



UPAYA MENINGKATKAN KUALITAS LAYANAN MELALUI APLIKASI DIGITAL “SIC PROSPERITY” DI SEMEN INDONESIA COOPERATIVE.

Wahyu Mutiara Rohman¹, Sukaris².

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Gresik

¹wahyumutiaraarohman@gmail.com

²sukaris21@umg.ac.id

Abstract.

The purpose of the study is to analyze the features and benefits of the Semen Indonesia Cooperative Prosperity digital application, this study aims to analyze the quality of services provided with the SIC Prosperity digital application and analyze efforts to improve the quality of services provided with the Semen Indonesia Cooperative Prosperity digital application. Using qualitative descriptive techniques based on primary and secondary data. The data collection method is based on structured interviews with pre-prepared questions from the information obtained. The results show that efforts to improve service quality by developing features such as voluntary deposit connections for shopping, online deposit withdrawals, and payment features for daily needs, deposit mutation features and more detailed financing simulations increase transparency and financial planning, member participation in decision-making is strengthened by the presence of online ballot entry at the Annual Member Meeting, expanding cooperation with retailers and Improving the competence of human resources in technology management. However, the services provided with the Semen Indonesia Cooperative Prosperity digital application are quite good in accordance with the 5 dimensions of service quality (reliability, tangible, responsiveness, assurance and empty). The development of features in the Semen Indonesia Cooperative Prosperity digital application not only meets the needs of members but also improves the overall service experience. By strengthening transparency, flexibility, and member participation, as well as increasing cooperation with retail and Human Resources competencies, Semen Indonesia Cooperative Prosperity has the potential to become a more innovative and effective digital financial solution. This effort demonstrates a strong commitment to providing quality and relevant services to all members

Keywords: *Competitive Strategy, Service Quality, Digitalization.*

Abstrak. Tujuan dari penelitian adalah untuk menganalisis fitur dan manfaat aplikasi *digital* Semen Indonesia *Cooperative Prosperity*, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas layanan yang diberikan dengan adanya aplikasi *digital SIC Prosperity*, dan menganalisis upaya untuk meningkatkan kualitas layanan yang diberikan dengan adanya aplikasi *digital* Semen Indonesia *Cooperative Prosperity*. Menggunakan teknik deskriptif kualitatif berdasarkan data primer dan sekunder. Metode pengumpulan data didasarkan pada wawancara terstruktur dengan pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya dari informasi yang diperoleh. Hasil menunjukkan bahwa upaya meningkatkan kualitas layanan dengan pengembangan fitur-fitur seperti koneksi simpanan sukarela untuk berbelanja, penarikan simpanan online, dan fitur pembayaran untuk kebutuhan sehari-hari, fitur mutasi simpanan dan simulasi pembiayaan yang lebih rinci meningkatkan transparansi dan perencanaan keuangan, partisipasi anggota dalam pengambilan keputusan diperkuat dengan adanya *entry* surat suara online pada Rapat Anggota Tahunan, memperluas kerjasama dengan ritel dan meningkatkan kompetensi sumber daya manusia dalam pengelolaan teknologi. Namun, pelayanan yang diberikan dengan adanya aplikasi *digital* Semen Indonesia *Cooperative Prosperity* cukup baik sesuai dengan 5 dimensi kualitas layanan (*reliability, tangible, responsiveness, assurance dan emphy*). Pengembangan fitur dalam aplikasi *digital* Semen Indonesia *Cooperative Prosperity* tidak hanya memenuhi kebutuhan anggota tetapi juga meningkatkan pengalaman layanan secara keseluruhan. Dengan memperkuat transparansi, fleksibilitas, dan partisipasi anggota, serta meningkatkan kerjasama dengan ritel dan kompetensi Sumber Daya Manusia, Semen Indonesia *Cooperative Prosperity* berpotensi untuk menjadi solusi keuangan *digital* yang lebih inovatif dan efektif. Upaya ini menunjukkan komitmen yang kuat untuk memberikan layanan yang berkualitas dan relevan bagi seluruh anggota.

Kata Kunci: *Strategi Bersaing, Kualitas Layanan, Digitalisasi.*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi yang semakin pesat mendorong adanya transformasi era *digital* di berbagai industri. Kebutuhan akan transformasi *digital* menjadi sebuah fenomena penting yang tidak dapat dihindari Larassati & Fauzi. (2022). Bisnis *digital* (*digital business*) saat ini merupakan model bisnis yang menarik dan populer, didorong oleh pengguna internet dan teknologi *digital* canggih yang telah mempermudah dan mempercepat hubungan antar manusia dengan mesin tanpa batas (*unlimited*) dan lintas batas (*borderless*) (Perdana, S. 2020). Oleh karena itu, perusahaan harus

mampu merancang startegi pelayanan yang efisiensi, dan fleksibel, sehingga konsumen merasakan kepuasan.

Perubahan dalam industri menuntut inovasi kreatif dari perusahaan untuk mengembangkan layanan yang unik dan membedakan dari kompetitor. Perdana, S. (2020), menjelaskan bahwa revolusi adalah proses transformasi total dari kehidupan tradisional bersama teknologi. Dampak positif dari revolusi industri ini adalah kemudahan bagi manusia dalam melakukan pekerjaan dan berinteraksi satu sama lain. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kemunculan perusahaan *financial technology (fintech)* telah menawarkan berbagai kemudahan dalam transaksi keuangan, yang mendorong bank untuk terus berinovasi demi meningkatkan kualitas layanan dan memenuhi kepuasan nasabah (Chen *et al.*, 2019 dalam Rombe, Y. 2020).

