

KEPUASAN NASABAH DI BRI UNIT BALONG KANCA KARANGANYAR

Febriana Kusnul Khotimah

S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Atma Bhakti Surakarta

e-mail: Febrianakusnul_khotimah45@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi, kecepatan pelayanan dan sistem komputerisasi terhadap kepuasan nasabah BRI Unit Balong Kanca Karanganyar. Teknik analisis dalam penelitian ini terdiri dari pengujian instrumen: uji validitas & reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t, uji F dan uji R² (koefisien determinasi). Hasil analisis regresi linier berganda dapat diketahui bahwa variabel Promosi, Kecepatan Pelayanan dan Sistem Komputerisasi berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah BRI Unit Balong Kanca Karanganyar. Hasil uji statistik t menunjukkan bahwa: Promosi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kecepatan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sistem komputerisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji statistik F dapat disimpulkan secara bersama-sama bahwa variabel Promosi, Kecepatan Pelayanan dan Sistem Komputerisasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah BRI Unit Balong Kanca Karanganyar. Hasil uji Adjusted R Square diperoleh hasil sebesar 0,655 yang berarti variabel kepuasan nasabah BRI Unit Balong Kanca Karanganyar dapat dijelaskan oleh variabel Promosi, Kecepatan Pelayanan dan Sistem Komputerisasi sebesar 65,5% sedangkan sisanya (34,5%) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini, misalnya produk, suku bunga pinjaman dan lokasi.

Kata Kunci : Promosi, Kecepatan Pelayanan, Sistem Komputerisasi, Kepuasan Pelanggan

Abstract

This research is a quantitative research which aims to analyze the effect of promotion, speed of service and computerized system on customer satisfaction at BRI Unit Balong Kanca Karanganyar. The analysis technique in this study consisted of instrument testing: validity & reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, t test, F test and R² test (coefficient of determination). The results of multiple linear regression analysis can be seen that the variables Promotion, Service Speed and Computerized System have a positive effect on customer satisfaction at BRI Unit Balong Kanca Karanganyar. The results of the t-statistical test show that: Promotion has a positive and insignificant effect on customer satisfaction. Service speed has a positive and significant effect on customer satisfaction. The computerized system has a positive and significant effect on customer satisfaction. The results of the F statistical test can be concluded together that the variables of Promotion, Speed of Service and Computerized System have a significant influence on customer satisfaction at BRI Unit Balong Kanca Karanganyar. The results of the Adjusted R Square test obtained results of 0.655 which means that the variable customer satisfaction at BRI Unit Balong Kanca Karanganyar can be explained by the variables Promotion, Service Speed and Computerized System of 65.5% while the rest (34.5%) is explained by other variables that are not were included in this research, for example product, loan interest rate and location..

Keywords: Promotion, Service Speed, Computerized System, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Kepuasan konsumen menjadi faktor penting dalam mendukung terlaksananya pelayanan yang baik (Sutianingsih & Yasin, 2021). BRI Unit Balong Kanca Karanganyar sebagai lembaga keuangan yang tugasnya memberikan jasa keuangan melalui penitipan uang (simpanan, peminjaman uang (kredit) serta jasa-jasa keuangan lainnya. Untuk itu, BRI Unit Balong Kanca Karanganyar harus dapat menjaga kepercayaan yang diberikan oleh nasabahnya. Kepercayaan sangat penting dan tinggi nilainya, karena tanpa kepercayaan masyarakat mustahil BRI Unit Balong Kanca Karanganyar dapat hidup dan berkembang.

