

**UPAYA PENINGKATAN KUALITAS PELAYANANNASABAH
DI PERUSAHAAN DAERAH BPR BKK TEMANGGUNG**

Tesis

Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Mencapai derajat Sarjana S-2

Program Studi Magister Manajemen



Diajukan Oleh :

**ARLIN AYU PRINA DAMAYANTI
141202584**

**Kepada
STIE WIDYA WIWAHA
YOGYAKARTA
2016**

TESIS

**UPAYA PENINGKATAN KUALITAS PELAYANANNASABAH
DI PERUSAHAAN DAERAH BPR BKK TEMANGGUNG**

Diajukan Oleh :

**ARLIN AYU PRINA DAMAYANTI
141202584**

Tesis ini telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji

Pada tanggal :

Pembimbing I

Pembimbing II

(Dr. Nur Wening, M. S)

(Dra. Suciutami W, MM)

dan telah diterima sebagai salah satu persyaratan

untuk memperoleh Gelar Magister

Yogyakarta,

Mengetahui,

PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN

STIE WIDYA WIWAHA YOGYAKARTA

DIREKTUR

Prof. Dr. Abdul Halim, MBA.,Ak

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

Yogyakarta, 2016

ArlinAyuPrinaDamayanti

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan rahmat dan anugerah-Nya, sehingga penulis telah dapat menyelesaikan tesis Magister Manajemen STIE Widya Wiwaha Yogyakarta. Banyak pihak yang telah membantu dalam penyelesaian tesis ini, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membatu kelancaran tesis ini, yaitu kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Abdul Halim, MBA.,Ak selaku Direktur Magister Manajemen STIE Widya Wiwaha Yogyakarta atas bimbingannya.
2. Dr. Nur Wening, M. Si, selaku pembimbing I yang telah memberikan dorongan dan bimbingan kepada penulis dalam penyusunan tesis ini.
3. Dra. Suciutami W, MM, selaku pembimbing II yang telah memberikan dorongan dan bimbingan kepada penulis dalam penyusunan tesis ini.
4. Bapak/ Ibu dewan penguji yang telah memberikan masukan dalam penyelesaian tesis ini.
5. Bapak / Ibu Dosen Magister Manajemen STIE Widya Wiwaha Yogyakarta.
6. Orang tua yang selalu setia mendoakan, member dorongan, *support* baik materil maupun moril demi kelancaran penyelesaian tesis
7. Pimpinan dan Staf PD BPR BKK Temanggung.
8. Suami tercinta, Aries Budi Pratamadankeluarga yang setia member dukungandanseangat.

9. Semua pihak yang tidak dapat kami sebut satu persatu.

Atas segala bantuan dan dukungan semua pihak saya mengucapkan terima kasih dan saran serta kritik yang membangun terhadap kesempurnaan penulisan ini sangat saya harapkan.

Yogyakarta, 26 Agustus 2016

Penulis

ArlinAyuPrinaDamayanti

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
ABSTRAKSI	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Pertanyaan Penelitian	8
D. Tujuan penelitian	9
E. Manfaat Penelitian	9
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Tinjauan Teori	11
B. Penelitian Terdahulu	17
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Desain Penelitian	20
B. Definisi Operasional	20
C. Lokasi dan Waktu Penelitian	21

	D. Populasi dan Sampel	21
	F. Teknik Pengumpulan Data	22
	G. Metode Analisis Data	24
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	A. Deskripsi Data	29
	B. Pembahasan	49
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	
	A. Simpulan	64
	B. Saran	65
	DAFTAR PUSTAKA	xi

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Bobot Penilaian	24
Tabel 3.2. Interval Kelas	25
Tabel 4.1. Responden Menurut Jenis Kelamin	35
Tabel 4.2. Responden Menurut Usia	36
Tabel 4.3. Responden Menurut Pekerjaan	37
Tabel 4.4. Persepsi Masyarakat Mengenai Mutu pelayanan di PD BPR BKK Temanggung	39
Tabel 4.5. Harapan Nasabah Mengenai Mutu pelayanan di PD BPR BKK Temanggung	41
Tabel 4.6. Gap Persepsi Nasabah Dan Harapan Terhadap Mutu Pelayanan di PD BPR BKK Temanggung	43

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1. Kuadran Kartesius <i>Importance-Performance Analysis</i>	27
Gambar 4.1. Logo Perusahaan Daerah BPR BKK Temanggung	33
Gambar 4.2. Responden Menurut Jenis Kelamin	36
Gambar 4.3. Responden Menurut Usia	37
Gambar 4.4. Responden Menurut Pekerjaan	38
Gambar 4.5. Diagram Kartesius	47

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

ABSTRAK

PD BPR BKK (Perusahaan Daerah Bank Perkreditan Rakyat Badan Kredit Kecamatan) Temanggung sedang gencar-gencarnya melakukan peningkatan kualitas standar pelayanannya yang berintegrasi kepada nasabah sesuai standar layanan perbankan internasional yang tujuannya adalah kepuasan dan loyalitas nasabah dan pada akhirnya berdampak positif pada pertumbuhan dana pihak ketiga. Karena kunci sukses di pasar persaingan khususnya di dunia perbankan bukan terletak pada bunga (harga) akan tetapi terletak pada distribusi pelayanan untuk menciptakan nasabah yang loyal. Untuk mewujudkan hal tersebut diperlukan kerjasama yang baik dari semua anggota karena kerjasama yang baik akan dapat diwujudkan apabila ada suatu komunikasi yang baik pula.

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui mutu pelayanannya nasabah di Perusahaan Daerah BPR BKK Temanggung dan untuk mengetahui upaya peningkatan mutu pelayanan di Perusahaan Daerah BPR BKK Temanggung.

Penelitian ini bersifat *deskriptif kuantitatif*, yaitu penelitian ini akan memberikan gambaran tentang upaya peningkatan kualitas pelayanannya nasabah yang dilakukan oleh Perusahaan Daerah BPR BKK Temanggung.

Hasil Penelitian diketahui bahwa kualitas pelayanan di PD BPR BKK Temanggung berdasarkan pendapat responden dari hasil kuesioner rata-rata mengatakan baik dengan nilai rata-rata 3,87. Sementara pendapat Narasumber mengenai kualitas pelayanan di PD BPR BKK Temanggung adalah sudah mampu memberi pelayanan yang lebih baik, makin tertatanya sistem administrasi yang lebih baik sehingga mempercepat pelayanan PD BPR BKK Temanggung, namun terlihat masih lemahnya pengetahuan *customer service* PD BPR BKK Temanggung sehingga kualitas pelayanan belum sepenuhnya memenuhi harapan, serta belum ada fasilitas e-banking dan ATM. Kemudian harapan nasabah terhadap kualitas pelayanan di PD BPR BKK Temanggung mendapat tanggapan beragam dengan rata-rata mengatakan sangat penting dengan nilai rata-rata 4,64. Kemudian *gap* yang terjadi antara persepsi nasabah dan harapan terhadap mutu pelayanan di PD BPR BKK Temanggung, hasilnya adalah terdapat *gap* atau kesenjangan negatif dengan nilai $-0,8$ yang menunjukkan kecilnya kualitas pelayanan dibandingkan harapan nasabah. Upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan di PD BPR BKK Temanggung berdasarkan Diagram Kartesius adalah yang menjadi prioritas utama untuk diperbaiki adalah ketepatan jam buka pelayanan, ketepatan waktu pencairan dana, kemampuan petugas untuk tanggap menyelesaikan keluhan nasabah, memberikan perhatian atas keluhan nasabah, kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan dan lingkungan BPR BKK Temanggung bersih, menarik, nyaman serta yang menjadi prioritas rendah adalah pelayanan tepat, ketepatan waktu pencairan dana, tindakan cepat pada saat nasabah membutuhkan, kemudahan dalam mencapai lokasi perawatan, dan perhatian petugas kepada nasabah secara individual, serta memberikan perhatian atas keluhan nasabah.

Kata Kunci : *kualitas, pelayanan*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Semakin ketatnya persaingan di dalam dunia usaha pada saat sekarang ini, membuat para pelaku usaha baik itu perseorangan atau persekutuan, ataupun dalam bentuk perusahaan haruslah memiliki faktor yang dapat dijadikan oleh perusahaan sebagai senjata dalam usahanya untuk memenangkan persaingan dengan para pesaingnya di dunia bisnis. Meskipun perusahaan telah berusaha bersaing dan memberikan yang terbaik untuk konsumen belum tentu dapat menjamin akan berhasilnya usaha pencapaian tujuan perusahaan, karena tiap konsumen memiliki selera dan keinginan yang berbeda-beda, sehingga setiap perusahaan memiliki strategi pelayanan yang berbeda-beda pula.

Begitu pula dalam dunia perbankan, strategi pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah serta meningkatkan citra perusahaan itu sendiri karena bank sebagai perusahaan penyedia jasa keuangan sangatlah tergantung pada pelanggan atau nasabah yang menggunakan jasanya. Karena peranan bank dalam kehidupan masyarakat tidak dapat dilepaskan dari keberadaan nasabah yang sudah seharusnya mendapatkan pelayanan terbaik dari bank.

Tahun 2016 merupakan tahun dengan tingkat persaingan yang semakin ketat bagi dunia perbankan, ditengah tuntutan untuk bisa terus tumbuh serta tekanan untuk bisa

meningkatkan profit agar bisa menunjukkan kinerja positif, sehingga dalam kondisi seperti saat ini diharapkan kejelian suatu lembaga perbankan untuk bagaimana mengkomunikasikan pelayanan yang dimiliki agar dapat menarik minat calon konsumen untuk memilih serta loyal terhadap produk perbankan yang digunakannya karena saat ini produk-produk yang ditawarkan perbankan di Indonesia sebagian besar sudah sama, jadi saat ini persaingan dalam dunia perbankan ada di level pelayanan. Semakin baik pelayanan, maka masyarakat lebih tertarik menjadi nasabah.

Situasi pelayanan perbankan saat ini sangat berbeda dengan layanan tempo dulu. Dulu bank tidak perlu mencari nasabah peminjam uang. Sebaliknya para peminjam uanglah yang datang ke bank. Saat ini suasananya sudah berubah, direktur bank duduk sedekat mungkin dengan nasabah, satpam dan karyawan penuh senyum merayu agar nasabah tetap loyal. Semua bank sadar bahwa menarik nasabah mungkin mudah, tapi membuat mereka menjadi loyal jauh lebih sulit, karena dalam era persaingan bisnis yang ketat seperti sekarang para pemasar dituntut terus berusaha mempertahankan kesetiaan konsumen.

Penilaian masyarakat terhadap bank dipengaruhi oleh bagaimana masyarakat tersebut memaknai produk bank atau pelayanan yang diterima. Menurut Bedi (2010) memberikan layanan yang berkualitas tinggi adalah suatu keharusan untuk mencapai kepuasan pelanggan. Bagi pelanggan, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berasal dari layanan yang terorganisir. Secara sederhana kinerja keuangan sesungguhnya bersumber pada kesetiaan pelanggan. Pelanggan yang setia dapat

menghemat biaya hingga empat sampai lima kali dibandingkan biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan pelanggan baru. Kenyataan ini menjadi tantangan tersendiri bagi dunia perbankan, yaitu bagaimana menciptakan keinginan pelanggan untuk menggunakan produk dan jasa perusahaan serta menjalin hubungan yang dekat dengan nasabahnya (Suhardi, 2006).

Masyarakat kini semakin selektif dalam memilih jasa perbankan untuk menempatkan dana yang dimiliki guna menghindari risiko kehilangan akibat buruknya kinerja suatu perbankan. Dalam hal ini, unsur kepercayaan menjadi faktor kunci bagi perusahaan untuk memenangkan persaingan. Kepercayaan juga sangat diperlukan untuk membangun dan mempertahankan hubungan jangka panjang (Akbar dan Parves, 2009). Komitmen nasabah yang tinggi terhadap perusahaan akan menjamin kelangsungan bisnis jangka panjang. Bisnis perbankan merupakan bisnis kepercayaan, oleh karena itu sistem pengelolaan wajib didasarkan pada prinsip kehati-hatian, agar kesehatan perusahaan tetap terjaga demi kepentingan masyarakat pada umumnya dan nasabah penyimpan dana pada khususnya. Keberadaan bank sangat penting untuk menopang dan membantu meningkatkan perekonomian masyarakat. Pertumbuhan ekonomi yang terus berkembang menuntut eksistensi dari bank untuk melayani masyarakat. Kini banyak bermunculan bank-bank baru yang menjamur di Indonesia yaitu Bank Perkreditan Rakyat.

Bank Perkreditan Rakyat (BPR) merupakan lembaga perbankan yang dikenal di Indonesia yang diatur dalam ketentuan Pasal 5 ayat (1) Undang-Undang No.7 tahun

1992 tentang Perbankan, sebagaimana yang telah diubah dalam UU No.10 tahun 1998 yang mengklasifikasikan bank dalam dua jenis yaitu Bank Umum dan Bank Perkreditan Rakyat. Bank Perkreditan Rakyat adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran, sedangkan yang dimaksud dengan Bank Umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit, dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Bank sebagai badan usaha tetap berorientasi untuk meningkatkan laba melalui kegiatan operasional, termasuk fungsinya sebagai *financial intermediary*, yaitu menghimpun dana dari pihak ketiga (DPK) dan menyalurkannya kembali dalam bentuk kredit. Persaingan yang semakin ketat dan terbatasnya sumber daya manusia yang professional menjadi hambatan bagi bank untuk menyalurkan dana pada masyarakat. Di negara-negara seperti Indonesia, peranan bank cenderung lebih penting dalam pembangunan karena bukan hanya sebagai sumber pembiayaan untuk kredit investasi kecil, menengah, dan besar tetapi juga mampu mempengaruhi siklus usaha dalam perekonomian secara keseluruhan (Setyari, 2007).

