

ANALISIS KEPUASAN NASABAH TERHADAP PELAYANAN KREDIT MULTIGUNA PADA BANK DKI CABANG GUNADARMA DEPOK

ABSTRAK

Kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan jasa perbankan dapat dilihat berdasarkan lima dimensi yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan empathy. Metode yang digunakan untuk penelitian ini ialah metode probability sampling dengan simple random sampling (sederhana), sedangkan instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data primer adalah kuesioner. Alat ukur yang digunakan adalah Diagram Cartesius. Hasil uji coba kepuasan nasabah kredit multiguna Bank DKI, dilihat dari kelima dimensi itu, menunjukkan bahwa Bank DKI dianggap belum memenuhi kepuasan nasabah secara menyeluruh.

Kata kunci : Kepuasan, Bank, Diagram Cartesius

Wuri Purnamasari

Fakultas Ekonomi
Universitas Gunadarma
wurips@staff.gunadarma.ac.id

PENDAHULUAN

Persaingan bisnis antar perusahaan semakin ketat baik di pasar domestik maupun internasional. Tujuan bisnis adalah untuk menciptakan kondisi di mana para pelanggan merasa puas sehingga dapat tercipta hubungan antara perusahaan dan pelanggan yang harmonis, menjadi dasar yang baik bagi pembelian ulang, dan terciptanya loyalitas pelanggan sehingga membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan.

Industri jasa perbankan saat ini melayani nasabah melalui berbagai fasilitas seperti Anjungan Tunai Mandiri (ATM), *Credit Card*, *SMS Banking*, *Internet Banking*, dan sebagainya. Para pemasar produk perbankan juga berlomba memodifikasi strategi pemasaran dengan memberikan diskon belanja, pembayaran otomatis (*auto pay dan auto debit*), belanja *on line* hingga kemudahan transaksi sehari-hari. Bahkan untuk keperluan iklan dan promosi, perbankan tidak segan-segan memberikan hadiah, mengadakan *promotion event*, dan sebagainya.

Nasabah yang mempunyai tingkat kepuasan yang tinggi terhadap suatu produk dan jasa akan senantiasa menggunakan produk atau jasa yang di sediakan perusahaan, dan tidak terpengaruh jasa yang ditawarkan pihak lain. Bila ada hal-hal yang tidak disukai maka diberitahukan kepada penyedia jasa, tidak memberitahukannya kepada orang lain.

Kepuasan nasabah dipengaruhi antara lain oleh kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan dapat diketahui melalui seberapa jauh perbedaan antara persepsi pelayanan pelanggan yang senyatanya diterima sesuai harapan. Apabila kinerja di bawah harapan, maka kualitas pelayanan kurang baik (nasabah tidak puas). Sebaliknya, bila kinerja sesuai harapan, maka kualitas pelayanan dikatakan baik dan pelanggan akan puas.

Kualitas pelayanan sangat menentukan tingkat kepuasan nasabah terhadap jasa yang ditawarkan. Bila kualitas pelayanan diterima baik berarti nasabah merasa puas, dan hal tersebut akan mendorong nasabah untuk tetap menjadi nasabah yang setia. Sebaliknya,

jika kualitas pelayanan yang diterima kurang baik maka nasabah kurang puas, dan ia mungkin akan terpengaruh dan beralih ke pihak lain.

Penelitian ini bertujuan mengetahui tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan Bank DKI ditinjau dari dimensi-dimensi kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), serta wujud (*tangible*) dan mengetahui atribut-atribut yang harus dipertahankan serta di tingkatkan untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi nasabah.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan terhadap nasabah kredit, khususnya kredit multiguna, di Bank DKI kantor Cabang Gunadarma. Responden yang diambil sebagai sampel dalam penelitian ini adalah nasabah kredit dengan kriteria sudah menjadi nasabah minimum 1 tahun. Penelitian dilakukan kepada staf Universitas

Gunadarma yang menjadi nasabah kredit multiguna di Bank DKI .

Variabel penelitian ini adalah persepsi dan harapan. Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini termasuk kategori data primer. Instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data primer adalah kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah kredit multiguna bank DKI Cabang Gunadarma. Sampel dalam penelitian ini adalah nasabah kredit multiguna di bank DKI khususnya staff tetap Universitas Gunadarma.

Dalam penelitian ini digunakan *probability sampling* dengan metode *simple random sampling* (pengambilan anggota sampel populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi). Disebarkan 50 kuesioner kepada responden.

