penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan *kualitatif*. Teknik pengumpulan yaitu observasi dan wawancara berdasarkan data primer yang ada di lapangan, dan data sekunder berupa buku-buku, jurnal, penelitian terdahulu, dan dokumen yang berkaitan dengan penelitian ini. Hasil penelitian 1) Strategi pelayanan dalam meningkatkan loyalitas nasabah, yaitu: Bukti fisik (fasilitas fisik), Reliabilitas (keandalan), responsivitas (daya tanggap), Keamanan, Komunikasi dan Pengertian (simpati); 2) langkah-langkah dalam menerapkan strategi pelayanan untuk meningkatkan loyalitas nasabah, yaitu: mendengarkan keluhan nasabah, melakukan pelayanan sesuai dengan peraturan, menunjukkan sikap keterbukaan, memerlakukan nasabah dengan baik, serta memberikan pelatihan khusus kepada setiap karyawan.

Kata Kunci: Strategi Pelayanan; Loyalitas Nasabah; Koperasi Syariah

PENDAHULUAN

Koperasi merupakan suatu organisasi ekonomi rakyat yang berwatak sosial, atau suatu bentuk organisasi ekonomi rakyat yang keanggotaannya pada umumnya terdiri dari golongan yang berpendapatan rendah, yang didirikan dengan tujuan agar dapat bekerjasama dan dapat mensejahterakan rakyat. Menurut Undang-undang pokok perkoperasian No.12 Tahun 1967 bahwa koperasi Indonesia mempunyai tiga landasan antaranya, landasan idiil yaitu Pancasila, landasan structural yaitu UUD 1945 dengan landasan geraknya pasal 33 ayat 1 UUD 1945 beserta penjelasannya, serta landasan mental yaitu setia kawan (gotong royong) dan kesadaran pribadi (Hender, 2005: 18). Koperasi Jasa Keuangan Syariah Baitul Maal Wa Tanwil (BMT) adalah usaha balai mandiri terpadu yang kegiatannya mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas usaha ekonomi pengusaha kecil dan menengah kebawah (Hasan, 2013).

Loyalitas nasabah memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan nasabah berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan (Lupiyoadi, 2001: 64). Loyalitas merupakan presentase dari orang yang pernah membeli dalam waktu tertentu dan melakukan pembelian ulang sejak pembelian yang pertama. Loyalitas terbentuk karena keinginan pelanggan tersebut untuk menjaga hubungan kerja sama dengan cara menggunakan jasa perusahaan secara berulang-ulang (Rahmayanty, 2013: 13). Pelayanan merupakan kegiatan pemberian jasa dari satu pihak ke pihak lainnya dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, tepat, dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya. Pelayanan yang baik dan benar akan menciptakan simpati, baik dari masyarakat maupun dari bank saingan yang menimbulkan kepercayaan sehingga pemasaran produk jasa bank itu akan lancar dengan adanya pelayanan yang baik akan menarik daya tingkat nasabah lebih banyak lagi (Hasibuan, 2001: 52).

Lembaga keuangan masalah pelayanan merupakan hal yang sangat penting yang dianggap mampu mempengaruhi kepuasan nasabah. Sistem pelayanan perlu didukung oleh kualitas pelayanan dan fasilitas yang memadai. Sedangkan tujuan memberikan pelayanan yaitu untuk memberikan kepuasan kepada nasabah, dan dengan sumber daya insani merupakan sumber daya yang paling penting untuk memenangkan persaingan karena merupakan tulang punggung dari seluruh sistem yang dirancang, metode yang diharapkan dan teknologi yang digunakan. Oleh karena itu, vital untuk mengembangkan sumber daya insani melalui proses rekrutmen yang kontitif, pelatihan yang sistematis, peningkatan kepuasan pegawai, meningkatkan pendidikan pegawai, dan pemberdayaan pegawai (Santosa, 2003: 21).

Koperasi Syariah *Baitul Mal Wat Tamwil* Masjid Raya Singkawang tidak menerapkan sistem terbuka atau promosi produk kepada masyarakat melainkan dari mulut ke mulut, nasabah yang menabung di koperasi hanya masyarakat yang sudah mengerti bagaimana sistem kerja yang ada di koperasi tersebut. Jumlah nasabah yang ada di Koperasi Syariah baitul

mal wat tamwil Masjid Raya Singkawang pertahunnya mengalami peningkatan dapat dilihat dari peningkatan jumlah nasabah dari tahun 2014-2019 (BMT Masjid Raya Singkawang: 2019)

Adapun jumlah nasabah Koperasi Syariah *Baitul Mal Wat Tamwil* Masjid Raya Singkawang Tahun 2014-2019 adalah sebagai berikut.

