

ANALISIS KEPUASAN NASABAH TABUNGAN BRITAMA ATAS KEPERCAYAAN PELAYANAN PT.BANK RAKYAT INDONESIA

Jupianus Sitepu¹⁾, Setiawan Jaya Ginting²⁾

Manajemen, Fakultas Sosial dan Hukum, Universitas Quality
Manajemen, Fakultas Sosial dan Hukum, Universitas Quality
jupianus.karona@gmail.com , istiawanistiawan171@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Analisis Kepuasan Nasabah Tabungan BRITAMA Atas Kepercayaan Pelayanan PT.Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana Kepuasan Nasabah Tabungan BRITAMA Atas Kepercayaan Pelayanan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Penelitian ini dilaksanakan dari bulan Desember 2022 sampai Februari 2022. Penelitian ini menggunakan metode pengambilan sampel dengan cara Survei, dalam penelitian ini sampel yang digunakan adalah 46 responden nasabah pengguna tabungan BritAma pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk., dengan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan Teknik Purposive Sampling yang merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Sumber data yang digunakan adalah data primer yang digunakan yang merupakan perolehan pengisian_kuesioner dibagikan untuk konsumen. Sampel digunakan ialah masyarakat umum yang menjadi nasabah pengguna tabungan Britama pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. . Saat ini tantangan yang dihadapi oleh PT. Bank Rakyat Indonesia bahwa bagaimana menaikkan tingkat kepuasan nasabahnya.

Kata Kunci: Tabungan, Pelayanan, Kualitas, Kepuasan

ABSTRACT

This research is entitled Analysis of BRITAMA Savings Customer Satisfaction on Service Trust at Pt.Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. The purpose of this study is to find out how BRITAMA Savings Customer Satisfaction with PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. This research was conducted from December 2022 to February 2022. This research used a survey method of sampling. In this study, the sample used was 46 customer respondents using BritAma savings at PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk., with the sampling technique in this study using the Purposive Sampling Technique which is a sampling technique with certain considerations. The data source used is the primary data used which is the acquisition of filling out the questionnaire distributed to consumers. The sample used is the general public who are customers using Britama savings at PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. . Currently the challenges faced by PT. Bank Rakyat Indonesia that how to increase the level of customer satisfaction.

Pendahuluan

Bank sebagai Lembaga keuangan kepercayaan masyarakat dalam kegiatannya menghimpun dan menyalurkan sumber dana atau disebut sebagai lembaga intermediasi harus mempertahankan kredibilitas, karena kepercayaan merupakan modal penting yang

diperjualbelikan bank. Selama itu bertahan serta mengawasi rasa kepercayaan.warga mewujudkan aktivitas utama serta bisa menjadikan focus penting *management banking*.

PT. Bank Rakyat Indonesia merupakan perbankan yang mampu menjangkau keseluruhan wilayah dari sabang hingga Merauke pihaknya sangat mengutamakan potensial adanya perkembangan konsumen secara menyeluruh disupport beraneka ragam konsumen untuk mengadakan berbagai macam product simpanan yang bisa disesuaikan dengan pendapat tiap perkapita masyarakatnya terutama yang paling dikhususkan atau diutamakan yaitu product simpanan berupa BriTama, product ini bisa menjadi acuan karena memiliki fungsional jasa yang sangat banyak sehingga mampu mencukupi kebutuhan konsumen apalagi untuk golongan millennial saat ini.

Kompetisi tiap bisnis *banking* kian hari sangat rapat membuat tiap bank harus terus berupaya melakukan ide produk yang bervariasi tiap tahunnya terutama dalam layanan yang bagus, serta membuat semakin mudah untuk konsumennya. Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang Pengaruh Pengetahuan Akuntansi Dan Kepribadian Wirausaha Terhadap Kinerja Manajerial Pada UMKM di Kota Medan. Tujuan dari penelitian ini, adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis Kepuasan Nasabah Tabungan BRITAMA Atas Kepercayaan Pelayanan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.

TINJAUAN PUSTAKA

Kapasitas pelayanan serta *quality product* sangat berdampak baik serta substansial perihal komitmen konsumen (Setianingsih, 2019; Nawangsari/& Widiastutti,2019). Kebahagiaan konsumen sangat utama bagi lembaga bisnis sebab konsumen memiliki kemauan tak terbatas bisa melampaui apa yang telah disediakan perseroan sebagian dari penyediaan service (Andriyani.&Ardianto,,2020).

Kualitas/dari.jasa ataupun/kualitas pelayanan (Servicee Qualitys) berguna sangat relevan untuk pembuatan differentiaty, possitioning, serta prosedur bersaing dibagian khusus pemasarannya, terutama untuk perseroan yang memberikan pelayanan penyediaan servis (Tjiptono.&/Chandra, 2016). Service Quality (ServQual) ialah sebuah pengukur dalam menentukan quality pada layanan dari perseroan supaya mampu menganalisa dampak jenis layanan pada kebahagiaan konsumen maka dipakailah Method Services Qualityedipakai pedoman (Hasibuan.&Murtani,,2020).

