

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Peran

Menurut Suhardono, “peran menurut ilmu sosial berarti sesuatu fungsi yang dibawakan seseorang kala menduduki sesuatu posisi dalam struktur sosial tertentu”. Tidak hanya itu, Soerjono Soekanto menerangkan bahwa “peran pula ialah aspek dinamis kedudukan (status). Apabila seorang melakukan hak serta kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, dia melaksanakan sesuatu peran”.¹

Dapat disimpulkan bahwa peran merupakan suatu perilaku ataupun tindakan yang diharapkan oleh sekelompok orang atau lingkungan untuk dilakukan oleh seseorang individu, kelompok, organisasi, badan ataupun lembaga yang karena status atau kedudukan yang dimiliki akan memberikan pengaruh pada sekelompok orang dan lingkungan tersebut.

B. Strategi

Strategi merupakan suatu perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan tertentu. Namun demikian, agar menggapai tujuan tersebut, strategi tidak berperan selaku peta jalan yang sekedar menunjukkan arah saja, melainkan juga dapat menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.²

Sementara itu, inti dari strategi menurut Porter merupakan dengan membuat perihal yang berbeda dengan apa yang dibuat oleh pesaing. Tidak hanya itu, didalam strategi yang baik ada koordinasi kelompok kerja yang baik,

¹ Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), 212.

² Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2007), 32.

kemampuan mengenali berbagai aspek guna menggapai tujuan. Strategi yaitu perihal unik serta posisinya bernilai, berkaitan dengan seperangkat aktivitas yang berbeda.³

Dapat disimpulkan bahwa strategi ialah perihal yang penting bagi organisasi sebab strategi menunjang tercapainya sesuatu tujuan organisasi tersebut. Strategi bisa mempengaruhi kesuksesan suatu organisasi karena pada dasarnya strategi dapat dikatakan selaku rencana untuk jangka panjang. Strategi yang efektif dan efisien hendak mendukung terwujudnya tujuan-tujuan yang sudah ditetapkan suatu organisasi.

C. Pelayanan Prima

1. Pengertian Pelayanan Prima

Pelayanan prima ialah terjemahan dari istilah “*service excellent*” yang berarti pelayanan terbaik ataupun sangat baik. Pelayanan prima bukanlah sebutan hal baru dalam dunia kerja, baik bersifat *profit* maupun *non profit*. Wujud dari pelayanan prima antara lain yaitu ramah, senyum, sopan, cepat, tepat, terbuka serta tanggung jawab. Semua tidak terlepas terhadap tiga komponen penting yakni terdapatnya *attitude*, *skill*, serta *knowledge* yang berakhir pada kompetensi yang professional selaku aparatur pemerintahan.

Pelayanan prima merupakan layanan yang bermutu tinggi, layanan yang istimewa, layanan yang terbaik, dan layanan yang prima. *Service Excellent*

³ Michael E. Porter, *Strategi Bersaing* (Tangerang: Karisma Publishing Group, 2008), 27.

menggambarkan etos atau budaya kerja sesuatu perusahaan atau bank atau organisasi serta karyawannya.⁴

2. Prinsip-prinsip Pelayanan Prima

Budaya pelayanan prima dibesarkan bersumber pada A6, ialah meningkatkan pelayanan prima dengan menyelaraskan faktor-faktor antara lain:⁵

a. Kemampuan (*Ability*)

Kemampuan (*Ability*) merupakan pengetahuan serta keahlian tertentu yang *absolut* dibutuhkan guna mendukung program layanan prima, yang meliputi keahlian dalam bidang kerja yang ditekuni, melakukan komunikasi yang efisien, meningkatkan motivasi, serta memakai *public relations* selaku instrumen dalam membina ikatan kedalam serta keluar organisasi/perusahaan.

b. Perilaku (*Attitude*)

Perilaku (*Attitude*) merupakan sikap ataupun perangai yang wajib ditonjolkan kala mengalami nasabah.

c. Penampilan (*Appearance*)

Penampilan (*Appearance*) merupakan penampilan seorang, baik yang bersifat fisik ataupun non fisik yang dapat merefleksikan keyakinan diri serta kredibilitas dari pihak lain.

⁴ Nina Rahmayanti, *Manajemen Pelayanan Prima* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 29.

⁵ Atep Adya Barata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2003), 31.

d. Perhatian (*Attention*)

Perhatian (*Attention*) merupakan kepedulian penuh terhadap pelanggan baik yang berkaitan dengan kebutuhan serta keinginan pelanggan ataupun uraian atas saran serta kritiknya.

e. Tindakan (*Action*)

Tindakan (*Action*) merupakan bermacam aktivitas nyata yang wajib dilaksanakan dalam memberikan layanan kepada pelanggan.

f. Tanggung jawab (*Accountability*)

Tanggung jawab (*Accountability*) merupakan suatu perilaku keberpihakan kepada pelanggan selaku bentuk kepedulian guna menghindarkan ataupun meminimalkan kerugian ataupun ketidakpuasan pelanggan.