Tabel 1.1
Jumlah Nasabah
Koperasi Syariah BMT Masjid Raya Singkawang
Tahun 2014-2019

No	Tahun	Jumlah Nasabah
1	2014	432
2	2015	453
3	2016	478
4	2017	498
5	2018	505
6	2019	530

Sumber: Rekap Tahunan “Jumlah Nasabah” Koperasi Syariah *Baitul Mal Wattamwil* (BMT) Masjid Raya Singkawang Tahun 2014-2019

Pada tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah nasabah pada tahun 2014 sebanyak 432 orang, pada tahun 2015 jumlah anggota nasabah ada 453 orang, pada tahun 2016 jumlah anggota nasabah ada 478 orang, pada tahun 2017 jumlah anggota nasabah ada 498 orang, selanjutnya pada tahun 2018 jumlah anggota nasabah ada 505 orang dan pada tahun 2019 jumlah anggota nasabah ada 530 orang. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa jumlah nasabah pada tahun 2014-2019 tersebut mengalami peningkatan. Berdasarkan paparan tersebut, bahwa jumlah anggota nasabah pertahunnya mengalami peningkatan, hal tersebut membuat peneliti tertarik untuk membahas lebih lanjut mengenai strategi pelayanan dan langkah-langkah dalam menerapkan strategi pelayanan untuk meningkatkan loyalitas nasabah yang ada di Baitul Mal Wat Tamwil Masjid Raya Singkawang tersebut dengan judul “Strategi Pelayanan dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada Koperasi Syariah BMT Masjid Raya Singkawang”.

METODE

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis *field research* (penelitian lapangan). Setting penelitian sangat berhubungan erat dengan subjek penelitian, bahkan dengan subjek penelitian merupakan salah satu kesatuan yang telah ditentukan sejak awal penelitian.

Setting penelitian adalah hal-hal yang berkaitan dengan lingkungan, tempat atau wilayah yang akan dijadikan lokasi atau objek penelitian. Peneliti akan menetapkan waktu-waktu tertentu untuk melakukan proses pengumpulan data dengan informan (Arikunto, 2006: 32). Tempat penelitian dalam penelitian ini pada kantor Koperasi Syariah BMT Masjid Raya Singkawang Jl. Skip lama. Gang Hansip. Alasan memilih di Koperasi karena saat melakukan observasi peneliti menemukan bahwa dari tahun 2014 jumlah anggota nasabah ada 432 orang, pada tahun 2015 jumlah anggota nasabah ada 453 orang, pada tahun 2016 jumlah anggota nasabah ada 478 orang, pada tahun 2017 jumlah anggota

nasabah ada 498 orang, selain itu pada tahun 2018 jumlah anggota nasabah ada 505 orang serta pada tahun 2019 jumlah anggota nasabah ada 530 orang sehingga perlu upaya untuk meningkatkan jumlah nasabah.

Adapun data primer pada penelitian ini yaitu Bapak Komar sebagai kasir, Ibu Agustina bagian pembukuan dan Nasabah yang ada di Koperasi Syariah BMT Masjid Raya Singkawang. Teknik dan alat pengumpulan data menggunakan teknik observasi dengan alat pedoman observasi, teknik wawancara dengan alat pedoman wawancara serta teknik dokumentasi. Teknik dan alat tersebut digunakan dengan tujuan untuk mendapatkan data terkait pertanyaan penelitian. Analisis data melalui tahapan reduksi, kemudian display dan verifikasi serta penarikan kesimpulan. Terakhir, teknik pemeriksaan keabsahan data menggunakan perpanjangan masa observasi dan triangulasi sumber.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Pelayanan

Kata *strategos* berasal dari kata *stratos* yang berarti militer dan *ag* yang artinya memimpin (Purnomo, Hari, dan Zulkieflimansyah, 2005: 8). Strategi merupakan sekumpulan pilihan kritis untuk perencanaan dan penerapan dengan serangkaian rencana tindakan dan alokasi sumber daya mencapai tujuan dasar dan sasaran yang memperhatikan keunggulan kompetitif, komparatif, dan sinergis ideal berkelanjutan sebagai arah, cakupan, dan perspektif jangka panjang keseluruhan bagi individu atau organisasi (Triton, 2008: 16-17).