Ada lima dimensi variabel persepsi dan harapan yang digunakan sesuai dengan Parasuraman dan Zeithaml (1990). Item pertanyaan untuk mengukur setiap dimensi diuraikan dalam Tabel 1.

Tabel 1.
Dimensi Variabel

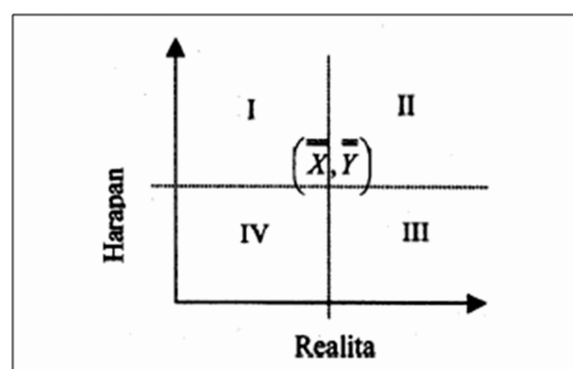
| Dimensi | Atribut |
|----------------|--|
| Realiability | 1. Staff Costumer service bekerja secara terorganisir dan efektif. 2. Staff Costumer service tidak melakukan kesalahan dalam memberikan pelayanan. 3. Staff Bank DKI memberikan pengarahan yang jelas 4. Prosedur kredit Multiguna yang sangat mudah dan cepat 5. Kelonggaran waktu dalam pelayanan. |
| Responsiveness | 6. Kecepatan dan ketanggapan costumer service dalam pelayanan administrasi pelanggan baru. 7. Kecepatan Costumer service dalam menghubungi nasabah bila dokumen kurang. 8. Kecepatan Costumer service dalam memberikan pelayanan kredit 9. Nasabah tidak menunggu lama untuk memperoleh pelayanan kredit 10. Kecepatan staff costumer service dalam menanggapi pertanyaan nasabah. |
| Assurance | 11. Keamanan atas berkas jaminan nasabah 12. Costumer service dapat menjamin kerahasiaan kepentingan nasabah. 13. Profesionalisme dan tanggung jawab dalam menyelesaikan masalah . 14. Ketelitian dalam bertransaksi di Bank DKI 15. Staff bank DKI sabar dan bersahabat dalam melayani nasabah. |

| | |
|----------|---|
| Empathy | 16. Kemudahan nasabah untuk menyampaikan saran dan kritik. 17. Produk dan Jasa yang menguntungkan. 18. Bank yang Handal dan terpercaya. 19. Biaya Administrasi yang murah dan bunga yang ringan. 20. Lokasi Bank yang strategis. 21. Manajemen Kredit yang handal. |
| Tangible | 22. Kecepatan dan efisiensi dalam bertransaksi. 23. Peran Costumer Service memadai. 24. Ketersediaan informasi yang lengkap tentang produk bank. 25. Fasilitas ruang tunggu yang nyaman dan lengkap. 26. Gedung Bagus dan Terawat. |

Diagram *analysis importance and performance matrix* akan membagi Cartesius menjadi 4 kuadran. Kuadran pertama disebut daerah prioritas utama yang harus dibenahi karena harapan tinggi sedangkan persepsi rendah. Kuadran kedua disebut daerah yang harus dipertahankan, karena harapan tinggi dan persepsi juga tinggi. Kuadran ketiga disebut daerah dengan prioritas rendah, karena harapan rendah sedangkan persepsi rendah. Kuadran keempat disebut daerah berlebihan karena harapan rendah sedangkan persepsi tinggi. Jadi daerah pada kuadran empat

Langkah pertama untuk analisis kuadran adalah menghitung rata-rata \bar{X} dan rata-rata harapan \bar{Y} untuk setiap dimensi dan sebanyak atribut yang ada di dimensi yang ada. Langkah selanjutnya adalah menghitung rata-rata tingkat persepsi \bar{X} dan rata-rata harapan \bar{Y} untuk keseluruhan atribut.