Definisi nasabah baru dapat direalisasikan dalam Undang-Undang Nomor 10 tahun 1998 tentang perubahan atas Undang-Undang No.7 tahun 2002 tentang perbankan diatur perihal nasabah yang terdiri dari dua pengertian yaitu:

1. Nasabah penyimpanan adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.
2. Nasabah kredit adalah nasabah yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah diantaranya adalah promosi, kecepatan pelayanan dan sistem komputerisasi (Sutianingsih & Agustina, 2022). Promosi yang diberikan perusahaan berhubungan erat dengan keuntungan yang akan di dapat oleh perusahaan, karena dengan promosi dan yang didapat nasabah akan mengikat nasabah sehingga perusahaan tersebut tertanam dalam benak nasabah, hal ini tentunya menguntungkan bagi pihak organisasi karena nasabah dapat melakukan promosi secara tidak langsung kepada teman, keluarga ataupun kepada orang lain untuk bertransaksi produk dari perusahaan tersebut. Pada gilirannya promosi yang baik dapat menciptakan peningkatan pada proses kepuasan nasabah (Rosinta, 2018).

Kecepatan pelayanan secara profesional terhadap nasabah sangat penting. Dengan kecepatan pelayanan yang diberikan pegawai terhadap nasabah akan menumbuhkan rasa kepuasan tersendiri bagi nasabah pada umumnya (Sutianingsih Sutianingsih, 2018). Melalui pengelolaan Manajemen Sumber Daya Manusia secara profesional tersebut, tentunya diharapkan pegawai yang ada dalam organisasi dapat bekerja secara maksimal (Sriyanto et al., 2020).

Sistem komputerisasi adalah elemen-elemen yang terkait untuk menjalankan suatu aktifitas dengan menggunakan komputer. Elemen dari sistem komputerisasi terdiri dari manusianya (*brainware*), perangkat unak (*software*), set instruksi (*instruction set*), dan perangkat keras *hardware*). Dengan demikian komponen tersebut merupakan elemen yang terlibat dalam suatu sistem komputerisasi. Tentu saja *hardware* tidak berarti apa-apa jika tidak ada salah satu dari dua lainnya (*software* dan *brainware*). Contoh sederhananya, siapa yang akan menghidupkan komputer jika tidak ada manusia. Atau akan menjalankan perintah apa komputer tersebut jika tidak ada Softwarenya.

Standar pelayanan pada umumnya, nasabah menginginkan produk jasa layanan yang memiliki karakteristik lebih cepat, lebih murah, dan lebih baik termasuk dengan sistem komputerisasi yang mendukung proses transaksi. Dengan demikian, perlu diperhatikan hal-hal yang dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Pelayanan yang terbaik adalah melayani setiap saat, secara cepat dan memuaskan, berlaku sopan, ramah dan menolong, serta profesional (Rachmadi, 2018).

Terciptanya pelayanan yang baik pada hakikatnya akan menimbulkan kepuasan bagi pihak yang mendapat pelayanan (Budiyono & Sutianingsih, 2019). Pada dasarnya kepuasan merupakan hal yang bersifat pribadi. Setiap individu akan merasakan tingkat kepuasan yang berbeda-beda sesuai dengan sistem nilai yang berlaku pada dirinya. Hal ini disebabkan karena adanya perbedaan individu. Kepuasan dalam diri individu mempunyai peranan penting dalam rangka mendukung tercapainya tujuan perusahaan.

Fenomena yang terjadi di lingkungan BRI Unit Balong Kanca Karanganyar yang berkaitan dengan promosi, kecepatan pelayanan dan sistem komputerisasi pada dasarnya sudah baik, hanya perlu dioptimalkan. Promosi jabatan di BRI Unit Balong Kanca Karanganyar berdasarkan target yang sudah dicapai sehingga sesuai dengan kemampuan individu masing-masing. Kecepatan pelayanan dan sistem komputerisasi juga sudah sesuai prosedur hanya perlu di maksimalkan demi kepuasan nasabah di BRI Unit Balong Kanca Karanganyar. Berangkat dari fenomena dan pemikiran-pemikiran di atas, maka Untuk itulah kiranya penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Strategi Meningkatkan Promosi, Kecepatan Pelayanan dan Sistem komputerisasi Terhadap Kepuasan nasabah Di BRI Unit Balong Kanca Karanganyar”.

