

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt Permodalan Nasional Madani Kelompok Cianjur SP1 Kab. Sorong

Anisa Nurbadriah^{1*} ,Karfin²,

IAIN Sorong ^{1,2}

Email: anisan7@gmail.com¹, karfin89@iainsorong.ac.id²

Abstract

This study aims to determine the influence of service quality on customer satisfaction on loans at PNM Mekaar. This study uses a quantitative approach method. The sample of this study is 41 respondents from all customers in SP1. Data was collected through questionnaires that were shared directly and analyzed using simple linearity to test the hypothesis proposed. The results of the study show that there is a significant influence between service quality and customer satisfaction. This shows that the better the quality of service provided, the higher the level of customer satisfaction. The conclusion of this study is that the quality of the service provided has a positive impact on customer satisfaction. Therefore, it is recommended for employees to always maintain and improve the quality of service. This research is expected to be a reference material for the company in maintaining and improving the quality of services provided.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, PNM Mekaar

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada pinjaman di PNM Mekaar. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian ini adalah 41 responden dari keseluruhan nasabah yang ada di SP1. Data dikumpulkan melalui kuisioner yang dibagikan secara langsung dan dianalisis menggunakan linier sederhana untuk menguji hipotesis yang diajukan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka akan semakin tinggi Tingkat kepuasan nasabah. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa kualitas pelayanan yang diberikan berdampak positif pada kepuasan nasabah. Oleh karena itu disarankan bagi pegawai agar selalu menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi pihak perusahaan dalam menjaga dan meningkatkan kualitas layanan yang diberikan.

PENDAHULUAN

Kemajuan ekonomi global yang terlihat dari terbukanya perdagangan bebas dan perkembangan teknologi serta informasi juga mendorong pertumbuhan sektor jasa. Jasa keuangan berperan penting dalam perekonomian dengan mengalirkan modal dari pihak yang memiliki tabungan ke pihak yang membutuhkan dana. Jasa keuangan menjadi pilar utama dalam sistem ekonomi modern. Perannya begitu penting sehingga sulit membayangkan bagaimana roda perekonomian dapat berputar dengan lancar tanpanya. Dengan terus beradaptasi dengan perkembangan zaman dan teknologi, sektor jasa keuangan dapat terus berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

Salah satu lembaga keuangan yang memberikan atau menyalurkan dana modal usaha untuk membantu kestabilan perekonomian kepada masyarakat adalah PNM Mekaar. Tentu saja ada banyak perusahaan jasa sejenis yang bertebaran ditengah perkembangan teknologi dan ekonomi secara global. Kehadiran perusahaan jasa sejenis tentu menimbulkan persaingan yang kompetitif antar perusahaan jasa keuangan. Untuk tetap bertahan dan persaing dengan perusahaan pesaingnya, perusahaan harus mampu untuk dapat memberikan informasi dan juga pelayanan maksimal kepada para konsumen, agar konsumen bisa memberikan respon positif kepada perusahaan tentang produk jasa yang ditawarkan, tentu ini akan berdampak pada kepuasan konsumen terhadap perusahaan.

Konsep kepuasan nasabah telah menjadi hal penting untuk diskusi dalam bisnis dan manajemen. Keadaan emosional seseorang baik senang maupun sedih itulah yang kita sebut sebagai kepuasan. Kepuasan nasabah juga dapat diukur dengan seberapa puas seorang nasabah terhadap apa yang diterimanya.

Kepuasan nasabah dapat dicapai dengan memberikan kualitas yang baik oleh karena itu perusahaan jasa harus lebih memperhatikan kepuasan nasabah, agar dapat mengetahui pelayanan yang baik. Kemungkinan besar seorang nasabah akan bertahan untuk waktu yang lama jika mereka senang dengan nilai produk atau layanan yang ditawarkan. Salah satu cara terbaik untuk mempertahankan dan menambah nasabah dengan menjaga serta mengelola perhatian pada nasabah. Pentingnya aspek-aspek pendukung kepuasan nasabah dalam hal ini adalah kualitas pelayanan, dirasa sebagai faktor utama dalam memberikan kontribusi tetap terhadap nasabah itu sendiri (Habriyanto, 2024).

Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan nasabah. Pelayanan menjadi salah satu strategi yang digunakan perusahaan jasa untuk mendapatkan nasabah. Untuk dapat bertahan dan memenangkan persaingan mendapat nasabah sesuai dengan konsep costumer focus atau berfokus pada nasabah. Semakin banyaknya pesaing mendorong tiap perusahaan jasa untuk memperbaiki diri semakin lebih baik, salah satunya yaitu dari segi pelayanan. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada nasabah untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan karyawan. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang sesuai dengan harapan nasabah. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada nasabah untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan lembaga tersebut (Rahmawati, 2022).

