

STUDI OBSERVASI KUALITAS PELAYANAN CUSTOMER SERVICE PT. BANK RAKYAT INDONESIA CABANG SOEKARNO HATTA BANDUNG

Yuny Wulandari¹, Sampurno Wibowo², Se.³

¹Manajemen Pemasaran, Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom

Abstrak

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, dapat diambil beberapa kesimpulan yang diharapkan dapat menjawab tujuan dari penelitian ini. 1. Pada dimensi kualitas pelayanan instrumen kenyataan terdapat kesimpulan dari hasil rata-rata, sebagai berikut: a. Dari hasil pengolahan data dimensi tangible diperoleh rata-rata sebesar 82,5% yang berada pada rentang nilai sangat setuju. b. Dari hasil pengolahan data dimensi empathy diperoleh rata-rata sebesar 82,44% yang berada pada rentang nilai sangat setuju. c. Dari hasil pengolahan data dimensi reliability diperoleh rata-rata sebesar 74,25% yang berada pada rentang nilai setuju. d. Dari hasil pengolahan data dimensi responsiveness diperoleh rata-rata sebesar 77,56% yang berada pada rentang nilai sangat setuju. e. Dari hasil pengolahan data dimensi assurance diperoleh rata-rata sebesar 79,05 yang berada pada rentang nilai sangat setuju. 2. Pada dimensi kualitas pelayanan instrumen harapan terdapat kesimpulan dari hasil rata-rata, sebagai berikut: a. Dari hasil pengolahan data dimensi tangible diperoleh rata-rata sebesar 88,95% yang berada pada rentang nilai sangat penting. b. Dari hasil pengolahan data dimensi empathy diperoleh rata-rata sebesar 91,31% yang berada pada nilai sangat penting. c. Dari hasil pengolahan data dimensi reliability diperoleh rata-rata sebesar 91,33% yang berada pada rentang sangat penting. d. Dari hasil pengolahan data dimensi responsive diperoleh rata-rata sebesar 89,68% yang berada pada rentang sangat penting. e. Dari hasil pengolahan data dimensi assurance diperoleh rata-rata sebesar 90,2% yang berada pada rentang nilai sangat penting. 3. Berikut ini merupakan kesimpulan dari setiap kuadran pada diagram kartesius Importance Performance Analysis: a. Melalui analisis kuadran pada diagram kartesius Importance Performance Analysis, dapat disimpulkan bahwa item-item yang memiliki nilai kesenjangan paling tinggi menyangkut pemenuhan kebutuhan yaitu customer service BRI handal dalam menangani nasabah, kecepatan customer service BRI dalam menangani nasabah, ketepatan waktu customer service BRI dalam menangani keluhan nasabah, dan pelayanan customer service BRI yang cepat dan tepat, ternyata berada dalam kuadran I yang berarti hal-hal tersebut harus diprioritaskan untuk lebih ditingkatkan lagi oleh perusahaan. b. Sementara untuk item yang perlu dipertahankan oleh perusahaan agar tetap unggul adalah mengenai ruang tunggu yang bersih dan nyaman, kesopanan customer service BRI pada saat melayani nasabah, customer service selalu siap melayani nasabah, kesungguhan customer service BRI dalam melayani nasabah, customer service yang jujur dan terpercaya dan keamanan dalam melakukan transaksi di BRI. c. Kemudian item yang berada di dalam kuadran III adalah lokasi BRI yang strategis, lahan parkir yang luas, kemudahan dalam memperoleh informasi produk dari customer service BRI, customer service BRI tanggap terhadap keluhan nasabah, kemudahan dalam melakukan Call center BRI, dan yang terakhir adalah kemudahan dalam memberikan kritik dan saran. Pernyataan berikut merupakan yang dianggap kurang penting oleh nasabah dan pada kenyataan yang ada kinerjanya tidak terlalu istimewa. d. Terakhir item-item yang berada pada kuadran IV yang dianggap kurang penting oleh nasabah, antara lain adalah mengenai kenyamanan tempat pelayanan customer service, customer service BRI berpenampilan rapih dan menarik, customer service BRI mengerti terhadap kebutuhan dan keinginan nasabah, pelayanan yang diberikan customer service sesuai dengan prosedur.

