

PERSEPSI, KUALITAS LAYANAN ANTAR JEMPUT PRODUK DANA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT. BPR PEJUANG DHARMA EMPAT LIMA

Delfi Hurnis^{1*}

Institut Teknologi Dan Bisnis Haji Agus Salim Bukittinggi
delfihurnis@gmail.com

Andria Ningsih²

Institut Teknologi Dan Bisnis Haji Agus Salim Bukittinggi
andria.ningsih@itbhas.ac.id

Mike Tiani³

Universitas Negeri Padang
miketriani@fe.unp.ac.id

Abstrak Penelitian ini bertujuan menguji dan menganalisis Pengaruh Persepsi, Kualitas Layanan Antar Jemput Produk Dana Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. BPR Pejuang Dharma Empat Lima di daerah Pakan Kamih Bandar dalam kec. Situjuhah Limo Nagari kab. Lima Puluh kota Sumatera Barat.. Populasi yang akan digunakan sebagai penelitian adalah nasabah yang menabung dan melakukan transaksi di PT.BPR Pejuang Empat Lima yang berjumlah 100 nasabah. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan cara accidental sampling (yang mudah dihubungi). Pada penelitian ini desain yang digunakan adalah berdasarkan metode pengumpulan data yaitu penelitian survei. Jenis data dalam penelitian ini adalah data kualitatif, dan data kuantitatif. Data yang berhasil dikumpulkan akan dianalisis secara deskriptif dan analisis data dengan menggunakan PLS. Hasil analisis menunjukkan bahwa Persepsi tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Persepsi berpengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan antar jemput produk dana secara langsung kerumah nasabah dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Kata Kunci : *Persepsi, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah BPR PT. BPR Pejuang Dharma Empat Lima.*

I. PENDAHULUAN

Bank harus siap menghadapi tantangan dalam memenuhi kebutuhan nasabah yang semakin modern serta teknologi yang semakin maju telah membawa dampak pada perubahan perilaku nasabah terhadap dunia perbankan nasional, terutama pada value (nilai) yang di inginkan nasabah bank. Keinginan nasabah ini akan memaksa bank untuk dapat memberikan nilai kepuasan terhadap nasabahnya. Salah satu cara utama mendifferensiasikan pada sebuah perbankan adalah memberikan jasa berkualitas lebih tinggi dari pesaing secara konsisten.

Kuncinya adalah memenuhi atau melebihi harapan kualitas jasa pelanggan secara konsisten. Membangun dan menciptakan kepuasan nasabah salah satunya persepsi.

Persepsi seseorang dapat timbul dari pengalaman yang telah diperbolehnya, baik yang dilakukan sendiri maupun kesan dari orang lain. Akumulasi dari persepsi akan mampu membentuk suatu opini asumsi atau kesimpulan tentang sesuatu yang dialaminya. Tanggapan atau sikap nasabah terhadap bank BPR yang cukup beragam, baik mengenai pelayanannya, kemudahan untuk memperoleh akses pendanaan, maupun mengenai produk- produk yang ditawarkan. Oleh karena itu, perkembangan bank BPR ini perlu mendapatkan perhatian dari seluruh pihak yang terkait.

Nasabah merupakan salah satu elemen yang terpenting dalam dunia perbankan, hal ini dikarenakan nasabah lah yang akan menjadi sumber pendapatan bagi bank BPR. Oleh karena itu mengetahui sikap nasabah terhadap bank menjadi kunci pertama dalam membuka jalan kemajuan bank BPR dan sekaligus sebagai bahan pertimbangan investasi di dunia perbankan PT. BPR. Disamping itu , perlu ditekankan adanya perasaan tenang dan nyaman bagi nasabah terkait dengan dana yang dipercayakan ke bank BPR, sehingga bank BPR harus benar-benar kredibel dan dapat dipercaya.