Perkembangan teknologi juga membawa tantangan, seperti potensi penggantian tenaga kerja oleh mesin, yang dapat meningkatkan angka pengangguran (Perdana, S, 2020). *Digitalisasi*, menurut Faizun, *et al.*, (2023), memungkinkan semua kebutuhan terlayani dalam satu aplikasi, sehingga dapat memudahkan dalam melakukan aktivitas dan kebutuhan. Sementara itu, menurut (Brennen & Kreiss. 2016, dalam Faizun. *et al.*, 2023), *digitalisasi* yaitu meningkatnya ketersediaan data *digital* yang dimungkinkan oleh kemajuan dalam menciptakan, mentransfer, menyimpan, dan menganalisis data *digital*, dan memiliki potensi untuk menyusun, membentuk, dan mempengaruhi dunia kontemporer.

Menurut (Larassati & Fauzi. 2022), kualitas layanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Dengan pengertian lain, kualitas layanan adalah layanan dengan standar kualitas yang tinggi dan selalu mengikuti perkembangan kebutuhan pelanggan setiap saat, secara konsisten dan akurat (terpercaya). Model *SERQUAL* yang dikembangkan oleh Utami, C. *et al.*, (2019:128-130), mengidentifikasi lima dimensi kualitas layanan yang berperan penting dalam membentuk persepsi pelanggan terhadap layanan yang diberikan. Dalam konteks ini perusahaan dapat mengembangkan, strategi generik Porter yang efektif dan relevan dalam meningkatkan kualitas layanan. Porter. (2001), mengemukakan bahwa terdapat tiga pendekatan strategis generik yang secara potensial dapat mencapai keunggulan kompetitif.

Adanya perkembangan bisnis jasa yang semakin pesat, Semen Indonesia *Cooperative* berupaya menghadirkan layanan yang efektif, fleksibel, transparansi dan aman melalui aplikasi *digital SIC Prosperity*, yang memungkinkan anggota untuk mengelola keuangan mereka kapan saja dan di mana saja. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas layanan

yang diberikan dengan adanya aplikasi *digital SIC Prosperity*, dan menganalisis upaya untuk meningkatkan kualitas layanan yang diberikan dengan adanya aplikasi digital Semen Indonesia *Cooperative Prosperity*.

Menurut Yatminiwati. (2019), strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Sementara itu, menurut Kotler (2003) dalam Khoirunnisa. (2020), keunggulan bersaing adalah keunggulan terhadap pesaing yang diperoleh dengan menawarkan nilai lebih rendah maupun dengan memberikan manfaat lebih besar karena harganya lebih tinggi. Jadi, keunggulan bersaing adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan nilai lebih kepada pelanggan dibandingkan dengan pesaing di pasar yang sama. Hal ini bisa dicapai melalui berbagai strategi, seperti inovasi produk, layanan pelanggan yang unggul, harga yang lebih kompetitif, atau efisiensi operasional.

Selanjutnya, menurut Porter (2001), mengemukakan bahwa terdapat tiga pendekatan strategis generik yang secara potensial dapat mencapai keunggulan kompetitif, yaitu : *pertama*, Keunggulan Biaya Menyeluruh / Biaya Rendah (*Cost Leadership*) ; Keunggulan biaya menyeluruh adalah strategi bisnis di mana suatu perusahaan berusaha untuk menjadi pemimpin dalam hal biaya di industri tertentu. Dengan fokus pada efisiensi operasional, perusahaan ini berupaya menekan biaya produksi dan pengeluaran lainnya, sehingga dapat menawarkan produk atau jasa dengan harga yang lebih rendah dibandingkan pesaing. Strategi ini melibatkan pengelolaan sumber daya secara optimal, pengendalian biaya yang ketat, serta inovasi dalam proses produksi. Dengan posisi biaya yang rendah, perusahaan tidak hanya dapat menarik lebih banyak pelanggan, tetapi juga memiliki fleksibilitas untuk bertahan dalam persaingan yang ketat, sambil tetap mempertahankan margin keuntungan yang sehat. Secara keseluruhan, keunggulan biaya menyeluruh memungkinkan perusahaan untuk menciptakan nilai tambah bagi pelanggan sambil tetap mengamankan profitabilitas dalam jangka panjang. *Kedua*, Diferensiasi (*Differentiation*) ; Diferensiasi adalah strategi bisnis yang bertujuan untuk membuat produk atau layanan suatu perusahaan menjadi unik dan berbeda dari yang ditawarkan oleh pesaing. Dengan menciptakan nilai tambah yang jelas, perusahaan berusaha menarik perhatian pelanggan dan membangun loyalitas terhadap mereknya. Pendekatan diferensiasi dapat muncul dalam berbagai bentuk, seperti desain produk yang inovatif, kualitas superior, teknologi canggih, pelayanan pelanggan yang unggul, atau reputasi merek yang kuat. Misalnya, sebuah perusahaan mobil mungkin dikenal karena fitur keselamatan yang canggih, sementara merek lain dalam industri makanan bisa menonjol karena bahan-

bahan organik yang digunakan. Keberhasilan dalam diferensiasi tidak hanya menciptakan keunikan, tetapi juga dapat meningkatkan margin laba. Dengan menciptakan loyalitas pelanggan, perusahaan dapat mengurangi ketergantungan pada harga dan meminimalkan dampak dari persaingan yang ada. Diferensiasi juga berfungsi sebagai penghalang bagi pesaing baru yang ingin memasuki pasar, karena mereka harus berinvestasi untuk menciptakan nilai yang setara. Ketiga, Fokus. Fokus adalah strategi bisnis yang menekankan pada pelayanan terhadap segmen pasar tertentu, baik itu berdasarkan kelompok pembeli, lini produk, atau wilayah geografis. Berbeda dengan strategi biaya rendah dan diferensiasi yang berusaha menjangkau seluruh pasar, fokus bertujuan untuk memenuhi kebutuhan spesifik dari target yang lebih sempit dengan cara yang lebih efektif dan efisien. Melalui pendekatan ini, perusahaan dapat menciptakan keunggulan kompetitif, baik dengan menawarkan produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan pelanggan atau dengan mencapai biaya yang lebih rendah dalam melayani segmen tersebut. Dengan demikian, perusahaan yang menerapkan strategi fokus dapat menghasilkan laba di atas rata-rata industri, karena mereka mampu memenuhi permintaan pasar yang tidak sepenuhnya dilayani oleh pesaing yang lebih besar.