Nilai \bar{X} ini memotong tegak lurus pada sumbu horisontal yaitu sumbu yang mencerminkan atribut persepsi (\bar{X}) sedangkan nilai \bar{Y} memotong tegak lurus pada sumbu vertikal yaitu sumbu yang mencerminkan atribut harapan (\bar{Y}). Setelah diperoleh bobot atribut persepsi dan harapan serta nilai atribut rata-rata persepsi dan harapan, kemudian nilai-nilai tersebut diplotkan ke dalam diagram *Cartesius* seperti tampak pada Gambar 1



Gambar 1. Diagram Kartesius Kepuasan Nasabah

Keterangan :

1. Kuadran pertama disebut daerah prioritas utama yang harus dibenahi karena harapan tinggi sedangkan persepsi rendah.
2. Kuadran kedua disebut daerah yang harus dipertahankan, karena harapan tinggi dan persepsi juga tinggi.
3. Kuadran ketiga disebut daerah dengan prioritas rendah, karena harapan rendah sedangkan persepsi rendah.
4. Kuadran keempat disebut dengan daerah berlebihan karena harapan rendah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari pengolahan data primer yang diperoleh disajikan dalam Tabel 2 di bawah ini.

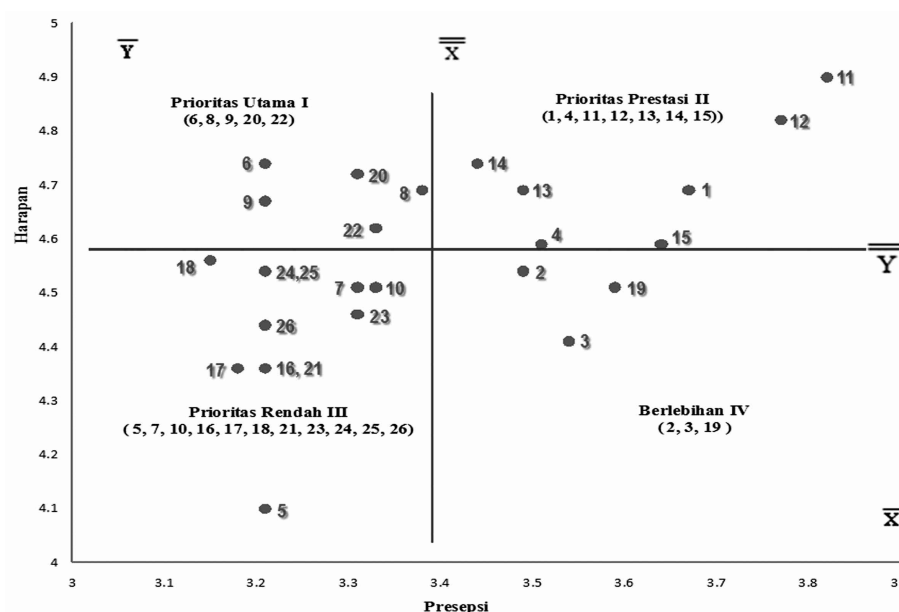
Dari Tabel 2 terlihat bahwa rata-rata keseluruhan harapan = 118,74 dan rata-rata keseluruhan dimensi persepsi = 87,94 dan hasil rata-rata tingkat persepsi $\bar{X} = 3,4$ dan rata-rata harapan $\bar{Y} = 4,57$ untuk keseluruhan atribut. Nilai \bar{X} ini memotong tegak lurus pada sumbu horisontal yaitu

