

KUALITAS PELAYANAN DAN STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN, SIMPANAN BERJANGKA, KREDIT KOPERASI SIMPAN PINJAM KARYA CITRA MANDIRI

Desak Ayu Sriary Bhegawati^{1,*}, Ni Nyoman Ayu Srilaksmi², Dewa Ayu Kadek Pramita³

^{1,2}Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

³Institut Bisnis dan Teknologi Denpasar, Bali, 80225, Indonesia

*Email: desakbhegawati@unmas.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan ini dilakukan di Koperasi Karya Citra Mandiri, sebuah lembaga yang bergerak dalam bidang penyimpanan dan penyaluran dana dengan tujuan untuk mengoptimalkan kualitas pelayanan dan strategi pemasaran Tabungan, Tabungan berjangka, dan kredit dalam meningkatkan kualitas pelayanan untuk mencapai kepuasan nasabah. Metode pelaksanaan dilakukan dengan melakukan pelatihan terhadap karyawan dalam meningkatkan kepuasan nasabah dan strategi pemasaran serta pembuatan media sosial sebagai media promosi. Hasil dari program ini menunjukkan bahwa kurangnya pelatihan karyawan dan penerapan SOP yang belum optimal menjadi faktor utama permasalahan. Oleh karena itu, diperlukan pelatihan karyawan, penerapan SOP yang jelas, serta pengembangan pemasaran digital agar kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah dapat meningkat secara berkelanjutan.

Kata Kunci: kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, strategi pemasaran, SOP, media sosial

ANALISIS SITUASI

Seiring dengan perkembangan zaman, tingkat persaingan dalam dunia bisnis semakin meningkat secara signifikan. Dalam menghadapi persaingan tersebut, setiap perusahaan dituntut untuk mampu memberikan kualitas pelayanan yang optimal, karena kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah merupakan dua aspek yang saling berkaitan erat dan tidak dapat dipisahkan. Pelayanan yang baik akan berdampak langsung pada tingkat kepuasan nasabah. peningkatan kualitas pelayanan menjadi hal yang sangat penting untuk dilakukan oleh setiap perusahaan, khususnya pada Koperasi Simpan Pinjam Karya Citra Mandiri Denpasar guna mempertahankan kepercayaan serta meningkatkan loyalitas nasabah.

Koperasi Simpan Pinjam Karya Citra Mandiri Denpasar adalah sebuah perusahaan yang bergerak pada bidang jasa keuangan. Usaha ini pertama kali didirikan pada 28 juli 2017. Pada tahun 2019 usaha ini meresmikan sebagai tahun berdirinya usaha ini sesuai dengan ketentuan perijinan usaha yang tercatat di Dinas Koperasi dan UMKM. Koperasi Simpan Pinjam Karya Citra Mandiri Denpasar yang beralamat di Jln. A Yani perum yani permai Denpasar. Koperasi adalah suatu perkumpulan atau berorganisasi yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum yang bekerja sama dengan penuhkesadaran untuk meningkatkan kesejahteraan anggota atas dasar suka rela secara kekeluargaan (Kusmilawaty & Ryan, 2024).

Dalam menghadapi perkembangan zaman dan meningkatnya persaingan antar

bisnis antar koperasi yang dihadapkan dengan berbagai tantangnya. Permasalahan utama yaitu kualitas pelayanan dan strategi pemasaran yang belum optimal. Hal ini dapat dilihat dari aspek kecepatan pelayanan, kejelasan informasi produk, serta kemampuan komunikasi petugas dalam memberikan pelayanan yang ramah dan profesional. Kualitas Pelayanan menjadi tolak ukur kepuasan anggota terhadap koperasi tersebut. Menurut (Bayu, 2024) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan upaya sebuah instansi untuk memenuhi kebutuhan, serta kedisiplinan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Terdapat 5 indikator untuk kualitas pelayanan yaitu keandalan, jaminan, bukti fisik, empati, dan daya tanggap. Kualitas pelayanan koperasi dapat dilihat dari kemampuan pengurus dan karyawan dalam memberikan layanan yang cepat, tepat, ramah, serta dapat dipercaya.

Sonia (2024) menyatakan bahwa strategi pemasaran merupakan Strategi pemasaran merupakan suatu pendekatan yang terencana dan sistematis yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran melalui pemahaman terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen. Strategi pemasaran tidak hanya berfokus pada keuntungan, tetapi bagaimana perusahaan mampu membangun hubungan jangka Panjang dengan anggota.

Permasalahan yang di hadapi di dalam koperasi simpan pinjam karya citra mandiri Denpasar, belum adanya media sosial sebagai media promosi digital dalam membantu pemasaran online. Ramli (2024), menyatakan bahwa Media sosial adalah platform berbasis internet yang memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi, berkolaborasi, dan berbagi berbagai jenis informasi seperti teks, gambar, video, maupun suara secara interaktif. Pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran dapat dengan membuat konten atau mengupload foto ke akun media sosial seperti Instagram, facebook, dan lain sebagainya kemudian dapat dilihat atau di akses oleh konsumen yang mengikuti akun media sosial perusahaan.