Menurut Indrasari (2019:54), kualitas adalah salah satu faktor kunci yang membuat perusahaan bisa bertahan di tengah persaingan yang ketat di industri. Kualitas ini bisa dipahami sebagai keseluruhan karakteristik produk yang membuatnya mampu memenuhi kebutuhan yang sudah ditentukan. Jadi, semakin baik kualitasnya, semakin besar kemungkinan produk tersebut bisa memuaskan anggota.

Sementara itu, Pelayanan (*customer service*), menurut Indrasari (2019:57), adalah semua aktivitas yang dilakukan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. Melalui pelayanan yang baik, keinginan dan kebutuhan anggota bisa terpenuhi. Dalam Kamus Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pelayanan adalah sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain, sedangkan melayani yaitu membantu menyiapkan apa yang diperlukan seseorang. adalah semua aktivitas yang dilakukan untuk memberikan kepuasan kepada anggota. Melalui pelayanan yang baik, keinginan dan kebutuhan anggota bisa terpenuhi. Pelayanan adalah tindakan memberikan suatu produk (baik itu produk barang atau jasa). Layanan melibatkan aktivitas manusia, intelektual, atau mekanis yang menambah nilai pada produk. Jasa adalah aktivitas, kinerja, atau manfaat yang ditawarkan untuk dijual, namun tidak melibatkan pertukaran barang berwujud maupun pengalihan hak milik. (Elliot, *et. al.* 2012)

Selanjutnya, menurut Tiptono, Fandy. (2004:59), kualitas jasa fokus pada upaya memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta

memastikan bahwa layanan yang diberikan sesuai dengan harapan mereka. Intinya, pelayanan yang baik adalah tentang memberikan pengalaman positif yang membuat pelanggan merasa dihargai dan puas. Menurut Indrasari (2019:58), ada tiga kategori pelayanan yang penting untuk dipahami, yaitu : Layanan dengan lisan, Layanan dengan tulisan, Layanan dengan perbuatan.

Sementara itu, kualitas pelayanan adalah kondisi yang dinamis dan berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan. Kualitas pelayanan yang baik seharusnya tidak hanya memenuhi, tetapi juga melebihi harapan pelanggan. Tjiptono menjelaskan bahwa kualitas layanan adalah upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan cara yang tepat, sehingga dapat memberikan kepuasan yang maksimal. Dengan kata lain, kualitas layanan adalah tentang bagaimana organisasi dapat memenuhi harapan pelanggan secara efektif dan efisien (Tjiptono. 2011 dalam Indrasari. 2019:61).

Dapat disimpulkan bahwa kualitas dan pelayanan adalah faktor kunci keberhasilan perusahaan dalam persaingan industri. Kualitas produk yang baik meningkatkan kepuasan pelanggan, sementara pelayanan yang efektif melalui interaksi lisan, tulisan, dan tindakan memberikan pengalaman positif. Kualitas pelayanan yang melebihi harapan pelanggan menciptakan nilai tambah, membangun loyalitas, dan meningkatkan reputasi perusahaan. Dengan mengintegrasikan keduanya, perusahaan dapat mencapai keberhasilan jangka panjang dalam pasar yang kompetitif.

Dalam dunia *digital* yang semakin kompetitif, kualitas layanan menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan sebuah perusahaan. Dimensi kualitas layanan mencakup berbagai aspek yang saling terkait, yang berperan penting dalam menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan. Menurut Utami, C. *et al.*, (2019:128-130), terdapat beberapa dimensi penting yang dapat digunakan untuk menilai kualitas layanan jasa (*SERQUAL*), yaitu : Keandalan (*Reliability*), Bukti Fisik (*Tangible*), Responsitas (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), dan Empati (*Emphaty*). Sementara itu, menurut Tjiptono (2011:437) dalam Indrasari (2019:65-66), pengertian dimensi kualitas layanan sebagai berikut : Keandalan (*Reliability*), Daya tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Emphaty*), Bukti fisik (*Tangible*)

Selanjutnya, Digitalisasi sebagaimana Faizun, Dikril. *et al.*, (2023), merupakan suatu perubahan revolusi yang mengubah semua kebutuhan apapun bisa terlayani dalam satu aplikasi, sehingga dapat memudahkan masyarakat dalam melakukan suatu aktivitas dan kebutuhannya. Jadi, *digitalisasi* adalah perjalanan transformasi yang mengubah data dan proses dari bentuk fisik atau analog menjadi format *digital*. Sedangkan menurut Brenne & Kreiss. (2016) dalam Reza, Erwin. dkk. (2020), *digitalisasi* membawa

ketersediaan data *digital* yang semakin melimpah, berkat kemajuan dalam menciptakan, mentransfer, menyimpan, dan menganalisis data *digital*. Hal ini memiliki potensi untuk membentuk dan memengaruhi dinamika dunia modern kita. Sementara itu, Larassati & Fauzi. (2022), menambahkan bahwa *digitalisasi* adalah proses transformasi dari media analog menjadi *digital*, yang mengedepankan penggunaan teknologi dan data *digital* untuk memperkuat bisnis, meningkatkan pendapatan, dan menciptakan budaya *digital*. Dalam praktiknya, data *digital* menjadi fondasi utama yang mendukung seluruh proses ini.

Kesimpulan bahwa *digitalisasi* adalah transformasi dari bentuk fisik menjadi format *digital*, yang meningkatkan akses, pengolahan, dan distribusi data. Proses ini memperbaiki efisiensi dan produktivitas serta memperluas jangkauan layanan. Ketersediaan data *digital* yang melimpah mendukung penguatan bisnis dan menciptakan budaya *digital*, menjadikannya kunci dalam menghadapi tantangan di era teknologi modern.

