



IMPLEMENTASI PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS NASABAH PADA USAHA SIMPAN PINJAM “SWAMITRA PERINTIS” DESA SIDO MUKTI KECAMATAN DENDANG

Agusti Mardikha Putra¹, Zaenal Abidin², Sayida Khoiratun Nisak³

¹Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syari’ah Al-Mujaddid Tanjung Jabung Timur, agustimp1008@gmail.com

²Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syari’ah Al-Mujaddid Tanjung Jabung Timur, zaabiangsui@gmail.com

³Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syari’ah Al-Mujaddid Tanjung Jabung Timur, sayidakhoiratunnisak@gmail.com

Abstrak: Implementasi Pelayanan pada dasarnya merupakan suatu hal yang sangat penting, karena pelayanan bisa memberikan pengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas Nasabah. Penelitian yang dilakukan untuk mengetahui bagaimana Impelentasi Pelayanan Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada Usaha Simpan Pinjam “Swamitra Perintis” Desa Sido Mukti Kecamatan Dendang.

Kata Kunci: Pelayanan, Loyalitas Nasabah

PENDAHULUAN

Perbankan Syariah sebagai salah satu Sektor Ekonomi yang mengusung konsep diharapkan bisa memenuhi kebutuhan Nasabahnya dibidang pelayanan transaksi keuangan. Salah satu upaya Perbankan Syariah untuk memenuhi kebutuhan Nasabah tersebut dapat dilihat dari proses atau mengidentifikasi terlebih dahulu. Ketika Perbankan Syariah telah mengidentifikasi apa yang dibutuhkan oleh Nasabah, selanjutnya Bank Syariah harus memberikan Kualitas Pelayanan yang terbaik agar terciptanya Loyalitas dari Nasabah. Kualitas Pelayanan yang diberikan nantinya akan dinilai sendiri oleh Nasabah. Nasabah akan membandingkan antara harapan yang dimiliki dengan pengalaman yang diterima dari pelayanan yang didapatkan. Dalam menentukan tingkat kepuasan, seorang Nasabah seringkali melihat dari nilai lebih dari suatu produk maupun kinerja pelayanan yang diterima dari suatu proses pembelian produk. Besarnya nilai lebih yang diberikan kepada Nasabah tersebut merupakan jawaban dari pertanyaan tentang mengapa seorang Nasabah menentukan pilihannya. (Danang Sunyoto, Fathonah Eka Susanti, 2015)

Dalam memberikan pelayanan kepada Nasabah, setidaknya Bank harus memenuhi 5 kriteria kualitas pelayanan sehingga dapat menciptakan Nasabah yang loyal, yaitu Bukti Langsung (Tangibles), Keandalan (Reliability), Daya Tanggap (Responsiviness), Jaminan

(Assurance), Empati (Emphaty). Bukti langsung dapat dilihat dari Fasilitas Fisik, Perlengkapan, Pegawai, dan Sarana Komunikasi. Keandalan dapat dilihat dari kemampuan dalam memberikan Pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan. Daya tanggap dapat dilihat dari keinginan para staff untuk membantu para Nasabah dan memberikan Pelayanan dengan tanggap. Jaminan mencakup Kemampuan, Kesopanan, dan Sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staff, bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan. Empati meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, dan memahami kebutuhan para Nasabah. (Onan Marakali Siregar, S.Sos, dkk (2020)

Pelayanan (Service) menurut Kohler dalam Tjiptono, adalah suatu tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Jasa bukan saja hadir sebagai produk utama, namun juga dalam wujud pelayanan pelengkap dalam pembelian produk fisik, kini tiap konsumen tidak lagi sekedar sebuah produk fisik, tetapi juga segala aspek jasa atau pelayanan yang melekat pada produk tersebut, mulai dari tahap pra-pembelian hingga purna-beli.

Kualitas Pelayanan adalah suatu modal yang dapat menggambarkan kondisi Nasabah dengan membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima dalam mengevaluasi kualitas. Kualitas Pelayanan yang baik merupakan salah satu faktor penting dalam usaha menciptakan loyalitas Nasabah. Oleh karena itu suatu kualitas pelayanan dapat dikatakan bermutu adalah yang akan membuat Nasabah merasa puas terhadap pelayanan yang telah diberikan sehingga secara langsung dapat membuat konsumen menjadi loyal dan akan tetap setia terhadap perusahaan.

