

Analisis Kualitas Layanan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah (Nasabah kredit usaha mikro PT Bank Mandiri Unit Jakarta Kebayoran Lama)

Adi Sofyana Latif

Universitas Pamulang

Email : dosen01608@unpam.ac.id

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh langsung atau tidak langsung dari kualitas layanan, kualitas produk, terhadap kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini, debitur yang mengajukan kredit usaha mikro dijadikan sebagai unit analisis. Analisis kuantitatif adalah metode analisis. Alat analisis program aplikasi SPSS versi 22.0, Hasil menunjukkan bahwa secara parsial, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, secara simultan Kualitas layanan dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Kepuasan Nasabah.

Abstract

The purpose of this study was to examine the direct or indirect effect of service quality, product quality, on customer satisfaction. In this study, debtors who apply for micro business credit are used as the unit of analysis. Quantitative analysis is a method of analysis. SPSS application program analysis tool version 22.0, the results show that partially, service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, simultaneously service quality and product quality have a positive and significant effect on customer satisfaction.

Keywords: Service Quality, Product Quality, and Customer Satisfaction.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan jenis usaha yang terbanyak merupakan segmen usaha mikro. Usaha mikro yang sangat dominan dan dari keseluruhan usaha yang berada di wilayah Indonesia yaitu umkm paling banyak di bandingkan dengan usaha makro. Sektor usaha mikro dapat memberikan sumbangsih bagi pertumbuhan ekonomi nasional khususnya dalam hal penyediaan lowongan pekerjaan. PT. Bank berdikari(Persero) Tbk, mempunyai sasaran buat berikan kemudahan di pada penyaluran kredit menjadi penambahan kapital usaha buat pengusaha mikro serta makro.

Dari tahun 2017-2021 kemajuan pinjaman yang telah disalurkan pada periode 5 tahun terakhir mengalami penurunan terhadap pencapaian sasaran yang ditetapkan oleh manajemen dari tahun 2017 menggunakan pencapaian 110% Jika dibandingkan menggunakan tahun 2021 dengan pencapaian 95% serta pinjaman yg tidak terbayar mengalami peningkatan yg cukup tinggi, fluktuasi % peningkatan pinjaman yg tidak terbayar dalam setiap tahun mengalami peningkatan asal tahun 2017 menggunakan npl 4.12% apabila dibandingkan menggunakan tahun 2021 dengan npl 4.74% dimana terjadi peningkatan pinjaman yg tidak terbayar sebagai akibatnya dapat dikatakan terjadinya penurunan kualitas pinjaman, begitu juga terjadi penurunan total jumlah peminjam asal tahun 2017 dengan jumlah

peminjam 775 jika dibandingkan dengan tahun 2021 dengan jumlah 525 peminjam.

Tabel 1. Pertumbuhan Penyaluran KUM Jkt Kebayoran Lama

TARGET KREDIT MIKRO				
Baki Debet	Target	% Thd Target	Baki Debet	NPL %
12,874	12,765	100.85%	157	1.22%
12,546	12,765	98.28%	188	1.50%
11,555	12,765	90.52%	198	1.71%
10,657	12,765	83.49%	223	2.09%
9,567	12,765	74.95%	256	2.68%

Sumber : PT Bank Mandiri 2017-2021

pada samping kenyataan tadi di atas, cabang Jakarta Kebayoran Lama adalah bagian yg berada pada bawah koordinasi Regional V Jakarta tiga area Jakarta Pondok Indah yang terdiri dari 10 cabang kantor mikro. Area Jakarta Pondok indah secara rutin setiap bulan memberikan evaluasi atas mutu pelayanan setiap kantor cabang mikro pada bawah koordinasinya, Tabel 1.dua memberikan bahwa di tahun 2021 unit mikro Kebayoran lama berada di peringkat ke-10. Selain itu mutu pelayanan cenderung mengalami penurunan semenjak bulan Januari - Desember 2021 dimana rentang penilaiannya meningkat nilai maka semakin jelek tingkat mutu suatu layanan terhadap nasabah.

**Tabel 2. Peringkat kualitas pelayanan unit Jakarta Kebayoran lama
Tahun 2017- 2021**

Periode	Peringkat
2017	4
2018	5
2019	7
2020	8
2021	10

Sumber : PT Bank Mandiri Kebayoran lama

Selain hal tersebut diatas, bagian Jakarta Kebayoran lama adalah divisi berada dibawah pengawasan Regional V Jakarta tiga wilayah Jakarta pondok indah yang terdiri berasal 10 divisi tempat kerja kecil yg mengalami penurunan jumlah nasabah.

