
Importance-Performance Analysis Kepuasan Nasabah BritAma Pada Bank BRI Kantor Cabang Pembantu Pasar Natar Lampung Selatan

Yunada Arpan

ABSTRACT

A qualified and competitive bank is a bank which can support good development BRI is one of national bank in Lampung that has good support to develop financial district suitable with district autonomy procedure. This branch of BRI bank in Natar is the bank which tries to satisfy its customers maximally, especially for the customers who live in Natar, South Lampung.

The available data indicate that the quantity of BritAma customers decreased about 36% with the average of decrease 3% per a month during the period August 2007 to November 2008. Based on the condition above, the problem formulation of this research is “How is the satisfaction of BritAma customers for the service given by the branch of BRI in Natar, South Lampung?”.

The purpose of this research are:

- 1. To know the satisfactory degree of BritAma customers toward the branch of BRI in Natar, South Lampung.*
- 2. To give information about the ways to service the customers better for some companies such as this bank.*

In connection with the background and the problem formulation this research has the hypothesis below: “The service given by the branch of BRI in Natar, South Lampung has not given satisfaction to its customers”

The result of count of customers satisfaction index is 78,842% this shows that the service given by the branch of BRI in Natar to the customers has not been satisfied. That is reflected by the index is less than 100%. It can be concluded that the hypothesis has been formulated above can be proved with the following count.

“The result of count of Importance Performance Analysis had been done shows that the average which uses the indicator of SERVQUAL about 0,971 is more than the average of customer satisfaction that is 0,745.

Keywords: *Performance, customers satisfaction, Importance Performance Analysis*

I. PENDAHULUAN

Deregulasi di sektor perbankan menyebabkan banyaknya bermunculan bank-bank baru dan kantor-kantor cabang diseluruh wilayah Indonesia yang dianggap potensial. Selain itu peralihan situasi industri perbankan dari *seller's market* menjadi *buyer's market* mengakibatkan pola strategi manajemen bank dituntut untuk selalu berorientasi pasar dengan menggunakan prinsip-prinsip *efisiensi* dan *profesionalisme*. Sehingga bank berlomba-lomba dalam memberikan pelayanan dan fasilitas yang terbaik untuk nasabahnya, menciptakan produk yang memiliki daya saing yang tinggi, menciptakan citra yang baik dan menumbuhkan loyalitas nasabah terhadap bank. Bank yang sehat dan memiliki daya saing, akan mampu dan mendorong laju pembangunan. Bank yang demikian itu mampu dan mau menyalurkan kredit yang lebih memperhatikan baik menyangkut golongan masyarakat, lapisan dunia usaha, atau daerah penyebarannya, serta sanggup menumbuhkan potensi ekonomi baru dan mengembangkan sektor-sektor perekonomian. Pertumbuhan sebuah bank sangat dipengaruhi oleh perkembangan dan kemampuannya menghimpun simpanan masyarakat baik skala kecil maupun skala besar.

Bank Rakyat Indonesia merupakan salah satu perbankan nasional yang berada di propinsi Lampung yang telah berperan aktif dalam mengembangkan ekonomi daerah searah dengan pelaksanaan otonomi daerah. Saat ini tujuan perbankan tidak hanya berorientasi pada pencapaian laba yang optimal saja, tetapi bagaimana dapat memberikan kepuasan yang maksimal terhadap nasabahnya. Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Pasar Natar merupakan salah satu perbankan yang mencoba memberikan kepuasan yang maksimal kepada para nasabahnya khususnya yang berada di wilayah Natar Lampung Selatan dengan cara membuka kantor cabang pembantu di daerah pasar Natar, sehingga para konsumennya tidak perlu lagi mengeluarkan biaya transportasi dan memakan waktu yang cukup lama untuk menjangkau Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Pasar Natar. Tetapi dari data yang ada menunjukkan bahwa jumlah nasabah Tabungan BritAma berfluktuasi dan cenderung mengalami penurunan. Perubahan jumlah nasabah dari Agustus 2007 sampai dengan bulan November 2008 secara keseluruhan mengalami penurunan sebesar 36% dengan rata-rata penurunan sebesar 3% per bulan. Padahal dalam rangka pencapaian tujuan Bank Rakyat Indonesia Kantor cabang Pembantu Pasar Natar melaksanakan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan jasa pada umumnya berupa bauran pemasaran (*marketing mix*) dimana untuk perusahaan jasa meliputi tujuh hal (7P) yaitu:

1. Kebijakan Produk (*Product*), Produk yang berupa simpanan yaitu BritAma
2. Kebijakan Harga (*Price*) yaitu Biaya administrasi yang dikenakan terhadap rekening aktif
3. Kebijakan Promosi (*Promotion*), Promosi penjualan dengan cara memberikan souvenir, *Personal selling*
4. Kebijakan Saluran Distribusi (*Place*) BritAma yaitu saluran distribusi langsung

(saluran nol tingkat).