Dari seluruh kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan diberikan oleh Nasabah mengenai kepuasan yang dirasakan, kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk yang diterima dan yang diharapkan.

Berdasarkan uraian diatas, pemberian kualitas pelayanan hingga bisa memberikan dampak terhadap loyalitas Nasabah. Maka peneliti menaungkannya dalam skripsi yang berjudul **“IMPLEMENTASI PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS NASABAH PADA USAHA SIMPAN PINJAM “SWAMITRA PERINTIS” DESA SIDO MUKTI KECAMATAN DENDANG”**.

KAJIAN PUSTAKA

Beberapa hasil penelitian yang memiliki relevansi dengan penelitian ini, antara lain :

- Luthfi Tian Wibrianto (2008), Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Dengan Judul “Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah”. Penelitian ini menggunakan pendekatan Kualitatif, dengan hasil Kualitas Pelayanan yang berpengaruh terhadap loyalitas dari Nasabah.

- Zainatun Mastura (2016), Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. Dengan Judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah”. Penelitian ini menghasilkan Data Analisis yang dilakukan secara deskriptif maupun statistik yang berupa variabel Pelayanan dan kepercayaan Nasabah berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.
- Syafira Ulfa (2018), Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Negeri Islam Sumatera Utara. Dengan Judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening”. Penelitian ini menghasilkan Data, bahwa Kualitas Pelayanan yang diterapkan sangat berpengaruh terhadap Loyalitas dan Kepuasan Nasabah.
- Dycky Widyantoro (2015), Skripsi Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung. Dengan Judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penerapan Prinsip Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah”.

Pelayanan

Kualitas Pelayanan didefinisikan sebagai suatu Kondisi Dinamis yang berhubungan dengan Produk Jasa, Manusia, Proses, dan Lingkungan yang memenuhi atau melebihi Harapan. Kualitas adalah sebuah kata yang bagi penyedia Jasa dapat berguna dengan baik dan dapat dikerjakan dengan baik memiliki mutu yang bernilai harganya. Pelayanan yang baik juga mendukung Kualitas atau Mutu dari Perusahaan itu sendiri, sehingga baiknya Pelayanan berdampak pada tinggi rendahnya tingkat Kepuasan Nasabah. Perusahaan diharapkan mampu memberikan Kepuasan bagi Nasabahnya sehingga bisa berdampak kepada kepercayaan Nasabah. Kualitas Pelayanan merupakan variabel yang sangat berpengaruh dalam menciptakan Kepuasan dan Loyalitas Konsumen, terutama dalam pemasaran Jasa. Oleh karena itu sebuah Bank harus memperhatikan dan senantiasa meningkatkan Kualitas Pelayanannya terhadap Nasabahnya.

Tujuan dari Pelayanan adalah untuk membantu memenuhi kepentingan orang lain atau kepentingan umum, karena sering kali untuk memenuhi kebutuhan tidak dapat dilakukan sendiri, melainkan memerlukan bantuan berupa perbuatan orang lain. (Moerir, 2002)

Karakteristik dalam pelayanan memiliki ciri-ciri dalam melayani Nasabah, yaitu : (Dycky Widyantoro, 2015)

- a. Tersedianya Karyawan yang baik
- b. Tersedianya Sarana dan Prasarana yang memadai
- c. Bertanggung jawab kepada Nasabah
- d. Mampu melayani secara cepat dan tepat
- e. Mampu berkomunikasi
- f. Memberikan jaminan kerahasiaan transaksi
- g. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik
- h. Berusaha memahami kebutuhan Nasabah
- i. Mampu memberikan kepercayaan kepada Nasabah

Dimensi kualitas pelayanan terdiri dari : (Dr. Hamdi Agustin, S.E, M.M, 2017)

- a. Compliance atau prinsip merupakan kemampuan perusahaan kesesuaian dalam penerapan prinsip Syariah meliputi menjalankan perusahaan sesuai dengan prinsip Islam .
- b. Assurance atau jaminan merupakan pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan para pegawai untuk menumbuhkan rasa percaya para Nasabah kepada perusahaan.
- c. Responsiveness atau daya tanggap merupakan suatu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat pada Nasabah dengan penyampaian yang jelas.
- d. Tangibles atau bukti langsung merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada Nasabah.
- e. Emphaty atau empati merupakan memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para Nasabah dengan berupaya memahami keinginan konsumen.
- f. Reliability atau kehandalan merupakan kemampuan sebuah perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurasi dan terpercaya.

