

**PENGARUH KUALITAS AKTIVA PRODUKTIF TERHADAP
TINGKAT RENTABILITAS
(STUDI KASUS PADA PJT II KABUPATEN PURWAKARTA)**

Oleh :

Nandang Munandar. SE., M.kt

(Program Studi Akuntansi – STIE DR. KH.EZ Muttaqien Purwakarta)

PENDAHULUAN

Perusahaan sebagai salah satu bentuk organisasi pada umumnya memiliki tujuan tertentu yang ingin dicapai dalam usaha untuk memenuhi kepentingan para *stake holder*. Adapun tujuan perusahaan antara lain untuk memperoleh keuntungan (*profit*), meningkatkan nilai perusahaan dan untuk memuaskan kebutuhan masyarakat. Tercapainya tujuan tersebut ditentukan oleh kinerja yang nantinya dapat dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan baik pihak internal maupun eksternal. Apa yang telah disebutkan di atas bahwa salah satu tujuan perusahaan adalah bagaimana mencapai keuntungan sehingga nantinya dapat meningkatkan kesejahteraan para pemegang saham. Kemampuan perusahaan untuk mencapai laba ini merupakan bagian dari kinerja perusahaan.

Rentabilitas dalam analisis manajemen keuangan, mempunyai arti yang sangat penting sebagai salah satu teknik analisis keuangan yang bersifat menyeluruh atau komprehensif. Rasio ini mengukur efektivitas perusahaan dengan keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktiva yang akan digunakan untuk operasi perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Semakin besar nilai rentabilitas

berarti suatu perusahaan mempunyai kinerja yang bagus dalam menghasilkan laba bersih untuk pengembalian total aktiva yang dimiliki. Jadi dapat dikatakan bahwa selain memperhatikan efektivitas manajemen dalam mengelola investasi yang dimiliki perusahaan, investor juga memperhatikan kinerja manajemen yang mampu mengelola sumber dana pembiayaan operasional secara, efektif untuk menciptakan laba bersih.

Sesuai dikatakan sebagai aktiva apabila memiliki manfaat/potensi jasa yang cukup pasti di masa mendatang. Artinya sesuatu tersebut memiliki kemampuan baik secara individu atau bersama-sama dengan aktiva lain untuk menghasilkan aliran kas masuk di masa mendatang. SFAC No.6 menyebutkan bahwa manfaat ekonomi merupakan esensi sebenarnya dari aktiva. Artinya aktiva harus memiliki kemampuan bagi suatu entitas untuk ditukar dengan sesuatu yang lain yang memiliki nilai, atau digunakan untuk menghasilkan sesuatu yang bernilai atau digunakan untuk melunasi utang. Jadi manfaat ekonomi masa mendatang yang melekat pada aktiva merupakan potensi dari aktiva tersebut untuk memberikan sumbangan, baik langsung maupun tidak langsung, arus kas dan setara kas kepada perusahaan. (Ghozali,

2007,229). APB (1970) dalam statement No.4 memberikan contoh sumber ekonomi perusahaan sebagai berikut : (1) Sumber-sumber ekonomi yang produktif (Bahan baku, tanah, peralatan, paten, dan sumber-sumber lain yang digunakan dalam produksi dan Hak kontrak untuk menggunakan sumber-sumber ekonomi milik unit usaha lain seperti hak guna bangunan dan sebagainya), (2) Produk, yaitu barang yang siap untuk dijual atau barang yang masih dalam proses produksi. (3) Uang (4) Klaim untuk menerima uang (5) Hak pemilikan pada perusahaan lain. Aset tetap atau aktiva tetap seringkali merupakan asset terbesar dalam perusahaan. Dalam pembangunannya asset tetap bisa memakan waktu yang lama dengan sumber dana yang juga besar.

Demikian juga pada Perum Jasa Tirta II atau PJT II, mempunyai jumlah asset tetap yang tinggi yang merupakan aktiva produktif yang digunakan perusahaan dalam menghasilkan laba. Seberapa besar pengaruh aktiva produktif terhadap tingkat rentabilitas perusahaan, bagaimana hubungan antara keduanya, menjadi ketertarikan penulis untuk meneliti hal ini lebih lanjut. Sehingga penulis termotivasi untuk menulis penelitian yang berjudul “ **Pengaruh Kualitas Aktiva Produktif Terhadap Tingkat Rentabilitas (Studi Kasus pada PJT II Kabupaten Purwakarta)**”.

KAJIAN PUSTAKA

1. Rentabilitas

a. Pengertian Rentabilitas

Rentabilitas adalah perbandingan antara laba dengan aktiva atau modal yang menghasilkan laba tersebut. Dengan kata lain rentabilitas

adalah kemampuan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Pada umumnya masalah rentabilitas adalah lebih penting dari pada masalah laba, karena laba yang besar saja belumlah merupakan ukuran bahwa perusahaan telah dapat bekerja dengan efisien. Efisien baru dapat diketahui dengan membandingkan laba yang diperoleh dengan kekayaan atau modal yang menghasilkan laba tersebut atau dengan kata lainnya ialah menghitung rentabilitasnya (Riyanto, 2001:37). Maka perusahaan tidak hanya berusaha untuk memperbesar laba, tetapi yang lebih penting ialah usaha untuk mempertinggi rentabilitasnya.

b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Rentabilitas

Menurut Riyanto (2001:36) faktor-faktor yang mempengaruhi *rate of return* (Rentabilitas) adalah:

1) Volume penjualan

Salah satu indikator untuk mengetahui kemajuan suatu perusahaan adalah penjualan. Dengan semakin bertambahnya penjualan maka akan menaikkan volume pendapatan yang diperoleh perusahaan sehingga biaya-biaya akan tertutup juga. Hal ini mendorong perusahaan untuk mengaktifkan modal untuk mengembangkan usahanya.

2) Efisiensi penggunaan biaya

Modal yang diperoleh perusahaan untuk mengembangkan usahanya harus dipelihara dan dipertanggungjawabkan secara terbuka. Dengan kata lain

penggunaan modal harus digunakan untuk usaha yang tepat dengan pengeluaran yang hemat sehingga keberhasilan usaha akan tercapai secara tidak langsung pula akan mempengaruhi tingkat rentabilitas.