Pelayanan (*customer service*) merupakan kegiatan yang bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan keperluan pelanggan dapat terpenuhi (Kasmir, 2010: 22). Strategi pelayanan merupakan usaha suatu perusahaan dalam memberikan pelayanan jasa yang baik untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah, sehingga dapat merasakan kepuasan dengan pelayanan yang telah diberikan. Pelayanan yang baik akan dapat membuat pelanggan semakin melekat erat dan mampu membuat pelanggan tidak berpaling pada perusahaan lain. Unsur (dimensi) strategi pelayanan pada umumnya menggunakan lima dimensi yaitu *tangibles* (bukti), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), dan *emphaty* (empati) (Tjiptono, 2008: 113).

Pelayanan jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat di tawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak memiliki wujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun, produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan dengan suatu produk. Adapun unsur (dimensi) pelayanan yaitu (Kotler, 2018: 121):

1. *Tangible* atau bukti nyata: artinya pelayanan jasa yang berkualitas dilihat dari fasilitas fisik seperti gedung kantor, ruangan, pakaian, dan penampilan petugas karyawan, lokasi pelayanan serta fasilitas kantor.
2. *Emphaty* atau empati: artinya pelayanan jasa yang berkualitas mencakup kemudahan komunikasi dan pemahaman terhadap kebutuhan nasabah, seperti sikap, kewajaran yang ditawarkan, kesediaan dalam membantu nasabah, menanggapi semua permintaan nasabah, kesopanan karyawan, perhatian kepada kepentingan dan kebutuhan nasabah.
3. *Reliability* atau keandalan: artinya pelayanan jasa yang berkualitas meliputi kepercayaan kepada institusi, akurasi catatan nasabah, kepercayaan nasabah kepada nasabah.

4. *Responsiveness* atau daya tanggap: artinya pelayanan jasa yang berkualitas mencakup kecepatan layanan karyawan dan dukungan institusi kepada karyawan.
5. *Assurance* atau jaminan/kepercayaan: artinya pelayanan yang berkualitas mencakup janji institusi kepada nasabah, penetapan waktu pemberian jasa, keamanan bertransaksi, penetapan waktu operasi dan kepastian jasa yang diberikan oleh institusi.

Langkah-langkah dalam menerapkan atau mewujudkan strategi pelayanan yang baik oleh penyelenggara pelayanan publik sangat berpengaruh besar sehingga pemerintah harus mampu memberikan pelayanan sebaik-baiknya bagi nasabah. Adapun beberapa langkah-langkah menerapkannya strategi pelayanan yang baik, yaitu mendengarkan keluhan nasabah, melakukan pelayanan sesuai dengan peraturan, menunjukkan sikap keterbukaan, memperlakukan nasabah dengan baik, dan memberikan pelatihan kepada karyawan.

Loyalitas Nasabah

Griffin menyatakan bahwa *loyalty is defined as non random purchase expressed over time by some decision making unit* dapat didefinisikan bahwa loyalitas merupakan wujud perilaku oleh unsur pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus-menerus terhadap barang atau jasa dari suatu perusahaan yang dipilih (Griffin,: 5). Loyalitas pelanggan yaitu komitmen pelanggan untuk melakukan pembelian ulang produk atau jasa yang disukai secara terus menerus di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran yang memiliki potensi untuk menimbulkan perilaku untuk berpindah (Firmansyah, 2018: 135-136).

Koperasi Syariah

Koperasi Syariah *Baitul Mal Wat Tamwil* sesungguhnya merupakan lembaga yang bersifat sosial keagamaan sekaligus komersial. Lembaga ini menjalankan tugasnya dengan cara menghimpun dan membagikan dana masyarakat dalam bentuk zakat, infaq, dan sedekah tanpa mengambil keuntungan melalui kegiatan kemitraan dengan nasabah baik dalam bentuk penghimpunan, pembiayaan, maupun layanan-layanan sebagai suatu Lembaga Keuangan Islam.

