

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Sistem Informasi Manajemen

Sistem merupakan seperangkat komponen yang saling berhubungan dan saling bekerja sama untuk mencapai tujuan. Sistem terdiri dari unsur-unsur dan masukan (*input*), pengelolaan (*processing*) serta keluaran (*output*). Sistem didesain untuk memperbaiki atau meningkatkan pemrosesan informasi.

Setelah dilakukan perancangan, sistem diperkenalkan dan diterapkan ke dalam organisasi penggunanya. Jika sistem yang diterapkan itu digunakan maka implementasi sistem itu berhasil. Sedangkan jika penggunanya menolak menggunakan sistem tersebut maka sistem itu dapat dikatakan gagal. Penggunaan sistem yang berhasil dapat menghasilkan sebuah informasi. Adapun informasi adalah data yang telah diolah menjadi sebuah bentuk yang berarti bagi penerimanya dan bermanfaat dalam mengambil keputusan saat ini atau mendatang.

Informasi yang baik adalah informasi yang dapat menambah nilai bagi pemakainya. Pemakai akan menggunakan informasi untuk perencanaan, koordinasi, evaluasi dan pengambilan keputusan. Oleh karena itu, informasi harus mempunyai ciri-ciri yaitu dapat mengurangi ketidakpastian, dapat menggambarkan adanya berbagai peluang dan dapat mengevaluasi hasil (Agustin,2018).

Sistem informasi mencakup komponen berupa manusia, komputer, teknologi informasi, dan prosedur kerja yang diproses berupa data menjadi sebuah informasi dan dimaksudkan untuk mencapai sasaran atau tujuan (Kadir,

2014:8). Adapun menurut Scott (2001:4) bahwa sistem informasi merupakan sistem yang diciptakan oleh para analis dan manajer untuk melaksanakan tugas khusus tertentu yang sangat esensial bagi fungsinya organisasi. Tugas ini berkisar sejak pengolahan data yang sederhana, seperti menyiapkan tagihan kepada pelanggan hingga kecanggihan analisis yang digunakan para manajer untuk menyiapkan basis kegiatan organisasi.

Dalam prespektif Islam sistem informasi dapat dijelaskan dalam Al-Qur'an Surat Al-Hujurat ayat 6 sebagai berikut (Kementrian Agama RI,2002):

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَىٰ مَا
فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ.

Yang artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, jika datang seorang yang fasik kepadamu membawa berita, maka tangguhkanlah (hingga kamu mengetahui kebenarannya) agar tidak menyebabkan kaum berada dalam kebodohan (kehancuran) sehingga kamu menyesal terhadap apa yang kamu lakukan.”

Sistem informasi manajemen (SIM) atau *management information system* (MIS) adalah sistem informasi yang digunakan untuk menyajikan informasi untuk mendukung operasi, manajemen dan pengambilan keputusan dalam suatu organisasi. SIM menghasilkan informasi untuk memantau kinerja, memelihara koordinasi dan menyediakan informasi untuk operasi organisasi (Kadir, 2014:106).

Ada beberapa karakteristik sistem informasi manajemen adalah sebagai berikut (Ahmad, 2018:17).

1. Beroperasi pada tugas-tugas yang terstruktur, dimana prosedur, pengambilan keputusan, arus informasi, format laporan dan lain sebagainya sudah terdefinisi.

2. Bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dan mengurangi biaya.
3. Menyediakan laporan untuk keperluan pengambilan keputusan.
4. Mempermudah akses informasi untuk keperluan manajemen.

Di era globalisasi, tantangan manajemen semakin kompleks dalam mengelola bisnis internasional antara lain: pertumbuhan sistem informasi internasional, mengorganisasi sistem informasi internasional, mengelola sistem global, persoalan teknologi dan peluang/kesempatan serta tantangan yang muncul, dengan senantiasa mempertimbangkan kekuatan dan kelemahan yang ada. Dengan adanya SIM diharapkan memberikan beberapa kegunaan, yaitu:

1. Pengambilan keputusan yang cepat, tepat, praktis dan rasional
2. Pelaksanaan keputusan yang efisien
3. Pengawasan yang efektif
4. *Feed-back* yang cepat
5. Penilaian yang obyektif