Saat ini masyarakat memiliki pengetahuan yang semakin baik mengenai

pelayanan dan kepuasan sehingga apabila masyarakat merasakan ketidakpuasan terhadap pelayanan yang diterima maka pelanggan tidak segan untuk mengadukan kekecewaannya pada perusahaan yang bersangkutan. Pelanggan yang puas akan memberitahu tiga sampai lima orang mengenai produk atau layanan yang mereka terima tetapi di sisi lain pelanggan yang tidak puas akan mengatakan ke 10 hingga 12 orang (Janet, 2009). Maka dari itu sangat penting untuk memelihara kualitas pelayanan guna menciptakan kepuasan bagi nasabah. Dengan terciptanya kepuasan yang sesuai dengan keinginan pelanggan, hal tersebut secara langsung maupun tidak langsung dapat membentuk nasabah yang memiliki tingkat loyalitas yang tinggi. Memiliki nasabah yang loyal adalah harapan dari setiap bank karena akan membawa banyak keuntungan bagi perusahaan. Hubungan yang selaras antara kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas dapat membantu membidik target pasar dengan keterbatasan sumber daya pemasaran yang dimiliki (Kheng *et al.*, 2010).

Dewasa ini jumlah pertumbuhan bank swasta nasional sangatlah cepat, sehingga membawa perekonomian Indonesia semakin berkembang. PD BPR BKK Temanggung merupakan salah satu bank yang bergerak dalam bidang perkreditan di Indonesia saat ini telah tumbuh dan berkembang. PD BPR BKK Temanggung merupakan salah satu lembaga perbankan yang ada di wilayah Kabupaten Temanggung, sebagai lembaga intermediasi antara bank dan kelompok usaha Mikro senantiasa melakukan terobosan yang dapat menunjang peningkatan perekonomian rakyat di wilayah Kabupaten Temanggung. PD BPR BKK Temanggung merupakan

BPR hasil merger 10 PD BPR BKK di Kabupaten Temanggung. Proses lahirnya PD BPR BKK diawali dengan PD BKK (Perusahaan Daerah Badan Kredit Kecamatan) yang didirikan pada tahun 1971, dengan status uji coba sebagai Badan Usaha Milik Daerah yang bergerak dalam bidang perkreditan.

Dalam perjalanan waktu volume usaha dan hasil usaha mengalami peningkatan, sehingga pada tahun 1993 PD BPR BKK di Kabupaten Temanggung yang memenuhi syarat dikukuhkan statusnya menjadi PD BPR (Bank Perkreditan Rakyat dengan sebutan PD BPR BKK), sedangkan PD BKK yang belum memenuhi syarat setelah persyaratannya dapat dipenuhi, dikukuhkan menjadi PD BPR yaitu pada tahun 1999. Masing-masing PD BPR BKK di Kabupaten Temanggung perkembangan usahanya bervariasi dan setelah dilakukan pengkajian oleh Tim yang dibentuk oleh Badan Pembina BKK Provinsi dan Kabupaten Temanggung, maka diputuskan adanya kebijakan merger bagi PD BPR BKK di Kabupaten Temanggung yang diresmikan pada tanggal 12 Desember 2005. Dalam pelaksanaan merger, diputuskan PD BPR BKK Temanggung sebagai Kantor Pusat dan PD BPR BKK yang lainnya sebagai Kantor Cabang yang tersebar di 9 wilayah Kecamatan di Kabupaten Temanggung

Agar tetap eksis dalam kancah persaingan perbankan nasional, maka dalam beberapa tahun belakangan ini PD BPR BKK Temanggung sedang gencar-gencarnya melakukan peningkatan kualitas standar pelayanannya yang berintegrasi kepada nasabah sesuai standar layanan perbankan internasional yang tujuannya adalah kepuasan dan loyalitas nasabah dan pada akhirnya berdampak positif pada

pertumbuhan dan pihak ketiga. Karena kunci sukses di pasar persaingan khususnya di dunia perbankan bukan terletak pada bunga (harga) akan tetapi terletak pada distribusi pelayanan untuk menciptakan nasabah yang loyal. Untuk mewujudkan hal tersebut diperlukan kerjasama yang baik dari semua anggota karena kerjasama yang baik akan dapat diwujudkan apabila ada suatu komunikasi yang baik pula.

Hal ini menjadi penting, karena sebagai institusi yang bergerak di bidang jasa pelayanan publik, kepuasan nasabah adalah hal yang sangat mutlak. Karena hal ini bertujuan untuk mempertahankan nasabah agar tetap setia di PD BPR BKK Temanggung dan tentunya untuk menarik nasabah-nasabah baru, namun tak dapat disangkal dalam operasional kerja sehari-hari berbagai hambatan komunikasi selalu saja muncul, seperti hambatan teknis dan struktur. Hambatan – hambatan tersebut diantaranya yang sering dikeluhkan nasabah adalah yang tertulis di kotak kritik dan saran, seperti tidak ada ketetapan / prosedur pelayanan yang jelas yaitu tidak adanya nomor antrian pelayanan, kurangnya informasi / pemahaman tentang pelayanan, dan pemilihan media pelayanan yang kurang tepat yaitu sistem IBS yang lambat. Tentunya hambatan-hambatan ini jika dibiarkan terus menerus pada akhirnya akan sangat mengganggu operasional kerja, yang berujung pada bentuk pelayanan kepada nasabah yang juga sudah pasti buruk.

Hal inilah yang melatarbelakangi diperlukannya strategi pelayanan suatu perusahaan di dalam melaksanakan fungsinya, dalam hal ini PD BPR BKK Temanggung, namun yang terpenting yaitu bagaimana merumuskan pelayanan

tersebut sedemikian rupa agar di pahami oleh masyarakat. Untuk membangun hubungan jangka panjang dengan nasabahnya, maka BPR BKK harus selalu berkomunikasi dengan nasabahnya sehingga nasabah merasa aman dan percaya terhadap bank tersebut karena nasabah dapat dengan mudah memperoleh informasi yang mereka inginkan dari bank tersebut.

Hal tersebut membuktikan bahwa peranan karyawan dalam organisasi perbankan mempunyai kedudukan yang sangat strategis. Apabila sumber daya manusia perbankan baik, maka akan membuat organisasi perbankan berjalan dengan baik, demikian sebaliknya. Berdasarkan fenomena yang terjadi dalam masyarakat, diketahui bahwa masyarakat menginginkan sektor perbankan yang mampu melaksanakan fungsinya sebagai lembaga *intermediary* dengan baik. Pemenuhan tuntutan itu sangat tergantung kepada karyawan bank sebagai ujung tombak pelayanan perbankan kepada masyarakat.

Melihat dari visi dan misi P.D BPR BKK Temanggung itu sendiri yaitu menjadi bank yang terpercaya dalam pelayanan jasa keuangan dan memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah, maka penulis terdorong untuk melakukan penelitian dengan judul : **“Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan Nasabah di Perusahaan Daerah BPR BKK Temanggung”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dapat diambil permasalahan bahwa Pelayanan Nasabah di Perusahaan Daerah BPR BKK Temanggung masih kurang optimal.

C. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka masalah pokok yang dapat dirumuskan adalah :

1. Bagaimana menentukan kualitas pelayanan nasabah di Perusahaan Daerah BPR BKK Temanggung?
2. Bagaimana menentukan posisi berdasarkan analisis Kuadran Kartesius *Importance- Performance Analysis* (IPA) di Perusahaan Daerah BPR BKK Temanggung?
3. Bagaimana upaya peningkatan kualitas pelayanan nasabah di Perusahaan Daerah BPR BKK Temanggung?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk menentukan kualitas pelayanan nasabah di Perusahaan Daerah BPR BKK Temanggung.
2. Untuk menentukan posisi berdasarkan analisis Kuadran Kartesius *Importance- Performance Analysis* (IPA) di Perusahaan Daerah BPR BKK Temanggung.
3. Untuk menentukan upaya peningkatan kualitas pelayanan di Perusahaan Daerah

BPR BKK Temanggung.

E. Manfaat Penelitian

1. Kegunaan teoritis :

- a. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi khususnya ilmu manajemen, sehingga dapat memberikan manfaat sebagai sumbangan karya ilmiah terhadap mahasiswa manajemen, dosen manajemen dan praktisi serta pemerhati kajian manajemen.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat merangsang munculnya penelitian-penelitian baru dalam bidang manajemen khususnya tentang strategi peningkatan mutu pelayanan, sehingga selalu dapat menyesuaikan dengan perkembangan dan kemajuan ilmu pengetahuan.

2. Kegunaan praktis :

- a. Sebagai bahan masukan bagi perusahaan dalam hal ini Perusahaan Daerah BPR BKK Temanggung dalam mengantisipasi hal-hal yang berkaitan dengan perusahaan terutama dalam hal pelayanan, yang diharapkan dapat dipakai sebagai sumbangan pemikiran dalam meningkatkan kualitas standar peningkatan mutu pelayanan.
- b. Penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi mereka yang bergelut di bidang pelayanan dan sebagai tambahan pengetahuan bagi penulis dan

diharapkan bagi mahasiswa yang lain.

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Tinjauan Teori

1. Dimensi Kualitas

Parasuraman, Zeithaml, Berry (Tjiptono; 1997; 26) menjelaskan lima kriteria penentu utama kualitas jasa pelayanan yang disajikan menurut tingkat kepentingannya, yaitu:

a. Bukti Langsung (*tangibles*)

Bukti Langsung adalah penampilan fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan sarana komunikasi.

b. Keandalan (*reliability*)

Keandalan adalah kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, meyakinkan, dan memuaskan.

c. Daya Tanggap (*responsiveness*)

Daya Tanggap adalah kesediaan para staf dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap dan cepat.

d. Jaminan (*assurance*)

Jaminan adalah pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf.

e. Empati (*emphaty*)

Empati adalah kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Pelanggan berbeda-beda dalam hal cita rasa akan layanan pribadi. Banyak Pelanggan hanya ingin bertransaksi bisnis dengan cara yang paling mudah tanpa banyak basa-basi, sedangkan pelanggan lain menghendaki hubungan yang erat. Pelanggan sangat memerhatikan kualitas, pelayanan, dan nilai. Semua ini menciptakan peluang yang kompetitif di pasar yang masih kurang di garap. Kondisi ini pula menuntut seluruh perusahaan jasa untuk lebih mampu menghadirkan layanan yang memiliki nilai tinggi serta mampu menumbuhkan perasaan loyal pelanggan terhadap pelayanan yang diterimanya. Oleh karena itu dibutuhkan suatu strategi pelayanan yang tepat.

Kegiatan pelayanan juga mempunyai arti penting dalam pembinaan hubungan, sehingga diperlukan alat komunikasi untuk mencapai tujuannya. Di masa lalu, tidak ada seseorang yang bertanggung jawab dalam memikirkan peran komunikasi dari berbagai alat komunikasi secara utuh. Akan tetapi dewasa ini suatu perusahaan justru berusaha menerima konsep komunikasi untuk mencapai tujuan perusahaan. Dengan konsep ini perusahaan secara hati-hati berusaha memadukan dan mengkoordinasikan ke berbagai saluran komunikasi untuk menyampaikan pesan yang jelas, konsisten dan saling mendukung mengenai organisasi dan produknya.

Pelayanan suatu perusahaan tidak lepas dari cakupan komunikasi khususnya

public relations atau humas, yaitu bagaimana membangun citra perusahaan dan mengembangkan hubungan yang baik antara perusahaan dengan konsumennya. Perusahaan yang mampu memadukan dan mengintegrasikan keinginan, kebutuhan para pengguna jasa atau produknya, maka para pelanggan akan mampu berkembang dan mendapatkan manfaat bagi kemajuan organisasinya (Rumanti, 2005;112).

Dalam meningkatkan pelayanan publik sangat ditentukan oleh strategi komunikasi yang dilakukan, karena penerapan strategi pelayanan merupakan suatu proses pengorganisasian jangka panjang dari fakta, sumber informasi menyangkut sesuatu kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh lembaga bersangkutan, hingga pelaksanaan fungsi-fungsi manajemen kehumasan yang aktivitasnya untuk menangkap peluang yang ada secara langsung atau tidak langsung bertujuan untuk menciptakan suatu persepsi atau kesan-kesan yang positif, baik diberikan secara individual maupun penilaian opini publik yang menguntungkan terhadap lembaga, organisasi, nama perusahaan dan produknya di masa akan datang yang penuh dengan resiko ancaman persaingan cukup tajam.

Memahami arti penting suatu proses komunikasi, terutama dalam suatu organisasi, maka sebuah organisasi hendaknya menerapkan proses dan pola komunikasi guna menciptakan suasana komunikasi yang efektif agar tujuan sebuah organisasi dapat dicapai, salah satunya adalah kepuasan pelanggan.

2. Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dalam Alma (2004;146) kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Umumnya perasaan pelanggan merupakan pemikiran atau keyakinan pelanggan tentang apa yang diterimanya bila ia membeli atau mengonsumsi suatu produk (barang atau jasa).

Sebagian besar perusahaan lebih memerhatikan peningkatan pangsa pasar daripada tingkat kepuasan pelanggan. Padahal sebenarnya kepuasan pelanggan adalah kunci dalam meningkatkan laba perusahaan. Semakin tinggi kepuasan pelanggan, maka semakin tinggi pula loyalitas pelanggan. Karena loyalitas adalah salah satu sasaran yang penting dalam dunia pelayanan. Pada dasarnya, setiap tahap persaingan yang dilewati oleh sebuah perusahaan ujung-ujungnya adalah loyalitas.

3. Loyalitas

Griffin dalam Hurriyati (2005;129) mengungkapkan definisi loyalitas sebagai berikut: Loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/ jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku. Memiliki konsumen yang loyal adalah tujuan akhir dari semua perusahaan. Untuk itulah, perusahaan dituntut untuk mampu memupuk keunggulan kompetitifnya

masing-masing melalui upaya-upaya yang kreatif, inovatif serta efisien, sehingga menjadi pilihan dari banyak pelanggan yang pada gilirannya nanti diharapkan “loyal”.

Menurut James G. Bames dalam Hurriyati (2005;120-121) menjelaskan 4 hal yang dapat membuat pelanggan menjadi loyal, yaitu:

a. Proses:

Mengoptimalkan proses-proses bisnis dan memandang waktu sebagai sumber daya pelanggan yang berharga.

b. Orang:

Karyawan yang diberi wewenang dan mampu menanggapi pelanggan.

c. Produk/ Jasa/ Teknologi:

Keistimewaan dan manfaat produk dan jasa yang kompetitif, mengurangi gangguan produktivitas.

d. Dukungan:

Siap membantu pelanggan yang membutuhkan bantuan.

Sementara itu, Jill Griffin dalam Hurriyati (2005;140) membagi tahapan loyalitas pelanggan sebagai berikut:

1. *Suspects*

Meliputi semua orang yang mungkin akan membeli barang atau jasa perusahaan tetapi belum tahu apapun mengenai perusahaan dan barang atau jasa yang ditawarkan.

b. *Prospects*

Adalah orang-orang yang memiliki kebutuhan akan produk atau jasa tertentu dan mempunyai kemampuan untuk membelinya. Para *prospect* ini, meskipun mereka belum melakukan pembelian, mereka telah mengetahui keberadaan perusahaan dan barang atau jasa yang ditawarkan, karena seseorang telah merekomendasikan barang atau jasa tersebut padanya.

c. *Disqualified Prospects*

Yaitu *prospects* yang telah mengetahui keberadaan barang atau jasa tertentu, tetapi tidak mempunyai kebutuhan akan barang atau jasa tersebut atau tidak mempunyai kemampuan untuk membeli barang atau jasa tersebut.

d. *First Time Customer*

Yaitu pelanggan yang membeli untuk pertama kalinya. Mereka masih menjadi pelanggan yang baru.

e. *Repeat Customers*

Yaitu pelanggan yang telah melakukan pembelian suatu produk sebanyak dua kali atau lebih. Mereka adalah yang melakukan pembelian atas produk yang sama sebanyak dua kali, atau membeli dua macam produk yang berbeda dalam dua kesempatan yang berbeda pula.

f. *Clients*

Clients membeli semua barang atau jasa yang ditawarkan dan mereka butuhkan. Mereka membeli secara teratur, hubungan dengan jenis pelanggan ini

sudah kuat dan berlangsung lama, yang membuat mereka tidak terpengaruh oleh produk pesaing.

g. *Advocates*

Seperti halnya, advocates membeli barang atau jasa yang ditawarkan dan yang mereka butuhkan, serta melakukan pembelian secara teratur. Selain itu, mereka secara aktif mendukung perusahaan dengan mendorong teman-teman mereka agar membeli barang atau jasa perusahaan atau merekomendasikan perusahaan tersebut pada orang lain.

B. Penelitian Terdahulu

1. Gusti Ayu Putu Ratih Kusuma Dewi, 2014, penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Di BPR Hoki Kabupaten Tabanan”. Penelitian ini menyatakan bahwa Perkembangan BPR khususnya di Provinsi Bali sangat menjanjikan. Industri BPR menempati peran yang sangat penting dalam sektor ekonomi, terutama dalam mendukung pengembangan usaha mikro dan menengah. Semakin ketat persaingan antar BPR, maka pelayanan yang BPR berikan harus lebih optimal sehingga perusahaan mampu memenangkan persaingan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah pada PT BPR Hoki di Kabupaten Tabanan. Responden dalam penelitian ini adalah nasabah kredit dan tabungan di BPR Hoki, minimal berpendidikan

SMA, dan mereka telah menjadi nasabah minimal selama 6 bulan. Jumlah responden dalam penelitian ini ditetapkan 150 responden dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yang disebut purposive sampling. Penelitian ini menggunakan analisis Structural Equation Modeling (SEM) dengan bantuan program AMOS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, 2) kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, 3) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk memperluas ruang lingkup penelitian tidak hanya pada satu jenis BPR tetapi mencakup lembaga keuangan lainnya dan untuk manajemen BPR Hoki sebaiknya melakukan evaluasi dan meningkatkan kualitas pelayanan terutama dalam hal daya tanggap dengan memberikan pelatihan khusus kepada customer services untuk meminimalkan keluhan dalam rangka meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah.

2. Aliyah, 2012, penelitian dengan judul “Strategi Pelayanan PT. Bank Bukopin Tbk Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah di Makassar “. Tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui strategi pelayanan PT. Bank Bukopin Tbk dalam meningkatkan loyalitas nasabah di Makassar; (2) Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi strategi pelayanan PT. Bank Bukopin Tbk dalam meningkatkan loyalitas nasabah di Makassar. Penelitian ini dilaksanakan di kota Makassar pada kantor pusat PT. Bank Bukopin, Tbk Cabang Makassar. Informan

dalam penelitian ini terdiri atas lima orang yakni Manager Operasi dan Pelayanan PT. Bank Bukopin Tbk, Officer Pelayanan, Relationship Officer, Customer Service, Teller. Tipe penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Data primer dikumpulkan melalui observasi dan wawancara, sedangkan data sekunder diperoleh melalui studi pustaka dan kemudian dianalisis secara deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi Pelayanan PT. Bank Bukopin Tbk Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah di Makassar terdiri atas kegiatan bukti langsung (tangibles), Keandalan (reliability), Daya Tanggap (responsiveness), Jaminan (assurance), Empati (emphaty). Strategi pelayanan PT. Bank Bukopin Tbk berjalan dengan baik dimana terdapat peningkatan loyalitas nasabah yang cukup signifikan pada setiap tahunnya sehingga PT. Bank Bukopin menjadi bank paling kompetitif dan dapat bersaing dalam kompetisi ketat persaingan antar-bank di kota Makassar. Penelitian ini juga menguraikan beberapa faktor yang mempengaruhi pelaksanaan strategi pelayanan PT. Bank Bukopin Tbk dalam meningkatkan loyalitas nasabah di Makassar, diantaranya yaitu : Kebijakan perusahaan, Produk, biaya, serta Waktu dan tempat pelaksanaan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Dalam penelitian mengenai upaya Peningkatan Mutu Pelayanan Nasabah Perusahaan Daerah BPR BKK Temanggung, data yang dikumpulkan oleh penulis akan dianalisis melalui pendekatan kualitatif yaitu dengan mengungkapkan data, menguraikan data dan mendeskripsikan data yang diperoleh dari penelitian baik data primer maupun data sekunder dengan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti dan dipahami. (Sugiyono, 2010)

Penelitian ini bersifat *deskriptif kuantitatif*, yaitu penelitian ini akan memberikan gambaran tentang upaya peningkatan kualitas pelayanan nasabah yang dilakukan oleh Perusahaan Daerah BPR BKK Temanggung.

B. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalahpahaman konsep yang digunakan dalam proses penelitian ini, maka penulis memberikan batasan istilah yang berhubungan dengan judul penelitian. Istilah yang dimaksudkan adalah :

1. Peningkatan adalah suatu perubahan dari suatu keadaan ke keadaan yang lebih baik atau dari suatu tempat ke tempat yang lebih tinggi.
2. Kualitas adalah keseluruhan ciri atau karakteristik produk atau jasa dalam

memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan.

3. Pelayanan adalah sebuah aktivitas dalam memberikan kemudahan sehubungan dengan jual beli barang atau jasa

C. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi penelitian :

Objek penelitian penulis adalah Perusahaan Daerah BPR BKK yang berlokasi di Jl. Suyoto No.3A Temanggung.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini direncanakan berlangsung selama kurang lebih dua bulan, yaitu dari bulan Juni sampai dengan Agustus 2016

D. Populasi dan Sampel

Moleong (2010) mendeskripsikan subjek penelitian sebagai informan, yang artinya orang pada latar penelitian yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Berdasarkan pengertian tersebut peneliti mendeskripsikan subjek penelitian bahasa sebagai pelaku bahasa yang merupakan sasaran pengamatan atau informan pada suatu penelitian yang diadakan oleh peneliti. Subyek dalam penelitian ini adalah nasabah Perusahaan Daerah BPR BKK Temanggung yang berjumlah 98,83 orang atau dibulatkan menjadi 99 orang yang dipilih dengan teknik *purposive sampling*, yaitu nasabah dipilih berdasarkan jumlah

saldo tabungan terbesar.

Metode perhitungan besar responden diatas yaitu: (Sugiyono, 2003)

$$n = \frac{8.479}{1 + 8.479 (10\%)^2} = 98,83 \text{ orang}$$

responden yang digunakan dalam penelitian ini seharusnya 98,83 orang atau dibulatkan menjadi 99 orang atau pembulatan dari perhitungan sampel diatas.

Keterangan :

n = jumlah responden

N = populasi (rata-rata jumlah nasabah tiap bulan)

d = derajat kesalahan yang dipilih adalah 10%

Objek penelitian merupakan hal yang menjadi titik perhatian dari suatu penelitian. Titik perhatian tersebut berupa substansi atau materi yang diteliti atau dipecahkan pemasalahannya menggunakan teori-teori yang bersangkutan. Obyek penelitian dalam penelitian ini adalah upaya peningkatan kualitas pelayanan nasabah yang dilakukan oleh Perusahaan Daerah BPR BKK Temanggung.

E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data dan informasi yang akurat dan objektif maka dilakukan teknik pengumpulan data sebagai berikut : (Sugiyono, 2010)

1. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dilapangan melalui sumber, dimana biasanya dilakukan dalam dua cara yakni :

- a. Observasi (Pengamatan), yaitu penulis mengadakan pengamatan secara langsung terhadap objek yang diteliti yaitu Perusahaan Daerah BPR BKK Temanggung
- b. *Interview* (Wawancara), yaitu teknik pengumpulan data dengan melakukan serangkaian tanya jawab terhadap beberapa sumber yang dianggap relevan dengan data yang ingin diperoleh.

Wawancara dilakukan kepada informan terpilih. Informan yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah merupakan sumber utama (*key person*) dalam rangka memperoleh data dan fakta untuk penelitian.

Informan yang dianggap representatif dalam penelitian ini adalah:

- 1) Manager Operasi dan Pelayanan sebanyak 1 orang.
 - 2) *Officer* Pelayanan sebanyak 1 orang.
 - 3) *Relationship Officer* sebanyak 1 orang
 - 4) *Teller* sebanyak 1 orang
- c. Kuesioner

Kuesioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada 99 orang responden (nasabah dana) untuk

dijawabnya (Sugiyono, 2010). Daftar pertanyaan ini berisi indikator kualitas pelayanan dan harapan nasabah dana yang dijawab oleh nasabah Perusahaan Daerah BPR BKK Temanggung.

2. Data Sekunder

Data Sekunder didapatkan melalui studi kepustakaan yaitu dengan mencari data yang diperoleh melalui studi pustaka dengan mencari dan membaca literatur, buku-buku bacaan dan tulisan ilmiah yang berkaitan dan relevan dengan objek penelitian yang hendak diteliti.