Tabel 3 Pencairan kredit produk KUMKUR Jakarta Kebayoran lama Tahun 2017- 2021

Booking	Produk	
	KUM	KUR
2017	550	1255
2018	456	1000
2019	400	956
2020	375	800
2021	350	550

Sumber : PT Bank Mandiri Kebayoran lama

Berdasarkan table 4 atas terdapat fenomena bahwa : 1.) kepuasan nasabah menjadi menurun dari tahun 2017 yang mana kepuasan nasabah menjadi bagian terpenting dalam kredit 2.) Kualitas layanan unit Kebayoran lama secara signifikan turun drastis dari Tahun 2017- 2021 3.) Penyaluran pencairan kredit per produk yang relatif menurun 4.) kepuasan nasabah terjadi penurunan yang sangat drastis dimulai dari tahun 2017 yang mana kepuasan

nasabah di butuhkan agar tetap konsisten dalam penyaluran kredit.

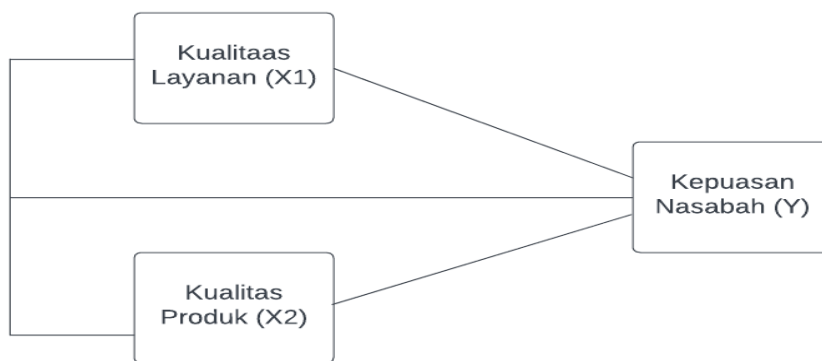
Tujuan penelitian : 1.) Analisa kualitas layanan secara parsial terhadap kepuasan nasabah 2.) Analisa kualitas produk secara parsial terhadap kepuasan nasabah 3.) Secara simultan Analisa pengaruh kualitas layanan, kualitas produk terhadap kepuasan nasabah.

Kotler & Keller (2019) kualitas pelayanan merupakan bentuk penilaian konsumen terhadap taraf pelayanan yg diterima menggunakan tingkat pelayanan yang dibutuhkan . jika pelayanan yg diterima atau dirasakan sesuai menggunakan yg diharapkan,maka kualitas pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan.

Kotler dan Keller (2016) ada lima faktor penentu kualitas layanan Keandalan, Daya Tangkap, Jaminan, Empati, Berwujud. Menurut Suryani (2017), dalam dunia ebanking terdapat enam indikator kualitas layanan, yaitu : 1.) efisiensi 2.) Pemenuhan janji 3.) Ketersediaan sistem 4.) Privasi 5.) Jaminan/Kepercayaan 6.) Tampilan Situs.

Kotler dan Keller (2016:37) bahwa kualitas produk adalah suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-kegunaannya, kemampuan itu mencakup daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan.

Kualitas layanan, Kualitas produk terhadap kepuasan nasabah Rita, P., Oliveira, T., & Farisa, A. (2019), Ali, B. J., Gardi, B., Jabbar Othman, B., Ali Ahmed, S., Burhan Ismael, N., Abdalla Hamza, P., ... & Anwar, G. (2021), Huang, P. L., Lee, B. C., & Chen, C. C. (2019). Dari kajian teori dan hasil penelitian terdahulu di atas, maka kerangka pemikiran penelitian ini seperti gambar 1 berikut :



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan tujuan penelitian, maka Hipotesa penelitian yang diambil adalah sebagai berikut : 1.) Kualitas Layanan Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Kepuasan Nasabah 2.) Kualitas Produk Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Kepuasan Nasabah 3.) Kualitas Layanan, Kualitas Produk secara bersama-sama Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Kepuasan Nasabah.