3) Profit margin

Profit margin adalah laba yang diperbandingkan dengan penjualan. Profit margin digunakan untuk mengukur tingkat keuntungan yang dapat dicapai oleh perusahaan berkaitan dengan penjualan perusahaan.

4) Struktur modal perusahaan

Struktur modal adalah pembiayaan pembelanjaan permanen perusahaan yang terutama pada hutang jangka panjang, saham preferen dan modal saham biasa, tetapi tidak termasuk hutang jangka pendek.

2. Macam-macam Rentabilitas

a. Rentabilitas Ekonomi

Menurut Riyanto (2001:36) "rentabilitas ekonomi adalah perbandingan antara laba usaha dengan modal sendiri dan modal asing yang dipergunakan untuk menghasilkan laba tersebut dan dinyatakan dalam persentase". Sedangkan Munawir (2001:33) menyatakan bahwa "rentabilitas ekonomi adalah perbandingan antara laba usaha dengan seluruh modal yang digunakan (modal asing dan modal sendiri)".

Dalam perhitungan rentabilitas ekonomi laba yang dihitung hanyalah laba yang berasal dari operasi perusahaan yang biasa disebut laba usaha. Dengan demikian maka laba

yang diperoleh dari usaha diluar perusahaan seperti deviden, tidak diperhitungkan dalam menghitung rentabilitas ekonomi.

Rentabilitas ekonomi dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$\begin{aligned} \text{Rentabilitas} &= \frac{\text{Profit Margin}}{\text{Operating Assets Turnover}} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Laba Usaha}}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Laba Usaha}}{\text{Modal Usaha}} \times 100\% \end{aligned}$$

b. Rentabilitas Modal Sendiri

Rentabilitas modal sendiri adalah perbandingan antara jumlah laba yang tersedia bagi pemilik modal sendiri disatu pihak dengan jumlah modal sendiri yang menghasilkan laba tersebut di lain pihak (Riyanto, 2000:44). Munawir (2001:33) menyatakan bahwa "rentabilitas modal sendiri adalah perbandingan antara laba yang tersedia untuk pemilik perusahaan dengan jumlah modal sendiri yang dimasukan oleh pemilik perusahaan tersebut".

Dalam perhitungan rentabilitas modal sendiri hal ini yang harus dicari ialah besarnya untung bersih dan jumlah modal sendiri. Jadi rumusan dari rentabilitas modal sendiri ialah :

$$\text{Rentabilitas} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Jumlah Modal Sendiri}} \times 100\%$$

Dalam penelitian ini yang digunakan adalah rentabilitas

ekonomi. Dimana dari rumusan tersebut akan menghasilkan rasio dalam bentuk prosentase. Apabila rasio yang dihasilkan dari analisis tersebut menunjukkan prosentase yang lebih besar dari standar yang ditentukan maka usaha dari perusahaan tersebut selama periode tersebut berjalan dengan baik. Tetapi sebaliknya apabila angka rasio yang dihasilkan lebih kecil dari standar yang telah ditentukan maka selama periode itu tidak dapat memanfaatkan modalnya dengan baik.

c. Aktiva Produktif

Ghozali (2007, 229) menuliskan karakteristik aktiva berhubungan dengan definisi aktiva. Aktiva perlu didefinisikan karena definisi tersebut akan digunakan untuk mengidentifikasi peristiwa ekonomi yang harus diukur, diakui dan dilaporkan dalam neraca. Karakteristik aktiva tersebut yaitu :

- 1) Adanya karakteristik manfaat di masa mendatang (pemakaian dapat berbeda-beda seperti potensi jasa dan sumber-sumber ekonomi).

Dari definisi di atas dapat diketahui bahwa definisi aktiva memiliki tiga karakteristik utama yaitu :

- 1) Memiliki manfaat ekonomi di masa mendatang
- 2) dikuasai oleh suatu unit usaha
- 3) Hasil dari transaksi masa lalu

- 2) Adanya pengorbanan ekonomi untuk memperoleh aktiva.
- 3) Berkaitan dengan entitas tertentu.
- 4) Menunjukkan proses akuntansi
- 5) Berkaitan dengan dimensi waktu
- 6) Berkaitan dengan karakteristik keterukuran

Definisi yang dikemukakan oleh APB menunjukkan bahwa aktiva merupakan sumber ekonomi perusahaan yang diakui berdasarkan prinsip akuntansi berterima umum (di USA). APB lebih menekankan pengertian tersebut pada sisi prosedur yang menunjukkan jumlah sumber-sumber ekonomi yang dicatat dalam neraca dan dengan tujuan utama perhitungan laba periodik.

Perubahan mendasar dibuat oleh FASB yang memandang aktiva dari sisi semantik (interpretasi). FASB (1980) mendefinisikan aktiva sebagai berikut :

“Aktiva adalah manfaat ekonomi yang mungkin terjadi dimasa mendatang yang diperoleh atau dikendalikan oleh suatu entitas tertentu sebagai akibat transaksi atau peristiwa masa lalu”

APB (1970) dalam statement No.4 memberikan contoh sumber ekonomi perusahaan sebagai berikut :

- 1) Sumber-sumber ekonomi yang produktif,
 - a) Bahan baku, tanah, peralatan, paten, dan sumber-sumber lain yang digunakan dalam produksi.

