

## **KUALITAS PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN NASABAH PADA PT.CENTRAL SANTOSA FINANCE CABANG BANJARMASIN**

**Diana Hayati  
Ni Nyoman Suarniki  
dianahayati@gmail.com**

**STIE NASIONAL BANJARMASIN**

*Abstract,*

*This research aims to analysis customer satisfaction related to services provided by PT.Central Santosa Finance Branch of Banjarmasin.*

*The method used in this research is descriptive method. The object of research is PT.CentralSantosa Finance Branch of Banjarmasin.*

*This research found that the service has been done has been good, but based on the results of the research found problems such as slow application process, lack of staff at the cashier, a parking area which is still less extensive and the slow process of completion.*

*Keywords: Service, Satisfaction*

*Abstrak,*

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kepuasan nasabah berkaitan layanan yang telah disediakan oleh PT.CentralSantosa Finance Cabang Banjarmasin.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Objek penelitian adalah PT.Central Santosa Finance Cabang Banjarmasin.

Penelitian ini menemukan bahwa layanan telah dilakukan sudah baik, namun berdasarkan hasil penelitian ditemukan masalah seperti proses aplikasi yang lambat, kurangnya staf di bagian kasir, area parkir yang masih kurang luas dan proses yang lambat penyelesaian tersebut.

**Kata Kunci : Layanan, Kepuasan**

Dewasa ini tuntutan dan kebutuhan masyarakat akan jasa produk pembiayaan semakin meningkat, seiring meningkatnya pengetahuan atau kemajuan. Agar masyarakat mau menggunakan jasa

pembiayaan, maka pihak pembiayaan memberikan rangsangan berupa balas jasa yang akan diberikan kepada para nasabah. Rangsangan tersebut dapat berupa kemudahan dalam pengajuan kredit,

bunga yang rendah, hadiah/*souvenir*, gratis biaya pengambilan angsuran di tempat, jaminan keamanan atas BPKB yang digadaikan nasabah, fasilitas ATM yang tersebar di seluruh Indonesia, nasabah dapat membayar angsuran kapan saja dan di mana saja sehingga tidak meski datang langsung melakukan pembayaran ke kantor. Pada situasi persaingan pembiayaan, perusahaan pembiayaan membutuhkan usaha yang keras untuk mendapat calon nasabah dan mempertahankan yang sudah ada di tangan. Keberhasilan usaha tersebut sangat ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas. Kualitas pelayanan tercermin dari kepuasan nasabah untuk melakukan penggunaan ulang jasa pembiayaan. Kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa atau produk yang ditawarkan dapat dijadikan masukan bagi pihak manajemen untuk meningkatkan dan memperbaiki kualitas pelayanan yang diberikan. Untuk itu karyawan bagian pelayanan sebaiknya selalu memantau kepuasan yang dirasakan

oleh nasabah pembiayaan untuk mencapai loyalitas dari para nasabah.

Tjiptono (2006:69)

menyatakan bahwa :

Dalam memberikan pelayanan, setidaknya bank harus memenuhi lima kriteria kualitas pelayanan yang sering disebut RATER sehingga dapat menciptakan nasabah yang loyal, yaitu : *realibility* (kehandalan), *assurance* (jaminan), *tangible* (bukti fisik), *empathy* (komunikasi) dan *responsiveness* (cepat tanggap). Kehandalan dapat dilihat dari kemampuan untuk memberikan jasa secara akurat sesuai yang dijanjikan, jaminan dapat dilihat dari pengetahuan dan kemampuan karyawan untuk melayani dengan rasa percaya diri, bukti fisik dapat dilihat dari fasilitas yang kasat mata yang dapat dinikmati langsung oleh nasabah, komunikasi, yaitu: karyawan harus memberikan perhatian secara individu kepada nasabah dan mengerti kebutuhan nasabah, sementara cepat tanggap kemampuan karyawan untuk membantu nasabah menyediakan jasa dengan cepat sesuai dengan yang diinginkan oleh nasabah.

Salah satu cara menciptakan pelayanan yang berkualitas adalah perusahaan dapat membedakan dirinya sendiri dengan cara konsisten

menyampaikan mutu lebih tinggi ketimbang pesaingnya, pihak pembiayaan melakukan interaksi dengan nasabah yang disertai umpan balik sebagai kontrol dan ukuran keberhasilan. Nasabah yang loyal adalah alat promosi yang efektif. Dengan adanya nasabah yang loyal akan sangat membantu pihak perusahaan, karena nasabah yang loyal, merupakan alat promosi dari mulut ke mulut yang efektif. Semakin meningkat jumlah nasabah yang dilayani, semakin meningkat pula pendapatan dan laba perusahaan.