METODE

Unit analisis penelitian ini adalah para peminjam yang mengajukan pinjaman, Populasi penelitian 775 peminjam serta penentuan sampelnya menggunakan rumus slovin, dengan jumlah sampel sebanyak 85 responden. Metode analisisnya metode kuantitatif. Teknik analisisnya analisis regresi, dengan persamaan $Y = \beta_0 + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + e$, dimana β_0 adalah Koefisien konstanta, Y merupakan variabel kepuasan nasabah, β_1X_1 artinya kualitas layanan (X1), β_2X_2 kualitas korelasi (X2) serta β_3X_3 koefisien variabel nilai nasabah (X3). alat bantu analisis data acara aplikasi SPSS versi 22.0.

setelah dianalisis menggunakan regresi analisis dilanjutkan dengan uji analisis determinasi (R Square), Pengujian hipotesis secara parsial (uji t) serta simultan (uji F) dengan taraf toleransi error 5%. Sebelum proses regresi analisis terlebih dahulu diuji instrumen penelitian (kuesioner) menggunakan uji validitas serta reliabilitas serta perkiraan klasik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 5. Coefficient *regressi* analysis.
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,431	1,145		2,123	,036
Kualitas Layanan_X1	,069	,018	,356	3,920	,000
Kualitas Hubungan_X2	,090	,044	,242	2,022	,046
Nilai Nasabah_X3	,143	,078	,255	1,837	,069

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah_Y1

Hasil dari koefisien untuk variable kualitas layanan (X1), kualitas produk (X2) dan nilai nasabah (X3) diatas yaitu ($\beta_1 X_1 = 0,069$, $\beta_2 X_2 = 0,090$ dan $\beta_3 X_3 = 0,143$).

1. Variabel untuk Kualitas Layanan, Kualitas Produk mempunyai mengarah kepada koefisien yang menandakan positif terhadap Kepuasan Nasabah.
2. Nilai konstanta sebesar 2,431. Menyimpulkan bahwa apabila untuk variabel bebas yaitu Kualitas Layanan (X1) dan Kualitas Produk (X2) tidak dilakukan, maka untuk variabel terikatnya yaitu Kepuasan Nasabah (Y) sebesar 2,431.
3. Koefisien untuk variabel dengan Kualitas Layanan menandakan nilai sebesar 0,069 yang artinya jika perusahaan mempunyai kualitas layanan yang maksimal maka dapat menumbuhkan kepuasan nasabah.
4. Koefisien untuk variabel kualitas produk menandakan nilai sebesar 0,09 yang artinya perusahaan dapat memberikan kualitas produk yang maksimal maka dapat menumbuhkan kepuasan nasabah.

SIMPULAN

Kualitas Layanan mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap kepuasan nasabah dan jika diperhatikan secara cermat pada aspeknya maka bukti fisik memiliki keterkaitan yang paling kokoh dengan kepuasan pelanggan dibandingkan dengan aspek kualitas layanan yang lainnya.

1. Kualitas Produk mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap kepuasan nasabah dan jika diperhatikan secara cermat pada aspeknya maka bukti fisik memiliki keterkaitan yang paling kokoh dengan kepuasan pelanggan dibandingkan dengan aspek kualitas produk yang lainnya.
2. Kualitas Layanan, Kualitas Produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan nasabah. bahwa jika terjadi peningkatan kualitas layanan, kualitas Produk secara bersama maka menumbuhkan kepuasan nasabah.

Saran

1. Kualitas layanan merupakan faktor yang signifikan mempengaruhi kepuasan nasabah, berdasarkan deskripsi variabel kualitas layanan, terlihat bahwa saat ini terdapat beberapa nasabah yang masih merasa belum mendapat pelayanan yang sesuai dengan harapan. Untuk dapat memberikan layanan yang superior kepada nasabah maka senantiasa untuk meningkatkan pelayanannya kepada nasabah, hal tsb dapat dilakukan dengan meningkatkan kehandalan karyawan dengan mengikutsertakan karyawan untuk

mengikuti pelatihan jiwa service untuk melayani nasabah. Dan perlu juga untuk mengikut sertakan karyawan dalam workshop, seminar atau yang paling sederhana adalah dengan coaching oleh kepala unit kerja secara teratur dan berkesinambungan, selain itu juga evaluasi dan monitoring secara berkesinambungan terhadap standar pelayanan, hal lain yang dapat dilakukan adalah dengan memberikan empati kepada nasabah misalnya dengan memberikan perhatian pribadi kepada setiap nasabah seperti memanggil nasabah dengan menyebutkan nama, mendengar lebih jauh atas keluhan nasabah, memberikan ucapan kepada nasabah yang berulang tahun, memberikan souvenir kepada nasabah.

