

PENGARUH PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT. Bank Muamalat Rantauprapat

BASYARUL ULYA,SH,MM

NURHAMIDAH SIREGAR,SE

Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Al Washliyah Labuhanbatu

ABSTRAK

Pelayanan yang baik memberikan suatu dorongan kepada nasabah, untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Ikatan seperti ini dalam jangka panjang memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan saksama harapan nasabah serta kebutuhan mereka dengan demikian perusahaan tersebut dapat meningkatkan kepuasan nasabah dimana perusahaan memaksimumkan pengalaman nasabah yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman nasabah yang kurang menyenangkan. Semakin banyaknya masyarakat yang menggunakan jasa perbankan, maka pelayanan menjadi sangat penting untuk memenangkan persaingan.

Judul penelitian ini adalah Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Muamalat Rantauprapat, adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pelayanan (*tangibles, reliability, resposiveness, assurance dan empatty*) terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Muamalat Rantauprapat.

Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi dengan menggunakan skala likert dan metode penentuan sampel yang digunakan adalah aksidental sampling sebanyak 52 sampel. Metode analisis yang digunakan adalah metode regresi linear sederhana. Dan setelah data dianalisis menggunakan program SPSS, didapat hasil bahwa semua variabel bebas baik secara parsial atau bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Kata kunci :Pelayanan, Kepuasan Nasabah

PENDAHULUAN

Lembaga perbankan merupakan instrumen penting bagi pemerintah dalam mengendalikan kebijakan keuangan dan moneter dalam menstabilkan serta meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Sebagai perusahaan jasa, bank dituntut semakin profesional, dapat dipercayai dan unggul dalam pelayanan serta dapat mengimbangi perubahan keinginan nasabah secara efektif.

Perbankan harus mampu beradaptasi dengan lingkungan bisnis yang terus berubah-ubah dan terus mengikuti kebutuhan pasar agar dapat bertahan dan berhasil menjalankan usahanya. Faktor pelayanan merupakan hal yang sangat penting bagi usaha perbankan, karena bisnis perbankan merupakan bisnis layanan (*service*). Bank yang memberikan pelayanan lebih baik akan diminati oleh para nasabah, sehingga dapat mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasarnya serta bersaing di bisnis jasa perbankan.

Pelayanan yang diterima nasabah dapat dijadikan standar dalam menilai kinerja suatu bank yang berarti kepuasan nasabah adalah suatu hal yang sangat penting dalam mempertahankan nasabah dan untuk mendapatkan calon nasabah. Nasabah yang mendapatkan pelayanan yang baik dan merasa puas cenderung akan melakukan pembelian jenis produk dan jasa di tempat yang sama.

Nasabah dikatakan puas apabila terdapat kesesuaian antara harapan nasabah setelah mengevaluasi suatu produk dengan layanan yang diterimanya. Makin baik pelayanan yang diterima nasabah, maka akan semakin tinggi kemungkinan nasabah akan melakukan pembelian ulang atau loyal terhadap bank. Bank sebagai lembaga keuangan dalam menjalankan kegiatan bisnis tidak luput dari permasalahan yang sering dihadapi, yang tentu saja bisa berpengaruh pada sektor usaha. Maka, peran bank di sektor jasa memiliki peranan yang amat penting dalam meningkatkan pelayanan dan kepuasan bagi para nasabah.

Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan nasabah maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi agar dapat menciptakan kepuasan bagi nasabahnya. Dalam kondisi persaingan yang ketat seperti ini, hal utama yang harus diprioritaskan oleh perusahaan yang bergerak dalam bidang pelayanan/jasa adalah kepuasan nasabah agar dapat bertahan, bersaing, dan menguasai pangsa pasar.

Kepuasan nasabah ditentukan oleh pelayanan jasa yang dikehendaki nasabah, sehingga jaminan pelayanan menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan sebagai tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan tersebut. Pelayanan dalam perusahaan jasa merupakan hal yang sangat penting dari sudut pandang nasabah. Nasabah tidak hanya menilai dari hasil jasa, tetapi juga dari proses penyampaian jasa tersebut.

