



JURNAL

Manajemen & Kewirausahaan

Volume 7 Nomor 2 - Desember 2010

-  Pengaruh Pengembangan Pegawai Terhadap Produktivitas Kerja Pegawai pada Kantor Badan Pusat Statistik
-  Analisis Pelaksanaan Kualitas Pelayanan pada BNI Cabang Angkasa Halim Perdana Kusuma Jakarta
-  Pengaruh Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan di PT. Sentra Info Pratama Persada (SIPP) Jakarta Tahun 2010
-  Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Merk Sedaap Mahasiswa STAN Jakarta
-  Pengaruh Tunjangan Kinerja (Renumerasi) dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai pada Bagian Perlengkapan Biro Umum di Sekretariat Negara RI
-  Pengaruh Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan pada PT Kharisma Bintang Samudera
-  Analisis Rasio Keuangan Terhadap Return Saham (Studi Kasus pada Perusahaan Sektor Industri Alas Khaki yang Terdaftar di BEI Periode Tahun 2004-2008)
-  Analisa Pembinaan Karier dan Produktivitas pada Direktorat Jenderal Multilateral Deplu
-  Pengaruh Kompetensi dan Motivasi Terhadap Keberadaan Bisnis Keluarga dan Kinerja Bisnis Pengusaha Batik di Pekalongan



JURNAL

MANAJEMEN & KEWIRAUSAHAAN

Volume 7 Nomor 2 - Des 2010



JURNAL

MANAJEMEN & KEWIRAUSAHAAN

Redaksi, menerima karya tulis asli (bukan terjemahan atau saduran), berkaitan dengan manajemen keuangan, pemasaran, sumber daya manusia, bisnis, dan ekonomi. Redaksi berhak menyunting tulisan yang akan dimuat tanpa mengubah isi. Tulisan yang dimuat sepenuhnya menjadi hak Redaksi. Yang tidak dimuat hanya dikembalikan kepada pengirim apabila disertai sampul yang sudah diberi alamat lengkap dan prangko secukupnya.

Pengiriman karya tulis disertai dengan alamat lengkap, nomor telepon/fax, atau alamat e-mail. Tulisan diketik 1 1/2 spasi pada kertas ukuran A4/80 maksimal 30 halaman, disertai abstraksi dan referensi (daftar pustaka).

Komitmen Jurnal tiap terbit terdiri dari 90 hal atau maksimal 7 artikel tergantung cakupan artikel. Tipe huruf yang digunakan adalah *Bookman Old Style*.

Unit layanan jual melayani langganan, pembelian satuan langsung dan pesanan. Harga jual Rp.25.000,-.

Cara pemesanan: Transfer ke Bank Permata Capem Adhi Graha No. Rek. 0-866666-016 a.n. Yayasan IPWIJA Jakarta. Fax bukti transfer ke nomor (021-5265270), lengkap dengan nama, alamat, no. telepon, dan keterangan berlangganan dan pesanan.

SUSUNAN DEWAN REDAKSI

Penanggung Jawab:

Dr. Suyanto, S.E., M.M., M.Ak (Ketua STIE IPWIJA)

Pimpinan Umum:

Yoyo Indah Gunawan, S.E., M.M (Ketua Program S1)

Dewan Redaksi:

Drs. Juniarto Royo Prasetyo, MPM, Ed.D. (STIE IPWIJA)

Drs. M. Machasin, M.Si.(Unri)

Drs. Sudarso, M.M. (Untar)

Kurniawati, S.E., M.M. (Unisma)

Drs. Slamet Ahmadi, M.M. (STIE IPWIJA)

Dra. Sri Lestari Prasilowati, M.A. (STIE IPWIJA)

Dra. Yuli Triastuti, M.M. (STIE IPWIJA)

Maman Karyaman, S.E., Akt., CPA. (PT. Pembangunan Jaya Ancol, Tbk)

Drs. Tony Jansen, S.E., M.M. (Univ. Prof. Dr. Moestopo (Beragama))

Drs. Rokhmad Slamet, M.M. (STIE "Pclita Bangsa")

Tony Hendratno, M.M. (UPII)

Pimpinan Redaksi:

Dr. Anna Wulandari, S.E., M.M.

Redaksi Pelaksana:

Dra. Anik Ariyanti, M.M.

Rasipah, S.H., M.M.

Ergo Nurpatricia K, S.H., M.M.

Titin Meidarti, S.E., M.M.

Tim Administrasi dan Keuangan:

Estuti Fitri Hartini, S.E., M.M.

Alamat Redaksi:

Gd. Adhi Graha Lt.14, Jl. Gatot Subroto Kav. 56 Jakarta 12950

Telp.021-5265266 (Hunting) Fax.021-5265270

Call Center: 021-92640711,

Email. stieipwija@cbn.net.id

Penerbit:

P4M Program S1 Manajemen STIE IPWIJA

Frekwensi Terbit:

2 (dua) kali/tahun



JURNAL

MANAJEMEN & KEWIRAUSAHAAN

Volume 7 Nomor 2 - Des 2010

DAFTAR ISI

SUSUNAN DEWAN REDAKSI DARI REDAKSI DAFTAR ISI

- Pengaruh Pengembangan Pegawai terhadap Produktivitas Kerja Pegawai pada Kantor Badan Pusat Statistik (Jayadi - Mauliana Potanda Dewi) 101 - 112*
- Analisis Pelaksanaan Kualitas Pelayanan pada BNI Cabang Angkasa Halim Perdana Kusuma Jakarta (YI Gunawan - Ruth Kusumawati) 113 - 126*
- Pengaruh Motivasi terhadap Kinerja Karyawan di PT. Sentra Info Pratama Persada (SIPP) Jakarta Tahun 2010 (Siti Laela - Muhammad Ikhsan) 127 - 139*
- Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Merek Sedaap Mahasiswa STAN Jakarta (Moh. As'ari - Fera Adlisa) 140 - 155*
- Pengaruh Tunjangan Kinerja (Remunerasi) dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Pegawai pada Bagian Perlengkapan Biro Umum di Sekretariat Negara RI (Estuti Fitri Hartini - Herqutanto) 156 - 173*
- Pengaruh Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Kharisma Bintang Samudera (Anik Ariyanti - Edi Ispurwanta) 174 - 185*
- Analisa Rasio Keuangan terhadap Return Saham (Studi Kasus pada Perusahaan Sektor Industri Alas Kaki yang Terdaftar di BEI Periode Tahun 2004-2008 (Susanti Widhiastuti - Hari Kurnia) 186 - 196*
- Analisa Pembinaan Karier dan Produktivitas pada Direktorat Jenderal Multilateral Deplu (Yuli Triastuti - Suyono) 197 - 203*
- Pengaruh Kompetensi dan Motivasi terhadap Keberadaan Bisnis Keluarga dan Kinerja Bisnis Pengusaha Batik di Pekalongan (Siti Mahmudah) 204 - 215*

ANALISA PELAKSANAAN KUALITAS PELAYANAN PADA BNI CABANG ANGKASA HALIM PERDANA KUSUMA JAKARTA

Oleh:
YI Gunawan, S.E., M.M.
Ruth Kusumawati, S.E.

ABSTRAK

Akibat dari persaingan dunia perbankan yang semakin ketat, maka bank dituntut untuk dapat menciptakan efektifitas dan efisiensi dalam segala hal dimana pelayanan adalah salah satu wujudnya yang akan menarik nasabah baru dan mempertahankan nasabah lama menjadi nasabah loyal. Hal yang mendukung terciptanya layanan yang berkualitas tidak terlepas dari sumber daya manusia yang menggerakkannya. Kemampuan front liner sebagai petugas yang berhadapan langsung dalam melayani nasabah sangat mendukung terciptanya pelayanan prima (*service excellence*) dari suatu bank, dimana nasabah dapat menilai pelayanan jasa yang diberikan sudah memuaskan atau tidak.

