

KOMPONEN MANAJEMEN JASA TERPADU TERHADAP KEPUASAN NASABAH TABUNGAN PADA PT. BANK DANAMON INDONESIA, TB CABANG MESJID LAMA PALEMBANG

Nelly¹⁾

¹⁾ Program Studi Ekonomi Universitas Sjakhyakirti Palembang
Jl. Sultan Muhammad Mansyur, Kebon Gede 32 ilir Palembang
Email : nelly_lim10@yahoo.com¹⁾,

The study aimed to determine the components of integrated management services simultaneously and partially on customer satisfaction savings in PT Bank Danamon Indonesia, Tbk Palembang branch of the Mesjid Lama and to know the components of an integrated service management is a dominant influence on customer satisfaction savings. The study was conducted on customers of Bank Danamon branches of the Mesjid Lama special BDI Palembang active customers savings of up Desember 2015 as many as 93 customers using purposive sampling method. Data analysis techniques used were Linear Multiple Regression analysis. Test result show that components of integrated management services at the same cost savings affect customer satisfaction. Components of intergrated management service consisting of processes, productivity and quality, promotion and education, physical evidence as well as pricing and other service costs a significant partial effect on customer satisfaction while saving variable products, places and other times, people do not have a significant partial savings in customer satisfaction. Components of physical evidence is the dominant factor affecting customer satisfaction savings

Keyword : *Integrated Service Management Component, Customer Satisfaction*

1. Pendahuluan

Menurut Undang Undang Negara Republik Indonesia no 10 tahun 1998, Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Dengan semakin banyaknya bank yang menawarkan produk dan jasa, maka nasabah memiliki pilihan yang semakin banyak. Hak hak konsumen pun mulai mendapat perhatian besar terutama aspek keamanan dalam pemakaian barang atau jasa tertentu.

Untuk meningkatkan kepuasan customer tabungan pada PT Bank Danamon Indonesia, Tbk cabang Mesjid Lama Palembang, maka pertama tama perusahaan harus mencari tahu terlebih dahulu seberapa puas atau tidak puas pelanggan mereka sekarang. Salah satu cara yang umum digunakan untuk mengukur kepuasan adalah dengan mengidentifikasi faktor- faktor apa saja yang penting untuk memuaskan mereka dan kemudian mengevaluasi kinerja penyedia jasa dan pesaingnya berdasarkan faktor faktor tersebut. Umumnya faktor-faktor yang menentukan harapan pelanggan meliputi kebutuhan pribadi, pengalaman masa lampau, rekomendasi dari mulut ke mulut, dan iklan. Harapan merupakan standar internal yang digunakan pelanggan untuk menilai kualitas suatu pengalaman jasa (Lovelock, C & Wright, L, 2005 :93)

Pada perusahaan jasa seperti perbankan harus memahami implikasi kedelapan komponen manajemen jasa terpadu untuk mengembangkan strategi yang efektif untuk mencapai keberhasilan dalam persaingan bisnis jasa. Manajemen Jasa Terpadu menurut Lovelock, C & Wright, L(2005 : 18) adalah perencanaan dan pelaksanaan terkoordinasi kegiatan kegiatan atas

pemasaran, operasi dan sumberdaya manusia yang penting bagi keberhasilan perusahaan. Komponen Manajemen Jasa Terpadu meliputi produk, tempat dan waktu, proses, produktivitas dan kualitas, orang, promosi dan edukasi, bukti fisik, harga dan biaya jasa lainnya. Sinergi dan integrasi dibutuhkan diantara masing masing komponen untuk mencapai keberhasilan dalam persaingan bisnis jasa. Perusahaan yang manajernya berhasil mengembangkan strategi terpadu akan memiliki peluang yang lebih besar untuk bertahan dan berkembang, sebaliknya mereka yang gagal menangkap implikasi ini kemungkinan akan dikalahkan pesaing yang lebih cekatan menanggapi perubahan dramatis yang mempengaruhi ekonomi jasa (Lovelock, C & Wright, L, 2005:20).

Sesuai dengan hal yang dikemukakan diatas, maka permasalahan dapat dirumuskan sebagai berikut: "Apakah Komponen Manajemen Jasa Terpadu berpengaruh secara serentak atau partial terhadap kepuasan nasabah tabungan pada PT Bank Danamon Indonesia, Tbk cabang Mesjid Lama Palembang".