Pelayanan yang diterima nasabah dapat dijadikan standar dalam menilai kinerja suatu perusahaan yang berarti bahwa kepuasan nasabah adalah hal yang utama. PT. Central Santosa Finance Cabang Banjarmasin berusaha memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan nasabah dan fasilitas yang baik untuk mempertahankan nasabah yang sudah ada serta untuk mendapatkan calon nasabah. PT. Central Santosa Finance Cabang Banjarmasin merupakan salah satu perusahaan pembiayaan yang

terpercaya, memiliki jaringan yang luas dan memiliki beberapa produk unggulan yang dapat bersaing baik dari segi teknologi maupun kedekatan kepada masyarakat. Berdasarkan sistem pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, apakah ada nasabah yang merasa puas sehingga loyal terhadap perusahaan, sehingga nasabah menggunakan dan memanfaatkan kembali. Jika nasabah puas maka yang diharapkan oleh perusahaan adalah perekomendasi ke rekannya yang lain untuk menggunakan jasa perusahaan dan meningkatkan proporsi pembelanjaan layanan perusahaan. Dalam hal ini permasalahan yang sedang dihadapi adalah nasabah sering mengeluh yang dikarenakan lambatnya proses pengajuan, kurangnya petugas pada Bagian Kasir, area parkir yang masih kurang luas, lambatnya proses penyelesaian berkas pemohon dan pimpinan jarang sekali memberikan arahan dan bimbingan kepada karyawan mengenai cara melayani pelanggan yang baik dan benar.

Setiap jasa mempunyai karakteristik tersendiri di dalam

suatu pelayanan dan menurut Kotler (2007:45-48) gambaran karakteristik jasa antara lain adalah:

- a. Tidak Berwujud (*Intangibility*)
- b. Tidak Terpisah (*Inseparability*)
- c. Bervariasi (*Variability*)
- d. Tidak Dapat Disimpan (*Perishability*)

Rangkuti (2004:56) menjelaskan bahwa kepuasan konsumen adalah “Perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan”. Kasmir (2004:67-68) menyatakan bahwa komponen kepuasan dalam dunia perbankan adalah :

- a. *Tangible*, merupakan bukti fisik yang harus dimiliki oleh karyawan perusahaan pembiayaan, seperti gedung, perlengkapan kantor, daya tarik karyawan, sarana komunikasi dan sarana fisik lainnya. Oleh karena itu, bukti fisik ini harus menarik dan modern.
- b. *Responsivitas*, yaitu adanya keinginan dan kemauan karyawan perusahaan pembiayaan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah.

Untuk itu pihak manajemen perusahaan pembiayaan perlu memberikan motivasi yang besar agar seluruh karyawan perusahaan untuk mendukung kegiatan pelayanan kepada nasabah tanpa pandang bulu. Akan mendukung kegiatan pelayanan kepada nasabah tanpa pandang bulu. Akan lebih baik jika motivasi yang diberikan kepada karyawan akan memperoleh imbalan yang sesuai dengan kemampuannya.

- c. *Assurance*, adanya jaminan bahwa karyawan memiliki pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat atau perilaku yang dapat dipercaya. Hal ini penting agar nasabah yakin akan transaksi yang mereka lakukan benar dan tepat sasaran.
- d. *Realiabilitas*, yaitu kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang telah dijanjikan dengan cepat, akurat serta memuaskan nasabahnya. Guna mendukung hal ini maka setiap karyawan perusahaan sebaliknya diberikan pelatihan dan

pendidikan guna meningkatkan kemampuannya.

- e. Empati, yaitu kemampuan untuk memberikan kemudahan serta menjalin hubungan dengan nasabah secara efektif. Kemudian juga mampu memahami kebutuhan individu setiap nasabah secara cepat dan tepat. Dalam hal ini masalah prosedur kerja dan dihubungkan dengan tingkat pelayanan kepada nasabah.

Menurut Tjipto dan Chandra (2005 : 119) ada empat metode untuk mengukur kepuasan nasabah, yaitu :

- a. Sistem Keluhan dan Saran Organisasi yang berorientasi pada nasabah (*Customer Oriented*) perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi nasabahnya guna menyampaikan saran, kritik, pendapat dan keluhan mereka.
- b. Pembelanja Siluman (*Ghost Shopping*)  
Cara lain untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan nasabah adalah dengan mempekerjakan beberapa orang

*Ghost shopper* untuk berperan sebagai nasabah potensial dan mereka diminta berinteraksi dengan staf penyedia jasa. Kemudian setelah itu mereka harus melaporkan temuan-temuannya berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan produk, mengamati dan menilai cara penanganan layanan permintaan spesifik nasabah, menjawab pertanyaan mengenai keluhan.