Penilaian nasabah sangat di perhatikan oleh perbankan karena akan berdampak pada kinerja penjualan. Kotler menyatakan bahwa “Pelanggan yang merasa puas akan membeli ulang, dan mereka akan memberitahu orang mengenai pengalaman baik tentang produk itu”. Kepuasan nasabah berkontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatnya reputasi perbankan, berkurangnya elastitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan dan meningkatnya efisiensi dan produktivitas karyawan. Kualitas pelayanan akan dihasilkan oleh operasi yang dilakukan oleh perbankan dan keberhasilan proses operasi perbankan ini ditentukan oleh banyak faktor, antara lain faktor pegawai, sistem teknologi, dan ketertiban nasabah. Bisnis bank selalu berada dalam lingkungan industri yang kompetitif. Di zaman yang semakin modern ini, bank-bank yang telah memiliki nama besar selalu berusaha mengoptimalkan tingkat ekonomi, menciptakan strategi dalam menciptakan pandangan dan berusaha merengkuh nasabah semaksimal mungkin. Dalam persaingan yang semakin ketat saat ini, pelayanan dalam bisnis jasa perbankan yang biasa biasa saja saat ini sudah tidak dapat lagi diharapkan untuk mampu bersaing dalam kancah bersaing. Berdasarkan latar belakang diatas, tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Persepsi, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. BPR Pejuang Darma Empat Lima.

II. LANDASAN TEORI

1. Persepsi

Persepsi adalah suatu proses kognitif yang dialami oleh setiap orang dalam memahami informasi tentang lingkungannya, baik lewat aktivitas pengindra, penyeleksi, mengorganisir, dan penginterpretasi, serta memberi nilai tentang objek tertentu guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti Persepsi seperti dinyatakan di atas, bagi pihak eksternal lembaga yaitu konsumen sangat berkaitan dengan keputusan memilih atau menggunakan suatu barang atau jasa. Menurut penelitian Nugraha (2017) bahwa persepsi dan nilai nasabah berpengaruh positif dan

signifikan terhadap tingkat kepercayaan bank. Pelayanan adalah suatu bentuk layanan yang diselenggarakan oleh penyedia jasa kepada pengguna layanan tersebut. Layanan dapat berupa barang yang dihasilkan dari suatu proses produksi atau dapat pula berupa pelayanan yang ditawarkan. Kualitas pelayanan dapat diukur dengan cara membandingkan antara apa yang diharapkan oleh pengguna layanan dan apa yang diterima oleh pengguna layanan. Kualitas pelayanan (service quality) di bangun atas adanya perbandingan antara dua faktor utama yaitu persepsi pelanggan atas pelayanan yang nyata mereka terima (perceived service) dengan pelayanan yang sesungguhnya diharapkan atau diinginkan (expected service).

2. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan bank merupakan kinerja aktual bank yang diberikan kepada nasabahnya yaitu dengan langsung menjemput ketempat nasabah Uang tabungan simpanan dan penjemputan setoran. Iffah (2018) bahwa pelanggan Persepsi Bank Syariah Mandiri Cabang Malang sangat puas di bawah persepsi dimensi empati sebagai dimensi yang mendominasi persepsi nasabah terhadap kualitas layanan Bank. Sedangkan Eldalivia (2018) dikarenakan pelayanan frontliner sudah sesuai dengan harapan nasabah baik itu ditunjukkan dari sikap petugas frontliner BPR TLM yang ramah dan dapat melayani kebutuhan nasabah dengan baik dan cepat serta kenyamanan ruang tunggu dan penampilan rapi dan bersih petugas frontliner BPR TLM menjadikan nasabah merasa pelayanan frontliner pada BPR TLM sudah baik.

3. Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah merupakan pernyataan bahagia ataupun kekecewaan nasabah dimana bersumber dari perumpamaan antara gambaran pada hasil atau kinerja produk serta keinginannya, pernyataan didukung oleh Susanto (2019). Menurut Octavia (2019) kepuasan konsumen merupakan perbandingan antara anggapan terhadap hasil kinerja baik merasakan senang ataupun kecewa, dimana kepuasan sama seperti penilaian sesudah menggunakan suatu alternatif yang dipilih paling tidak menepati atau melampaui harapan. Jeany (2020) mengatakan bahwa kualitas pelayanan maka kepuasan pelanggan secara simultan berpengaruh kesetiaan pelanggan. Syukkur (2021) mengatakan Kualitas pelayanan secara parsial memiliki pengaruh (signifikan) terhadap kepuasan nasabah. Penelitian Welldhen (2020) yang pertama bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, empati secara individual berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, yang kedua bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, empati secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan. Penelitian Herniwati (2021) Bank Bias Cabang Bima mampu membangun kepuasan nasabah melalui kualitas pelayanan seperti bersikap cepat dan tanggap dalam melayani nasabah, memberikan informasi kepada nasabah dengan tepat, selalu memudahkan teknis pelayanan kepada nasabah serta menjamin keamanan dana simpanan nasabah.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian deskriptif, metode deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian pada saat penelitian