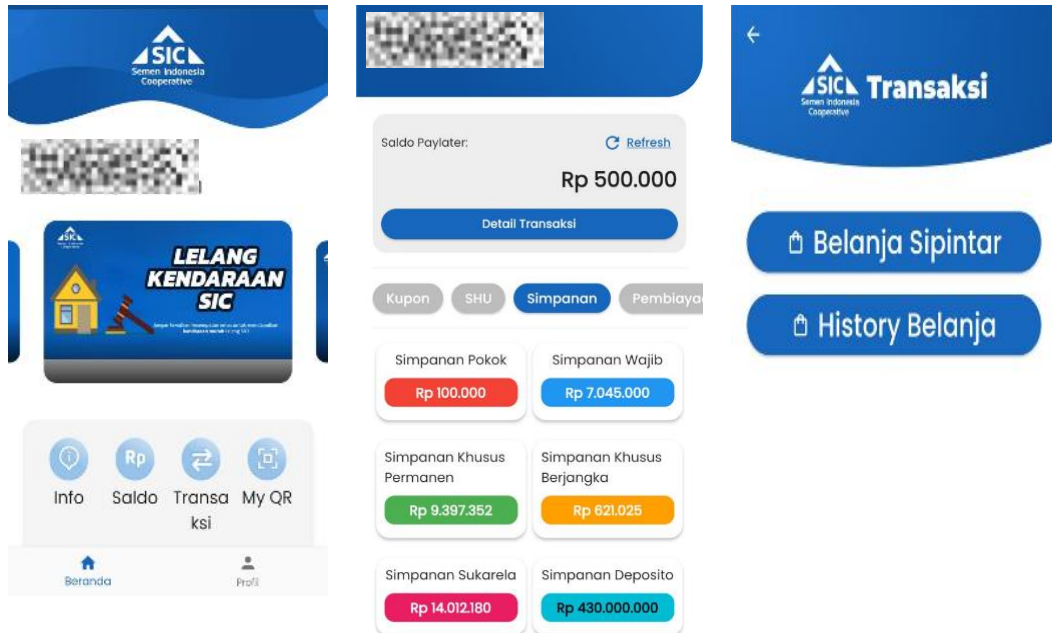
Menurut Indrasari (2019:87-88), terdapat lima faktor penting yang harus diperhatikan dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, yaitu: kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, dan biaya.

Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan analisis pendekatan kualitatif metode deskriptif. Menurut Winarni. (2021:146), pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah fenomenologi. Pendekatan ini berfokus pada pencarian makna dan pemahaman yang mendalam mengenai suatu fenomena. Dalam penelitian fenomenologi, peneliti berusaha untuk menggali konsep, karakteristik, gejala, simbol, dan deskripsi yang berkaitan dengan objek yang diteliti. Pendekatan ini bersifat alami dan holistik, mengutamakan kualitas data yang diperoleh, serta menyajikannya dalam bentuk naratif. Informan pada penelitian ini yakni Asisten Manajer Hubungan Anggota dan Waralaba, Asisten Manajer Simpan Pinjam Syariah, Staf Pelayanan dan Admin Simpan Pinjam Syariah, SPV. Potong Gaji, dan SPV. Admin Hubungan Anggota dan Pelayanan.

Hasil dan Pembahasan

Di era *digital* yang terus berkembang, layanan jasa keuangan harus mampu beradaptasi dan memenuhi kebutuhan anggota dengan cara yang lebih efektif dan efisien. *SIC Prosperity* hadir sebagai solusi inovatif, menawarkan berbagai fitur layanan yang dirancang untuk memberikan kemudahan dan meningkatkan pengalaman anggota. Aplikasi *digital SIC Prosperity* merupakan layanan yang diberikan oleh Semen Indonesia *Cooperative* untuk memudahkan anggota tanpa harus mengunjungi kantor ketika membutuhkan suatu informasi.



Gambar 1 : Tampilan Aplikasi Digital *SIC Prosperity*

Gambar 3.1 menggambarkan bahwa aplikasi digital *SIC Prosperity* menawarkan fitur-fitur yang menarik salah satunya dapat mengecek saldo kupon makan, saldo SHU (sisa hasil usaha), saldo simpanan dan pembiayaan atau pinjaman anggota. Tidak hanya dapat mengecek informasi terkait saldo keuangan saja, aplikasi digital *SIC Prosperity* juga dapat digunakan untuk berbelanja di gerai Alfamart yang sudah bekerjasama dengan Semen Indonesia Cooperative (Gresik & Tuban), anggota dapat berbelanja menggunakan saldo kupon makan, saldo sisa hasil usaha, maupun fitur paylater. Semen Indonesia Cooperative menawarkan pembayaran paylater dengan limit dana sebesar Rp. 500.000,- setiap 1 bulan sekali dengan bunga 0% yang akan dibayarkan oleh anggota pada akhir bulan yang diambilkan dari potong gaji.

Anggota juga dapat memantau history belanja pada fitur transaksi yang ada di aplikasi digital *SIC Prosperity*, pada *history* tersebut dapat diketahui tanggal dan jam transaksi, nama anggota yang belanja, lokasi toko ritel, dan nominal yang dikeluarkan untuk belanja.

Hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti, dengan melalui proses reduksi menunjukkan bahwa layanan yang diberikan oleh Semen Indonesia Cooperative dengan adanya aplikasi digital *SIC Prosperity* di dasarkan pada 5 dimensi kualitas layanan yang cukup baik, namun dengan itu terdapat juga upaya-upaya untuk meningkatkan kualitas layanan yang lebih baik lagi kedepannya.

