

## ANALISIS KEPUASAN NASABAH BPR DILIHAT DARI KUALITAS PELAYANAN

Oleh  
**Indriyenni**  
Fekom UPI YPTK Padang

### Abstract

*Customer is the king who needs to be respected and well served. The study looked at the problem of service for customer satisfaction that comes deal to BPR SL 50 Kota to obtain financial services they need.*

*This study used a qualitative approach, a descriptive analysis of the data, where the interpretation of existing data and information using the model of interpretation. This study are five factors in terms of customer service: friendliness, service information, ease of service, cleanliness and comfort of the environment and the price of services. The dominant factor to the increase in customer satisfaction factor is the ease of service and tariffs.*

### PENDAHULUAN

Bank Perkreditan Rakyat adalah sebuah lembaga servis yang menjual jasa keuangan disamping jasa lainnya. Jasa lain tersebut sekalipun tidak tertulis, namun sangat menentukan dan mampu mempengaruhi sikap konsumen dalam memilih sebuah bank sebagai lembaga tempat melayani keperluan transaksi mereka (nasabah bank). Jelasnya, jasa lain yang dijual oleh sebuah bank kepada nasabah ataupun calon nasabah adalah pelayanan yang memuaskan.

Pelayanan menurut Kotler (2005) memiliki lima unsur yang mampu mewujudkan kepuasan bagi pihak yang menerima layanan, antara lain: tangible, reliability, responsibility, ansurance, dan emphaty. Tangible; adalah elemen pelayanan dengan menunjukkan wujud nyata daripada pelayanan yang diberikan kepada penerima layanan (dalam hal ini bagi bank adalah nasabah atau calon nasabah). Reliability; kehandalan personal yang memberikan jasa untuk memenuhi segala keluhan dan keinginan nasabah. Responsibility; merupakan kesigapan petugas (customer service) untuk memberikan pelayanan kepada nasabah. Ansurance ; merupakan jaminan yang diberikan pada nasabah untuk memperoleh pelayana terbaik. Emphaty; adalah kesanggupan dalam menerima kritik ataupun saran dari pelanggan (nasabah).

Sedangkan Simamora (2002) menjelaskan bahwa citra merupakan penilaian yang muncul dalam diri pelanggan untuk menyatakan tentang suka atau tidak suka terhadap sebuah merek produk atau jasa. Kondisi ini muncul karena adanya proses pengamatan, pembelajaran dan pengalaman dalam menggunakan sebuah merek selama jangka waktu tertentu. Citra dari sebuah merek tidak terbentuk dengan sendirinya, akan tetapi melalui sebuah proses pada saat pelayanan berlangsung.

Selanjutnya Kotler (2009) menjelaskan bahwa untuk membangun citra positif suatu perusahaan tidak terlepas dari factor-faktor : people, physical dan process. Pertama :

faktor *people* merupakan individu yang bertugas memberikan jasa, kedua; faktor *physical* merupakan wujud atau bentuk dari jasa yang diberikan, ketiga; faktor *process* merupakan cara dari individu untuk memberikan jasa kepada pelanggannya. Sementara Harianto (2007) dalam penelitiannya ditemukan bahwa pelayanan *customer service* berpengaruh positif terhadap citra perusahaan. Semakin baik pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, maka citra perusahaan di mata pelanggan akan semakin baik. Adapun bukti nyata tentang *customer service* dapat memberikan pelayanan yang optimal kepada pelanggan adalah dengan terwujudnya rasa nyaman, tenang dan bersahaja yang terlihat dari raut wajah setiap pelanggan yang menggunakan jasa perusahaan. Kemudian Handoko, (2005) di dalam penelitiannya menjelaskan bahwa peranan *customer service* dalam memberikan jasa, berpengaruh dalam meningkatkan citra perusahaan. Kondisi ini terwujud karena karena pelayanan yang berkualitas oleh *customer service* akan menciptakan kesan yang baik pada perusahaan, jika pelayanan yang diberikan mampu memenuhi segala harapan pelanggan.