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Observasi

1.1.1 Profil Perusahaan Bank Rakyat Indonesia

Bank Rakyat Indonesia adalah salah satu bank milik pemerintah yang terbesar di Indonesia. Bank Rakyat Indonesia berdiri tanggal 16 Desember 1895, yang kemudian dijadikan sebagai hari kelahiran BRI pada periode setelah kemerdekaan RI, berdasarkan peraturan Pemerintah No. 1 tahun 1946 Pasal 1 disebutkan bahwa BRI adalah sebagai Bank Pemerintah pertama di Republik Indonesia.

Bank Rakyat Indonesia merupakan bank tertua yang memiliki unit kerja terbanyak dan berada sampai ke pelosok-pelosok. BRI juga memperoleh berbagai penghargaan sebagai Bank terbaik, *brand* terbaik dan berbagai penghargaan lain baik dari tingkat nasional maupun internasional. Penghargaan *e-company award* menunjukkan bukti bahwa BRI telah berhasil menerapkan teknologi informasi dengan baik. Di BRI ini terdapat banyak bagian-bagian disetiap bidang kerjanya, salah satu diantaranya yaitu bagian layanan nasabah atau *Costumer service* yang bertugas untuk membantu nasabah yang ingin menggunakan jasa perbankan seperti pembukaan rekening baru, membuat atau mengganti ATM, dan lain-lain. Bagian *Costumer service* ini berperan penting dalam pengelolaan dan pengembangan BRI karena sangat mendukung proses bisnis.

1.1.2 Visi dan Misi Bank Rakyat Indonesia

Visi Bank BRI

1. Menjadi Bank komersial terkemuka yang selalu mengutamakan kepuasan nasabah.

Misi Bank BRI

1. Melakukan kegiatan perbankan yang terbaik dengan mengutamakan pelayanan kepada usaha mikro, kecil dan menengah untuk menunjang peningkatan ekonomi masyarakat.
2. Memberikan pelayanan Prima kepada nasabah melalui jaringan kerja yang tersebar luas dan didukung oleh sumber daya manusia yang profesional.
3. Memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada pihak-pihak yang berkepentingan.

1.1.3 Kegiatan Umum Bank Rakyat Indonesia

Seperti telah dijelaskan sebelumnya bahwa sebagai lembaga keuangan, kegiatan Bank sehari-hari tidak akan terlepas dari bidang keuangan. Sama seperti halnya pedagang atau perusahaan lainnya, kegiatan pihak perbankan secara sederhana dapat kita katakan adalah membeli uang (menghimpun dana) dan menjual uang (menyalurkan dana) kepada masyarakat umum.

Kegiatan bank umum secara lengkap meliputi kegiatan sebagai berikut :

1. Menghimpun Dana (*Funding*)

Kegiatan menghimpun dana merupakan kegiatan membeli dana dari masyarakat. Kegiatan ini dikenal juga dengan kegiatan *funding*. Kegiatan membeli dana dapat dilakukan dengan cara menawarkan berbagai jenis simpanan. Simpanan sering disebut dengan nama rekening. Jenis-jenis simpanan yang ada ini adalah:

- a. Simpanan Giro
- b. Simpanan Tabungan (*Saving Deposit*)
- c. Simpanan Deposito

2. Menyalurkan Dana (*Lending*)

Penerima kredit akan dikenakan bunga kredit yang besarnya tergantung dari bank yang menyalurkannya. Besar kecilnya bunga kredit sangat mempengaruhi keuntungan bank, mengingat keuntungan utama bank adalah dari selisih bunga kredit dengan bunga simpanan. Secara umum jenis-jenis kredit yang ditawarkan meliputi :

- a. Kredit Investasi
- b. Kredit Modal Kerja
- c. Kredit Perdagangan
- d. Kredit Produktif
- e. Kredit Konsumtif
- f. Kredit Profesi

