

Analisis kepuasan nasabah tabungan BSM investa cendikia (syudi kasus cabang bank syariah mandiri di DKI Jakarta

Imam Sujanu Tutuka, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=116826&lokasi=lokal>

Abstrak

Dalam era persaingan yang semakin ketat dewasa ini, suatu perusahaan (bank) akan memenangkan persaingan bila dapat membenarkan nilai (value) dan kepuasan kepada nasabahnya melalui penyampaian produk (barang dan jasa) yang berkualitas dan harga bersaing. Kepuasan nasabah menimbulkan hubungan antara pihak bank dan nasabah menjadi harmonis, yang memungkinkan terciptanya loyalitas nasabah, serta tidak menutup kemungkinan adanya rekomendasi dan mulut ke mulut yang dapat menguntungkan pihak bank. PT. Bank Syariah Mandiri (BSM) adalah salah satu dari sedikit bank yang ada di Indonesia yang berbasis syariah. Dalam memenangkan persaingan yang ada, BSM harus berupaya untuk meningkatkan kepuasan pelanggannya dengan cara memperbaiki dan meningkatkan pelayanannya secara terus menerus. Berdasarkan pada kenyataan ini, maka penulis berinisiatif untuk mengadakan suatu penelitian guna memantau tingkat kepuasan nasabah BSM di Jakarta, khususnya yang menjadi nasabah tabungan BSM Investa Cendikia (TIC). Produk tabungan ini dipilih penulis karena produk ini merupakan produk andalan dan BSM yang telah berjalan selama 3 tahun, namun belum pernah dilakukan penelitian yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah memilih produk (TIC). Sehingga diharapkan produk ini dapat tetap menjadi produk yang unggul dibanding dengan produk-produk pesaingnya. Adapun penelitian yang dilakukan adalah dengan mengambil studi kasus pada Cabang-cabang BSM di DKI Jakarta. Penelitian ini dilaksanakan melalui penyebaran dengan disertai direct interview terhadap 100 responden (valid) yang merupakan nasabah dari Tabungan Investa Cendikia di cabang-cabang yang ada di DKI Jakarta, dengan menggunakan metode Convenience Sampling. Dalam mengukur tingkat kepuasan nasabah, digunakan metode SERVQUAL, yang terdiri dari kelompok: tampilan fisik (tangible); ketanggapan dalam memberikan pelayanan (responsiveness); kemampuan mewujudkan janji (reliability); kemampuan memberikan jaminan pelayanan (assurance); dan kemampuan memahami kebutuhan pelanggan (empathy). Dan hasil pengolahan data, secara keseluruhan tingkat kepuasan nasabah tabungan BSM Investa Cendikia adalah sebesar 64,78% dengan kesenjangan antara persepsi dan harapan sebesar -2,02. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh cabang-cabang BSM di Jakarta dinilai cukup oleh nasabah untuk kelompok tangible saja (70,63%). Sementara itu empat kelompok lainnya (responsiveness (60,07%), reliability (57,07%), assurance (62,37), dan empathy (61,26%)) yang lebih banyak ditentukan oleh sikap profesional dan kemampuan petugas, masih perlu diperhatikan dan ditingkatkan melalui pelatihan dan penyegaran yang herkesinambungan. Untuk memperoleh strategi bagi BSM dalam menyikapi kelima kelompok SERVQUAL, digunakan Diagram Kartesius, yang dapat menggambarkan hubungan antara pelaksanaan dengan tingkat kepentingan dari tiap-tiap kelompok SERVQUAL. Dengan alat pengukur tersebut diharapkan dapat mengetahui unsur mana dari kelima kelompok yang ada, yang akan diprioritaskan perbaikannya.

.....Within an increasing competition era that is currently occurring, a company (bank) wins when it deliver both value and satisfaction to its customer with its best quality and with a competitive price. Customer's satisfaction can create a harmonious relation between bank and its customers, increasing probability of the

creation of the customer's loyalty, and also recommended with mouth by mouth in which it will make profitable to bank. PT. Bank Syariah Mandiri (BSM) is one of a view bank in Indonesia which based on sharia basis. To be the winner in the competition, BSM have to increase their customers satisfaction by improving their services continuously. Based on this fact, author has an initiative to do research to be able to observe the level of satisfaction for BSM's customers in Jakarta, especially in BSM Investa Cendikia Saving's customers. This product is chosen by author because it is a superior product which served for three years but no depth research on the factors that affected the customer to chose this product. So hopefully this product will always be a superior product compare to its competitor's. This research taken place on BSM DKI Jakarta's branches. This study implemented through estimating accompanied with direct interview to 100 respondents (valid) in their capacity as BSM Investa Cendikia Saving's customers at DKI Jakarta's branches with Convenience Sampling Method. In measuring level of customer's satisfaction, author using SERVQUAL method which devide into group of: tangible (physical evidence), responsive (response to serve), reliability (ability to fulfill promise), assurance (ability to assurance service) and empathy (ability to understand the customer's need). Based on the result of data processing, a comprehensive of customer's satisfaction is 64.78%, with different between perception and expectation, namely -2.02. The service quality delivered by BSM branches in Jakarta with its "adequate" valued by customer for tangible (70.63%). While four other categories such as responsive is (60.07%), reliability (57.07%), assurance (62.37%) and empathy (61.26%), which is highly determined by sense of professional and officer's ability, to be focused and improved through sustainable training and refreshment. To make strategics for BSM in focusing to fifth categories of SERVQUAL, author used Cartecius Diagram which illustrates relation between implementation with the level of importance in each categories of SERVQUAL. This tools, hopefully can examine which category from five groups will be priorities to be correct.