



Beujroh :

Jurnal Pemberdayaan dan Pengabdian pada Masyarakat
Volume 2, Nomor 1, Februari 2024 pp. 184-192
DOI <https://doi.org/10.61579/beujroh.v2i1.74>

e-ISSN 3025-9320

p-ISSN 3026-0884

Pelatihan Pelayanan Prima di KSPPS BMT KUBE COLOMADU SEJAHTERA

Tetuko Rawidyo Putro¹, Muhammad Bagus Sistriatmaja^{2*}, Siti Aisyah Tri Rahayu³, Hery Sulistyo Jati N S⁴, Lukman Hakim⁵, Riwi Sumantyo⁶, Mulyanto⁷, Johadi⁸, Ariyanto Adhi Nugroho⁹ Muhammad Yusuf Indra Purnama¹⁰

¹ Universitas Sebelas Maret, Indonesia, email: tetuko97@staff.uns.ac.id

² Universitas Sebelas Maret, Indonesia, email: sistriatmaja@gmail.com

^{3,4,5,6,7,8,9,10} Universitas Sebelas Maret, Indonesia

*Koresponden penulis : sistriatmaja@gmail.com

Info Artikel

Diajukan: 31 Januari 2024
Diterima: 3 Februari 2024
Diterbitkan: 3 Februari 2024

Keywords:

BMT; Training;
Performance; Sharia
Financial Institutions.

Kata Kunci:

BMT; Pelatihan;
Kinerja; Lembaga
Keuangan Syariah.



Lisensi: *cc-by-sa*
Copyright © 2024
penulis

Abstract

This service aims to improve the quality of human resources and the performance of KSPPS BMT KUBE COLOMADU SEJAHTERA employees by providing excellent service training to KSPPS BMT KUBE COLOMADU SEJAHTERA employees. The focus of the training is on efforts to improve employee performance so that they can provide an understanding of the importance of excellent service in internal and external interactions, Equip participants with an understanding of consumers as individuals who have many desires and perceptions about a product (service), Equip participants with the ability to provide excellent service, and be able to know the factors that influence consumer satisfaction and various methods of measuring excellent service. Enabling participants to be able to handle various complaints, access to financial institutions, both conventional and sharia, as well as financial technology. The approach used in this activity is to carry out training activities for employees to significantly improve the performance of BMT employees. It is hoped that the results of the training will be able to motivate and provide the skills needed for employees to provide excellent service to their customers. Excellent service to BMT customers will increase customer comfort and loyalty to BMT Kube Colomadu

Abstrak

Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas SDM dan kinerja karyawan KSPPS BMT KUBE

COLOMADU SEJAHTERA dengan cara memberikan pelatihan pelayanan prima (service excellent) kepada karyawan KSPPS BMT KUBE COLOMADU SEJAHTERA. Fokus pelatihan adalah pada upaya peningkatan kinerja karyawan supaya dapat memberikan pemahaman tentang pentingnya pelayanan prima dalam interaksi dengan internal maupun external, Membekali peserta dengan pemahaman tentang konsumen sebagai seorang individu yang mempunyai banyak keinginan dan persepsi pada sebuah produk (pelayanan), Melengkapi peserta dengan kemampuan untuk memberikan pelayanan prima., dan Mampu mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan seorang konsumen dan berbagai metode pengukuran pelayanan prima. Memampukan peserta untuk dapat menangani berbagai keluhan akses terhadap lembaga keuangan baik konvensional, maupun syariah, serta teknologi keuangan. Pendekatan yang digunakan dalam kegiatan ini adalah melakukan kegiatan pelatihan yang kepada karyawan dalam kinerja karyawan BMT secara signifikan. Hasil pelatihan diharapkan mampu menjadi motivasi dan memberikan skill yang diperlukan bagi karyawan untuk memberikan pelayanan prima kepada nasabahnya. Pelayanan yang prima kepada nasabah BMT akan meningkatkan kenyamanan dan loyalitas nasabah kepada BMT Kube Colomadu.