5. Kebijakan Sumber Daya Manusia (*People*)
6. Kebijakan Wujud Fisik (*Physical Evidence*), bersifat nyata seperti bangunan yang dimiliki dan sarana-sarana yang pendukung lainnya.

Berdasarkan kondisi tersebut maka penulis menarik permasalahan penelitian ini adalah bagaimanakah kepuasan nasabah tabungan BritAma atas pelayanan yang diberikan oleh PT. BRI Kantor Cabang Pembantu Pasar Natar? Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah BritAma pada PT. BRI Kantor Cabang Pembantu Pasar Natar.

II. LANDASAN TEORI

Pertimbangan-pertimbangan pemasaran merupakan faktor yang sangat menentukan dalam perencanaan dan pengambilan keputusan di sebuah perusahaan. Untuk dapat bertahan didalam pasar yang peka terhadap perubahan yang penuh persaingan. Sebuah perusahaan harus menentukan apa yang bisa dijual, dan ancaman apa yang harus didayagunakan untuk memikat pelanggan. Menurut Philip Kotler (2000:8) pengertian pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan menukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain.

1. Pengertian Lembaga Keuangan

Lembaga keuangan merupakan bahan usaha yang mempunyai asset keuangan dan dipergunakan untuk menjalankan usaha dibidang keuangan, baik penyediaan dana untuk usaha produktif dan konsumtif maupun jasa keuangan bukan pembiayaan. Berdasarkan undang-undang perbankan No. 10 tahun 1998 menurut fungsinya bank dibedakan menjadi tiga golongan, yaitu : Bank Sentral, Bank Umum dan Bank Perkreditan Rakyat. Berdasarkan pasal 1 ayat (3) dan pasal 21 (1) Undang-Undang No. 10 tahun 1998, BRI Cabang Tanjung Karang termasuk jenis bank umum.

2. Kegiatan-kegiatan Perbankan

Dewasa ini kegiatan perbankan yang ada di Indonesia terutama kegiatan bank umum adalah: Menghimpun dana dari masyarakat (*funding*) dalam bentuk: Simpanan giro (*Demand Deposit*), simpanan tabungan (*Saving Deposit*), simpanan deposito (*Time Deposit*), menyalurkan dana kemasyarakatan (*Lending*) dalam bentuk kredit seperti: Kredit Investasi, Kredit Modal kerja, Kredit Perdagangan, Kredit konsumtif, Kredit produktif . Memberikan jasa-jasa bank lainnya (*service*) antara lain setoran pajak, telpon, PLN dan Pensiun.

3. Pengertian dan Karakteristik jasa

Jasa merupakan setiap tindakan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak meningkatkan kepemilikan apapun. Produksi jasa mungkin tidak terkait dengan produk fisik. (Kotler 2000: 602). Untuk lebih memahami pemasaran jasa perbankan maka perlu diketahui karakteristik pemasaran jasa perbankan tersebut yang meliputi *Intangibility, Lack of Identity, In-Built Inertia, Wide Range of Needs, Geographic Dispersion, Wide Indirect Competition, Growth Must be Balanced with Risk*.

4. Perilaku Konsumen

Menurut James F. Engel, Robert D. Blackwell dan Paul W. Miniard (Dalam Bilson Simamora 2002:1) Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini.

5. Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler (2000;52) menyatakan kepuasan konsumen adalah tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dengan harapannya. Artinya bahwa kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang yang berasal dari perbandingan kinerja suatu produk yang berhubungan dengan harapannya. Untuk mengetahui persepsi pelanggan terhadap mutu pelayanan suatu perusahaan agar kepuasan konsumen terpelihara, maka dipergunakan *Service Quality Method* atau dimensi kualitas jasa, yaitu:

- a. Keandalan (*Reliability*): Yaitu kemampuan untuk menyampaikan jasa yang dijanjikan dengan terpercaya dan akurat.
- b. Ketanggapan (*Responsibility*): Yaitu kemampuan untuk membantu dan menyampaikan jasa secara cepat.
- c. Jaminan (*Assurance*): Yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan.
- d. Empati (*Empathy*): Yaitu kesediaan untuk pembeli, memberikan perhatian pribadi bagi pelanggan.
- e. Wujud Nyata (*Tangible*): Yaitu Penampilan fisik fasilitas, peralatan, personil, dan materi komunikasi. (Philip Kotler 2000;499)

Tabel 1. Lima dimensi kualitas jasa (SERVQUAL)