Tujuan utama dari sistem informasi manajemen adalah membantu manajer membuat keputusan secara cepat dan tepat. Fungsi SIM bertanggung jawab langsung kepada Direktur Utama sehingga dapat menyampaikan informasi tanpa gangguan, sehingga SIM dapat berfungsi sebagai berikut:

1. Menunjang pengambilan keputusan pada lingkungan permasalahan terstruktur maupun yang tidak terstruktur.
2. Menunjang pengambilan keputusan pada semua tingkat organisasi.
3. Dimaksudkan untuk kepentingan organisasi yang bukan sesuatu yang berdiri sendiri.
4. Menunjang semua aspek pada proses pengambilan keputusan.

5. Terdiri dari orang, komputer, prosedur, *database*, fasilitas yang interaktif dan sebagainya. Semua dimaksudkan agar mudah bagi penggunaannya.

Sistem informasi manajemen juga harus mampu mengadaptasi tanggapan atas umpan balik dari kinerjanya. Oleh karena itu harus dirancang agar mudah dimodifikasi, misalnya: apabila diperlukan berbagai informasi karena perubahan lingkungan atau apabila organisasi melakukan kegiatan baru (Patma,2018:3-5).

B. Koperasi

Koperasi adalah suatu kumpulan orang-orang yang memiliki tujuan sama, yang terikat dalam suatu organisasi berasaskan kekeluargaan dengan maksud untuk menyejahterakan anggota. Dalam sistem ekonomi Indonesia, eksistensi koperasi memiliki landasan ideal yaitu Pancasila, landasan konstitusional yaitu Pasal 33 UUD NRI Tahun 1945, dan landasan operasional adalah peraturan perundang-undangan tentang Perkoperasian (Firdausy,2018:40-41).

Koperasi merupakan badan usaha (UU No. 25 tahun1992). Sebagai badan usaha, koperasi tetap tunduk pada kaidah-kaidah perusahaan dan prinsip-prinsip ekonomi yang berlaku. Dengan mengacu pada konsep sistem yang bekerja pada suatu badan usaha, maka koperasi sebagai badan usaha juga merupakan kombinasi dari manusia, aset-aset fisik dan nonfisik, informasi dan teknologi. Karena itu, koperasi harus dapat menghasilkan keuntungan dalam mengembangkan organisasi dan usahanya (Sisio & Halomoan, 2001:71).

Dalam UU No. 25 tahun1992 tentang Perkoperasian pasal 3 disebutkan bahwa, koperasi bertujuan memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya, serta ikut membangun tatanan perekonomian

nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil, makmur berlandaskan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945 (Sattar,2017:33).

Sitio dan Tamba (2001) berpendapat bahwa dalam tujuan tersebut dikatakan bahwa, koperasi memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Pernyataan ini mengandung arti bahwa, meningkatkan kesejahteraan anggota adalah menjadi program utama bagi koperasi melalui pelayanan usaha. Dapat dikemukakan bahwa pelayanan anggota merupakan prioritas utama dibandingkan dengan masyarakat umum.

Adapun fungsi dan peran koperasi yang tercantum dalam UU No. 25 tahun1992 pasal 4 adalah sebagai berikut (Sattar,2017:36).

1. Membangun dan mengembangkan potensi dan kemampuan ekonomi anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosialnya.
2. Berperan serta secara aktif dalam upaya mempertinggi kualitas kehidupan manusia dan masyarakat.
3. Memperkukuh perekonomian rakyat sebagai dasar kekuatan dan ketahanan perekonomian nasional.
4. Mewujudkan dan mengembangkan perekonomian nasional yang merupakan usaha bersama berdasarkan atas asas kekeluargaan dan demokrasi ekonomi.

C. Marketing Funding

Marketing ialah suatu rangkaian kegiatan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen. Caranya dengan membuat produk, menentukan harganya, tempat penjualannya dan mempromosikan produk tersebut kepada para konsumen.

Atau definisi *marketing* yakni suatu perpaduan antara kegiatan-kegiatan yang saling berhubungan untuk bisa mengetahui apa yang dibutuhkan oleh konsumen sehingga perusahaan bisa mengembangkan produk, harga, pelayanan, dan melakukan promosi agar kebutuhan konsumen bisa terpenuhi serta perusahaan mendapatkan sebuah keuntungan.