Berdasarkan uraian diaatas, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengaruh pelayanan terhadap Kepuasan nasabah pada PT Permodalan Nasional Madani kelompok Cianjur SP1 Kab. Sorong

Kajian Teori

Kualitas Pelayanan

Menurut Wycof dalam Alvina kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengelolaannya untuk memenuhi keinginan pelanggan. Artinya, jika pelayanan yang diterima memenuhi harapan, maka kualitas pelayanan dianggap baik dan memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melebihi harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dianggap sebagai kualitas yang ideal, dan sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih buruk dari yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dianggap buruk (Alvina, 2022). Kualitas merupakan suatu kondisi atau keadaan pada sesuatu yang dapat dinyatakan baik atau tidak. Kualitas suatu produk menentukan apakah produk tersebut banyak diminati oleh konsumen atau tidak. Kualitas suatu produk juga menentukan kepuasan konsumen setelah terjadi konsumsi. Jika konsumen merasa puas maka sebuah produk akan selalu digunakan (Lilil, 2017).

Berdasarkan pengertian-pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh pihak perusahaan berupa hal yang tidak berwujud namun dapat dirasakan oleh konsumen. Pengaruh Kualitas pelayanan dapat dilihat dari suatu layanan yang telah diterima oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan harapannya. Indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini menurut Tjiptono yaitu:

- a. Tangibles (bukti fisik), benda berwujud, perlengkapan, karyawan dan bahan komunikasi.

- b. Reliability (keandalan), kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan andal dan akurat.
- c. Responsiveness (ketanggapan), kesediaan membantu konsumen dan memberikan jasa dengan cepat.
- d. Empathy (kepedulian), kesediaan memberikan perhatian yang mendalam dan khusus kepada masing-masing konsumen.

Kepuasan Nasabah

Kepuasan pelanggan merupakan pendorong utama bagi retensi dan loyalitas pelanggan. Kepuasan (satisfaction) berasal dari bahasa latin “satis” artinya cukup baik, memadai dan (factio) artinya melakukan atau membuat. Kepuasan konsumen merupakan hal yang penting yang harus dipertahankan perusahaan. Kotler menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkatan dimana anggapan kerja (perceived performance) produk akan sesuai dengan harapan seorang pelanggan. Bila kinerja jauh lebih rendah dari harapan pelanggan, pembelinya tidak puas. Begitupun sebaliknya bila kinerja sesuai dengan harapan atau melebihi harapan pembelinya merasa puas atau merasa amat gembira (Conny, 2014). Dari definisi yang ada diatas maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan positif yang disertai dengan sikap oleh konsumen setelah mereka mengalami suatu situasi atau kondisi pada saat mereka menggunakan produk atau jasa.

Kepuasan konsumen adalah tanggapan perilaku dari konsumen terhadap suatu barang dan jasa yang dirasakannya dibandingkan dengan harapan konsumen.

Indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini menurut Parasuraman adalah sebagai berikut:

- a. Kualitas Produk
- b. Kemudahan Akses
- c. Reputasi Perusahaan (Tina, 2020).

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Jenis Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, Untuk memperoleh data dan informasi yang sesuai dengan objek penelitian ini, penulis menggunakan kuesioner (angket) yang diberikan secara pribadi kepada 41 orang nasabah sebagai responden guna sebagai alat untuk mengumpulkan data dan informasi yang terkait.

Teknik analisis pada penelitian ini adalah dengan menggunakan Aplikasi SPSS yang terdiri dari beberapa tahapan pengujian, Diantaranya yaitu;

1. Uji Normalitas

Ketentuannya sebagai berikut :

Nilai $\text{sig} > 0,05$ maka data berdistribusi normal

Nilai $\text{sig} < 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal

2. Uji Heterokedastisitas

Menggunakan Uji Glejser dan Uji Scatterlot. Uji Glejser merupakan uji statistik yang paling lazim digunakan, dimana pada Uji Glejser jika probabilitas sig (absolute residual) $> 0,05$ maka tidak terjadi heterokedastisitas dalam persamaan regresi tersebut. Sedangkan Uji Scatterplot adalah Uji Grafik, yaitu apabila pada grafik scatterplot menunjukkan tidak adanya masalah heterokedastisitas dapat dilihat dari penyebatan datanya. Apabila data yang menyebar ke segala bidang dan berada di atas maupun di bawah nilai 0 pada sumbu Y, maka data tersebut tidak memiliki masalah heterokedastisitas.

3. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (uji t) dengan ketetapan bahwa :

Jika nilai thitung $>$ ttabel maka hipotesis alternatif (H_a) diterima yaitu seluruh variabel faktor berpengaruh terhadap minat pinjaman.

Jika nilai thitung $>$ ttabel maka hipotesis alternatif (H_a) ditolak.

b. Koefisien Determinasi (R^2),

Ketentuannya; jika R^2 semakin besar, maka persentase perubahan variabel dependen (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X) semakin tinggi. Jika R^2 semakin kecil, maka persentase perubahan variabel independen (Y) yang disebabkan oleh variabel (X) semakin rendah.