METODE PENELITIAN

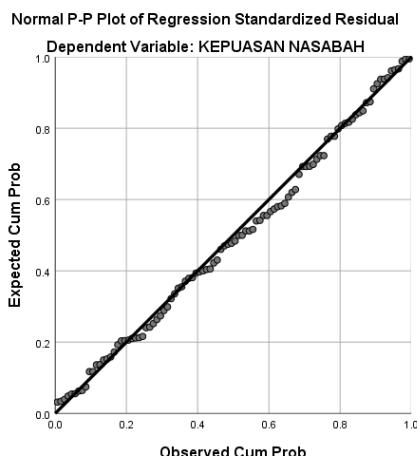
Populasi dalam penelitian ini adalah 70 nasabah kredit diatas Rp. 100.000.000,00 di BRI Unit Balong Kanca Karanganyar. peneliti mengambil sampel seluruh responden dijadikan sampel penelitian sejumlah 70 responden. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *sensus*. Jadi sampel dalam penelitian ini sebanyak 70 nasabah kredit diatas Rp. 100.000.000,00 di BRI Unit Balong Kanca Karanganyar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambar IV.1 Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

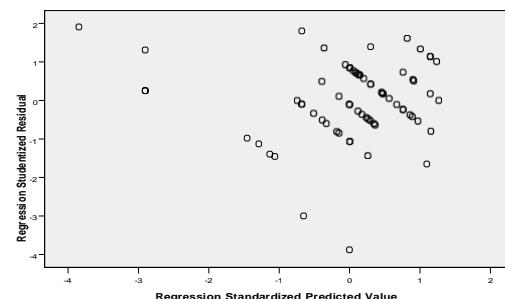
Dependent Variable: Kepuasan Nasabah



Uji Heteroskedastisitas

Scatterplot

Dependent Variable: Kepuasan Nasabah



Uji Multikolinieritas

| No. | Variabel | Tolerance | VIF | Keterangan |
|-----|----------------------|-----------|-------|---------------------------------|
| 1 | Promosi | 0,767 | 1,303 | Tidak terjadi Multikolinieritas |
| 2 | Kecepatan Pelayanan | 0,357 | 2,804 | Tidak terjadi Multikolinieritas |
| 3 | Sistem Komputerisasi | 0,316 | 3,169 | Tidak terjadi Multikolinieritas |

Uji

| R | R Square | Adjusted R Square | Std. Eror of the Estimate |
|-------|----------|-------------------|---------------------------|
| 0,818 | 0,670 | 0,655 | 1,912 |

Autokorelasi

| No. | R | R Square | Adjusted R Square | Durbin Watson |
|-----|-------|----------|-------------------|---------------|
| 1 | 0,818 | 0,670 | 0,655 | 1,912 |

Uji Hipotesis

Hasil Uji F

| No. | F | Sig | Keterangan |
|-----|--------|-------|------------|
| 1 | 44,579 | 0,000 | Signifikan |

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

| No. | Variabel | t | Sig | Kriteria | Keterangan |
|-----|----------------------|-------|-------|---|----------------|
| 1 | Promosi | 1,211 | 0,230 | Dikatakan signifikan apabila nilai sig < 0,05 | Tidak Terbukti |
| 2 | Kecepatan pelayanan | 2,240 | 0,028 | | Terbukti |
| 3 | Sistem Komputerisasi | 4,280 | 0,000 | | Terbukti |

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah

Promosi berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BRI Unit Balong Kanca Karanganyar. Hal ini dapat dilihat dari besarnya tingkat signifikan sebesar

0,230<0,05, hal ini berarti apabila Promosi yang ada pada BRI Unit Balong Kanca Karanganyar ditingkatkan, maka kepuasan nasabah juga tidak berpengaruh. Upaya yang dilakukan promosi dengan cara mempertahankan promosi yang telah dilalukan di BRI Unit Balong Kanca Karanganyar. Dengan adanya promosi yang dipertahankan, maka kepuasan nasabah pada BRI Unit Balong Kanca Karanganyar akan meningkat sesuai dengan tujuan organisasi.