2. Kualitas produk merupakan faktor yang signifikan mempengaruhi kepuasan nasabah, berdasarkan deskripsi variabel kualitas produk, terlihat bahwa saat ini terdapat beberapa nasabah yang masih merasa produk kredit yang di salurkan terkait dengan bunga kredit masih tergolong besar dan agar meningkatkan pelaku usaha kecil maka di perlukan penkajian kembali terhadap produk yang di salurkan.
3. Kepuasan Nasabah dalam penelitian ini terbukti berpengaruh positif dan signifikan, terlihat bahwa saat ini terdapat beberapa nasabah yang masih merasa mendapatkan kepuasan secara maksimal atas kualitas layanan, kualitas produk. Untuk meningkatkan kepuasan nasabah perlu adanya zona toleransi terutama pada kepuasan yang melebihi kepuasan nasabah, dengan memberikan kepuasan yang tinggi kepada nasabah, maka hal tersebut akan mendorong laba dan market share perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Hapzi dan Nandan Limakrisna (2013). Metodologi Penelitian. Deepublish. Yogyakarta.
- Arief, 2007. *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan*. Bayu Media Publishing. Malang
- Assauri, Sofjan. 2012. *Strategic Marketing Sustaining life Time Customer Value*. PT Rajagrafindo Persada. Jakarta
- Bank Mandiri, 2017. Laporan Tahunan 2017. Jakarta
-, 2011. Laporan Tahunan 2011. Jakarta
-, 2012. Laporan Tahunan 2012. Jakarta
-, 2013. Laporan Tahunan 2013. Jakarta
-, 2021. Laporan Tahunan 2021. Jakarta
- Butt, Muhammad Mohsin dan Attab, Muhammad, 2013. "Incorporating attitude toward Halal Banking in An Integrated Service Quality, Satisfaction, Trust and Loyalty Model in Online Islamic". *International Journal of Bank Marketing*, vol.31, No.1 6-23.
- Dewi, Gusti Ayu, P, R, K, Yasa, Ni Nyoman. K, Sukatmaja, Putu Gde. 2021. "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah PT. BPR Hoki di Kabupaten Tabanan." *E-Journal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*. 2011. 3.3, 257 – 275
- Ghone, Sohella, Fathian, dan Gholamian, M, R. 2011. " Full Relationship Among E-Satisfaction, E-Trust, E- Service Quality, and E- Loyalty: The Case Of Iran Bankng", *Jorunal Of Theoretical and Applied Information Technology*, vol. 33, No.1
- Griffin, Jill, 2005. *Customer Loyalty : Menuhkan dan Mempertahankan Pelanggan*. Alih bahasa oleh Dwi Kartika Yahya. Airlangga. Jakarta
- Gronroos, Christian, 2007. *Service Management and Marketing : Customer Management in Service Competition, Third Edition*. Jhon Wiley & son. West sussex.
- Hamzah, Noradiva, Ishak, Norish Mohd, dan Nor Nurul. I.M. 2012. "Customer Satisfactions on Islamic Banking". *Journal of Economies, Business and Management*, vol 3 No.1, 140-144
- Hassan, M. T, Ahmed S, Habib U, Riaz S, Maqbool N. 2012. "Measuring Customers Loyalty Of Islamic Banking In Bahawalper Region". *International Journal of Learning and development*, Vol.2. No.2, 101-111
- Hu, Kai Chich, Dan Huang, Mei Chich. 2012. "Effect of Servive Quality, Innovation and Corporate Image on Customer's Satisfaction and Loyalty of Air Cargo Terminal". *International Journal of Operation Research*, vol.8 No.4, 36-47