Baitul Mal Wat Tamwil (BMT) atau Balai Usaha Mandiri Terpadu adalah lembaga keuangan mikro yang dioperasikan dengan prinsip bagi hasil, menumbuhkan kembangkan bisnis usaha mikro dalam rangka mengangkat derajat dan martabat serta membela kepentingan kaum fakir miskin, ditumbuhkan atas prakarsa dan modal awal dari tokoh-tokoh masyarakat setempat dengan berlandaskan sistem ekonomi yang salaam: keselamatan (berintikan keadilan), kedamaian, kesejahteraan. *Baitul Mal Wat Tamwil* (BMT) sesuai namanya terdiri atas dua fungsi utama (Arif, 2017: 371) yaitu:

1. Baitul mal (rumah harta): menerima titipan dana akat, infaq, dan sedekah serta mengoptimalkan distribusinya sesuai dengan peraturan dan amanahnya.
2. Baitul tamwil (rumah pengembangan harta): melakukan pengembangan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha mikro dan kecil, antara lain dengan mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonomi.

Koperasi Syariah Baitul *Mal wat Tamwil* (BMT) Masjid Raya Singkawang merupakan salah satu BMT yang ada di kota Singkawang yang bergerak di bidang usaha jasa keuangan simpan pinjam dan sektor usaha. Keberadaan BMT di masyarakat mendapat tanggapan positif karena BMT memberikan kemudahan administrasi dalam memperoleh dana serta memberi pembinaan pengelolaan usaha dan spiritual (agama) dalam ruang lingkup lembaga keuangan yang ada di kota Singkawang. Sebagaimana lembaga keuangan lainnya Koperasi Syariah BMT Masjid Raya Singkawang juga menawarkan jasa tabungan untuk menyimpan dana dan jasa penyaluran dana secara rinci bagi jasa-jasa yang ditawarkan yaitu produk tabungan dan produk pembiayaan (Wawancara dengan Bapak Komar, tanggal 28 Januari 2020 di BMT Masjid Raya Singkawang)

Strategi pelayanan dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada Koperasi Syariah BMT Masjid Raya Singkawang.

Bukti Fisik (Fasilitas fisik). Pihak koperasi menjelaskan bahwa fasilitas pelayanan yang ada di koperasi kalau untuk standar BMT sudah cukup baik, peralatan dan perlengkapan seperti kursi, meja, dan komputer sudah cukup untuk admin dan lain-lain. Selain itu nasabah menjelaskan bahwa fasilitas pelayanan yang ada di koperasi masih kurang baik karena kursi untuk nasabah masih sedikit serta ruang pelayanan masih terlalu kecil.

Berdasarkan hasil wawancara, observasi dan dokumentasi yang telah dilakukan oleh peneliti bahwa strategi pelayanan dalam meningkatkan loyalitas nasabah yang dilakukan oleh Koperasi Syariah BMT Masjid Raya Singkawang masih kurang baik. Pihak koperasi masih belum mampu menyiapkan banyak kursi untuk nasabah yang datang ke koperasi dan ruang pelayanan untuk melayani nasabah terlalu kecil. Adapun jumlah fasilitas pelayanan pada Koperasi Syariah BMT Masjid Raya Singkawang yaitu sebagai berikut.

Tabel 1.2
Fasilitas Pelayanan

No	Keterangan	Jumlah Item
1.	Komputer	1
2.	Meja	5
3.	Kursi	6
4.	Rak Buku	3
5.	Ruang Tunggu	0
6.	Area Parkir	0

Sumber: Koperasi Syariah BMT Masjid, 2020

Reliabilitas (Keandalan). Pihak koperasi menjelaskan bahwa dalam melayani nasabah pihak koperasi sudah melakukan pelayanan dengan baik serta ketepatan kerja sudah sesuai dengan peraturan yang ada di koperasi. Bila nasabah yang akan melakukan transaksi sudah memenuhi syarat maka akan mudah untuk melakukan transaksi di koperasi.

Berdasarkan hasil wawancara, observasi dan dokumentasi yang telah dilakukan oleh peneliti bahwa strategi pelayanan dalam meningkatkan loyalitas

nasabah yang dilakukan oleh Koperasi Syariah BMT Masjid Raya Singkawang sudah cukup baik. Pihak koperasi sudah memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang di inginkan oleh nasabah serta ketepatan kerja sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan.

Responsivitas (Daya tanggap). Pihak koperasi menjelaskan bahwa jika ada nasabah yang datang ke koperasi, pihak koperasi akan menyapa nasabah, menanyakan keperluan nasabah, usaha apa yang akan dilakukan serta bagaimana nasabah akan mengembalikan uang yang telah di pinjam.