Adapun tujuan penelitian ini adalah " Untuk mengetahui besarnya pengaruh komponen manajemen jasa terpadu terhadap kepuasan nasabah tabungan pada PT Bank Danamon Indonesia, Tbk Cabang Mesjid Lama Palembang, dan Mengetahui komponen manajemen jasa terpadu yang berpengaruh secara dominan terhadap kepuasan nasabah tabungan PT Bank Danamon Indonesia, Tbk Cabang Mesjid Lama Palembang".

Tinjauan Pustaka

1. Manajemen Jasa Terpadu

Manajemen Jasa Terpadu menurut Lovelock, C dan Wright, L (2005:18) adalah perencanaan dan pelaksanaan terkoordinasi kegiatan kegiatan atas pemasaran, operasi, dan sumberdaya manusia yang

penting bagi keberhasilan perusahaan. Untuk melaksanakan manajemen jasa terpadu digunakan model 8 P yang terdiri dari : Produk jasa (product), penataan lokasi (Place), melakukan promosi dan edukasi kepada pelanggan (promotion), penetapan tarif jasa (price), pelaksanaan proses layanan (process), menjaga produktivitas dan mutu (productivity and Quality), pelayanan petugas (people), serta menjaga bukti fisik pelayanan (physical evidence)(Lovelock, 2005:18)

2. Produk (Product)

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan (Tjiptono, Fandy, 2007:95), sedangkan menurut Lovelock, C dan Wright, L (2007:18), elemen produk merupakan semua komponen kinerja jasa yang menciptakan nilai bagi pelanggannya.

3. Tempat dan Waktu Lainnya (Place and time)

Lokasi fasilitas seringkali menentukan kesuksesan suatu jasa, karena lokasi erat kaitannya dengan pasar potensial suatu perusahaan. Tempat terjadinya transaksi mempunyai arti penting karena lingkungan tempat jasa akan disampaikan dan cara jasa disampaikan, merupakan bagian nilai dan manfaat jasa yang dipersepsikan pelanggan. Menurut Lovelock, C dan Wright, L (2005: 18) *tempat dan waktu merupakan "keputusan manajemen tentang kapan, dimana, dan bagaimana menyampaikan jasa kepada pelanggan"*.

4. Proses (Process)

Proses merupakan hubungan antara pemberi pelayanan dan pelanggan. Sebuah proses menjelaskan metode dan urutan kerja dari sistem yang beroperasi. Proses yang desainnya buruk akan mengganggu karena keterlambatan, birokrasi, dan penyampaian jasa yang tidak efektif. Menurut Lovelock, C dan Wright, L (2005), proses merupakan *"pengoperasian atau serangkaian tindakan tertentu, yang umumnya berupa langkah langkah yang diperlukan dalam suatu urutan yang telah ditetapkan"*.

5. Produktivitas dan Kualitas (Productivity and Quality)

Menurut Lovelock, C dan Wright, L (2005), produktivitas adalah *"seberapa efisien perubahan input jasa menjadi output yang menambah nilai bagi pelanggan"*. Sedangkan kualitas adalah *"sejauh mana suatu jasa memuaskan pelanggan dengan memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan mereka"*. Meningkatkan produktivitas sangat penting untuk menjaga agar biaya tetap terkendali, tetapi manajer harus berhati hati untuk tidak mengurangi tingkat layanan yang tidak disukai pelanggan.

6. Orang (People)

Banyak jasa tergantung pada interaksi langsung dan pribadi antara pelanggan dan karyawan perusahaan. Sifat dari interaksi sangat mempengaruhi persepsi

pelanggan terhadap kualitas jasa. Pelanggan sering menilai kualitas jasa yang mereka terima berdasarkan penilaian terhadap orang-orang yang menyediakan jasa tersebut. Petugas atau orang-orang menurut Lovelock, C dan Wright, L (2005:18) berarti *"karyawan (dan kadang-kadang pelanggan lain) yang terlibat dalam proses produksi"*

7. Promosi dan Edukasi (Promotion and Education)

Menurut Lovelock, C dan Wright, L (2005:20) promosi dan edukasi adalah *"semua aktivitas alat yang mengungkap komunikasi yang dirancang untuk membangun preferensi pelanggan terhadap jasa dan penyedia jasa tertentu"*. Tidak ada satupun program pemasaran dapat berhasil tanpa adanya program komunikasi efektif yang memberikan promosi dan pendidikan. Komponen ini memainkan tiga peran penting menyediakan informasi dan saran yang dibutuhkan, membujuk pelanggan sasaran tentang kelebihan suatu produk dan mendorong pelanggan untuk mengambil tindakan pada suatu waktu.

8. Bukti Fisik (Physical Evidence)

Bukti fisik menurut Lovelock, C dan Wright, L (2005: 20) merupakan *"petunjuk visual atau berwujud lainnya yang memberi bukti atas kualitas jasa. Perusahaan jasa perlu bukti fisik secara berhati-hati karena dapat mempengaruhi kesan pelanggan"*. Tanda-tanda bukti fisik yang diberikan penyedia jasa dapat memberikan kesempatan untuk memberikan pesan-pesan yang kuat dan konsisten berkenaan dengan karakteristik jasa dan apa yang ingin ditampilkan atau dicapai kepada segmen pasar sasaran.

9. Harga dan Biaya Jasa Lainnya (Price & Other Cost)

Menurut Lovelock, C dan Wright, L (2005:20) harga dan biaya jasa lainnya adalah *"Pengeluaran uang, waktu, dan usaha oleh pelanggan untuk membeli dan mengkonsumsi"*. Harga dan komponen biaya jasa lainnya memperlihatkan kepada manajemen berbagai biaya yang ditimbulkan pelanggan dalam memperoleh manfaat suatu produk jasa

10. Konsep Kepuasan Pelanggan (Customer Satisfaction)

Menurut Engel (2001:20), Kepuasan pelanggan merupakan *"suatu evaluasi pasca konsumsi dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan"*. Sedangkan menurut Wilkie (1994:541) kepuasan pelanggan sebagai tanggapan emosional yang positif pada evaluasi terhadap pengalaman dalam menggunakan suatu produk atau jasa.

Kepuasan pelanggan memainkan peran yang sangat penting pada industri perbankan karena terdapat perbedaan yang sangat besar dalam loyalitas antara pelanggan yang sekedar puas dan yang benar-benar puas. Tjiptono (2002: 27) menggunakan persepsi dan sikap pelanggan untuk memperkirakan mutu barang dan jasa, instrument atau alat pengukuran kepuasan

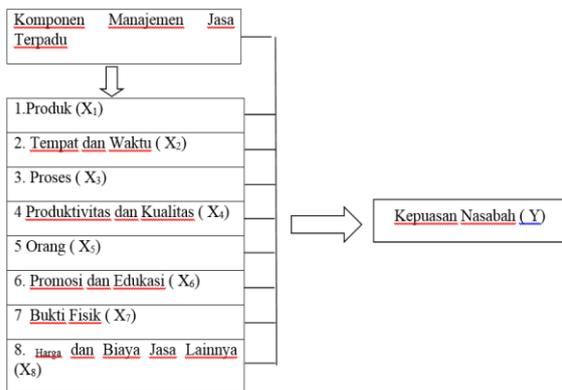
pelanggan harus benar benar dapat mengukur dengan tepat persepsi dan sikap pelanggan tersebut. Kalau alat ukur tersebut kurang baik sehingga tak dapat mewakili pendapat pelanggan, keputusan berdasarkan informasi ini akan mengganggu terciptanya sukses bisnis, keputusan bisa salah. Sebaliknya organisasi bisnis dengan informasi yang akurat tentang persepsi pelanggan, tentang mutu produk, akan dapat membuat keputusan yang lebih baik khususnya didalam memberikan pelayanan yang lebih baik kepada para pelanggan sehingga mereka puas dan dapat menjadi pelanggan yang loyal

11. Manfaat Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan memberikan banyak manfaat bagi perusahaan, dan tingkat kepuasan pelanggan yang makin tinggi akan menghasilkan loyalitas pelanggan yang lebih besar. Dalam jangka waktu panjang, akan lebih menguntungkan mempertahankan pelanggan yang baik dari pada terus menerus menarik dana membina pelanggan baru untuk menggantikan pelanggan yang pergi. Pelanggan yang sangat puas akan menyebarkan cerita positif dari mulut ke mulut dan malah akan menjadikan iklan dan berbicara bagi suatu perusahaan, yang akan menurunkan biaya untuk menarik pelanggan baru menurut Lovelock, C dan Wright, L (2005:104)

2. Pembahasan

Kerangka pemikiran yang digunakan pada penelitian ini secara sistematis dan sederhana dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Dari hasil kajian, penelitian menggunakan instrument kuesioner yang disebarkan kepada sebanyak 93 responden nasabah tabungan PT Bank Danamon Indonesia, Tbk Cabang Masjid Lama Palembang. Adapun profil responden dilihat berdasarkan usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir, tingkat pendapatan, jenis pekerjaan, lamanya menjadi nasabah Danamon, produk yang digunakan responden, serta sumber informasi keberadaan tabungan Bank Danamon.

Berdasarkan hasil sebaran kuesioner usia nasabah dominan diatas 50 tahun sebesar 31.18%, jenis kelamin

nasabah mayoritas adalah perempuan yaitu sebesar 66.67%, tingkat pendidikan mayoritas adalah S1 yaitu sebesar 37.63%, tingkat pendapatan mayoritas responden yaitu antara Rp.5.000.000 –Rp.10.000.000 sebesar 29.03% , jenis pekerjaan mayoritas adalah pegawai swasta sebesar 44.09%, lamanya menjadi nasabah Danamon mayoritas adalah diatas 5 tahun sebesar 35.41%, produk yang digunakan responden mayoritas berupa tabungan sebesar 83.87% serta sumber informasi keberadaan tabungan Bank Danamon mayoritas berasal dari referensi keluarga/teman sebesar 56.99%.

Dari responden sebanyak 93 ditentukan nilai r tabel pada tingkat significant 5% adalah 0.2039. Nilai item tiap variabel atau item item pertanyaan yang dimuat dalam kuesioner akan dikatakan valid jika nilai korelasi bagian total lebih besar dari r tabel. Dari hasil pengolahan uji validitas didapat bahwa semua variabel penelitian yang terdiri dari Produk (X₁), tempat dan waktu (X₂), proses (X₃), produktivitas dan kualitas (X₄), orang (X₅), promosi dan edukasi (X₆), bukti fisik (X₇), harga dan biaya jasa lainnya (X₈) serta Kepuasan Nasabah (Y) memenuhi syarat untuk dijadikan sebagai alat ukur variabel pada penelitian.

1. Model Summary

Tabel 1. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	STd Error of the Estimate
1	.927 ^a	.860	.847	.22036
2	.927 ^b	.860	.848	.21923
3	.927 ^c	.859	.849	.21864
4	.925 ^d	.855	.847	.22046

Sumber : data diolah 2015

2. Tabel Of Coefficient

Tabel 2. Tabel Of Coefficient

Model	B	T	Sig
Konstan	-0.46	-.276	.783
Proses (X ₃)	.133	2.16	0.33
Produktivitas & Kualitas (X ₄)	.280	3.673	.000
Promosi & Edukasi (X ₆)	.174	2.839	.006
Bukti fisik (X ₇)	.297	4.967	.000
Harga & jasa lainnya (X ₈)	.126	2.173	.033

Sumber : Data diolah, 2015

Uji reabilitas dalam penelitian ini dinyatakan dengan melihat Coefficient (Alpha). Apabila nilai r hitung > 0.6 maka variabel dan item yang diukur dapat dipercaya atau diandalkan. Dari hasil pengolahan data diperoleh alpha = 0.9090 > 0.6, maka dapat disimpulkan bahwa variabel variabel dalam kuesioner tersebut reliabel.

Dari tabel diatas terlihat bahwa nilai korelasi antara variabel independen dengan variabel dependen sebesar 0.925 artinya sangat kuat. Sedangkan nilai R² (Koefisien determinasi) sebesar 0.855 artinya variabel

independendapat menjelaskan variabel dependen sebesar 85.5% sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor lain. Dengan kata lain dapat dinyatakan bahwa 85.5% kepuasan nasabah tabungan PT Bank Danamon Indonesia, Tbk Cabang Mesjid Lama Palembang dipengaruhi oleh komponen manajemen Jasa terpadu sedangkan sisanya 14.5% dipengaruhi oleh faktor lain

Dari tabel coefficient diatas terlihat persamaan regresi yang terbentuk adalah

$$Y = -0.046 + 0.133X_3 + 0.280X_4 + 0.174X_6 + 0.297X_7 + 0.126X_8$$

1. Persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa: artinya jika proses (X₃), produktivitas dan Kualitas (X₄), promosi dan edukasi (X₆), bukti fisik (X₇), dan harga & Jasa lainnya (X₈) nilainya adalah konstan, maka kepuasan nasabah (Y) adalah -0.046
2. Jika variabel proses, produktivitas dan kualitas,promosi dan edukasi, bukti fisik, harga dan jasa lainnya mengalami kenaikan sebesar 1% maka kepuasan nasabah terhadap proses akan meningkat 0.133, kepuasan nasabah terhadap produktivitas dan kualitas mengalami kenaikan sebesar 0.280, kepuasan nasabahterhadap produktivitas dan kualitas mengalami kenaikan sebesar 0.280, kepuasan nasabah terhadap promosi dan edukasi akan meningkat 0,174, kepuasan nasabah terhadap bukti fisik akan mengalami kenaikan 0,297, dan kepuasan nasabah terhadap harga dan biaya jasa lainnya akan mengalami kenaikan 0.126