- Kasper, Hans, Helesdingen, Piet Van, dan Gabbon, Mark. 2006. *Service Marketing Management: A Strategic Perspective*, Second Edition, John Wiley & Sons. West Sussex.
- Keisidou E, Sarigiannidis L, Maditinos DI, Eleftherios IT. 2013. "Customer Satisfaction, Loyalty and Financial Performance: A Holistical Approach of The Greek Banking Sector". *International Journal of Bank Marketing*, vol. 31 No.4, pp. 259-288
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2012. *Marketing Management, 12th Edition*. Prentice Hall. New Jersey
-, dan Armstrong, Gerry. 2012. *Principles of Marketing, 12th Edition*. Prentice Hall. New Jersey
- Kan, Chung-Wei dan Tang, Mei-Ling. 2011. "Relationship Among Service Quality, Corporate Image, Customer Satsfaction, and Behavioral Intention for The Eldery in High Speed Rail Service". *Journal of Advanced Transportation*. DOI : 10.1002/utr.179
- Lau, Mei Mei, Cheung, Ronnie, Lam, Aris, Y.C dan Chu, Yuen Tying. 2013. "Measuring Service Quality in The Banking Industry : A Hongkong Based Study". *Contemporary Management Research*, vol.9 No. 3 pp.263-282
- Lovelock, Christoper and Wright, Jochen. 2011. *Service Marketing. People Technology, Strategy*. Person Educated Limited. Edinburgh Gate
- Mohammad, Anber Abraheem S. Dan Alhamdani, Shireen Yaseen M. 2011. "Service Quality Perspectives and Customer Satisfaction in Commercial Banks Woring in Jordan". *Middle Eastern Finance and Economics Issue* 14, 60 -72
- Ndubisi, Nelson, O. 2007. "Realitionship Marketing and Customer Loyalty". *Marketing Intelligence & Planning*, vol 25, No.1, 98-106
- Nejad, Leila R, Firoozbakht, Zahra, dan Taghipoor, Amin. 2021. "Service Quality, Relatinship Quality and Customer Loyalty (Case Study : Banking Industry in Iran)". *Open Journal of Social Science* 2, 262 – 268
- Pardede, Ratian, dan Manurung, Rechard. 2021. *Analisis Jalur : Teori dan Aplikasi dalam Riset Bisnis*. PT Rineka Cipta, Jakrta
- Rolg, J. C, F, Garcia, J. S, Tena, M.A.M, dan Monzonis, J.I. 2012. " Customer Perceived Value in Banking Service". *International Journal of Learning and Development*. Vol. 24. No. 5, pp. 266 – 283
- Salam, Eman M. A. E. Shawky. Ayman Yehia, dan Nahas, dan Tawik El. 2013. "The Impact of Corporate Image and Reputation on Service Quality, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty : Testing The Mediating Role, Case analysis in an International Service Company". *The Business & Management Review*, vol. 3, No.2, 177 – 196
- Seller, Volker, Redolf, Markus, dan Krume, Tim. 2013. " The Influence of Sociodemographic Variables on Customer Satisfaction and Loyalty in The Private Banking Industry". *International Journal of Banking Marketing*, vol.31, No.4, pp. 235-258
- Siswantara, I Wayan. 2011. "Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Serta Kinerja Customer Relationship Management (studi pada Halo Corporate PT TELKOMSEL Bali)". *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*. November 2011, vol. 7, No.3, hal 150 - 161
- Solomon, Michael R, Marshall Greg W, and Stewart, Elora W. 2012. *Marketing : Real People, Real Choice, 2nd Edition*. Person Prentice Hall. New Jersey
- Sugiyono. 2021. *Metode Penelitian Kombinasi*. CV. Alfabeta. Bandung
- Sujarweni, V, Wiratno. 2021. *SPSS Untuk Penelitian*. Pustaka Baru Press. Yogyakarta
- Supranto, I. 2011. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar, edisi keempat*. pT Rineka Cipta. Jakarta
- Tam, Jackie Lai-Ming. 2012. "The Moderating Role of Perceived Risk in Loyalty Intensions : an Investigation in a Service Contest". *Marketing Intellegence and Planning*, vol. 30. No. 1. Pp. 33 – 52
- Tjiptono, Fandy. 2021. *Pemasaran Jasa : Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Penerbit Andi. Yogyakarta

- Towney, Brian. 2006. *“Keys to Effective Relationship Banking”*. ABI/INFORM Research, Texas Banking, Jan 2006, pg. 16
- Wibowo, Danny. 2012. *“Dimensi Nilai Jasa Bank Terhadap Kepuasan Nasabah dan Dampaknya pada Loyalitas (Studi pada Bank BCA Cabang Surabaya)”*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, April 2012, vol. 7, No.1, 9 – 24
- Yamlt, Zulian. 2013. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Ekonisia. Yogyakarta
- Zethamie, Valarie A, Bimer, Mary Jo , and Gramler, Dwayne D. 2013. *Service Marketing Intergrating Customer Focus Across The firm, 6th Edition*. Mc Graw-Hill. New York