Marketing memang sangat erat kaitannya dengan kegiatan kehidupan kita sehari-hari karena objeknya yaitu konsumen. Biasanya kita sebagai konsumen sering dihadapkan pada beberapa pilihan seperti memilih merek dari produk tertentu yang hendak kita beli, dimana kita akan membelinya dan menentukan waktu atau kualitas saat melakukan pembelian. Jadi kita sebagai konsumen bisa dijadikan informasi yang dibutuhkan oleh para marketer dalam melakukan suatu kegiatan *marketing*.

Adapun *funding* merupakan suatu kegiatan usaha yang dilakukan untuk menghimpun dana kepada pihak deposan yang nantinya akan disalurkan kepada pihak kreditur dalam rangka menjalankan fungsinya sebagai intermediasi antara pihak deposan dengan pihak kreditur (Miftah:2015).

Modal adalah sejumlah harga (uang/barang) yang digunakan untuk menjalankan usaha, modal berupa uang tunai, barang dagangan, bangunan dan lain sebagainya. Modal Koperasi terdiri dari modal sendiri dan modal pinjaman.

1. Modal Sendiri

Modal sendiri Koperasi pertama-tama dihimpun dari simpanan anggota (simpan pokok dan simpanan wajib), setelah Koperasi berjalan dan mendapatkan sisa hasil usaha sebagian dari sisa usaha tersebut dapat disisihkan

pada dana cadangan untuk memperkuat modal sendiri. Dengan demikian modal sendiri Koperasi berasal dari :

a. Simpanan pokok

Simpanan pokok adalah sejumlah uang yang sama besar, dari semua anggota dan wajib dibayar pada saat masuk menjadi anggota simpanan pokok tidak dapat diambil kembali selama masih menjadi anggota. Besarnya simpanan pokok ditentukan oleh rapat anggota.

b. Simpanan wajib

Simpanan wajib adalah sejumlah uang yang tidak sama besarnya bagi setiap anggota yang wajib dibayar pada waktu tertentu. Simpanan wajib ditunjukan untuk meningkatkan modal sendiri secara bertahap, selama menjadi anggota, simpanan wajib tidak dapat diambil kembali.

c. Dana cadangan

Dana cadangan adalah sejumlah dana yang disisihkan dari sisa usaha untuk memupuk modal sendiri dan untuk menutup kerugian Koperasi bila diperlukan. Besarnya penyisihan dana yang dicadangan ditentukan/tercantum dalam anggaran dasar.

d. Hibah (kalau ada)

Hibah adalah pemberian yang meningkatkan berupa uang atas barang untuk memperlancar jalannya usaha.

2. Modal Pinjaman

Adapun modal pinjaman Koperasi berasal dari :

a. Anggota

Di samping simpanan pokok dan simpanan wajib, Koperasi dapat menghimpun modal pinjaman dari anggota dalam bentuk simpanan sukarela dan simpanan khusus. Simpanan sukarela pada dasarnya merupakan uang titipan dari anggota yang dapat diambil sesuai perjanjian yang pelaksanaannya diatur dalam anggaran rumah tangga. Simpanan khusus pada dasarnya merupakan pinjaman dari anggota yang membiayai keperluan tertentu. Tujuan, imbalan jasa dan cara pengembalian diatur dalam peraturan khusus.

b. Koperasi atau Badan Usaha Lain

Pinjaman dari Koperasi atau badan usaha lain dapat diperoleh atas dasar kerjasama yang saling menguntungkan.

c. Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya

Untuk mendapatkan pinjaman modal dari bank atau lembaga keuangan lainnya, Koperasi harus mengajukan surat yang di antara lain terdiri dari: rencana penggunaan modal/rencana usaha, rencana pengembalian kredit dan jaminan barang yang nilainya sebanding dengan besarnya pinjaman.

d. Penelitian Obligasi atau Surat Hutang Lainnya

Obligasi adalah surat berharga yang merupakan pengakuan hutang jangka panjang kepada pemegangnya dengan sanggup membayar bunga tetap dan mengembalikan pada waktu yang ditentukan, untuk menerbitkan obligasi harus memenuhi persyaratan dan dapat ijin dari Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM).