Kebahagiaan konsumen ialah kondisi diprediksikan atas dasar pengadaan product serta layanan service maksimal (Jeany.&Siagian,,2020). Layanan akan disalurkan untuk konsumen ditambah persepsi rata-rata baik maupun buruk (Dwiyantii &.Azizah,,2018). Kegiatan tersebut terwujud dalam beberapa jenis produk perbankan yang nantinya menghasilkan beberapa jenis sumber dana bank. Produk yaitu sesuatu yang ditawarkan kepada nasabah untuk mendapatkan untuk dimiliki, perhatian, dikonsmusi atau digunakan dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabahnya (Kasmir, 2018). Beberapa jenis produk perbankan (Kasmir, 2018) diantaranya yaitu:

- a. Menghimpun dana dari masyarakat (Funding) dalam bentuk:
 - 1) Simpanan Giro (Demand Deposit),
 - 2) Simpanan Tabungan (Saving Deposit),
 - 3) Simpanan Deposito (Time Deposit).

b. Menyalurkan dana ke masyarakat (Lending) dalam bentuk:

- 1) Kredit Investasi,
- 2) Kredit Modal Kerja,
- 3) Kredit Perdagangan,
- 4) Kredit Produktif,
- 5) Kredit Konsumtif,
- 6) Kredit Profesi.

c. Memberitahukan macam-macam jasa ialah (Services) dalam berbentuk:

- 1) Kiriman Uang (Transfer),
- 2) Kliring,
- 3) Inkaso,
- 4) Safe Deposit Box,
- 5) Bank Card (Kartu Kredit)
- 6) Bank Notes,
- 7) Bank Garansi,
- 8) Bank Draft,
- 9) Letter of Credit, dan jasa lainnya.

Sumber dana bank merupakan usaha dalam menghimpun dana untuk membiayai operasi bank, yang sumber dana tersebut berasal dari bank, konsumen peminatnya tinggi dan tersebar. Produk perbankan menghasilkan 3 jenis Sumber Dana Bank (Kasmir, 2018) terdiri dari:

a. Dana yang bersumber dari bank itu sendiri, yang berasal dari:

- 1) Setoran modal dari pemegang saham,
- 2) Cadangan-cadangan bank,
- 3) Laba bank yang tidak bisa dibagikan.

b. Dana yang bersumber dari warga luas, yang berasal dari:

- 1) Simpanan giro,
- 2) Simpanan tabungan,
- 3) Simpanan deposito.

c. Dana yang bersumber dari Lembaga lainnya, yang berasal antara lain:

- 1) Kredit likuiditas dari Bank Indonesia,
- 2) Pinjaman antar bank (call money),
- 3) Pinjaman dari bank-bank luar negeri,
- 4) Surat Berharga Pasar Uang (SBPU).

Berdasarkan perspektif dijelaskan saat quality yaitu/“kondisisdinamistis mampu berkaitan terhadap produksi, pelayanan, sdmnya, operasi, serta daerah yang mampu melewati batasan yang telah disepakati” berdasarkan Goetsch & Davis (2010) pada (Tjiptono_&_Chandra, 2016). Quality servis layanan mampu mewujudkan sehingga dapat memenuhi keperluan yang diharapkan konsumen on time. Kualitas layanan untuk ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan mampu diberikan sesuai dengan ekspektasi pelanggan menurut Lewis & Booms (1983) dalam (Tjiptono & Chandra, 2016).

Ada dua faktor utama yang mempengaruhi Kualitas Jasa ialah: “jasa yang diharapkan (Expected Service) dan jasa yang dirasakan/dipersepsikan (Perceived Service)” menurut Parasuraman dkk, (1985) dalam (Tjiptono, 2019).

Persepsi terhadap “kualitas jasa harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas jasa” menurut Kotler & Keller (2012) dalam (Tjiptono & Chandra, 2016).

Service Quality (SERVQUAL) merupakan model kualitas layanan yang dijadikan sebagai acuan dalam riset pemasaran terhadap beberapa sektor jasa termasuk perbankan (Tjiptono, 2019). SERVQUAL adalah ukuran seberapa baik suatu layanan memperoleh kecocokan dengan harapan dan persepsi nasabah (Tjiptono, 2019, hlm.305).