- b) Hak kontrak untuk menggunakan sumber-sumber ekonomi milik unit usaha lain seperti hak guna bangunan dan sebagainya.
- 2) Produk, yaitu barang yang siap untuk dijual atau barang yang masih dalam proses produksi.
- 3) Uang
- 4) Klaim untuk menerima uang
- 5) Hak pemilikan pada perusahaan lain
Untuk mengatasi perbedaan tersebut definisi yang mungkin lebih tepat untuk aktiva adalah sebagai sumber-sumber ekonomi yang dapat memberikan manfaat ekonomi di masa mendatang, yang diperoleh/dikendalikan dikuasai oleh unit usaha tertentu sebagai akibat peristiwa transaksi masa lalu (Kam, 1992).

d. Hubungan Aktiva Produktif dengan Rentabilitas

Riyanto (2000) menuliskan dalam buku “Dasar-dasar pembelanjaan perusahaan”, bagi perusahaan pada umumnya masalah rentabilitas adalah penting dibandingkan dengan laba, karena laba besar belum dapat mengukur kinerja perusahaan, apakah perusahaan efisien atau tidak. Efisiensi baru dapat diketahui dengan

menghitung rentabilitasnya yaitu dengan membandingkan laba dengan kekayaan atau modal yang menghasilkan laba tersebut. Sehingga perusahaan harus memperhatikan bagaimana usahanya untuk memperbesar rentabilitas, bukan hanya memperbesar laba, yaitu dengan memaksimalkan rentabilitasnya.

Bagaimana meningkatkan rentabilitas?, hal ini dapat terjawab dengan melihat berbagai faktor yang mempengaruhi rentabilitas, yaitu profit margin dan turnover of operating asset. Tinggi rendahnya rentabilitas dipengaruhi oleh hasil akhir dari pencampuran kedua efisiensi profit margin dan operating assets turnover. Oleh karena itu makin tingginya tingkat profit margin atau operating asset turnover masing-masing atau keduanya akan mengakibatkan naiknya rentabilitas. Operating asset turnover dipengaruhi oleh laba dan modal / aktiiva yang menghasilkan laba tersebut. Semakin berkualitas aktiva tersebut maka laba yang dihasilkan akan semakin besar sehingga dapat meningkatkan rentabilitas perusahaan. (Riyanto, 2001).

H1: Kualitas aktiva produktif berpengaruh terhadap tingkat rentabilitas

METODE PENELITIAN

Penelitian ini didesain untuk mengukur pengaruh suatu variabel independen yaitu kualitas aktiva produktif terhadap variabel terikat yaitu

rentabilitas ekonomi menggunakan *du pont System* (Riyanto, 2001). Penelitian dilakukan pada Perum Jati Luhur II. Data penelitian ini bersumber dari laporan neraca dan laba rugi

perusahaan. Penelitian ini merupakan *case study*. Populasi yang akan dijadikan sumber penelitian ini adalah Perum Jati Luhur II, sehingga juga akan menjadi sampel penelitian. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data observasi *non partisipan*, yaitu pengumpulan data dengan cara mengamati dan mencatat dokumen,

seperti laporan data yang diperlukan guna memenuhi penelitian yang akan diteliti untuk mendapatkan kesimpulan atau observasi dari penelitian tersebut. Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk memprediksi variabel dependen (rentabilitas ekonomi) dengan menggunakan satu variabel dependen (*kualitas aktiva produktif*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil ditunjukkan pada tabel 1.

| Keterangan | Periode | |
|--------------------------|--------------------|--------------------|
| | 20X0 | 20X1 |
| Aktiva Produktif (Rp) | 686,465,930,000.00 | 759,481,990,000.00 |
| Rentabilitas | 0.1129 | 0.10971 |

Pada tabel di atas terlihat peningkatan aktiva produktif dari Rp.686.465.930.000 menjadi Rp. 759.481.990.000. Tetapi Tingkat rentabilitas menurun dari 0.1129 atau 11,29 persen menjadi 0.10971 atau 10,971 persen. Hal ini terjadi disebabkan karena kenaikan laba (0.091487) lebih kecil dari pada kenaikan modal (0.12323). Kenaikan aktiva produktif tidak serta merta menaikkan tingkat rentabilitas perusahaan. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa aktiva produktif berpengaruh terhadap tingkat rentabilitas bila aktiva produktif tersebut dapat digunakan secara optimal dalam menghasilkan laba perusahaan.

Riyanto (2001) menuliskan bahwa tingkat rentabilitas dalam suatu periode tertentu dapat diperbesar dengan memperbesar *profit margin* atau

operating assets turnover masing-masing atau kedua-duanya, yaitu dengan cara:

1. Dengan menambah biaya usaha (*operating expenses*) sampai tingkat tertentu dengan tujuan mencapai penjualan yang sebesar-besarnya. Atau tambahan sales harus lebih besar daripada tambahan *operating expenses*. Perubahan jumlah penjualan dapat disebabkan karena harga penjualan per unit apabila volume sales dalam unit sudah tertentu (tetap) atau disebabkan karena bertambahnya luas penjualan dalam unit bila tingkat harga penjualan per unit produk sudah tertentu
2. Mengurangi biaya usaha relative lebih besar daripada berkurangnya pendapatan dari penjualan.

Meskipun jumlah penjualan selama periode tertentu berkurang tetapi karena biaya operasi berkurang maka profit margin dapat meningkat.

3. Menambah modal usaha (operating assets) sampai tingkat tertentu diusahakan mencapai tambahan penjualan yang sebesar-besarnya.
4. Dengan mengurangi penjualan sampai tingkat tertentu diusahakan penurunan atau pengurangan operating assets yang sebesar-besarnya.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pembahasan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Peningkatan aktiva produktif dari Rp.686.465.930.000 menjadi Rp. 759.481.990.000
2. Tingkat rentabilitas menurun dari 0.1129 atau 11,29 persen menjadi 0.10971 atau 10,971 persen
3. Kenaikan laba (0.091487) lebih kecil dari pada kenaikan modal (0.12323)
4. Kenaikan aktiva produktif tidak serta merta menaikkan tingkat rentabilitas perusahaan
5. Aktiva produktif berpengaruh terhadap tingkat rentabilitas bila aktiva produktif tersebut dapat digunakan secara optimal dalam menghasilkan laba perusahaan.