Cara mensitasi artikel:

Putro, T. R., Sistriatmaja, M. B., Siti Aisyah Tri Rahayu, Hakim, L., Hery Sulistyio Jati N S, Sumantyo, R., ... Purnama, M. Y. I. (2024). Pelatihan Pelayanan Prima di KSPPS BMT KUBE COLOMADU SEJAHTERA. *Beujroh : Jurnal Pemberdayaan Dan Pengabdian Pada Masyarakat*, 2(1), 184-192. <https://doi.org/10.61579/beujroh.v2i1.74>

PENDAHULUAN

Lembaga perbankan dan keuangan syariah saat ini juga berkembang dengan pesat. Perkembangan lembaga perbankan dan keuangan di Indonesia diawali dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI) pada tahun 1991 dan beroperasi secara efektif pada tahun 1992. Deputi Gubernur Bank Indonesia Dody Budi Waluyo (2020) memaparkan empat tantangan yang masih dihadapi terkait dengan

pengembangan ekonomi, termasuk lembaga keuangan syariah. Keempat tantangan lembaga keuangan syariah masih berada pada masalah permodalan, pengembangan inovasi produk syariah, hingga kualitas SDM yang belum memadai, termasuk keterbatasan infrastruktur dalam pengembangan ekonomi syariah.

Berkaitan dengan kualitas SDM tidak terlepas dari pelayanan dalam lembaga keuangan atau bank, masih banyak lembaga keuangan/bank yang belum memberikan pelayanan dengan baik. Baik lembaga keuangan /bank yang berada di perkotaan maupun pedesaan. Perkembangan yang semakin canggih dan maju dalam hal ekonomi khususnya perbankan pada era MEA di zaman sekarang ini untuk menghadapi ASEAN Integration Banking Framework dalam tahun 2020, pengelolaan SDM akan menjadi hal *critical* agar lembaga keuangan /perbankan nasional dapat tetap eksis mengingat industry lembaga keuangan /perbankan membutuhkan keahlian dan kapabilitas yang lebih tinggi dibandingkan industri lain.

Salah satu jenis kompetensi yang menjadi sesuatu yang mutlak harus dimiliki oleh lembaga keuangan /perbankan Indonesia adalah pelayanan prima. Hal ini disebabkan karena tantangan di sector keuangan dimasa depan akan semakin berat, terutama disebabkan oleh meningkatnya intensitas persaingan yang menuntut lembaga keuangan /perbankan untuk menyediakan pelayanan yang terbaik agar mampu bersaing dalam lingkungan ASEAN pada khususnya dan dalam lingkungan global pada umumnya yang semakin kompleks dan berisiko, serta adanya pengaruh faktor-faktor global seperti perlunya melakukan adopsi international best practicesserta era globalisasi yang memudahkan masuknya investor asing baik dari aspek permodalan maupun aspek sumber daya manusia.

Dalam dunia lembaga keuangan /perbankan pelayanan prima sangat diperlukan untuk memberikan rasa puas terhadap nasabah, sehingga pelanggan merasa dirinya dipentingkan atau diperhatikan sebagaimana mestinya. Jika nasabah merasa puas maka mereka akan setia dan terus menggunakan produk/jasa yang digunakan. Nasabah akan membicarakan hal baik tentang pelayanan lembaga keuangan /bank yang diperolehnya tentang lembaga keuangan /bank dan produknya kepada orang lain, tidak terlalu memperhatikan merek

pesaing dan tidak terlalu sensitive terhadap harga. Pelayanan prima terhadap nasabah sangat penting karena merupakan strategi untuk memenangkan persaingan.

Baitul Maal waat Tamwil (BMT) KUBE COLOMADU SEJAHTERA merupakan Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) yang beroperasi di Kecamatan Colomadu Kab. Karanganyar. Keberadaannya diharapkan menjadi salah satu alternatif yang strategis dalam membangun dinamika perekonomian rakyat, khususnya bagi anggota dan masyarakat di Kecamatan Colomadu dan sekitarnya.

Berkomitmen ikut andil dalam menyukseskan program pemerintah, KSPPS BMT KUBE COLOMADU SEJAHTERA bekerja sama dengan DEPARTEMEN SOSIAL RI dan Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil (PINBUK), mencoba menggarap masyarakat kecil dalam bentuk KUBE (Kelompok Usaha Bersama) untuk bersama-sama memberdayakan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan anggotanya. Pergerakannya adalah mengembangkan usaha - usaha produktif dan investasi dengan system syari'ah untuk meningkatkan kualitas ekonomi anggota/pengusaha kecil. BMT melaksanakan dua macam kegiatan yakni kegiatan bisnis (baituttamwil) sebagai kegiatan utama dan kegiatan sosial (baitul maal) sebagai kegiatan penunjang.