F. Metode Analisa Data

Metode analisa data yang dipakai penulis adalah dengan analisis *Mean Aritmatic* atau rata-rata hitung dengan penilaian berdasarkan skala Likert, Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2010). Proses pembobotan dalam Skala Likert yaitu proses pemberian nilai angka pada setiap jawaban dari suatu pertanyaan yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan, dengan penilaian sebagai berikut :

Tabel 3.1 Bobot Penilaian

Harapan		Kinerja		Skor
SPg	Sangat Penting	SP	Sangat Baik	5
Pg	Penting	P	Baik	4
CPg	Cukup Penting	CP	Cukup Baik	3
KPg	Kurang Penting	KP	Kurang Baik	2
TPg	Tidak Penting	TP	Tidak Baik	1

Sumber : Sugiyono, 2010

Skala kategori ini kemudian menskala individu yang bersangkutan dengan menambah bobot jawaban yang dipilih. Nilai rata-rata dari masing-masing responden dapat dikelompokkan dalam kelas interval dengan jumlah kelas = 5, sehingga intervalnya dapat dilihat sebagai berikut :

$$\text{Interval} = \frac{\text{Nilai maksimal} - \text{Nilai minimal}}{\text{jumlah kelas}}$$

$$\text{Interval} = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Dari hasil tersebut ditentukan skala distribusi, kriteria pendapat responden sebagai berikut :

Tabel 3.2 Interval Kelas

Kinerja	Interval Kelas	Harapan
Sangat Baik	4,21 – 5,00	Sangat Penting
Baik	3,41 – 4,20	Penting
Cukup Baik	2,61 – 3,40	Cukup Penting
Kurang Baik	1,81 – 2,60	Kurang Penting
Tidak Baik	1,00 – 1,80	Tidak Penting

Sumber : Data diolah

Kemudian dianalisis menggunakan Analisis Kuadran Kartesius *Importance-Performance Analysis* (IPA) dengan penjelasan sebagai berikut :

Menurut Tjiptono (2011), Langkah pertama untuk analisis kuadran adalah menghitung rata-rata penilaian kepentingan dan kinerja untuk setiap atribut dengan rumus:

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum Y}{n}$$

dimana:

\bar{X} = Bobot rata-rata tingkat penilaian kinerja

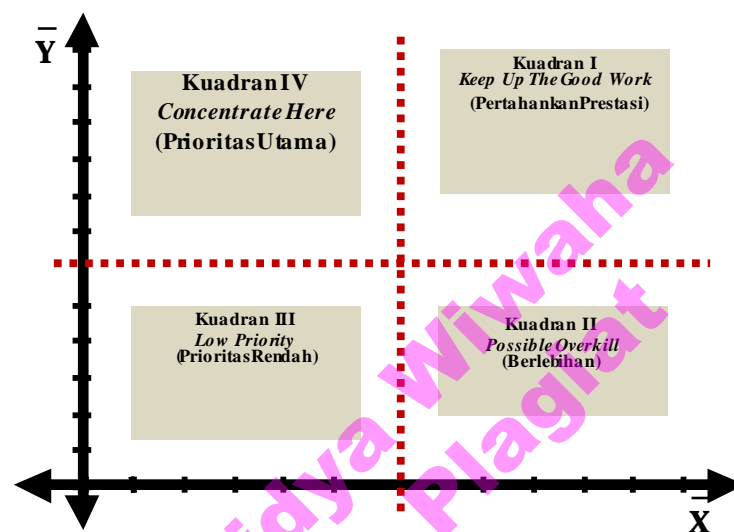
\bar{Y} = Bobot rata-rata tingkat penilaian kepentingan

n = Jumlah responden

Nilai \bar{X} ini memotong tegak lurus pada sumbu horisontal, yakni sumbu yang mencerminkan kinerja atribut (X), sedangkan nilai \bar{Y} memotong tegak lurus pada sumbu vertikal, yakni sumbu yang mencerminkan kepentingan atribut (Y). Setelah diperoleh bobot kinerja dan kepentingan atribut, kemudian nilai-nilai tersebut diplotkan ke dalam diagram kartesius seperti yang ditunjukkan dalam Gambar 3.1.

Nilai rata-rata dari skor tingkat kepentingan dan kinerja digunakan untuk menentukan poin-poin yang ada dalam kuadran. Interpretasi selanjutnya merupakan kombinasi dari skor-skor tingkat kepentingan dan kualitas tiap atribut. Hasil analisis

meliputi empat saran berbeda berdasarkan ukuran tingkat kepentingan (*importance*) dan kualitas/kondisi ruang (*performance*), yang selanjutnya dapat dipergunakan sebagai dasar untuk menetapkan rekomendasi selanjutnya.



Gambar 3.1. Kuadran Kartesius *Importance-Performance Analysis*
Sumber : Tjiptono (2011)

Berikut keempat saran tersebut yang disesuaikan dengan penggunaan dalam penelitian ini yaitu:

- a. Kuadran 1: *Keep Up The Good Work* (Pertahankan Prestasi), menunjukkan bahwa atribut-atribut dipandang penting oleh pimpinan sebagai dasar keputusan dengan kinerja dan kualitas pelayanan adalah sangat baik.
- b. Kuadran 2: *Possible Overkill* (Berlebihan), menunjukkan bahwa atribut-atribut kurang penting bagi nasabah, tetapi mempunyai kualitas yang baik.

- c. Kuadran 3: *Low Priority*, (Prioritas Rendah), menunjukkan bahwa beberapa atribut mengalami penurunan, karena baik tingkat kepentingan dan kualitas pelayanan lebih rendah dari nilai rata-rata.
- d. Kuadran 4: *Concentrate Here* (Prioritas Utama), menunjukkan bahwa atribut-atribut sangat penting dalam keputusan nasabah, tetapi tidak memiliki kualitas yang baik.

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Profil PD BPR BKK Temanggung

a. Sejarah PD BPR BKK Temanggung

PD BPR BKK Temanggung merupakan salah satu lembaga perbankan yang ada di wilayah Kabupaten Temanggung, sebagai lembaga intermediasi antara bank dan kelompok usaha Mikro senantiasa melakukan terobosan yang dapat menunjang peningkatan perekonomian rakyat di wilayah Kabupaten Temanggung

PD BPR BKK Temanggung merupakan BPR hasil merger 10 PD BPR BKK di Kabupaten Temanggung. Proses lahirnya PD BPR BKK diawali dengan PD BKK (Perusahaan Daerah Badan Kredit Kecamatan) yang didirikan pada tahun 1971, dengan status uji coba sebagai Badan Usaha Milik Daerah yang bergerak dalam bidang perkreditan. Dalam perjalanan waktu volume usaha dan hasil usaha mengalami peningkatan, sehingga pada tahun 1993 PD BPR BKK di Kabupaten Temanggung yang memenuhi syarat dikukuhkan statusnya menjadi PD BPR (Bank Perkreditan Rakyat dengan sebutan PD BPR BKK), sedangkan PD BKK yang belum memenuhi syarat setelah persyaratannya dapat dipenuhi, dikukuhkan menjadi PD BPR yaitu pada tahun 1999. Masing-masing PD BPR BKK di Kabupaten Temanggung perkembangan usahanya bervariasi dan setelah

dilakukan pengkajian oleh Tim yang dibentuk oleh Badan Pembina BKK Provinsi dan Kabupaten Temanggung, maka diputuskan adanya kebijakan merger bagi PD BPR BKK di Kabupaten Temanggung yang diresmikan pada tanggal 12 Desember 2005.

Dalam pelaksanaan merger, diputuskan PD BPR BKK Temanggung sebagai Kantor Pusat dan PD BPR BKK yang lainnya sebagai Kantor Cabang yang tersebar di 9 wilayah Kecamatan di Kabupaten Temanggung

b. Layanan PD BPR BKK Temanggung

Setelah diresmikan oleh Bapak Bupati Temanggung pada tanggal 28 Desember 2011, gedung kantor pusat PD BPR BKK Temanggung yang berada di Jalan Suyoto 3A Temanggung resmi mulai dipergunakan untuk melayani nasabah dan masyarakat sejak tanggal 2 Januari 2012. Dengan gedung baru yang lebih representatif bagi karyawan yang melaksanakan aktivitas tugas memberikan pelayanan nasabah, menjadi komitmen kami untuk dapat memberikan pelayanan yang lebih baik. Kami sangat mengharapkan adanya masukan serta kritik yang konstruktif terkait dengan pelayanan dari nasabah maupun masyarakat, sebagai bagian dari kesempurnaan kami dalam memberikan pelayanan. Sebagai salah satu BUMD dibidang perbankan, selama ini masih ada kesan penilaian dari masyarakat yang kurang baik terhadap pelayanan BUMD dan menjadi tantangan

serta keinginan kami untuk merubah penilaian tersebut, sehingga tercipta penilaian yang lebih baik.

Persaingan lembaga perbankan saat ini sudah memasuki tingkatan sangat ketat dengan indikasi munculnya berbagai lembaga perbankan maupun keuangan, baik dengan prinsip konvensional maupun syariah. Kami memiliki keyakinan bahwa menyikapi persaingan tersebut dan agar eksistensi perbankan tetap dapat dipertahankan, kata kuncinya ada pada bagaimana perbankan memberikan pelayanan kepada nasabahnya, dengan salah satunya membangun budaya pelayanan (*Service Culture*).

Disamping pelayanan nasabah dilaksanakan di kantor pusat, PD BPR BKK Temanggung juga memiliki jaringan kantor cabang dan pos pelayanan yang tersebar disebagian besar wilayah Kabupaten Temanggung kecuali wilayah Kec. Tretep, Wonobojo dan Pringsurat, agar masyarakat dapat mendapatkan pelayanan yang terjangkau serta dekat dengan domisilinya dengan motto “*Jaringan Terluas dan Tersebar di Kab. Temanggung*”.

c. Visi, Misi dan Tujuan PD BPR BKK Temanggung

Visi :

“Bank yang sehat , unggul dan menjadi pilihan”

Misi :

- 1) Menjadi salah satu lembaga penggerak ekonomi rakyat dengan menyediakan

modal usaha bagi UMKM

- 2) Memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal bagi pemangku kepentingan.
- 3) Memberikan pelayanan prima yang didukung oleh SDM yang berkualitas.

Maksud dan Tujuan :

- 1) Sehat

PD BPR BKK Temanggung harus sehat dari sisi keuangannya yang tercermin dari faktor Capital, Asset, Management, Earning Liquidity dan sehat dari sisi pengelolaannya yang tercermin dari adanya sikap perilakunya yang profesional dan tidak menyimpang dengan ketentuan yang berlaku, dengan motto “ BPR yang sehat merupakan segalanya”

- 2) Unggul

PD BPR BKK Temanggung harus menjadi yang paling unggul dalam peningkatan SDM, Pemanfaatan Teknologi Informasi , mempunyai produk yang beragam sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan sarana prasarananya yang memadai dengan motto “Terdepan dalam kelasnya”

- 3) Menjadi pilihan

PD BPR BKK Temanggung harus dapat menjadi pilihan bagi nasabah, masyarakat dan mitra kerjanya, yaitu menjadi BPR utama dalam setiap melakukan transaksi keuangannya dengan motto “ Apabila menjadi pilihan pasti dapat menjadi besar dan dipercaya”.

d. Logo PD BPR BKK Temanggung



Gambar 4.1 Logo Perusahaan Daerah BPR BKK Temanggung
Sumber : Profil Perusahaan Daerah BPR BKK Temanggung

2. Hasil Penelitian

a. Mutu Pelayanan Nasabah Di Perusahaan Daerah BPR BKK Temanggung

Setelah penulis melakukan penelitian pada PD BPR BKK Temanggung selama kurang lebih dua bulan (Juni sampai dengan Agustus 2016) dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi secara langsung maka dalam bab ini penulis akan menjelaskan sekaligus memaparkan sejumlah hasil penelitian mengenai strategi peningkatan kualitas pelayanan PD BPR BKK dalam meningkatkan loyalitas nasabah di Temanggung.

Pelayanan nasabah memang tidak sekedar sebuah senyuman dan kontak mata yang santun (*good eyes contact*). Nasabah mencari sesuatu yang dapat memenuhi keinginan mereka. Jika ada masalah, mereka juga menginginkan seseorang yang mampu memberikan solusi. Apa yang di inginkan oleh nasabah haruslah tercermin dalam *brand promise* sebuah bank. *Brand promise* ini kemudian di transfer menjadi sebuah *good experience*. Ketika berbicara soal manusia sebagai alat untuk menciptakan *good experience*, maka budaya perusahaan akan menentukan tingkat

keunggulan bersaing dari bank tersebut.

Bank yang akan dipilih masyarakat adalah bank yang bisa memberikan sentuhan personal, bisa memenuhi perkembangan kebutuhan layanan dari nasabah. Nasabah perbankan saat ini menginginkan bentuk layanan yang lebih personal, keramahan petugas, kenyamanan *banking hall*, fasilitas lengkap dan proses *simple* adalah hal yang menjadi kebutuhan nasabah. Antrian lama, proses pembukaan rekening berbelit, proses kredit berlama-lama tanpa keputusan, adalah hal-hal yang tidak disukai atau dihindari dan sudah tidak zamannya lagi.

Salah satu faktor penting yang harus dipahami oleh seluruh pegawai atau karyawan dimanapun adalah bagaimana membina hubungan baik dengan pelanggan. Salah satu unsur faktor tersebut adalah apa yang disebut *Customer Relations* yaitu pelayanan terhadap masyarakat. Pelayanan bukan hanya tanggung jawab dari unit pelayanan semata tetapi tanggung jawab seluruh anggota karyawan. Oleh karena itu unit pelayanan PD BPR BKK Temanggung merupakan corong organisasi dimana mereka menyampaikan informasi, kebijakan-kebijakan dan operasionalisasinya kepada karyawan dan nasabah.

Untuk itu diperlukan suatu perencanaan strategis dari unit pelayanan terhadap nasabahnya, hal ini selaras diungkapkan oleh Manager Operasional PD BPR BKK Temanggung, bahwa:

“Sebagaimana kita ketahui bahwa kepercayaan nasabah dan masyarakat merupakan modal utama dari keberadaan lembaga keuangan atau perbankan, termasuk didalamnya PD BPR BKK Temanggung. Saat ini kita memang sedang dalam tahap pembenahan menuju peningkatan kualitas

pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Pelayanan merupakan strategi utama di dalam PD BPR BKK Temanggung itu sendiri, karena dengan pelayanan yang prima akan berdampak terhadap pertumbuhan kinerja kami di PD BPR BKK Temanggung. Strategi dan bentuk pelayanan yang kami lakukan selama ini adalah dengan berusaha menjalin hubungan yang lebih dekat kepada nasabah dan memberikan pelayanan ekstra kepada nasabah-nasabah kami, kami mendengarkan semua bentuk keinginan nasabah kami dan berusaha untuk memberikan solusi.”

Setiap karyawan PD BPR BKK Temanggung saat ini memahami betul akan arti sebuah pelayanan yang direalisasikan dalam bentuk perbaikan terus menerus secara konsisten agar dapat selaras dengan kebijakan manajemen.

Kemudian berdasarkan hasil kuesioner diperoleh hasil :

1) Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini sejumlah 99 orang dengan karakteristik sebagai berikut :

a) Responden Menurut Jenis Kelamin

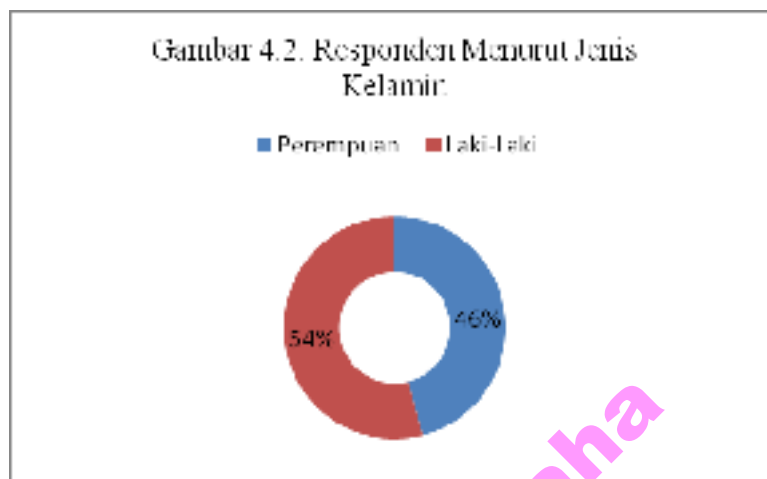
Jumlah responden berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut :

Tabel 4.1. Responden Menurut Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Prosentase
1	Perempuan	46	52%
2	Laki-Laki	53	48%
	Total	99	100%

Sumber : Data diolah

Dari data diatas diketahui bahwa responden dalam penelitian ini terdiri dari 46 orang perempuan dan 53 orang laki-laki, atau dapat digambarkan sebagai berikut:



b) Responden Menurut Usia

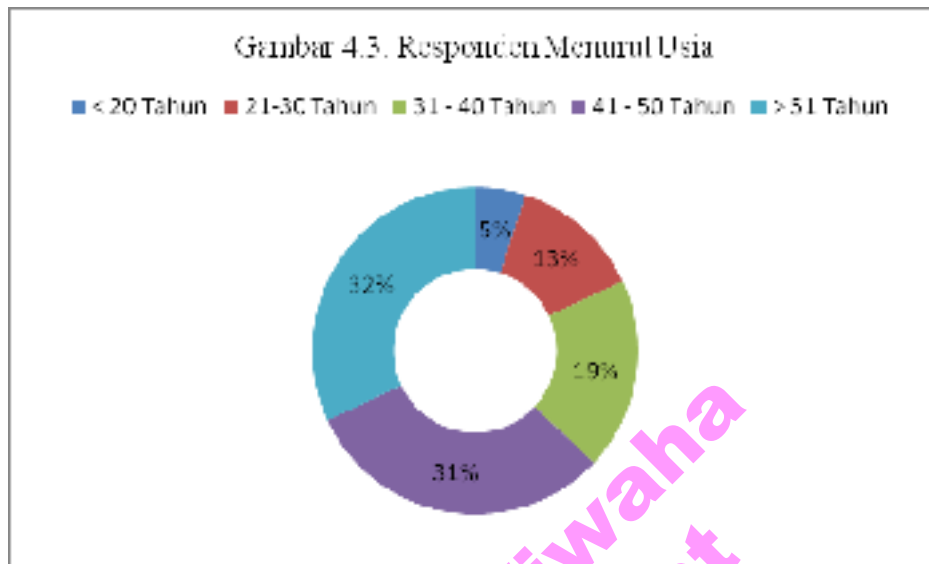
Jumlah responden berdasarkan usia adalah sebagai berikut :

Tabel 4.2. Responden Menurut Usia

No	Usia	Jumlah Responden	Prosentase
1	< 20 Tahun	5	3%
2	21-30 Tahun	13	8%
3	31 - 40 Tahun	19	21%
4	41 - 50 Tahun	31	26%
5	> 51 Tahun	31	42%
	Total	99	100%

Sumber : Data diolah

Dari data diatas diketahui bahwa responden dalam penelitian ini terdiri dari 5 orang berusia kurang dari 20 tahun, 13 orang berusia 21 – 30 Tahun, 19 orang berusia 31- 40 tahun, 31 orang berusia 41-50 tahun dan 31 orang berusia lebih dari 51 tahun, atau dapat digambarkan sebagai berikut:



c) Responden Menurut Pekerjaan

Jumlah responden berdasarkan pekerjaan adalah sebagai berikut :

Tabel 4.3. Responden Menurut Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah Responden	Prosentase
1	Pelajar	5	3%
2	Karyawan Swasta	13	12%
3	PNS /TNI/ Polri	15	11%
4	Wiraswasta	14	13%
5	Pensiunan	18	22%
6	Buruh	10	9%
7	Tani	4	3%
8	Ibu Rumah Tangga	17	24%
9	Lainnya	3	3%
	Total	99	100%

Sumber : Data diolah

Dari data diatas diketahui bahwa responden dalam penelitian ini terdiri dari 5 orang pekerjaannya sebagai pelajar, 13 orang pekerjaannya sebagai karyawan swasta, 15 orang pekerjaannya sebagai PNS/TNI/Polri, 14 orang

pekerjaannya sebagai wiraswasta, 18 orang mempunyai pekerjaan sebagai pensiunan, 10 orang sebagai buruh, 4 orang sebagai petani, 17 orang sebagai ibu rumah tangga dan 3 orang berprofesi lainnya atau dapat digambarkan sebagai berikut:



b. Tanggapan Nasabah Terhadap Kualitas pelayanan Di PD BPR BKK Temanggung

Tanggapan nasabah terhadap kualitas pelayanan di PD BPR BKK Temanggung mendapat tanggapan beragam yang kemudian direkap dan disajikan dalam tabel 4.4 berikut ini :

Tabel 4.4. Persepsi Masyarakat Mengenai Kinerja Pelayanan
di PD BPR BKK Temanggung

No	Kualitas pelayanan	Rata-Rata	Keterangan
A	KEANDALAN (RELIABILITY)		
1	Pelayanan tepat	3,87	Baik
2	Ketepatan jam buka pelayanan	3,79	Baik
3	Prosedur pelayanan yang tidak berbelit-belit	3,77	Baik
4	Ketepatan waktu pencairan dana	3,75	Baik
B	CEPAT TANGGAP (RESPONSIVENESS)		
5	Kemampuan petugas untuk tanggap menyelesaikan keluhan nasabah	3,72	Baik
6	Petugas memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti	4,01	Baik
7	Tindakan cepat pada saat nasabah membutuhkan	3,87	Baik
8	Petugas bersedia menerima saran dari nasabah	4,16	Baik
C	JAMINAN (ASSURANCE)		
9	Pengetahuan dan kemampuan menetapkan pelayanan	3,9	Baik
10	Pelayanan yang sopan dan ramah	3,95	Baik
11	Jaminan keamanan, kepercayaan status sosial, dll	3,9	Baik
12	Sikap dan perilaku petugas meyakinkan	3,9	Baik
D	EMPATI (EMPATHY)		
13	BPR BKK Temanggung memberikan kemudahan dalam mencapai lokasi perawatan	3,85	Baik
14	Petugas memberikan perhatian nasabah secara individual	3,74	Baik
15	BPR BKK Temanggung memberikan perhatian atas keluhan nasabah	3,76	Baik
16	BPR BKK Temanggung memberikan perhatian atas keluhan nasabah	3,82	Baik
17	BPR BKK Temanggung meberikan pelayanan yang adil kepada semua nasabah	3,89	Baik
E	BUKTI NYATA (TANGIBLES)		
18	Kebersihan, kerapihan dan kenyamanan ruangan	3,81	Baik
19	Kelengkapan, persiapan pelayanan BPR BKK	3,89	Baik

No	Kualitas pelayanan	Rata-Rata	Keterangan
	Temanggung		
20	Penampilan, kebersihan penampilan petugas	4,01	Baik
21	Fasilitas yang mendukung pelayanan BPR BKK Temanggung lengkap	4,11	Baik
22	Lingkungan BPR BKK Temanggung bersih, menarik, nyaman	3,7	Baik
	Rata-Rata	3,87	Baik

Sumber : Data Diolah

Dari tabel 4.4 diketahui bahwa tanggapan masyarakat terhadap kualitas pelayanan di PD BPR BKK Temanggung, rata-rata mengatakan baik dengan nilai rata-rata 3,87.

Kemudian harapan nasabah terhadap kualitas pelayanan di PD BPR BKK Temanggung mendapat tanggapan beragam yang kemudian direkap dan disajikan dalam tabel 4.5 berikut ini :

Tabel 4.5. Harapan Nasabah Mengenai Kualitas Pelayanan
di PD BPR BKK Temanggung

No	Harapan Pelayanan	Rata-Rata	Keterangan
A	KEANDALAN (RELIABILITY)		
1	Pelayanan tepat	4,56	Sangat Penting
2	Ketepatan jam buka pelayanan	4,7	Sangat Penting
3	Prosedur pelayanan yang tidak berbelit-belit	4,68	Sangat Penting
4	Ketepatan waktu pencairan dana	4,63	Sangat Penting
B	CEPAT TANGGAP (RESPONSIVENESS)		
5	Kemampuan petugas untuk tanggap menyelesaikan keluhan nasabah	4,68	Sangat Penting
6	Petugas memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti	4,67	Sangat Penting
7	Tindakan cepat pada saat nasabah membutuhkan	4,64	Sangat Penting

No	Harapan Pelayanan	Rata-Rata	Keterangan
8	Petugas bersedia menerima saran dari nasabah	4,48	Sangat Penting
C	JAMINAN (ASSURANCE)		
9	Pengetahuan dan kemampuan menetapkan pelayanan	4,54	Sangat Penting
10	Pelayanan yang sopan dan ramah	4,51	Sangat Penting
11	Jaminan keamanan, kepercayaan status sosial, dll	4,55	
12	Sikap dan perilaku petugas meyakinkan	4,5	Sangat Penting
D	EMPATI (EMPATHY)		
13	BPR BKK Temanggung memberikan kemudahan dalam mencapai lokasi perawatan	4,6	Sangat Penting
14	Petugas memberikan perhatian nasabah secara individual	4,56	Sangat Penting
15	BPR BKK Temanggung memberikan perhatian atas keluhan nasabah	4,46	Sangat Penting
16	BPR BKK Temanggung memberikan perhatian atas keluhan nasabah	4,66	Sangat Penting
17	BPR BKK Temanggung memberikan pelayanan yang adil kepada semua nasabah	4,70	Sangat Penting
E	BUKTINYATA (TANGIBLES)		
18	Kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan	4,74	Sangat Penting
19	Kelengkapan, persiapan pelayanan BPR BKK Temanggung	4,8	Sangat Penting
20	Penampilan, kebersihan penampilan petugas	4,74	Sangat Penting
21	Fasilitas yang mendukung pelayanan BPR BKK Temanggung lengkap	4,87	Sangat Penting
22	Lingkungan BPR BKK Temanggung bersih, menarik, nyaman	4,85	Sangat Penting
	Rata-Rata	4,64	Sangat Penting

Sumber : Data Diolah

Dari tabel 4.5 diketahui bahwa harapan masyarakat terhadap kualitas pelayanan di PD BPR BKK Temanggung, rata-rata mengatakan sangat penting dengan nilai rata-rata 4,64.

Kemudian gap yang terjadi antara persepsi nasabah dan harapan terhadap mutu pelayanan di PD BPR BKK Temanggung, hasilnya adalah terdapat gap atau kesenjangan negatif dengan nilai $-0,8$ yang menunjukkan kecilnya kualitas pelayanan dibandingkan harapan nasabah. Hal ini terjadi karena pada beberapa pelayanan masih belum memuaskan misalnya karena antrian yang panjang sehingga nasabah merasa kecewa. Gap tersebut dapat disajikan dalam tabel dibawah ini:

Tabel 4.6. Gap Kinerja Dan Harapan Terhadap Kualitas Pelayanan Di PD BPR BKK Temanggung

No	Dimensi Kualitas Pelayanan	Kinerja Pelayanan	Harapan	Gap
A	KEANDALAN (RELIABILITY)			
1	Pelayanan tepat	3,87	4,56	-0,69
2	Ketepatan jam buka pelayanan	3,79	4,7	-0,91
3	Prosedur pelayanan yang tidak berbelit-belit	3,77	4,68	-0,91
4	Ketepatan waktu pencairan dana	3,75	4,63	-0,88
	Rata-Rata	3,80	4,64	-0,85
B	CEPAT TANGGAP (RESPONSIVENESS)			
5	Kemampuan petugas untuk tanggap menyelesaikan keluhan nasabah	3,72	4,68	-0,96
6	Petugas memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti	4,01	4,67	-0,66
7	Tindakan cepat pada saat nasabah membutuhkan	3,87	4,64	-0,77
8	Petugas bersedia menerima saran dari nasabah	4,16	4,48	-0,32
	Rata-Rata	3,94	4,62	-0,68
C	JAMINAN (ASSURANCE)			
9	Pengetahuan dan kemampuan menetapkan pelayanan	3,9	4,54	-0,64
10	Pelayanan yang sopan dan ramah	3,95	4,51	-0,56
11	Jaminan keamanan, kepercayaan status	3,9	4,55	-0,65

No	Dimensi Kualitas Pelayanan	Kinerja Pelayanan	Harapan	Gap
	sosial, dll			
12	Sikap dan perilaku petugas meyakinkan	3,9	4,5	-0,6
	Rata-Rata	3,91	4,53	-0,61
D	EMPATI (EMPATHY)			
13	BPR BKK Temanggung memberikan kemudahan dalam mencapai lokasi perawatan	3,85	4,6	-0,75
14	Petugas memberikan perhatian nasabah secara individual	3,74	4,56	-0,82
15	BPR BKK Temanggung memberikan perhatian atas keluhan nasabah	3,76	4,46	-0,70
16	BPR BKK Temanggung memberikan perhatian atas keluhan nasabah	3,82	4,66	-0,84
17	BPR BKK Temanggung meberikan pelayanan yang adil kepada semua nasabah	3,89	4,70	-0,81
	Rata-Rata	3,81	4,60	-0,78
E	BUKTI NYATA (TANGIBLES)			
18	Kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan	3,81	4,74	-0,93
19	Kelengkapan, persiapan pelayanan BPR BKK Temanggung	3,89	4,8	-0,91
20	Penampilan, kebersihan penampilan petugas	4,01	4,74	-0,73
21	Fasilitas yang mendukung pelayanan BPR BKK Temanggung lengkap	4,11	4,87	-0,76
22	Lingkungan BPR BKK Temanggung bersih, menarik, nyaman	3,7	4,85	-1,15
	Rata-Rata	3,90	4,80	-0,90
	Total Rata-Rata	3,87	4,64	-0,8

Sumber Data Diolah

Penjelasan lebih lanjut untuk setiap dimensi dalam tabel diatas adalah, sebagai berikut:

- 1) Keandalan, mendapat tanggapan responden:

- a) Kualitas pelayanan ditinjau dari dimensi keandalan mendapat tanggapan puas dengan nilai rata-rata 3,80
 - b) Harapan nasabah terhadap pelayanan ditinjau dari dimensi keandalan mendapat tanggapan sangat penting dengan nilai 4,64
 - c) Gap yang terjadi antara kualitas pelayanan dan harapan terhadap pelayanan adalah negatif dengan nilai $-0,85$
- 2) Kecepatan tanggapan, mendapat tanggapan responden:
- a) Kualitas pelayanan ditinjau dari dimensi kecepatan tanggapan mendapat tanggapan puas dengan nilai rata-rata 3,94
 - b) Harapan nasabah terhadap pelayanan ditinjau dari dimensi Kecepatan tanggapan mendapat tanggapan sangat penting dengan nilai 4,62
 - c) Gap yang terjadi antara kualitas pelayanan dan harapan terhadap pelayanan adalah negatif dengan nilai $-0,68$
- 3) Jaminan, mendapat tanggapan responden:
- a) Kualitas pelayanan ditinjau dari dimensi jaminan mendapat tanggapan puas dengan nilai rata-rata 3,91
 - b) Harapan nasabah terhadap pelayanan ditinjau dari dimensi jaminan mendapat tanggapan sangat penting dengan nilai 4,53
 - c) Gap yang terjadi antara kualitas pelayanan dan harapan terhadap pelayanan adalah negatif dengan nilai $-0,61$
- 4) Empati, mendapat tanggapan responden:

- a) Kualitas pelayanan ditinjau dari dimensi empati mendapat tanggapan puas dengan nilai rata-rata 3,81
 - b) Harapan nasabah terhadap pelayanan ditinjau dari dimensi empati mendapat tanggapan sangat penting dengan nilai 4,60
 - c) Gap yang terjadi antara kualitas pelayanan dan harapan terhadap pelayanan adalah negatif dengan nilai $-0,78$.
- 5) Bukti Nyata, mendapat tanggapan responden:
- a) Kualitas pelayanan ditinjau dari dimensi bukti nyata mendapat tanggapan puas dengan nilai rata-rata 3,90
 - b) Harapan nasabah terhadap pelayanan ditinjau dari dimensi bukti nyata mendapat tanggapan sangat penting dengan nilai 4,80
 - c) Gap yang terjadi antara kualitas pelayanan dan harapan terhadap pelayanan adalah negatif dengan nilai $-0,90$.

Berdasarkan hasil wawancara mengenai kualitas pelayanan di PD BPR BKK Temanggung kepada 4 orang yaitu Manager Operasi dan Pelayanan sebanyak 1 orang, *Officer* Pelayanan sebanyak 1 orang, *Relationship Officer* sebanyak 1 orang, dan *Teller* sebanyak 1 orang, yang dilakukan pada tanggal 9 Agustus 2016, hasilnya :

- Responden 1 : *Pelayanan sudah memenuhi harapan, karena mampu memberikan pelayanan yang lebih baik, makin tertatanya sistem administrasi yang lebih baik.*
- Responden 2 : *lemahnya pengetahuan customer service dalam memberikan informasi kepada nasabah, sehingga terkadang pelayanan menjadi terhambat*
- Responden 3 : *Belum, karena pelayanan masih ada nasabah yang kecewa ditambah lagi belum ada fasilitas e banking dan*

Responden 4 : *ATM. Sudah memenuhi harapan, karena bank ini avaiable atau pelayanan bank ini bila dibutuhkan oleh masyarakat mudah dicapai dan dijangkau pelayanan yang dilaksanakan di PD BPR BKK Temanggung cukup memuaskan dengan didukung sarana dan prasarana baru.*

Menurut pendapat diatas kualitas pelayanan di PD BPR BKK Temanggung yang sudah memenuhi harapan, diantaranya :

- 1) PD BPR BKK Temanggung mampu memberi pelayanan yang lebih baik.
- 2) Makin tertatanya sistem administrasi yang lebih baik sehingga mempercepat pelayanan PDBPR BKK Temanggung.

Menurut pendapat diatas kualitas pelayanan di PD BPR BKK Temanggung masih ada beberapa yang belum memenuhi harapan, diantaranya :

- 1) Lemahnya pengetahuan *customer service* PD BPR BKK Temanggung sehingga kualitas pelayanan belum sepenuhnya memenuhi harapan.
- 2) Belum ada fasilitas *e-banking* dan ATM.

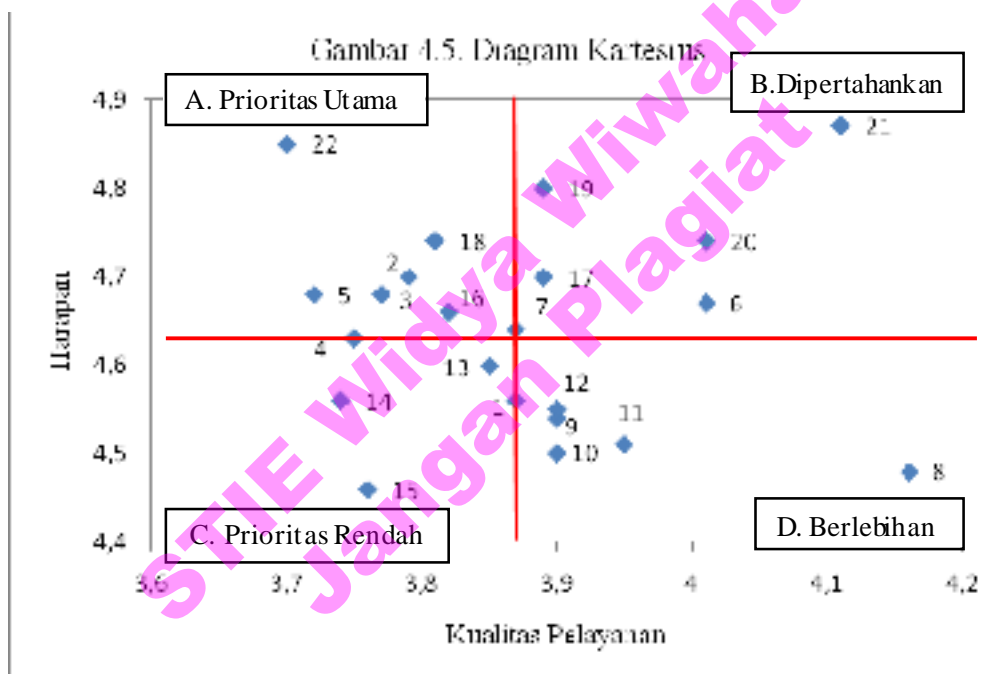
3. Upaya Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan di PD BPR BKK Temanggung

Dalam menentukan upaya yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan di PD BPR BKK Temanggung, akan dilakukan analisis Diagram Kartesius berdasarkan kuesioner 99 orang nasabah dengan meminta pendapat 4 orang yaitu Manager Operasi dan Pelayanan sebanyak 1 orang, *Officer* Pelayanan

sebanyak 1 orang, *Relationship Officer* sebanyak 1 orang, dan *Teller* sebanyak 1 orang, adalah sebagai berikut :

1) Diagram Kartesius

Berdasarkan data pada tabel 4.4 dan 4.5 yang kemudian direkap pada tabel 4.6 sebagai dasar pembuatan Diagram Kartesius yang hasilnya adalah sebagai berikut :



Berdasarkan Diagram Kartesius diatas maka menurut nasabah strategi yang digunakan untuk meningkatkan mutu pelayanan di PD BPR BKK Temanggung adalah yang menjadi :

A. Prioritas Utama

2. Ketepatan jam buka pelayanan
3. Ketepatan waktu pencairan dana

5. Kemampuan petugas untuk tanggap menyelesaikan keluhan nasabah
16. BPR BKK Temanggung memberikan perhatian atas keluhan nasabah
18. Kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan
22. Lingkungan BPR BKK Temanggung bersih, menarik, nyaman

B. Dipertahankan

6. Petugas memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti
17. BPR BKK Temanggung memberikan pelayanan yang adil kepada semua nasabah
19. Kelengkapan, persiapan pelayanan BPR BKK Temanggung
20. Penampilan, kebersihan penampilan petugas
21. Fasilitas yang mendukung pelayanan BPR BKK Temanggung lengkap

C. Prioritas Rendah

1. Pelayanan tepat
4. Ketepatan waktu pencairan dana
7. Tindakan cepat pada saat nasabah membutuhkan
13. BPR BKK Temanggung memberikan kemudahan dalam mencapai lokasi perawatan
14. Petugas memberikan perhatian nasabah secara individual
15. BPR BKK Temanggung memberikan perhatian atas keluhan nasabah

D. Kelebihan

8. Petugas bersedia menerima saran dari nasabah
9. Pengetahuan dan kemampuan menetapkan pelayanan
10. Pelayanan yang sopan dan ramah
11. Jaminan keamanan, kepercayaan status sosial, dll
12. Sikap dan perilaku petugas meyakinkan

B. Pembahasan

1. Kualitas Pelayanan Nasabah PD BPR BKK Temanggung.

Mutu pelayanan di PD BPR BKK Temanggung berdasarkan pendapat responden dari hasil kuesioner rata-rata mengatakan baik dengan nilai rata-rata 3,87. Sementara pendapat Narasumber mengenai kualitas pelayanan di PD BPR BKK Temanggung adalah sudah mampu memberi pelayanan yang lebih baik, makin tertatanya sistem administrasi yang lebih baik sehingga mempercepat pelayanan PD BPR BKK Temanggung namun terlihat masih lemahnya pengetahuan *customer service* PD BPR BKK Temanggung sehingga kualitas pelayanan belum sepenuhnya memenuhi harapan, sertabelum ada fasilitas *e- banking* dan ATM.

Kemudian harapan nasabah terhadap kualitas pelayanan di PD BPR BKK Temanggung mendapat tanggapan beragam dengan rata-rata mengatakan sangat penting dengan nilai rata-rata 4,64. Kemudian gap yang terjadi antara persepsi nasabah dan harapan terhadap kualitas pelayanan di PD BPR BKK Temanggung

hasilnya adalah terdapat gap atau kesenjangan negatif dengan nilai - 0,8 yang menunjukkan kecilnya mutu pelayanan dibandingkan harapan nasabah.

Peningkatan kualitas pelayanan yang bertujuan untuk meningkatkan loyalitas nasabah hendaklah menekankan pentingnya posisi pelanggan. PD BPR BKK Temanggung telah melihat hal tersebut sehingga menerapkan strategi-strategi peningkatan pelayanan yang dapat meningkatkan loyalitas nasabahnya, khususnya di wilayah Temanggung. Berdasarkan hasil observasi diterapkan unit pelayanan PD BPR BKK Temanggung terhadap kepuasan nasabah yaitu dengan istilah Jemput Bola yaitu bagaimana pihak PD BPR BKK berhubungan langsung dengan nasabah. Kemudian yang sudah dilakukan selama ini oleh PD BPR BKK adalah :

a. Keandalan

Para karyawan berupaya membantu nasabah dalam memberikan pelayanan yang memuaskan, hal ini sesuai dengan komentar salah satu karyawan di bagian

Customer Service PD BPR BKK Temanggung bahwa:

“Sebagai perusahaan jasa, kami menyadari bahwa pelayanan merupakan landasan dasar agar perusahaan dapat tumbuh secara berkesinambungan, yang sesuai dengan salah satu motto dalam PD BPR BKK Temanggung yaitu “Apabila menjadi pilihan pasti dapat menjadi besar dan dipercaya”, motto tersebut kemudian diterjemahkan dalam konsep pelayanan nasabah yang berbasis pada nilai-nilai perusahaan.”

Tidak akan pernah ada pelayanan yang berkualitas yang diberikan kepada nasabah kalau karyawan suatu bank itu sendiri tidak terlayani dengan baik.

Karyawan yang tidak senang dalam bekerja, mereka tidak akan mau melayani dengan baik kepada nasabahnya. Jadi, ada kebersamaan atau timbal balik di PD

BPR BKK Temanggung.

Untuk meningkatkan kebersamaan, pihak PD BPR BKK Temanggung secara rutin melakukan beberapa kegiatan untuk karyawannya, misalnya mengadakan pelatihan (*training*).

Menurut Wati, selaku *Officer* Pelayanan :

“Kami terus-menerus melakukan pelatihan dengan standar yang telah ditentukan, bahkan boleh dikatakan tujuh puluh lima persen waktu seorang direktur di PD BPR BKK lebih banyak untuk memberikan coaching kepada anak buahnya.”

b. Daya Tanggap

Pihak PD BPR BKK Temanggung turun langsung untuk mengadakan pertemuan dengan nasabah atau yang dikenal dengan istilah Jemput Bola. PD BPR BKK Temanggung dalam rangka peningkatan kualitas pelayanan menggunakan strategi ini untuk memberikan kemampuan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan.

c. Jaminan

Dalam menjalankan kegiatan usahanya bank juga terlibat dengan masalah-masalah internal perusahaan dan individu sehingga peranan bank telah melampaui hubungan tradisional antara debitur dan kreditur. Dengan karakteristik demikian itu, maka hubungan antara bank dengan nasabah adalah hubungan kepercayaan.

Masalah internal sebuah bank memang erat kaitannya dengan kualitas pelayanan yang diberikan bank tersebut kepada nasabah. Semakin baik keadaan

internal sebuah bank, semakin baik pula kualitas pelayanan yang diberikan bank tersebut kepada nasabah. Itulah prinsip PD BPR BKK Temanggung dalam hal pelayanan.

d. Empati

Dalam pelayanan, bank harus meyakinkan nasabah bahwa bank tersebut peduli kepada nasabahnya. Kepedulian karyawan bisa meningkatkan kepercayaan bahwa bank tersebut adalah pilihan terbaiknya. Sikap peduli ini diterapkan oleh PD BPR BKK Temanggung dengan bertindak melalui kacamata nasabah. PD BPR BKK Temanggung selalu memahami segala kondisi nasabah, baik yang bersifat rasional maupun emosional. Karena dengan mengetahui kondisi nasabah pertama kali, seorang karyawan berada di posisi yang lebih baik untuk membangun sebuah ikatan emosional.

Menurut Sinta, *Teller* PD BPR BKK :

“Di dunia perbankan, terkadang kita harus menghadapi seorang nasabah yang kurang sabar dan menginginkan semua prosesnya selesai secepat mungkin, tetapi saya sebagai seorang teller harus mampu memahami apa yang melatarbelakangi nasabah untuk menjadi tidak sabar. Selain itu kita juga harus mampu merespon ketidaksabaran nasabah dengan pengetahuan yang baik dan kecepatan yang diharapkan oleh nasabah. Dengan strategi berusaha merangkul dan menjalin hubungan emosional yang lebih dekat ke nasabah, maka akan lebih berkesinambungan kami dengan nasabah kami, mereka akan merekomendasikan ke yang lain. Jadi ada dua sisi yang kami dapatkan, nasabah loyal dan mendapatkan calon nasabah potensial.”

Keberhasilan karyawan PD BPR BKK Temanggung dalam melakukan pelayanan dikarenakan pemahaman mereka terhadap keinginan nasabah. Mereka

tahu apa yang diharapkan nasabah. Sudah ada standar dari perusahaan, tapi mereka diharapkan melakukan lebih.

e. Bukti langsung (*tangibles*)

Bukti langsung lebih berkaitan dengan aspek fisik, seperti kemampuan bank menyediakan fasilitas fisik, peralatan, dan penampilan karyawan, misalnya kinerja cabang kebersihan dan kerapian kantor dan karyawan, penataan eksterior dan interior kantor yang baik, ruang tunggu, dan busana karyawan.

Pelayanan PD BPR BKK tidak sekedar berfokus pada perilaku *frontliners*. Segala sesuatu yang berbentuk fisik pun bisa mempengaruhi penilaian nasabah, misalnya pakaian yang tidak rapi sampai meja yang berantakan serta merta membuat nasabah tidak merasa nyaman. Oleh karena itu karyawan PD BPR BKK sangat peduli bahwa lingkungan fisik sekitarnya adalah cerminan dari wajah PD BPR BKK itu sendiri.

2. Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan Nasabah Di PD BPR BKK Temanggung

Dari hasil penelitian yang dilakukan terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam peningkatan kualitas pelayanan nasabah di PD BPR BKK Temanggung. Upaya tersebut merupakan tindakan yang merupakan perbuatan atau sesuatu yang dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu atau untuk menghasilkan sesuatu. Bila dikaitkan dengan pelayanan, yang dimaksud dengan

tindakan disini adalah upaya atau perbuatan nyata yang ditujukan untuk memberikan pelayanan yang wajar atau pelayanan yang baik kepada pelanggan.

Berdasarkan Diagram Kartesius diatas maka menurut nasabah upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan mutu pelayanan di PD BPR BKK Temanggung adalah :

a. Prioritas Utama

Yang menjadi prioritas utama untuk diperbaiki adalah ketepatan jam buka pelayanan, ketepatan waktu pencairan dana, kemampuan petugas untuk tanggap menyelesaikan keluhan nasabah, memberikan perhatian atas keluhan nasabah, kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan dan lingkungan BPR BKK Temanggung bersih, menarik, nyaman

b. Dipertahankan

Yang dipertahankan adalah petugas memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti, pelayanan yang adil kepada semua nasabah, kelengkapan, persiapan pelayanan, penampilan, kebersihan penampilan petugas dan fasilitas yang mendukung pelayanan BPR BKK Temanggung lengkap.

c. Prioritas Rendah

Yang menjadi prioritas rendah adalah pelayanan tepat, ketepatan waktu pencairan dana, tindakan cepat pada saat nasabah membutuhkan, kemudahan dalam mencapai lokasi perawatan, dan perhatian petugas kepada nasabah secara individual, serta memberikan perhatian atas keluhan nasabah.

d. Berlebihan

Yang sudah dianggap berlebihan atau melebihi harapan nasabah adalah petugas bersedia menerima saran dari nasabah, pengetahuan dan kemampuan menetapkan pelayanan, pelayanan yang sopan dan ramah, jaminan keamanan, kepercayaan status sosial, dan sikap dan perilaku petugas meyakinkan.

Dalam memberikan pelayanan berdasarkan diagram Kartesius diatas dan hasil observasi PD BPR BKK Temanggung dihadapkan pada beberapa faktor yang mendukung yaitu:

a. Pelayanan SDM PD BPR BKK Temanggung

PD BPR BKK Temanggung merasa perlu membekali diri dengan informasi tentang kondisi karyawannya, sehingga dapat berbicara atas nama perusahaan dengan meyakinkan. Baik dan buruknya citra perusahaan sangat tergantung dari sikap karyawannya dalam berkomunikasi dengan pihak lain yang terkait (*users*). Oleh karena itu, perlu usaha untuk meningkatkan kemampuan komunikasi, baik dari segi sikap, pengetahuan, ataupun keterampilan sehingga dapat mewakili perusahaan apabila dibutuhkan.

Pelayanan yang baik dapat meningkatkan loyalitas nasabah. Layanan perbankan diawali dari kecakapan sumber daya manusia yang bekerja pada PD BPR BKK Temanggung untuk menciptakan suasana bertransaksi dengan nyaman, aman dan memuaskan nasabah. Sebenarnya, komponen layanan dari

suatu penawaran sangatlah berbeda dari komponen produk, karena begitu banyak produk yang mirip. Layanan lebih sulit ditiru sama baiknya oleh pesaing. Pemasar yang cerdas dapat menciptakan lingkungan layanan terhadap suatu produk, yang unik dan sulit ditiru. Walaupun begitu, banyak perusahaan terpacu pada produk, dan sayangnya menganggap remeh layanan sebagai langkah lanjut dalam rancangan penawaran. Mereka terlalu mengkhawatirkan biaya dari layanan yang cerdas, dan hampir tidak memerhatikan dampaknya.

PD BPR BKK Temanggung juga harus memperkenalkan program pelatihan yang keras untuk menanamkan sikap positif para karyawannya, yang melibatkan peristiwa kritis. Untuk meningkatkan pelayanan terhadap nasabah PD BPR BKK Temanggung telah melakukan *training* terhadap karyawannya.

b. Nasabah

PD BPR BKK Temanggung sebagai sebuah perusahaan jasa, perlu mengembangkan informasi yang lebih terpadu tentang para nasabahnya. Nasabah berhubungan dengan PD BPR BKK Temanggung dengan berbagai cara: e-mail, surat telepon, langsung bertemu, dan sebagainya. Namun, jika cara-cara ini tidak tercatat dengan baik, PD BPR BKK Temanggung tidak akan memiliki pandangan yang komprehensif atas prospek dan pelanggan, sehingga hal itu bisa menjadi kendala dalam mengembangkan penawaran dan komunikasi yang mendalam serta menyeluruh terhadap nasabah.

PD BPR BKK Temanggung menerapkan lima kebiasaan yang baik untuk

membentuk sebuah budaya pelayanan yang kompetitif dan mampu menciptakan loyalitas, yaitu:

- 1) Bertindak melalui kaca mata nasabah, disini nasabah dijadikan partner atau mitra dalam bertransaksi.
- 2) Perhatikan segala hal yang bersifat fisik, dalam hal ini faktor pendukung fisik yang dapat meningkatkan pelayanan terhadap nasabah.
- 3) Ciptakan momen bagi nasabah, banyak bentuk *community event* yang dilakukan oleh PD BPR BKK Temanggung untuk menjalin hubungan erat dengan nasabah-nasabahnya.
- 4) Membuat segalanya menjadi mudah.
- 5) Membuat nasabah menjadi target tetapi merasa dihargai.

Dalam dunia perbankan saat ini, tingkat kebangkrutan yang tinggi dan merger serta akuisisi kian cepat bertambah. Jika kapasitas terlalu banyak, maka merger dapat membantu menurunkan kapasitas itu. Yang akan bertahan adalah perusahaan yang mampu menciptakan dan menyampaikan nilai tertinggi pada pelanggan. Tugasnya adalah memahami keinginan nasabah secara akurat.

Sepanjang sejarah, para pemasar telah berfokus pada cara menarik pelanggan baru. Kini, perusahaan lebih berfokus pada seni mempertahankan pelanggan. Upaya mendapatkan pelanggan baru dibutuhkan biaya 5-10 kali lebih besar daripada memuaskan dan mempertahankan pelanggan lama. *Profitabilitas* pelanggan cenderung meningkat, seiring dengan semakin lamanya pelanggan

bertahan bersama perusahaan.

PD BPR BKK Temanggung saat ini sedang beralih dari memproduksi produk ke memproduksi customer loyal, dari berorientasi transaksi ke berorientasi hubungan. Di masa lalu, PD BPR BKK Temanggung tergantung pada departement *Customer Service* untuk menanggapi hal ini, tetapi kini pemasaran berbasis hubungan (*Relationship Marketing*) lebih berperan daripada departement *Customer Service*.

c. Produk

Persaingan bank saat ini sangatlah ketat, oleh karena itu peningkatan pelayanan kualitas produk dari sebuah bank sangatlah perlu diperhatikan. Inovasi-inovasi produk perbankan juga perlu dilakukan sebagai alternatif pilihan yang dapat menarik nasabah untuk bertransaksi pada bank tertentu yang disesuaikan dengan kebutuhannya.

Untuk menghasilkan sebuah produk yang senantiasa dicari oleh nasabah, maka PD BPR BKK Temanggung berusaha melakukan survey mengenai apa yang diinginkan oleh nasabahnya. Inovasi selalu dilakukan untuk mengikuti dinamika nasabah.

Selain melakukan inovasi dari produk-produk perbankan yang telah ada, PD BPR BKK Temanggung juga melakukan penawaran-penawaran menarik dari setiap produknya, mulai dari penawaran suku bunga yang tinggi untuk tabungan dan deposito sampai pada penawaran suku bunga terkecil untuk produk kredit.

