



PENGARUH KUALITAS LAYANAN CUSTOMER SERVICE TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT. BANK RAKYAT INDONESIA UNIT DOPING SENKANG PROVINSI SULAWESI SELATAN

Abdul Hafid¹, Ibadurrahman²

¹Universitas Indonesia Timur, Makassar

²Universitas Indonesia Timur, Makassar

abdulhafidasad@gmail.com

Info Artikel	Abstrak
<p>Keywords: Kualitas Layanan, Customer Service, Kepuasan Nasabah</p>	<p>Kualitas pelayanan yang diberikan akan sangat mempengaruhi kepuasan dari nasabah, semakin baik layanan yang diberikan maka semakin besar pula kemungkinan nasabah merasakan kepuasan atas layanan yang diberikan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pelayanan <i>customer service</i> pada nasabah Bank Rakyat Indonesia Unit Doping Sengkang Provinsi Sulawesi Selatan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh <i>Frontline officer</i> pada Kantor Bank Rakyat Indonesia Unit Doping Sengkang Provinsi Sulawesi Selatan sebanyak 108 dan sampel sebanyak 47 orang. Analisis data yang digunakan adalah regresi sederhana. Hasil penelitian menunjukkan koefisien determinasi (Adjusted R square) adalah 0,673 yang mengandung pengertian bahwa kualitas layanan customer berpengaruh sebesar 67,3% terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan sisanya sebesar 33,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Tingkat signifikan dari kualitas layanan customer adalah $0,00 < 0,05$ yang berarti terdapat pengaruh signifikan dari variabel kualitas layanan <i>customer service</i> terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Doping Sengkang Provinsi Sulawesi Selatan. Dengan Demikian H_0 diterima dan H_a ditolak.</p>

PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis, persaingan menjadi sesuatu yang mutlak harus dihadapi oleh setiap perusahaan. Setiap perusahaan pasti akan mendapatkan pesaing, seperti halnya dalam hal perbankan dimana banyak sekali bank-bank yang saling bersaing satu sama lain untuk mendapatkan nasabah. Oleh karena itu, salah satu cara yang dilakukan oleh bank dalam menarik nasabah adalah dengan menyediakan layanan yang terbaik kepada setiap nasabah sehingga nasabah merasa puas dengan apa yang telah diberikan oleh bank dalam hal pelayanan yang tentunya akan membuat nasabah menjadi loyal kepada bank karena merasa diperhatikan oleh pihak bank. Saat ini, pihak bank saling berlomba untuk memberikan sebuah layanan yang terbaik kepada setiap nasabah dengan menawarkan berbagai macam produk dan jasa yang bisa digunakan oleh nasabah. Oleh karena itu, pihak bank selalu berusaha meningkatkan kualitas layanannya kepada nasabah agar nasabah merasa puas dengan layanan yang diberikan.

Pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan tujuan utama setiap perusahaan. Setiap perusahaan tentu ingin memiliki banyak pelanggan atau konsumen, karena itu perusahaan selalu berupaya memberikan yang terbaik kepada setiap konsumen agar konsumen bisa merasa puas atas apa yang telah diberikan oleh perusahaan, karena bagi perusahaan konsumen atau pelanggan merupakan aset yang harus dijaga. Karena itu, tugas utama perusahaan yaitu mempertahankan pelanggan dan untuk mempertahankan pelanggan maka tentu harus memberikan sesuatu yang terbaik sehingga pelanggan merasa puas dengan apa yang telah diberikan perusahaan. Pelayanan yang terbaik merupakan salah satu hal yang bisa membuat pelanggan bisa merasa puas dan membuat pelanggan selalu ingin menggunakan jasa atau layanan dari perusahaan. Hasil penelitian Istianto dan Tyra (2012) menemukan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan rumah makan kitty resto. Dengan kata lain, bahwa semakin baik kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan, maka akan semakin besar pula kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan.

