

**ANALISIS KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN NASABAH  
PADA PT. BANK NEGARA INDONESIA (Tbk) KANTOR CABANG UTAMA PADANG**

Henny Sjafitri

**ABSTRACT**

The background of this research is the quality of service is an important factor for any bank to become the market leader in the banking business competition is getting stronger. BNI as a company that is engaged in the service are always working to improve the satisfaction of its customers by providing the best service to its customers. The purpose of this study was to observe the quality of service and customer satisfaction, PT Bank BNI (Persero) Tbk Main Branch Padang. The results of this study turns BNI service quality is high enough to exceed what is expected of the client.

**PENDAHULUAN**

Dunia perbankan di Indonesia dewasa ini memasuki persaingan yang sangat tajam, ini di tandai dengan munculnya bank – bank baru sehingga persaingan tersebut semakin bertambah ketat. Kondisi ini menyebabkan pihak perbankan dituntut untuk segera menetapkan serangkaian langkah penyesuaian kebijakan dan strategi dengan terobosan dan antisipasi dalam menghadapi perubahan. Bagi nasabah sudah tentu memiliki criteria tersendiri memilih bank yang diinginkan untuk melakukan transaksi. Ada nasabah yang berorientasi terhadap suku bunga yang dijanjikan ada pula nasabah yang menginginkan layanan yang lebih cepat,efisien,nyaman dan kemudahan dalam mengakses, kapan dan dimana pun mereka berada (Info bank,Maret 2012).

Perusahaan yang gagal memuaskan pelanggan akan menghadapi masalah yang kompleks. Pada umumnya pelanggan yang tidak puas akan menyampaikan pengalaman buruknya pada orang lain dan ini akan menyebabkan kerugian dan kegagalan pelanggan.

Pada dasarnya penilaian terhadap kualitas layanan dikembangkan oleh Loenard L Barry, A Parasuraman dan Zeithaml dikenal dengan service quality (SERVQUAL) yang berdasarkan pada lima dimensi kualitas seperti yang dikemukakan Kotler (2001:347) yaitu bukti langsung (*tangibles*), kehandalan (*realibility*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*emphaty*). Kondisi ini juga perlu diterapkan oleh PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama Padang untuk menarik nasaah sebanyak mungkin. Tetapi bila peningkatan ini tidak diiringi dengan peningkatan kualitas SDM sebagai pemberti layanan akan mengakibatkan kekecewaan terhadap layanan yang diterima nasabah.

Salah satu tindakan untuk memuaskan konsumen adalah dengan cara memberikan layanan kepada nasabah dengan sebaik baiknya. Ini sejalan dengan pendapat yang dikemukakan oleh Philip Kotler (2010) yang menyatakan bahwa ada beberapa hal yang dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan yaitu nilai total pelanggan yang terdiri dari produk, nilai pelanggan, nilai personal, nilai mage dan biaya total pelanggan yang terdiri dari biaya moneter, biaya waktu, biaya tenaga dan biaya pikiran.

Berdasarkan latar belakang bahwa betapa pentingnya kualitas pelayanan pada Bank BNI yang bergerak di bidang jasa dalam meningkatkan kepuasan bagi nasabah.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah maka perumusan masalah yang dapat dikemukakan adalah bagaimana analisis kualitas layanan dan kepuasan nasabah pada Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama Padang.

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama Padang terhadap kepuasan nasabah.

## **Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memerikan manfaat penelitian seberapa besar kepuasan nasabah PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk sehingga mampu meningkatkan kualitas pelayanan di masa yang akan datang.

## **LANDASAN TEORI**

### **A. Pengertian Kualitas Jasa Layanan**

Service quality dapat didefinisikan seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka peroleh (Parasuraman et al,2007) dalam buku (Lupiyoadi,2001:148) sedangkan menurut Wayckof (dalam Lovelock,2005,Tjiptono,2005:110) kualitas jasa layanan ank adalah tingkat keunggulan yang diharapkan nasabah dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan nasabah,ada 2 faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan bank yaitu harapan nasabah dan kinerja bank yang dirasakan nasabah.

### **Dimensi Kualitas Jasa**

Dimensi pelayanan jasa dapat terdiri atas unsure :

#### **1. Bukti Fisik (*Tangible*)**

Dimana kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensi dirinya.