Semua dilakukan untuk menciptakan sinergi yang kuat antara nasabah dan PD BPR BKK Temanggung sendiri.

Selain faktor pendukung ada pula faktor- faktor penghambat upaya peningkatan mutu pelayanan nasabah PD BPR BKK Temanggung antara lain :

a. Persaingan antar Bank

Pertumbuhan perbankan Indonesia yang bersaing secara ketat membuat persaingan merebut nasabah bank menjadi sangat sengit. Demikian posisi pelanggan ditempatkan oleh PD BPR BKK Temanggung sebagai raja dengan menyediakan segala pelayanan penawaran perbankan yang sesuai dengan kemauan dan kebutuhan nasabah. Hal ini merupakan salah satu cara menghadapi nasabah-nasabah yang memiliki lebih banyak pilihan dan juga informasi.

Sikap *customer care* harus diterapkan, bukan sekedar dicuap-cuapkan sehingga benar-benar berencana membuat nasabah menjadi nomor satu harus melewati beberapa tahap.

PD BPR BKK Temanggung melakukan penelusuran tingkat kepuasan pelanggan dari pesaing. Perusahaan harus mengembangkan peta yang menunjukkan semua poin interaksi antara karyawan dan nasabahnya, khususnya dengan menggarisbawahi poin-poin seputar kekecewaan dan kemarahan nasabah.

b. Keluhan Nasabah

Dalam meningkatkan kualitas pelayanan perbankan PD BPR BKK Temanggung hal paling utama yang perlu dilakukan adalah melakukan segala sesuatunya dengan benar sejak awal transaksi dengan nasabah berlangsung

namun dalam sebuah perusahaan yang telah melakukan hal tersebut tidak akan luput dengan nasabah yang merasa tidak puas atau kecewa.

Dalam bertransaksi seringkali secara tidak disengaja terdapat ketidakpuasan yang dialami oleh pelanggan meskipun pihak PD BPR BKK Temanggung sendiri telah meminimalisir dan menghindarinya. Meskipun jumlah keluhan yang tidak begitu banyak, namun tetap saja kepedulian terhadap pelanggan merupakan hal mutlak yang harus dilakukan oleh *customer service* PD BPR BKK Temanggung. Tentu saja keluhan nasabah segera ditanggapi dan dilakukan perbaikan. Dalam PD BPR BKK Temanggung sendiri menerapkan strategi *service recovery*. Strategi ini berkaitan erat dengan pemenuhan kepuasan pelanggan yang merasa kecewa atau mengeluh. Ada tiga cara utama pada strategi ini yakni:

- Memperlakukan nasabah yang merasa tidak puas dengan sebaik mungkin sehingga loyalitas nasabah terpelihara.
- Pihak PD BPR BKK Temanggung memberikan jaminan bagi nasabah.
- Pihak PD BPR BKK Temanggung segera memenuhi atau melebihi harapan dari nasabah yang mengeluh dengan cara menangani keluhan mereka.

Berdasarkan hal di atas maka PD BPR BKK Temanggung melakukan upaya-upaya untuk meningkatkan mutu pelayanan kepada nasabahnya, dengan cara :

a. Keandalan

Upaya yang dilakukan agar para karyawan dapat membantu nasabah dalam memberikan pelayanan yang memuaskan. Salah satu strategi pendukung keandalan ini antara lain adalah *Frontliners*.

Salah satu konsistensi PD BPR BKK Temanggung dalam meningkatkan kualitas pelayanan bagi nasabah adalah dengan menggerakkan *Frontliners* untuk lebih proaktif dalam menerima dan melayani nasabah. *Frontliner* yang terdiri dari berbagai posisi mulai dari Satpam, *Customer Service*, dan *Teller* memiliki kesamaan kemampuan dalam memberikan layanan atau solusi kepada nasabah. Dalam melayani nasabah *Frontliners* PD BPR BKK Temanggung menerapkan strategi tertentu yakni :

- 1) 3S (Senyum, Salam, Sapa) kepada nasabah.
- 2) Empati pada nasabah yang marah.
- 3) Kecepatan dalam penanganan keluhan.
- 4) Berusaha untuk wajar dan adil dalam memecahkan permasalahan dan keluhan nasabah.
- 5) Kemudahan bagi pelanggan untuk menghubungi perusahaan.

Strategi-strategi tersebut diatas adalah prinsip kerja *Frontliners* PD BPR BKK Temanggung sebagai salah satu bentuk komitmen PD BPR BKK Temanggung untuk senantiasa meningkatkan kualitas layanan terhadap nasabah dan memelihara hubungan baik dengan nasabah.

b. Kecepatan Tanggapan

Upaya untuk meningkatkan kecepattanggapan dapat dilakukan dengan cara PD BPR BKK Temanggung sebaiknya berhubungan dan turun langsung bekerjasama dengan nasabah-nasabahnya, bisa juga dengan sistem jemput bola, kemudian

dapat juga menyediakan media-media untuk menyampaikan saran dan keluhan nasabah seperti kotaksaran, media email dan lainnya.

c. Jaminan

Pentingnya kepercayaan masyarakat terhadap bank telah menciptakan hubungan kepercayaan antara bank dengan nasabahnya menjadi penting. Hal ini terjadi karena bank memiliki status yang unik ditengah masyarakat, selain bank sebagai sandaran suatu kepercayaan ia juga menempati posisi khusus sebagai tempat yang aman.

PD BPR BKK Temanggung juga menerapkan sistem jaminan terhadap seluruh produk yang dikeluarkan oleh PD BPR BKK Temanggung, jaminan ini dimaksudkan untuk meningkatkan kepercayaan nasabah dan publik terhadap PD BPR BKK Temanggung. Sebagai sebuah BPR yang berkembang, PD BPR BKK Temanggung berusaha meningkatkan kualitas layanan dengan meningkatkan kepercayaan nasabah dengan memberikan jaminan dalam setiap produk tabungannya baik itu dalam bentuk Deposito, Tabungan.. jaminan tersebut meliputi :

- 1) Jaminan keamanan.
- 2) Jaminan kemudahan bertransaksi.
- 3) Jaminan perhitungan bunga yang relatif bersaing.
- 4) Jaminan investasi yang menguntungkan.

d. Empati

Salah satu cara untuk meraih simpati nasabah adalah dengan menempatkan *Relationship Officer* sebagai partner atau mitra sehingga jarak antara bank dengan nasabah menjadi dekat. Dalam hal ini antara PD BPR BKK Temanggung dengan nasabahnya tidak sebatas hubungan saat bertransaksi saja tetapi juga berkelanjutan sehingga diharapkan dapat terjadi transaksi terus-menerus dari nasabah di PD BPR BKK Temanggung.

Relationship Officer disini diawali dengan memperlakukan nasabah dengan baik, dimana semua karyawan yang bersentuhan langsung dengan nasabah menerapkan layanan yang mengutamakan kenyamanan dan kepuasan nasabah. Dari Satpam hingga *Teller* diharapkan dapat memberikan pelayanan yang memuaskan.

Jika terdapat nasabah potensial, pihak PD BPR BKK Temanggung langsung memasukkannya kedalam *Customer Database* sehingga pihak PD BPR BKK Temanggung dapat melakukan perencanaan kerjasama yang sesuai dengan kebutuhan nasabah tersebut.

e. Bukti langsung (*tangibles*)

Upaya ini berkaitan dengan penyedia aspek fisik yang mendukung pelayanan PD BPR BKK Temanggung seperti kemampuan bank menyediakan fasilitas fisik, peralatan, dan penampilan karyawan,

Aspek terpenting lainnya adalah kebersihan dan kerapian kantor dan

karyawan, penataan eksterior dan interior kantor yang baik, ruang tunggu, dan busana karyawan.

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat diambil kesimpulan :

1. Kualitas pelayanan di PD BPR BKK Temanggung berdasarkan pendapat responden dari hasil kuesioner rata-rata mengatakan baik dengan nilai rata-rata 3,87. Sementara pendapat Narasumber mengenai kualitas pelayanan di PD BPR BKK Temanggung adalah sudah mampu memberi pelayanan yang lebih baik, makin tertatanya sistem administrasi yang lebih baik sehingga mempercepat pelayanan PD BPR BKK Temanggung namun terlihat masih lemahnya pengetahuan *customer service* PD BPR BKK Temanggung sehingga kualitas pelayanan belum sepenuhnya memenuhi harapan, serta belum ada fasilitas *e-banking* dan ATM. Kemudian harapan nasabah terhadap kualitas pelayanan di PD BPR BKK Temanggung mendapat tanggapan beragam dengan rata-rata mengatakan sangat penting dengan nilai rata-rata 4,64. Kemudian gap yang terjadi antara persepsi nasabah dan harapan terhadap kualitas pelayanan di PD BPR BKK Temanggung, hasilnya adalah terdapat gap atau kesenjangan negatif dengan nilai $-0,8$ yang menunjukkan kecilnya kualitas pelayanan dibandingkan harapan nasabah.

2. Posisi berdasarkan analisis Kuadran Kartesius *Importance- Performance Analysis* (IPA) di Perusahaan Daerah BPR BKK Temanggung adalah sebagai berikut :

Prioritas Utama

Yang menjadi prioritas utama untuk diperbaiki adalah ketepatan jam buka pelayanan, ketepatan waktu pencairan dana, kemampuan petugas untuk tanggap menyelesaikan keluhan nasabah, memberikan perhatian atas keluhan nasabah, kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan dan lingkungan BPR BKK Temanggung bersih, menarik, nyaman.

Dipertahankan

Yang dipertahankan adalah petugas memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti, pelayanan yang adil kepada semua nasabah, kelengkapan, persiapan pelayanan, penampilan, kebersihan penampilan petugas dan fasilitas yang mendukung pelayanan BPR BKK Temanggung lengkap.

Prioritas Rendah

Yang menjadi prioritas rendah adalah pelayanan tepat, ketepatan waktu pencairan dana, tindakan cepat pada saat nasabah membutuhkan, kemudahan dalam mencapai lokasi perawatan, dan perhatian petugas kepada nasabah secara individual, serta memberikan perhatian atas keluhan nasabah.

Berlebihan

Yang sudah dianggap berlebihan atau melebihi harapan nasabah adalah petugas bersedia menerima saran dari nasabah, pengetahuan dan kemampuan menetapkan

pelayanan, pelayanan yang sopan dan ramah, jaminan keamanan, kepercayaan status sosial, dan sikap dan perilaku petugas meyakinkan.

3. Upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan di PD BPR BKK Temanggung berdasarkan Diagram Kartesius adalah yang menjadi prioritas utama untuk diperbaiki adalah ketepatan jam buka pelayanan, ketepatan waktu pencairan dana, kemampuan petugas untuk tanggap menyelesaikan keluhan nasabah, memberikan perhatian atas keluhan nasabah, kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan dan lingkungan BPR BKK Temanggung bersih, menarik, nyaman serta yang menjadi prioritas rendah adalah pelayanan tepat, ketepatan waktu pencairan dana, tindakan cepat pada saat nasabah membutuhkan, kemudahan dalam mencapai lokasi perawatan, dan perhatian petugas kepada nasabah secara individual, serta memberikan perhatian atas keluhan nasabah.

B. Saran

Adapun saran-saran yang diajukan oleh penulis antara lain adalah :

1. Untuk mengetahui apa yang diinginkan oleh nasabah sebaiknya pihak PD BPR BKK Temanggung melakukan *survey* kepuasan nasabah, sehingga dapat diketahui derajat kepuasan nasabah dan dibagian mana ketidakpuasan nasabah berada, hal tersebut dapat menjadi evaluasi bagi pihak PD BPR BKK sendiri agar dapat lebih meningkatkan lagi pelayanannya.

2. Untuk meningkatkan mutu pelayanan nasabah sebaiknya PD BPR BKK Temanggung lebih mencermati lagi pelayanan dalam hal pemantauan keluhan-keluhan konsumen, selalu *responsive* terhadap nasabah serta melatih karyawannya untuk selalu memberikan pelayanan berkelas bagi nasabahnya.

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M M dan Nooriahan Parvez. 2009. *Impact of Quality, Trust, and Customer Satisfaction on Customer Loyalty*. ABAC Journal, Vol.29, No.1, pp.24-38.
- Alma, Buchari. 2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Hurriyati, Ratih. 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: CV. Alfabeta
- Janet dan Tracey Sulak. 2009. *Strategies for Promoting Problem Solving and Transfer: A Qualitative Study*. [Online]
- Kheng, Lo Liang, et.al. 2010. "The Impact of Service Quality on Customer Loyalty : A study of Bank in Penang, Malaysia". *International Journal of Marketing Studies*. Vol, No. 2 (November 2010), Hal 57-66.
- Nasution, M.N. 2004. *Manajemen Jasa Terpadu: Total Service Management*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Rumanti, Assumpta Maria, 2002. *Dasar-Dasar Public Relations : Teori dan Praktik*., Grasindo, Jakarta
- Setyari, Ni Putu Wiwin, 2007. *Determinan investasi di Indonesia*. Buletin Study Ekonomi Vol 13 No 2
- Suhardi, Gunarto. 2006. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan dan ... Jurnal Kinerja*, Volume 10, No.1, Th. 2006
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung : Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy, 1997, *Strategi Pemasaran*, Edisi 1, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Undang-Undang No.7 tahun 1992 tentang Perbankan
- UU No.10 tahun 1998 tentang Perbankan