Tabel 1 : Profil Informan

Subyek	Nama	Unit Kerja	Masa Bekerja di SP
1	YBN	Asisten Manajer Hubungan Anggota	22 Tahun
2	HB	Asisten Manajer Simpan Pinjam Syariah	11 Tahun
3	RKP	Staf Pelayanan & Admin SP Syariah	9 Tahun
4	SH	SPV. Potong Gaji	6 Tahun
5	SI	SPV. Admin Hubungan Anggota & Pelayanan	4 Tahun
6	SCU	SPV. Admin Hubungan Anggota & Pelayanan	3 Bulan

Kualitas Layanan

a. Subyek 1 menyatakan bahwa aplikasi digital *SIC Prosperity* dirancang untuk mempermudah anggota Semen Indonesia *Cooperative* dalam mengelola keuangan dan informasi yang berkaitan dengan layanan yang mereka terima. Dari segi *tangible*, aplikasi ini memiliki kegunaan dan fungsi yang spesifik, yang saling melengkapi untuk menciptakan pengalaman pengguna yang optimal. Salah satu fitur utama adalah profil pengguna, yang berfungsi untuk menyimpan data pribadi anggota dengan aman. Hal ini selaras dengan dimensi *assurance*, jaminan ini penting untuk membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Fitur informasi merupakan gambaran dari dimensi *emphaty* yang merupakan aspek penting lainnya, melalui fitur ini anggota tidak akan ketinggalan berita terbaru, promo menarik, maupun pengumuman penting yang dapat menunjukkan perhatian terhadap kebutuhan anggota.

Selain itu, dari segi *reliability* aplikasi ini juga menyediakan fitur saldo, yang menampilkan informasi lengkap mengenai simpanan anggota, termasuk simpanan sukarela, berjangka, dan deposito. Anggota dapat melihat secara jelas berapa banyak kupon belanja yang mereka miliki dan dapat belanja melalui sistem *QRIS*. Selain itu, informasi mengenai sisa pembiayaan, jumlah angsuran yang telah dibayarkan, serta tanggal jatuh tempo juga tersedia, memberikan gambaran menyeluruh tentang kondisi keuangan mereka. Fitur transaksi belanja memberikan rincian yang diperlukan untuk setiap pembelian yang dilakukan oleh anggota.

Dalam adanya aplikasi digital dimensi *responsiveness* terlihat dari akses informasi selama 24 jam yang memungkinkan anggota mendapatkan bantuan kapan saja, yang biasanya hanya tersedia pada jam kerja terbatas. Selain itu, penggunaan sistem *cashless* untuk belanja juga menjadi salah satu inovasi yang sangat dihargai. Dengan sistem ini, proses belanja lebih efisien dan nyaman.

- b. Subyek 2 menyatakan bahwa dalam dimensi *tangible* aplikasi digital *SIC Prosperity* dirancang untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi anggota dalam bertransaksi. Dengan berbagai fitur yang lengkap, aplikasi ini tidak hanya menyajikan informasi mengenai lelang kendaraan dan promo waralaba, tetapi juga menawarkan fasilitas keanggotaan yang bermanfaat. Dimensi *reliability* terwujud dalam keunggulan dari aplikasi ini adalah kemampuannya untuk memantau dan dapat digunakan untuk belanja seperti saldo kupon, Sisa Hasil Usaha (SHU) dan Fitur saldo Paylater juga memberikan fleksibilitas tambahan, memungkinkan anggota untuk berbelanja tanpa harus membayar di muka. Selain itu, anggota memiliki akses ke saldo simpanan dan pembiayaan, yang memudahkan mereka dalam mengecek saldo keuangan. Aplikasi ini juga mencatat *history* aktivitas belanja anggota, memberikan gambaran yang jelas mengenai pola belanja dan memudahkan anggota dalam merencanakan pengeluaran mereka selaras dengan dimensi *responsiveness*. Untuk mempercepat proses transaksi, aplikasi ini dilengkapi dengan kode QR dan kemampuan pemindaian barcode, sehingga anggota dapat melakukan transaksi dengan cepat dan efisien. Fitur simulasi pembiayaan dapat membantu anggota dalam menghitung besaran pembiayaan yang diinginkan, memberikan transparansi dan kemudahan dalam merencanakan keuangan hal ini selaras dengan dimensi *assurance* bahwa pelayanan tersebut memiliki keahlian yang memadai. Dengan semua fitur ini, *emphaty* tercermin dalam memberikan fasilitas yang sangat membantu anggota dalam bertransaksi di waralaba dan layanan simpan pinjam syariah. Anggota tidak perlu lagi pergi ke kantor untuk memenuhi kebutuhan mereka, cukup dengan menggunakan aplikasi, semua dapat dilakukan dengan cepat dan mudah.
- c. Subjek 3 menyatakan bahwa aplikasi digital *SIC Prosperity* selaras dengan dimensi *tangible* yang hadir sebagai sebuah inovasi yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan anggotanya dengan berbagai fitur yang menarik dan fungsional. Dalam aplikasi ini, terlihat dari dimensi *emphaty* terdapat fitur *highlight* yang menyediakan informasi terkini mengenai promo produk *SIC*, pengumuman lelang, serta Rapat Anggota Tahunan (RAT). Fitur ini memastikan bahwa anggota selalu mendapatkan informasi penting dan terbaru yang dapat membantu mereka dalam bertransaksi. Pengguna aplikasi juga dapat dengan mudah mengakses informasi kontak admin melalui fitur info, yang memudahkan komunikasi ketika diperlukan hal ini selaras dengan dimensi *responsiveness*. Aplikasi ini mencerminkan dimensi *reliability* dari kemampuannya untuk memberikan rincian saldo secara transparan, termasuk saldo kupon, Sisa Hasil Usaha (SHU), simpanan, dan pembiayaan. *SIC Prosperity* pun menawarkan Paylater, untuk berbelanja dengan sistem pembayaran yang diatur melalui potongan gaji setiap akhir bulan. Fitur transaksi dalam

aplikasi ini sangat inovatif, dengan pemindahan kode QR di kasir saat berbelanja, sehingga mereka dapat memperoleh SHU. Selain itu, fitur My Qr juga memudahkan proses pembayaran. Bagi anggota yang ingin mengajukan pembiayaan, aplikasi ini juga menyediakan simulasi pembiayaan yang dapat membantu mereka menghitung nilai angsuran bulanan yang sesuai dengan kemampuan keuangan mereka hal ini selaras dengan dimensi *assurance* bahwa pelayanan tersebut memiliki keahlian yang memadai.