Prinsip dalam pelayanan kepada Nasabah, yaitu : (Freddy Rangkuti, 2006)

- a. Merumuskan strategi pelayanan
- b. Mengkomunikasikan kualitas kepada Nasabah
- c. Menetapkan standar kualitas yang jelas
- d. Menerapkan sistem pelayanan yang efektif
- e. Karyawan yang berorientasi pada kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan dalam perspektif Islam : (Dr. Hamdi Agustin, S.E, M.M, 2017)

- a. Shidiq yaitu benar atau jujur, tidak pernah berdusta dalam melakukan berbagai macam transaksi atau dalam melayani Nasabah.
- b. Amanah dan fathonah adalah kata yang diterjemahkan pada nilai bisnis yang bertanggung jawab, transparan, tepat waktu dan mampu bervisi dan misi yang jelas.
- c. Tabligh adalah kemampuan seseorang dalam berkomunikasi yang baik, dalam bisnis dikatakan supel, cerdas, cepat tanggap.
- d. Istiqomah adalah seseorang secara konsisten mampu menampilkan dan mengimplementasikan dengan baik.

Loyalitas Nasabah

Loyalitas (kesetiaan) adalah sebuah kata bergaya kuno yang mendeskripsikan keadaan dimana seseorang menyerahkan seluruh jiwa dan raganya kepada suatu negara, keluarga atau lingkungannya. Loyalitas Nasabah merupakan sebuah usaha Nasabah untuk tetap setia dengan kesadaran, kesan kualitas, kepercayaan dan kebanggaan yang kuat terhadap suatu produk. (Philip Kohler, 2003)

Definisi loyalitas adalah komitmen Nasabah bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian produk/jasa terpilih secara konsisten dimasa yang mendatang, meskipun pengaruh situasi dan usaha pemasaran mempunyai potensi untuk merubah perilaku.

Loyalitas Nasabah dapat tercermin dari kebiasaan Nasabah dalam melakukan pembelian produk/jasa secara konsisten. Nasabah yang sudah memiliki loyalitas terhadap suatu produk biasanya tidak akan mempertimbangkan untuk membeli produk lain.

Indikator Loyalitas Nasabah sebagai berikut:

- a. Melakukan pembelian secara teratur
- b. Membeli antarlini produk
- c. Merekomendasikan produk kepada orang lain
- d. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan pesaing

Loyalitas dalam perspektif Islam sering disebut dengan Wala' yang artinya berturut-turut atau setia. Sikap Wala' dalam Islam sering dikaitkan dengan Akidah Islam, dimana setiap yang Beragama Muslim dengan kaidah ini wajib berwala' (Sikap Setia, Loyal) terhadap orang-orang yang Berakidah Islam dan memusuhi orang-orang yang menentang Akidah Islam, wajib mencintai orang yang bertauhid dan orang-orang yang ikhlas setia berwala' terhadap mereka dan wajib membenci orang-orang musyrik dan memusuhinya. Loyalitas dalam Muamalah ini tidak hanya memperhatikan siapa saja yang memberi keuntungan bagi kita, akan tetapi harus memperhatikan perkara-perkara Syar'i yang telah dituntun oleh Agama Islam. Selain itu sekarang sudah mulai merebaknya Lembaga Keuangan yang berbasis Syariah mempermudah pemilihan pemberian Loyalitas kepada sesuatu yang menguntungkan dan terbebas dari Unsur Syariah.

Kepuasan Nasabah

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kepuasan adalah keadaan psikis yang menyenangkan yang dirasakan oleh pekerja dalam suatu lingkungan pekerja, karena terpenuhinya semua kebutuhan secara memadai. Nasabah adalah orang atau badan hukum yang mempunyai rekening, baik rekening simpanan atau pinjaman. Sehingga Nasabah adalah orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi Nasabah. (M. Nur Rianto, 2010)

Kepuasan Nasabah merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara hasil kerja produk/jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan. Secara umum, kepuasan dapat diartikan sebagai adanya kesamaan antara kinerja, produk dan layanan yang diterima dengan yang diharapkan Nasabah. (Etta Mamang Sangadji, Sopiah, 2013)

Bagi seorang Muslim dalam menjalankan usaha merupakan Ibadah, sehingga usaha ini harus dimulai dengan niat yang suci, kemudian diikuti dengan cara dan tujuan yang benar, serta pemanfaatan hasil usaha secara benar pula. Maka dari itu dalam memasarkan sebuah

produk, seorang Muslim harus memiliki sikap jujur karena sikap jujur akan melahirkan kepercayaan konsumen. (Ma'ruf Abdullah, 2014)