KSPPS BMT KUBE COLOMADU SEJAHTERA memberikan layanan kepada anggota masyarakat mulai dari fungsi informasi/pendampingan, penyimpanan, penitipan, penyaluran pembiayaan, investasi dari para anggota, dan kegiatan lain dalam upaya memberikan layanan optimal sesuai kebutuhan anggotanya. Dalam pengelolaannya, KSPPS BMT KUBE COLOMADU SEJAHTERA didukung oleh para pengurus, pengawas dan pengelola yang sebagian besar merupakan lulusan sarjana maupun sarjana muda, yang berorientasi pada pelayanan optimal demi kesejahteraan anggota.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan pada pengabdian ini menggunakan metode ceramah dan diskusi pada masyarakat rumah tanggan dengan kategori miskin pada Kabupaten Pacitan, Provinsi Jawa Timur. Ceramah dilakukan untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat bagaimana

pentingnya mengatur keuangan dalam rumah tangga. Sedangkan diskusi dilakukan untuk adanya penyamaan persepsi terkait masalah yang dialami oleh masyarakat dan solusi strategis yang akan kita lakukan bersama.

Instrumen yang digunakan dalam pengabdian ini dengan tujuan untuk memberikan dan meningkatkan pelayanan prima kepada nasabah dari BMT tersebut dilakukan dengan cara : Pertama: Memberikan pelatihan dengan mengundang narasumber yang berkompeten dalam bidangnya yaitu pejabat perbankan BNI 46 yang secara khusus memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah. Kedua : Akademisi dari FEB UNS yang akan memberikan materi yang terkait khususnya pelayanan prima kepada nasabah

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pelayanan untuk Reputasi Ciri Ciri Service(Pelayanan) untuk reputasi bertujuan untuk meningkatkan reputasi
 - a. Smile for everyone (Senyum pada semua orang)
 - b. Ecellent in everything we do (Sangat baik dalam segala sesuatu yang kita lakukan)
 - c. Reaching out to every guest with hospitality (menjangkau setiap tamu dengan keramahan)
 - d. Viewing every guest as special (melihat setiap tamu sebagai khusus/Special)
 - e. Improve (selalu melakukan perbaikan diri)
 - f. Care (senantiasa peduli dengans sesama),hangat dalam pergaulan
 - g. Eye contact that shows we are (selalu kontak mata yang menunjukkan kita)

Layanan Prima/Excellent bisa memberikan efek yang luar biasa pada pelanggan dan juga kepada Instansi itu sendiri. Dengan adanya media sosial yang saat ini ada membuat mudah saja seseorang untuk menjatuhkan reputasi perusahaan/instansi kapan saja. Tentu Jika semua lini tersebut mampu memberikan service excellent yang bagus, efeknya tidak hanya kepuasan nasabah namun citra perusahaan/instansi pun akan meningkat.

2. Kompetisi

Adanya kompetisi setiap lembaga termasuk Instansi Pemerintah untuk saling berlomba memberikan pelayanan yang terbaik, dengan mengambil sampel atau kwisioner kepada masyarakat luas, sehingga di share dan ditampilkan Instansi mana saja yang memberikan baik atau layanan buruknya. Menurut pemaparan yang diberikan oleh Pejabat perbankan BNI mengatakan bahwa “Nasabah bukanlah orang asing pada bisnis kita, ia adalah bagian dari kita, jika kita tidak memahami kebutuhan nasabah, berarti kita tidak memahami bisnis kita ” Selain itu pejabat perbankan BNI menjelaskan nasabah juga merupakan rekanan yang harus dijaga sehingga kepercayaan akan terus mengalir. Sejalan pula yang dipaparkan akademisi UNS ada 5 elemen kunci sukses customer service dalam menjalankan tugasnya dengan baik yaitu :

A. Reliabilitas

Aspek ini mencerminkan kemampuan untuk memberikan apa yang dijanjikan dengan andal dan tepat serta akurat. Untuk memberikan reliabilitas, maka langkah yang harus dilakukan adalah:

1. Identifikasi kebutuhan pelanggan dengan benar.
2. Janjikan hanya yang dapat diberikan.
3. Tindaklanjuti untuk memastikan bahwa produk dan service telah diberikan sesuai dengan janji.