Pada Bank Rakyat Indonesia (BRI) Unit Doping Sengkang Provinsi Sulawesi Selatan selalu berupaya untuk terus memberikan pelayanan yang terbaik kepada setiap nasabahnya. Salah satu cara yang dilakukan oleh pihak bank BRI adalah dengan mengoptimalkan peran dari pegawainya dalam hal ini *frontliner*. Peran dari *frontliner* sangat penting karena mereka inilah yang akan menjadi ujung tombak dalam memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah sehingga nasabah tersebut merasa puas dan terdorong untuk menjadi nasabah yang loyal. *Frontliner* pada Bank adalah petugas yang berhadapan langsung dengan nasabah. Karena itu, *Frontliner* ini harus selalu mengeluarkan kemampuan terbaiknya dalam memberikan layanan kepada nasabah agar nasabah merasa dilayani dengan baik, cepat dan tepat. *Frontliner* sendiri terdiri dari *customer service*, dan *teller*. Untuk dapat melakukan tugas pelayanan dengan baik kepada nasabah, maka petugas *frontliner* perlu dibekali kemampuan dan keterampilan yang baik untuk melayani. Karena itu, perlu adanya pelatihan atau pembekalan yang harus diberikan kepada pegawai (petugas) mulai dari penampilan luar, teknik melayani, bagaimana bersikap dalam melayani dan kemudian ditambah pembekalan dari.

Berdasarkan hal tersebut, dimana peran dari petugas *frontliner* sangat vital dalam memberikan layanan kepada nasabah. Semakin bagus kualitas layanan yang diberikan, maka tentu akan semakin meningkatkan kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah salah satunya dipengaruhi oleh kualitas pelayanan *frontliner*. Dengan adanya kualitas pelayanan petugas *frontliner* yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, maka berpengaruh juga dalam peningkatan bank itu sendiri.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah kualitas layanan customer service berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Doping Sengkang Provinsi Sulawesi Selatan. Menurut Aritonang (2005) bahwa pelayanan bagian dari kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan secara handal, dapat dipercaya, akurat, dan bertanggungjawab atas apa yang telah dijanjikan. Dari uraian ini bisa disimpulkan bahwa bahwa pelayanan merupakan salah satu pemberian rasa kepuasan kepada konsumen dengan memberikan layanan yang bisa dipercaya oleh konsumen, bisa diandalkan serta

cepat atau akurat dalam setiap layanan yang berikan sesuai dengan apa yang telah dijanjikan oleh perusahaan.

Kualitas layanan merupakan salah cara untuk memberikan layanan dan kepuasan kepada konsumen agar merasakan rasa senang dan bahagia dalam memeproleh layanan yang terbaik dari penyedia layanan. Menurut Supranto (2006) bahwa kualitas pelayanan merupakan sebuah kata, yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dilaksanakan atau dikerjakan dengan baik. Dimana penyedia jasa harus melaksanakan pelayanan sesuai dengan ketentuan atau prosedur dan melakukan yang terbaik bagi perusahaan dan pelanggan / pengguna jasa. Sedangkan menurut Ibrahim (2008:22) bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu keadaan yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang dimana penilaian kualitas ditentukan saat terjadinya pemberian pelayanan kepada konsumen atau pelanggan.

Dalam memberikan pelayanan ada dua bentuk layanan yang bisa diberikan yaitu, pelayanan yang dilakukan dengan baik dan pelayanan yang dilakukan dengan cara tidak baik. Menurut Wood (2009) dalam memberikan layanan kepada nasabah maka ada hal-hal yang harus diperhatikan yaitu bagaimana menciptakan kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan. Puas berarti nasabah merasa bahwa semua keinginan serta kebutuhannya diberikan secara cepat dan tepat waktu. Pelayanan yang baik tentu akan menciptakan hal-hal yang positif bagi perusahaan. Karena pelanggan atau konsumen bisa merasa puas dengan pelayanan yang diberikan yang tentunya akan meningkatkan kepercayaan pelanggan kepada perusahaan.

Pelayanan yang buruk akan memberikan dampak yang fatal bagi perusahaan. Pelayanan yang kurang baik akan menciptakan rasa tidak puas dari pelanggan sehingga bisa berdampak pada menurun atau bahkan hilangnya kepercayaan pelanggan kepada perusahaan. Bila pelayanan yang diberikan tidak baik atau tidak memuaskan kepada pelanggan, maka akan memberi dampak buruk bagi perusahaan. Karena pelanggan merasa tidak puas atas pelayanan yang diberikan (Sinambela, 2012).