Kepuasan Nasabah dapat memberikan manfaat, diantaranya: (Fandy Tjiptono, Gregorius Candra, 2005)

- a. Hubungan antara perusahaan dan Nasabah menjadi harmonis
- b. Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang
- c. Mendorong terciptanya loyalitas Nasabah
- d. Membentuk suatu rekomendasi dari mulut kemulut yang menguntungkan bagi perusahaan
- e. Reputasi perusahaan menjadi baik dimata Nasabah
- f. Laba yang diperoleh dapat meningkat

Faktor yang menentukan kepuasan Nasabah, sebagai berikut: (Rambat Lupiyoadi, 2001)

- a. Kualitas produk
- b. Kualitas pelayanan
- c. Emosi
- d. Harga
- e. Biaya

Metode yang digunakan untuk mengukur kepuasan Nasabah, yaitu: (Dycky Widyantoro, 2015)

- a. Sistem keluhan dan saran
- b. Pembelanjaan siluman (Ghost Shopping)
- c. Analisis Nasabah yang hilang (Lost Customer Analysis)

METODE PENELITIAN

Pendekatan dan Prosedur Penelitian

Metode penelitian berasal dari kata Metode yang diartikan cara yang tepat untuk melakukan sesuatu, dan Logos yang diartikan ilmu atau pengetahuan. Metodologi adalah cara melakukan sesuatu dengan menggunakan pikiran secara seksama untuk mencapai tujuan. Sedangkan penelitian adalah kegiatan untuk mencari, mencatat, sampai menyusun laporan. (Beni Ahmad Saebani, 2014)

Penelitian ini difokuskan di Implementasi pelayanan dalam meningkatkan loyalitas Nasabah yang menjadi sumber untuk memperoleh data dalam observasi maupun wawancara dengan melakukan penelitian lapangan. Penelitian lapangan adalah metode pengumpulan data dalam penelitian kualitatif yang tidak memerlukan pengetahuan mendalam dan kemampuan tertentu dari pihak peneliti.

Desain Penelitian

Penelitian ini mencocokkan antara realita dengan teori yang berlaku dengan menggunakan Metode Kualitatif. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang temuannya tidak diperbolehkan melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya dan berusaha memahami dan menafsirkan tingkah laku manusia dalam situasi tertentu menurut persektif Islam .

Tahap persiapan yaitu penelitian mempersiapkan surat pengajuan untuk mengadakan penelitian di Swamitra Perintis Desa Sido Mukti Kecamatan Dendang. Tahap pelaksanaan yaitu melakukan penggalian data secara mendalam mengenai objek penelitian yang penulis teliti. Tahap Pelaporan yaitu data yang didapatkan dari hasil penelitian disusun sesuai dengan prosedur dan langkah dalam menyusun laporan.

Partisipasi dan Tempat Penelitian

Lokasi penelitian ini bertempat di Desa Sido Mukti Kecamatan Dendang, lokasi ini dipilih karena Usaha Simpan Pinjam Swamitra Perintis ini merupakan suatu lembaga yang ada di Desa Sido Mukti dan lokasi yang mudah dijangkau oleh penulis.

Prosedur Pengumpulan Data

Setting dan Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah pihak pengurus dan anggota Swamitra Perintis di Desa Sido Mukti Kecamatan Dendang. Objek penelitian adalah sistem pelayanan yang diterapkan sehingga menentukan terhadap loyalitas Nasabah.

Sumber Data

Sumber data primer yaitu data yang diperoleh dari sumber pertama, seperti hasil wawancara langsung di Swamitra Perintis. Sumber data sekunder yaitu informasi yang diperoleh secara langsung dari objek yang bersifat publik, yang terdiri dari Struktur organisasi, data kearsipan, dokumen, laporan serta buku yang mendukung.

Metode Pengumpulan Data

Wawancara

Wawancara (Interview) adalah proses tanya jawab atau interaksi antara pihak pencari data atau peneliti selaku pewawancara dengan responden atau narasumber sebagai pihak yang diwawancarai.

Observasi

Observasi merupakan kegiatan pengamatan yang bertujuan untuk mendapatkan data suatu masalah sehingga diperoleh pemahaman. Observasi disini diartikan secara langsung mengamati keadaan yang ada di Swamitra Perintis.