3. Uji T (Uji Parsial)

Pengambilan dilakukan berdasarkan perbandingan nilai t_{hitung} masing masing koefisien regresi dengan t_{tabel} pada taraf signifikan 5%. Dalam penelitian ini, nilai t_{hitung} untuk variabel proses sebesar 2.162 dengan P-value sebesar 0.033, nilai t_{hitung} untuk variabel produktivitas dan kualitas sebesar 3.673 dengan p-value sebesar 0.00 nilai t_{hitung} untuk variabel promosi dan edukasi sebesar 2.839 dengan p-value sebesar 0.006, nilai t_{hitung} untuk variabel bukti fisik sebesar 4.967 dengan p-value sebesar 0.00, nilai t_{hitung} untuk variabel harga dan biaya jasa lainnya 2.173 dengan p- value sebesar 0.033. karena P value lebih kecil dari 0.05 maka h₀ ditolak artinya dengan kepercayaan 95% dapat dinyatakan bahwa Komponen Manajemen Jasa Terpadu(variabel proses, produktivitas dan kualitas, promosi dan edukasi, bukti fisik, dan harga dan jasa lainnya) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah Tabungan PT Bank Danamon Indonesia, Tbk Cabang Mesjid Lama Palembang.Pengaruh yang paling dominan adalah variabel bukti fisik dengan koefisien regresi 0.297 yang merupakan nilai terbesar dari yang lain.

4. Uji Simultan (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara bersama sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y) . Dari tabel anova dibawah terlihat bahwa pada model regresi nilai

signifikansi F dibawah 0.05 artinya secara serentak terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan PT Bank Danamon Indonesia, Tbk Cabang Mesjid Lama Palembang diterima.

Tabel 3. Tabel anova Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig
Regression	25.089	8	3.136	64.5	.000 ^a
Residual	4.079	84	0.49	82	
Total	29.168	92			
Regression	25.083	7	3.583	74.5	.000 ^b
Residual	4.085	85	0.48	53	
Total	29.168	92			
Regression	25.057	6	4.176	87.3	.000 ^c
Residual	4.111	86	.048	59	
Total	29.168	92			
Regression	24.940	5	4.988	102.	.000 ^d
Residual	4.229	87	.049	622	
Total	29.168	92			

3. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa penelitian ini membuktikan secara empiris tentang:meliputi Produk (X₁), Tempat dan waktu lainnya (X₂), Proses (X₃), Produktivitas dan Kualitas (X₄), Orang (X₅), Promosi dan Edukasi (X₆), Bukti Fisik (X₇), serta harga dan biaya jasa lainnya (X₈) berpengaruh secara serentak terhadap kepuasan nasabah tabungan pada PT Bank Danamon Indonesia, Tbk Cabang Mesjid Lama Palembang (Y)

Komponen yang berpengaruh secara parsial adalah proses (X₃), Produktivitas dan Kualita (X₄), Promosi dan Edukasi (X₆), Bukti Fisik (X₇), dan harga dan biaya jasa lainnya (X₈)

Komponen yang dominan berpengaruh terhadap kepuasan adalah bukti fisik (X₇) dengan koefisien regresi sebesar 0,297 yang merupakan nilai terbesar dari yang lain.

Saran

Dengan penelitian ini secara keseluruhan Komponen Manajemen Jasa Terpadu berpengaruh terhadap kepuasan nasabah tabungan yang ditunjukkan oleh determinasi (R²) sebesar 85.5% berarti masih terdapat faktor faktor lain yangberpengaruh sebesar 14.5% yang tidak dimasukkan dalam model. PT Bank Danamon Indonesia, Tbk Cabang Mesjid Lama Palembang perlu melakukan evaluasi serta kajian secara menyeluruh terhadap strategi pemasaran yang telah dilakukan serta mengkaji keluhan/complain yang diterima dari nasabah untuk segera dilakukan perbaikan agardapat lebih meningkat-kan kepuasan nasabah.

Daftar Pustaka

[1] Lovelock, Christoper H dan Lauren K. Wright.2005, *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Indeks

[2] Tjiptono, Fandi.2002. *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Penerbit Andi Offset

- [3] Tjiptono, Fandi. 2007 *Strategi Pemasaran*, Edisi kedua. Andi Offset
- [4] Wilkie, Williem.L.1994. *Consumer Behaviour*, 3rd Ed. John Wiley & Sons, Inc