Hasil pengaruh yang tidak signifikan disebabkan karena BRI Unit Balong Kanca Karanganyar memiliki berbagai cabang di setiap Kecamatan di Kabupaten Sragen, sehingga rata-rata masyarakat sudah mengetahui tentang fasilitas dan produk yang ada di BRI Unit Balong Kanca Karanganyar pada setiap Kecamatan. Berdasarkan fenomena tersebut, nasabah BRI Unit Balong Kanca Karanganyar tidak begitu memperhatikan promosi yang disampaikan, karena nasabah lebih fokus pada kecepatan pelayanan yang diberikan dan sistem komputerisasi yang sudah canggih.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Sutopo dan Nurhanifah, (2014) yang menunjukkan bahwa promosi berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan. Sedangkan hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Rizwar (2015), Hamdani dan Zaman, (2017), Andriani dan Realize, (2018) dan Listiawati, Afruani dan Sholehan, (2017) yang menunjukkan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan.

2. Pengaruh Kecepatan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Kecepatan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BRI Unit Balong Kanca Karanganyar. Hal ini dapat dilihat dari tingkat signifikansinya sebesar 0,000<0,05, hal ini berarti bahwa jika Kecepatan pelayanan ditingkatkan, maka kepuasan nasabah pada BRI Unit Balong Kanca Karanganyar akan meningkat. Upaya peningkatan kecepatan pelayanan dengan cara Pegawai di BRI Unit Balong Kanca

Karanganyar sudah memberikan keakuratan pelayanan yang dibutuhkan, BRI Unit Balong Kanca Karanganyar memiliki citra pelayanan yang baik dalam melayani nasabah dan Pegawai di BRI Unit Balong Kanca Karanganyar tanggap atau cepat merespon keinginan nasabah. Dengan adanya kecepatan pelayanan seperti di atas, maka kepuasan nasabah pada BRI Unit Balong Kanca Karanganyar akan meningkat sesuai dengan tujuan organisasi.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Rizwar (2015), Salay (2015) dan Sutanto, (2016) yang menunjukkan bahwa kecepatan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan.

3. Pengaruh Sistem Komputerisasi Terhadap Kepuasan Nasabah

Sistem komputerisasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BRI Unit Balong Kanca Karanganyar. Hal ini dapat dilihat dari tingkat signifikansi sebesar 0,028<0,05, hal ini berarti bahwa dengan adanya sistem komputerisasi yang ditingkatkan akan mampu meningkatkan kepuasan nasabah. Upaya untuk meningkatkan sistem komputerisasi adalah dengan cara BRI Unit Balong Kanca Karanganyar menyelesaikan keluhan yang dihadapi dengan cepat, Komplain akan selalu ditanggapi oleh BRI Unit Balong Kanca Karanganyar dan Penyelesaian masalah yang dihadapi akan diselesaikan BRI Unit Balong Kanca Karanganyar secara tepat. Dengan adanya sistem komputerisasi yang semakin baik maka kepuasan nasabah akan meningkat secara optimal.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Imron dan Sulistyani, (2017), Salay (2015) dan Lubis, (2013) yang menunjukkan bahwa sistem komputerisasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan.