Petugas Bank yang bertanggung jawab atas pelaksanaan fungsi pembukaan rekening, penutupan rekening, pencairan deposito, sertapenyediaan informasi kepada nasabah. Menurut Awaluddin (2011: 24) *customer service* adalah setiap kegiatan yangdiperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah melalui pelayanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah. Seorang *customer service* memegang peranan yang sangat penting di samping memberikanpelayanan juga sebagai pembina hubungan dengan masyarakat atau *public relation*. Tugas dan fungsi bagian *customer service* menurut faisal (2008: 167) adalah sebagai berikut: (1) Melayani pelanggan atau nasabah dalam memberikan informasi kepada nasabah tentang produk-produk, jasa dan persyaratan-persyaratan yang terkandung dari setiap jenis produk bank. (2) Melaksanakan tahapan awal administrasi dalam pembukuan rekening. (3) Memelihara hubungan yang baik dengan pelanggan atau nasabah dalam pemberian informasi. (4) Memberikan informasi produk-produk dan jasa bank kepada calon nasabah. Menurut Musanto (2004) mengatakan bahwa kepuasan

pelanggan merupakan suatu tindakan dimana keinginan, kebutuhan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang berdampak pada adanya pembelian ulang yang dilakukan oleh pembeli secara berkelanjutan. Menurut Kotler (Wiwik, 2017) bahwa kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara hasil kerja produk atau jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan. Sedangkan menurut Hendi (2002) kepuasan adalah hasil penilaian konsumen bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang.

Jadi, kepuasan merupakan perasaan senang atas apa yang telah didapatkan dari sebuah layanan yang diterimanya atas produk atau jasa yang digunakan yang menciptakan rasa senang dan bahagia dalam diri seseorang. Kepuasan tentu lahir dari sebuah proses yang dialami oleh seseorang atas sesuatu yang membuat dirinya merasa senang. Untuk mewujudkan dan mempertahankan kepuasan pelanggan, maka perusahaan harus melakukan hal sebagai berikut sebagaimana diungkapkan oleh (Tjiptono, 2004), yaitu: (1) Mengidentifikasi siapa pelanggannya; (2) Memahami tingkat harapan pelanggan atas kualitas barang dan jasa; (3) Memahami strategi kualitas layanan yang di harapkan pelanggan; dan (4) Memahami siklus pengukuran dan timbal balik dari kepuasan pelanggan. Menurut Kotler (2007) bahwa ada 4 metode pengukuran kepuasan pelanggan yaitu : Sistem keluhan dan saran, survei kepuasan nasabah, *ghost shopping*, dan *last Customer Analysis*.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh *Frontline officer* pada Kantor Bank Rakyat Indonesia Unit Doping Sengkang Provinsi Sulawesi Selatan sebanyak 108 orang. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 47 Orang. Metode pengumpulan data dengan cara angket, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi liner sederhana dengan program SPSS.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Dalam hal ini, maka digunakan item pertanyaan yang diharapkan dapat secara sah atau valid dapat mengungkapkan variabel yang akan diukur. Kriteria yang digunakan untuk menyatakan suatu instrument dianggap layak digunakan dalam melakukan pengujian hipotesis, apabila nilai *Correted Item Total Correlation* > nilai 0,30. Untuk lebih jelasnya bisa dilihat hasil validitas dibawah ini:

a. Variabel kualitas layanan customer (X)

Hasil Uji validitas variabel kualitas layanan *customer* (X) dapat dilihat pada tabel 1 berikut:

Tabel 4. 1

Validitas kualitas layanan *customer* (X)