- d. Subyek 4 menyatakan bahwa aplikasi *digital SIC Prosperity* hadir sebagai solusi inovatif untuk memenuhi kebutuhan anggota. Dimensi *emphaty* terlihat dari kemampuannya untuk memberikan informasi terkait fasilitas simpan pinjam syariah dan juga menyediakan informasi terkini mengenai promosi dan kegiatan yang berlangsung di Semen Indonesia Cooperative. Anggota dapat melihat berbagai penawaran khusus dan diskon menarik yang tersedia, baik untuk produk maupun layanan yang ditawarkan dengan desain aplikasi yang baik hal ini tercermin dalam dimensi *tangible*. Aplikasi *digital SIC Prosperity* dirancang untuk menjadi platform yang terintegrasi selaras dengan dimensi *responsiveness*, di mana anggota dapat menemukan semua informasi yang mereka butuhkan dalam satu tempat dimana saja dan kapan saja. Dengan informasi yang transparan dan mudah diakses, dimensi *assurance* hadir dengan jaminan keamanan dalam transaksi, dan mengelola keuangan mereka dengan baik. Fitur pencarian memudahkan anggota untuk menemukan informasi apakah itu mengenai simpanan, pinjaman, atau program-program yang ditawarkan. Selain itu, aplikasi ini juga menyediakan pembaruan rutin mengenai promosi dan acara, sehingga anggota selalu mendapatkan informasi terbaru yang dapat meningkatkan pengalaman mereka hal ini selaras dengan dimensi *emphaty* yang dapat memahami kebutuhan dan keinginan anggota.
- e. Subyek 5 menyatakan bahwa dalam upaya memaksimalkan layanan bagi anggota, aplikasi *digital SIC Prosperity* dirancang untuk memberikan kemudahan dan efisiensi bagi anggota dalam mengelola berbagai aspek keuangan dan kebutuhan sehari-hari. Dimensi *tangible* selaras dengan fitur-fitur canggih yang terintegrasi, anggota dapat memantau semua hal terkait keuangan mereka, mulai dari belanja menggunakan sistem *Paylater* hingga pemanfaatan kupon dan Sisa Hasil Usaha (SHU). Sistem *Paylater* memungkinkan anggota untuk berbelanja di Alfamart yang telah ditunjuk, dengan pembayaran yang dilakukan melalui potongan gaji setiap bulan. Selain itu, SHU (Sisa Hasil Usaha) yang dikeluarkan setiap tahun 1x dapat dimanfaatkan untuk berbelanja di Alfamart dan anggota juga memiliki opsi untuk mengambil SHU secara tunai setelah tiga bulan berjalan, memberikan mereka kebebasan finansial yang lebih besar. Selain itu, aplikasi ini juga menyediakan promo untuk menginformasikan anggota mengenai penjualan melalui lelang atau

program harga khusus di Alfamart hal ini selaras dengan dimensi *emphaty* atas kebutuhan para individual. Dimensi *reliability* tercermin dari, anggota dapat memonitor semua hak dan simpanan mereka, termasuk simpanan pokok, wajib, berjangka, sukarela, permanen, dan deposito, memastikan bahwa semua data yang ada adalah valid. Fitur pembiayaan dalam aplikasi ini memungkinkan anggota untuk memantau sisa hutang, tenor, dan plafon yang ditentukan. Dengan demikian, anggota dapat mengelola kewajiban finansial mereka dengan lebih baik, menghindari kemungkinan kesulitan di masa depan. Dimensi *responsiveness* terlihat dari kemudahan anggota dalam mengakses layanan tanpa harus pergi ke kantor. Dengan cukup mengirimkan pesan melalui *WhatsApp*, anggota dapat dengan cepat mendapatkan informasi yang diperlukan.

- f. Sedangkan subyek 6 menyatakan bahwa aplikasi *digital SIC Prosperity* dirancang untuk memberikan kemudahan dan efisiensi bagi anggotanya dalam mengelola berbagai aspek keuangan dan layanan hal ini selaras dengan dimensi *tangible*. Dengan fitur-fitur yang lengkap, aplikasi ini memungkinkan anggota untuk mengakses informasi penting dengan mudah. Di antara fitur yang tersedia dimensi *assurance* hadir pada fitur profil anggota, yang menyimpan identitas dan data penting untuk keamanan pengguna. Selain itu, ada juga opsi penambahan anggota keluarga melalui link koneksi, sehingga anggota dapat memperluas jaringan keluarga seperti istri atau suami dan anak sehingga dapat ikut memanfaatkan fasilitas berbelanja yang ada. Dimensi *emphaty* terlihat pada aplikasi yang menyediakan informasi mengenai promo belanja di Alfamart dan lelang kendaraan kantor yang kondisinya masih layak pakai, dan memberikan kesempatan kepada anggota untuk mendapatkan penawaran menarik. Fitur informasi yang dapat terhubung ke bagian admin untuk komunikasi dan sistem pembayaran yang terintegrasi memudahkan anggota dalam melakukan transaksi. Fitur *Paylater* memungkinkan anggota untuk berbelanja dengan sistem pembayaran kredit hingga maksimal Rp. 500.000 di toko-toko yang bekerja sama dengan SIC, sedangkan saldo yang meliputi SHU (yang akan dibagikan perusahaan kepada anggota sesuai margin perolehan bisnis perusahaan, sedangkan untuk nominal perolehan anggota sesuai dengan aktivitas, misalnya aktif berbelanja, pengajuan simpanan dan pinjaman), kupon belanja (khusus untuk anggota PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk, simpanan, dan pinjaman memberikan gambaran lengkap mengenai keuangan anggota hal ini selaras dengan dimensi *reliability*.