Berdasarkan hasil wawancara, observasi dan dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti bahwa strategi pelayanan dalam meningkatkan loyalitas nasabah yang dilakukan oleh Koperasi Syariah BMT Masjid Raya Singkawang sudah cukup baik. Pihak koperasi sudah melakukan pelayanan sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan, pihak koperasi juga membantu dalam menyelesaikan masalah nasabah serta memberi masukan seperti nasehat atau motivasi kepada nasabah.

Keamanan. Pihak koperasi menjelaskan bahwa data kerahasiaan nasabah hanya pihak koperasi dan nasabah yang tau sesuai dengan aturan yang diterapkan oleh koperasi. Jika nasabah lain tau data nasabah yang melakukan tunggakan hutang dikhawatirkan nasabah lain juga akan melakukan tunggakan hutang seperti nasabah yang sebelumnya. Berdasarkan hasil wawancara, observasi dan dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti bahwa strategi pelayanan dalam meningkatkan loyalitas nasabah yang diterapkan oleh Koperasi Syariah BMT Masjid Raya Singkawang sudah baik. Pihak koperasi sudah mampu memberikan kepercayaan, rasa aman, serta mampu membebaskan nasabah dari rasa keragu-raguan.

Komunikasi. Pihak koperasi menjelaskan bahwa komunikasi yang telah dilakukan oleh karyawan koperasi sudah cukup baik karena selain menjelaskan pembiayaan yang ada di koperasi, karyawan juga memberikan nasehat kepada nasabah, mendengarkan keluhan nasabah serta membantu nasabah menyelesaikan masalah dengan memberikan motivasi agar nasabah dapat menjalankan usaha dengan baik. Berdasarkan hasil wawancara, observasi dan dokumentasi dengan pihak koperasi bahwa komunikasi pihak koperasi dengan nasabah sudah cukup baik karena mampu memberikan informasi kepada nasabah dengan bahasa yang mudah nasabah pahami serta kemampuan perusahaan dalam membantu menyelesaikan masalah yang dihadapi nasabah dengan memberikan pendapat atau masukan kepada nasabah.

Pengertian atau Empati. Pihak koperasi menjelaskan bahwa pihak koperasi selalu mendengarkan keluhan nasabah dengan cara memberikan motivasi, pendapat serta masukan kepada nasabah agar usaha yang dijalankan dapat berjalan dengan baik sesuai dengan apa yang di inginkan oleh nasabah.

Berdasarkan hasil wawancara, observasi dan dokumentasi bahwa strategi pelayanan dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada Koperasi Syariah BMT Masjid Raya Singkawang, bahwa strategi pelayanan yang diterapkan yaitu: Bukti Fisik (Fasilitas fisik), Reliabilitas (Keandalan), Responsivitas (Daya tanggap), Keamanan, Komunikasi dan Pengertian atau simpati. Desi Marlina menjelaskan

bahwa Strategi Pelayanan *Customer Service* dan Teller dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah di Bank Rakyat Indonesia (BRI) Syariah Metro yaitu: *Responsiveness* (cepat tanggap), *kredibility* (dapat dipercaya), *contribution* (kontribusi), *honesty* (kejujuran), *service excellent* (pelayanan prima), *innovation* (perubahan) (Desi, 2018: 72). Penelitian (Aliya, 2012: 102) menjelaskan bahwa Strategi Pelayanan PT.Bank Bukopin TBK dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah di Makassar yaitu: jemput bola, bukti langsung, keandalan, *relationship marketing*, keragaman produk, bunga bukopin yang relatif tinggi dan bersaing, *private banking*, layanan bukopin prioritas.

Berdasarkan pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa strategi pelayanan dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada Koperasi Syariah BMT Masjid Raya Singkawang sudah baik. Namun, fasilitas pelayanan yang ada di koperasi masih kurang karena pihak koperasi belum mampu memiliki gedung sendiri, koperasi juga tidak menyiapkan ruang tunggu khusus nasabah, persediaan kursi untuk nasabah mengantri juga sedikit serta koperasi juga tidak menyiapkan area parkir bagi kendaraan yang datang ke koperasi.

Langkah-langkah dalam menerapkan strategi pelayanan untuk meningkatkan loyalitas nasabah pada Koperasi Syariah BMT Masjid Raya Singkawang.