Tabel 2. Hasil rata-rata persepsi & harapan nasabah kredit multiguna Bank DKI

| No. | Pertanyaan | Nilai Rata-rata Persepsi \bar{X} | Nilai Rata-rata Harapan \bar{Y} |
|--|---|------------------------------------|-----------------------------------|
| 1 | Staff Costumer service bekerja secara terorganisir dan efektif | 3.67 | 4.69 |
| 2 | Staff Costumer Service tidak melakukan kesalahan dalam memberikan pelayanan | 3.49 | 4.54 |
| 3 | Staff bank DKI memberikan pengarah awal yang jelas (terkait kebutuhan atas kedatangan konsumen) | 3.54 | 4.41 |
| 4 | Prosedur Kredit Multiguna yang sangat mudah dan cepat . | 3.51 | 4.59 |
| 5 | Kelonggaran waktu Pelayanan. | 3.21 | 4.1 |
| 6 | Kecepatan dan Ketanggapan staff costumer service dalam pelayanan administrasi pelanggan baru. | 3.21 | 4.74 |
| 7 | Kecepatan staff costumer service dalam menghubungi pelanggan bila dokumen yang dibutuhkan kurang. | 3.31 | 4.51 |
| 8 | Kecepatan Staff memberikan pelayanan kredit secara cepat, tepat, dan jelas. | 3.38 | 4.69 |
| 9 | Nasabah tidak menunggu lama untuk memperoleh pelayanan kredit. | 3.21 | 4.67 |
| 10 | Kecepatan Staff Costumer Service dalam menanggapi pertanyaan nasabah. | 3.33 | 4.51 |
| 11 | Keamanan atas berkas jaminan nasabah. | 3.82 | 4.9 |
| 12 | Costumer service dapat menjamin kerahasiaan kepentingan nasabah. | 3.77 | 4.82 |
| 13 | Profesionalisme dan tanggung jawab dalam menyelesaikan masalah. | 3.49 | 4.69 |
| 14 | Ketelitian dalam bertransaksi di bank DKI | 3.44 | 4.74 |
| 15 | Staff Bank DKI sabar dan bersahabat dalam melayani nasabah. | 3.64 | 4.59 |
| 16 | Kemudahan nasabah untuk menyampaikan saran dan kritik. | 3.21 | 4.44 |
| 17 | Produk dan Jasa yang menguntungkan. | 3.18 | 4.36 |
| 18 | Bank yang handal dan terpercaya. | 3.15 | 4.56 |
| 19 | Biaya administrasi yang murah. | 3.59 | 4.51 |
| 20 | Lokasi Bank yang strategis | 3.31 | 4.72 |
| 21 | Managemen kredit yang handal. | 3.21 | 4.36 |
| 22 | Kecepatan dan efisiensi dalam bertransaksi. | 3.33 | 4.62 |
| 23 | Peran Costumer Service memadai. | 3.31 | 4.46 |
| 24 | Ketersediaan informasi yang tentang produk bank. | 3.21 | 4.54 |
| 25 | Fasilitas ruang tunggu bank yang nyaman dan lengkap. | 3.21 | 4.54 |
| 26 | Gedung bagus dan terawat. | 3.21 | 4.44 |
| Total | | 87.94 | 118.74 |
| Rata - Rata \bar{X} dan \bar{Y} | | 3.4 | 4.57 |

sumbu yang mencerminkan atribut persepsi (\bar{X}) sedangkan nilai \bar{Y} memotong tegak lurus pada sumbu vertikal yaitu sumbu yang mencerminkan atribut harapan (\bar{Y}).

bukan merupakan daerah prioritas yang harus dibenahi dalam usaha peningkatan situs terhadap kepuasan nasabah. Diagram *analysis importance and performance matrix* dapat dilihat pada Gambar 2.



Pada Gambar 2 terlihat bahwa letak unsur-unsur atribut yang mempengaruhi kepuasan nasabah terbagi menjadi empat bagian atau kuadran. Interpretasi dan implikasi dari kuadran yang terdapat dalam *Diagram Kartesius* dapat dijelaskan satu persatu di Tabel 3.

kredit secara cepat, tepat, dan jelas (*responsiveness*). Bank DKI Cabang Gunadarma perlu lebih meningkatkan kualitas pelayanan di masa yang akan datang pada dimensi variabel daya tanggap (*responsiveness*) karena dimensi ini mempunyai pengaruh positif paling

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, Suharsimi. 1998. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Edisi Revisi IV. Rineka Cipta: Jakarta.

Kuswanto, Dedy. 2011. *Statistik Untuk Pemula & Orang Awam*. Laskar Aksara: Jakarta.

Natalisa, Diah. 2007. "Survey Kepuasan Pelanggan Program Studi Magister Manajemen Universitas Sriwijaya". *Jurnal Manajemen & Bisnis Sriwijaya* Vol. 5, No 9 Juni 2007.

Gaspersz, Vincent. 1997. *Manajemen Kualitas dalam Industri Jasa*. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.

Santoso, Imam; Rofiq M. Aunur dan Maharani, Sukma. 2011. "Presepsi Konsumen Terhadap Kualitas Bakpao Telo Dengan Metode Importance Performace Analysis." *Jurnal Teknologi Pertanian* Vol.12 No.1 April 2011.

Kitcharoen, Krisana. 2004. "The Importance Performance Analisis Of Service Quality in Administrative Departements Of Private Universities In Thailand." *ABAC Journal* Vol.24. No.3 September – December ,2004 pp 20 -46.

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*. Alfabeta: Bandung.

Tjiptono, Fandy, dan Chandra, Gregorius. 2005. *Service, Quality, & Satisfaction*. Andi: Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy, 1997. *Prinsip-prinsip Total Quality Service*. Andi: Yogyakarta.

Zeithami, V.A, Parasuraman, A, and Berry. 1996. *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. The Free Press: New York.