Variabel	Sub Variabel	Konsep variabel	Indikator
5 Dimensi kualitas jasa (SERVQUAL)		Suatu konsep yang menekankan pentingnya memperhatikan dari segi kehandalan, ketanggapan, jaminan, empati, dan wujud fisik.	Kinerja pelaksanaan 5 Dimensi Kualitas jasa dan Bank.
	Kehandalan (<i>Reliability</i>)	Yaitu kemampuan untuk menyampaikan jasa yang dijanjikan dengan terpercaya dan akurat.	<ul style="list-style-type: none"> - Bank tidak pernah melakukan kesalahan dalam pencatatan keuangan nasabah - ATM selalu dalam keadaan berfungsi. - Pelayanan Phonebanking diselesaikan sesuai waktu yang dijanjikan - Petugas phonebanking tidak pernah membuat kesalahan dalam memberikan pelayanan.
	Jaminan (<i>Assurance</i>)	(<i>Assurance</i>) yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka dalam menimbulkan kepercayaan serta keyakinan.	<ul style="list-style-type: none"> - Jaminan dana yang disimpan - Customer Service bersikap profesional, ramah, dan sopan. - Nasabah merasa aman melakukan penarikan uang tunai dan transaksi lainnya melalui ATM.

Variabel	Sub Variabel	Konsep variabel	Indikator
	Empati (<i>Empathy</i>)	Yaitu kesediaan untuk peduli dan memberikan perhatian pribadi bagi pelanggan.	<ul style="list-style-type: none"> - Nasabah merasa bahwa pentingnya lebih diutamakan oleh bank. - Customer Service dapat memenuhi keperluan nasabah. - Bank secara teratur memberikan informasi baru tentang produk dan layanannya.
	Wujud Fisik (<i>Tangialbe</i>)	Yaitu menampilkan fisik fasilitas, peralatan, penampilan pegawainya, dan materi komunikasi.	<ul style="list-style-type: none"> - Kebersihan dan kenyamanan ruang tunggu. - Kerapihan busana petugas. - Keragaman media komunikasi untuk memudahkan nasabah. - Fasilitas ATM yang memadai. - Lokasi bank yang strategis.
Kepuasan Nasabah		Perbandingan antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja.	<ul style="list-style-type: none"> - Kepentingan jasa - Kinerja jasa.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada PT Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Pasar Natar yang beralamatkan di Jalan Raya Natar No.138 D Natar– Lampung Selatan. KCP Pasar Natar didirikan pada tanggal 16 Desember 2003 dan mulai beroperasi pada awal tahun 2004.

1. Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah Tabungan PT BRI Kantor Cabang Pembantu Pasar Natar Periode Agustus 2007-November 2008 sebesar 5240 orang. Penentuan unit sampel yang dipilih didasarkan pada pertimbangan tertentu dari peneliti (*Non- probability sampling*) dengan teknik *Judgmental sampling* dimana anggota populasi yang dipilih ditentukan langsung oleh periset sehingga tidak ada peluang bagi anggota populasi yang lain untuk menjadi sampel bila diluiri pertimbangan periset (Istijanto, 2005;120). Sampel yang diambil adalah para nasabah aktif tabungan BritAma BRI Kantor Cabang Pembantu Pasar Natar yang telah lebih dari dua bulan menjadi nasabah dan telah melakukan transaksi minimal satu kali atau nasabah yang sudah pernah menjadi nasabah bank lanilla, besarnya sampel adalah 113 responden.

1. Metode Pengumpulan Data

Data diperoleh melalui Wawancara, Observasi dan Kuisisioner. Kuisisioner diberikan kepada responden dengan menggunakan skala Likert. Skala ini meminta responden menunjukkan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan terhadap serangkaian pernyataan tentang obyek. Kuisisioner di bagi dalam dua kategori yaitu tingkat *Importance* (kepentingan) nasabah terhadap atribut-atribut 5 dimensi kualitas jasa (SERVQUAL), dengan menyatakan penting atau tidak pentingnya suatu atribut bagi mereka dalam menggunakan produk jasa perbankan. Dan kedua, tingkat *performance* (kinerja) dari berbagai atribut 5 dimensi kualitas jasa (SERVQUAL) di mata nasabah, dengan menyatakan puas tidak puas dari pelaksanaan atribut bauran pemasaran jasa perbankan tersebut.

2. Analisis Data

Analisis kuantitatif yang digunakan dalam mengukur kepuasan pelanggan ini terdiri dari pengukuran *Importance-performance Analysis* dan *Customer satisfaction Index*. *Importance-Performance Analysis* (Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja/ Kepuasan). Dalam melaksanakan penelitian terdapat dua variabel yang diwakili oleh huruf X dan Y, yaitu X merupakan tingkat kinerja perusahaan yang dapat memberikan kepuasan terhadap nasabah dan y merupakan tingkat kepentingan nasabah.