- c. Analisis Nasabah yang Hilang (*Lost Customer Analysis*)  
Perusahaan menghubungi nasabah yang telah berhenti membeli atau beralih, hal ini harus dilakukan sebab hal ini bisa dikatakan bahwa perusahaan telah gagal dalam memuaskan nasabahnya
- d. Survei Kepuasan Nasabah  
Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan balikan secara langsung dari nasabah dan juga akan memberikan pesan positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap nasabah mereka.

### **Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Nasabah**

Hubungan kualitas layanan dengan kepuasan nasabah tidak terlepas dari kretivitas layanan pembiayaan. Untuk mewujudkan suatu layanan yang berkualitas yang bermuara pada kepuasan nasabah, maka pihak bank harus mampu mengidentifikasi siapa nasabahnya sehingga akan mampu memahami tingkat persepsi dan harapan atas kualitas layanan. Hal yang penting, karena kepuasan nasabah merupakan perbandingan antara persepsi dengan harapan nasabah terhadap layanan yang dirasakan. Kualitas layanan yang diberikan oleh bank dalam memenuhi harapan nasabah dalam bentuk tampilan fisik yang dimiliki bank, keandalan, kepedulian dan perhatian, daya tanggap, dan jaminan nasabah, akan dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Artinya semakin baik kualitas layanan yang diberikan oleh bank, maka nasabah akan semakin merasa puas terhadap layanan tersebut.

Dijelaskan pula oleh Irawan (2005) bahwa “Banyak studi dalam bidang kualitas layanan dan

kepuasan nasabah telah memberikan kesimpulan yang jelas”. Kegagalan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan nasabah 70% adalah karena faktor *human*, sementara faktor teknologi dan sistem hanya memberikan kontribusi sekitar 30%. Oleh karena itu, perusahaan yang berupaya untuk meningkatkan kualitas layanan dengan hanya menfokuskan kepada perubahan teknologi, akan kecewa pada akhirnya apabila tidak mempersiapkan infarastruktur lain yang lebih penting, yaitu : *attitude* karyawan.

Pada dasarnya kepuasan dan ketidakpuasan nasabah atas produk atau jasa berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya. Hal ini ditunjukkan, nasabah setelah terjadi proses pembelian. Apabila nasabah merasa puas, maka dia akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk kembali membeli produk yang sama. Nasabah yang puas juga cenderung akan memberikan referensi yang baik terhadap produk kepada orang lain. Sebaliknya dengan asumsi nasabah

yang tidak puas. Kesimpulan, apabila kepuasan nasabah dapat tercapai, maka akan diperoleh beberapa manfaat, antara lain yaitu :

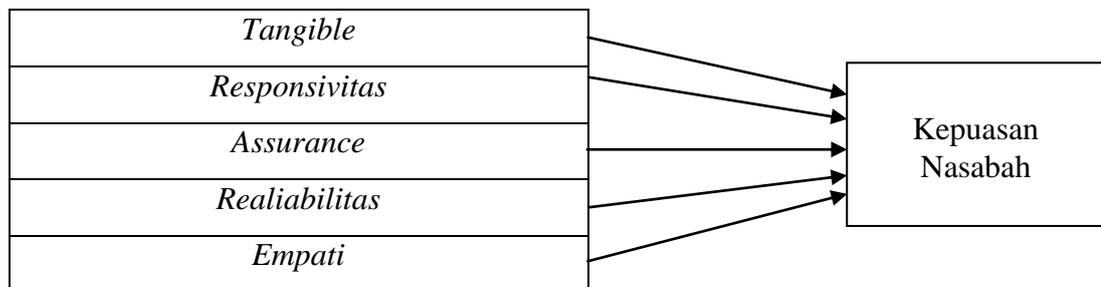
- a. Hubungan antara perusahaan dan nasabahnya menjadi harmonis.
- b. Terciptanya loyalitas dan kesetiaan nasabah terhadap jasa yang diberikan.

c. Membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan.

d. Reputasi perusahaan menjadi baik dikalangan para nasabah.

e. Pangsa pasar dan laba perusahaan akan meningkat.