berlangsung. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Untuk melengkapi penelitian ini, perlu didukung oleh data yang lengkap dan akurat. Berdasarkan sumbernya yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer. Populasi penelitian adalah nasabah PT BPR Dharma Pejuang Empat Lima yang meliputi nasabah penabung dan nasabah peminjam. Sampel merupakan sub elemen kelompok populasi yang terpilih untuk berpartisipasi dalam penelitian. Agar sampel yang dapat diambil representatif, maka jumlah sampel dalam penelitian berjumlah 100 orang nasabah. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan cara accidental sampling (yang mudah dihubungi), Amirullah, (2013). Dengan kriteria siapa saja nasabah yang memiliki tabungan dan pinjaman, serta sedang melakukan transaksi di PT BPR Dharma Pejuang Empat Lima dan bersedia menjadi sampel penelitian. Responden dari penelitian ini adalah nasabah yang melakukan transaksi perbankan, baik yang menyimpan dananya dan meminjam dana di PT BPR Dharma Pejuang Empat Lima. Pengukuran data menggunakan lima alternatif jawaban Skala Likert. Data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner selanjutnya dianalisis dengan menggunakan metode deskriptif. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan Partial Least Square (PLS) sebagai alat analisis.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

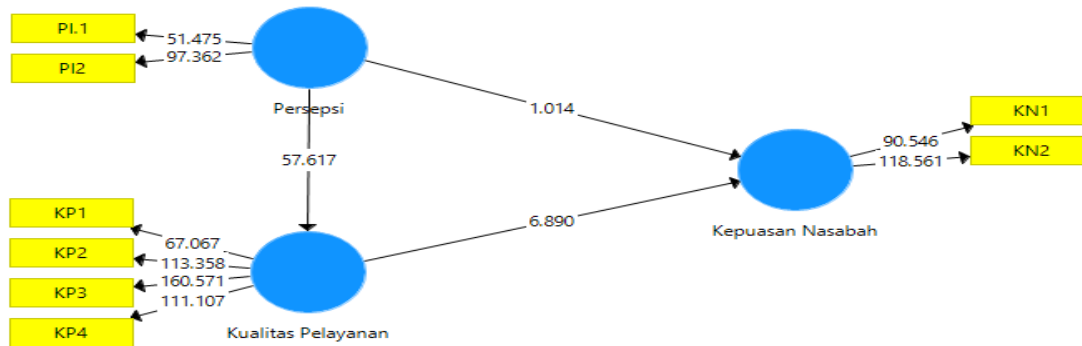
Hasil uji validitas konvergen menunjukkan bahwa nilai loading faktor semua item antara 0,5 sampai 0,7, dan validitas diskriminan menunjukkan bahwa AVE (Average Variance Extracted) di atas 0,5. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid. Selain itu, nilai Cronbach's alpha seluruh variabel diatas 0,6 dan nilai composite reliability diatas 0,7 menunjukkan bahwa instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini reliabel.

Table 1. Construct Reliability

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Kepuasan Nasabah	0.967	0.984	0.968
Kualitas Pelayanan	0.973	0.980	0.924
Persepsi	0.941	0.971	0.944

Table 2. Construct Validity

	Kepuasan Nasabah	Kualitas pelayanan	Persepsi
Kepuasan Nasabah	0.984		
Kualitas Pelayanan	0.954	0.961	
Persepsi	0.913	0.941	0.972