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

Ket :

\bar{X} = Peringkat kinerja rata-rata

\bar{Y} = Peringkat kepentingan rata-rata

n = Jumlah kepentingan

\bar{X} = Nilai total rata-rata atribut kerja

Y_i = Nilai total atribut kepentingan.

Kemudian berdasarkan hasil perhitungan setiap atribut atau elemen-elemen tersebut dapat diuraikan dalam Diagram kepentingan – Kinerja sebagai berikut.

Kepentingan

\bar{Y}	A. Prioritas Utama $Y_i > \bar{Y}$ dan $\bar{X} < \bar{X}$	B. Pertahankan perstasi $Y_i > \bar{Y}$ dan $\bar{X} > \bar{X}$
	C. Prioritas rendah $Y_i < \bar{Y}$ dan $\bar{X} < \bar{X}$	D. Berlebihan $Y_i < \bar{Y}$ dan $\bar{X} > \bar{X}$
	\bar{X}	Kinerja/kepuasan \bar{X}

Kuadran A, menunjukkan atribut jasa sangat penting bagi nasabah namun tidak dilaksanakan pada tingkat yang diharapkan sehingga nasabah merasa pelayanannya yang diberikan oleh perusahaan tidak memuaskan. Kuadran B, menunjukkan atribut jasa dianggap sangat penting bagi nasabah dan telah dilaksanakan secara baik sehingga nasabah merasa pelayanan yang diberikan oleh perusahaan sangat memuaskan. Kuadran C, menunjukkan atribut jasa dianggap kurang penting bagi nasabah dan dilaksanakan pada tingkat yang biasa-biasa saja atau kurang memuaskan. Kuadran D, menunjukkan atribut jasa kurang penting bagi nasabah namun pelayanan oleh perusahaan sangat memuaskan atau dilaksanakan pada tingkat yang berlebihan.

Untuk mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan nasabah maka digunakan *Customer Satisfaction Index* (Indeks Kepuasan Konsumen). Metode digunakan untuk mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan nasabah terhadap kinerja PT. BRI KCP Pasar Natar secara keseluruhan (*Over all satisfaction*). Metoda analisis ini menggunakan data hasil perhitungan dari masing-masing atribut pada pengukuran tingkat kepentingan dan tingkat kinerja sebelumnya.

$$\text{Customer Satisfaction Index} = \frac{\text{Weighted Score} \times 100}{5}$$

5

Keterangan :

- a) *Weighted Score* = (*Importance weighting factor*) x (*satisfaction score*)
- b) *Importance weighting factor* = (*Importance score*) / (*total importance score*)
- c) Angka 5 adalah jumlah kategori dalam skala likert.

Atribut	Importance score	Importance Weighting Factor	Satisfaction score	Weighted score
Atribut ke-1	Mean Yi	$\frac{(\text{Mean Yi})}{(\text{Total Mean Y})}$	Mean Xi	(Importance weighting Factor)x(Mean Xi)
Atribut ke-n	Total Mean			Weighted Score
Satisfaction index				Weighted Score/5 x 100%

Skor atau nilai CSI yang diperoleh jika lebih besar atau sama dengan 100% menunjukkan bahwa kinerja perusahaan telah memberikan kepuasan dan sebaliknya.

a. Perhitungan Terhadap *Importance*

Importance merupakan tingkat kepentingan nasabah terhadap dimensi kualitas, jasa. Ini diukur dengan menyatakan seberapa penting suatu atribut bagi mereka di dalam menggunakan pelayanan oleh PT BRI KCP Pasar Natar.

Tabel 1. Bank Tidak Pernah Melakukan Kesalahan dalam Pencatatan Keuangan nasabah

No (1)	Skala Alternatif (2)	Fre k (3)	Skor (4)	Nilai Skor (5)=(3)*(4))	Bobot (6)=(5)/52 6	Ratin g (7)	Nilai Bobot (8)=(6)*(7)	Rata- rata (9)=(8)/5
A	Sangat Penting	82	5	410	0,779	5	3,897	0,779
B	Penting	23	4	92	0,174	4	0,699	0,139
C	Cukup Penting	8	3	24	0,045	3	0,136	0,027
D	Tidak Penting	0	2	0	0	2	0	0
E	Sangat Tidak Penting	0	1	0	0	1	0	0
	Total			526	1		4,733	0,947

Sumber: Data diolah.