Dokumentasi

Dokumentasi yaitu mengumpulkan data dan dokumen yang diperlukan dalam permasalahan penelitian, lalu ditelaah secara intens sehingga dapat mendukung dan menambah kepercayaan dan pembuktian suatu kejadian. Dalam penelitian ini penulis melakukan pengumpulan data dokumentasi melalui dokumen Swamitra Perintis.

Prosedur Analisis dan Interpretasi Data

Analisis data adalah upaya mencari dan menata secara sistematis hasil penelitian untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan bagi orang lain. Analisis data merupakan fase penelitian kualitatif yang sangat penting karena melalui analisis data inilah peneliti dapat memperoleh wujud dari penelitian yang dilakukan. (Dr. Nursapia Harahap, M.A, 2020)

Data Reduction (Reduksi Data)

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu dicatat secara teliti dan rinci. Semakin lama penelitian dilakukan, maka akan semakin banyak data yang didapat, kompleks, dan rumit. Mereduksi data artinya merangkum, memilih hal pokok, memfokuskan pada hal yang penting dicari tema dan polanya.

Data Display (Penyajian Data)

Mendisplay data maka memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami. Untuk itu, penulis harus menguji apa yang telah ditemukan pada saat memasuki lapangan itu berkembang atau tidak.

Klarifikasi Data (Kesimpulan Dan Klarifikasi)

Peneliti berusaha mencari makna data yang dikumpulkan, untuk itu peneliti mencoba mencari tema, pola hubungan, hal yang timbul dan sebagainya. Data yang diperoleh sejak awal mencoba mencari kesimpulan, kesimpulan mulanya diragukan tapi dengan bertambahnya data maka kesimpulan itu akan lebih lengkap. Kesimpulan harus diklarifikasi selama penelitian berlangsung hingga akhirnya mendapat kesimpulan akhir.

Pemeriksaan Keabsahan Data

Setelah data dikumpulkan, maka dilakukan pengujian keabsahan data untuk mengukur apakah data dan proses pencariannya sudah sesuai. Cara yang dilakukan untuk memperoleh tingkat kepercayaan hasil penelitian, yaitu : (Dr. Nursapia Harahap, M.A, 2020)

- a) Memperpanjang masa pengamatan membantu peneliti untuk lebih cermat dan hati-hati dalam mencari dan mencermati data dilapangan.
- b) Pengamatan yang terus menerus dilakukan untuk memperkaya dan menyakinkan peneliti bahwa data yang diperoleh tidak ada yang tertinggal.
- c) Triangulasi bertujuan untuk mengecek kebenaran data tertentu dengan membandingkan dengan data yang diperoleh dari sumber lain pada berbagai fase penelitian dilapangan pada waktu yang berlainan.

- d) Transferabilitas yaitu apakah hasil penelitian ini dapat diterapkan pada situasi yang berbeda.
- e) Dependability yaitu hasil penelitian mengacu pada tingkat konsisten peneliti dalam mengumpulkan data, membentuk, dan menggunakan konsep ketika membuat kesimpulan.
- f) Konfirmability yaitu hasil penelitian yang dapat dibuktikan kebenarannya dimana hasil penelitian sesuai dengan data yang dikumpulkan dan dicantumkan dalam laporan lapangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejarah Swamitra Perintis

Swamitra Perintis berdiri pada tahun 2009 yang merupakan kerjasama antara KSU Perintis dengan Bank Bukopin Cabang Jambi. Swamitra Perintis diresmikan oleh Kepala Cabang Bank Bukopin Jambi pada tanggal 26 juni 2009. Perkembangan Eksternal Swamitra Perintis yang telah dicapai dapat dilihat dari semakin dikenalnya Swamitra Perintis sebagai salah satu Lembaga Keuangan yang memberikan pelayanan dalam memperoleh modal usaha kepada masyarakat Kecamatan Dendang pada umumnya dan semakin tumbuhnya kepercayaan Masyarakat untuk menyimpan dananya di Swamitra Perintis.

Tujuan Berdiri Swamitra Perintis

- a) Membantu meningkatkan kegiatan ekonomi masyarakat melalui pemberian Pinjaman.
- b) Memberdayakan ekonomi masyarakat dengan mendukung usaha yang dimiliki masyarakat.
- c) Mendidik masyarakat dalam berekonomi dan pengembangannya.