Perumusan masalah yang dalam penelitian ini adalah "Bagaimana Pelaksanaan Kualitas Pelayanan pada BNI Cabang Angkasa Halim PK?". Dimana penelitian ini hanya dibatasi pada pelaksanaan kualitas pelayanan Front Liner pada BNI Cabang Angkasa Halim PK. Sedangkan Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan kualitas pelayanan jasa Frontliner pada BNI Cabang Angkasa Halim PK Jakarta.

Metodologi penelitian dan pengumpulan data yang digunakan yaitu metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan skala likert dimana data di ambil secara sampling. Penelitian lapangan dilakukan dengan penyebaran kuesioner, sedangkan studi kepustakaan dilakukan dengan mengambil nahan-bahan dari buku-buku yang terkait.

Hasil dari perhitungan atas sampling yang dilakukan menunjukkan bahwa pelaksanaan kualitas pelayanan dari aspek *reliability* adalah sangat baik dengan total nilai 212, aspek *responsiveness* sangat baik dengan total nilai 217, aspek *assurance* sangat baik dengan total nilai 221, aspek *empathy* baik dengan total nilai 208 serta aspek *tangibles* sangat baik dengan total nilai 214. Secara keseluruhan maka total rata-rata pelaksanaan kualitas pelayanan pada BNI Cabang Angkasa Halim PK adalah sangat baik dengan total nilai 217.

Kata Kunci: Peranan pelaksanaan kualitas pelayanan

I. Pendahuluan

Bank merupakan tempat bagi perusahaan, badan-badan pemerintah dan swasta serta masyarakat untuk menyimpan dananya melalui kegiatan perkreditan dan berbagai jasa perbankan lainnya. Perkembangan dan peningkatan jasa pelayanan suatu bank dari tahun ketahun selalu menjadi sorotan masyarakat. Salah satu bentuk keberhasilan yang dapat dicapai oleh suatu bank dan diyakini sebagai kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah melalui pelayanan yang berkualitas dan dapat memberikan kepuasan kepada nasabah melalui penyampaian produk dan jasa.

Akibat dari persaingan dunia perbankan yang semakin ketat, maka bank dituntut untuk dapat menciptakan efektifitas dan efisiensi dalam segala hal dimana pelayanan adalah salah satu wujudnya yang akan menarik nasabah baru dan mempertahankan nasabah lama menjadi nasabah loyal. Dalam kondisi seperti ini hal utama yang harus diprioritaskan oleh perusahaan perbankan adalah memenuhi kepuasan nasabah agar dapat bertahan, bersaing dan menguasai pasar. Bank tidak lagi pasif menunggu nasabah datang untuk menyimpan uangnya tetapi harus berperan aktif agar masya-

rakat memiliki pengetahuan yang cukup mengenai perbankan, memiliki kepercayaan penuh, tertarik dengan jasa yang ditawarkan, dengan demikian maka masyarakat akan bersedia untuk menyimpan uangnya di bank.

Layanan atau service dapat diartikan sebagai segala upaya positif yang dilakukan oleh seseorang, unit atau perusahaan untuk memenuhi kebutuhan transaksional nasabahnya. Hal yang mendukung terciptanya layanan yang berkualitas tidak terlepas dari sumber daya manusia yang mengerakkannya. Ujung tombak dari suatu bank adalah terletak pada orang-orang yang ditempatkan pada bagian didepan atau disebut juga dengan istilah *front liner* yakni karyawan yang berhadapan langsung dalam melayani nasabah. Kemampuan *front liner* dalam melayani nasabah sangat mendukung terciptanya pelayanan prima (*service excellence*) dari suatu bank dimana nasabah dapat menilai pelayanan jasa yang diberikan sudah memuaskan atau tidak.

II. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan kualitas pelayanan Front Liner pada BNI Cabang Angkasa Halim PK.

III. Kajian Teori

A. Pengertian Jasa

Menurut Kotler (2000:428), jasa adalah:

"A service is any act or performance that one party can offer to another that is essentially intangible and does not result in the ownership of anything. Its production may or may not be tied to a physical product".

Artinya, jasa adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain dan pada dasarnya tak berwujud, serta tak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Proses produksinya sendiri mungkin dan mungkin juga tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik.

Perbedaan antara barang dan jasa, Menurut Lovelock (1996:7-8), ada beberapa hal yang membedakan barang dan jasa:

1) *Nature of product*

Jasa adalah pembuatan, penampilan atau usaha, meskipun tak jarang melibatkan barang berwujud. Pada dasarnya jasa tidak terwujud. Sedangkan produk merupakan sebuah objek, alat atau sebuah benda.

2) *Greater involvement of Customer in the production process*

Walaupun konsumen melayani diri sendiri, atau kadang dibantu oleh petugas perusahaan dalam melaksanakan pelayanannya, tak jarang konsumen terlibat secara aktif dalam penciptaan sebuah jasa.

3) *People as part of the product*

Penggunaan jasa oleh konsumen tidak hanya melibatkan petugas perusahaan tetapi juga orang lain. Hal ini terjadi pada pengguna jasa yang berhubungan dengan keterlibatan tinggi konsumen.

4) *Greater difficulties in maintaining quality control standard*

Jasa dikonsumsi pada saat dikonsumsi sehingga sulit untuk distandarkan, sedangkan barang dapat distandarkan pada waktu penciptaan.

5) *Absence of inventories*

Jasa tidak dapat disimpan karena merupakan performance, bukan seperti barang berwujud yang dapat dilihat konsumen.

6) *Importance of the time factor*

Jasa harus segera diberikan agar menghindari kemungkinan pembatalan, serta jasa dinikmati pada saat konsumen menginginkannya.

7) *Different distribution channel*

Umumnya usaha jasa menggunakan media elektronik atau kombinasi dari perusahaan jasa dengan retail outlet dan point consumption. Hal ini berbeda dengan manufaktur yang membutuhkan distribusi saluran fisik untuk menyalurkan barang.

Menurut Peters (dalam Farida Jasfar, 2002:22), perbedaan antara barang dan jasa dapat dilihat pada berikut ini

B. Karakteristik Jasa

Jasa memiliki empat karakteristik yang membedakannya dengan

produk dalam bentuk fisik yang dapat dilaksanakan dalam program pemasaran. Menurut Kotler dan Armstrong (2001:317), karakteristik jasa meliputi:

- 1) *Intangibility* (tak berwujud)
Jasa merupakan produk yang tidak berwujud, sehingga jasa tidak bisa dilihat, dirasa, diraba, atau dicium sebelum jasa itu dibeli. Kualitas jasa dapat diamati pembeli dari tempat, karyawan, peralatan, materi komunikasi, simbol dan harga yang mereka lihat.
- 2) *Inseparability* (tidak terpisahkan)
Tidak seperti barang fisik, jasa pada umumnya dihasilkan secara khusus dan dikonsumsi pada waktu yang bersamaan. Bila seseorang menyumbangkan jasa maka dia menjadi bagian dari jasa tadi.
- 3) *Variability* (bervariasi)
Jasa yang ditawarkan sangat beragam. Kualitas dari suatu jasa tergantung pada siapa yang menyediakan jasa, kapan, serta dimana jasa disediakan.
- 4) *Perishability* (mudah lenyap)
Jasa tidak dapat disimpan, karena nilai suatu jasa tidak bisa hilang. Mudah lenyapnya suatu jasa tidak akan menjadi suatu masalah bila permintaan selalu ada dan tetap, tetapi keadaan tidak tahan lama dan jasa akan menjadi masalah jika permintaan berfluktuasi.