#### **2. Kehadalan (*Realibility*)**

Kemampuan perusahaan dalam memerikan pelayanan yang sesuai dengan yang dijanjikan kepada pelanggan.

3. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Perusahaan harus menunjukkan kemampuan dalam memerikan layananyang cepat dan tepat kepada pelanggan.

4. Jaminan dan kepastian (*Assurance*)

Ini berkaitan dengan pengetahuan dan kemampuan karyawan dalam menumbuhkan rasa kepercayaan pelanggan pada perusahaan. Di dalam nya ada unsure etika karyawan, kredibilitas karyawan, rasa aman dari pelanggan dan unsure etika yang dimiliki karyawan.

5. Perhatian (*emphaty*)

Memberikan perhatian yang bersifat individu kepada pelanggan dari perusahaan. Hal ini dimaksudkan agar pihak perusahaan dapat memahami lebih jauh tentang keinginan dan kebutuhan pelanggan.

## **METODE PENELITIAN**

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank BNI Kantor Cabang Utama Padang tahun 2013 sebanyak 6773 orang dengan menggunakan rumus slovin didapatkan sample sebanyak 93 orang. Pengambilan sample pada penelitian ini menggunakan teknik accidental sampling.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dari hasil penelitian yang dilakukan didapat bahwa :

### **Realibility (Keandalan)**

1. Perilaku karyawan BNI dalam memberikan pelayanan secara cepat dinilai penting oleh nasabah dan dalam pelaksanaannya telah mampu memenuhi harapan mereka sehingga nasabah sudah merasa puas.
2. Kecepatan dalam pemrosesan dan penyampaian pelayanan oleh karyawan telah memuaskan tetapi ini dianggap berlebihan dan tidak penting oleh nasabah.
3. Karyawan melakukan pembukuan keuangan nasabah dengan tepat. Nasabah memandang ini tidak penting tapi pihak bank telah memperhatikan dengan seksama agar tidak terjadi kesalahan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah.
4. Disaat memiliki masalah BNI menunjukkan dalam menangani. Bagi nasabah ini tidak penting tapi bagi pihak BNI harus tetap memberikan pelayanan maksimal agar kepuasan nasabah tetap terjaga.
5. Pelaksanaan pelayanan yang sama kepada semua nasabah. Ini telah dilaksanakan sesuai keinginan nasabah namun nasabah menganggap ini kurang penting.

### **Assurance (Kepastian)**

6. Perilaku karyawan BNI menumbuhkan kepercayaan pada nasabah dengan memberikan pelayanan secara menyeluruh dan tuntas dipandang sangat penting oleh nasabah BNI namun pihak bank belum mampu memenuhi harapan mereka.
7. Nasabah merasa aman dalam melakukan transaksi. Memberikan informasi yang mudah dimengerti oleh nasabah dipandang sangat penting.

8. Karyawan BNI selalu ramah dan sopan terhadap nasabah. Nasabah memandang ini kurang penting namun bagi bank harus tetap memperhatikannya dalam memberikan pelayanan dan jasa yang baik.
9. Karyawan BNI memiliki pengetahuan untuk menjelaskan dan dapat berkomunikasi yang baik. Nasabah menilai ini kurang penting namun tetap menjadi bahan pertimbangan bagi bank dalam memuaskan nasabah.

### **Responsiveness (Daya Tanggap)**

10. Karyawan BNI selalu membantu untuk menanggapi permintaan nasabah dengan pelayanan yang cepat. Dalam hal ini nasabah merasa sangat puas terhadap tingkat pelayanan yang diberikan oleh bank.
11. Karyawan BNI selalu bersedia untuk menolong nasabah. Dalam hal ini telah mampu memenuhi harapan nasabah dan harus dipertahankan untuk dapat bersaing dengan bank lain.
12. Nasabah tidak harus menunggu terlalu lama untuk memperoleh layanan bank. Dalam hal ini nasabah mendapatkan pelayanan karyawan yang cepat yang membuat antrian tidak terlalu lama.
13. Karyawan BNI memiliki keterampilan di bidangnya. Pelayanan yang tidak diskriminatif merupakan atribut yang penting bagi nasabah.