Visi dan Misi Swamitra Perintis

Visi Swamitra Perintis:

- a) Menjadi Badan usaha yang profesional, sehat, dinamis dalam membangun ekonomi kerakyatan dan kesejahteraan sosial.
- b) Membangun bisnis mikro dan low segment mass market yang unggul kompetitif.

Misi Swamitra Perintis:

- a) Memberdayakan dan mengembangkan potensi usaha masyarakat melalui pembinaan manajemen sumber daya manusia dan pendidikan kewirausahaan menuju masyarakat ekonomi yang kokoh dan mandiri.
- b) Menjalankan praktek Perbankan berbasis infrastruktur dan teknologi yang modern dan terpercaya.

Temuan Penelitian

Temuan penelitian ini merupakan deskripsi dari data yang diperoleh dalam pengumpulan data dilapangan melalui Wawancara, Observasi, dan Dokumentasi. Temuan dalam penelitian ini merupakan hasil wawancara mendalam dengan Karyawan maupun Nasabah Swamitra Perintis.

Pada dasarnya pelayanan Nasabah memang tidak sekedar sebuah senyum dan kontak mata yang santun, Nasabah mencari sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan mereka. Nasabah Perbankan menginginkan sebuah pelayanan yang baik melalui keramahan petugas, kenyamanan fasilitas, dan kemudahan yang diberikan untuk Nasabah. Karena pelayanan bukan hanya tanggung jawab dari unit pelayanan semata tapi juga tanggung jawab seluruh anggota Karyawan. Oleh karena itu, Swamitra Perintis menjadi lembaga dimana mereka menyampaikan informasi kebijakan dan operasionalnya kepada Karyawan dan Nasabahnya. Pelayanan yang prima merupakan strategi utama, karena pelayanan yang baik tentu akan berdampak pada pertumbuhan kinerja kami. Strategi dan bentuk pelayanan yang kami lakukan selama ini adalah berusaha menjalin hubungan yang lebih dekat dan lebih baik kepada Nasabah dengan memberikan pelayannya yang ekstra dan mendengarkan semua keinginan dan keluhan dari Nasabah. (Jefri Jaelani, Pembina Pinjaman Swamitra Perintis, 2021)

Uraian hasil penelitian berupa deskripsi hasil wawancara yang didapat dari Nasabah, semua data yang didapat peneliti tentunya sesuai dengan permasalahan yang menjadi fokus penelitian. Hasil penelitian yang diperoleh dari lapangan dideskripsikan dan dianalisis sebagai dasar untuk mendapatkan kesimpulan dari tujuan awal penelitian. Implementasi pelayanan yang diterapkan Swamitra Perintis untuk meningkatkan loyalitas Nasabah sudah cukuplah baik sesuai pernyataan dari Nasabah Swamitra Perintis. “Seperti penuturan Pak Yanto, ia mengatakan bahwa ia meminjam uang untuk membuka suatu usaha, setelah usahanya mendapatkan modal kemudian ia menjelaskan bahwa ia mendapatkan modal dari Swamitra Perintis, bahkan pelayanan yang diberikan tidak mempersulit dirinya”.

Melihat dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti, disimpulkan bahwa hampir seluruh Nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan Swamitra Perintis, kemudian para Nasabah juga cenderung royal. Tetapi dalam pengamatan penulis masih terdapat beberapa kekurangan yang dihadapi oleh Swamitra Perintis yang mengurangi rasa nyaman dari Nasabah tersebut. Masih kurangnya Sumber Daya Insani yang terdapat di Swamitra Perintis, karena ada beberapa Karyawan yang merangkap jabatan. Kurangnya beberapa fasilitas fisik yang seharusnya lebih bisa dimaksimalkan demi memberikan pelayanan yang lebih baik lagi, sehingga bisa berpengaruh terhadap loyalitas dari Nasabah.