Nilai total rata-rata atribut kerja sebesar $0,947 < \text{tingkat kepentingan nasabah sebesar } 4,733$. Sehingga dapat diketahui bahwa bank tidak pernah melakukan kesalahan dalam pencatatan keuangan nasabah adalah suatu hal yang dianggap penting bagi nasabah. Selengkapnya hasil perhitungan sebagai berikut:

- 1). ATM selalu dalam keadaan berfungsi.
Nilai total rata-rata $0,943727 < 4,7186$. Merupakan hal penting bagi nasabah.
- 2). *Customer Service* dapat memahami keperluan nasabah.
Nilai total rata-rata $0,943727 < 4,7186$. Dianggap penting bagi nasabah.
- 3). Layanan *PhoneBanking* dapat mengatasi masalah yang dihadapi nasabah dengan cepat.
Nilai total rata-rata $0,9236 < 4,617934$. Dianggap hal yang penting bagi nasabah.
- 4). Petugas *PhoneBanking* tidak pernah membuat kesalahan dalam memberikan pelayanan.
Nilai total rata-rata $0,911553 < 4,557765$. Merupakan hal penting bagi nasabah.

- 5). Pelayanan melalui *PhoneBanking* dapat diselesaikan dengan waktu yang dijanjikan. Nilai total rata-rata $0.937812 < 4.68906$. Hal penting bagi nasabah.
- 6). *Customer Service* dengan senang hati bersedia membantu nasabah. Nilai total rata-rata $0.9155824 < 4.57791$. Hal penting bagi nasabah.
- 7). Nasabah tidak perlu menunggu lebih dari 5 menit untuk memperoleh pelayanan bank. Nilai total rata-rata $1.559702 < 7.798508$. Hal penting bagi nasabah
- 8). Jaminan Keamanan Dana
Nilai total rata-rata $0.953298 < 4.766478$. Hal yang penting. Bagi nasabah
- 9). *Customer Service* bersikap profesional, ramah, dan sopan.
Nilai total rata-rata $0.885596 < 4.42798$. Sangat penting bagi nasabah.
- 10). Nasabah merasa aman melakukan penarikan uang tunai transaksi lainya melalui ATM.
Nilai total rata-rata atribut $0.873109 < 4.365546$. Sangat penting bagi nasabah.
- 11). Nasabah merasa bahwa kepentingannya lebih diutamakan oleh bank.
Nilai total rata-rata sebesar $0.893443 < 4.46728$. Hal penting bagi nasabah.
- 12). Kebersihan dan Kenyamanan Ruang Tunggu.
Nilai total rata-rata $0.870637 < 4.35319$. Hal yang penting bagi nasabah.
- 13). Kerapihan dan kesopanan Busana Petugas
Nilai total rata-rata $1.1392 < 4.548$. Hal yang penting bagi nasabah.
- 14). Keragaman Media Bertransaksi.
Nilai total rata-rata $0.8761501 < 4.382512$. Hal yang penting bagi nasabah.
- 15). Keberadaan Fasilitas ATM.
Nilai total rata-rata $0.909237 < 4.54618$. Hal yang penting bagi nasabah.
- 16). Kemudahan menjangkau lokasi.
Nilai total rata-rata $0.92713 < 4.635655$. Hal yang penting bagi nasabah.

b. Perhitungan Terhadap *Performance*

Performance merupakan tingkat kepuasan nasabah terhadap kinerja dimensi kualitas, jasa ini diukur dengan menyatakan seberapa puas nasabah dalam menggunakan suatu atribut pelayanan dari TP BRI Kantor Cabang Pembantu Pasar Natar. Bank tidak pernah melakukan kesalahan dalam pencatatan keuangan nasabah.

Tabel 2. Bank Tidak Pernah Melakukan Kesalahan dalam Pencatatan Keuangan nasabah

No (1)	Skala Alternatif (2)	Fre k (3)	Skor (4)	Nilai Skor (5)=(3)*(4)	Bobot (6)=(5)/45 3	Ratin g (7)	Nilai Bobot (8)=(6)*(7)	Rata-rata (9)=(8)/5
A	Sangat Penting	31	5	155	0.34216	5	1.71081	0.34216
B	Penting	55	4	220	0.48565	4	1.942604	0.3885
C	Cukup Penting	24	3	72	0.1589	3	0.4768	0.0954
D	Tidak Penting	3	2	6	0.0132	2	0.0265	0.0053
E	Sangat Tidak Penting	0	1	0	0	1		
	Total			453	1		4,1567	0.83136

Sumber: Data diolah.

Menunjukkan nilai total rata-rata atribut kinerja sebesar 0.83136 < tingkat kepentingan nasabah sebesar 4,1567. Artinya bank tidak pernah melakukan kesalahan dalam pencatatan keuangan nasabah adalah suatu hal yang dianggap penting bagi nasabah. Perhitungan tabel selanjutnya adalah:

- 1). ATM selalu dalam keadaan berfungsi.
Tingkat kinerja $0.8252 < 4.1269$, artinya nasabah sudah merasakan puas akan ATM selalu dalam keadaan berfungsi.
- 2). *Customer Service* dapat memahami keperluan nasabah.
Tingkat kinerja $0.8104 < 4.0522$. Artinya nasabah sudah puas akan *Customer Service* dapat memahami keperluan nasabah.
- 3). Layanan *PhoneBanking* dapat mengatasi masalah yang dihadapi nasabah dengan cepat.