3. Memberikan jasa- jasa Bank Lainnya (*Services*)

Semakin lengkap jasa-jasa bank yang dapat dilayani oleh suatu bank maka akan semakin baik. Kelengkapan ini ditentukan dari permodalan bank serta kesiapan bank dalam menyediakan SDM yang handal. Disamping itu ,juga perlu didukung oleh kecanggihan teknologi yang dimilikinya. Dalam praktiknya jasa-jasa bank yang ditawarkan meliputi:

- a. Kliring
- b. Inkaso
- c. *Safe Deposit Box*

- d. Bank *Card* (Kartu kredit)
 - e. Bank *Notes*
 - f. Bank Garansi
 - g. Bank *Draft*
 - h. Cek Wisata
 - i. Menerima setoran-setoran. Dalam hal ini bank membantu nasabahnya dalam rangka menampung setoran dari berbagai tempat antara lain :
 - 1. Pembayaran pajak
 - 2. Pembayaran telepon
 - 3. Pembayaran air
 - 4. Pembayaran listrik
 - 5. Pembayaran uang kuliah
 - J. Melayani pembayaran-pembayaran
- Sama halnya seperti dalam hal menerima setoran, bank juga melakukan pembayaran seperti yang diperintahkan oleh nasabahnya antara lain :
- 1. Membayar Gaji/Pensiun
 - 2. Pembayaran kupon
 - 3. Pembayaran bonus/hadiah

1.2 Latar Belakang Observasi

Persaingan dalam bisnis perbankan tentu sangat ketat seperti Bank BRI, Bank Mandiri, Bank BNI, Bank BCA dan sebaiknya tidak berfokus pada persaingan variasi produk dan harga, namun meningkatkan kualitas jasa untuk dapat menarik nasabah agar nantinya timbul suatu kepuasan. Perusahaan menempatkan fokus pelayanan nasabah sebagai suatu cara untuk mendapatkan keunggulan kompetitif, Karena nasabah merupakan pondasi bisnis yang membuat bisnis tetap ada. Suatu Bank menyadari bahwa mereka tidak dapat bersaing hanya dengan produk tetapi juga harus mengembangkan strategi pelayanan kepada nasabah yaitu dengan cara melakukan pelayanan yang terbaik untuk nasabah. Nasabah saat ini sangat pintar dalam menilai kualitas pelayanan dari sebuah produk atau jasa. Mereka menginginkan manfaat yang mereka dapatkan sesuai dengan pelayanan yang diberikan. Nasabah sering kali tidak loyal oleh karena salah satu sebab, misalnya karena kualitas pelayanan yang buruk atau karena kualitas yang semakin menurun dari yang diharapkan oleh nasabah.

Sebagai perusahaan yang ingin terus berkembang, Bank Rakyat Indonesia terus berusaha dan berupaya untuk memenuhi kebutuhan nasabahnya melalui perbaikan pelayanan yang terus menerus. Namun pihak Bank Rakyat Indonesia Cabang Soekarno Hatta Bandung

menyadari bahwa belum mampu untuk memberikan pelayanan yang optimal. Adanya keluhan dari nasabah menyebutkan masih terdapat kekurangan dalam hal pelayanan, keluhan nasabah tersebut adalah *customer service* BRI yang tidak cepat dan tepat dalam menangani nasabah, ketidak tepatan waktu *customer service* BRI dalam menangani keluhan nasabah dan antrian yang lama sehingga membuat nasabah banyak yang mengeluh.

Demikian juga nasabah yang puas akan menceritakan kepada orang-orang terdekatnya, selanjutnya nasabah yang puas akan senang untuk mencoba produk-produk yang lain, sehingga membantu perusahaan untuk memperoleh pangsa pasar yang lebih luas.

Hasil penelitian ini bisa dijadikan evaluasi pelayanan yang ada pada perusahaan PT Bank Rakyat Indonesia Cabang Soekarno Hatta Bandung, untuk kedepannya meningkatkan kualitas pelayanan agar nasabah merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Berdasarkan permasalahan diatas menimbulkan keinginan penulis untuk mengangkat judul “**Studi Observasi kualitas Pelayanan Customer Service PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Soekarno Hatta Bandung**”

1.3 Perumusan Masalah

Permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pelayanan nasabah yang diterapkan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia cabang Soekarno Hatta Bandung?
2. Bagaimana pelayanan yang diharapkan nasabah pada *customer service* PT. Bank Rakyat Indonesia cabang Soekarno Hattta Bandung?

1.4 Tujuan Observasi

Tujuan yang hendak didapatkan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui seberapa besar tingkat pelayanan nasabah yang diterapkan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Soekarno Hatta
2. Untuk mengetahui harapan nasabah tentang pelayanannya *customer service* PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Soekarno Hatta

1.5 Manfaat Observasi

1. Bagi perusahaan

Khususnya bagi PT Bank Rakyat Indonesia hasil penelitian ini sebagai informasi dan masukan bagi perusahaan dalam upaya mempertahankan nasabah dan mengembangkan usaha.

2. Bagi Institusi

Untuk meningkatkan dan memperdalam pengetahuan dan wawasan, bahwa pentingnya memperbaiki pelayanan nasabah untuk dapat menciptakan kepuasan bagi nasabah.

3. Bagi penulis

Untuk mengimplementasikan ilmu yang di dapat selama perkuliahan.

1.6 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir

1. BABA I Pendahuluan

Dalam bab ini diuraikan mengenai gambaran umum objek observasi, Latar belakang, perumusan masalah, tujuan observasi, dan manfaat observasi.

2. BAB II Relevansi teori dan pembahasan

Pada bab ini berisikan tentang tinjauan teori berdasarkan objek yang ingin diteliti, metode yang digunakan dalam penelitian dan pembahasan dari hasil penelitian.

3. BAB III Kesimpulan dan Saran

Pada bab terakhir kesimpulan dari hasil observasi yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, serta kesimpulan dan saran yang ingin disampaikan penulis terhadap perusahaan yang dijadikan objek observasi.

BAB III

KESIMPULAN DAN SARAN

3.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, dapat diambil beberapa kesimpulan yang diharapkan dapat menjawab tujuan dari penelitian ini.

1. Pada dimensi kualitas pelayanan instrumen kenyataan terdapat kesimpulan dari hasil rata-rata, sebagai berikut:
 - a. Dari hasil pengolahan data dimensi *tangible* diperoleh rata-rata sebesar 82,5% yang berada pada rentang nilai **sangat setuju**.
 - b. Dari hasil pengolahan data dimensi *emphthy* diperoleh rata-rata sebesar 82,44% yang berada pada rentang nilai **sangt setuju**.
 - c. Dari hasil pengolahan data dimensi *reliability* diperoleh rata-rata sebesar 74,25% yang berada pada rentang nilai **setuju**.
 - d. Dari hasil pengolahan data dimensi *responsiveness* diperoleh rata-rata sebesar 77,56% yang berada pada rentang nilai **sangat setuju**.
 - e. Dari hasil pengolahan data dimensi *assurance* diperoleh rata-rata sebesar 79,05 yang berada pada rentang nilai **sangat setuju**.
2. Pada dimensi kualitas pelayanan instrumen harapan terdapat kesimpulan dari hasil rata-rata, sebagai berikut:
 - a. Dari hasil pengolahan data dimensi *tangible* diperoleh rata-rata sebesar 88,95% yang berada pada rentang nilai **sangat penting**.
 - b. Dari hasil pengolahan data dimensi *emphthy* diperoleh rata-rata sebesar 91,31% yang berada pada nilai **sangat penting**.
 - c. Dari hasil pengolahan data dimensi *reliability* diperoleh rata-rata sebesar 91,33% yang berada pada rentang **sangat penting**.
 - d. Dari hasil pengolahan data dimensi *responsive* diperoleh rata-rata sebesar 89,68% yang berada pada rentang **sangat penting**.
 - e. Dari hasil pengilangan data dimensi *assurance* diperoleh rata-rata sebesar 90,2% yang berada pada rentang nilai **sangat penting**.
3. Berikut ini merupakan kesimpulan dari setiap kuadran pada diagram kartesius *Importance Performance Analysis*:
 - a. Melalui analisis kuadran pada diagram kartesius *Importance Performance Analysis*, dapat disimpulkan bahwa item-item yang memiliki nilai kesenjangan paling tinggi menyangkut pemenuhan kebutuhan yaitu *customer service* BRI handal dalam menangani nasabah, kecepatan *customer service* BRI dalam menangani nasabah,