C. Kualitas Jasa (*Service Quality*)

Dalam memberikan jasa kepada konsumen perusahaan dituntut untuk memperhatikan kualitas jasa.

a. Definisi Kualitas Jasa (*Service Quality*)

Menurut Zeithaml dan Bitner (2000:81), kualitas jasa didefinisikan sebagai berikut:

"Service quality is a critical component of customer perception"

Artinya, kualitas jasa merupakan suatu komponen yang secara kritis mengacu pada persepsi konsumen.

Menurut Lovelock dan Wright (2002:265), kualitas jasa adalah:

"Customers may evaluate their levels of satisfaction or dissatisfaction and may use this information to update their perceptions of service quality."

Artinya, kualitas jasa dapat ditentukan setelah konsumen mengevaluasi puas atau tidaknya atas pelayanan yang ditawarkan kemudian konsumen memberikan persepsinya atas kualitas dari jasa tersebut.

b. Dimensi Kualitas Jasa

Menurut Parasuraman et al (dalam Farida Jasfar, 2002:67), dimensi kualitas jasa terbagi atas:

1) *Reliability* (kehandalan)

Kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat (*accurately*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependably*), terutama memberikan jasa secara tepat waktu (*on time*), dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan dan tanpa melakukan kesalahan setiap kali, seperti penyediaan informasi dengan tepat, akurat dalam melakukan pelayanan sesuai dengan janji-janji perusahaan.

2) *Responsiveness* (daya tanggap)

Kemauan atau keinginan para karyawan untuk membantu dan memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan. Membiarkan pelanggan menunggu, terutama tanpa alasan yang jelas, akan menimbulkan kesan negative yang tidak seharusnya terjadi. Kecuali apabila kesalahan ini ditanggapi dengan cepat maka bisa menjadi sesuatu yang berkesan dan menjadi pengalaman yang menyenangkan. Seperti, pelayanan yang cepat, kemampuan karyawan untuk tanggap dalam melayani kebutuhan konsumen, kecepatan dalam penanganan keluhan, menggunakan system antrian yang cepat.

3) *Assurance* (jaminan)

Pengetahuan, kemampuan, ramah, sopan dan sifat dapat dipercaya dari kontak personal untuk menghilangkan sifat keragu-raguan pelanggan dan merasa terbebas dari bahaya dan resiko. Seperti, karyawan berpengetahuan luas, reputasi yang terpercaya, privacy konsumen terjamin, keramahan pelayanan oleh karyawan.

4) *Emphaty* (empati)

Meliputi sikap kontak personel maupun perusahaan untuk memahami kebutuhan maupun kesulitan pelang-

gan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, kemudahan dalam melakukan komunikasi atau hubungan. Seperti, konsumen mudah dalam menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan berkomunikasi, sikap membantu oleh karyawan, karyawan memiliki rasa tanggung jawab.

5) *Tangibles* (produk-produk fisik)

Tersedianya fasilitas fisik, perlengkapan dan sarana komunikasi, dan lain-lain yang dapat dan harus ada dalam proses jasa. Penilaian terhadap dimensi ini dapat diperluas dalam bentuk hubungan dengan konsumen lain pengguna jasa. Seperti, kebersihan lingkungan, lokasi yang strategis, keamanan yang memadai, kelengkapan peralatan.

D. Pelayanan Konsumen

1. Customer Service

Definisi Customer Service menurut Christopher H. Lovelock (1992:286) yaitu: "*Customer service is a task, other than proactive selling, that involves interactions with customers in person or by telecommunications, mail or automated processes. It is designed performed, and communicated with two goals in mind: operational productivity and customer satisfaction.*"

Artinya, pelayanan konsumen merupakan suatu tugas selain penjualan aktif yang melibatkan adanya interaksi dengan konsumen secara langsung atau melalui sarana telekomunikasi seperti surat atau proses otomatis yang didesain sebagai performa dan dikomunikasikan dengan tujuan menghasilkan produktivitas operasional dan kepuasan konsumen.

Menurut Rambat Lupiyoadi (2001:120) desain customer service:

1) *Identifying a service mission*

Sebagai tahap awal harus ditetapkan misi perusahaan agar dapat menciptakan suatu komitmen dan falsafah kerja sama untuk mencapai misi tersebut.

2) *Setting customer service objectives*

Tujuan pelayanan merupakan hal penting lainnya yang harus ditetapkan perusahaan. Hal ini bermanfaat untuk menentukan elemen mana yang diutamakan untuk mencapai hasil yang optimal. Tujuan pelaya-

nyan ini mencakup aktivitas sebelum transaksi, saat berlangsung transaksi dan setelah aktivitas transaksi. Selain itu, perusahaan dapat memperhatikan *value* apa yang diinginkan konsumen, bagaimana memenuhinya dan membangun kapasitas kerja yang bersaing dengan perusahaan jasa lainnya.

3) *Customer service strategy*

Strategi customer service yang ditetapkan harus mencakup identifikasi dari segmen konsumen, jasa dan konsumen yang paling penting serta bagaimana metode pemberian jasanya agar dapat bersaing di pasaran sekaligus merupakan keunggulan tersendiri bagi perusahaan.

4) *Implementation*

Dalam implementasinya customer service merupakan satu kesatuan dengan *marketing mix* lainnya yang dimiliki perusahaan. Kemampuan manajemen untuk mengkomunikasikan strategi kepada SDM pelaksana akan sangat menentukan keberhasilan kualitas *customer service* yang baik.

VI. Metodologi Penelitian

A. Definisi Operasional Variabel

Kualitas pelayanan merupakan nilai yang diperoleh dari pelayanan yang diberikan oleh Bank kepada nasabahnya dengan harapan dapat memenuhi keinginan dan kepuasan nasabah. Dimensi dari pelayanan antara lain:

1. *Reliability* (Kehandalan)

Yaitu kemampuan Bank dalam memberikan performa pelayanan yang dijanjikan dengan tepat, dan dapat dipercaya dan akurat kepada nasabahnya.

2. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Yaitu kemampuan bank dalam memenuhi keinginan nasabahnya seperti pelayanan yang cepat dalam proses perbankan, tanggap akan kebutuhan nasabah, mampu dalam menangani keluhan nasabah, menggunakan sistem antrian yang cepat agar nasabah tidak perlu lama menunggu.

3. *Assurance* (Jaminan)
Yaitu Karyawan bank berpengetahuan dalam hal produk-produk bank, kemampuan Bank dalam memperoleh kepercayaan dari nasabahnya seperti reputasi bank yang terpercaya, karyawan yang ramah serta kerahasiaan nasabah dapat terjamin.
4. *Empathy* (Empati)
Yaitu kemampuan karyawan Bank dalam memberikan komunikasi yang baik, adanya kemudahan bagi nasabah dalam menghubungi bank, adanya sikap membantu oleh karyawan, karyawan memiliki rasa tanggung jawab kepada nasabah.
5. *Tangibles* (Produk-produk fisik)
Yaitu kemampuan Bank dalam memberikan kenyamanan lingkungan bank seperti kebersihan lingkungan bank, adanya fasilitas-fasilitas fisik dan peralatan yang mendukung terlaksananya aktivitas bank dalam memberikan pelayanan kepada nasabahnya, lokasi yang strategis, keamanan yang memadai.

B. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data akan menjelaskan jenis data, cara pengumpulan data dan pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini.

1. Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

- Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subyek penelitian dengan cara membagikan kuesioner kepada nasabah.
- Data sekunder adalah data yang telah ada atau yang telah dikumpulkan pihak lain, dalam hal ini data sekunder diperoleh dari studi kepustakaan yaitu dengan membaca buku-buku, majalah, yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas.

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data diperoleh melalui:

a. Penelitian lapangan (*Field Research*)

Penelitian ini dilakukan melalui riset ke perusahaan yang telah ditetapkan sebagai objek penelitian untuk

memperoleh data primer yaitu dengan cara:

1) Kuesioner

Adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan secara tertutup untuk dijawab oleh responden-responden (Sugiyono, 1999:-135).