- Tingkat kinerja 0.7659<3.8299. Nasabah sudah puas akan layanan *PhoneBanking*.
- 4). Petugas *PhoneBanking* tidak pernah membuat kesalahan dalam memberikan pelayanan.
Tingkat kinerja 0.6751< 2.3752. Nasabah sudah merasakan puas.
 - 5). Pelayanan melalui *PhoneBanking* dapat diselesaikan dengan waktu yang dijanjikan.
Tingkat kinerja 0.7986< 4.00078. Nasabah sudah merasakan puas
 - 6). *Customer Service* dengan senang hati bersedia membantu nasabah.
Tingkat kinerja 0,786< 3,9296 nasabah sudah merasakan puas.
 - 7). Nasabah tidak perlu menunggu lebih dari 5 menit untuk memperoleh pelayanan bank.
Tingkat kinerja 0,856< 4,2809. Nasabah sudah merasakan puas
 - 8). Jaminan Keamanan Dana
Tingkat kinerja 0,841< 4,207. Nasabah sudah merasakan puas
 - 9). *Customer Service* bersikap profesional, ramah, dan sopan.
Tingkat kinerja 0,808< 4,0407. Nasabah sudah merasakan puas
 - 10). Nasabah merasa aman melakukan penarikan uang tunai transaksi lainnya melalui ATM.
Tingkat kinerja 0,826 4,129. Nasabah sudah merasakan puas
 - 11). Nasabah merasa bahwa kepentingannya lebih diutamakan oleh bank.
Tingkat kinerja 0,819< 4,094. Nasabah sudah merasakan puas
 - 12). Kebersihan dan Kenyamanan Ruang Tunggu.
Tingkat kinerja 0,847<4,2341. Nasabah sudah merasakan puas
 - 13). Kerapihan dan kesopanan Busana Petugas
Tingkat kinerja 0,84<4,1991. nasabah merasakan puas
 - 14). Keragaman Media Bertransaksi.
Tingkat kinerja 0,774< 3,8676. nasabah sudah merasakan puas
 - 15). Keberadaan Fasilitas ATM.
Tingkat kinerja 0,715 > 3,5754. nasabah sudah merasakan puas
 - 16). Kemudahan menjangkau lokasi.
Tingkat kinerja 0,794< 3,971. Nasabah sudah merasakan puas

IV. PEMBAHASAN

Tabel 3. Pembahasan *Importance-Performance Analysis*

No	Jenis Variabel	Xi	Yi	Kuadran
<i>Reliability</i>				
1	Bank tidak pernah melakukan kesalahan dalam pencatatan keuangan nasabah	0,831	0,947	B
2	ATM selalu dalam keadaan berfungsi	0,825	0,943	D
3	Petugas <i>PhoneBanking</i> tidak pernah membuat kesalahan dalam memberikan pelayanan	0,810	0,943	D
4	Pelayanan melalui <i>PhoneBanking</i> dapat diselesaikan sesuai dengan waktu yang dijanjikan	0,7659	0,923	D
<i>Responsiveness</i>				
5	Layanan <i>PhoneBanking</i> dapat mengatasi masalah yang dihadapi nasabah dengan cepat	0,675	0,911	C
6	<i>Customer Service</i> dengan senang hati bersedia membantu nasabah	0,7986	0,937	D
7	Nasabah tidak perlu menunggu lebih dari 5menit untuk memperoleh	0,786	0,915	D

	pelayanan bank			
	Assurance			
8	Jaminan terhadap keamanan dana yang disimpan dalam proses transaksi	0,856	0,958	B

No	Jenis Variabel	Xi	Yi	Kuadran
9	<i>Customer Service</i> dapat memahami keperluan nasabah	0,841	0,953	D
10	Nasabah merasa aman melakukan penarikan uang tunai dan transaksi lain melalui ATM	0,808	0,885	D
	Emphaty			
11	Nasabah merasa bahwa kepentingannya lebih diutamakan oleh Bank	0,826	0,873	D
12	<i>Customer Service</i> dapat memahami keperluan nasabah	0,819	0,893	D
	Tangible			
13	Kebersihan dan kenyamanan ruang tunggu	0,847	0,870	D
14	Kerapihan dan kesopanan busana karyawan	0,840	1,139	B
15	Keragaman media modern dalam melakukan transaksi (<i>internet banking, phonebanking dll</i>)	0,774	0,876	D
16	Keberadaan fasilitas ATM yang memadai	0,715	0,909	C
17	Lokasi bank yang strategis atau mudah dijangkau	0,794	0,927	D