Saran untuk perusahaan agar dapat meningkatkan tingkat rentabilitasnya adalah:

1. Menambah biaya usaha (operating expenses) PJT II sampai tingkat

tertentu dengan tujuan mencapai penjualan yang sebesar-besarnya

2. Mengurangi biaya usaha pada PJT II relative lebih besar daripada berkurangnya pendapatan dari penjualan
3. Menambah modal usaha (operating assets) PJT II sampai tingkat tertentu diusahakan mencapai tambahan penjualan yang sebesar-besarnya.
4. Mengurangi penjualan PJT II sampai tingkat tertentu diusahakan penurunan atau pengurangan operating assets yang sebesar-besarnya
5. Saran untuk penelitian lebih lanjut adalah dengan menambah data yang diperlukan dengan periode pengamatan yang lebih panjang sehingga hasilnya dapat lebih optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Riyanto, Bambang. (2001). *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Badan Penerbit Fakultas Ekonomi. Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. (2007). *Teori Akuntansi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Toto, Prihadi. (2013). *Capital Budgeting & Fixed Asset Management*. PPM Manajemen. Jakarta.

RIWAYAT PENULIS

Nama, Nandang Munandar, SE., MAkt, Tempat/Tgl Lahir, Purwakarta, 12 februari 1972 Pendidikan terakhir, Pascasarjana (S2) Jurusan Akuntansi Universitas Budiluhur Jakarta Pekerjaan, Dosen, Unit Kerja, Program Studi Akuntansi STIE DR. KHEZ. Muttaqien Purwakarta, Mata Kuliah, Akuntansi Biaya (I dan II), Akuntansi Manajemen, Teori Akuntansi, Analisa Laporan Keuangan

**PERSEPSI NASABAH TERHADAP LAYANANSATPAM, CSO, DAN TELLER
PADA BANK SWASTA NASIONAL**

Oleh :

Iman Sidik Nusannas. SS., ME

(Program Studi Manajemen – STIE DR.KHEZ Muttaqien Purwakarta)

PENDAHULUAN

Pelayanan terhadap nasabah merupakan hal penting dalam bisnis perbankan. Sesuai fungsi pokok bank yaitu menerima simpanan nasabah, menyalurkan kembali simpanan yang terkumpul dalam bentuk kredit, dan melakukan pelayanan atas jasa dan produk yang dimiliki bank. Fungsi pokok bank nomor tiga itu yang membuat bank berlomba-lomba meningkatkan layanan kepada para nasabahnya.

Kegiatan meningkatkan layanan nasabah oleh pihak bank, merupakan kegiatan yang terus menerus dilakukan mengingat layanan adalah hal yang tidak dapat diukur secara matematis. Layanan selalu berubah sejalan dengan perubahan persepsi nasabah terhadap layanan itu sendiri. Dalam industri perbankan terdapat hal-hal yang dapat diduplikasi dan tidak dapat diduplikasi. Hal yang dapat diduplikasi adalah teknologi, sistem, bangunan, lay out dan sistem prosedur yang digunakan. Sedangkan yang tidak dapat diduplikasi adalah layanan yang menyangkut pelayanan antara pegawai bank dengan nasabah. Sisi pelayanan ini lah yang seringkali menjadi pembeda antara satu bank dengan bank lainnya, dan terus berubah. Sehingga terdapat ungkapan bahwa layanan

itu tidak pernah ada yang terbaik, yang ada adalah yang lebih baik.

Pelaksana layanan adalah para personel yang terdiri dari seluruh karyawan bank mulai dari *frontliner* (garda depan), *back officer* (garda belakang), *account officer* (pemasar) sampai dengan kepala cabang bank yang bersangkutan, didukung dengan seperangkat bantuan dari divisi terkait hingga ke direksi. Pelaksanaan layanan diberikan kepada nasabah dari berbagai kalangan dan keperluan, yaitu kepada nasabah yang memerlukan layanan teller (setor dan tarik tunai), Customer service officer (layanan pembukaan, penutupan rekening, dan pendaftaran fasilitas perbankan terkait rekening). Layanan kredit diberikan oleh Account officer yang diadministrasikan oleh bagian administrasi kredit dan disetujui oleh Kepala Cabang.

Issue yang penting dan hangat di dunia perbankan adalah layanan yang diberikan oleh pelaksana layanan di garda depan yang diwakili oleh satpam, CSO, dan Teller. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan dengan perumusan masalah sbb:

1. Bagaimana persepsi nasabah terhadap layanan Satpam

2. Bagaimana persepsi nasabah terhadap layanan CSO
3. Bagaimana persepsi nasabah terhadap layanan Teller
4. Bagaimanan persepsi nasabah terhadap layanan satpam, CSO, dan Teller secara simultan

Penelitian ini diharapkan dapat menjawab pesepsi nasabah terhadap layanan satpam, CSO, dan Teller baik secara parsial maupun simultan.

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian mengenai layanan ini dilakukan pada sebuah bank swasta nasional yang dalam kegiatan sehari-harinya dipadati pengunjung yang bertransaksi di Teller dan CSO.

Hal penting pertama yang dialami nasabah yang bertransaksi di kedua tempat tersebut adalah antrian, dimana nasabah harus antri sejak masuk ke gedung bank tersebut. Nasabah rela bertransaksi di bank tersebut meskipun harus menunggu berjam-jam. Pada proses pelayanan, nasabah diterima atau disambut oleh Satpam yang mengarahkan untuk mengisi slip transaksi, kemudian diberi nomor antrian sesuai jenis transaksi yang hendak dilakukan yaitu antrian untuk Teller dan untuk CSO.

Metodologi yang digunakan untuk penelitian ini adalah metode survey dengan melibatkan sekira 400 nasabah yang bertransaksi di counter teller dan CSO selama rentang waktu 1 – 31 Oktober 2013. Kuesioner setiap hari selama penelitian, diberikan kepada 10 nasabah yang

bertransaksi di teller dan 10 kepada nasabah yang bertransaksi di CSO. Sampel diambil secara acak, sesuai keberadaan nasabah yang bertransaksi.