Tujuan penelitian ini ingin melihat kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah, bentuk pelayanan yang diberikan dan kendala pelayanan yang dialami.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Penelitian dilakukan pada BPR SL 50 Kota tahun 2015. Guna memperoleh temuan empiris dalam penelitian, data yang dikumpulkan dalam kegiatan penelitian perlu dianalisa. Analisa dimaksud dilakukan sesuai dengan tujuan penelitian sebagai berikut : mendeskripsikan jenis-jenis pelayanan dari faktor-faktor : *tangible*, *reliability*, *responsibility*, *ansurance* dan *emphaty*, mendeskripsikan tentang bagaimana pelayanan tersebut dilakukan dan oleh siapa.

Untuk mengetahui kendala pelayanan yang dialami, dilakukan tahapan analisis sebagai berikut: mengelompokkan dan mendeskripsikan kendala-kendala yang dihadapi dalam kegiatan pelayanan, mendeskripsikan berbagai penyebab munculnya kendala dalam pelayanan dimaksud serta apa solusinya.

Untuk mengetahui pelayanan yang lebih efektif dalam mewujudkan kepuasan nasabah, dilakukan tahapan analisis berikut: mengelompokkan tanggapan responden (nasabah) tentang pelayanan BPR yang mereka terima, menentukan dan mendeskripsikan pelayanan yang efektif berdasarkan jawaban responden.

## **HASIL PENELITIAN**

### ***Dampak Pelayanan terhadap Perkembangan Jumlah Nasabah***

Masalah faktor-faktor pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang dikaji dalam penelitian ini adalah tentang : (1) kemudahan dalam memperoleh layanan bagi nasabah, (2) harga jasa perbankan (3) keramahan pelayanan oleh staf atau karyawan bank, (4) layanan informasi produk yang diterima nasabah, serta (5) faktor kebersihan lingkungan. Kesemua faktor-faktor di atas diperkirakan akan memberikan dampak terhadap kepuasan nasabah yang diindikasikan pada perkembangan jumlah nasabah di masa datang.

Tentang perkembangan jumlah nasabah dalam bagian ini akan ditinjau dari jumlah nasabah yang memanfaatkan layanan perbankan di bank ini, dibandingkan dengan target jumlah nasabah yang ditetapkan manajemen bank. Realisasi jumlah nasabah yang

semakin banyak atau setidak-tidaknya mendekati standar yang ditetapkan, memberikan penilaian positif terhadap kinerja perusahaan tersebut dan sebaliknya.

Disisi lain dalam bagian ini juga akan diidentifikasi tentang angka kunjungan nasabah ke BPR dimaksud. Angka kunjungan tersebut dimaksudkan dalam penelitian ini ialah frekuensi setiap nasabah yang datang berkunjung untuk bertransaksi atau hanya sekedar meminta informasi tentang produk perbankan terbaru yang ada. Data kunjungan nasabah dimaksud dapat dijadikan indikasi tentang puas atau tidak puasnya konsumen dalam menerima pelayanan. Nasabah yang kecewa atas pelayanan yang mereka peroleh, besar kemungkinan untuk beralih ke pesaing.

Kajian analisa akan dilakukan secara sistematis sebagai berikut, sehingga dapat digambarkan tentang dampak pelayanan terhadap perkembangan jumlah nasabah dari waktu ke waktu selama tahun 2011 – 2014.

### ***Jumlah Nasabah dan Penafsiran terhadap Perkembangan Jumlah Nasabah.***

Selama periode pengamatan penelitian (2011 – 2014) perkembangan jumlah nasabah memperlihatkan kondisi yang fluktuatif. Fenomena ini memberikan sesuatu yang diharapkan dan cukup menggembirakan. Sementara jika dilihat dari target jumlah nasabah yang ditetapkan oleh pihak manajemen, tentu saja kenyataan ini perlu menjadi perhatian khusus dari bagian pemasaran.