e. Sumber Lain Yang Sah

Pinjaman dari sumber lain yang sah biasanya diperoleh dari pemerintah atau lembaga lain atas dasar pertimbangan tertentu.

f. Modal Penyertaan

Selain modal sendiri dan pinjaman Koperasi dapat memperluas usaha yang dibiayai dengan modal penyertaan yang berasal dari pemerintah dan atau masyarakat. Pada hakekatnya modal penyertaan merupakan modal pinjaman yang dalam hal menanggung resiko diperlukan sebagian modal sendiri (ekuity). Terdapat dua jenis modal penyertaan diantaranya sebagai berikut.

1) Modal Penyertaan dari Pemerintah

Modal penyertaan dari pemerintah termasuk BUMN dan BUMN merupakan salah satu bentuk bantuan kepada Koperasi yang berpotensi. Untuk menjaga agar modal penyertaan digunakan sebagaimana semestinya, pemerintah dapat mengikut sertakan wakilnya dalam pengelolaan unit usaha yang bersangkutan sesuai dengan ketentuan yang berlaku setelah usahanya berjalan lancar, modal penyertaan secara berangsur dapat ditarik kembali.

2) Modal Penyertaan bukan dari Pemerintah

Kecuali dari pemerintah, modal penyertaan dapat berasal dari lembaga swasta dan perorangan. Penggunaan modal penyertaan merupakan salah satu usaha Koperasi untuk memperkuat susunan modal ekuity yang ikut menanggung resiko dalam rangka mengembangkan usaha. Penempatan modal diikat dengan perjanjian antara penanaman modal dan Koperasi yang bersangkutan. Ditinjau

dari pihak peserta penanaman modal penyertaan dalam Koperasi merupakan suatu investasi untuk mendapatkan imbalan jasa. Sesuai dengan perjanjian yang dibuat antara kedua balah pihak penanaman modal diberi hak dan kewajiban :

- a) Hak atas asasi jasa modal penyertaan dengan system bagi hasil atau dengan pembayaran bunga tetap.
- b) Kewenangan untuk ikut dalam kegiatan perencanaan pengelolaan dan pengawasan dengan jalan menempatkan wakilnya diunit usaha Koperasi yang dibiayai dengan modal penyertaan.

Terkait dengan perjanjian tersebut dapat diadakan kesepakatan apakah modal pernyataan akan ditanam secara terus menerus atau dapat dikembalikan setelah Koperasi berhasil menghimpun modal sendiri secukupnya.

Marketing funding merupakan bagian dari salah satu perkerjaan perbankan yang memiliki tugas dan fungsi untuk mencari nasabah (pihak ketiga) yang mempunyai dana lebih agar mau untuk menyimpannya ke dalam bank dalam bentuk produk yang ditawarkan oleh bank itu sendiri serta memperkenalkan, mempromosikan, memasarkan produk perbankan, dan memperluas jaringan atau relasi antar perbankan atau dengan dunia diluar perbankan itu sendiri (Bitar,2019).

Seorang *marketing* harus memiliki strategi pemasaran dalam memasarkan produk yang akan dijual. Sehubungan dengan itu, diperlukan proses dan mekanisme untuk membuat strategi yang tepat dengan memperhatikan aspek berikut (Pangestika,2018):

- a) *Segmentation*

Proses pemilahan kelompok nasabah berdasarkan keinginan, kekuatan, dan daya beli untuk mempermudah pemasaran produk sesuai dengan kebutuhan nasabah.

b) *Targetting*

Menentukan siapa yang akan jadi target penjualan dan berapa banyak produk yang akan ditawarkan. Posisi ini mempertimbangkan segmentasi nasabah dan kesesuaian produk.

c) *Positioning*

Bagaimana memposisikan produk dimata calon pembeli agar ciri khas produk dan citra perusahaan dikenal dan diterima oleh pembeli sebagai bentuk *diferensiasi*.