Setiap nasabah diberikan satu pertanyaan untuk menilai layanan satpam, tiga pertanyaan untuk menilai layanan teller dan 4 pertanyaan untuk menilai layanan CSO. Sedangkan untuk keseluruhan kepuasan layanan cabang diberikan sebelas pertanyaan berdasarkan CE11 yang dikeluarkan oleh Gallup, sebuah lembaga riset internasional yang mengukur kepuasan layanan nasabah bagi lembaga keuangan. Nasabah yang bertransaksi di Teller tidak diberikan pertanyaan mengenai CSO demikian pula nasabah yang bertransaksi di CSO tidak diberikan pertanyaan mengenai Teller. Pertanyaan umumnya diberikan kepada nasabah mengenai satpam, teller atau CSO dan CE 11.

Hasil survey kemudian direkap per hari dan direkap per bulan sehingga didapatkan hasil dari 400 responden mengenai layanan di bank tersebut. Responden juga diberikan pertanyaan terbuka yang harus diisi sehubungan dengan peningkatan layanan yang diperlukan oleh bank tersebut dalam rangka meningkatkan layanan menurut persepsi nasabah. Pertanyaan untuk responden diukur dengan skala 1-5 dimana 1 adalah paling jelek dan 5 adalah paling bagus.

HASIL PENELITIAN

Setelah dilakukan survey berupa wawancara dan pengisian angket kepada 400 orang nasabah, yang dilakukan sejak tanggal 1 Oktober 2013 sampai dengan 31 Oktober 2013. Maka diperoleh hasil sebagai berikut:

| No | Unit | Persentase | | | | |
|----|---------------------|------------|------|------|-------|--------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | CE 11 | | | | | |
| 1 | Tingkat Kepuasan | 0,0% | 0,3% | 3,3% | 12,8% | 83,8% |
| 2 | Bersediapakai Bank | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,3% | 99,8% |
| 3 | Bersediarekomen | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 3,5% | 96,5% |
| 4 | Bank dapatdipercaya | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,8% | 99,3% |
| 5 | Memenuhijanji | 0,1% | 0,0% | 0,8% | 1,3% | 97,8% |
| 6 | Adil | 0,0% | 0,0% | 1,0% | 1,3% | 97,8% |
| 7 | Solusiadilmemuaskan | 0,0% | 0,0% | 1,3% | 3,3% | 95,3% |
| 8 | Bangga? | 0,0% | 0,0% | 1,0% | 3,5% | 95,5% |
| 9 | Diperlakukanhormat | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,5% | 99,5% |
| 10 | Paling tepat | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,3% | 98,8% |
| 11 | DuniatanpaBank | 0,0% | 0,3% | 0,8% | 4,3% | 94,8% |
| | BSQ Satpam | | | | | |
| 1 | Menyapa | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,8% | 99,3% |
| | BSQ Teller | | | | | 0% |
| 1 | Waktutransaksi | 0,0% | 0,0% | 2,0% | 6,0% | 92,0% |
| 2 | Teliti | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,3% | 97,8% |
| 3 | Penuhperhatian | 0,0% | 0,0% | 0,3% | 0,3% | 99,5% |
| | BSQ CSO | | | | | |
| 1 | Waktutransaksi | 0,0% | 0,3% | 2,3% | 5,3% | 92,3% |
| 2 | Penjelasanmudah | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 100,0% |
| 3 | Penuhperhatian | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 100,0% |
| 4 | Solusitepat | 0,0% | 0,0% | 0,3% | 0,5% | 99,3% |

Keterangan:

Nilai 1 = Tidak Puas

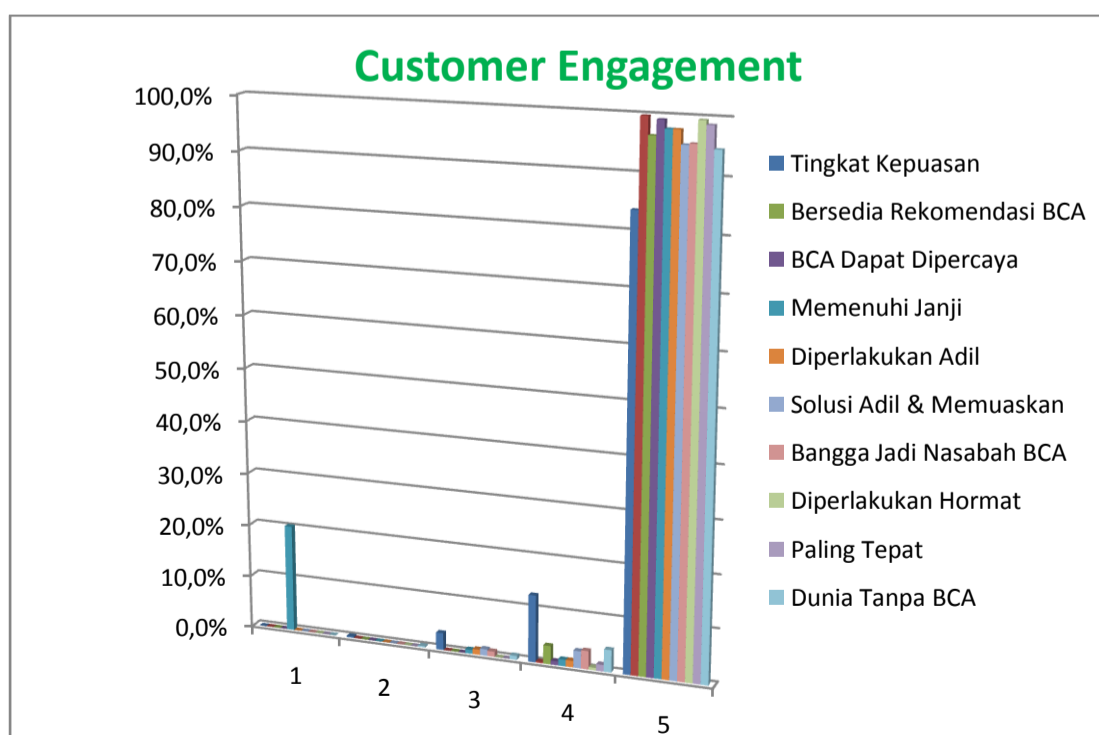
Nilai 4 = Puas

Nilai 2 = Kurang Puas

Nilai 5 = Sangat Puas

Nilai 3 = Agak Puas

a. Customer Engagement



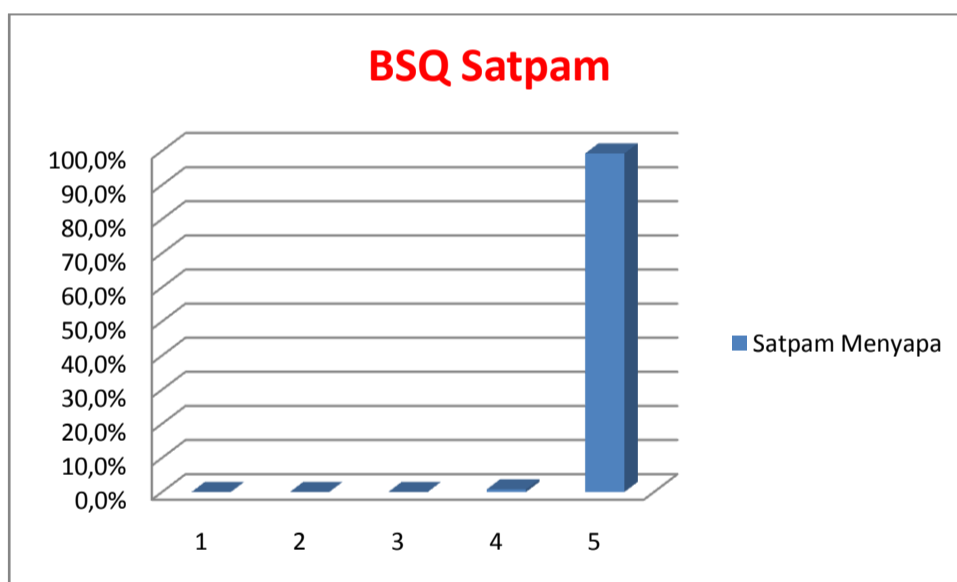
Dari grafik Customer Engagement diatas, dapat disimpulkan mengenai beberapa hal sebagai berikut:

1. Dari 400 orang nasabah yang dijadikan sebagai responden pada survey kali ini sebesar 0,3% nasabah memberikan nilai 2; 3,3% nasabah memberikan nilai 3; 12,8% nasabah memberikan nilai 4 dan 83,8% memberikan nilai 5. Hal ini berarti sebagian besar nasabah yang di survei pada bulan Oktober merasa sangat puas terhadap pelayanan yang diberikan Bank .
2. Untuk indikator tetap menggunakan Bank tersebut 0,3% nasabah yang di survey memberikan nilai 4 dan 99,8% memberikan nilai 5 serta tidak ada yang memberikan nilai 1 2 ataupun 3. Hal ini berarti hampir semua sampel tetap bersedia menggunakan bank tersebut.
3. Untuk indikator bersedia merekomendasikan Bank tersebut 3,5% nasabah yang di survey memberikan nilai 4 dan 96,5% memberikan nilai 5 serta tidak ada yang memberikan nilai 1 2 ataupun 3. Hal ini berarti hampir semua sampel tetap bersedia menggunakan jasa bank tersebut.
4. Untuk indikator bank tersebut adalah bank yang dapat dipercaya sebesar 0,8% nasabah yang di survey memberikan nilai 4 dan 99,3% memberikan nilai 5 serta tidak ada yang memberikan nilai 1 2 ataupun 3. Hal ini berarti hampir semua sampel menyatakan bahwa bank tersebut adalah bank yang dapat dipercaya.
5. Untuk indikator bank tersebut adalah bank yang memenuhi janji, sebesar 0,8% nasabah yang di survey memberikan nilai 3, 1,3% memberikan nilai 4 dan 97,8% memberikan nilai 5 serta tidak ada yang memberikan nilai 1 dan 2. Maka dapat disimpulkan bahwa bank tersebut adalah bank yang memenuhi janji.
6. Sebesar 1,0% nasabah yang di survey memberikan nilai 3, 1,3% memberikan nilai 4 dan 97,8% memberikan nilai 5 serta tidak ada yang memberikan nilai 1 dan 2. Maka dapat disimpulkan bahwa hampir semua nasabah yang dijadikan sampel merasa diperlakukan dengan adil oleh Bank tersebut.
7. Sebesar 1,3% nasabah yang di survey memberikan nilai 3, 3,3% memberikan nilai 4 dan 95,3% memberikan nilai 5 serta tidak ada yang memberikan nilai 1 dan 2. Maka dapat disimpulkan bahwa hampir semua nasabah yang dijadikan sampel merasa pada saat terjadi masalah, bank tersebut memberikan solusi yang adil memuaskan bagi para nasabahnya.
8. Sebesar 1,0% nasabah yang di survey memberikan nilai 3, 3,5% memberikan nilai 4 dan 95,5% memberikan nilai 5 serta tidak

ada yang memberikan nilai 1 dan 2. Maka dapat disimpulkan bahwa hampir semua responden merasa bangga menjadi nasabah Bank tersebut