Variabel	Pernyataan	Corrected Item-Total Correlation	Cut of Point	Ket
kualitas layanan <i>customer</i> (X)	X1.1	0,589	0,30	Valid
	X1.2	0,717	0,30	Valid
	X1.3	0,716	0,30	Valid
	X1.4	0,610	0,30	Valid
	X1.5	0,769	0,30	Valid
	X1.6	0,592	0,30	Valid
	X1.7	0,636	0,30	Valid
	X1.8	0,444	0,30	Valid
	X1.9	0,622	0,30	Valid
	X1.10	0,710	0,30	Valid
	X1.11	0,650	0,30	Valid
	X1.12	0,653	0,30	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 1 diatas dapat dikatakan bahwa seluruh kuesioner atau pernyataan mengenai variabel X dalam hal ini (Kualitas Layanan *customer*) dapat dikatakan valid karena nilai dari R-hitung yang diperoleh dari setiap item pernyataan lebih besar dibandingkan nilai R-tabel.

b. Variabel kepuasan nasabah (Y)

Hasil Uji validitas variabel kepuasan nasabah (Y) dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. 2
Validitas kepuasan nasabah (Y)

Variabel	Pernyataan	Corrected Item-Total Correlation	Cut of Point	Ket
Kepuasan nasabah (Y)	Y1.1	0,673	0,30	Valid
	Y1.2	0,418	0,30	Valid
	Y1.3	0,596	0,30	Valid
	Y1.4	0,694	0,30	Valid
	Y1.5	0,687	0,30	Valid
	Y1.6	0,604	0,30	Valid
	Y1.7	0,683	0,30	Valid
	Y1.8	0,723	0,30	Valid
	Y1.9	0,595	0,30	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 2 diatas dapat dikatakan bahwa seluruh kuesioner atau pernyataan penelitian mengenai variabel Y (Kepuasan nasabah) dapat dikatakan valid karena nilai dari R-hitung dari setiap item pernyataan lebih besar dibandingkan nilai R-tabel.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas diukur dengan membandingkan nilai *alpha cronbach* dengan nilai batas yaitu 0,6. Apabila nilai cronbach's alpha yang di dapat lebih besar dari pada nilai batas, maka data dinyatakan reliabel atau dapat diterima.

Tabel 4. 3

Reliabilitas variabel kualitas layanan *customer* (X)
dan kepuasan nasabah (Y)

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Nilai Batas	Ket
Kualitas layanan customer (X)	0,800	0,60	Reliabel
Kepuasan nasabah (Y)	0,779	0,60	Reliabel

Sumber: Data primer Diolah, 2019

Berdasarkan tabel 3 di atas, diketahui bahwa nilai *cronchach Alpha* semua variabel yakni kualitas layanan *customer* (X) dan kepuasan nasabah (Y) > nilai batas (0,6). Maka dapat dinyatakan bahwa aitem-aitem pernyataan dalam variabel penelitian dinilai baik atau reliabel/handal sebagai alat pengumpul data.

3. Uji Regresi Linear Sederhana

Regresi Linear Sederhana merupakan metode statistic yang digunakan untuk menguji sejauhmana hubungan antara variabel X dan Y. Adapun pengujian dalam penelitian ini adalah kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah.

Tabel 4 Regresi Linear

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.657 ^a	.773	.673	.958

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4 diatas diketahui bahwa besarnya nilai korelasi atau hubungan (R) yaitu sebesar 0,657 dan dijelaskan besarnya persentase pengaruh kualitas layanan *customer* (X) terhadap kepuasan nasabah (Y) yang disebut koefisien determinasi yang merupakan hasil kuadran dari nilai R. besarnya koefisien determinasi (Adjusted R square) adalah 0,673 yang mengandung pengertian bahwa kualitas layanan *customer* berpengaruh sebesar 67,3% terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan sisanya sebesar 33,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 4.5
Nilai Coefficients

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.374	1.302		1.823	.076
	Kepuasan nasabah	1.275	.033	.987	38.166	.000

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Pada hasil analisis regresi linear diketahui bahwa nilai constant (a) = 2,374, sedangkan nilai b (kepuasan nasabah) = 1,275 sehingga persamaan regresinya adalah:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 2,374 + 1,275X$$

Persamaan diatas dapat diterjemahkan bahwa:

- 1) Konstanta sebesar 2,374 menyatakan bahwa jika tidak ada nilai kualitas layanan *customer* maka nilai kepuasan nasabah tetap 1,275.
- 2) Koefisien Regresi dari kepuasan nasabah sebesar 1,275 menyatakan bahwa setiap penambahan satu nilai kualitas layanan *customer* maka nilai kepuasan nasabah akan bertambah 1,275.