Pengumpulan data melalui sejumlah pernyataan yang disusun secara terperinci dan dibagikan kepada nasabah BNI Cabang Angkasa Halim PK.

b. Penelitian kepustakaan (*Library Research*)

Metode ini digunakan untuk memperoleh data sekunder yakni dengan cara membaca literatur-literatur, brosur, buku-buku pemasaran, serta bahan-bahan lain yang berhubungan erat dengan permasalahan.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Pengumpulan data dilakukan dengan cara sampling. Teknik sampling yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah teknik *Incidental Sampling*, dimana subjek sampel diambil secara sembarang. Sampel diambil berdasarkan populasi yang ditemui pada saat itu (Joko Subagyo, 1997:33). Pengambilan sampel yang akan ditarik dari populasi yaitu sebesar 50 responden.

Menurut Singarimbun (1995:-171), apabila jumlah populasinya besar dan tidak dapat dihitung jumlahnya, maka jumlah sampel yang boleh ditarik sebanyak 30 orang. Diambilnya sampel sejumlah 50 dianggap sudah mewakili populasi yang ingin diamati yaitu nasabah dari BNI Cabang Angkasa Halim PK.

4. Metode Analisis Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Metode Deskriptif Kualitatif

Yaitu dengan membandingkan kebijakan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dengan teori yang berkaitan.

b. Metode Deskriptif Kuantitatif

Yaitu untuk mendukung hasil evaluasi dengan menyebarkan kuesioner agar dapat mengetahui tanggapan nasabah mengenai kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan. Dalam

penelitian ini, kuesioner pertanyaan yang diajukan adalah berdasarkan pada lima dimensi kualitas pelayanan (reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangibles) yang dikemukakan oleh Parasuraman et al. Pertanyaan dalam kuesioner menggunakan tipe pertanyaan tertutup dimana jawabannya sudah ditentukan terlebih dahulu. Dalam hal ini digunakan Skala Likert yaitu skala untuk mengetahui tingkat kesetujuan dan ketidaksetujuan responden terhadap serangkaian pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner (Singarimbun, 1995:111), dengan bobot dan kategori sebagai berikut:

Tabel 1
Pengukuran Tanggapan Konsumen dengan menggunakan Skala Likert

BOBOT	KATEGORI
5	Sangat Setuju
4	Setuju
3	Cukup Setuju
2	Tidak Setuju
1	Sangat Tidak Setuju

Sumber: (Singarimbun, 1995:111)

Pengolahan data hasil kuesioner adalah sebagai berikut:

- a) Perhitungan Persentase

$$\% = \frac{\text{Jml Responden yg Menjawab}}{\text{Total Responden}} \times 100 \%$$
- b) Cara perhitungan untuk mendapatkan Kumulatif Nilai Akhir adalah:
 Total KNA = Bobot x Penilaian
 Dengan jumlah responden adalah 50, maka:
 - Bila semua responden menjawab Sangat Setuju (=5)
 - Nilai Tertinggi = $5 \times 50 = 250$
- 2) Bila semua responden menjawab Sangat Tidak Setuju (=1)
 Nilai Terendah = $1 \times 50 = 50$
 Rumus Jarak

$$\text{Jarak} = \text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}$$

$$= 250 - 50$$

$$= 200$$
 Jumlah Kelas = 5
 Maka Intervalnya = $\frac{200}{5} = 40$
- c) Kategori penilaian terhadap kuesioner berdasarkan interval kelasnya.
 Dengan jarak interval 40, maka pengelompokkan penilaian nasabah adalah sebagai berikut:

Tabel 2
Kategori Penilaian Terhadap Kuesioner

INTERVAL KELAS	KATEGORI
50-89	Sangat Tidak Baik (STB)
90- 129	Tidak Baik (TB)
130-169	Cukup Baik (CB)
170-209	Baik (B)
210-250	Sangat Baik (SB)

Sumber: Hasil Perhitungan

Hasil penelitian yang diperoleh kemudian digunakan untuk mendukung analisa kuantitatif mengenai pelaksanaan kualitas pelayanan yang diberikan oleh BNI Cabang Angkasa Halim PK kepada nasabahnya.

VI. Pembahasan

A. Evaluasi Kualitas Pelayanan Jasa Pada BNI Angkasa Halim PK di Jakarta

Dalam bagian ini akan dibahas mengenai hasil penelitian dari pelaksanaan kualitas pelayanan jasa yang dilakukan oleh PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Angkasa Halim PK di Jakarta dalam upaya memuaskan nasabahnya. Untuk mengukur kualitas pelayanan yang dilakukan oleh BNI Angkasa Halim PK, tersebut, maka nasabah diminta untuk menilai tingkat pelaksanaan unsur-unsur kualitas pelayanan berdasarkan lima dimensi yaitu reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangible. Berikut ini akan dibahas satu persatu berdasarkan pada kuesioner yang telah disebarkan kepada nasabah BNI Angkasa Halim PK

1. Reliability (Kahandalan)

Yaitu kemampuan Bank dalam memberikan performa pelayanan yang dijanjikan dengan tepat, dan dapat dipercaya dan akurat kepada nasabahnya.

a. Penyediaan Informasi yang Tepat pada Nasabah

BNI Angkasa Halim PK selalu menyediakan informasi yang *up-to-date* kepada para nasabahnya dengan tujuan untuk memberikan pelayanan yang berkualitas. Adapun penyediaan informasi *up-to-date* adalah melalui penyampaian informasi mengenai tingkat suku bunga yang berlaku setiap harinya maupun kurs VALAS (Valuta Asing) yang selalu berubah setiap waktu.

Layanan perbankan elektronik (*Cash Management Services/PC Banking*) merupakan salah satu layanan yang ditawarkan oleh BNI Angkasa Halim PK, dimana nasabah dapat mengakses berbagai informasi secara *online real time* melalui terminal komputer (PC) dari tempat nasabah. Hal tersebut lebih memudahkan nasabah mendapatkan informasi secara langsung, dan apabila nasabah ingin mengetahui informasi lebih lanjut, *frontliners* BNI Angkasa Halim PK siap membantu setiap saat. Pelaksanaan indikator dinilai baik karena memberikan kemudahan bagi nasabah untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan. Hal tersebut juga didukung oleh hasil kuesioner pada tabel berikut ini:

Tabel 3
Penyediaan Informasi yang Tepat pada Nasabah

Tanggapan	Bobot	Frek	%	Nilai
Sangat Setuju (SS)	5	20	40%	100
Setuju (S)	4	21	42%	84
Cukup Setuju (CS)	3	7	14%	21
Tidak Setuju (TS)	2	2	4%	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0
Jumlah		50	100%	209

Sumber: Hasil Kuesioner

Dilihat dari tabel menunjukkan bahwa 20 responden (40%) menyatakan sangat setuju, 21 responden (42%) menyatakan setuju, 7 responden (14%) menyatakan cukup setuju, dan hanya 2 responden (4%) menyatakan tidak setuju. Penilaian untuk penyediaan informasi kepada nasabah adalah baik dengan total nilai 209 dan berada pada interval 170-209.

b. Karyawan Frontliner Akurat dalam menangani transaksi bank

Transaksi perbankan yang akurat yang dilakukan oleh BNI Angkasa Halim PK terlihat dari standar pelayanan BNI Angkasa Halim PK dimana salah satunya adalah ketepatan layanan yang dilaksanakan oleh karyawan khususnya frontliner dalam melayani nasabah, misalnya layanan dalam hal ketepatan pengiriman/transer uang yang dilakukan *teller* ke tempat tujuan yang tepat, dengan waktu pengiriman yang tepat, dan pada pelaksanaannya karyawan frontliner BNI Angkasa Halim PK tidak salah memasukkan data. Pelaksanaan indikator

ini dinilai sangat baik sebab ketepatan pelayanan yang dilakukan oleh karyawan BNI Angkasa Halim PK membuat penanganan transaksi perbankan BNI Angkasa Halim PK menjadi akurat. Hal tersebut juga didukung oleh hasil kuesioner pada tabel berikut ini

Tabel 4
Karyawan Frontliner Akurat Dalam Menangani Transaksi Perbankan

Tanggapan	Bobot	Frek	%	Nilai
Sangat Setuju (SS)	5	16	32%	80
Setuju (S)	4	32	64%	128
Cukup Setuju (CS)	3	2	4%	6
Tidak Setuju (TS)	2	0	0%	0
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0
Jumlah		50	100%	214

Sumber: Hasil Kuesioner

Tabel di atas menunjukkan bahwa 16 responden (32%) menyatakan sangat setuju, 32 responden (64%) menyatakan setuju, dan 2 responden (4%) menyatakan cukup setuju dan tidak ada yang menilai tidak setuju dan sangat tidak setuju. Penilaian untuk penanganan transaksi bank yang akurat oleh frontliner adalah sangat baik dengan total nilai 214 dan berada pada interval 210-250.

2. *Responsiveness* (Tanggap)

Yaitu kemampuan Bank dalam memenuhi keinginan nasabahnya seperti pelayanan yang cepat dalam proses perbankan, tanggap akan kebutuhan nasabah serta mampu dalam menangani keluhan nasabah,

a. Pelayanan yang cepat dalam proses perbankan

Pelayanan yang cepat dalam proses perbankan adalah suatu kondisi dimana nasabah dapat memperoleh pelayanan yang cepat untuk setiap transaksi bank yang dapat dilakukan di BNI Angkasa Halim PK Dalam hal ini BNI Angkasa Halim PK memiliki standar waktu pelayanan untuk setiap jenis transaksi yang dilakukan, misalnya waktu layanan transaksi setoran tunai untuk rekening tabungan dan giro ditetapkan 3 menit/transaksi, pembukaan rekening 20 -30 menit/transaksi dari mulai penjelasan mengenai pro-

duk, pembukaan rekening sampai setor ke teller. Pelaksanaan indikator ini sangat baik karena BNI Angkasa Halim PK telah mampu memberikan pelayanan proses perbankan yang cepat sesuai dengan standar waktu pelayanan yang ditetapkannya. Hal ini didukung dari hasil kuesioner kepada responden yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 5
Pelayanan yang Cepat dalam Proses Perbankan

Tanggapan	Bobot	Frek	%	Nilai
Sangat Setuju (SS)	5	16	32%	80
Setuju (S)	4	30	60%	120
Cukup Setuju (CS)	3	4	8%	12
Tidak Setuju (TS)	2	0	0%	0
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0
Jumlah		50	100%	212

Sumber: Hasil Kuesioner

Dari hasil kuesioner 50 responden, pelayanan yang cepat dalam proses perbankan ditunjukkan melalui standar waktu pelayanan yang cepat dimana hal tersebut didukung oleh 16 responden (32%) menyatakan sangat setuju. 30 responden (60%) setuju, dan sisanya 4 responden (8%) cukup setuju, dan tidak ada satupun responden yang menilai tidak setuju atau sangat tidak setuju. Adapun jumlah total nilai yang diperoleh 212 dimana terletak pada interval 210-250, sehingga dapat disimpulkan tanggapan nasabah terhadap proses pelayanan perbankan yang cepat pada BNI Angkasa Halim PK adalah sangat baik.

b. Kemampuan frontliner untuk tanggap dalam melayani kebutuhan nasabah

BNI Angkasa Halim PK memiliki visi dalam layanan yang diberikan kepada nasabahnya yaitu kepuasan nasabah adalah segala-galanya. Atas dasar visi layanan tersebut, maka BNI Angkasa Halim tanggap akan kebutuhan nasabah yakni dengan mengadakan interaksi langsung antara nasabah dengan karyawan frontliner BNI. Tanggap dalam melayani kebutuhan nasabah merupakan salah satu prinsip layanan BNI Angkasa Halim, melalui adanya interaksi dengan nasabah baik langsung maupun tidak langsung membuat BNI Angkasa Halim selalu tanggap akan keinginan nasabah serta kebutuhan nasabah. Pada

pelaksanaan indikator dinilai sangat baik karena BNI Angkasa Halim mengutamakan kepuasan nasabah adalah segala-galanya dimana tanggap terhadap kebutuhan nasabah telah tercermin melalui kemampuan karyawan untuk berinteraksi dengan nasabah guna mengetahui kebutuhan yang diinginkan nasabah sehingga nasabah akan merasa puas apabila harapan akan kebutuhannya terpenuhi. Hal tersebut didukung oleh hasil kuesioner berikut ini mengenai tanggapan nasabah terhadap kemampuan karyawan tanggap dalam melayani kebutuhan nasabah yaitu pada tabel di bawah.

Tabel 6
Kemampuan Karyawan Frontliner Untuk Tanggap dalam Melayani Kebutuhan Nasabah

Tanggapan	Bobot	Frek	%	Nilai
Sangat Setuju (SS)	5	23	46%	115
Setuju (S)	4	25	50%	100
Cukup Setuju (CS)	3	2	4%	6
Tidak Setuju (TS)	2	0	0%	0
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0
Jumlah		50	100%	221

Sumber: Hasil Kuesioner

Data pada tabel di atas menunjukkan bahwa 23 responden (46%) menilai sangat setuju, 25 responden (50%) setuju, dan 2 responden (4%) menilai cukup setuju. Adapun total nilai adalah 221 menunjukkan sangat baik karena berada pada interval 210-250.

c. Kecepatan dalam penanganan keluhan nasabah oleh frontliner

Adapun penanganan komplain yang dilakukan, apabila nasabah melakukan komplain dengan langsung datang ke cabang maka akan dilakukan penanganan *solusi on the spot* yakni penanganan komplain secara langsung di tempat. Jika, nasabah komplain melalui surat maka penanganan komplain akan dikonfirmasi melalui surat pula. Namun, bila komplain dilakukan melalui media massa, maka nasabah tersebut akan dikonfirmasi langsung melalui telepon untuk segera ditangani keluhannya dan juga akan dijawab melalui media massa sebagai klarifikasi jawaban atas keluhan nasabah yang

berangkutan. Tindak lanjut atas penanganan keluhan yang terjadi, adalah menghubungi nasabah apabila solusi sudah ada dan dalam 1 x 24 jam nasabah yang bersangkutan harus dihubungi. Tujuan dari penanganan langsung ini adalah untuk memberikan perhatian kepada nasabah. Pelaksanaan indikator ini dinilai baik karena BNI Angkasa Halim mampu memberikan penanganan yang cepat atas segala keluhan yang terjadi. Hal tersebut didukung oleh hasil kuesioner pada tabel berikut ini:

Tabel 7
Karyawan Frontliner Cepat dalam Menangani Keluhan Nasabah

Tanggapan	Bobot	Frek	%	Nilai
Sangat Setuju (SS)	5	20	40%	100
Setuju (S)	4	22	44%	88
Cukup Setuju (CS)	3	5	10%	15
Tidak Setuju (TS)	2	3	6%	6
Sangat Tidak Setuju(STS)	1	0	0%	0
Jumlah		50	100%	209

Sumber: Hasil Kuesioner

Dari data di atas jumlah responden yang menilai sangat setuju adalah 20 responden (40%), yang menilai setuju 22 responden (44%), 10% menilai cukup setuju, dan 3 responden (6%) menilai tidak setuju. Nilai yang didapat 209 menunjukkan baik karena berada pada interval 170-209.

3. Assurance (Jaminan)

a. Karyawan bank bagian frontliner berpengetahuan luas

BNI Angkasa Halim PK telah mengadakan pelatihan (*training*) *service quality* kepada setiap karyawannya seperti *training* produk, yang memungkinkan karyawan mengetahui dan mempelajari produk produk yang ada di BNI. BNI Angkasa Halim PK juga selalu mengadakan *briefing* mengenai produk-produk baru BNI dengan tujuan agar karyawan frontliner mengetahui dan menguasai produk-produk baru yang akan ditawarkan kepada nasabah. Pelaksanaan indikator ini dinilai sangat baik karena BNI Angkasa Halim PK sangat mengandalkan karyawannya terutama karyawan ban's depan (*frontli-ner*) yang merupakan ujung tombak bank karena berhadapan langsung dengan

nasabah, oleh sebab itu kar-yawan BNI Angkasa Halim PK dituntut untuk menguasai produk dan jasa yang ditawarkan BNI Angkasa Halim PK kepada nasabahnya. Hal tersebut juga didukung dari hasil kuesioner pada tabel berikut ini:

Tabel 8
Karyawan Bank Bagian Frontliner Berpengetahuan Luas

Tanggapan	Bobot	Frek	%	Nilai
Sangat Setuju (SS)	5	17	34%	85
Setuju (S)	4	28	56%	112
Cukup Setuju (CS)	3	5	10%	15
Tidak Setuju (TS)	2	0	0%	0
Sangat Tidak Setuju(STS)	1	0	0%	0
Jumlah		50	100%	212

Sumber: Hasil Kuesioner

Dari data di atas menunjukkan penilaian 17 (34%) respondent menilai sangat setuju, 28 responden (56%) menilai setuju, dan 5 responden (10%) menilai cukup setuju. Skor 212 menunjukkan tanggapan nasabah terhadap pengetahuan karyawan telah luas dinilai sangat baik.

b. Reputasi bank yang terpercaya

BNI Halim PK telah berkomitmen untuk memberikan pelayanan yang berkualitas tercermin melalui slogannya "*we want to serve, to be number one*" dan sesuai dengan visi pelayanannya yaitu kepuasan nasabah adalah segala-galanya. Pelaksanaan indikator dinilai sangat baik dan BNI Halim PK telah membuktikannya melalui pelayanan yang berkualitas, didukung dari hasil kuesioner berikut ini:

Tabel 8
Reputasi Bank yang Terpercaya

Tanggapan	Bobot	Frek	%	Nilai
Sangat Setuju (SS)	5	31	62%	155
Setuju (S)	4	15	30%	60
Cukup Setuju (CS)	3	4	8%	12
Tidak Setuju (TS)	2	0	0%	0
Sangat Tidak Setuju(STS)	1	0	0%	0
Jumlah		50	100%	227

Sumber: Hasil Kuesioner

Jumlah responden menunjukkan bahwa 31 responden (62%) menilai sangat setuju, 15 responden (30%) menilai setuju, dan 4 responden (8%)

cukup setuju dan tidak ada satupun yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. Dengan total nilai 227 yang dinilai sangat baik karena berada pada interval 210-250.

c. Kerahasiaan Nasabah Terjamin

BNI Angkasa Halim PK menjaga kerahasiaan nasabah seutuhnya. Hal ini dilakukan BNI Angkasa Halim PK dengan menyimpan data nasabah dengan sebaik-baiknya. Sebagai contoh, apabila ada nasabah yang ingin menarik dana dari tabungan/rekeningannya namun bukan nasabah yang berhak atas penarikan dana tersebut, maka BNI Angkasa Halim PK tidak akan memberikan dananya kecuali ada surat kuasa yang telah ditandatangani dan atas nama nasabah yang bersangkutan (yang berhak) serta dianggap sah di atas materai. Hal tersebut dilakukan BNI Angkasa Halim PK demi menjaga kerahasiaan nasabah agar data-data nasabah tersebut tetap aman dan terjamin.

Pelaksanaan indikator ini baik karena BNI Angkasa Halim PK selalu berusaha memperhatikan nasabah dengan menjaga kerahasiaan nasabah seutuhnya. Hal tersebut juga didukung melalui hasil kuesioner berikut:

Tabel 9

Penilaian Responden terhadap Kerahasiaan Nasabah Terjamin

Tanggapan	Bobot	Frek	%	Nilai
Sangat Setuju (SS)	5	29	58%	145
Setuju (S)	4	18	36%	72
Cukup Setuju (CS)	3	3	6%	9
Tidak Setuju (TS)	2	0	0%	0
Sangat Tidak Setuju(STS)	1	0	0%	0
Jumlah		50	100%	226

Sumber: Hasil Kuesioner

Data di atas menunjukkan bahwa 29 responden (58%) menilai sangat setuju, 18 responden (36 %) menilai setuju, dan sisanya 3 responden (6%) cukup setuju. Tidak ada satupun yang menjawab tidak setuju ataupun sangat tidak setuju. Dengan jumlah nilai 226 menunjukkan tanggapan responden sangat baik.

d. Keramahan pelayanan oleh karyawan frontliner

Keramahan pelayanan oleh karyawan merupakan sikap yang harus dimiliki oleh setiap karyawan BNI Angkasa Halim PK karena pelayanan yang berkualitas akan tercermin dari sikap layanan yang diberikan kepada nasabah. Harapan nasabah adalah mendapatkan pelayanan yang baik dari bank yang ditujunya sebab nasabah akan menjadi sangat loyal apabila harapannya terpenuhi. Pelaksanaan indikator ini sangat baik karena BNI Angkasa Halim PK telah menerapkan sentuhan pribadi melalui keramahan pelayanan yaitu karyawan harus mengenai nasabah. tidak diskriminasi dalam pelayanan oleh frontliners, selalu tersenyum dalam memberikan layanan pada nasabah serta nada suara yang *friendly*. Hal tersebut didukung oleh hasil kuesioner pada tabel berikut ini:

Tabel 10

Keramahan Pelayanan oleh Karyawan Frontliner

Tanggapan	Bobot	Frek	%	Nilai
Sangat Setuju (SS)	5	23	46%	115
Setuju (S)	4	25	50%	100
Cukup Setuju (CS)	3	2	4%	6
Tidak Setuju (TS)	2	0	0%	0
Sangat Tidak Setuju(STS)	1	0	0%	0
Jumlah		50	100%	221

Sumber: Hasil Kuesioner

Data di atas menunjukkan bahwa 23 responden (46%) sangat setuju, 25 responden (50%) setuju, dan 2 responden (4%) cukup setuju. Tidak ada responden yang menilai tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Skor 221 menunjukkan bahwa penilaian responden terhadap keramahan pelayanan oleh karyawan sangat baik.

4. *Empathy* (Empati)

Empathy yaitu kemampuan bank dalam memberikan komunikasi yang baik kepada nasabahnya, seperti kemudahan nasabah dalam menghubungi bank, kemampuan karyawan berkomunikasi dengan nasabah, karyawan frontliner memiliki rasa tanggung jawab, dan sikap membantu oleh karyawan bagian frontliner dalam mengisi formulir.

- a. Nasabah mudah dalam menghubungi bank

BNI Angkasa Halim PK menyediakan layanan *phonebanking* 24 jam dimana nasabah dapat memperoleh berbagai informasi dan layanan perbankan dengan pulsa lokal kapanpun dan dimanapun nasabah berada. Hal tersebut bertujuan untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi nasabah untuk melakukan berbagai transaksi perbankan dengan melalui telepon.

Pelaksanaan indikator ini dinilai baik karena layanan yang diberikan dapat memberikan suatu kemudahan bagi nasabah itu sendiri. Hal tersebut didukung oleh hasil kuesioner yang ditunjukkan melalui tabel berikut ini

Tabel 11
Nasabah Mudah dalam Menghubungi Bank

Tanggapan	Bobot	Frek	%	Nilai
Sangat Setuju (SS)	5	10	20%	50
Setuju (S)	4	28	56%	112
Cukup Setuju (CS)	3	12	24%	36
Tidak Setuju (TS)	2	0	0%	0
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0
Jumlah		50	100%	198

Sumber: Hasil Kuesioner

Dari data di atas dapat ditunjukkan bahwa 10 responden (20%) responden menilai sangat setuju, dan 28 responden (56%) setuju, 12 responden (24%) menilai cukup setuju. Tidak ada satupun responden yang menilai tidak setuju ataupun sangat tidak setuju. Skor 198 menunjukkan tanggapan nasabah baik.

- b. Kemampuan karyawan frontliner berkomunikasi dengan nasabah

Berkomunikasi dengan nasabah adalah salah satu cara menuju pelayanan yang berkualitas, dimana karyawan BNI Angkasa Halim PK dituntut untuk dapat melakukan komunikasi dengan nasabah baik secara verbal (berbicara, mendengarkan) maupun non verbal (ekspresi wajah, kontak mata, sikap, tekanan suara, cara berpakaian). Komunikasi akan menjadi sangat nyaman apabila karyawan mampu mengkomunikasikan layanan kepada nasabah dengan ekspresi wajah yang ceria, berpakaian sopan, dan sebagainya, sehingga karyawan akan menjadi idola bagi nasabahnya.

Salah satu bentuk komunikasi yang baik terlihat dari cara penerimaan telepon yang masuk, disini karyawan harus mampu memberikan pelayanan yang profesional yakni dengan *Greeting* seperti pengucapan salam yang baik, menyebutkan nama perusahaan, menyebutkan nama karyawan itu sendiri, dan karyawan menjalankan prosedur penerimaan telepon yang baik.

Pelaksanaan indikator ini dinilai sangat baik, karena BNI Angkasa Halim PK telah menerapkan keterampilan berkomunikasi melalui komunikasi verbal maupun *gesture* yang baik serta etika bertelepon yang merupakan standar layanan itu sendiri dalam hal berkomunikasi dengan nasabahnya. Hal tersebut didukung oleh hasil kuesioner pada tabel berikut ini:

Tabel 12
Kemampuan Karyawan Berkomunikasi dengan Nasabah

Tanggapan	Bobot	Frek	%	Nilai
Sangat Setuju (SS)	5	22	44%	110
Setuju (S)	4	24	48%	96
Cukup Setuju (CS)	3	4	8%	12
Tidak Setuju (TS)	2	0	0%	0
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0
Jumlah		50	100%	218

Sumber: Hasil Kuesioner

Jumlah responden yang menilai kemampuan karyawan berkomunikasi dengan nasabah adalah 22 responden (44%) menyatakan sangat setuju, 24 responden (48%) setuju, dan 4 responden (8%) cukup setuju dan tidak ada yang menilai tidak setuju dan sangat tidak setuju. Skor 218 menunjukkan tanggapan responden sangat baik.

- c. Karyawan frontliner memiliki rasa tanggung jawab kepada nasabah

Setiap karyawan dituntut untuk memiliki rasa tanggung jawab dalam setiap pekerjaannya maupun pada nasabah. Adapun sebelum calon karyawan diterjunkan langsung dalam melayani nasabah, calon karyawan ditempatkan pada suatu infrakstruktur yang sudah menyerupai layanan langsung pada nasabah yang dinamakan '*mini bank*' dan dilakukan di *training center* BNI yakni, untuk melatih calon karyawan dengan tujuan agar calon karyawan sebelum terjun dalam pelayanan

nasabah sudah menguasai skillnya terlebih dahulu.

Hal ini diadakan demi kelangsungan dan kelancaran setiap aktivitas perbankan yang akan berjalan, sehingga calon karyawan tersebut dapat melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya kepada nasabah dengan harapan karyawan tidak melakukan kesalahan pada pelaksanaan yang sesungguhnya dan apabila terjadi suatu kesalahan maka karyawan frontliner diharapkan dapat mengatasi kesalahan yang ditimbulkannya dengan cara bertanggung jawab atas pekerjaan yang dilakukannya karena jika tidak, maka karyawan akan diberikan sanksi sesuai dengan tindak kelalaian yang ditimbulkan oleh karyawan itu sendiri.

Adapun pada pelaksanaannya BNI Angkasa Halim telah memberikan subsidi setiap bulannya yang dinamakan tunjangan selisih kepada setiap karyawan frontliner. Apabila frontliner melakukan kesalahan seperti salah menghitung uang dan terjadi selisih, maka kerugian yang ditimbulkannya dapat ditunjang melalui tunjangan selisih, namun jika kerugian yang ditimbulkan jumlahnya melebihi standar ketetapan tunjangan yang diberikan, maka karyawan akan diberikan surat peringatan dan dikenakan sanksi yang lebih berat. Namun, apabila karyawan tidak melakukan kesalahan sama sekali maka tunjangan selisih tersebut akan diberikan pada karyawan sepenuhnya.

Pelaksanaan indikator dinilai baik karena BNI telah melatih karyawannya dalam menghadapi masalah yang mungkin timbul sewaktu-waktu yaitu dengan cara bertanggung jawab terhadap suatu masalah yang terjadi. Hal tersebut didukung melalui hasil kuesioner pada tabel berikut ini:

Tabel 13

Karyawan Frontliner Memiliki Rasa Tanggung Jawab kepada Nasabah

Tanggapan	Bobot	Frek	%	Nilai
Sangat Setuju (SS)	5	10	10%	50
Setuju (S)	4	28	56%	112
Cukup Setuju (CS)	3	12	24%	36
Tidak Setuju (TS)	2	0	0%	0
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0
Jumlah		50	100%	198

Sumber: Hasil Kuesioner

Tabel di atas menunjukkan bahwa 10 responden (10%) menilai sangat setuju, 28 responden (56%) menilai setuju, dan 12 responden (24%) menilai cukup setuju dan tidak ada satupun yang menilai tidak setuju atau sangat tidak setuju. Hal ini merupakan indikasi keberhasilan BNI dalam melatih karyawannya untuk selalu memiliki rasa tanggung jawab kepada nasabah atas setiap keluhan yang mungkin terjadi. Skor 198 menunjukkan bahwa penilaian responden baik.

d. Sikap membantu oleh karyawan bagian frontliner dalam mengisi formulir

Sikap membantu oleh karyawan merupakan bagian dari suatu pelayanan yang berkualitas yang harus diciptakan oleh setiap karyawan khususnya frontliners. Hal ini dilakukan agar nasabah yang mengalami kesulitan dalam mengisi formulir seperti formulir aplikasi, tidak kecewa atas sikap layanan yang kurang baik. Pada pelaksanaannya petugas frontliner selalu siap membantu dengan memberikan penjelasan jika ada nasabah yang meminta bantuan karena tidak mengerti mengenai isi formulir yang tertera.

Pelaksanaan indikator ini dinilai sangat baik karena frontliner BNI Angkasa Halim PK telah menjalankan kebijakan pelayanan melalui standar pelayanan yang diterapkan oleh BNI. Hal tersebut juga didukung oleh hasil kuesioner berikut ini:

Tabel 14

Sikap Membantu Karyawan Bagian Frontliner dalam Mengisi Formulir

Tanggapan	Bobot	Frek	%	Nilai
Sangat Setuju (SS)	5	23	46%	115
Setuju (S)	4	23	46%	92
Cukup Setuju (CS)	3	4	8%	12
Tidak Setuju (TS)	2	0	0%	0
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0
Jumlah		50	100%	219

Sumber: Hasil Kuesioner

Data di atas menunjukkan bahwa 23 responden (46%) sangat setuju, 23 responden (46%) setuju, dan 4 responden (8%) cukup setuju. Tidak ada responden yang menilai tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Skor 219 menunjukkan bahwa penilaian res-

ponden terhadap sikap membantu oleh karyawan dalam pengisian formulir dinilai sangat baik.