Nasabah diibaratkan seorang raja yang harus dilayani, namun hal ini bukan berarti menyerahkan segala-galanya kepada nasabah. Usaha memuaskan kebutuhan nasabah harus dilakukan secara menguntungkan atau bersifat “win-win situation” yaitu dimana kedua belah pihak merasa senang atau tidak ada yang dirugikan. Kepuasan nasabah merupakan suatu hal yang sangat berharga demi mempertahankan keberadaan nasabahnya tersebut untuk tetap berjalannya suatu bisnis atau usaha. Pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian nasabah terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*expected service*). Agar dapat bersaing, bertahan hidup, dan berkembang, maka perusahaan dituntut untuk mampu memberikan pelayanan berkualitas yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah. Seiring dengan terus berkembangnya perusahaan dan untuk lebih menampilkan citra positif perusahaan.

Selain itu, semakin banyaknya persaingan dalam industri jasa memaksa PT. Bank Muamalat Rantapratap untuk mencari strategi yang paling tepat guna memenangkan persaingan. Salah satu strategi untuk meraih kesuksesan dalam industri jasa adalah dengan cara menciptakan kepuasan nasabah. Oleh karena itu, PT. Bank Muamalat Rantapratap

sangat memprioritaskan jasa dengan memberikan pelayanan dan fasilitas-fasilitas unggulan yang tidak dimiliki oleh pesaing yang tentunya akan berakibat pada kepuasan yang diperoleh nasabah.

Penelitian ini dirancang untuk menguji tingkat pelayanan terhadap kepuasan nasabah dan untuk mengetahui apakah pelayanan berupa wujud fisik (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan kepedulian (*emphaty*) berpengaruh pada kepuasan nasabah. Dalam industri jasa, nasabah pasti berharap untuk mendapatkan pelayanan yang baik, sementara itu di pihak lain pemberi jasa juga mempunyai standar dalam memberikan jasanya.

Demikian juga dalam dunia perbankan yang merupakan industri jasa, nasabah sebagai pelanggan pasti mempunyai harapan terhadap jasa tertentu yang mungkin berbeda dengan pemberi pelayanan.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk dapat melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Muamalat Rantauprapat"**

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilaksanakan pada PT. Bank Muamalat Rantauprapat yang terletak di Jalan. A. Yani No. 171 Rantauprapat Kabupaten Labuhanbatu Sumatera Utara. Dan Waktu Penelitian Mulai dari Maret Sampai Januari

Populasi

Populasi adalah keseluruhan dari sekumpulan elemen atau objek dan subjek yang memiliki sejumlah karakteristik umum yang diminati oleh peneliti untuk dipelajari, diteliti dan kemudian ditarik kesimpulan. (Sugiyono,2010:73). Populasi yang diambil dalam

penelitian ini adalah nasabah yang melakukan transaksi pada PT. Bank Muamalat Rantauprapat yang berumur 20-30 tahun dan 31-40 tahun.

Sampel

Sugiyono (2010:73) mendefenisikan sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi”. Metode pengambilan sampel menggunakan metode *Nonprobability Sampling* dengan menggunakan teknik *Sampling Incidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/*incidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Untuk menentukan jumlah sampel digunakan rumus Supramono dan Haryanto (2006:84). Alternatif formula yang digunakan untuk menentukan sampel pada populasi yang sulit diketahui adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{(Z.\alpha)^2 .(p).(q)}{d^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

Z, α = Nilai standar normal yang besarnya tergantung α

Bila $\alpha = 0,05$ Z = 1,67

p = Estimator proporsi populasi yang sesuai kriteria sampel

q = Proporsi populasi yang tidak sesuai kriteria sampel (1-p)

d = Penyimpangan yang ditolerir 10%

Untuk keperluan penelitian, berdasarkan *survey* yang dilakukan oleh penulis secara acak pada 30 orang nasabah PT. Bank Muamalat Rantauprapat pada bulan **Februari 2018** ditemukan 25 orang yang melakukan transaksi pada teller PT. Bank Muamalat Rantauprapat (75%) p = 0,75 dan 5 orang lainnya (25%) q = 0,25 tidak melakukan transaksi pada teller melainkan melakukan komplain pada bagian *customer service* pada PT. Bank Muamalat