**Pelayanan**



**Gambar 1. Kerangka Konseptual**

**METODE**

Penelitian ini dilakukan pada PT. Central Santosa Finance Cabang Banjarmasin yang beralamat di Jalan Haryono Pahlawan No. 19B RT. 8 Kampung Melayu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Instrumen penelitian ini antara lain 1) pelayanan adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh seorang individu atau suatu organisasi untuk mendapatkan keuntungan dari

individu atau organisasi lain. 2) Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja suatu produk dan harapannya. Populasi dan sampel penelitian adalah para nasabah PT. Central Santosa Finance Cabang Banjarmasin yang berjumlah sebanyak 100 orang nasabah. Dalam hal ini Suharsimi (1998 : 120) menyatakan bahwa apabila

populasinya lebih dari 100 orang, maka sampel yang akan diambil adalah 10%. Jadi sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang nasabah, 10% dari 100 orang nasabah sebagai populasinya. Analisis data dalam penelitian ini dianalisa secara deskriptif, yaitu dengan membandingkan hasil tabulasi data dengan pelayanan yang diberikan perusahaan, selanjutnya dianalisa dengan teori yang relevan dengan menggunakan rumus :

$$F = \frac{N}{X} \times 100\%$$

**Keterangan :**

F = Frekuensi Jawaban

N = Nilai

X = Responden.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tahun 2010, PT.Central Santosa Finance didirikan dengan keyakinan untuk menjadi lembaga pembiayaan pilihan utama dalam percaturan industri otomotif di Indonesia, khususnya dalam industri kendaraan roda dua. Melalui ijin Kementerian Keuangan No. KEP-523/KM.10/2010 yang terbit pada tanggal 3 September 2010 dan

beroperasi sejak tanggal 17 September 2010, maka sebagai bagian dari grup bank swasta terbesar di Indonesia, yaitu Bank BCA, perusahaan terus melebarkan bisnis unitnya dengan terus menciptakan keunggulan kompetitif sehingga dapat memberikan solusi dan manfaat terbaik bagi konsumen, ATPM, jaringan dealer, para pemegang saham dan segenap karyawan perusahaan. Dengan visi dan misi yang terus terpelihara untuk menyongsong satu tujuan, yaitu menjadi pemain utama dalam bisnis pembiayaan kendaraan roda dua, PT.Central Santosa Finance atau biasa disebut *CS Finance* terus berkomitmen untuk meningkatkan jangkauan layanannya melalui penerapan strategi yang tepat, pembukaan jaringan pelayanan yang tersebar di seluruh Indonesia dan senantiasa memberikan pelayanan terbaik bagi para nasabahnya.

PT.Central Sentosa Finance Cabang Banjarmasin didirikan pada tanggal 17 Mei 2012 dengan visi dan misi sebagai berikut :

Visi : Institusi pembiayaan terkemuka, terpercaya dan

menjadi pilihan bagi masyarakat Indonesia.

Misi : Membangun institusi pembiayaan yang unggul, memenuhi kebutuhan konsumen dengan memberikan solusi pembiayaan terbaik dan membangun kerjasama yang saling menguntungkan dengan mitra bisnis.

Beralamatkan di jalan pahlawan No. 19B Kelurahan Kampung Melayu, Kecamatan Banjarmasin Tengah, PT Central Santosa Finance Cabang Banjarmasin memberikan layanan produk kredit antara lain :

1. KPM (Kredit Pemilikan Motor) yaitu pembiayaan motor baru yang disediakan bagi individu dan perusahaan yang membutuhkan pembiayaan sepeda motor untuk kebutuhan kendaraan operasional, pribadi atau pembelian kolektif.
2. KSM (Kredit Sepeda Motor) yaitu pembiayaan sepeda motor baru yang khusus untuk nasabah BCA dengan tujuan meningkatkan kepuasan nasabah

dalam melayani kebutuhan kendaraan operasional, pribadi atau pembelian kolektif.

3. KMB (Kredit Motor Bekas) yaitu pembiayaan kendaraan roda dua yang disajikan untuk para peminat sepeda motor bekas.

### **Deskripsi Responden**

Dalam karakteristik responden ini, yang menjadi sampel penelitian adalah jumlah nasabah PT. Central Santosa Finance Cabang Banjarmasin, yaitu sebanyak 100 orang, sehingga dalam penentuan sampel ini maka responden dikelompokkan menurut usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir dan jenis pekerjaan. Untuk lebih jelasnya dapat disajikan uraian mengenai deskripsi karakteristik responden, yaitu :

#### **a. Karakteristik Responden Menurut Tingkat Usia**

Berikut ini adalah tabel mengenai deskripsi para responden menurut tingkat umur :

**Tabel1. Pengelompokkan Responden Menurut Tingkat Usia**

| Usia            | Jumlah (Responden) | Persentase (%) | Valid (%) |
|-----------------|--------------------|----------------|-----------|
| < 25 tahun      | 4                  | 4              | 4         |
| 26 – 35 tahun   | 27                 | 27             | 27        |
| 36 – 45 tahun   | 62                 | 62             | 62        |
| > 45            | 7                  | 7              | 7         |
| Total Responden | 100                | 100            | 100       |