D. Rowasia Collector

Rowasia Collector merupakan sebuah aplikasi *Collector* atau *Account Officer* yang berbasis *smartphone android*, untuk memudahkan petugas BMT dalam melakukan pencatatan transaksi setoran, simpanan atau daftar anggota baru dimanapun dan kapanpun.

Aplikasi ini dapat diintegrasikan dengan *system core* sistem *Imf@*, sehingga transaksi yang telah dilakukan di luar kantor langsung masuk ke dalam sistem *Imf@* (PBMT Rowasia,2019).

Imf@ (Islamic Micro Finance Application) merupakan sistem server BMT yang sudah berstandar PSAK Syariah (Pernyataan Standar Akutansi Keuangan), sudah terdaftar atau diakui ijin oleh Bank Indonesia (BI) dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) serta sudah digunakan di banyak lembaga perbankan dan BMT se-Indonesia (PBMT Rowasia,2019).

Adapun fitur utama pada aplikasi *Rowasia Collector* ini adalah sebagai berikut:

1. *Entry Setoran*

Entry setoran dapat dilakukan secara *offline*, sehingga transaksi dapat berlangsung meski tidak ada jaringan internet.

2. *Data Anggota*

Menampilkan informasi anggota dan detail berupa data simpanan dan tagihan.

3. *Integrasi dengan Software Imf@*

Aplikasi ini telah diintegrasikan dengan *system core banking Imf@*, sehingga transaksi yang telah diupload dari aplikasi langsung masuk kedalam *database Imf@*. Pada aplikasi ini terdapat *high tech feature*, diantaranya sebagai berikut:

a. *Print ke mobile bluetooth printer*

Setelah transaksi disimpan, maka aplikasi akan mencetak struk bukti setoran ke *mobile bluetooth printer*.

b. *Scan QR-code buku tabungan*

Memasukan data setoran menggunakan *QR-code* yang ditempelkan pada buku tabungan untuk mempermudah proses *entry* data setoran.

c. *Transaksi offline*

Aplikasi ini memungkinkan petugas untuk melakukan transaksi meskipun tidak ada jaringan internet. Setelah petugas mendapatkan jaringan internet, maka petugas dapat melakukan *synchronisasi data*.

d. *Integrasi dengan google playstore*

Aplikasi ini dapat didownload melalui *Google Playstore* sehingga mempermudah installasi dan *update*.

Aplikasi Rowasia Collector ini merupakan aplikasi berbayar sebesar Rp 500.000 per bulan, jumlah kantor dan Hp *android* yang dapat diinstal aplikasi ini *unlimited* atau tidak terbatas. Adapun fasilitas yang dapat diperoleh BMT atau pengguna adalah sebagai berikut (PBMT Rowasia,2019):

- 1) Akun admin CMS *collector app* berbasis *website*, sehingga BMT dapat mengelola profil BMT, tampilan logo aplikasi, dan registrasi Hp kolektor dan lainnya.
- 2) Jumlah hp *android* kolektor tidak terbatas atau *unlimited*, berapapun hp yang akan digunakan BMT untuk aplikasi kolektor tidak terbatas.
- 3) BMT tidak perlu mengadakan server dan aplikasi karena sudah disediakan oleh Rowasia.
- 4) Aplikasi dapat didownload di *google playstore* dengan nama Rowasia Collector.

E. Pelayanan

Pelayanan adalah sesuatu yang tidak berwujud yang merupakan tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun (Tjiptono,2005:11). Menurut Valarie A. Zethmal dan Mary Jo Bitner mendefinisikan pelayanan merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau kontruksi, yang umumnya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah (Supriyadi & A.,2009:6). Sedangkan Lovelock

mendefinisikan pelayanan sebagai proses dari pada produk, dimana suatu proses melibatkan input dan mentransformasikannya sebagai output (Muthosim,2007:11).

Islam mengajarkan bahwa apabila ingin memberikan hasil usaha yang baik berupa barang atau jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain. Seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat : 267 sebagai berikut (Kementrian Agama RI,2002).

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ، وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ
مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَحْدِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ، وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ.

Yang artinya: “Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (dijalan Allah) sebagian dari usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan dirinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”.

Pentingnya memberikan pelayanan yang berkualitas tidak hanya sebatas mengantarkan atau melayani, namun lebih mengerti, memahami, dan merasakan sehingga penyampaiannyapun akan mengena kepada konsumen sehingga dapat memperkokoh posisi dalam pemikiran konsumen. Dengan tertanamnya hal tersebut loyalitas seorang konsumen pada produk atau usaha perusahaan tidak akan diragukan.

Pelayanan yang baik memiliki ciri-ciri tersendiri. Dalam hal ini dunia perbankan menggunakan kriteria dalam membentuk ciri-ciri pelayanan yang baik yang didorong oleh beberapa faktor pendukung yang berpengaruh langsung terhadap pelayanan yang diberikan. Pertama adalah faktor manusia yang memberikan pelayanan tersebut. Manusia yang melayani harus memiliki kemampuan melayani pelanggan secara cepat dan tepat. Disamping itu, harus

memiliki kemampuan dalam berkomunikasi, sopan santun, ramah, dan tanggung jawab penuh terhadap anggotanya.

Faktor kedua adalah tersedianya sarana dan prasarana yang mendukung kecepatan, ketepatan, dan keakuratan pekerjaan. Sarana dan prasarana yang dimiliki harus dilengkapi oleh kemajuan teknologi terkini. Dan sarana dan prasarana ini dioperasikan oleh manusia yang berkualitas. Sehingga kedua faktor tersebut dapat saling menunjang satu sama lainnya.

Setelah faktor-faktor yang mendukung dalam pelayanan, maka terbentuklah ciri-ciri pelayanan yang baik. Adapun ciri-ciri pelayanan yang baik adalah sebagai berikut (Harahap,2017:43-46).

1. Sarana Fisik

Sarana fisik terdiri dari dua unsur yaitu tersedianya karyawan yang baik dan tersedianya sarana dan prasarana yang baik. Karyawan yang baik harus ramah, sopan, menarik, cepat tanggap, pandai bicara, menyenangkan serta pintar, karena kenyamanan pelanggan tergantung dari karyawannya. Sedangkan sarana prasarana yang baik adalah tersedianya sistem yang baik yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan serta *up to date* sehingga mempermudah transaksi kepada pelanggan.

2. Tanggung Jawab

Dalam menjalankan kegiatan pelayanan, karyawan harus mampu melayani pelanggan dari awal sampai selesai. Pelanggan akan merasa puas jika mereka merasakan tanggung jawab karyawan tersebut.

3. Resposif

Karyawan harus mampu melayani secara cepat dan tepat. Dalam melayani pelanggan, karyawan harus melakukannya sesuai prosedur layanan yang diterapkan. Melayani secara cepat artinya melayani dalam batasan waktu yang normal. Sedangkan melayani secara tepat artinya jangan sampai terjadi kesalahan baik dalam pembicaraan maupun pekerjaan.

4. Komunikatif

Mampu berkomunikasi, artinya mampu dengan cepat memahami keinginan pelanggan. Selain itu, harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti.

5. Keamanan

Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi, artinya karyawan harus menjaga kerahasiaan informasi data anggota, terutama terkait uang dan pribadi anggotanya.

6. Kecakapan

Untuk menjadi marketing yang khusus melayani anggota, marketing harus memiliki kemampuan dan pengetahuan tertentu. Karena tugas marketing selalu berhubungan dengan anggota. Marketing harus dididik secara khusus mengenai pengetahuan dan kemampuan untuk menghadapi anggota maupun kemampuan dalam bekerja.

7. Pemahaman

Berusaha memahami kebutuhan anggota artinya marketing harus cepat tanggap terhadap apa yang diinginkan oleh anggota. Usahakan mengerti dan memahami apa yang diinginkan dan dibutuhkan anggota.

8. Kredibilitas

Kepercayaan calon anggota kepada koperasi mutlak diperlukan, sehingga calon anggota mau menjadi anggota dari perusahaan yang bersangkutan. Kepercayaan merupakan ujung tombak perusahaan untuk menjalankan aktivitasnya.

9. Keramahan

Keramahan adalah sikap positif dan perilaku terhormt yang harus ditunjukkan kepada setiap pelanggan. Karyawan harus menjalin keramahan dan keakraban kepada pelanggan, agar pelanggan merasa senang dan nyaman ketika berhadapan dengan karyawan.

10. Hubungan

Masing-masing bagian dalam koperasi harus memiliki kemudahan akses dalam berkomunikasi dengan anggotanya.

Ada empat karakteristik pokok pelayanan yang perlu diperhatikan yaitu (Fatihudin & Firmsnsyah, 2019:2):

a. Tidak berwujud (*intangibile*)

Pelayanan tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar atau dicium sebelum ada transaksi pembelian.

b. Tidak terpisahkan (*inseparability*)

Pelayanan biasanya diproduksi dan dikonsumsi pada waktu yang bersamaan, sehingga hubungan antara pemberi dan penerima pelayanan menjadi penting dalam pemasarannya.

c. Variabilitas (*variability*)

Pelayanan mudah berubah-ubah atau tidak konsisten tergantung siapa pemberi jasa, kapan dan dimana diberikan.

d. Dapat musnah (*perishability*)

Pelayanan tidak dapat disimpan sebagai persediaan yang siap dijual atau dikonsumsi pada saat diperlukan, karena hal tersebut maka pelayanan tidak tahan lama atau dapat musnah.

Terdapat lima dimensi yang digunakan untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang didasarkan pada perbedaan antara nilai harapan dan nilai kinerja yang dirasakan oleh pelanggan yaitu (Lupiyoadi,2001:148):

- 1) Tangibles, atau bukti fisik yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Yang dimaksud bahwa penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah adalah bukti nyata dalam pelayanan yang diberikan.
- 2) Reliability, atau keandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- 3) Responsiveness, atau keandalan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
- 4) Assurance, atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, perilaku dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun.

- 5) Empathy, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan. Perusahaan harus mengetahui keinginan pelanggan secara spesifik dari bentuk fisik produk atau jasa sampai pendistribusian yang tepat.

Adapun cara mengembangkan pelayanan yang terbaik adalah sebagai berikut:

- 1) Memperhatikan perkembangan kebutuhan dan keinginan para pelanggan dari waktu ke waktu, untuk kemudahan mengantisipasinya.
- 2) Berupaya menyediakan kebutuhan pelanggan sesuai keinginan atau lebih dari yang diharapkan.
- 3) Memperlakukan pelanggan dengan pola layanan terbaik.

Pelayanan yang baik merupakan daya tarik yang besar bagi para pelanggan, sehingga korporat bisnis seringkali menggunakannya sebagai alat promosi untuk menarik minat pelanggan. Disamping menonjolkan kualitas produk sebagai wujud pelayanan, para pelaku bisnis menonjolkan juga pola lainnya sebagai penunjang untuk memberikan perhatian atau keakraban kepada pelanggannya, yang kemudian dikenal sebagai kepedulian terhadap pelanggan (Barata,2015:22-23).

Salah satu sifat Rasulullah dalam berbisnis yaitu fathonah. Fathonah memiliki arti berpikir atau cerdas. Dengan sifat fathonah, akan memiliki ilmu baru untuk menyalurkan barang dan jasanya kepada masyarakat. Dengan kecerdasan yang kita miliki harus mampu menciptakan ide atau gagasan baru yang sekiranya dibutuhkan oleh pelanggan agar pelanggan merasa puas terhadap produk kita. Sesuai firman Allah dalam Al-Qur'an surat Ar-Ra'd ayat 3 sebagai berikut (Kementrian Agama RI,2002):

وَهُوَ الَّذِي مَدَّ الْأَرْضَ وَجَعَلَ فِيهَا رَوَاسِيَ وَأَنْهَارًا، وَمِنْ كُلِّ الثَّمَرَاتِ جَعَلَ فِيهَا رُوحَيْنِ

اِثْنَيْنِ يُغَشِّ اللَّيْلَ النَّهَارَ، إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِّقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ.

Yang artinya: “Dan dia yang menghamparkan bumi dan menjadikan gunung-gunung dan sungai-sungai di atasnya. Dan padanya Dia menjadikan semua buah-buahan berpasang-pasangan, Dia menutupkan malam kepada siang sungguh, kepada yang demikian itu terdapat tanda-tanda (kebesaran Allah) bagi orang-orang yang berpikir.”

