

PENGARUH PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH TABUNGAN BRITAMA PADA PT BANK RAKYAT INDONESIA (Persero) Tbk CABANG SEMARANG PANDANARAN

**Sigit Sujarwo
D2D 604 237**

Pendahuluan

Dewasa ini tuntutan dan kebutuhan masyarakat akan jasa produk perbankan semakin meningkat, seiring meningkatnya pengetahuan atau kemajuan. Agar masyarakat mau menyimpan uangnya di bank, maka pihak perbankan memberikan rangsangan berupa balas jasa yang akan diberikan kepada para nasabah. Rangsangan tersebut dapat berupa kemudahan dalam pembukaan rekening tabungan, bunga yang tinggi, hadiah-hadiah/souvenir, gratis biaya transfer antar rekening, jaminan keamanan atas dana yang disimpan nasabah, fasilitas ATM yang tersebar di seluruh Indonesia, nasabah dapat mengambil dan menyetor setiap harinya tanpa dibatasi.

Pada situasi persaingan perbankan, bank-bank membutuhkan usaha yang keras untuk mendapat calon nasabah dan mempertahankan yang sudah ada di tangan. Keberhasilan usaha tersebut sangat ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas. Kualitas pelayanan tercermin dari kepuasan nasabah untuk melakukan penggunaan ulang jasa Perbankan. Kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa atau produk yang ditawarkan dapat dijadikan masukan bagi pihak manajemen untuk meningkatkan dan memperbaiki kualitas pelayanan yang diberikan. Untuk itu karyawan bagian pelayanan sebaiknya selalu memantau kepuasan yang dirasakan oleh nasabah perbankan untuk mencapai Loyalitas yang tinggi dari para nasabah.

Dalam memberikan pelayanan, setidaknya bank harus memenuhi 5 kriteria kualitas pelayanan sehingga dapat menciptakan pelayanan yang berkualitas, sehingga diharapkan dapat menciptakan nasabah yang loyal, yaitu dengan keandalan, koresponsifan, keyakinan, empati serta berwujud (Tjiptono,2002:26). Keandalan dapat dilihat dari kecepatan dalam pemrosesan dan penyampaian pelayanan. Keresponsifan dapat dilihat dari tanggapan pihak bank menanggapi keluhan dari nasabah. Keyakinan dapat dilihat dari pemahaman karyawan terhadap pekerjaan, empati terlihat dari sejauh mana pihak bank memperhatikan kepentingan nasabah dan berwujud terlihat dari fasilitas yang kasat mata yang dapat dinikmati langsung oleh nasabah.

Salah satu cara menciptakan pelayanan yang berkualitas adalah bank dapat membedakan dirinya sendiri dengan cara konsisten menyampaikan mutu lebih tinggi ketimbang pesaingnya, pihak bank juga perlu mendengarkan suara nasabah, dalam arti bahwa bank melakukan interaksi dengan nasabah yang disertai umpan balik sebagai kontrol dan ukuran keberhasilan.

Nasabah yang loyal adalah alat promosi yang efektif. Dengan adanya nasabah yang loyal akan sangat membantu pihak Bank, karena nasabah yang loyal

merupakan alat promosi dari mulut ke mulut yang efektif. Nasabah yang loyal akan membawa nasabah lainnya untuk menikmati pelayanan produk perusahaan. Semakin meningkat jumlah nasabah yang dilayani, semakin meningkat pula pendapatan dan laba perusahaan. (Warta BRI, 2004:17)

Pelayanan yang diterima nasabah dapat dijadikan standar dalam menilai kinerja suatu bank yang berarti bahwa kepuasan nasabah adalah hal yang utama. PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk berusaha memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan nasabah dan fasilitas yang baik untuk mempertahankan nasabah yang sudah ada serta untuk mendapatkan calon nasabah

Bank BRI yang merupakan salah satu bank yang terpercaya dan memiliki jaringan yang terluas, saat ini memiliki beberapa produk unggulan yang dapat bersaing baik dari segi teknologi maupun kedekatan kepada masyarakat. Adapun produk tabungan yang paling diandalkan dan memiliki jumlah nasabah terbesar adalah BritAma . Hal tersebut dikarenakan tabungan BritAma memiliki fasilitas on-line di mana penyetoran dan penarikan dapat dilakukan diseluruh kantor cabang BRI unit yang sudah *on-line*.