**Sumber: Data Primer Diolah**

Berdasarkan tabel di atas proporsi responden menurut usia yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah responden yang berumur antara 36-45 tahun, yaitu sebesar 62 orang atau

62 %. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah adalah berumur antara 36-45 tahun, yaitu sebanyak 62 orang responden.

b. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

**Tabel 2. Pengelompokkan Responden Menurut Jenis Kelamin**

| No | Jenis kelamin   | Frekuensi (Orang) | Persentase (%) |
|----|-----------------|-------------------|----------------|
| 1  | Laki-laki       | 54                | 54             |
| 2  | Perempuan       | 46                | 46             |
|    | Total Responden | 100               | 100            |

**Sumber: Data Primer Diolah**

Berdasarkan tabel di atas, responden terlihat didominasi oleh laki-laki, dimana terdapat 54 responden atau 54% dan sisanya

47% adalah perempuan (46%).

c. Karakteristik Responden Menurut Pendidikan Terakhir

**Tabel 3. Pengelompokkan Responden Menurut Tingkat Pendidikan**

| Tingkat Pendidikan | Jumlah (Responden) | Persentase (%) |
|--------------------|--------------------|----------------|
| SD                 | 44                 | 44 %           |
| SLTP               | 10                 | 10 %           |
| SMU                | 13                 | 13 %           |
| Diploma (D3)       | 29                 | 29 %           |
| Sarjana (S1)       | 30                 | 30 %           |
| Master (S2)        | 14                 | 14 %           |
| T o t a l          | 100                | 100 %          |

**Sumber : Data Diolah**

Berdasarkan tabel di atas, yaitu pengelompokkan responden menurut tingkat pendidikan maka sebagian besar responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah responden yang berpendidikan Sarjana, yaitu sebesar

30 orang atau 30%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar tingkat pendidikan nasabah PT Central Sentosa Finance Cabang Banjarmasin adalah sarjana.

d. Karakteristik Responden Menurut Jenis Pekerjaan

**Tabel 4. Pengelompokkan Responden Menurut Jenis Pekerjaan**

| Jenis Pekerjaan   | Jumlah (Responden) | Persentase (%) |
|-------------------|--------------------|----------------|
| Karyawan/Karyawan | 47                 | 44 %           |
| Wiraswasta        | 32                 | 10 %           |
| Ibu Rumah Tangga  | 12                 | 29 %           |
| Lain-lain         | 9                  | 30 %           |
| T o t a l         | 100                | 100 %          |

**Sumber : Data Diolah**

Tabel 4 yaitu proporsi presentase pengelompokkan responden menurut jenis pekerjaan, yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah yang memiliki pekerjaan sebagai

karyawan atau karyawan. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah PT. Central Sentosa Finance Cabang Banjarmasin adalah lebih banyak didominasi oleh karyawan atau karyawan.

**Tabel 5. Karakteristik Responden menurut Domisili**

| <b>Domisili Responden</b> | <b>Jumlah (Responden)</b> | <b>Persentase (%)</b> |
|---------------------------|---------------------------|-----------------------|
| Dalam Kota Banjarmasin    | 100                       | 100 %                 |
| Luar Kota Banjarmasin     | 0                         | 0                     |
| T o t a l                 | 100                       | 100 %                 |

**Sumber : Data diolah Penulis**

Berdasarkan tabel tersebut di atas terlihat bahwa responden PT. Central Sentosa Finance Cabang Banjarmasin berasal dari dalam kota Banjarmasin saja. Hal ini dikarenakan mayoritas responden adalah penduduk yang ada di Banjarmasin.

#### **Analisis Deskripsi Kualitas Layanan PT. Central Sentosa Finance**

Untuk menunjang kepuasan nasabah PT Central Sentosa Finance Cabang Banjarmasin, maka upaya yang dilakukan oleh setiap perbankan adalah peningkatan kualitas pelayanan. Untuk menunjang kepuasan nasabah, salah

satu upaya yang dilakukan oleh setiap perusahaan adalah penerapan dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah, khususnya pada PT Central Sentosa Finance Cabang Banjarmasin. Kualitas layanan dapat meliputi: keandalan, daya tanggap, jaminan, perhatian dan bukti fisik, di mana dalam peningkatan kualitas layanan maka dapat meningkatkan kepuasan nasabah PT. Central Sentosa Finance Cabang Banjarmasin. Dimensi kualitas layanan nasabah yang dapat meliputi: keandalan, daya tanggap, jaminan, perhatian dan bukti fisik terhadap kepuasan nasabah yang dapat diuraikan berdasarkan hasil kuesioner kepada 100 responden:

**Tabel 6. Hasil Rekapitulasi Kuesioner 100 Responden**

| No | Variabel     | Dimensi  | Skor *)  |    |              |    |
|----|--------------|--|----------|----|--------------|----|
|    |              |  | Setuju   |    | Tidak Setuju |    |
|    |              |  | $\Sigma$ | %  | $\Sigma$     | %  |
| 1. | Keandalan    | 1.Pelayanan seperti yang diharapkan                    | 22       | 22 | 78           | 78 |
|    |              | 2.Penanganan yang benar                                | 16       | 16 | 84           | 84 |
|    |              | 3.Waktu pelayanan sesuai informasi                     | 15       | 15 | 85           | 85 |
|    |              | 4.Laporan yang bebas dari kesalahan                    | 13       | 13 | 87           | 87 |
| 2. | Daya Tanggap | 1.Nasabah diberitahu pada saat pelayanan               | 31       | 31 | 69           | 69 |
|    |              | 2.Pelayanan yang yang diberikan sudah cepat dilakukan. | 24       | 24 | 76           | 76 |
|    |              | 3.Ikhlas sudah membantu nasabah                        | 33       | 33 | 67           | 67 |
|    |              | 4.Kesiagaan merespon permintaan nasabah                | 35       | 35 | 65           | 65 |
| 3. | Jaminan      | 1.Karyawan yang mampu menanamkan kepercayaan           | 34       | 34 | 66           | 66 |
|    |              | 2.Menciptakan suasana nyaman kepada nasabah            | 33       | 33 | 67           | 67 |
|    |              | 3.Karyawan yang sopan                                  | 32       | 32 | 68           | 68 |
|    |              | 4.Karyawan mampu menjawab pertanyaan nasabah           | 36       | 36 | 64           | 64 |
| 4. | Perhatian    | 1.Perhatian individual terhadap nasabah                | 34       | 34 | 66           | 66 |
|    |              | 2.Karyawan peduli terhadap nasabah                     | 30       | 30 | 70           | 70 |
|    |              | 3.Kesan yang baik di hati nasabah                      | 31       | 31 | 69           | 69 |
|    |              | 4.Disiplin waktu yang tinggi                           | 33       | 33 | 67           | 67 |
| 5. | Bukti Fisik  | 1.Peralatan yang ada sudah canggih                     | 29       | 29 | 71           | 71 |
|    |              | 2.Fasilitas yang ada sudah menarik dan memadai         | 11       | 11 | 89           | 89 |
|    |              | 3.Karyawan ada sudah rapi dan profesional              | 38       | 38 | 62           | 62 |

| No | Variabel | Dimensi                                | Skor *)  |    |              |    |
|----|----------|--|----------|----|--------------|----|
|    |          |  | Setuju   |    | Tidak Setuju |    |
|    |          |  | $\Sigma$ | %  | $\Sigma$     | %  |
|    |          | 4. Perlengkapan yang ada sudah memadai | 16       | 16 | 84           | 84 |

Sumber : Data diolah Penulis (2015)

### Pembahasan Hasil Penelitian

Pelayanan jasa terhadap setiap nasabah sangat mempengaruhi terhadap produk apapun yang akan dijual oleh suatu perusahaan dan untuk dapat meningkatkan kepuasan nasabah dan kualitas jasa pelayanan hendaknya pihak perusahaan melakukan kegiatan lima variabel berikut di bawah ini, yaitu :

#### a. Keandalan

##### 1. Pelayanan Sesuai Harapan

Hendaknya pelayanan disesuaikan dengan harapan nasabah karena kepuasan menimbulkan hubungan antara pihak perusahaan dan nasabah menjadi harmonis, memungkinkan terciptanya loyalitas dan nasabah memberi rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang akan menguntungkan pihak perusahaan.

2. Pelayanan Yang Baik dan Benar Hendaknya karyawan dapat berpikir positif dan menganggap keluhan nasabah sebagai “*feed back*” untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan. Keluhan merupakan suatu tantangan yang dapat diubah menjadi kesempatan untuk membuktikan kehandalan sebagai seorang *Service Provider* dalam mengubah kondisi nasabah yang tidak puas menjadi puas dan bukan tidak mungkin bahkan menjadi nasabah yang loyal kepada perusahaan.

##### 3. Waktu Pelayanan Sesuai Informasi

Hendaknya waktu pelayanan yang diberikan kepada semua nasabah tidak sampai berlarut-larut, semua karyawan selalu datang tepat

pada waktunya, (sesuai jadwal dan tata tertib perusahaan yang berlaku) dan urusan pelayanan hendaknya selesai tepat waktu agar para nasabah menjadi puas dengan pelayanan yang telah diberikan.