9. Sebesar 0,5% responden memberikan nilai 4 dan 99,5 % memberikan nilai 5 serta tidak ada yang memberikan nilai 1 2 maupun 3. Maka dapat disimpulkan bahwa hampir semua nasabah yang dijadikan sampel merasa diperlakukan dengan hormat oleh Bank tersebut
10. Sebesar 1,3% responden memberikan nilai 4 dan 98,8%

b. Branch Service Quality (BSQ) Satpam



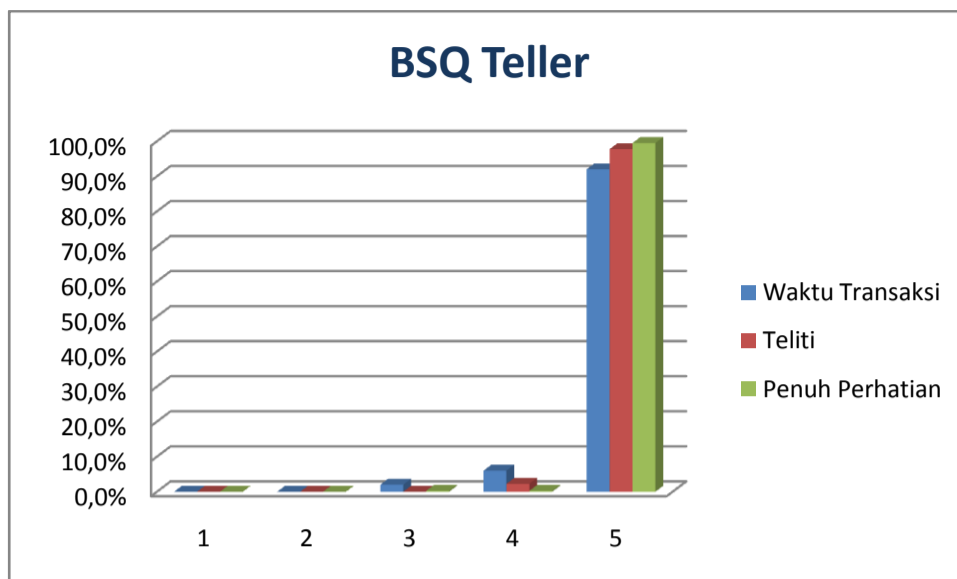
Dari grafik survey mengenai BSQ Satpam diatas dapat disimpulkan bahwa 99,3% atau hampir seluruhnya responden di

memberikan nilai 5 serta tidak ada yang memberikan nilai 1 2 maupun 3. Maka dapat disimpulkan bahwa hampir semua nasabah yang dijadikan sampel merasa Bank tersebut adalah bank yang paling tepat dengan kebutuhan mereka saat ini.

11. Dari hasil survey menunjukkan bahwa 94,8% dari nasabah yang disurvei tidak dapat membayangkan apabila dunia perbankan tanpa bank tersebut, karena akan merasa kesulitan.

sapa oleh satpam ketika memasuki kantor Bank tersebut.

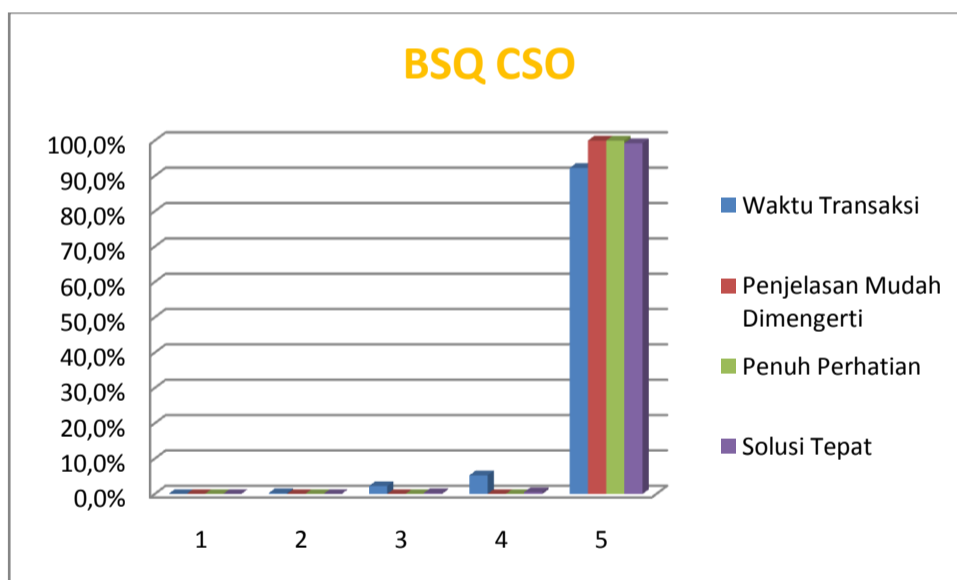
c. Branch Service Quality (BSQ) Teller



Kesimpulan yang dapat diambil dari grafik diatas adalah 92% nasabah merasa waktu yang dibutuhkan teller untuk menanggapi transaksi sangat cepat, 97,8% menjawab bahwa teller sangat teliti dan

99,5% menjawab bahwa pada saat menanggapi transaksi teller penuh perhatian dan fokus terhadap nasabah. Secara keseluruhan berarti nasabah sangat puas terhadap pelayanan teller di bank tersebut

d. Branch Service Quality (BSQ) CSO



Kesimpulan yang dapat diambil dari grafik diatas adalah 92,3% nasabah merasa waktu yang dibutuhkan CSO untuk menanggapi transaksi sangat cepat, 100% menjawab bahwa penjelasan yang diberikan CSO mudah dimengerti dan 100% menjawab bahwa pada saat menanggapi

transaksi CSO penuh perhatian terhadap nasabah kemudian 99,3% nasabah menjawab bahwa solusi yang diberikan CSO tepat dengan keluhan yang disampaikan nasabah. Secara keseluruhan berarti nasabah sangat puas terhadap pelayanan CSO di bank tersebut

e. Saran/masukan Nasabah

Dari 235 saran yang disampaikan oleh nasabah kepada bank, maka dapat disimpulkan bahwa paling banyak nasabah

menyarankan untuk meningkatkan pelayanan menjadi lebih baik lagi yaitu sebesar 14,0%. 13,2% menyarankan untuk membuka cabang/unit baru baik itu di

sekitar Kec. Purwakarta maupun diluar Kec. Purwakarta seperti Plered, Darangdan, Wanayasa dll. 11,9% menyarankan untuk menambah loket teller. 6,8% menyarankan untuk memperluas halaman parkir. 5,1% memberikan saran agar pelayan teller dipercepat dan 4,7% untuk mempercepat

pelayanan CSO. 6,4% memberikan saran agar bank menambah jumlah ATM baik tarik tunai maupun setoran tunai untuk wilayah Purwakarta dan sekitarnya.