Hasil pertama dari penelitian saat ini Persepsi tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan nasabah. Hal ini ditunjukkan dari hasil uji T. Statistik sebesar 1.014. Karena lemahnya persepsi masyarakat terhadap bank BPR disebabkan masih minimnya layanan jenis produk yang ditawarkan sehingga kurang puasnya nasabah tersebut untuk memilih bank ini untuk melakukan transaksi lebih lanjut. Kurang puasnya nasabah dengan tidak bisanya melakukan transaksi penarikan dana pada bank atau ATM bersama, karena nasabah ingin cepat melakukan transaksi dimana mereka berada. Berbeda dengan penelitian Eko Purnomo (2019) bahwa persepsi kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Sedangkan penelitian kedua, persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan. Hal ini ditunjukkan dari hasil uji T. Statistik sebesar 57.617 bahwa semakin kuat persepsi nasabah terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh pihak bank. Terutama dalam hal pelayanan kualitas produk Pendanaan layanan antar jemput langsung kerumah baik melakukan transaksi menabung maupun dalam hal penyetoran kredit. Dalam penelitian Eko Purnomo (2019) mengatakan bahwa besar kontribusi yang diberikan variabel persepsi kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar 35,6%, sedangkan sisanya sebanyak 64,4% variansi kepuasan nasabah dipengaruhi oleh factor lain di luar persepsi kualitas layanan.

Penelitian terakhir kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini ditunjukkan dari hasil uji T. Statistik sebesar 6.890. bahwa semakin kuatnya Bank BPR memberikan Kualitas Produk Pendanaan Layanan Antar Jemput kerumah nasabah sehingga nasabah sangat merasa terbantu dalam hal menyetor dan simpanan uang nasabah tidak harus langsung datang kebank dalam melakukan transaksi. Dengan adanya pelayanan tersebut nasabah merasa sangat puas dengan pelayanan yang diberikan tersebut. Sejalan dengan penelitian Wijaya (2020) bahwa Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan The Jungle Waterpark. Penelitian Ni Putu Cempaka (2022) juga terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank sampah Tegeh Sari Lestari.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa, Dari data diatas menunjukkan nilai t-statistik yang diperoleh dari bootstrap sebagai dasar hipotesis pengujian. H1a,

H1b dan H2 berhipotesis bahwa H1a Persepsi tidak berpengaruh signifikan sebesar 1.014 terhadap kepuasan nasabah, sedangkan H1b persepsi berpengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan. Dan H2 Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Eko Purnomo, R. W. (2019). Pengaruh Persepsi Nasabah BRI Pada Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah BRI Kanca Wonosari. *Pendidikan Kimia PPs UNM*, 10(1), 51–63.
- Eldalivia Y. Sooai, P. Y. A., & Rolland E. Fanggidae. (2018). PERSEPSI NASABAH TERHADAP PELAYANAN FRONTLINER (STUDI KASUS PADA BPR TLM) ABSTRACT: *Journal Accounting and Finance*, 63(2), 1–3.
- Herniwati, H., & Nurdin, H. (2021). Membangun Kepuasan Nasabah Melalui Kualitas Pelayanan Pada Bank Bias Cabang Bima. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan ...*, 4(2), 121–128.
<https://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB/article/view/11592%0Ahttps://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB/article/viewFile/11592/3245>
- Iffah, L. (2018). Persepsi Nasabah Terhadap Tingkat Kualitas Pelayanan Bank Syariah Cabang Malang. *FALAH: Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(1), 79. <https://doi.org/10.22219/jes.v3i1.5836>
- Jeany, M. S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada BPR Artha Prima Perkasa. *Urnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (Jmbi Unsrat)*, 7(3), 330–341.
- Ni Putu Cempaka Dharmadewi Atmaja, Ni Wayan Semiati, A. A. P. A. (2022). PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK SAMPAH TEGEH SARI LESTARI. 8(1), 64–73.
- Nugraha, C. A. (2017). Pengaruh Persepsi dan Nilai Nasabah Terhadap Tingkat Kepercayaan Bank. *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 32(1), 71–79.
- Octavia, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pt. Bank Index Lampung. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(1), 35–39. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.13.1.35-39>
- Susanto, P. H., & Subagja, iwan K. (2019). PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPUASAN NASABAH DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PT. BANK CENTRAL ASIA TBK KANTOR CABANG PONDOK GEDE PLAZA. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(1), 69–84.
- Syukkur, A., & Sudarwanto, T. (2021). Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Jombang Cabang Ngoro. 3, 327–338.
- Welldhen Wahyu Putra Perkasa, Bambang Mursito, S. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PD. BPR BKK TASIKMADU CABANG COLOMADU. *Journal of Economic and Economic Education*, 5(3), 248–253.
- Wijaya, F., & Sujana, S. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Word Of Mouth. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*, 1(1), 9–18. <https://doi.org/10.37641/jipkes.v1i1.323>