Salah satu permasalahan di Koperasi Simpan Pinjam Karya Citra Mandiri Denpasar terdapat pada bagian sumber daya manusia yaitu kurangnya pelatihan terhadap karyawan baru dan penerapan SOP pelayanan nasabah. Kondisi ini menunjukkan bahwa karyawan baru tidak dilatih dan diarahkan dengan benar serta kurangnya sikap ramah kepada nasabah.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan, Koperasi Karya Citra Mandiri menghadapi beberapa tantangan dalam memaksimalkan kualitas pelayanan, strategi pemasaran yang belum memanfaatkan digitalisasi, sehingga jangkauan promosi kurang luas. Segmentasi pasar dan penyampaian informasi produk belum tepat, hal ini berdampak pada rendahnya minat masyarakat untuk menjadi nasabah serta menghambat perkembangan koperasi secara keseluruhan.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Berdasarkan perumusan masalah diatas solusi penulis adalah sebagai berikut:

1. Melakukan sosialisasi kepada karyawan tentang SOP pelayanan terhadap nasabah
2. Memberikan pemahaman tentang strategi pemasaran digital melalui media promosi yang menarik.
3. Melakukan pelatihan kepada karyawan

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan yang digunakan dalam memenuhi kebutuhan dari target pengabdian ini antara lain:

1. Tahap persiapan, yaitu melakukan koordinasi dengan pihak koperasi untuk memperoleh izin serta mengidentifikasi kebutuhan dan permasalahan yang dihadapi.
2. Tahap observasi dan identifikasi masalah dengan cara mengamati secara langsung proses pelayanan dan strategi pemasaran yang sedang diterapkan oleh koperasi.
3. Tahap perencanaan program, di mana disusun berbagai kegiatan yang berfokus pada peningkatan kualitas pelayanan serta pengembangan strategi pemasaran, termasuk pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi yang efektif.
4. Tahap pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui berbagai aktivitas, seperti sosialisasi produk tabungan, simpanan berjangka, dan kredit kepada calon nasabah, pendampingan karyawan dalam memberikan pelayanan yang lebih baik, serta pembuatan dan penyebaran media promosi baik secara langsung maupun melalui platform digital.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Setelah dilaksanakannya program kerja yang telah ditentukan dalam program kualitas pelayanan dan strategi pemasaran pada koperasi karya citra mandiri. Hasil yang diperoleh antar lain:

1. Peningkatan kualitas pelayanan terhadap sikap dan kinerja koperasi dalam keramahan, kecepatan, dan ketetapan dalam memberika pelayanan.
2. Meningkatkan keberhasilan strategi pemasaran seperti promosi tabungan, simpanan berjangka, dan kredit.
3. Pengelolaan media promosi dan komunikasi melalui media sosial.



Gambar 1. Mensosialisasikan mengenai produk koperasi di lapangan



Gambar 2. Mendukung cara penggunaan media sosial sebagai strategi pemasaran digital



Gambar 3. Mendukung kepada karyawan cara pembuatan media sosial



Gambar 4. Pembuatan akun media sosial serta media promosi

SIMPULAN DAN SARAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat di Koperasi Simpan Pinjam Karya Citra Mandiri Denpasar memberikan dampak positif terhadap peningkatan kinerja koperasi, baik bagi masyarakat maupun karyawan. Permasalahan seperti kualitas pelayanan yang belum optimal, strategi pemasaran yang kurang efektif, serta belum dimanfaatkannya media digital dapat diatasi melalui program kerja yang terencana. Peningkatan pelayanan melalui pelatihan karyawan dan penerapan SOP mampu meningkatkan kepuasan dan kepercayaan nasabah. Selain itu, strategi pemasaran berbasis digital melalui media sosial berhasil memperluas promosi dan meningkatkan minat masyarakat, serta sosialisasi dan edukasi turut meningkatkan literasi keuangan dan partisipasi calon nasabah.

Koperasi simpan pinjam karya citra mandiri diharapkan lebih konsisten dalam menerapkan SOP pelayanan dan terus mengembangkan strategi pemasaran digital secara aktif. Selain itu, pelatihan karyawan perlu dilakukan secara berkala serta evaluasi program dilakukan secara rutin agar kinerja semakin optimal. Edukasi kepada masyarakat juga perlu ditingkatkan untuk mendorong literasi keuangan dan minat menjadi nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Pasaribu, R. I., & Kusmilawaty, K. (2024). Analisis Peran Koperasi Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Anggotanya: Studi Kasus Pada Koperasi Pegawai Negeri Pemerintah Kota Medan. *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi*, 2(2), 359-368.
- Laksono, B. A., Wahed, M., & Setiawati, R. I. S. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Simpan Pinjam CUSawiran. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(20), 139-144.
- Qadir, A., & Ramli, M. (2024). Media sosial (definisi, sejarah dan jenis-jenisnya). *Al-Furqan: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 3(6), 2713-2724.
- Zebua, S., Zebua, E., Mendrofa, Y., & Telambanua, E. (2024). Model Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Harga. *Jurnal Suluh Pendidikan*, 12(1), 99-106.