Dari sistem pelayanan yang di berikan oleh Bank BRI apakah ada Nasabah yang merasa puas, sehingga loyal terhadap Bank ini sehingga Nasabah menggunakan serta memanfaatkan kembali. Jika Nasabah loyal maka yang diharapkan oleh Bank adalah perekomendasian ke rekannya yang lain untuk menggunakan jasa Bank BRI, dan meningkatkan proporsi pembelanjaan layanan Bank. Dengan pengamatan peningkatan pelanggan selama 5 tahun terakhir kita akan dapat mengetahui peningkatan atau penurunan Jumlah Nasabah Bank. Bagaimana cara peningkatan kualitas produk dan pelayanan Bank BRI dalam memenuhi kebutuhan pelanggan–pelanggannya yang selalu menggunakan produk Bank tersebut.

Penulis mencoba mengadakan penelitian terhadap produk yang ditawarkan yaitu berupa produk tabungan BritAma dan pelayanan yang diberikan Bank Rakyat Indonesia (BRI) tersebut berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Nasabah Tabungan BritAma pada Bank Rakyat Indonesia (BRI) itu dengan mengambil judul: **“PENGARUH PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH TABUNGAN BRITAMA PADA PT BANK RAKYAT INDONESIA (Persero) Tbk CABANG SEMARANG PANDANARAN”**

Tujuan dari penelitian tentang Pengaruh Produk dan Kualitas Pelayanan yang diberikan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan BritAma Bank BRI Cabang Pandanaran Semarang adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kebijakan yang diambil oleh Bank BRI tentang produk tabungan BritAma terhadap Loyalitas Pelanggan..
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank BRI terhadap para nasabah.
3. Untuk mengetahui pengaruh produk tabungan BritAma dan kualitas pelayanan yang diberikan terhadap Loaylitas Nasabah Tabungan BritAma Bank BRI.

Produk

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Produk yang ditawarkan tersebut meliputi barang fisik, jasa, orang atau pribadi, tempat, organisasi dan ide. Jadi produk bisa berupa manfaat tangible maupun intangible yang dapat memuaskan pelanggan. (Tjiptono, 2002:76)

Jadi produk bukan berbentuk sesuatu yang berwujud saja seperti makanan, pakaian, dan sebagainya, akan tetapi juga sesuatu yang tidak berwujud seperti pelayanan jasa. Semuanya mempunyai tujuan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan (*need and wants*) dari konsumen. Konsumen tidak hanya membeli produk sekedar memuaskan kebutuhan (*needs*) akan tetapi juga bertujuan memuaskan keinginan (*wants*). Misalnya ketika kita akan membeli sepatu gaya, warna, merek dan harga yang dapat menimbulkan atau mengangkat prestise(Tjiptono,2002:77).

Kualitas Pelayanan Perbankan

Konsep hubungan bank dengan nasabah sudah mulai ada sejak tahun - 70an. Pada dekade 1980- Sekarang, dimana persaingan semakin ketat, penerapan konsep hubungan nasabah dan bank semakin diaktifkan dalam wujud *customer services* (Waworuntu, 2004:2).

Dalam berbagai bank dapat dioperationalkan berbagai jenis pelayanan perbankan. Menurut Hasibuan (2001:152) pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari satu pihak kepada pihak lainnya. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, tepat dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.

Salah satu pendekatan kualitas pelayanan yang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model *SERVQUAL* (*Service Quality*). *SERVQUAL* di bangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan/diinginkan. Terdapat lima dimensi *SERVQUAL*, adalah sebagai berikut:

1. Bukti fisik (*tangible*), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal.
2. Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
3. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu suatu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas
4. Jaminan (*assurance*), yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan tersebut untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.
5. Empati (*emphaty*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan itu.