4. Penyimpanan Laporan

Hendaknya dapat memberikan jaminan kerahasiaan setiap ada transaksi, artinya yang terjadi karyawan harus dapat dan mampu menjaga kerahasiaan informasi data dari nasabah, terutama yang berkaitan dengan uang dan pribadi nasabah.

b. Daya Tanggap

1. Memberikan Informasi

Kepada Nasabah

Nasabah memperoleh informasi jelas tentang prosedur, persyaratan dan karyawan yang bertanggung jawab, waktu penyelesaian dan biaya yang wajib dibayar.

Pelayanan Yang Cepat Terhadap Nasabah.

Hendaknya setiap bagian dalam perusahaan harus mempunyai kemudahan akses dalam berkomunikasi dengan para nasabahnya, sehingga apabila nasabah ingin berkomunikasi langsung dengan bagian tertentu nasabah dapat berbicara langsung dengan karyawan perusahaan yang bersangkutan.

2. Keikhlasan Membantu Nasabah

Hendaknya para karyawan perusahaan harus dengan ikhlas memberikan informasi, secara cepat, tepat dan akurat, kepada semua nasabah, sehingga nasabah merasa tidak kebingungan.

3. Kesiagaan Merespon Permintaan Nasabah

Hendaknya karyawan berusaha memahami kebutuhan nasabah, artinya karyawan harus cepat tanggap terhadap apa yang diinginkan para nasabah dan usahakan mengerti dan memahami

keinginan dan kebutuhan nasabah secara baik dan tepat.

c. Jaminan

1. Mampu Menanamkan Kepercayaan Nasabah

Hendaknya pihak perusahaan mampu menjunjung tinggi kerahasiaan nasabah. Perusahaan tidak boleh sembarangan untuk memberikan informasi kecuali memang dipersyaratkan oleh Undang-undang yang berlaku, hal ini disebabkan menjaga rahasia nasabah merupakan ukuran kepercayaan nasabah.

2. Memberi Suasana Nyaman Terhadap Nasabah

Hendaknya semua karyawan harus menjalin keramahan dan keakraban dengan nasabah, dengan maksud agar nasabah merasa senang dan nyaman ketika berhadapan dengan karyawan.

3. Sopan Terhadap Nasabah

Hendaknya pada saat melayani para nasabah, karyawan harus dalam keadaan tenang, tidak

terburu-buru, sopan dalam bertutur kata dan bersikap. Kemudian tunjukkan sikap menghormati sekaligus berusaha memahami setiap kemauan dan keluhan.

4. Mampu Menjawab Pertanyaan Nasabah

Hendaknya karyawan harus mampu dengan cepat memahami keinginan nasabah. Selain itu jagan harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti oleh para nasabah.

**Jaminan**

a. Perhatian Terhadap Nasabah

Hendaknya karyawan harus mampu melakukan komunikasi dengan baik, artinya setiap komunikasi harus dapat membuat nasabah menjadi senang sehingga apabila sewaktu-waktu nasabah mempunyai masalah maka nasabah tersebut tidak akan segan-segan untuk mengemukakannya dan karyawan akan memberikan solusinya.

b. Peduli Terhadap Nasabah

Hendaknya dalam menjalankan setiap kegiatan pelayanan, karyawan harus mampu bertanggung jawab melayani setiap nasabah dari awal hingga selesai dan nasabah akan merasa puas apabila mereka merasakan adanya tanggung jawab dari karyawan yang bersangkutan.

c. Kesan Yang Baik di Hati Nasabah

Hendaknya karyawan harus memiliki kemampuan dalam berkomunikasi, sopan santun, ramah, dan bertanggung jawab penuh terhadap para nasabah.

d. Disiplin Waktu Yang Tinggi

Hendaknya karyawan tidak membiarkan waktu berlalu tanpa makna yang positif. Dengan kata lain tidak menunda-nunda pekerjaan.

**Bukti Fisik**

a. Peralatan Yang Canggih

Hendaknya peralatan yang dimiliki harus dilengkapi oleh teknologi terbaru, kemudian sarana dan prasarana ini dioperasikan oleh manusia yang

berkualitas, sehingga kedua faktor pendukung di atas, saling menunjang.

b. Fasilitas Yang Memadai

Hendaknya fasilitas yang dimiliki seperti ruang tunggu dan ruang untuk menerima tamu harus dilengkapi dengan berbagai fasilitas yang memadai sehingga membuat nasabah merasa nyaman, betah dan tidak bosan mengantri giliran.

c. Karyawan Yang Rapi dan Profesional

Hendaknya personal dan fisik sebagaimana layanan kantor depan, seperti : wajah harus menawan, badan harus tegap/tidak cacat, tutur bahasa menarik, familiar dalam perilaku, penuh percaya diri dan cara berbusana harus yang menarik.

d. Perlengkapan Yang Memadai

Hendaknya pihak perusahaan dapat menyediakan sarana dan prasarana yang mendukung kecepatan, ketepatan dan keakuratan pekerjaan karyawan.