### **Emphaty (Empati)**

14. Karyawan BNI selalu mengutamakan kepentingan nasabah. Selalu mengutamakan kepentingan nasabah ini dinilai penting oleh nasabah.
15. Memberikan perhatian khusus atas masalah tertentu (khusus) yang dialami oleh nasabah. Nasabah sudah merasa terpuaskan namun pihak bank harus tetap mempertimbangkan ini agar tidak berlebihan.
16. Memahami dan merespon kebutuhan dan keluhan nasabah. Dalam hal ini pihak bank harus tetap mempertimbangkan nya dalam memuaskan nasabah nya.
17. Melayani nasabah tanpa memandang status social. Pihak nasabah menganggap kurang penting namun pihak bank mampu memberikan rasa puas pada nasabah.
18. Melayani nasabah sesuai dengan jam kerja. Ini dinilai kurang penting tetapi pelaksanaan nya tetap harus dijaga.
19. Memberikan informasi yang mudah di mengerti oleh nasabah. Keamanan dalam bertransaksi dipandang sangat penting bagi nasabah namun pelaksanaan nya belum sesuai harapan.

### **Tangible (Berwujud)**

20. Kantor BNI memiliki teknologi informasi yang canggih dan modern. Kecanggihan teknologi informasi yang modern dinilai sangat penting oleh nasabah dan bank telah memenuhi harapan mereka.
21. Ruangan kantor BNI tampak menarik, bersih dan nyaman. Hal ini sangat penting maka bank harus mempertahankannya.

22. Penempatan pamphlet,rosur,formulir dan material tampak rapidan menarik. Dianggap penting oleh nasabah. Bank telah mampu memuaskan nasabah sehingga nasabah merasa nyaman dan tenang dalam bertransaksi.
23. Pengisian dan Penggunaan formulir mudah. Dalam penelitian ini bank tidak terlalu memfokuskan karena nasabah menganggap kurang penting.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

1. Solusi yang harus dilakukan oleh bank BNI adalah secara berkala memberikan pelatihan kepada karyawan bagaimana teknik untuk tanggap dalam membantu nasabah, pengetahuan dan keterampilan karyawan tewrus ditingkatkan dengan cara pelatihan berkala. Dalam menyampaikan informasi kepada nasabah karyawan harus bisa menggunakan teknik berkomunikasi yang sederhana dan mudah dimengerti serta dalam penyusunan lay out pamphlet dan alat pendukung layanan lainnya harus memperhatikan estetika.
2. Poin yang dianggap penting oleh nasabah dan poin tersebut telah memenuhi harapan nasabah sehingga tingkat kepuasan yang dirasakan relative lebih tinggi.
3. Poin poin yang dianggap kurang penting oleh nasabah dan kinerja yang dicapai oleh bank BNI adalah nasabah tidak harus menunggu terlalu lama untuk memperoleh layanan bank.



## SARAN

1. Semua faktor yang ada pada poin tersebut semuanya penting untuk meningkatkan kepuasan nasabah pada BNI Kantor Cabang Utama Padang namun faktor – faktor yang harus diingatkan adalah atribut yang dinilai penting oleh nasabah.
2. Perusahaan harus memantau setiap perilaku nasabah dan mau melakukan perubahan strategi pelayanan agar tetap bisa bersaing dan mempertahankan market share BNI di masa datang.
3. Dibutuhkan penelitian lanjutan untuk mengetahui variable variable yang menjadi factor penentu kepuasan nasabah pada Bank BNI Kantor Cabang Utama Padang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Phillip. 2001. *Manajemen Pemasaran*, Penerbit Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Phillip dan Susanto, A.B. 2000. *Manajemen Pemasaran Indonesia. Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian, edisi Pertama*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Penerbit, Jakarta: Salemba Empat.
- M. Istijanto. 2005. *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*, Penerbit, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Malayu S.P. Hasibuan. 2005. *Dasar – Dasar Perbankan*. Penerbit Jakarta : Bumi Aksara.
- Nirwana. 2004. *Prinsip – prinsip Pemasaran Jasa*. Penerbit, Malang: Dioma
- Parasuraman, Valeric A, Zeithaml & Leonard L Berry. 1998. *A Conceptual Model Of Service and Implication Research, journal of Marketing. Vol 49*.
- Sigit Triandaru dan Totok Budisantoso, 2006. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Penerbit, Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. 2004. *Metode penelitian Bisnis*. Penerbit, Bandung : Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. 2005. *Statistik Untuk Penelitian*. Penerbit, Bandung: CV Alfa Beta.
- Supranto, J. 1997. *Mengukur Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Penerbit, Jakarta: Rineka Cipta.