Dimensi–dimensi kualitas pelayanan yang telah disebutkan diatas, harus dibuat dengan sebaik mungkin. Apabila tidak, hal tersebut akan

menimbulkan kesenjangan antara perusahaan dan pelanggan, karena perbedaan persepsi mereka tentang wujud pelayanan.

Konsep Tentang Loyalitas Pelanggan

Loyalitas seperti banyak konsep lain yang kita temui dalam diskusi tentang pemasaran dan psikologi konsumen, adalah suatu keadaan pemikiran. Seperti tersirat dalam pernyataan tersebut, loyalitas adalah konsep yang subyektif, konsep yang paling baik didefinisikan oleh pelanggan itu sendiri, tentunya ada tingkatan – tingkatan untuk mendefinisikannya.

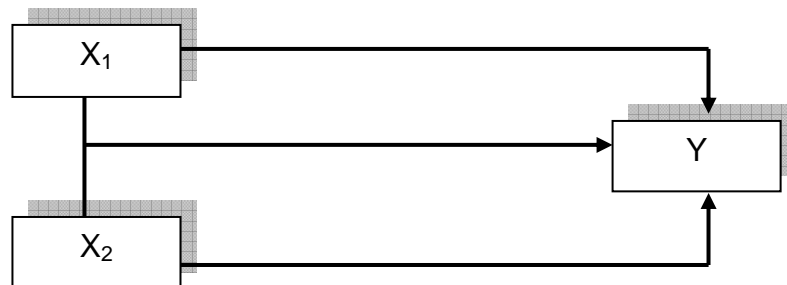
Loyalitas merupakan prosentase dari total pembelian pelanggan yang berulang – ulang dengan pertimbangan waktu, kontinuitas dan lamanya suatu hubungan yang dilakukan oleh pelanggan terhadap perusahaan tersebut. (Barnes, 2003: 33 – 35).

Hipotesis

Adapun hipotesis dari penelitian ini adalah :

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara produk tabungan BritAma terhadap Loyalitas pelanggan
2. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan.
3. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara produk tabungan BritAma dan pelayanan terhadap Loyalitas pelanggan.

Untuk lebih memperjelas hipotesis tersebut, penelitian ini dapat digambarkan seperti skema berikut :



Keterangan :

- X₁ : Produk
- X₂ : Kualitas Pelayanan
- Y : Loyalitas Nasabah

Hasil

Berdasarkan kategorisasi, maka seluruh jawaban responden dari kedelapan pertanyaan tentang produk tabungan BritAma dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.15.
Kategorisasi Responden Tentang Produk Tabungan BritAma

No	Kategori	F	Persentase
----	----------	---	------------

1	Sangat Menarik	8	8
2	Menarik	55	55
3	Cukup Menarik	31	31
4	Tidak Menarik	6	6
Total		100	100

Sumber : Data kuesioner, Produk, Variabel X 1

Dari tabel 3.15 tentang kategorisasi responden tentang produk tabungan BritAma tersebut dapat disimpulkan jawaban bahwa persepsi sebagian besar responden yaitu sebanyak 55 orang responden atau 55 persen dari jumlah responden tentang produk tabungan BritAma yang ditawarkan adalah menarik dan terdapat 8 orang responden atau 8 persen yang berpendapat produk tabungan BritAma sangat menarik dan 31 orang responden atau 31 persen yang berpendapat produk tabungan BritAma cukup menarik. Persepsi responden tersebut dikarenakan nasabah sudah memahami persyaratan dalam pembukaan rekening tabungan BritAma, merasakan kemudahan dalam membuka rekening tabungan BritAma dengan prosedur yang tidak berbeli-belit dan terjamin keamanan uangnya untuk ditabungkan pada tabungan BritAma Bank BRI. Serta terdapat 6 orang atau 6 persen yang berpendapat bahwa produk tabungan BritAma yang ditawarkan oleh Bank BRI merasa tidak menarik, hal ini disebabkan karena nasabah merasa tingkat suku bunga yang ditawarkan oleh Bank BRI masih cukup rendah apabila dibandingkan dengan tingkat suku bunga pada Bank-bank yang lain.