D. Loyalitas Nasabah

1. Pengertian Loyalitas Nasabah

Bagi Kotler serta Armstrong “loyalitas berasal dari pemenuhan harapan konsumen, sebaliknya ekspektasi berasal dari pengalaman pembelian terdahulu oleh konsumen, opini dari sahabat serta saudara, serta janji ataupun data dari para pemasar ataupun pesaing. Bagi Kapferer, loyalitas pelanggan yaitu sikap pembelian ulang (*repeat purchasing behavior*) ialah konsep multidimensional yang kompleks”.⁶

Loyalitas nasabah dapat jadi tujuan utama dari suatu usaha dalam kaitannya ikatan dengan para pelanggan. Sebab terdapatnya loyalitas, apa

⁶ Ibid., 170

yang dihasilkan oleh badan usaha bisa bertahan serta terjamin keberlangsungannya sebab telah bisa ditentukan terdapat yang meresponnya dengan baik yang pastinya dapat berakibat langsung pada meningkatnya keuntungan yang diperoleh oleh tubuh usaha penyedia layanan jasa. Maka supaya tercipta loyalitas dari pelanggan hingga haruslah bermula dari upaya menghasilkan kepuasan pelanggan yang dibentuk atas dasar pelayanan yang bermutu.

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah

Ada beberapa alasan yang membuat pelanggan tetap loyal, sebagai berikut:⁷

- a. Nilai (harga dan kualitas). Hal ini berhubungan dengan harga dan kualitas. Pelanggan tidak akan meninggalkan produk yang diyakini mempunyai kualitas yang baik meski dengan harga yang tinggi. Justru sebaliknya, pelanggan akan kecewa jika terjadi penurunan kualitas demi mempertahankan harga.
- b. *Image*. Jika *image* perusahaan dianggap baik, maka dihasilkan pangsa pasar yang luas dan dapat dianggap meningkatkan loyalitas.
- c. Meyakinkan dan mudah diperoleh. Apabila produk di pasar sulit diperoleh, maka pelanggan akan mencoba produk lain yang mudah diperoleh.
- d. Kepuasan. Hal ini juga dapat membuat pelanggan tetap loyal pada suatu produk atau jasa. Philip Kotler menandakan bahwa kepuasan pelanggan

⁷ Ibid., 137

adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

- e. Pelayanan. Bisa jadi penjelasan pada saat pembelian atau pasca pembelian pelayanan yang baik dapat meningkatkan persepsi kualitas yang tinggi, yang pada akhirnya akan membuat pelanggan menjadi lebih kuat dan loyal.
- f. Jaminan (*guarantee or warranty*). Bisa dipakai oleh produsen untuk memberikan nilai tambah pada produk yang dihasilkan akan menandakan bahwa produsen peduli pada pelanggan.

3. Menciptakan dan Mempertahankan Loyalitas Nasabah

Menciptakan dan mempertahankan loyalitas pelanggan adalah salah satu tujuan terakhir dari perusahaan. Menurut Ludlow ada beberapa cara untuk menciptakan dan memelihara loyalitas pelanggan, yaitu:⁸

- a. Memperlakukan pelanggan dengan layak, menghormati hak-hak pelanggan, merespon berbagai hubungan dengan pelanggan.
- b. Menjalin kedekatan dengan pelanggan, mendengar dan melihat apa yang menjadi keprihatinan pelanggan. Membangkitkan hubungan dengan pelanggan sehingga merasa dihargai.
- c. Mengukur atau mengelola kepuasan pelanggan survei terhadap kepuasan atau ketidakpuasan yang berguna terutama dalam memahami bagaimana pelanggan merasakan dan juga berguna dalam menyesuaikan berbagai produk atau jasa.

⁸ Ibid., 138

- d. Menciptakan biaya peralihan (*switching cost*), menciptakan perbedaan biaya hadiah untuk pembelian sejumlah tertentu.
- e. Memberikan ekstra layanan untuk mengubah perilaku pelanggan dari toleransi menjadi antusias. Misalnya membuat kartu member dan fasilitas tertentu.