KESIMPULAN

1. Hasil analisis regresi linier berganda dapat diketahui bahwa variabel Promosi, Kecepatan pelayanan dan Sistem komputerisasi berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pada BRI Unit Balong Kanca Karanganyar.
2. Hasil Uji Statistik t menunjukkan bahwa:
 - a. Variabel Promosi berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BRI Unit Balong Kanca Karanganyar.
 - b. Variabel Kecepatan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BRI Unit Balong Kanca Karanganyar.
 - c. Variabel Sistem komputerisasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BRI Unit Balong Kanca Karanganyar.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani dan Realize, (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Stainlessindo Anugrah Karya Di Kota Batam. *Jurnal Pundi*, Vol. 02, No. 02, Juli 2018
- Avita, R, 2018. Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BPR Bank Jateng. *Jurnal Emba*. Vol. 1. No. 4 tahun 2018
- Budiarti, Anindhyta, 2019. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Umum Syariah Di Surabaya. *Ekuitas* Vol. 15 No. 2 Juni 2016: 210 – 231
- Budiyono, B., & Sutianingsih, S. (2019). *Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memoderasi Pengaruh Perceived Value Terhadap Loyalitas Pelanggan*. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5 (4), 445–469.
- Fornell, Claes; Johnson, Michael D ; Anderson, 2017. “*The American Customer Satisfaction Index : Nature, Purpose, and Findings*”. *Journal of Marketing*, 60 (10). (7 – 18).
- Hamdani dan Zaman, (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pizza Express Jakarta. *Jurnal Wacana Ekonomi Nizar Alam Hamdani, et. al*. Vol. 16; No. 02; Tahun 2017 Halaman 037-043
- Imron dan Sulistyani, (2017). Pengaruh Sistem Komputerisasi Terhadap Kinerja Karyawan Front Office Department Di Planet Holiday Hotel & Residence Batam. *JOM FISIP* Vol. 4 No. 2 – Oktober 2017
- Listiawati, Afrauni dan Sholehan, (2017). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di PT. Indomaret Suralaya, Merak-Banten. *Jurnal Riset Akuntansi Terpadu* Vol.10 No.2, Oktober 2017 Hal. 256 – 270
- Lubis, (2013). Pengaruh Sistem Informasi Berbasis Komputer Dan Kepercayaan Terhadap Kinerja Individual (Studi Empiris Perbankan Di Kota Medan). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis* Vol 13 No . 2 / September 2013xszAxs0020
- M. Rizwar Ghazali, 2015. Analisis pengaruh lokasi, promosi, dan kecepatan pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Unit Sepat. *Jurnal Bisnis dan Manajemen* Vol.11 No.65.
- Pramana, 2015. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada BPR BKK Karangmalang Sragen). Skripsi UMS Surakarta
- Riyan Agung Setiawan, 2014. *Analisis Pengaruh Promosi, penanganan komplain Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi pada Bank BRI Cabang Sragen”)*. Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas

Muhammadiyah Surakarta

Salay, 2015. Pengaruh Kecepatan Layanan Dan Penanganan Komplain Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Loyalitas Nasabah Pada Bank BRI Cabang Kertajaya Di Surabaya. *Jurnal Bisnis and Managemen. UNS Surakarta.*

Selnes, Fred, 2018. “*An Examination of the effect of Product Performance on Brand Reputation, Satisfaction and Loyalty*”, European Journal of Marketing, 27 (9). (19-35).

Sriyanto, S., Harimurti, F., Kasidin, K., & Sutianingsih, S. (2020). Penyuluhan pengembangan strategi pemasaran produk makanan ringan di desa ngijo kecamatan tasikmadu kabupaten karanganyar. *JANAKA: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT KEWIRAUSAHAAN INDONESIA*, 1(1), 53–61.

Sutopo dan Nurhanifah, (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada PT. Maharani Tri Utama Mandiri Cabang Semarang). *Diponegoro Journal Of Accounting Volume 3, Nomor 4, Tahun 2014, Halaman 2*

Sutanto, (2016). Pengaruh Empati, Kecepatan Dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Penanganan Pengaduan Di Pusat Pelayanan Pengaduan Masyarakat (P3M) Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Cakrawala Vol. 10 No. 1 Juni 2016 : 57 – 66*

Sutianingsih, S. (2018). *Pengaruh Gaya Kepemimpinan Kepala Sekolah Dan Iklim Kerja Sekolah Terhadap Kinerja Guru. Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, 7(2), 115–131.

Sutianingsih, S, & Agustina, S. M. (2022). Organizational Citizenship behaviour, Reward, Punishment to Improve Employee Performance. *International Journal of Economics, Bussiness and Accounting Research (IJEBAR)*, 6(2), 770–780.

Sutianingsih, & Yasin, S. (2021). Peran Loyalitas Pelanggan Pada Marketing Mix Terhadap Keputusan Konsumen. *Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 12(November), 56–67.