Berdasarkan kategorisasi, maka seluruh jawaban responden dari kedelapanbelas pertanyaan tentang pelayanan dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.34.
Kategorisasi Responden Mengenai Kualitas Pelayanan

No	Kategori	f	Persentase
1	Sangat baik	20	20
2	Baik	45	45
3	Cukup baik	27	27
4	Tidak baik	8	8
Jumlah		100	100

Sumber : Data kuesioner, Kualitas Pelayanan, Variabel X 2

Dari tabel 3.34 di atas tentang kategorisasi responden mengenai pelayanan dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden yaitu 45 persen dari jumlah responden memandang bahwa pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank adalah baik. Jawaban responden tersebut dikarenakan pemrosesan transaksi yang dilakukan cepat, adanya keamanan dalam melakukan transaksi, karyawan juga memahami pekerjaannya, dalam melaksanakan pekerjaan administrasinya tertib. Ruangan yang bersih dan rapi didukung fasilitas yang sangat lengkap dan dalam kondisi yang sangat baik akan membuat nasabah nyaman dalam proses transaksi. Selain itu sikap dari para petugas *front liner* dan petugas keamanan yang sangat ramah merupakan faktor penting yang mendukung terciptanya kualitas pelayanan

yang sangat baik. Serta terdapat 8 persen responden yang beranggapan kualitas bahwa pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank adalah tidak baik, hal ini dikarenakan komunikasi yang dilakukan komunikasi yang dilakukan karyawan dengan nasabah kurang baik, fasilitas kurang lengkap, dan pengaturan antrian kurang baik, bagi ke-delapan responden tersebut.

Berdasarkan kategori di atas maka seluruh jawaban responden dari keempat pertanyaan tentang loyalitas nasabah dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.41.
Kategorisasi Tentang Loyalitas Nasabah

No	Kategori	f	Persentase
1	Sangat Loyal	27	27
2	Loyal	49	49
3	Cukup loyal	24	24
4	Tidak Loyal	0	0
Jumlah		100	100

Sumber : Data kuesioner, Loyalitas Nasabah, Variabel Y

Dari tabel 3.41 di atas tentang kategorisasi responden mengenai loyalitas nasabah dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden yaitu 49 orang atau 49 persen dari jumlah responden sangat loyal pada Bank BRI. Hal ini dapat dilihat dari hasil penelitian yang menunjukkan bahwa mereka sudah menjadi Nasabah Tabungan BritAma antara Dua sampai Lima tahun, serta responden hanya memiliki 1 tabungan, yaitu hanya pada Bank BRI, dan mereka menabung dalam tiap bulanya sebanyak satu kali, serta jumlah uang yang ditabung oleh para nasabah dalam tiap bulannya rata-rata adalah lebih dari Rp.500.000, serta sebagian besar nasabah tabungan BritAma menjawab bahwa mereka ingin untuk tetap menabung di Bank BRI serta responden menjawab mereka bersedia merekomendasikan kepada orang lain untuk menabung di bank BRI.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Persepsi nasabah tentang Produk Tabungan BritAma yang ditawarkan oleh BRI adalah menarik yaitu sebanyak 55 responden, serta terdapat 31 responden yang menyatakan bahwa produk Tabungan BritAma yang ditawarkan oleh BRI adalah cukup menarik, dan terdapat 8 responden yang menyatakan bahwa Produk Tabungan BritAma yang ditawarkan oleh BRI adalah sangat menarik. Meskipun demikian ada 6 responden yang menyatakan bahwa Produk Tabungan BritAma tidak menarik. Hal ini dikarenakan tingkat suku bunga yang kurang tinggi dan fasilitas-fasilitas yang ditawarkan tabungan BritAma kurang menarik dan dalam hal ini fasilitas-fasilitas adalah fasilitas jaringan mesin ATM.
2. Persepsi nasabah tentang Pelayanan yang diberikan oleh BRI dari 45 responden berpendapat baik, serta terdapat 27 responden yang berpendapat