Kualitas layanan yang diberikan oleh aplikasi *SIC Prosperity* sudah cukup baik dan memenuhi kebutuhan anggota. Aplikasi ini mudah diakses kapan saja dan di mana saja, memberikan kenyamanan bagi pengguna. Dimensi *responsiveness* terlihat ketika admin siap membantu anggota dalam menginstal aplikasi dan menjelaskan fungsi setiap fitur secara

langsung. Keamanan data anggota terjaga dengan baik, di mana nomor telepon yang terdaftar harus sesuai dengan yang ada di sistem admin. Jika anggota lupa *password*, mereka dapat dengan mudah mengajukan penggantian melalui aplikasi dengan verifikasi kode OTP. Hal ini selaras dengan dimensi *assurance*, bahwa kemampuan karyawan untuk memberikan bantuan dan pelayanan dengan cepat.

Upaya-Upaya Meningkatkan Kualitas Layanan

Subyek 1 menyatakan bahwa upaya pengembangan aplikasi digital *SIC Prosperity* akan terus berlanjut dengan penambahan fitur-fitur baru, termasuk pengajuan pembiayaan secara online. Inovasi ini diharapkan dapat lebih meningkatkan keterlibatan anggota dan memberikan solusi yang lebih komprehensif dalam memenuhi kebutuhan keuangan mereka. Sementara itu, subyek 2 menyatakan bahwa upaya mengembangkan koneksi dari simpanan sukarela yang dimiliki oleh anggota, sehingga dapat digunakan untuk berbelanja di waralaba Semen Indonesia *Cooperative*. Upaya ini akan meningkatkan fleksibilitas dan memberikan manfaat tambahan, menjadikan aplikasi tersebut lebih komprehensif dalam mendukung kehidupan anggota sehari-hari. Simpanan sukarela, yang sebelumnya mungkin hanya dianggap sebagai tabungan, kini dapat dimanfaatkan secara langsung untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Subjek 3 menyatakan bahwa upaya peningkatan pada fitur mutasi simpanan anggota. Dengan fitur ini, anggota dapat dengan mudah memantau aktivitas simpanan mereka, sehingga transparansi dalam pengelolaan keuangan dapat terjaga dan mendukung anggota dalam perencanaan keuangan kedepannya. Selain itu, layanan penarikan simpanan sukarela secara online. Fitur ini tidak hanya menghemat waktu, tetapi juga memberikan rasa aman dan nyaman bagi anggota. Mereka dapat melakukan penarikan kapan saja, tanpa terbatas oleh jam operasional kantor. Ini sangat penting, terutama di era digital saat ini, di mana kecepatan dan kenyamanan menjadi prioritas utama dalam setiap transaksi. Tidak hanya itu, fitur simulasi pembiayaan yang lebih rinci. Simulasi pembiayaan adalah alat yang sangat penting bagi anggota yang berencana untuk mengajukan pinjaman atau pembiayaan. Anggota tidak hanya akan mendapatkan estimasi sederhana tentang besaran angsuran, tetapi juga rincian mendalam yang mencakup bagi hasil, tenor pinjaman, dan angsuran yang harus dibayarkan setiap bulannya. Selain itu, memungkinkan entry surat suara secara online (penyampaian pendapat dan masukan anggota) pada saat Rapat Anggota Tahunan (RAT), sehingga mempermudah dan memperkuat partisipasi dan keterlibatan anggota dalam pengambilan keputusan. Di sisi lain, upaya pengembangan fitur pembayaran online untuk berbagai kebutuhan, seperti topup listrik, PDAM dan pulsa, serta penerapan *QRIS* sebagai alat

pembayaran dimana saja, akan semakin memudahkan anggota dalam bertransaksi.

Subyek 4 menyatakan bahwa memperluas jaringan koneksi yang mendukung transaksi belanja. Akses yang mudah dan cepat merupakan kunci untuk memberikan layanan yang berkualitas tinggi. Dengan memperluas jaringan koneksi, anggota kini dapat bertransaksi di berbagai tempat dengan lebih lancar dan efisien. Subyek 5 menyatakan bahwa upaya kedepannya agar aplikasi *digital* ini dapat dimaksimalkan dengan penambahan produk dan fitur baru yang lebih canggih, sesuai dengan perkembangan zaman. Sedangkan subyek 6 menyatakan bahwa memperluas kerjasama dengan Alfamart ataupun toko ritel lainnya sesuai kondisi perusahaan terhadap berbagai produk dan layanan, memudahkan mereka dalam berbelanja sehari-hari. Selain itu, meningkatkan kompetensi SDM (Sumber Daya Manusia) dalam pengelolaan teknologi adalah langkah penting untuk menciptakan transformasi yang lebih baik dalam layanan publik berbasis *digital*.

Dengan berbagai upaya ini, aplikasi *digital SIC Prosperity* dapat terus berinovasi dan meningkatkan kualitas layanan. Semen Indonesia Cooperative dapat semangat kolaborasi dan inovasi, untuk menghadapi tantangan masa depan dan menjadi solusi yang lebih baik bagi anggota.

Penutup

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa Semen Indonesia *Cooperative* memberikan fasilitas yang baik dan dapat memudahkan anggota. Penerapan kualitas layanan yang diberikan dengan adanya aplikasi *digital SIC Prosperity* di Semen Indonesia *Cooperative* dapat menghubungkan anggota dengan berbagai kemudahan dan fasilitas yang ditawarkan. (1) Keandalan (*Reliability*), keandalan *digital SIC Prosperity* menjadi pilar utama dari layanan ini. Anggota tidak perlu menghabiskan waktu dan tenaga untuk mengunjungi kantor, karena semua informasi yang mereka butuhkan kini dapat diakses kapan saja dan di mana saja. Fitur-fitur seperti, cek kupon, SHU dan saldo simpanan yang dapat memberikan informasi yang akurat dan *up-to-date* kepada anggota, sehingga anggota dapat dengan mudah mengetahui berapa banyak saldo kupon, saldo SHU, dan saldo simpanan menyediakan data yang akurat, memberi ketenangan bagi setiap anggota. Tidak hanya fitur cek saldo, tetapi juga adanya fitur cek *history* belanja, anggota dapat melihat transaksi belanja dengan jelas. Tidak hanya itu, (2) Bukti Fisik (*Tangible*), dari layanan ini terlihat jelas melalui kemitraan dengan gerai Alfamart, di mana anggota dapat dengan mudah berbelanja menggunakan kupon makan, sisa hasil usaha, maupun *paylater*. Terdapat juga tutorial penggunaan aplikasi *SIC*

Prosperity kepada anggota melalui video yang telah diunggah di akun *Youtube* Semen Indonesia *Cooperative* untuk memudahkan anggota yang berada di luar kota Gresik. (3) Responsitas (*Responsiveness*), admin hubungan anggota bersedia membantu, memberikan arahan yang jelas dan cepat kepada anggota, baik yang baru maupun yang sudah lama. Ketika terjadi masalah, tim admin berkomitmen untuk memberikan solusi yang cepat dan efisien, sehingga setiap transaksi dapat dilakukan tanpa kendala. (4) Aspek Jaminan (*Assurance*), aplikasi digital *SIC Prosperity* memiliki fitur keamanan yang terjaga, nomor telepon anggota yang terdaftar di aplikasi tersebut harus sesuai dengan nomor yang terdaftar di sistem. *Password* dan pin hanya anggota yang mengetahui. dan yang tak kalah penting adalah (5) Empati (*Emphaty*), empati menjadi bagian penting dari layanan dengan adanya aplikasi digital *SIC Prosperity*. Semen Indonesia *Cooperative* menunjukkan pemahaman yang mendalam terhadap kebutuhan unik setiap anggotanya. Fitur informasi lelang kendaraan, promosi produk-produk yang ada. Dalam aplikasi tersebut terdapat *contact person* admin, admin juga mendorong komunikasi yang terbuka, sehingga anggota dapat berbagi kebutuhan dan harapan mereka. Melalui forum grup *WhatsApp* komunikasi ketua kelompok, dapat menciptakan lingkungan di mana anggota dapat saling mendukung dan berbagi pengalaman, memperkuat hubungan perusahaan dengan anggota.

Upaya untuk meningkatkan kualitas layanan dengan adanya aplikasi digital *SIC Prosperity* kedepannya sebagaimana dijelaskan subyek 1 adalah pengajuan pembiayaan secara online. Pendapat upaya menurut subyek 2 adalah koneksi simpanan sukarela dapat digunakan untuk belanja. Upaya menurut subyek 3 adalah dapat meningkatkan fitur transparansi mutasi simpanan, penarikan simpanan sukarela secara online, fitur simulasi pembiayaan secara rinci, *entry* surat suara / pendapat anggota secara *online*, dan pembayaran online / topup menggunakan aplikasi *digital SIC Prosperity*. Menurut subyek 4 meningkatkan kelancaran jaringan atau koneksi untuk transaksi belanja anggota. Upaya meningkatkan kualitas layanan menurut subyek 5 adalah dapat menambah produk-produk dan fitur baru yang lebih canggih sesuai era *digital*. Sedangkan upaya kedepannya menurut subyek 6 dapat membangun jaringan kerjasama toko *ritel* yang luas, dan peningkatan kompetensi SDM (Sumber Daya Manusia).

Dengan berbagai kualitas layanan yang diberikan dan upaya kedepannya, aplikasi *digital SIC Prosperity* dapat terus berinovasi dan meningkatkan kualitas layanan. Semen Indonesia *Cooperatove* dapat semangat kolaborasi dan inovasi, untuk menghadapi tantangan masa depan dan menjadi solusi yang lebih baik bagi anggota.

Daftar Pustaka

- Ellio, G. (2012). *Marketing*. China: Printing International.
- Faizun, D., Bakhri, S., & Hasanudin, S. (2023). Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Melalui Digitalisasi Mobile Banking Jconnect Pada Bpd Jawa Timur. *Cashless : Journal Syaria Finance and Banking*. Vol. 01 No. 02 Oktober 2023, Page : 61-77. Retrieved from <https://www.ejournal.unupasuruan.ac.id/index.php/cashless/article/view/324>
- Larassati, N., & Fauzi, A. (2022). Strategi Meningkatkan Kualitas Layanan Melalui Digitalisasi Perbankan di BSI Trade Center Kota Kediri . *Jurnal At-Tamwil : Kajian Ekonomi Syariah*. Vol 4 No 2. September 2022, Halaman 202-217. Retrived from <https://ejournal.uit-irboyo.ac.id/index.php/perbankan/article/view/2981>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Khoirunnisa, A. (2020). Analisis Penerapan Strategi Generik Porter dalam Meningkatkan Daya Saing Perusahaan (Studi Kasus Bisnis Kuliner Sehat "Naturicha Healthy Food and Drink). *JMPIS : Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*. Vol 1 Issue 1. Januari 2020, 274-291. Retrived from <https://dinastirev.org/JMPIS/article/view/262>
- Perdana, S. Y. (2020). *Bisnis Digital Cara Mudah Bisnis di Era Industri 4.0*. Jakarta: Salemba Empat.
- Porter, M. E. (2001). *Strategi Bersaing (Competitive Strategy)*. Tangerang Selatan: KARISMA : Publishing Group.
- Reza, E., Sabaruddin, L. O., & Komala, A. L. (2020). Manfaat dan Dampak Digitalisasi Logistik di Era Industri 4.0. *Jurnal Logistik Indonesia Vol 4 , No.1, April 2020*, pp. 49-63. Retrived from <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/logistik/article/view/873>
- Rombe, Y. (2020). Strategi Meningkatkan Kualitas Layanan Melalui Digitaliasi Jasa Perbankan Di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Pusat Jakarta Pusat . *Jurnal Ekonomika*. Vol 4 No 2. Oktober 2020, pp. 34-44.
- Tjiptono, F. (2004). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: ANDI.
- Utami, C. W. (2019). *Manajemen Paradigma Jasa Modern dalam Industri Jasa di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Winarni, E. W. (2021). *Teori dan Praktik Penelitian Kuantitatif Kualitatif Penelitian Tindakan Kelas (PTK), Research and Development (R&D)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Yatminiwati, M. (2019). *Manajemen Strategi*. Lumayang: Widyagama Press.