ketepatan waktu *customer service* BRI dalam menangani keluhan nasabah, dan pelayanan *customer service* BRI yang cepat dan tepat, ternyata berada dalam kuadran I yang berarti hal-hal tersebut harus diprioritaskan untuk lebih ditingkatkan lagi oleh perusahaan.

- b. Sementara untuk item yang perlu dipertahankan oleh perusahaan agar tetap unggul adalah mengenai ruang tunggu yang bersih dan nyaman, kesopanan *customer service* BRI pada saat melayani nasabah, *customer service* selalu siap melayani nasabah, kesungguhan *customer service* BRI dalam melayani nasabah, *customer service* yang jujur dan terpercaya dan keamanan dalam melakukan transaksi di BRI.
- c. Kemudian item yang berada di dalam kuadran III adalah lokasi BRI yang strategis, lahan parkir yang luas, kemudahan dalam memperoleh informasi produk dari *customer service* BRI, *customer service* BRI tanggap terhadap keluhan nasabah, kemudahan dalam melakukan Call center BRI, dan yang terakhir adalah kemudahan dalam memberikan kritik dan saran. Pernyataan berikut merupakan yang dianggap kurang penting oleh nasabah dan pada kenyataan yang ada kinerjanya tidak terlalu istimewa.
- d. Terakhir item-item yang berada pada kuadran IV yang dianggap kurang penting oleh nasabah, antara lain adalah mengenai kenyamanan tempat pelayanan *customer service*, *customer service* BRI berpenampilan rapih dan menarik, *customer service* BRI mengerti terhadap kebutuhan dan keinginan nasabah, pelayanan yang diberikan *customer service* sesuai dengan prosedur.

3.2 Saran

Dari penelitian yang sudah dilakukan maka saran-saran untuk perusahaan PT.Bank Rakyat Indonesia khususnya dalam bidang kualitas pelayanan *customer service* adalah:

1. Sebaiknya kecepatan pelayanan *customer service* dalam melayani nasabah dan menangani keluhan nasabah lebih ditingkatkan agar kepuasan nasabah terpenuhi sesuai harapannya.
2. *Customer service* selama ini dinilai kurang handal dalam melayani nasabah, sebaiknya *customer service* lebih memperbaiki peformance dalam melayani nasabah.
3. *Customer service* harusnya lebih *me-manage* waktu dalam melayani nasabah, agar tidak menimbulkan antrian yang panjang dan nasabah dapat dilayani sesuai kebutuhannya secara tepat.
4. *Customer service* harusnya lebih cepat dan tepat dalam menangani nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, Garry & Philip Kotler. (2010). *Principles of Marketing*. Unites States of America: Person.
- Kotler, Philip & keller, Kevin Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 13 Jilid 1 & 2). Jakarta: Erlangga.
- Lovelock, C, Wrizth, J., & Mussy, J. (2010). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Lucas, Robert. (2012). *Customer Service*. Newyork: McGRAW.HILL.
- Rangkuti, Freddy. (2006). *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Riduwan (2010). *Rumus dan Data dalam Analisis Statistika*. Cetakan ke-4. Bandung: Alfabeta.
- Riduwan (2012). *Belajar Mudah Penelitian*. Cetakan ke-8. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Service Management*. Yogyakarta: Andi.
- Zeithaml, V.A., Bitner, M.J., & Gremler, D. (2009). *Service Marketing*. Newyork: McGRAW.HILL.

Internet:

www.bri.co.id

Skripsi:

Fitri Hardianasti Arham (20012). *Tinjauan Penerapan Kualitas Pelayanan Menurut Konsep TERRA Dalam Meningkatkan kepuasan Pelanggan KFC Store Merdeka Bandung*. Tidak diterbitkan.