E. Koperasi Syariah

1. Pengertian Koperasi Syariah

Koperasi syariah merupakan badan usaha yang beranggotakan orang-orang ataupun badan hukum koperasi yang melandaskan kegiatannya berdasarkan pada prinsip syariah serta sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan asas kekeluargaan. Koperasi syariah bisa dikatakan Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) yang kegiatan, tujuan, serta prinsip usahanya berlandaskan Islam yaitu Al-Qur'an serta Hadits. Koperasi Jasa Keuangan Syariah sendiri merupakan koperasi dan kegiatan usahanya didasarkan pada model bagi hasil (syariah) untuk pembiayaan, investasi, dan tabungan. Jika koperasi mempunyai departemen usaha simpan pinjam yang produktif, lalu semua produk serta operasionalnya wajib mengacu dengan Fatwa Panitia Syariah Nasional (DSN) majelis ulama Indonesia. Berdasarkan hal ini maka koperasi syariah dilarang keras apabila melakukan suatu hal atau transaksi yang mengandung unsur riba, *gharar*, dan *maysir*. Secara garis besar koperasi syariah dan koperasi umum mempunyai kebijakan yang sama, hanya saja yang membedakan terletak pada produk-

produknya, yang mana pada koperasi syariah lebih disesuaikan sistemnya berdasarkan pada ajaran agama islam.⁹

2. Tujuan Koperasi Syariah

Koperasi syariah didirikan bertujuan agar memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya serta masyarakat pada umumnya dan turut membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan warga yang maju, adil, serta makmur berlandaskan Pancasila serta Undang-Undang Dasar 1945.¹⁰ Tujuan dari koperasi syariah adalah untuk mensejahterakan ekonomi anggotanya berdasarkan ajaran dan etika bisnis islam, untuk membangun persaudaraan dan keadilan diantara anggota, menyebarkan pendapat dan kekayaan diantara anggota secara setara berdasarkan kontribusi mereka, dan untuk mencapai kehidupan pribadi berdasarkan pemahaman sosial.¹¹

3. Struktur Kepengurusan Koperasi Syariah

a. Ketua dan Wakil ketua

Ketua dan wakil ketua bertugas untuk memimpin, mengkoordinir, dan mengontrol jalannya aktivitas dalam koperasi dan bagian lainnya yang ada di dalamnya. Selain itu juga menerima laporan yang telah dikerjakan, menandatangani berkas penting, memimpin rapat anggota tahunan dan melaporkan laporan pertanggung jawaban akhir tahun, serta

⁹ Nur S. Buchori, *Koperasi Syariah: Teori Dan Praktik* (Banten: Pustaka Afa Media, 2012), 13.

¹⁰ Burhanuddin, *Koperasi Syariah dan Pengaturannya di Indonesia* (Malang: UIN Maliki Press, 2012), 11.

¹¹ Nur S. Buchori, *Koperasi Syariah: Teori dan Praktik*, 13.

mengambil keputusan atas hal-hal yang dianggap penting bagi kelangsungan koperasi.

b. Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan adalah sebuah kegiatan manajerial keuangan untuk mencapai tujuan dengan memperhatikan kesesuaiannya pada prinsip syariah dalam agama islam. Manajemen keuangan merupakan bidang manajemen yang berfokus pada pengendalian dana dan keuangan, termasuk juga pencatatan dan pembuatan laporan keuangan. Manajemen keuangan juga dapat diartikan sebagai kegiatan perencanaan, pemeriksaan, penganggaran, pengelolaan, pencairan, pengendalian, dan juga penyimpanan dana, serta mengawasi dan mengontrol keuangan dengan membuat laporan keuangan setiap bulannya.

c. Manajemen Strategi

Manajemen strategi merupakan bidang manajemen berupa seni atau ilmu penyusunan, penerapan, mengimplementasikan dan pengevaluasian keputusan lintas fungsional sehingga memungkinkan untuk mencapai tujuan. Manajemen strategi berfokus pada proses penetapan tujuan dalam sebuah lembaga keuangan, yang membuat dan mengembangkan kebijakan dan perencanaan untuk mencapai tujuan.¹²

d. Manajemen Resiko

Manajemen resiko adalah serangkaian metodologi dan prosedur yang digunakan untuk mengidentifikasi, mengukur, memantau, dan

¹² Badrudin, *Dasar-dasar Manajemen* (Bandung: Alfabeta, 2014), 29.

mengendalikan resiko yang timbul dari seluruh kegiatan usaha lembaga keuangan. Penerapan manajemen resiko pada lembaga keuangan akan meningkatkan *shareholder value*, menyediakan informasi pada pengelola lembaga yang kemungkinan terjadinya kerugian di masa yang akan datang, meningkatkan metode dan pengambilan keputusan yang sistematis berdasarkan informasi yang tersedia.