Untuk lebih jelas, saran/masukan yang disampaikan oleh nasabah dapat dilihat pada tabel berikut ini:

| No | Komentar/Saran | Jumlah | Persentase |
|-----------------------------|---|------------|---------------|
| 1 | Parkir Gratis | 2 | 0,9% |
| 2 | HalamanParkir | 16 | 6,8% |
| 3 | Bukacabang/unit | 31 | 13,2% |
| 4 | Pertahankanlayanan | 9 | 3,8% |
| 5 | Pelayananditingkatkan/lebihbaik | 33 | 14,0% |
| 6 | Layanan teller dipercepat | 12 | 5,1% |
| 7 | Layanan CS dipercepat | 11 | 4,7% |
| 8 | Tambah ATM (tarik tunai, setortunai) | 15 | 6,4% |
| 9 | Problem ATM | 8 | 3,4% |
| 10 | TambahLoket teller | 28 | 11,9% |
| 11 | Tambahloket CS | 16 | 6,8% |
| 12 | Wakturekening non aktifdiperpanjang | 1 | 0,4% |
| 13 | Jam istirahat/nasabahbanyakloketjangantutup | 8 | 3,4% |
| 14 | Antrian | 9 | 3,8% |
| 15 | Biayaadministrasi | 8 | 3,4% |
| 16 | Janganbanyakberbincangdengannasabahygsudahkenal | 1 | 0,4% |
| 17 | Penanganankomlpain | 5 | 2,1% |
| 18 | Sediakanbahanbacaanuntukmenunggu | 2 | 0,9% |
| 19 | Limit transfer | 2 | 0,9% |
| 20 | M-banking error | 3 | 1,3% |
| 21 | Setoranreceh | 1 | 0,4% |
| 22 | Penipuanberhadiah | 1 | 0,4% |
| 23 | Ketelitian | 1 | 0,4% |
| 24 | Penataanruang | 1 | 0,4% |
| 25 | Print bukutabungantertumpuk | 1 | 0,4% |
| 26 | Transaksivalas (kurs, biaya, diskon, waktu) | 3 | 1,3% |
| 27 | Buatproduk/pinjamankeuanganmenengahkebawah | 2 | 0,9% |
| 28 | Setoranawal | 1 | 0,4% |
| 29 | Pasangwifi | 1 | 0,4% |
| 30 | Transaksikeluarnegeri | 1 | 0,4% |
| 31 | Tingkatkan/tambahhadiah | 1 | 0,4% |
| 32 | Pengajuan KPR <200 juta | 1 | 0,4% |
| Total komentar/saran | | 235 | 100,0% |

PENUTUP

Secara keseluruhan pelayanan tersebut sudah sangat baik, layanan satpam mendapat skor antara puas dan sangat puas, layanan teller mendapat skor antara puas dan sangat puas, demikian pula layanan CSO mendapat skor antara puas dan sangat puas

Terdapat beberapa hal yang harus ditambah maupun diperbaiki untuk dapat meningkatkan pelayanan sehingga kepuasan nasabah terhadap bank dapat terus dipertahankan, diantaranya

- peningkatan layanan
- tambah loket teller

- buka cabang baru
- tambah loket CS

- memperluas halaman parkir

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M.M., and Parvez, N. 2009. Impact of Services Quality, Trust, and Customer Satisfaction on Customer Loyalty, *ABAC Journal*, Vol. 29, No. 1, pp. 24-38.
- International, *Journal of Business and Economic Sciences*, Vol. 5, pp. 202-208.
- Agustiyadi, T. 2008. Pentingnya Mengenali Tipe-tipe Loyalitas Nasabah Untuk Meningkatkan Profit. Bandung CV. Alfabeta
- Gasperz, 2004. *Management Kualitas*. Yayasan Indonesia Emas dan Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Jau-Chuan, Chia-Huang Wu and Zhe George Zhang; Recent Developments in Vacation Queueing Models : A Short Survey Department of Applied Statistics, National Taichung Institute of Technology Taiwan, ROC.
- Kumar, M., Kee, F. T., and Manshor, A. T. 2009. Determining the Relative Importance of Critical Factors in Delivering Service Quality of Banks: an Application of Dominance Analysis in SERVQUAL Model, *Managing Service Quality*, Vol. 19, No. 2, pp. 211-228.
- Pfeifer, P. 2005. The Optimal Ratio of Acquisition and Retention Costs, *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, Vol. 13, No. 2, pp. 179-188.
- Seno Prihatomo, Prangga Prayogo. Analisis Penerapan Metode Antrian (*Waiting Line*) Untuk Meminimalkan Antrian (Studi Kasus: Pitstop Autowash & Spa) Universitas Bina Nusantara, Kampus Anggrek: Jln Kebon Jeruk Raya 27, Kemanggisan, Palmerah.
- Singh, H. 2006. The Importance of Customer Satisfaction in Relation to Customer Loyalty and

- Retention, Asia Pacific University College of Technology & Innovation Technology Park Malaysia, UCTI Working Paper, pp. 1-6.
- Trasorras. R., Weinstein, A., and Abrat, R. 2009. Value, Satisfaction, Loyalty and Retention in Professional Services, *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 27, No. 5, pp. 615-632.
- Walsh, G., Groth, M., dan Wiedmann, K.P. 2005. An Examination of Consumers' Motives to Switch Energy Suppliers, *Journal of Marketing Management*, Vol. 21, pp. 421-440.
- Yani, E. 2004. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah PT Bank Sumut di Medan, Tesis, Medan: Program Pascasarjana Universitas Sumatra Utara.

RIWAYAT PENULIS

Nama, Iman Sidik Nusannas, SS., ME, Tempat/Tgl Lahir, Bandung, 15 Januari 1969, Pendidikan terakhir, Pascasarjana (S2) Magister Ekonomi Universitas Padjadjaran Bandung, Pekerjaan Dosen, Unit Kerja Program Studi Manajemen STIE DR. KHEZ. Muttaqien Purwakarta, Mata Kuliah Manajemen Perbankan, Akuntansi Perbankan, Manajemen Resiko