Berdasarkan hasil wawancara, observasi dan dokumentasi adapun langkah-langkah dalam menerapkan strategi pelayanan untuk meningkatkan loyalitas nasabah pada Koperasi Syariah BMT Masjid Raya Singkawang, yaitu sebagai berikut:

Mendengarkan keluhan nasabah. Nasabah koperasi menjelaskan bahwa pihak koperasi selalu mendengarkan keluhan nasabah, serta memberikan masukan kepada nasabah untuk selalu yakin dengan usaha yang di jalankan. Berdasarkan hasil wawancara, observasi dan dokumentasi yang telah peneliti lakukan bahwa langkah dalam menerapkan strategi pelayanan yang di terapkan oleh pengurus Koperasi Syariah BMT Masjid Raya Singkawang sudah di laksanakan dengan baik. Pihak koperasi sudah mendengarkan keluhan nasabah. Koperasi juga mampu membantu menyelesaikan masalah yang di hadapi oleh nasabah dengan memberikan motivasi pada nasabah.

Melakukan pelayanan sesuai dengan peraturan. Pihak koperasi menjelaskan bahwa pelayanan yang diberikan oleh koperasi sudah baik karena di laksanakan sesuai dengan peraturan yang telah di tetapkan, dan di terapkan kepada setiap nasabah mau nasabah yang baru melakukan transaksi maupun kepada nasabah yang sudah lama melakukan transaksi.

Berdasarkan hasil wawancara, observasi dan dokumentasi yang telah peneliti lakukan bahwa langkah dalam menerapkan strategi pelayanan yang diterapkan oleh pengurus Koperasi Syariah BMT Masjid Raya Singkawang sudah dilakukan dengan baik. Pihak koperasi sudah melakukan pelayanan sesuai dengan peraturan. Pihak koperasi melakukan hal yang sama pada setiap nasabah bila nasabah sudah memenuhi syarat atau sudah sesuai dengan peraturan yang di tetapkan maka nasabah akan mudah untuk melakukan pembiayaan atau melakukan transaksi di koperasi.

Menunjukkan sikap keterbukaan. Pihak koperasi menjelaskan bahwa koperasi selalu terbuka kepada setiap nasabah serta akan memberitahukan

kepada nasabah yang bertanya tentang laporan tahunan, bulanan, buku kas dan kecuali data nasabah yang melakukan tunggakan hutang. Berdasarkan hasil wawancara, observasi dan dokumentasi yang telah peneliti lakukan bahwa langkah dalam menerapkan strategi pelayanan yang diterapkan oleh pengurus pada Koperasi Syariah BMT Masjid Raya Singkawang sudah dilakukan dengan baik. Pihak Koperasi mampu menjawab pertanyaan nasabah sesuai dengan kenyataan tanpa ada yang disembunyikan, selain data kerahasiaan nasabah pihak koperasi akan memberitahukan atau menjawab pertanyaan yang dipertanyakan oleh setiap nasabah yang datang ke koperasi.

Memperlakukan nasabah dengan baik. Pihak koperasi menjelaskan bahwa pihak koperasi sudah memperlakukan nasabah sesuai dengan peraturan yang ada di koperasi, tidak membedakan nasabah serta bertindak tegas pada nasabah yang memiliki tunggakan hutang. Berdasarkan hasil wawancara, observasi dan dokumentasi yang telah peneliti lakukan bahwa langkah dalam menerapkan strategi pelayanan yang diterapkan oleh petugas Koperasi Syariah BMT Masjid Raya Singkawang sudah dilakukan dengan baik. Pihak Koperasi mampu memperlakukan nasabah dengan baik dan menerapkan hal yang sama kepada nasabah yang lain.

Memberikan pelatihan kepada karyawan. Pihak koperasi menjelaskan bahwa untuk meningkatkan kemampuan dan keterampilan karyawan pihak koperasi memberikan pelatihan, pendidikan dan seminar kepada setiap karyawan untuk menambah pengetahuan agar karyawan mempunyai kemampuan yang lebih baik dalam melayani nasabah. Berdasarkan hasil wawancara, observasi dan dokumentasi yang telah peneliti lakukan bahwa langkah dalam menerapkan strategi pelayanan yang diterapkan oleh pengurus Koperasi Syariah BMT Masjid Raya Singkawang sudah dilakukan dengan baik. Pihak koperasi sudah memberikan pelatihan kepada karyawan, untuk menambah kemampuan dan pengetahuan karyawan dalam melakukan pekerjaannya.