B. Assurance

Aspek ini mencerminkan kemampuan untuk memberikan sesuatu yang dapat dipercaya (terjamin keandalannya). Strategi untuk mengembangkan assurance adalah memberikan layanan yang asertif dengan menggunakan teknik komunikasi yang positif dan menjelaskan produk dan service secara cepat.

C. Tangibel

Aspek ini berkaitan dengan fasilitas fisik/peralatan serta penampilan personal dari penyedia layanan. Strategi tindakan yang dilakukan adalah menjaga ruang kerja (apalagi yang langsung

berhubungan dengan pelanggan) agar tetap rapi, susun barang-barang dengan teratur dan berpakaian secara profesional.

D. Empati

Aspek ini berkaitan dengan tingkat kepedulian dan perhatian individu yang diberikan kepada pelanggan. Strategi tindakan ini adalah

1. Mendengarkan secara aktif pesan yang disampaikan pelanggan.
2. Menempatkan diri kita dalam posisi mereka.
3. Merespon secara tepat guna menjawab keinginan yang menjadi perhatian mereka.

E. Responsif

Aspek ini mencerminkan kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat/responsif. Agar mampu bersikap responsif, maka kita perlu menampilkan sikap positif atau "can do attitude". Serta mengambil langkah dengan segera untuk membantu pelanggan, dan memenuhi kebutuhan mereka.

KESIMPULAN

Berdasarkan atas pembahasan di atas, maka pengabdian masyarakat yang menganalisis kualitas standar pelayanan minimal sektor perbankan di BMT Kube Colomadu pacitan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Sektor perbankan merupakan indikator penting dalam menentukan tingkat kepuasan pelayanan publik yang dilakukan BMT Kube Colomadu dalam melayani kebutuhan masyarakatnya dan difokuskan pada standar pelayanan sektor perbankan di BMT Kube Colomadu.
2. Sektor perbankan memegang peranan penting dalam meningkatkan perekonomian suatu daerah.
3. Workshop ini dilakukan untuk meningkatkan standar pelayanan minimal pegawai BMT Kube Colomadu dengan menghadirkan para narasumber yang berkompeten dalam bidangnya.

4. Dari pembahasan workshop yang telah dilakukan tersebut, maka akan disusun standar pelayanan optimal untuk perbankan di BMT Kube Colomadu

DAFTAR RUJUKAN

- Abdul Karim, M.R. (2004) Twelfth Meeting of Experts on the United Nations Programme in Public Administration and Finance. United Nations Secretariat, New York.
- Agus, A., Barker, S., & Kandampully, J. (2007) An Exploratory Study of Service Quality in the Malaysian Public Service Sector. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 24 (2), 177-190.
- Armistead, C. G., & Clark G. (1994) *Outstanding Customer Service: Implementing the Best Ideas from Around the World*. Illinois: Irwin Professional Publishing.
- Berry, L.L., Zeithaml, V.A., & Parasuraman, A. (1990) Five Imperatives for Improving Service Quality. *Sloan Management Review*, Summer 1990, pp. 29-38.
- Berry, L. (1999) *Discovering the Soul of Service: The Nine Drivers of Sustainable Business Success*. New York: The Free Press.
- Cook, S. (2002) *Customer Care Excellence: How to Create an Effective Customer Focus*. Connecticut: Kogan Page US.
- Cook, S. (2004) *Measuring Customer Service Effectiveness*. Vermont: Gower Publishing.
- Dean, A., & Terziowski, M. (2000). Quality practices and customer/supplier management in Australian service organizations: Untapped potential. Working Paper Series: Monash University Department of Management.
- Disend, J. E. (1991) *How to Provide Excellent Service in Any Organization*. Pennsylvania: Chilton Book Company.
- e-How Business Editor. (2008) *How to Measure Customer Service*. Job Bank USA. (2008) *Job Descriptions, Definitions Roles, Responsibility: Customer Service Representatives*.
- Kotler, P. (2000) *Marketing Management*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Road Transport Department. (2008) Retrieved April 28, 2008, from www.jpj.gov.my

Saxby, D. (2007) *If You Aren't Measuring Customer Service, You Aren't Managing It.*

Schneider, B., & Bowen, D.E. (1999). Understanding customer delight and outrage. *Sloan Management Review*, 41(1), 35-46.

Teh, A. (2007) *Centre for Customer Care Malaysia.*

Ward, S. (2008) *8 Rules for Good Customer Service.* Wikipedia. 2007. *Customer Service.*