bahwa pelayanan yang diberikan oleh Bank BRI kepada para nasabahnya cukup baik, dan ada 20 responden jawaban responden yang berpendapat bahwa pelayanan yang diberikan oleh Bank BRI kepada para nasabahnya sangat baik, hal tersebut dikarenakan pemrosesan transaksi yang dilakukan cepat, adanya keamanan dalam melakukan transaksi, karyawan juga memahami pekerjaannya, karyawan dalam melaksanakan pekerjaan administrasinya tertib. Ruangan yang bersih dan rapih didukung dengan fasilitas yang sangat lengkap dan dalam kondisi yang sangat baik akan membuat nasabah nyaman dalam pemrosesan transaksi. Dan hanya 8 responden berpendapat kurang baik. Hal ini dikarenakan komunikasi yang dilakukan karyawan dengan nasabah kurang baik, fasilitas yang kurang lengkap, dan pengaturan antrean yang kurang cepat.

3. Berdasarkan hasil perhitungan regresi linier sederhana dan uji t-test, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara produk tabungan BritAma terhadap loyalitas dari para nasabah tabungan BritAma, terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel Pelayanan terhadap loyalitas dari para nasabah tabungan BritAma. Dari hasil perhitungan regresi linier berganda dan uji F-test terdapat pengaruh positif dan signifikan antara produk tabungan BritAma dan pelayanan terhadap loyalitas dari para nasabah tabungan BritAma.

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka peneliti memberikan beberapa saran yang kiranya dapat bermanfaat bagi PT Bank Rakyat Indonesia, diantaranya adalah :

1. Semakin menarik produk tabungan yang ditawarkan BritAma maka semakin tinggi keinginan untuk menabung. Oleh karena itu PT BRI Cabang Semarang Pandanaran hendaknya meningkatkan mutu produk tabungan BritAma. Karena ada 6 responden yang menyatakan bahwa Produk Tabungan BritAma tidak menarik. Hal ini dikarenakan tingkat suku bunga yang kurang tinggi dan fasilitas-fasilitas yang ditawarkan tabungan BritAma kurang menarik dan dalam hal ini fasilitas-fasilitas adalah fasilitas jaringan mesin ATM. Usaha yang dapat dilakukan BRI adalah suku bunga yang ditetapkan BRI hendaknya bisa menarik perhatian nasabah dan dapat bersaing dengan bank lain. Selain itu BRI juga perlu menambah fasilitas-fasilitas dalam tabungan BritAma dengan memberikan hadiah langsung/souvenir bagi nasabah yang loyal atau calon nasabah yang mendaftar menjadi nasabah.
2. Pihak Bank BRI hendaknya mempertahankan hasil yang telah dicapai dan lebih meningkatkan mutu pelayanan kepada nasabah, meskipun kualitas pelayanan sudah baik, akan tetapi masih terdapat nasabah yang menganggap pelayanan Bank BRI kurang baik yaitu 8 responden berpendapat kurang baik. Hal ini dikarenakan komunikasi yang dilakukan karyawan dengan nasabah kurang baik, fasilitas yang kurang lengkap, dan pengaturan antrean yang kurang cepat. Usaha yang dapat dilakukan BRI untuk memenuhi harapan nasabah adalah dengan melakukan komunikasi yang terus-menerus secara efektif dengan nasabah. Fasilitas untuk ruang tunggu juga perlu ditambah,

misalnya dengan menyediakan air minum dan menambah tempat duduk karena masih ada nasabah yang berdiri pada saat mengantri. Selain itu untuk mempercepat proses transaksi, jumlah karyawan harus sebanding atau disesuaikan dengan jumlah nasabah, sehingga perlu menambah jumlah karyawan terutama karyawan di bagian *teller*.