SIMPULAN

Strategi pelayanan dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada Koperasi Syariah BMT Masjid Raya Singkawang, yaitu: Bukti fisik (fasilitas fisik), Reliabilitas (keandalan), responsivitas (daya tanggap), Keamanan, Komunikasi dan Pengertian (simpati). Namun, untuk fasilitas pelayanan yang ada di koperasi masih kurang baik karena pihak koperasi masih belum mampu mempunyai gedung sendiri, koperasi juga tidak menyiapkan ruang tunggu untuk nasabah, kursi bagi nasabah menunggu juga sedikit serta koperasi tidak menyiapkan area parkir bagi kendaraan yang datang ke koperasi.

Langkah-langkah dalam menerapkan strategi pelayanan untuk meningkatkan loyalitas nasabah pada Koperasi Syariah BMT Masjid Raya Singkawang yaitu: mendengarkan keluhan nasabah, melakukan pelayanan sesuai dengan peraturan, menunjukkan sikap keterbukaan, memperlakukan nasabah dengan baik, serta memberikan pelatihan khusus kepada setiap karyawan.

DAFTAR RUJUKAN

- Aliya. (2012). *Strategi Pelayanan PT. Bank Bukopin TBK dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah di Makassar*. Skripsi. Universitas Hasanuddin Makasar
- Arif, M. Nur Rianto Al. (2017). *Lembaga Keuangan Syariah*. Bandung: CV Pustaka Setia
- Arikunto, Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Edisi Revisi VI, Jakarta: PT Rineka Cipta
- Firmansyah, M. Anang. (2018). *Perilaku Konsumen: Sikap dan Pemasaran*. Sleman: DEEPUBLISH
- Griffin, Jill. (...). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan...*
- Hasibuan, Melayu. (2001). *Dasar-dasar Perbankan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Kasmir, (2010). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Kusnadi, Hender. (2005). *Ekonomi Koperasi*. Jakarta: FEUI
- Lupiyoadi, Rambat. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek*. Jakarta: Salemba Empat
- Marlina, Desi. (2018). *Strategi Pelayanan Costumer Service dan Teller dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah*. Skripsi pada Institut Agama Islam Negeri Jakarta (IAIN) Metro.
- Rahmayanty, Nina. (2013). *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Ridwan, Ahmad Hasan. (2013). *Manajemen Baitul mal Wa Tanwil*. Bandung: CV Pustaka Setia
- Santosa. (2003). *Materi dan Pembelajaran Bahasa Indonesia SD*. Jakarta: Universitas Terbuka
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Pelayanan Jasa*. Malang: Bayumedia Publising
- Triton. (2008). *Marketing Strategic: Meningkatkan Pangsa Pasar dan Daya Saing*. Yogyakarta: Tugu Publisher

Zulkieflimansyah, Purnomo, Hari (2005). *Buku Seri Manajemen: Manajemen Strategi*. Jakarta: Penerbitan Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

Wawancara dengan Bapak Komar (yang bertugas sebagai Kasir) pada hari Selasa tanggal 28 Januari 2020, Jam 09.20 s.d jam 11.30

Wawancara dengan Ibu Agustina (yang bertugas sebagai bagian Pembukuan) pada hari Sabtu tanggal 14 juli 2020, Jam 09.30 s.d jam 11.00

Wawancara dengan Ibu Fatimah (sebagai Nasabah Penabung) pada hari Sabtu tanggal 18 juli 2020, Jam 10.00 s.d jam 10.30

Wawancara dengan Ibu Nadila (sebagai Nasabah Penabung) pada hari Sabtu tanggal 18 juli 2020, Jam 09.00 s.d jam 09.30

Wawancara dengan Ibu Nina (sebagai Nasabah Penabung) pada hari Sabtu tanggal 18 juli 2020, Jam 09.30 s.d jam 10.00

Wawancara dengan Ibu Siti Farah (sebagai Nasabah Pembiayaan) pada hari Sabtu tanggal 23 juli 2020, Jam 09.30 s.d jam 10.00

Wawancara dengan Ibu Tuti (sebagai Nasabah Pembiayaan) pada hari Sabtu tanggal 23 juli 2020, Jam 09: 00 s.d jam 09: 30