Total Rata-rata	12,6806	16,511
------------------------	---------	--------

Sumber: Data diolah:2008

$$\bar{X} = 12,6806/17 = 0,745$$

$$\hat{Y} = 16,511/17 = 0,971$$

Kepentingan

\bar{Y}	A. Prioritas Utama $Y \square > \hat{Y}$ dan $\tilde{X} < \bar{X}$	B. Pertahankan perstasi $Y \square > \hat{Y}$ dan $\tilde{X} > \bar{X}$
	C. Prioritas rendah $Y \square < \hat{Y}$ dan $\tilde{X} < \bar{X}$	D. Berlebihan $Y \square < \hat{Y}$ dan $\tilde{X} > \bar{X}$
	\bar{X}	Kinerja/kepuasan \tilde{X}

Keterangan:

- Kuadran A = ($Y_{i\text{bar}} > 0,971$: $X_{i\text{bar}} < 0,745$)
- Kuadran B = ($Y_{i\text{bar}} > 0,971$: $X_{i\text{bar}} > 0,745$)
- Kuadran C = ($Y_{i\text{bar}} < 0,971$: $X_{i\text{bar}} < 0,745$)
- Kuadran D = ($Y_{i\text{bar}} < 0,971$: $X_{i\text{bar}} > 0,745$)

Prioritas kepentingan rata-rata \hat{Y} pada penelitian ini diperoleh nilai sebesar 0,971., sedangkan peringkat kinerja rata-rata \bar{X} sebesar 0,745. Hasil analisis data menunjukan bahwa dari 17 atribut SERVQUAL, 3 diantaranya adalah atribut yang berprestasi baik (kuadran B), dan hanya 2 atribut jasa dianggap kurang penting bagi nasabah dan dilaksanakan pada tingkat yang biasa-biasa saja atau kurang memuaskan (kuadran C), dan 12 atribut berlebihan tetapi nasabah menganggap atribut tersebut kurang penting (kuadran D).

Atribut-atribut dimensi kualitas jasa PT BRI KCP Pasar Natar yang terdapat didalam kuadran D merupakan atribut prioritas yang dianggap berlebihan, yang termasuk prioritas berlebihan adalah jenis variabel nomor 2,3,4,6,7,9,10,11,12,13,15 dan 17.

Nilai mean untuk kepentingan dan tingkat kepuasan nasabah pada masing-masing atribut digunakan untuk menghitung *CSI*. Analisis *CSI* berguna untuk melihat kepuasan nasabah secara keseluruhan (*Overall Satisfaction*).

Tabel 4. Analisis Customer Satisfaction Index (*CSI*)

No	Atribut	Important score	Important Weighting score	Satisfaction score	Weighted score
(1)	(2)	(3)=Mean	(4)=Total/(3)	(5)=Mean Xi	(6)=(4)*(5)
Reliability					
1	Bank tidak pernah melakukan kesalahan dalam pencatatan keuangan nasabah	4,733	0.058239	4.156733	0.242083
2	ATM selalu dalam keadaan berfungsi	4,7186	0.057892	4.049793	0.23445
3	Petugas <i>PhoneBanking</i> tidak pernah membuat kesalahan dalam memberikan pelayanan	4,7186	0.057449	7.013688	0.402928
4	Pelayanan melalui <i>PhoneBanking</i> dapat diselesaikan sesuai dengan waktu yang dijanjikan	4,617934	0.658417	3.830097	2.521802

Responsiveness						
5	Layanan <i>PhoneBanking</i> dapat mengatasi masalah yang dihadapi nasabah dengan cepat	4,557765	0.643395	3.364407	2.164643	
6	<i>Customer Service</i> dengan senang hati bersedia membantu nasabah	4,68906	0.660987	3.920097	2.591132	

No	Atribut	Important score	Important Weighting score	Satisfaction score	Weighted score	
7	Nasabah tidak perlu menunggu lebih dari 5menit untuk memperoleh pelayanan bank	4,57791	1.167805	3.929577	4.588981	
Assurance						
8	Jaminan terhadap keamanan dana yang disimpan dalam proses transaksi	4,798508	1.22068	4.233607	5.16788	
9	<i>Customer Service</i> dapat memahami keperluan nasabah	4,766468	1.204555	4.129412	4.974104	
10	Nasabah merasa aman melakukan penarikan uang tunai dan transaksi lain melalui ATM	4,42798	1.072304	4.040724	4.332883	
Emphaty						