Kualitas dalam perspektif Islam yang dijadikan tolak ukur untuk menilai kualitas pelayanan yaitu standarisasi Syariah kepada manusia, agar selalu terikat dengan hukum syara dalam menjalankan setiap aktifitas maupun dalam memecahkan permasalahan. Dalam pengamatan penulis dengan sistem pelayanan yang dikembangkan Swamitra Perintis dalam pandangan ekonomi Islam sudah sesuai. Kualitas pelayanan dalam Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan pelayanan dari suatu usaha yang dijalankan haruslah berkualitas. Kualitas pelayanan yang diberikan suatu lembaga keuangan dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas Nasabah dalam menggunakan produk/jasa yang dimiliki begitu juga yang dilakukan Swamitra Perintis. Dalam Dunia keuangan, memberikan pelayanan kepada Nasabah haruslah

wajar dan tidak melanggar aturan, sehingga dalam proses pelayanan Nasabah merasa senang dan suka berkonsultasi dengan Swamitra Perintis.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Dalam penelitian yang dilakukan, pelayanan yang diterapkan Swamitra Perintis sangat berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas Nasabah. Bahkan Swamitra haruslah bisa melayani dengan baik dan bisa memberikan solusi dari hal yang dibutuhkan Nasabah. Swamitra haruslah bisa memberikan informasi yang jelas untuk memudahkan penyebaran informasi tentang Swamitra Perintis. Karyawan Swamitra Perintis memiliki pemahaman yang baik terhadap Nasabah. Swamitra Perintis bisa memberikan jaminan atas segala transaksi dari Nasabah. Dalam memberikan pelayanan yang baik juga harus didukung oleh beberapa faktor seperti Sumber daya manusia dari Swamitra itu sendiri dan ketersediaan fasilitas fisik yang memadai. Dalam menarik Nasabah hendaknya Swamitra Perintis harus bisa bertahan dalam Dunia kompetitif, berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada Nasabah, pengurus Swamitra Perintis haruslah mengenali kekuatan dan kelemahan demi meningkatkan kelangsungan Swamitra Perintis dimasa yang akan datang.

DAFTAR RUJUKAN

- A. Karim Adiwarmanto (2008), "*Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*", (PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta), hlm : 14
- Al-Qahtani, 2000: 97
- Beni Ahmad Saebani (2014), "*Metode Penelitian*", (Bandung: CV. Pustaka Setia)
- Danang Sunyoto dan Fathonah Eka Susanti (2015), "*Manajemen Pemasaran Jasa*", (Yogyakarta: CAPS), hlm 283
- Dr. Hamdi Agustin, S.E, M.M (2017), "*Studi Kelayakan Bisnis Syariah*", (PT. Rajagrafindo Persada, Depok)
- Dr. Nursapia Harahap, M.A (2020), "*Penelitian Kualitatif*", (Wal Ashri Publishing, Medan)
- Dycky Widyantoro (2015), "*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penerapan Prinsip Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah*". Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung
- Etta Mamang Sangadji dan Sopiah (2013), "*Perilaku Konsumen*", (Yogyakarta: Andi Offset), hlm 182
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2005), "*Service, Quality & Satisfaction*", (Yogyakarta : Penerbit Andi), hlm 9
- Freddy Rangkuti (2006), "*Measuring Customer Satisfaction : Gaining Relationship Strategy*", (Jakarta : Gramedia), hlm 20
- <http://rutanbantul.kemenkumham.go.id/index.php/zona-integritas/wbk-wbbm/penata-kualitas-Layanan>
- Luthfi Tian Wibrianto (2008), "*Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah*". Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta

- M. Nur Rianto Al Arif (2010), “*Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*”, (Bandung : Alfabeta), hlm 189
- Ma’ruf Abdullah (2014), “*Manajemen Bisnis Syariah*”, (Yogyakarta : Aswaja Pressindo), hlm 211
- Moenir (2002), “*Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*”, (Jakarta : Bumi Aksara), hlm: 17
- Nana Herdiana (2013), “*Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan*”, (Pustaka Setia, Bandung), hlm 242
- Onan Marakali Siregar, S.Sos, dkk (2020), “*Persepsi Masyarakat Terhadap Bank Syariah*”, (Medan, Puspantara), Hlm 23
- Philip Kotler (2003), “*Marketing Insights From A To Z*”, (Jakarta : Erlangga), hlm 111-112
- Prof. Dr. A. Muri Yusuf, M.Pd (2014), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Gabungan*, (Kencana, Jakarta)
- Rambat Lupiyoadi (2001), *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat)
- Syafira Ulfa (2018), “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening*”. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Negeri Islam Sumatera Utara
- Wawancara dengan Bapak Yanto, Nasabah 4 Juli 2021
- Wawancara dengan dengan Teller Swamitra Perintis , 1 Juli 2021
- Wawancara dengan Pak Komar, Nasabah 5 Juli 2021
- Zainatun Mastura (2018), “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah*”. Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh