

Analisis Strategi Pelayanan BMT UGT Sidogiri Capem Sokobanah Dalam Menghadapi Persaingan

Farizal Agustian^{a, 1*}

^a Institut Dirosat Islamiyah Al-Amien Preduan

¹ farizalagustian119@gmail.com*

*korespondensi penulis

Informasi artikel

Received: 28 Juni 2021 ;

Revised: 20 Juli 2021 ;

Accepted: 28 Juli 2021.

Kata-kata kunci:

Strategi;

Pelayanan;

BMT-UGT Sidogiri

: ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi pelayanan yang digunakan BMT UGT (Baitul Maal wat Tamwi Uuruan Guru tugas) Sidogiri Capem Sokobanah dalam menghadapi persaingan antar lembaga keuangan. BMT UGT Sidogiri Capem Sokobanah perlu meningkatkan kualitas strategi pelayanan agar mampu bersaing dan bertahan hidup. Ketidakstabilan pelayanan BMT UGT Sidogiri seperti minimnya sumber daya manusia dan kurangnya fasilitas teknologi informasi serta rendahnya kemampuan manajerial BMT UGT Sidogiri Capem Sokobanah menjadi problematika untuk menghadapi persaingan di BMT UGT Sidogiri. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah kualitatif dengan teknik pengumpulan datanya menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian yang diterapkan di BMT Sidogiri melalui kualitas sumber daya manusia, organisasi dan teknologi serta dalam persaingan BMT Sidogiri menggunakan analisis SWOT yaitu dengan membaca kemampuan dan kelemahan lawan. Rekomendasi penelitian ini bagi lembaga keuangan syariah adalah dengan membuka kantor cabang di Tamberu Timur dengan menarik perhatian nasabah untuk setia bertransaksi dan menabung di BMT UGT Sidori sebagai lembaga keuangan syariah yang memberikan kepuasan dan kenyamanan terutama dalam hal pelayanan.

Keywords:

Strategy;

Service;

BMT-UGT Sidogiri.

ABSTRACT

The Service Strategy Analysis of BMT UGT Sidogiri Capem Sokobanah in Facing of Competition. The aim of this research is to find out the service strategy used by BMT UGT Sidogiri Capem Sokobanah in the face of competition between financial institutions. BMT UGT Sidogiri Capem Sokobanah must improve the quality of service strategy. The instability of BMT UGT Sidogiri services such as lack of human resources and lack of information technology facilities and low managerial capabilities of BMT UGT Sidogiri Capem Sokobanah become problematic to face competition in BMT UGT Sidogiri. The method used in research is qualitative with data collection techniques using observation, interview, and documentation. The results of the research applied in BMT Sidogiri through the quality of human resources, organization and technology as well as in terms of competition BMT Sidogiri using SWOT analysis that is by reading the capabilities and weaknesses of opponents. The recommendation of this research for Sharia financial institutions is to open a branch office in East Tamberu by attracting customers to faithfully transact and save in BMT UGT Sidori as a Sharia financial institution that provides good service.

Copyright © 2021 (Farizal Agustian). All Right Reserved

How to Cite : Agustian, F. (2021). Analisis Strategi Pelayanan BMT UGT Sidogiri Capem Sokobanah Dalam Menghadapi Persaingan. *Investasi : Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 41–48. Retrieved from <https://journal.actual-insight.com/index.php/investasi/article/view/191>



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/). Allows readers to read, download, copy, distribute, print, search, or link to the full texts of its articles and allow readers to use them for any other lawful purpose. The journal hold the copyright.

Pendahuluan

Di zaman ini ada dua lembaga keuangan syariah yaitu lembaga syariah perbankan dan lembaga syariah non perbankan, yang salah satu contoh lembaga syariah non perbankan yaitu BMT syariah (Baitul Maal Wat Tamwil). BMT sebenarnya merupakan gabungan dari dua lembaga yang menjadi satu, yaitu Baitul Maal dan lembaga Baitut Tamwil (Hermawan, 2017). Keduanya memiliki prinsip yang berbeda meskipun memiliki hubungan yang sangat erat. BMT merupakan lembaga keuangan mikro yang bergerak dengan prinsip-prinsip syariah.

Berdasarkan namanya, BMT memiliki dua makna serta fungsi yaitu: pertama, *baitul maal* (rumah harta), yang mana fungsinya menerima titipan dana zakat, dan infak serta sedekah yang mana bertujuan untuk mengoptimalkan distribusinya sesuai ketentuan dan persyaratan-persyaratan yang telah diamanahkan (Al Arif, 2018, p. 317). Makna kedua, *baitut tamwil* (rumah pengembangan harta). Sesuai namanya, BMT sendiri berfungsi untuk mengembangkan kegiatan-kegiatan yang bersifat produktif dan berinvestasi untuk meningkatkan UMKM masyarakat antara lain dengan mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan (Masyithoh, 2014).

Baitul maal wat tamwil adalah lembaga yang beroperasi dalam menghimpun dan menyalurkan dana infak, sedekah dan zakat. BMT memiliki peran ganda yaitu berfungsi sebagai lembaga komersial dan berfungsi sebagai lembaga sosial (Ismanto, 2015). Keberadaan lembaga jasa keuangan mikro syariah seperti Baitul Maal wat Tamwil (BMT) yang bersifat koperasi syariah diharapkan bisa memajukan sektor usaha mikro di masyarakat sehingga mampu meningkatkan ekonomi nasional. Kehadiran BMT di masyarakat dianggap sebagai lembaga yang menjembatani UMKM dengan pembiayaan yang tergolong kecil agar tetap eksis di dunia perekonomian. Mengingat Indonesia yang merupakan negara berkembang dimana modal adalah instrumen penting dalam menggerakkan perekonomian agar lebih produktif di sektor riil, kehadiran BMT diharapkan bisa menyalurkan pembiayaan dan pembinaan kepada masyarakat yang sulit mengakses pinjaman dari lembaga jasa keuangan besar seperti perbankan konvensional maupun syariah (Bakhitah & Ryandono, 2019).

Perkembangan BMT di Indonesia terus meningkat. Tujuan lembaga ini adalah menyediakan pembiayaan berupa modal bagi masyarakat yang memiliki bisnis usaha UMKM namun terkendala dalam mendapatkan akses permodalan dari lembaga keuangan formal seperti bank. Dengan adanya BMT ini diharapkan menjadi angin segar bagi masyarakat miskin produktif yang ingin mengembangkan usaha bisnisnya agar kesejahteraan ekonominya semakin meningkat (Bakhitah & Ryandono, 2019).

Koperasi BMT Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri atau yang biasa disingkat “Koperasi BMT UGT Sidogiri” yang sebelumnya didirikan bernama MMU. Setelah Koperasi BMT MMU berjalan selama dua tahun maka banyak masyarakat Madrasah diniyah yang mendapatkan bantuan guru dari Pondok pesantren Sidogiri lewat urusan guru tugas (UGT) mendesak dan mendorong untuk didirikan koperasi dengan skop yang lebih luas yakni skop Koperasi Jawa Timur, juga ikut mendorong berdirinya koperasi itu adalah alumni Pondok Pesantren Sidogiri yang berdimosili di luar Kabupaten Pasuruan (BMT-UGT Nusantara, n.d.), maka pada tanggal Robiul Awal 1421 H (juga bertepatan dengan bulan lahirnya Rasulullah SAW) atau 22 Juni 2000 M diresmikan dan dibuka satu unit Koperasi BMT UGT Sidogiri di jalan Asem Mulyo 48 C Surabaya, lalu tidak terlalu lama mendapatkan badan hukum koperasi dari Kanwil Dinas Koperasi PK dan M Provinsi Jawa Timur dengan SK Nomor: 09 / BH / KWK.13 / VII / 2000. Koperasi BMT UGT Sidogiri membuka beberapa unit pelayanan anggota atau cabang di Kabupaten/Kota yang dinilai potensial, salah satunya di Kecamatan Sokobanah Kabupaten Sampang (BMT-UGT Nusantara, n.d.).

Kinerja pelayanan merupakan hal yang perlu diperhatikan bagi setiap usaha yang dijalankan, tidak terkecuali dengan BMT UGT Sidogiri, meskipun prinsip utamanya adalah beroperasi secara syariah dengan berbagai nilai idealitas atau nilai normatif, kepuasan nasabah juga menjadi prioritas agar kesinambungan usahanya dapat dipertahankan (Zulkifli et al., 2016). Ketidakstabilan pelayanan BMT UGT Sidogiri Capem Sokobanah seperti minimnya SDM dan fasilitas IT serta rendahnya kemampuan

manajerial BMT UGT Sidogiri Capem Sokobanah suatu ketika akan menjadi sebuah permasalahan karena hal ini akan menandakan ketidaksiapan BMT khususnya BMT UGT Sidogiri Capem Sokobanah untuk menghadapi pesaing atau kompetitor yang berada di Tamberu Timur Sokobanah seperti adanya Mandiri mitra usaha, BRI, BNI Syariah, serta Bank BPRS sangat besar.

BMT UGT Sidogiri Capem Sokobanah tidak dapat lagi mengandalkan modal kepercayaannya pada sentimen masyarakat tentang isu-isu syariah, seperti keharaman riba dan sistem bunga menjalankan sistem ekonomi berdasarkan syariat Islam. Apalagi Bank Syariah dan BPRS-BPRS dengan fasilitas dan permodalanya yang kuat semakin mempersempit ruang gerak BMT- BMT. Oleh karena itu mau tidak mau BMT UGT Sidogiri Capem Sokobanah harus meningkatkan kualitas strategi pelayanan agar mampu bersaing dan bertahan hidup (Astuti, 2018).

Untuk meningkatkan kinerja keuangan dan mampu bertahan di pasar, BMT UGT Sidogiri Capem Sokobanah memerlukan strategi yang tepat bersama aspek pendukungnya, seperti sumber daya manusia, infrastruktur, budaya, dan inovasi yang terus-menerus. Perusahaan berusaha dengan berbagai cara untuk tetap berada di depan para pesaingnya dengan berbagai strategi yang dilakukan salah satunya yaitu berupaya agar tetap menjaga efisiensi dalam kegiatan operasionalnya seperti memanfaatkan infrastruktur yang ada, membutuhkan keterampilan baru, meluncurkan produk efisien untuk menghemat biaya, atau dengan menciptakan produk yang tergolong mudah tetapi dapat diterima dengan baik oleh masyarakat (Bakhitah & Ryandono, 2019).

Metode

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan jenis pendekatan studi lapangan (Arikunto, 2013). Peneliti menggambarkan data dan informasi yang berlandaskan fakta-fakta yang diperoleh di lapangan mengenai strategi pelayanan dalam persaingan di BMT UGT Sidogiri Capem Sokobanah. Teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi dan dokumentasi. Untuk memperoleh data primer, sedangkan mencari data yang didapatkan dari literatur baik berupa buku, karya ilmiah, majalah dan informasi lainnya yang berhubungan dengan judul penelitian merupakan teknik mendapatkan data sekunder (Meleong, 1989). Lokus penelitian ini dilakukan di BMT UGT Sidogiri Capem Sokobanah. Objek penelitian adalah strategi pelayanan yang dilakukan di BMT UGT Sidogiri Capem Sokobanah. Analisis data dalam penelitian ini dengan analisis deskriptif kualitatif. Pada tahap ini, data dikerjakan dan dimanfaatkan sedemikian rupa sampai berhasil menyimpulkan kebenaran-kebenaran yang dapat dipakai untuk menjawab persoalan-persoalan yang diajukan dalam penelitian. Penelitian mendeskripsikan fakta dari semua hasil penelitian di lapangan, menganalisa dan menginterpretasikan sehingga penelitian ini dapat diketahui bagaimana strategi pelayanan dalam menghadapi persaingan di BMT UGT Sidogiri Capem Sokobanah.

Hasil dan Pembahasan

Koperasi BMT Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri disingkat “Koperasi BMT UGT Sidogiri” mulai beroperasi pada tanggal 5 Rabiul Awal 1421 H atau 6 Juni 2000 M. BMT UGT Sidogiri sebagai lembaga non perbankan memiliki berbagai produk yang dapat memberikan manfaat kepada anggota atau atau nasabahnya. Berikut ini produk-produk yang ada di BMT UGT Sidogiri: Pertama, SIMASIS (Simpanan Masyarakat Islami) merupakan simpanan anggota yang didasarkan Akad Wadiah Yad Dhomanah dan Mudharabah. Kedua, SIMASIS Berjangka (Deposito) adalah jenis simpanan anggota yang diperuntukkan bagi anda yang menginginkan menyimpan dana dalam jangka waktu yang relatif lama dengan prinsip syariah. Ketiga, produk pinjaman modal atau pembiayaan dengan sektor pertanian, perdagangan, perternakan, konsumtif, sektor jasa/ investasi, sektor industri kecil, konveksi dan sektor lain.

Akad pembiayaan yang digunakan adalah, pertama, *mudharabah* adalah akad antara dua pihak dimana anggota sebagai *mudharib* (pengelola usaha) dan yang lain sebagai *shohibul maal* (penyedia

modal), atas kerjasama ini berlaku sistem bagi hasil dengan nisbah yang telah disepakati. Kedua, *musyarakah* adalah akad kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberi kontribusi dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan resiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan. Ketiga, *murabahah* adalah pembiayaan melalui sistem pengadaan barang dan di dalamnya terdapat kesepakatan besarnya pemberian *mark up* dan pelunasannya dapat diangsur ataupun jatuh tempo sesuai dengan kesepakatan (akad). Keempat, *qardul hasan*, pembiayaan dengan tujuan kebajikan yang diperuntukkan bagi anggota dengan pertimbangan sosial dan tidak diambil keuntungan dari padanya, anggota hanya diwajibkan mengembalikan pokok pinjaman saja.

Dari hasil wawancara dengan Bapak Aziz, manajer BMT UGT Sidogiri Capem Sokobanah ditemukan strategi pelayanan yang efektif. Strategi yang dilakukan, menurut Bapak Aziz, sesuai prosedur dari BMT UGT Sidogiri ini, seperti melakukan pelayanan yang terbaik untuk memuaskan para anggota atau nasabah. Bapak Aziz mengatakan, "dari segi SDM, kita harus memanusiakan manusia maksudnya di sini adalah bahwa kita dalam memberikan pelayanan harus menghargai nasabah, membantu memberikan informasi apa yang dibutuhkan nasabah, dan kita juga bisa membantu manajemen usaha nasabah. Kemudian dari segi organisasi, kita lakukan forum-forum kelompok usaha muamalah, Rapat Akhir Tahunan untuk pembinaan anggota BMT UGT Sidogiri dan Rapat Rencana Kerja. Kemudian yang terakhir dari segi teknologi, kita sangat memanfaatkan alat teknologi, misalnya nasabah bisa menelpon kantor." (Wawancara, 11 Februari, 2021).

Dari pemaparan yang disampaikan oleh Bapak Aziz selaku manejer BMT UGT Sidogiri Capem Sokobanah bahwa dalam melakukan strategi pelayanan yang efektif BMT UGT Sidogiri Capem Sokobanah harus mempunyai SDM yang berpengalaman, teknologi yang lengkap dan organisasi yang dapat memperkuat suatu lembaga agar selalu kompak dan selalu bekerja sama dalam memberikan pelayanan yang maksimal kepada nasabah

Faktor pendukung sangat mempengaruhi terhadap mutu pelayanan di BMT UGT Sidogiri Capem Sokobanah, ada dua faktor pendukung yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Dari faktor internal, SDM harus dibekali dengan pengetahuan yang matang dengan harapan bisa memuaskan nasabah. Upaya yang dilakukan adalah dilakukannya diklat-diklat dan pelatihan-pelatihan. Sedangkan dari faktor eksternal, kita menjalin hubungan baik dengan masyarakat, Dinas Koperasi, Kantor Pemerintah Desa, Kecamatan dan lembaga lain yang bisa bekerja sama dengan BMT dan tersedianya sarana dan prasarana yang kami miliki, seperti kursi tunggu nasabah yang nyaman, kelengkapan teknologi yang kami miliki dalam proses melayani nasabah.

Dari penjelasan Bapak Aziz faktor pendukung yang mempengaruhi mutu pelayanan adalah dari SDM itu sendiri. Jika SDM tidak didukung maka pelayanan pun juga akan berkurang, akibatnya nasabah merasa tidak puas. Dan dari komunikasi antara BMT UGT Sidogiri Capem Sokobanah dengan lembaga lain diluar BMT. Kemudian dari segi sarana dan prasarana yang nyaman dan lengkap

Beberapa ciri pelayanan yang baik, menurut Bapak Aziz, yang diterapkan adalah dalam bentuk pelayanan yang selalu menerapkan senyum sapa salam, menyediakan sarana dan prasarana yang lengkap dan nyaman, tidak menggurui nasabah dalam arti kita menghargai pendapat nasabah, melayani secara tepat dan akurat, mampu menyelesaikan masalah nasabah dari awal sampai akhir, memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi yang dilakukan oleh semua nasabah, berbicara dengan bahasa yang sopan dan jelas.

Etika pelayanan yang diberikan kepada nasabah, menurut Bapak Aziz adalah dengan selalu menghormati semua nasabah, menghargai pendapat nasabah, selalu bertanya apa keperluan nasabah, selalu memberikan penjelasan tentang apa yang diinginkan oleh nasabah, sopan santun, selalu menerapkan senyum sapa salam, sabar dan telaten dalam menghadapi nasabah. Bapak Aziz menjelaskan, "kita selalu menganjurkan kepada karyawan untuk berpakaian yang rapi dan sopan, kita mempunyai pakaian kantor yang kita gunakan setiap hari Senin sampai Kamis dan juga hari Minggu

sedangkan Jum'at libur, berbicara dengan sopan dan jelas, bersikap dan bertingkah laku secara luwes agar nasabah merasa nyaman, dalam menatap nasabah tidak boleh dengan sinis harus dengan lembut dan penuh perhatian, dan cara bertanya kita kepada nasabah harus disesuaikan, jika nasabah kita pendiam, kita harus proaktif untuk bertanya, sedangkan untuk nasabah yang cerewet kita harus sabar dalam mendengarkan keluhan nasabah." (H. Aziz, komunikasi personal, pada 11 Februari 2021).

Peneliti melakukan wawancara tentang strategi pelayanan dalam menghadapi persaingan dengan salah satu pelayanan BMT UGT Sidogiri Capem Sokobanah. Hal yang harus dipersiapkan dalam menghadapi persaingan bisnis adalah dengan mempersiapkan antara lain: pertama, konsep pelayanan menjadi prioritas utama. Hal yang diharapkan adalah nasabah pulang dari BMT merasa puas. Selain itu, pengelolaan dengan baik berdasarkan ajaran Islam. Kedua yaitu perencanaan yang kita susun, antara lain menjalankan konsep yang sudah matang, kemudian kembali lagi kepada misi dan visi kita yaitu terwujudnya BMT yang terdepan dan memberikan pelayanan prima untuk tercapainya kepuasan nasabah, melakukan promosi dan pemasaran melalui membagikan brosur dan pemberian sembako kepada nasabah setiap tahunnya serta tas berlogo BMT UGT Sidogiri kepada nasabah, melalui media sosial juga dan perencanaan dalam memperkecil resiko dengan menerapkan pengelolaan BMT sesuai SOP dan SOM, jika dalam melakukan survei pembiayaan harus sesuai dengan SOP, jika tidak layak tidak usah dipaksakan.

Persiapan ketiga adalah setiap awal bulan kita selalu mengadakan rapat dalam hal mengevaluasi hasil kinerja selama satu bulan. Rapat tersebut rutin dilakukan agar dapat lebih baik dari sebelumnya, kemudian agar tidak monoton kita menyediakan tabungan anggota melalui tabungan keliling perumahan setiap harinya dan pendampingan nasabah dalam manajemen usaha nasabah. Persiapan keempat yaitu dengan menguatkan SDM yang kita punya untuk mengikuti perkembangan yang ada, menguatkan permodalan kita, dan menguatkan kelembagaan.

Bapak Aziz menegaskan,

"kita melakukan persaingan dengan cara yang sehat, seperti tidak menawarkan nisbah yang tinggi kepada nasabah. Kemudian kita selalu jujur dan terbuka dengan nasabah, informasi apapun yang dibutuhkan nasabah, kita selalu terbuka dan jujur dalam memberikan informasi. Dalam hal pembagian *nisbah* bagi hasil kita selalu memperhitungkan dengan matang, agar tidak membebani nasabah dan tidak membebani BMT, jadi sama-sama berkah dan untung" (komunikasi personal pada 11 Februari 2021).

Dari perkataan Bapak Aziz dalam mempersiapkan untuk menghadapi pesaing-pesaingnya adalah menguatkan SDM yang dimiliki agar dapat mengikuti perkembangan yang ada, kemudian menguatkan permodalan yang ada agar bisa bersaing, menguatkan keorganisasian, semakin kuat suatu organisasi maka akan sulit untuk terjatuh. kemudian membuat konsep dan perencanaan yang matang agar tidak kalah bersaing, selanjut mengevaluasi hasil yang sudah dicapai agar lebih baik dari sebelumnya dan membuat inovasi yang baru agar tidak monoton. Bukan hanya itu saja cara bersaing yang dilakukan BMT UGT Sidogiri dengan bersaing secara sehat, jujur dan terbuka, kemudian BMT juga bersikap adil kepada nasabah.

Menurut Bapak Aziz, cara mengidentifikasi suatu kelemahan dan kekuatan para pesaing di BMT UGT Sidogiri Capem Sokobanah adalah dengan menggunakan analisa SWOT, sebelum mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan pesaing. Kita harus mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan kita terlebih dahulu. Jika kita sudah mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman kita maka cara selanjutnya adalah mencari sumber atau data tentang pesaing-pesaing yang berisi tentang kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh pesaing. Kekuatan yang kita miliki adalah kita menggunakan sistem syariah, kemudian sikap profesional yang dimiliki karyawan kita. Kemudian banyak dari karyawan kita yang mengikuti organisasi. Jadi sangat mudah dalam mempromosikan BMT.

Kelemahan yang kita miliki adalah masyarakatnya masih banyak yang belum memahami prinsip syariah, jadi kita harus benar-benar sabar dalam menjelaskan prinsip syariah, kemudian permodalan kita masih kecil karena kita lembaga mikro, jadi jika ada yang mengajukan pembiayaan sebesar 100 juta kita masih kesulitan dalam memberikan pembiayaan tersebut. Peluang yang kita miliki adalah masyarakat Tamberu Timur mayoritas beragama islam, jadi kita sangat mudah untuk berbaur dengan mereka. Kemudian kebanyakan usaha masyarakat Tamberu Timur adalah usaha mikro. Kemudian yang terakhir jaringan yang dimiliki BMT ada di berbagai organisasi.

Ancaman yang kita miliki berasal dari internal dan eksternal, jika dari internal adalah dari karyawan kita yang tidak amanah, kemudian jika dari eksternal adalah berasal dari bank-bank lain yang memiliki permodalan lebih dari kita. Setelah keempat analisa tersebut kita ketahui kemudian kita mengumpulkan data pesaing agar kita bisa mengetahui kelemahan dan kekuatan pesaing, begitu juga kita dapat mengetahui peluang kita seberapa banyak dan dimana. Dari kekuatan pesaing yang kita temukan adalah permodalannya lebih besar dibanding dengan permodalan yang kita miliki. Kemudian kelemahan yang dimiliki oleh pesaing adalah lembaga keuangan lain kebanyakan bukan penduduk asli Tamberu Timur, kebanyakan mereka pendatang, jadi mereka sangat sulit mengakses ke masyarakat. (H. Aziz, komunikasi personal pada 11 Februari 2021).

Strategi pelayanan dari sektor internal yang diterapkan di BMT UGT Sidogiri Capem Sokobanah. Dari hasil penelitian yang dilakukan pada BMT UGT Sidogiri, bahwa dalam menerapkan suatu strategi pelayanan pastinya harus berdasarkan prosedur BMT yang ada agar dapat memberikan pelayanan yang terbaik untuk memuaskan para anggota atau nasabah dan dari segi SDM itu sendiri, kita harus memanusiakan manusia maksudnya disini adalah bahwa kita dalam memberikan pelayanan harus menghargai nasabah, membantu memberikan informasi apa yang dibutuhkan nasabah, dan kita juga bisa membantu manajemen usaha nasabah. Jika SDM tidak menerapkan hal di atas maka kepuasan dan kenyamanan nasabah pun akan berkurang. Berdasarkan teori diatas dengan hasil penelitian, BMT UGT Sidogiri sudah memberikan pelayanan sesuai dengan teori yang ada, dari sikap, perilaku pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki oleh SDM. Jadi strategi pelayanan yang dijadikan landasan BMT UGT Sidogiri dalam memberikan pelayanannya kepada nasabah dan memberikan kepuasan kepada nasabah. Jika tidak dipenuhi maka kenyamanan dan kepercayaan dari nasabah pun juga akan berkurang.

Dari hasil penelitian ini juga BMT UGT Sidogiri sudah menerapkan dasar-dasar pelayanannya sesuai dengan SOP (Standar Operasional dan Prosedur) yaitu, sebagai berikut : kita harus akrab kepada semua nasabah, berpakaian dengan sopan, berbicara dengan benar dan sopan, selalu menyapa nasabah dengan sopan, menghargai nasabah, dan mampu menangani masalah nasabah, selalu mempersilahkan nasabah duduk jika sedang menunggu. Berdasarkan teori yang ada, memang dalam dasar-dasar pelayanan harus memenuhi kriteria yang sudah diterapkan pada BMT UGT Sidogiri. Jikalau karyawan suatu lembaga keuangan syariah tidak memenuhi salah satu dari dasar tersebut, maka karyawan tersebut belum berpengakuan dalam segi pelayanan.

Strategi pelayanan dalam menghadapi persaingan dari eksternal di BMT UGT Sidogiri Capem Sokobanah adalah pertama, konsep yang dimiliki antara lain pelayanan menjadi prioritas utama, yang kita harapkan adalah nasabah pulang dari BMT merasa puas. Kemudian pengelolaan dengan baik berdasarkan ajaran Islam. Kedua, perencanaan yang disusun antara lain menjalankan konsep yang sudah matang, kemudian kembali lagi kepada misi dan visi kita yaitu terwujudnya BMT yang terdepan dan memberikan pelayanan prima untuk tercapainya kepuasan nasabah. Selain itu, melakukan promosi dan pemasaran melalui membagikan brosur dan pemberian sembako setiap tahunnya kepada nasabah. Perencanaan dalam memperkecil resiko dengan menerapkan pengelolaan BMT sesuai SOP dan SOM, jika dalam melakukan survei pembiayaan harus sesuai dengan SOP, jika tidak layak tidak usah dipaksakan. Ketiga, dengan menguatkan SDM untuk mengikuti perkembangan yang ada, menguatkan permodalan, dan menguatkan kelembagaan serta

memperluas jaringan yang dimiliki, seperti ikut dalam organisasi-organisasi tertentu agar dapat mempermudah dalam memasarkan BMT UGT Sidogiri ke pasar perekonomian.

Berdasarkan teori yang telah ada di atas dengan hasil penelitian, BMT UGT Sidogiri tidak semua menggunakan cara untuk menghadapi persaingan bisnis sesuai dengan teori. Kemudian BMT UGT Sidogiri juga melakukan bersaing bisnis secara sehat, jujur, terbuka dan adil. Hal tersebut yang menjadi strategi bagi BMT UGT Sidogiri dalam bersaing. Hal tersebut yang dapat menjadikan nasabah merasa puas, jika nasabah merasa puas, otomatis nasabah akan memilih bertransaksi di BMT UGT Sidogiri. Begitu juga dalam menganalisa, BMT UGT Sidogiri juga menggunakan analisa SWOT, sebelum mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan pesaing, kita harus mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan kita terlebih dahulu. Jika kita sudah mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman kita maka cara selanjutnya adalah mencari sumber/ data tentang pesaing-pesaing yang berisi tentang kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh pesaing.

Simpulan

Beberapa simpulan tentang strategi pelayanan dari sektor internal yang diterapkan di BMT UGT Sidogiri Capem Sokobanah melalui tiga segi yaitu segi SDM, segi organisasi dan segi teknologi. Dari ketiga segi tersebut dapat memberikan kemudahan kepada para nasabah dan bertujuan untuk memuaskan nasabah. Kemudian ada dua faktor pendukung yaitu, faktor internal maksudnya SDM harus dibekali dengan pengetahuan yang matang dengan harapan bisa memuaskan nasabah. Upaya yang dilakukan adalah dilakukannya diklat-diklat dan pelatihan-pelatihan. Faktor eksternal, BMT UGT Sidogiri menjalin hubungan baik dengan masyarakat, Dinas Koperasi, Kantor Pemerintah Desa, Kecamatan dan lembaga lain yang bisa bekerja sama dengan BMT dan tersedianya sarana dan prasarana yang dimiliki. Untuk mendapat kepuasan nasabah, BMT UGT Sidogiri menerapkan ciri-ciri pelayanan, dasar-dasar pelayanan, melakukan pelayanan prima, dan menggunakan etika pelayanan sesuai dengan SOP (Standar Operasional dan Prosedur). Strategi pelayanan dalam menghadapi persaingan dari eksternal di BMT UGT Sidogiri Capem Sokobanah. Adalah dengan cara sebagai berikut: konsep yang dimiliki BMT UGT Sidogiri, perencanaan yang disusun, diadakannya rapat setiap awal bulan untuk mengevaluasi hasil kinerja selama satu bulan, menguatkan SDM, dan memperluas jaringan, serta melakukan persaingan dengan cara yang sehat, jujur dan terbuka dengan nasabah. BMT UGT Sidogiri melakukan cara mengidentifikasi kelemahan dan kekuatan dengan menggunakan analisa SWOT. Saran pada BMT UGT Sidogiri Capem Sokobanah adalah dengan membuka kantor cabang di Tamberu Timur untuk setia bertransaksi dan menabung di BMT UGT Sidogiri sebagai lembaga keuangan syariah yang memberikan kepuasan dan kenyamanan terutama dalam hal pelayanan.

Referensi

- Al Arif, M. N. R. (2018). *Lembaga Keuangan Syariah*. CV. Pustaka Setia.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Cet. 14). Rineka Cipta.
- Arista, L. I. (2015, August 20). *Analisis Strategi Pelayanan Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Di Bmt Sahara Tulungagung* [Skripsi]. IAIN Tulungagung. <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/1815/>
- Astuti, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Penerapan Prinsip-Prinsip Syariah Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bmt Ugt Sidogiri Cabang Wongsorejo Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Kreativitas Mahasiswa*, 1(1), Article 1. <http://ejournal.iaida.ac.id/index.php/jkm/article/view/316>
- Aziz, H. (2021, February 11). *Wawancara dengan Kepala Capem BMT-UGT Sidogiri Cabang Sokobanah* [Tape Recorder].
- Bakhitah, Q., & Ryandono, M. N. H. (2019). Efisiensi Operasional sebagai Strategi untuk Meningkatkan Kinerja Bmt (Studi Kasus: Bmt Ugt Sidogiri Cabang Lumajang). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 6(6), 1287–1303. <https://doi.org/10.20473/vol6iss20196pp1287-1303>
- BMT-UGT Nusantara. (n.d.). *Sekilas Sejarah*. Retrieved March 20, 2021, from <https://bmtugtnusantara.co.id/tentang-kami-6.html>

- Handayani, F. (2010). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah produk tabungan (studi pada nasabah BTN Malang) / Fivi Handayani. *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah produk tabungan (studi pada nasabah BTN Malang) / Fivi Handayani*, 0(0), Article 0. <http://library.um.ac.id/ptk/index.php?mod=detail&id=42775>
- Hasanah, U. (2010). *Faktor-Faktor Motivasi yang Dipertimbangkan Nasabah dalam Memilih BMT Pahlawan Tulungagung* [Skripsi]. STAIN Tulungagung.
- Hermawan, R. (2017). *Hukum Ekonomi Islam*. Duta Media Publishing.
- Ismanto, K. (2015). Pengelolaan Baitul Maal Pada Baitul Maal Wa Tamwil (Bmt) Di Kota Pekalongan. *Jurnal Penelitian*, 12(1), 24–38.
- Kasmir. (2018). *Pemasaran Bank (Cet-5)*. Kencana.
- Masyithoh, N. D. (2014). Analisis Normatif Undang-Undang No. 1 Tahun 2013 Tentang Lembaga Keuangan Mikro (Lkm) Atas Status Badan Hukum dan Pengawasan Baitul Maal Wat Tamwil (BMT). *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 5(2), 17–36. <https://doi.org/10.21580/economica.2014.5.2.768>
- Meleong, L. J. (1989). *Metologi penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Zulkifli, R., Hamzah, Z., & Hamzah. (2016). Analisa Permasalahan Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) melalui Pendekatan Analytical Network Process (ANP). *Al-Hikmah: Jurnal Agama Dan Ilmu Pengetahuan*, 13(1), 18–29. [https://doi.org/10.25299/al-hikmah:jaip.2016.vol13\(1\).1162](https://doi.org/10.25299/al-hikmah:jaip.2016.vol13(1).1162)