11	Nasabah merasa bahwa kepentingannya lebih diutamakan oleh Bank	4,365546	1.043211	4.049587	4.224573
12	<i>Customer Service</i> dapat memahami kebutuhan nasabah	4,46728	1.063716	4.028846	4.28555
<i>Tangible</i>					
13	Kebersihan dan kenyamanan ruang tunggu	4,35319	1.068781	4.234136	4.525364

No	Atribut	Important score	Important Weighting score	Satisfaction score	Weighted score
14	Kerapihan dan kesopanan busana karyawan	4,548	1.112095	4.130802	4.593844
15	Keragaman media modern dalam melakukan transaksi (<i>internet banking, phonebanking dll</i>)	4,382512	1.193201	3.671429	4.380753
16	Keberadaan fasilitas ATM yang memadai	4,54618	1.225946	3.432718	4.208328
17	Lokasi bank yang strategis atau mudah dijangkau	4,635655	1.243125	3.889381	4.834986
Total Weighted score		77,90419		66,9903	3,942132

Satisfaction Index = $\frac{3,942132}{5} \times 100\% = 78,842\%$

5

Sumber : Data diolah.

Hasil perhitungan terhadap *Customer Satisfaction Index* 78,842%. Hal ini menunjukkan pelayanan jasa PT BRI KCP Pasar Natar kepada nasabah belum memuaskan karena indeks ternyata lebih kecil dibanding dengan 100%.

V. PENUTUP

1. Kesimpulan

Dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa pelayanan yang diberikan oleh PT Kantor Cabang Pembantu Pasar Natar belum dapat memberikan kepuasan kepada nasabahnya terbukti dengan alasan:

- a. Hasil perhitungan *Importance dan Performance Analysis* yang telah dilakukan menunjukkan bahwa nilai rata-rata yang menggunakan indikator SERVQUAL sebesar 0,971 lebih besar dari pada rata-rata nilai kepuasan nasabah (0,745).
- b. Nilai *Customer Satisfaction Index (CSI)* yang mencerminkan kepuasan nasabah secara keseluruhan atas pelayanan sebesar 78,842% lebih kecil dari indeks standar 100%, hal tersebut menunjukkan bahwa kinerja perusahaan belum memberikan kepuasan kepada nasabah.

2. Saran

- a. PT Kantor Cabang Pembantu Pasar Natar dapat meningkatkan kinerja aspek-aspek (atribut) dari SERVQUAL yang dianggap penting oleh nasabah dengan cara :

- b. Memberikan kemudahan prosedur, melayani nasabah dengan sikap ramah, santun, bersahabat dan simpatik.
- c. Bersikap proaktif memberikan informasi.
- d. Memperbaiki kantor cabang,
- e. Mempertahankan aspek kinerja kuadran B (pertahankan prestasi) dengan cara pengadaan mesin ATM pada lokasi strategis. Selain itu menjalin kerjasama dengan instansi lain.
- f. Mempertahankan aspek kinerja kuadran D (Berlebihan) dengan cara ATM harus dalam keadaan selalu berfungsi dan dijaga keamanannya, mempertahankan kinerja petugas *phonebanking* dan mempertahankan kerapihan dan kesopanan busana petugas.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Muhidin, Sambas, 2007, *Analisis Korelasi, Regresi, dan Jalur*, CV. Pustaka Setia, Jakarta.
- Irawan, Handi, 2002, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, Elex Media Komputindo, Gramedia, Jakarta.
- Irawan, Handi, 2003, *Indonesian Customer Satisfaction*, Elex Media Komputindo, Gramedia, Jakarta.
- Istijanto, 2005, *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*, penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kotler, Philip, 2000, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milinium, Jilid 1, penerbit Prehallindo, Jakarta.
- Kotler, Amstrong, 2004, *Manajemen Pemasaran*, PT. Intan Sejati Klaten, Jakarta.
- Kotler, Swee, Siew, Chin Tiong Tan, 2000, *Manajemen Pemasaran*, Pearson Education Asia Pte, Ltd.

- Santoso, Singgih, 2005, *Menggunakan SPSS dan Excel Untuk Mengukur Sikap dan Kepuasan Konsumen*, Elex Media Komputindo, Gramedia, Jakarta.
- Santoso, Singgih, 2004, *Marketing Data Analysis dengan Microsoft Excel*, Gramedia, Jakarta.
- Setiadi J. Nugroho, 2003, *Perilaku Konsumen*, penerbit Prenada Media, Jakarta.
- Simamora, Bilson, 2002, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sugiono, 2006, *Metodologi Penelitian Bisnis*, CV. Alfabeta, Bandung.
- Sumarwan, Ujang, 2003, *Perilaku Konsumen*, penerbit PT. Ghalia Indonesia dengan MMA-IPB, Jakarta.
- Supranto, 2003, *Metode Riset Aplikasinya Dalam Pemasaran*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Umar, Husein, 2003, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.