Terdapat 5 Indikator pengukuran Kualitas Pelayanan dengan model SERVQUAL Parasuraman, Zeithaml & Berry (1985) dalam (Tjiptono, 2019 dan Tjiptono & Chandra, 2016), yaitu:

- *Reliability* (Keandalan), merupakan kinerja perusahaan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan secara andal, akurat dan segera yang memuaskan sesuai dengan yang telah disepakati.
- *Assurance* (Jaminan), merupakan kepastian jaminan yang diberikan oleh perusahaan dengan kesediaan dan kemampuan karyawan dalam memberikan informasi, kemampuan memberikan kepercayaan kepada nasabah, dan keamanan yang menyangkut produk dan jasa yang dibutuhkan untuk menangani setiap keluhan masalah pelanggan, pertanyaan yang mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh karyawan perusahaan yang terhindar dari risiko, bahaya, atau keragu-raguan.
- *Tangibles* (Berwujud/Bukti Fisik) merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan sarana dan prasarana yang berwujud, seperti: karyawan, fasilitas fisik, dan sarana komunikasi.
- *Empathy* (Empati), merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan kepedulian dan perhatian dengan cara pemahaman atas kebutuhan atau keluhan individual nasabahnya.
- *Responsiveness* (Cepat Tanggap), merupakan kemampuan perusahaan memberikan pelayanan yang cepat tanggap dan informasi yang akurat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penentuan responden dalam penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel insidental yaitu teknik pengambilan sampel secara kebetulan dimana responden yang ditemui secara kebetulan dan dianggap cocok sebagai sumberdata. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi, kuesioner dan dokumentasi.

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis isi (*content analysis*) sebagai teknik analisis data dalam penelitian ini. Dalam analisis ini peneliti melakukan proses memilih, membandingkan, menggabungkan dan memilah berbagai informasi sehingga dicapai sebuah data yang relevan. Berikut langkah-langkah analisis yang peneliti lakukan:

1. Menetapkan tujuan khusus yang akan dicapai dalam penelitian ini
2. Menjelaskan istilah-istilah penting yang digunakan dalam penelitian ini.
3. Menentukan data yang akan dianalisis.
4. Mencari data yang relevan.

5. Membangun hubungan konseptual untuk menjelaskan bagaimana pemanfaatan *e-marketplace* dalam mempertahankan dan mengembangkan bisnis dimasa pandemi Covid-19.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Karakteristik Responden

Untuk mengetahui dampak mutu pelayanan terhadap kesenangan konsumen deposito BritAma, Saat periode 12-21 November 2022 telah dilakukan survei terhadap 69 responden, 69 responden tersebut terdiri dari 46 responden nasabah produk tabungan BritAma dan 23 responden sisanya bukan nasabah produk tabungan BritAma. Survei dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner sebagai alat pengumpulan data primer. Data yang sudah didapatkan kemudian diolah dan dijadikan sampel penelitian.

1. Karakteristik Responden berdasarkan Produk Tabungan Pilihan

Bank Rakyat Indonesia memiliki 6 jenis produk BritAma yaitu: BritAma, BritAma X SiMuda, BritAma Junio, BritAma Bisnis, BritAma rencana, dan BritAma Flexy. Gambar 2 menunjukkan kepemilikan jenis produk tabungan BritAma. Responden lebih banyak memiliki produk tabungan BritAma sebesar 71,7% atau 33 orang, dan pada urutan kedua responden memiliki produk tabungan BritAma SiMuda sebesar 21,7% atau 10 orang, 2 orang sisanya responden memiliki produk tabungan BritAma Junio dan 1 responden BritAma rencana.

2. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin memperlihatkan pada gambar 3 bahwa responden dengan jenis kelamin perempuan berjumlah lebih banyak sebesar 78,3% atau 36 orang daripada responden dengan jenis kelamin laki-laki yaitu 21,7% atau 10 orang. Dari kasus tersebut membuktikan jika rata-rata dominan para respondents. penelitian dimiliki golongan wanita.

3. Karakteristik Responden berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan umur, digambar 04 terdiri dari bermacam-macam kategori atas total bervariasi. Bisa dipahami ketika respondennya di usia 17-25 tahun sejumlah 82,6% atau 38 orang menggunakan produk tabungan BritAma dalam kuesioner ini.

4. Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik responden terhadap pekerjaan di gambar 5, memperlihatkan bahwa responden sebagai Pelajar/mahasiswa dan Ibu rumah tangga lebih mendominasi sebagai pengguna tabungan BritAma.

5. Pengetahuan Responden Mengenai Produk Tabungan

Pengetahuan responden mengenai produk tabungan pada Gambar 6 menunjukkan dari semua jenis produk tabungan BritAma, responden lebih mengenal produk BritAma dengan persentase 78,3%, karena masyarakat lebih mengenal tabungan yang paling umum dimiliki oleh masyarakat.

Kualitas layanan produk tabungan BritAma secara parsial hanya terdapat dimensi kualitas layanan *Reliability* yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Rakyat Indonesia, sedangkan dimensi kualitas layanan *Assurance*, *Tangibles*, *Empathy*, dan *Responsiveness* secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen produk tabungan BritAma Bank Rakyat Indonesia.