5. *Tangibles* (Produk fisik)

Yaitu kemampuan Bank dalam memberikan kenyamanan lingkungan bank seperti kebersihan lingkungan bank, adanya fasilitas-fasilitas fisik dan peralatan yang mendukung terlaksananya aktivitas bank dalam memberikan pelayanan kepada nasabahnya, lokasi yang strategis, keamanan yang memadai.

a. Kebersihan lingkungan bank

Kebersihan merupakan salah satu faktor utama yang membuat nasabah merasa nyaman selama berada di bank. Kebersihan ruangan menjadi penilaian bagi nasabah apakah kebersihan ruangan yang terdapat pada BNI Angkasa Halim PK sudah sesuai dengan keinginan nasabah. Penilaian indikator ini sangat baik karena BNI Angkasa Halim PK sangat memperhatikan kebersihan di setiap *banking hall*, tersedianya tempat sampah, maupun tisu toilet, dan pewangi ruangan merupakan alat penunjang kebersihan disamping adanya *cleaning service* yang terlihat dari seragam yang dikenakan. Hal ini didukung oleh hasil kuesioner yang ditunjukkan pada tabel berikut ini:

Tabel 15
Kebersihan Lingkungan Bank

Tanggapan	Bobot	Frek	%	Nilai
Sangat Setuju (SS)	5	26	52%	130
Setuju (S)	4	22	44%	88
Cukup Setuju (CS)	3	2	4%	6
Tidak Setuju (TS)	2	0	0%	0
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0
Jumlah		50	100%	224

Sumber: Hasil Kuesioner

Data di atas menunjukkan bahwa 26 responden (52%) sangat setuju, 22 respondent (44%) setuju, dan 2 responden (4%) cukup setuju. Tidak ada responden yang menilai tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Skor 224 menunjukkan bahwa penilaian responden terhadap kebersihan lingkungan bank adalah sangat baik.

b. Keamanan yang memadai

Keamanan merupakan faktor penting yang harus dimiliki bank. Dalam hal ini BNI Angkasa Halim PK telah memenuhi kriteria keamanan yang baik, ka-

rena telah terbukti dengan adanya penjagaan yang ketat di setiap kantor dimana satpam selalu berkeliling setiap saat dengan peralatannya seperti pentungan. Pelaksanaan indikator ini dinilai sangat baik, sebab BNI Angkasa Halim PK telah menempatkan satpam baik di dalam ruangan maupun diluar ruangan kantor, Hal ini sangat menguntungkan bagi nasabah, sehingga nasabah akan merasa aman setiap saat. Hal tersebut juga didukung oleh hasil kuesioner berikut ini:

Tabel 16
Keamanan Yang Memadai

Tanggapan	Bobot	Frek	%	Nilai
Sangat Setuju (SS)	5	28	56%	140
Setuju (S)	4	19	38%	76
Cukup Setuju (CS)	3	3	6%	9
Tidak Setuju (TS)	2	0	0%	0
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0
Jumlah		50	100%	225

Sumber: Hasil Kuesioner

Data di atas menunjukkan bahwa 28 responden (56%) sangat setuju, 19 responden (38%) setuju, dan 3 responden (6%) cukup setuju. Tidak ada responden yang menilai tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Skor 225 menunjukkan bahwa penilaian responden terhadap keamanan yang memadai adalah sangat baik.

c. Kelengkapan peralatan

Kelengkapan peralatan merupakan penunjang kelancaran aktivitas perbankan. Dalam hal ini BNI Angkasa Halim PK telah menyediakan berbagai peralatan yang mendukung, seperti tersedianya alat tulis seperti pulpen tepat disamping tempat pengisian formulir, adanya kotak saran serta kartu saran, papan pemberitahuan kurs yang berlaku setiap harinya, pendingin ruangan (AC), tempat sampah, serta sofa/kursi. Pelaksanaan indikator ini dinilai sangat baik, karena hal tersebut sangat membantu nasabah untuk memperoleh kenyamanan selama berada di Ban BNI Angkasa Halim PK. Hal tersebut juga didukung oleh hasil kuesioner pada tabel berikut ini:

Tabel 17
Kelengkapan Persewaan

Tanggapan	Banyak	Pokok	%	Jumlah
Sangat Setuju (SS)	5	25	40%	150
Setuju (S)	4	25	50%	150
Cukup Setuju (CS)	3	5	10%	15
Tidak Setuju (TS)	2	0	0%	0
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0
Jumlah		55	100%	215

Sumber: Hasil Kuesioner

Data di atas menunjukkan bahwa 20 responden (40%) sangat setuju, 25 responden (50%) setuju, dan 5 responden (10%) cukup setuju. Tidak ada responden yang menilai tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Skor 215 menunjukkan bahwa penilaian responden terhadap kelengkapan persewaan adalah sangat baik.

VI. Kesimpulan

Berdasarkan uraian yang telah penulis buat mengenai pelaksanaan kualitas pelayanan pada BNI cabang Angkasa Halim PK yang mencakup dimensi *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy* dan *Tangibles* maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pada aspek *reliability*, penyediaan informasi yang up-to-date membuat nasabah mengetahui perkembangan terbaru pada bank, serta ketepatan layanan yang dilakukan oleh setiap karyawan pada setiap transaksi bank yang dilakukan membuat penanganan transaksi bank menjadi lebih akurat. Tanggapan nasabah rata-rata menyatakan sangat baik pada aspek *reliability*.
2. Pada aspek *responsiveness*, pelayanan yang cepat dalam proses perbankan dengan menerapkan standar waktu pelayanan dinilai sudah tepat, kemudian kemampuan petugas *Frontliner* yang tanggap akan kebutuhan nasabah disertai dengan kecepatan dalam penanganan keluhan dinilai sudah tepat. Tanggapan nasabah rata-rata sangat baik pada aspek *responsiveness*.
3. Pada aspek *Assurance*, karyawan bank bagian *frontliner* berpengetahuan luas, hal ini dinilai sudah tepat, karena setiap karyawan khususnya *frontliner* dituntut untuk menguasai

semua produk dan jasa yang akan ditawarkan pada nasabah. Ketahanan nasabah yang terjatuh, keramahan pelayanan oleh *frontliner* dinilai sudah tepat tanggapan nasabah rata-rata menyatakan sangat baik pada aspek *assurance*.

DAFTAR PUSTAKA

1. Maimunah, Etik Pelanggan Bank: Petunjuk Praktis Mengajar Nasabah Jakarta: PT Toko Gunung Agung, 1995
2. Suprianto, Metode Riset. Edisi keenam. Cetakan 1. Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1997
3. Kotler, Philip, *Marketing Management: Analysis, Planning Implementation, And Controlling*. 9th International Edition. New Jersey: Prentice Hall, 1997
4. Kotler, Philip, *Service Marketing*. Third Edition. New Jersey: Prentice Hall, 2000
5. Kotler, Philip, and Gary Armstrong, Ninth Editions. *Principles Of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall, 2001
6. Lovelock, Christopher H. *Managing Service Marketing, Operation And Human Resources*. Second Edition. New Jersey: Prentice Hall, 1992
7. Lovelock, Christopher H., and Lauren K. Wright. *Principles Of Service Marketing And Management*. New Jersey: Prentice Hall, 2002
8. Lupiyadi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat, 2001
9. Mochtar, Syahril. "Robohnya Bank Kami Karena Kami Sendiri?". *Infobank*, 64. April 2003
10. Suhargo, Joko P. **Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1997
11. Sugiyono. *Metodologi Penelitian Eksakta*. Cetakan kedua. Bandung: CV Alfabeta, 1999
12. Zeithaml, Valerie A., and Jo Bitner. *Service Marketing Integrating Customer Focus Across The Firm*. Second International Edition. New York: Mc Graw Hill, 2000