Berdasarkan hasil kuisisioner tersebut di atas maka variabel yang bermasalah adalah variabel

keandalan, di mana responden banyak yang menyatakan tidak puas dengan kinerja karyawan perusahaan. Hal ini terlihat dari indikasi pelayanan seperti yang diharapkan hanya sebanyak 6% yang setuju, penanganan yang benar hanya sebanyak 12% yang setuju, waktu pelayanan sesuai informasi hanya sebanyak 13% yang setuju dan laporan bebas dari kesalahan hanya sebanyak 9% saja yang setuju. Dalam hal ini pihak perusahaan harus dapat dengan segera mengatasi permasalahan yang sedang dihadapi, seperti: pelayanan yang diberikan harus sesuai dengan harapan nasabah, penanganan terhadap masalah dan keluhan nasabah harus dilakukan dengan baik dan benar, waktu pelayanan terhadap nasabah harus sesuai dengan informasi sehingga tidak membuat nasabah merasa kelamaan untuk dilayani dan laporan mengenai hasil pekerjaan hendaknya bebas dari kesalahan agar tidak menimbulkan kerugian bagi pihak perusahaan dan kekecewaan bagi nasabah.

Dengan melaksanakan lima variabel tersebut di atas, khususnya

mengenai variabel keandalan diharapkan pelayanan karyawan PT Central Sentosa Finance Cabang Banjarmasin terhadap semua nasabah akan dapat meningkat kualitasnya, sehingga akan menimbulkan kepuasan bagi para nasabah. Apabila nasabah merasa puas, bukan tidak mungkin akan berdampak pada jumlah nasabah yang akan meningkat di masa yang akan datang.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

- a. Selama ini pihak perusahaan masih belum optimal dalam melakukan pelayanan dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Hal ini terlihat berdasarkan hasil kuisioner, di mana variabel yang paling dirasakan kurang memuaskan pelayanannya adalah variabel Keandalan, terlihat dari indikasi pelayanan seperti yang diharapkan (6%) penanganan yang benar (12%), waktu pelayanan sesuai informasi (13%) dan laporan bebas dari kesalahan (9%) dan dikarenakan persentasenya kurang baik, maka

memang untuk indikator ini harus diperbaiki.

- b. Perusahaan harus melakukan kebijakan untuk mengatasi masalah sekaligus untuk meningkatkan kualitas pelayanan terhadap nasabah. Dalam hal ini perusahaan dapat melakukan dengan menggunakan lima variabel yang dirancang untuk mengukur kualitas pelayanan yang didasarkan pada perbedaan antara nilai harapan dengan nilai kinerja yang dirasakan nasabah, yaitu : Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Perhatian dan Bukti Fisik.

#### **Saran**

- a. Hendaknya pihak PT Central Sentosa Finance Cabang Banjarmasin perlu melakukan kegiatan perbaikan dalam usaha meningkatkan pelayanan, yaitu :
- b. Keandalan, yaitu tuntutan pelayanan yang memuaskan, maka diperlukan persyaratan agar dapat dirasakan untuk memiliki kualitas kompetensi yang profesional.

- c. Jaminan, yaitu usaha terbaik dan yang sempurna dari seseorang yang diwujudkan dalam bentuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan orang lain, sehingga orang lain tersebut merasa puas.
- d. Hendaknya pihak PT. Central Sentosa Finance Cabang Banjarmasin memberikan perhatian yang lebih terhadap segala komplain dari nasabah dan secepatnya melakukan perbaikan. Hal ini dilakukan agar para nasabah tidak merasa kecewa dengan pelayanan dan fasilitas yang ada.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Kotler, Philip, 2007. *Manajemen Pemasaran*, Jilid I dan II, Jakarta : PT. Prenhalindo.
- Kasmir, Usman, 2004. *Manajemen Pemasaran*. Cetakan Pertama. Yogyakarta : Amara Books.
- Rangkuti, Freddy, 2004, *Riset Pemasaran*. Cetakan Kelima, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Tjiptono, Fandy, 2006, *Manajemen Pelayanan Jasa*, Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, Fandy dan Gregodius Chandra, 2005, *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta : Andi.