Berdasarkan tabel 5 di atas maka variabel pelayanan karyawan memiliki nilai t hitung 0,076 dengan signifikansi $0,00 < 0,05$ yang artinya bahwa terdapat pengaruh kualitas layanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) Unit Doping Sengkang Provinsi Sulawesi Selatan. Dalam hal ini H_a Diterima dan H_0 ditolak.

Dari hasil analisis data yang telah dilakukan diatas, maka bisa dikatakan bahwa nilai korelasi atau hubungan (R) yaitu sebesar 0,657 dan dijelaskan besarnya persentase pengaruh kualitas layanan *customer* (X) terhadap kepuasan nasabah (Y) yang disebut koefisien determinasi yang merupakan hasil kuadrat dari nilai R . besarnya koefisien determinasi (Adjusted R square) adalah 0,673 yang mengandung pengertian bahwa kualitas layanan *customer* berpengaruh sebesar 67,3% terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan sisanya sebesar 33,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pada hasil analisis regresi linear diketahui bahwa nilai Constant (a) = 2,374 sedangkan nilai b (kepuasan nasabah) = 1,275 sehingga persamaan regresinya adalah $Y = a + bX$ atau $Y = 2,374 + 1,275X$

Berdasarkan analisis regresi sederhana diketahui bahwa variabel pelayanan karyawan memiliki nilai signifikansi 0,000, dengan nilai cronbach alpha (derajat signifikansi) 0,05 artinya $0,00 < 0,05$ yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan kualitas layanan *customer* terhadap kepuasan nasabah.

Ini menandakan bahwa terdapat pengaruh kualitas layanan *customer* terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Doping Sengkang Provinsi Sulawesi Selatan. Dengan demikian, H_a diterima dan H_0 ditolak karena signifikan. Penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Felita Sasongko (2013) yang meneliti tentang pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Restoran Ayam Penyet Ria. Hasil penelitian yang didapatkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen sebanyak 71,2%.

Jika merujuk dari apa yang telah menjadi temuan dalam penelitian ini, dimana kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Doping Sengkang Provinsi Sulawesi Selatan. Hal ini berarti bahwa pelayanan yang diberikan oleh petugas atau pegawai *customer service* di Bank Rakyat Indonesia Unit Doping Sengkang sudah cukup baik dimana konsumen atau nasabah yang datang ke Bank Rakyat Indonesia Unit Doping Sengkang mendapatkan pelayanan yang baik dan bisa memuaskan nasabah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian maka bisa disimpulkan bahwa kualitas layanan *Customer Service* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Doping Sengkang Provinsi Sulawesi Selatan. Hal ini berarti bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh para petugas sudah cukup baik, dimana nasabah yang dilayani cukup puas dengan pelayanan yang diberikan oleh petugas pihak bank BRI. Untuk itu, layanan *customer service* dapat lebih ditingkatkan lagi agar kepuasan nasabah dapat lebih meningkat lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Majid, Suharto. 2005. *Customer Service dalam Bisnis Jasa Transportasi*. Jakarta: Rajawali Pers
- Awaluddin. 2011. *Manajemen Bank Syariah*. Makassar: Alauddin University Press.
- Aritonang, Lerbin R. 2005. *Kepuasan Pelanggan. Pengukuran dan penganalisisan dengan SPSS*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Faisal, Afif dkk. 2008. *Strategi dan Operasional Bank*. Bandung: Erosco.
- Hendi, Irawan. 2002. *10 Prinsip kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Ibrahim, Amin. 2008. *Teori dan Konsep Pelayanan Publik Serta Impelementasinya*. Bandung: Mandar Maju
- Istianto dan Tyra. 2011. *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap kepuasan pelanggan rumah makan kitty resto*. Jurnal Ekonomi Dan Informasi Akuntansi, 1(3) h. 275-293
- Kotler. Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks
- Supranto. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan: Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tjiptno, Fandy. 2004. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Wiwik. 2017. Pengaruh kualitas pelayanan frontliner di perbankan. Tesis. Medan
- Wood, Ivonne. 2009. *Layanan Pelanggan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.