Rantauprapat yang berumur 20-30 tahun dan 31-40 tahun. Dengan menggunakan rumus tersebut maka dapat menghasilkan jumlah sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{(Z\alpha)^2 (p).(q)}{(d)^2}$$

$$n = \frac{(1,67)^2 (0,75).(0,25)}{(0,1)^2}$$

= 52,29 = 52 orang. Maka sampel dalam penelitian ini adalah 52 responden.

Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2010:95) variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan variabel dalam penelitian ini penulis merumuskan terdiri dari variabel bebas dan terikat yaitu:

1. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).

X = Pelayanan

Pelayanan adalah ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu jasa dalam hal kemampuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat leten, dengan menekankan pada orientasi pemenuhan harapan nasabah.

2. Variabel Terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

Y = Kepuasan nasabah

Kepuasan nasabah merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu jasa dan harapan-harapannya.

Instrumen Pengumpulan Data

Menurut Arikunto (2009:101) instrumen pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya. Adapun instrumen pengumpulan data sebagai berikut :

1. Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lainnya. Yaitu wawancara dan kuesioner.
2. Wawancara yaitu melakukan tanya jawab dengan Nasabah yang menjadi responden penelitian, yang berkaitan dengan Pelayanan dan Kepuasan Nasabah
3. Kuesioner (Angket) yaitu seperangkat pertanyaan tertulis yang disusun oleh peneliti yang berisikan pertanyaan-pertanyaan tentang variabel kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah.

PEMBAHASAN

Sesuai dengan hasil jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan yang ditujukan terkait dengan variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian, dan hasil pengujian secara statistik terhadap hipotesis yang diajukan, maka dapat disesuaikan beberapa hal yang merupakan temuan-temuan dalam penelitian.

R Square sebesar 0,489 berarti 48,9% faktor-faktor Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Muamalat Rantau Prapat dapat dijelaskan oleh Pelayanan. Sedangkan sisanya 51,1% dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Statistik Deskriptif Responden

Berdasarkan hasil statistik deskriptif responden bahwa responden berdasarkan jenis kelamin paling dominan dalam penelitian ini adalah perempuan sebanyak 31 orang atau sebesar 59,61% dan responden terkecil adalah jenis kelamin laki-laki sebanyak 21 orang atau sebesar 40,38%. Dari hal ini menunjukkan bahwa Nasabah perempuan merupakan konsumen yang potensial dalam melakukan transaksi dari pada laki-laki.

Dari data responden Nasabah pada PT. Bank Muamalat Rantau Prapat diperoleh bahwa yang berumur 20-30 tahun lebih banyak melakukan transaksi yaitu sebanyak 21 (40,38%) responden. Dapat dilihat bahwa perbedaan kondisi individu seperti usia sering kali dapat memberikan perbedaan perilaku seseorang untuk melakukan transaksi pada sebuah Bank.

Statistik Deskriptif Variabel

Untuk hasil statistik deskriptif variabel Pelayanan yaitu 38 orang (73,1%) Nasabah Setuju bahwa PT. Bank Muamalat Rantau Prapat memiliki kesesuaian produk-produk dan jasa dari segi spesifikasi nasabah. Jelas bahwa Pelayanan PT. Bank Muamalat Rantau Prapat mampu memenuhi Kepuasan Nasabah.

Mengenai variabel Kepuasan Nasabah, PT. Bank Muamalat Rantau Prapat 25 orang (48,1%) Sangat Setuju bahwa untuk menganalisa kebutuhan nasabah, sebelum menggunakan produk dan jasa PT. Bank Muamalat Rantau Prapat ini menunjukkan bahwa dalam melakukan transaksi terlebih dahulu dianalisa produk-produk dan jasa yang akan didapatkan apakah sesuai dengan kebutuhan atau tidak.

Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan uji t variabel Pelayanan (X) mempunyai nilai $t_{hitung} (3,217) > t_{tabel} (1,674)$ yang berarti H_0 diterima dan H_a ditolak. Dengan nilai signifikan lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau $0,002 < 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan variabel Pelayanan (X) berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Muamalat Rantau Prapat pada $\alpha = 5\%$.

Hal ini sejalan dengan pengertian yang dikemukakan oleh Kotler (2007:177) Perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Dari definisi diatas kita bisa melihat bahwa kepuasan merupakan fungsi dari persepsi / kesan atau kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan, nasabah tidak puas dan jika kinerja

memenuhi harapan nasabah puas. Jika kinerja melebihi harapan nasabah amat puas atau senang. Untuk mewujudkan suatu pelayanan yang baik bagi nasabah yang bermuara pada kepuasan nasabah, maka pihak bank harus mampu mengidentifikasi siapa nasabahnya sehingga akan mampu memahami tingkat persepsi dan harapan atas pelayanan.

Hal yang penting, karena kepuasan nasabah merupakan perbandingan antara persepsi dengan harapan nasabah terhadap pelayanan yang dirasakan. Pelayanan yang diberikan oleh bank dalam memenuhi harapan nasabah dalam bentuk tampilan fisik yang dimiliki bank, keandalan, kepedulian dan perhatian, daya tanggap, dan jaminan nasabah, akan dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Artinya semakin baik pelayanan yang diberikan oleh bank, maka nasabah akan semakin merasa puas terhadap pelayanan tersebut.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa:

Berdasarkan hasil analisis koefisien regresi antara dimensi pelayanan terhadap kepuasan nasabah semuanya positif. Dimana pengaruh perubahan naik/turunnya variabel pelayanan terhadap kepuasan nasabah signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik dimensi pelayanan yang meliputi keandalan, jaminan, bukti fisik, komunikasi dan tanggapan maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah.

Secara parsial variabel Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Muamalat

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. 2009. *Repository.upi.edu.s-prs-0800695-chapter. Intrumen Pengumpulan Data*.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. (Edisi Revisi). Jakarta : Rineka Cipta
- E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4, No. 7, 2015 : 1984-2000 ISSN: 2302-8912
- Freddy Rangkuti, 2004, *Riset Pemasaran*. Cetakan Kelima, PT. Gramedia Pustaka Utama Jakarta.
- Iskandar, Bukhhari. 2015. *Panduan Seminar Proposal Dan Skripsi*. Rantauprapat: Perpustakaan Univa Labuhanbatu.
- Kasmir, 2004, *Pemasaran Bank*, Prenada Media, Jakarta.
- Kasmir, 2005, *Etika Customer Service*, Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Penerbit Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Kasmir. 2005 *Dasar-Dasar Perbankan*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Kotler, Philip 2007, Alih Bahasa: Benyamin Molan, Penyunting: Bambang Sarwiji.
- Kotler, Philip, 2007, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I dan II, terjemahan Hendra Teguh, Penerbit : PT. Prenhalindo, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2001, *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*, Jakarta : PT. Prehallindo.
- Lupiyadi, 2004, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua, Penerbit Salemba Empat. Jakarta
- Parasuraman, 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: UI Press
- Pasal 1 ayat (17) Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan.
- Pasal 1 ayat (18) Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan.
- Priyanto, Duwi. 2009. *Mandiri Belajar SPSS*. Cetakan Ketiga. Penerbit Mediakom. Jakarta
- Prandita Luli, Iriani Styo Sri, 2013. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Emosional terhadap Kepuasan Pelanggan Sogo Departement Store", *Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya*. Volume 1 Nomor 2 Tahun 2013.
- Putra, Resha, 2011, *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah di PT. BNI 46 Cabang Gorontalo*. Skripsi : Gorontalo.