Reliability atau Keandalan merupakan kemampuan perusahaan memberikan pelayanan yang dijanjikan secara andal, akurat dan segera yang memuaskan sesuai dengan yang telah disepakati. Hal tersebut di dukung oleh adanya peningkatan penyelesaian Keluhan Nasabah BRI dari tahun ketahun. Hal ini di wujudkan BRI dengan cara menaikkan mutu pelayanan perbankan yang terwujudnya agar memaksimalkan ketepatan serta kecepatan pelayanan (Laporan Tahunan BRI, 2019). Survei kepuasan nasabah rutin diadakan oleh BRI yang diharapkan dapat terus dilaksanakan sebagai evaluasi layanan kepada nasabah untuk peningkatan loyalitas nasabah terhadap perusahaan (Laporan Tahunan BRI, 2021). Untuk peningkatan kualitas layanan dan kualitas produk BRI memperhatikan setiap pengaduan nasabah merupakan masukan penting (Laporan Tahunan BRI, 2019, hlm.726). Serta BRI memfokuskan kepuasan pelanggan dan menghasilkan bobot 9,90% yang merupakan hasil survei kepuasan pelanggan lebih baik dari tiga tahun sebelumnya (Laporan Tahunan BRI, 2021).

Hal ini sependapat dengan penelitian terdahulu yang pernah dilakukan oleh Nuzulullaeli dkk (2021) dimana kepuasan nasabah *product* deposito ala segmental berpengaruh baik serta berarti untuk variabel *reliability*. Karena keandalan (*reliability*) Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Malang dalam melayani nasabah sangat teliti, bagus, dan sabar. Selanjutnya jurnal penelitian milik Lumempow (2015) menunjukkan Kepuasan Nasabah PT. Bank Mandiri Tbk, Cabang Bahu Mall manado membuktikan semakin besar pengaruh *Reliability*, maka keahlian industri supaya menghasilkan pelayanan tepat diawal tanpa melakukan kerugian apapun itu serta menjelaskan pelayanannya sesuai batas ditentukan agar deal untuk konsumen. Sementara menurut Rahman & Indriani (2020) *reliability* pada PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk. Unit Daeng Sirua Cabang Panakkukang Makassar dengan yang sudah disepakati untuk menepati janji dan memberikan perhatian tulus untuk penyelesaian masalah konsumen.

SIMPULAN

Bersumber produk pembahasan dan riset yang sudah disampaikan di bab sebelumnya mengenai judul yang sudah dijelaskan diawal pendahuluan, maka disimpulkan bahwa dari kelima indikator mutu pelayanan yaitu *Reliabilitys*, *Assurancee*, *Tangibbles*, *Empathys*, serta *Responsivenesse* hanya indikator *Reliability* berpengaruh kepada kegembiraan konsumennya *product* simpanan BritAma yang menunjukkan bahwa BRI sendiri mempersembahkan layanan diharapkan agar handal, cermat serta segera yang memuaskan disesuaikan perjanjian telah disepakati.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rahman, Indriani. (2020)., Accounting, Accountability, and Organization System (AAOS) Journal, 2(1), 24-36. \
- Andriyani, M. & Ardianto, R. (2020). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank: (The Effect of Service Quality and Product Quality on Bank Customer Satisfaction)*, *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1 (02), 133 - 140.
- Dwiyanti, E., & Azizah, S. (2018). Analisis Pengaruh Customer Focused Service Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Berjangka, *Dinamika*, 3(1), 97-140.
- Duli, N. (2019). Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS, Yogyakarta: CV BUDI UTAMA.
- Febry, T., & Teofilus. (2020), SPSS Aplikasi pada Penelitian Manajemen Bisnis Bandung: CV Media Sains
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasibuan, P. S., & Murtani, A. (2020). Persepsi Nasabah Tabungan Mudharaba Terhadap Service Quality (Servqual) PT. Bank Sumut Syariah Kcpsy Marelan Raya. *Jurnal Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis*, 1(1), 784-793.
- Jeany, J., & Siagian, M. S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bpr Artha Prima Perkasa. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 7(3).
- Kasmir. (2018). Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya, Cetakan ke-19, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Setianingsih, F.A., Ety, E., & Supriyadi, E. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Tabungan Dan Kualitas Layanan Terhadap Nasabah yang Berdampak Pada Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada PT Bank Pembangunan Daereah Jawa Barat dan Banten TBK di Wilayah Depok), *Jimea- Jurnal Inovasi Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(1), 198-214.
- Tjiptono, F. (2016). *Service Quality & Satisfaction*. Edisi Ke-4, Yogyakarta: CV Andi Offset
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*: Yogyakarta: Andi.