e. *Customer Service*

Kata *Customer Service* berasal dari dua kata yakni “*Customer*” yang artinya Pelanggan, serta “*Service*” yang memiliki makna Pelayanan.¹³ *Customer Service* ialah sesuatu bagian dari unit organisasi yang terletak di *front office* yang berperan selaku sumber informasi serta perantara untuk bank serta nasabah yang ingin memperoleh jasa-jasa pelayanan ataupun produk-produk bank. Sesuai dengan fungsinya, *Customer Service* diharapkan bisa melakukan “*One Stop Service*”, maksudnya adalah nasabah cukup menghubungi bagian *Customer Service* saja dalam berhubungan dengan bank. Selanjutnya *Customer Service* akan menerangkan maupun mengerjakan kebutuhan nasabah tersebut dengan menghubungi bagian yang terpaut. Perihal ini akan meningkatkan kepuasan nasabah sebab merasa kepentingannya dilaksanakan dengan rasa penuh tanggung jawab serta tidak perlu berhubungan dengan banyak orang guna memenuhi kebutuhannya.¹⁴

¹³ Kasmir, *Etika Customer Service* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), 179.

¹⁴ *Ibid.*, 180

f. *Account Officer*

Account Officer merupakan karyawan yang terletak pada bagian perkreditan, yang mempunyai tugas serta kewajiban secara universal yaitu mengelola kredit nasabahnya. Sistem *Account Officer* menarik untuk para bankir, sebab keunggulan sistem tersebut yang terletak pada peranannya yang besar dalam menghubungkan bank dengan nasabahnya. *Account Officer* tersebut memiliki tugas melayani seluruh keperluan nasabah yang berkaitan dengan bank secara utuh. Lebih dari itu, pelayanan jadi lebih bermutu serta *Account Officer* yang handal dapat mengestimasi pelayanan berikutnya yang diperlukan oleh nasabah.

Dari penjelasan tersebut diatas, bisa dipaparkan bahwa penafsiran *account officer* merupakan aparat manajemen yang ditugaskan agar membantu direksi dalam melaksanakan tugasnya, khususnya yang menyangkut bidang marketing serta pembiayaan.¹⁵ Selain itu, *Account Officer* ialah *point of view* antara bank dengan pihak *customer* yang wajib memelihara ikatan dengan nasabah harus memonitor segala aktivitas nasabah secara terus-menerus.¹⁶

¹⁵ Jopie Jusuf, *Panduan Dasar untuk Account Officer* (Yogyakarta: Akademisi Manajemen Perusahaan YKPN, 1997), 8

¹⁶ Veithzal Rivai H, *Credit Manajemen Handbook: Teori, Konsep, Prosedur, dan Aplikasi Panduan Praktik Mahasiswa, Bankir, dan Nasabah* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006), 293.

F. Pandemi Covid-19

1. Pengertian

Corona virus disease (Covid-19) merupakan penyakit menular yang disebabkan oleh coronavirus tipe baru yang ditemukan pada akhir 2019. Sebagian besar gangguan yang dirasakan oleh orang yang terinfeksi virus Covid-19 akan mengalami penyakit pernapasan ringan hingga sedang serta dapat sembuh tanpa membutuhkan perawatan khusus. Presentase penularannya lebih cenderung pada orang berumur lanjut serta mereka yang memiliki riwayat permasalahan medis seperti kardiovaskular, diabetes, penyakit pernapasan kronis, serta kanker, dimana lebih cenderung meningkatkan infeksi virus COVID-19 menjadi penyakit yang lebih serius.¹⁷

2. Cara Pencegahan

Untuk mencegah penyebaran Covid-19 agar tidak semakin meluas, dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:¹⁸

- a. Menggunakan masker dengan baik dan benar jika keluar rumah dan saat berinteraksi dengan orang lain
- b. Rajin mencuci tangan secara rutin dengan menggunakan sabun dan air mengalir ataupun dapat juga dengan memakai *hand sanitizer*
- c. Senantiasa jaga jarak aman minimal 1 meter dengan orang lain yakni dengan menerapkan *sosial distancing* sesuai anjuran dari pemerintah

¹⁷ Muchammad Bayu Tejo Sampurno, dkk, "Budaya Media Sosial, Edukasi Masyarakat dan Pandemi Covid-19", Salam; Jurnal Sosial & Budaya Syar-i FSH UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Vol. 7 No. 6 (2020), 530.

¹⁸ Walsyukurniat Zandrato, "Gerakan Mencegah Daripada Mengobati Terhadap Pandemi Covid-19", Vol.8 No.2 (Edisi Mei 2020), 245.

- d. Jangan menyentuh mata, hidung, serta mulut dengan tangan yang kotor
- e. Dikala batuk, tutup mulut serta hidung dengan lengan ataupun tisu
- f. Jangan keluar rumah apabila merasa sedang tidak enak badan
- g. Apabila demam, batuk, ataupun kesusahan bernapas, segera mencari bantuan medis.