Jumlah nasabah tersebut meliputi nasabah lama dan nasabah baru. Kategori nasabah lama adalah konsumen yang telah melakukan transaksi perbankan lebih dari satu kali transaksi jual-beli jasa; konsumen yang hanya melakukan sekali transaksi dikategorikan pada nasabah baru. Bila diperhatikan perkembangan jumlah nasabah, terlihat adanya perkembangan jumlah dimaksud dari tahun ke tahun, akan tetapi jumlah tersebut masih berada di bawah target yang ditetapkan. Tingkat capaian target menunjukkan angka sebesar 73,2 hingga 91,3 persen.

### ***Angka Kunjungan Nasabah***

Angka kunjungan nasabah periode 2011 – 2014 terlihat agak berfluktuasi, sementara secara rata-rata selama periode dimaksud capaian target kunjungan nasabah masih berada di bawah standar yang ditetapkan manajemen.

Jumlah kunjungan nasabah kondisi berfluktuasi. Banyak faktor yang menyebabkan hal demikian terjadi. Persoalan faktor-faktor pelayanan di duga menjadi faktor utama sebagaimana telah dijelaskan dalam bagian sebelumnya berdasarkan temuan penelitian. Akan tetapi faktor-faktor lain tetap menjadi hal yang penting untuk dipertimbangkan oleh manajemen.

Faktor lain dimaksud yang berada di luar konteks penelitian ini adalah masalah sosial ekonomi, budaya membeli masyarakat serta factor lainnya. Oleh sebab itu pihak manajemen senantiasa perlu berjuang keras guna meningkatkan frekuensi kunjungan pembeli ke perusahaan.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Faktor-faktor dominan terhadap peningkatan kepuasan nasabah, adalah faktor kemudahan pelayanan dan tarif jasa produk bank. Dampaknya terhadap perkembangan jumlah nasabah cukup terlihat.

### Saran

1. Menambah tenaga karyawan terutama untuk bagian teller, sehingga mampu meningkatkan pelayanan demi kepuasan nasabah.
2. Memberikan pendidikan dan latihan bagi karyawan tersebut sehingga menjadi terampil dalam memberikan layanan pada nasabah.
3. Mengefektifkan metode kerja yang baik untuk mengefisienkan sistem pelayanan kepada nasabah.

### DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, Panji. 2005. *Perilaku Keorganisasian*. Jakarta: Pustaka Jaya
- Arikunto, Suharsini. 2001. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Yogyakarta: Rineka Cipta.
- Danim, Sudarwan. 2004. *Motivasi, Kepemimpinan dan Efektifitas Kelompok*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Erkahayu, Nila. 2003. *Pengaruh Kepuasan Kerja, Kepemimpinan dan Iklim Kerjasama terhadap Semangat Kerja Pegawai Puskesmas Padang Pasir di Padang*. Tesis: UNP.
- Gie, The Liang. 2000. *Administrasi Perkantoran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Hasibuan, Malayu. 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Harina, Yanico. 2006. *Pengaruh Persepsi Guru Tentang Kewibawaan Kepala sekolah dan Motivasi Terhadap Kinerja Guru di SMAN 5 Padang*. Tesis: UNP.
- Kossen, Stan. 200. *Aspek Manusiawi Dalam Organisasi*. Jakarta: Erlangga.
- Musanef. 2003. *Manajemen Kepegawaian di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nawawi, Hadari. 2003. *Kepemimpinan Yang Efektif*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Nitisemito, Alex S. 2002. *Manajemen Personalia*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Rivai, Veithzal. 2006. *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi Edisi Kedua*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Santoso, Singgih. 2000. *Buku SPSS*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia.
- Sarwoto. 2007. *Organisasi Manajemen*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Siagian, Sondang. 2000. *Perilaku Organisasi, Kepemimpinan dan Perilaku Administrasi*. Jakarta: PT. Inti Idayu Press.
- Sugiyono. 2000. *Metodologi Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta
- Wahyusumijo. 2004. *Kepemimpinan dan Motivasi Kerja*. Jakarta: Ghalia Indonesia.