Tabel 3. Pengelompokan Atribut Kepuasan Nasabah Kredit Multiguna Bank DKI

| Kuadran | No Atribut | Atribut / Dimensi |
|---------|---------------------------------------|---|
| I | 6 | Kecepatan dan ketanggapan staff costumer service dalam pelayanan administrasi pelanggan baru (Responsiveness) |
| | 8 | Kecepatan Staff memberikan pelayanan kredit secara cepat, tepat, dan jelas (Responsiveness) |
| | 9 | Nasabah tidak menunggu lama untuk memperoleh pelayanan kredit (Responsiveness) |
| | 20 | Lokasi Bank yang strategis (Empathy) |
| | 22 | Kecepatan dan efisiensi dalam bertransaksi (Tangible) |
| II | 1 | Staff Costumer service bekerja secara terorganisir dan efektif (Reability) |
| | 4 | Prosedur Kredit Multiguna yang sangat mudah dan cepat (Reability) |
| | 11 | Keamanan atas berkas jaminan nasabah (Assurance) |
| | 12 | Costumer service dapat menjamin kerahasiaan kepentingan nasabah (Assurance) |
| | 13 | Profesionalisme dan tanggung jawab dalam menyelesaikan masalah (Assurance) |
| | 14 | Ketelitian dalam bertransaksi di bank DKI (Assurance) |
| III | 15 | Staff Bank DKI sabar dan bersahabat dalam melayani nasabah (Assurance) |
| | 5 | Kelonggaran waktu Pelayanan (Reability) |
| | 7 | Kecepatan staff costumer service dalam menghubungi pelanggan bila dokumen yang dibutuhkan kurang (Responsiveness) |
| | 10 | Kecepatan Staff Costumer Service dalam menanggapi pertanyaan nasabah (Responsiveness) |
| | 16 | Kemudahan nasabah untuk menyampaikan saran dan kritik (Empathy) |
| | 17 | Produk dan Jasa yang menguntungkan (Empathy) |
| | 18 | Bank yang handal dan terpercaya (Empathy) |
| | 21 | Managemen kredit yang handal (Empathy) |
| | 23 | Peran Costumer Service mamadai (Tangible) |
| | 24 | Ketersediaan informasi yang tentang produk bank (Tangible) |
| | 25 | Fasilitas ruang tunggu bank yang nyaman dan lengkap (Tangible) |
| 26 | Gedung bagus dan terawat (Tangible) | |
| IV | 2 | Staff Costumer Service tidak melakukan kesalahan dalam memberikan pelayanan (Reability) |
| | 3 | Staff bank DKI memberikan pengarah awal yang jelas (terkait kebutuhan atas kedatangan konsumen).(Reability) |
| | 19 | Biaya administrasi yang murah (Empathy) |

Berdasarkan Gambar 3 untuk menentukan prioritas dalam melakukan perbaikan kualitas layanan nasabah kredit multiguna Bank DKI diketahui bahwa pada kuadran I terdapat 5 atribut yang perlu mendapatkan prioritas utama perbaikan karena harapan tinggi dan persepsi responden juga tinggi. Di kuadran II terdapat 7 atribut yang merupakan daerah yang harus dipertahankan karena harapan tinggi dan persepsinya juga tinggi. Pada kuadran III terdapat 11 atribut berprioritas rendah untuk diperbaiki karena harapan rendah dan persepsinya juga rendah, dan pada kuadran IV terdapat 3 atribut yang berada pada daerah berlebihan karena harapan rendah dan persepsi tinggi, jadi bukan prioritas yang harus dibenahi.

besar terhadap kepuasan nasabah dibanding keempat dimesi kualitas pelayanan yang lain .

Hal ini bisa dilakukan dengan mengadakan pelatihan secara periodik kepada karyawan, dan mengadakan test yang dapat mengetahui kemampuan karyawan agar mampu memberikan pelayanan dengan lebih sigap, cepat, tepat dan efisien sehingga nasabah tidak menunggu lama dalam memperoleh pelayanan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pemetaan dengan menggunakan diagram Cartesius terhadap kelima dimensi pelayanan jasa Bank DKI, maka perbaikan kualitas layanan kredit multiguna yang menjadi prioritas utama untuk dibenahi adalah atribut kecepatan dan ketanggapan staf *costumer service* dalam pelayanan administrasi pelanggan baru (*responsiveness*), nasabah tidak menunggu lama untuk memperoleh pelayanan kredit (*responsiveness*), lokasi bank yang strategis (*empathy*), kecepatan dan efisiensi dalam bertransaksi (*Tangible*), kecepatan Staf memberikan pelayanan