PEMBAHASAN

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah pada pinjaman di PNM Mekaar kelompok cianjur SP1. Hal ini dibuktikan dengan nilai thitung $4,103 > 2,02439$ ttabel. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada pinjaman di PNM Mekaar kelompok cianjur.

Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh PNM Mekaar secara umum sudah baik. Hal ini dapat ditunjukkan dari banyaknya tanggapan kepuasan yang tinggi dari responden terhadap kondisi dari masing-masing variabel penelitian. Dari hasil tersebut selanjutnya diperoleh bahwa variabel kualitas pelayanan dalam keempat dimensinya memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dikarenakan bahwa dengan pemberian pelayanan yang berkualitas, maka hal tersebut akan menciptakan kepuasan dalam diri nasabah. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mukhlatsin H.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi bukti fisik memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan. Hasil ini memberikan bukti empiris bahwa bukti fisik dari penyedia jasa yang ditunjukkan dengan fasilitas dan kebutuhan sebagai pemberi pelayanan akan menentukan kepuasan nasabah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi kehandalan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil ini memberikan bukti empiris bahwa kehandalan dari penyedia jasa pelayanan yang ditunjukkan dengan kehandalan dalam bentuk kecepatan pelayanan, kemampuan pegawai, dan kehandalan pegawai dalam melayani nasabah akan dipertimbangkan dalam membentuk kepuasan nasabah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi ketanggapan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil ini memberikan bukti empiris bahwa daya tanggap dari penyedia jasa pelayanan yang ditunjukkan dengan kesediaan pegawai dalam membantu, kesediaan pegawai dalam memberikan informasi, respon yang cepat dari pegawai, dan penyelesaian masalah dengan cepat akan memberikan pengaruh dalam terbentuknya kepuasan nasabah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi kepedulian memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil ini memberikan bukti empiris bahwa adanya perhatian dari pegawai PNM Mekaar dalam bentuk perhatian yang sama, kemampuan komunikasi yang baik, kemampuan dalam memenuhi kebutuhan nasabah dan pemahaman setiap kondisi nasabah akan meningkatkan pandangan positif dari setiap terhadap PNM Mekaar. Hal ini selanjutnya akan memberikan kepuasan yang lebih tinggi.

PENUTUP

Kesimpulan

Dalam penelitian ini jumlah responden yang digunakan sebanyak 41 responden, responden tersebut merupakan nasabah mekaar yang berdomisili di Jalan Cianjur SP1 Kabupaten Sorong. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas dan variabel terikat yakni: Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada pinjaman di PNM Mekaar kelompok cianjur. Hal ini dapat ditunjukkan dari banyaknya tanggapan kepuasan yang tinggi dari responden terhadap kondisi dari masing-masing variabel penelitian.

Dari hasil tersebut selanjutnya diperoleh bahwa variabel kualitas pelayanan dalam kelima indikator memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator bukti fisik, kehandalan, ketanggungan dan kepedulian memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka dapat diajukan saran-saran sebagai pelengkap sebagai berikut:

Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang paling tinggi terhadap kepuasan nasabah. Oleh karena itu, harus bisa mempertahankan kestabilan kualitas pelayanan yang telah diberikan.

PNM hendaknya bisa meningkatkan kualitas pelayanan dari sebelumnya dengan cara memberikan pelatihan lebih lanjut untuk pegawai dan penambahan fasilitas pendukung sehingga bisa meningkatkan kepuasan nasabah.

Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan pengujian variabel lain atau faktor-faktor lain yang berhubungan dengan kepuasan nasabah. Sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Adimah, Nurul, Mokh Irsyad, and Wawan Oktriawan. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Ketenagakerjaan Kantor Cabang Purwakarta)." *Muttaqien; Indonesian Journal of Multidiciplinary Islamic Studies* 3, no. 2 (2022): 177–94. <https://doi.org/10.52593/mtq.03.2.01>.

- Ahmad Syafiq. "Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Pandangan Islam." *El-Faqih : Jurnal Pemikiran Dan Hukum Islam* 5, no. 1 (2019): 96–113. <https://doi.org/10.29062/faqih.v5i1.54>.
- Apriyanti, Cikit, Lizvan M Sitorus, Maya Novianti, and Riya Notavia. "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Permodalan Nasional Madani (Persero), Tbk Cabang Rejang Lebong." *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)* 3, no. 3 (November 5, 2023): 809–16. <https://doi.org/10.47709/jebma.v3i3.3106>.
- Arianto, Nurmin. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan." *Jurnal Pemasaran Kompetitif* 21, no. 8 (2003): 24–30.
- Basuki, Agus Tri. Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi Dan Bisnis Dilengkapi Aplikasi SPSS & Eviews.
- Budiarno, Budiarno, Ida Bagus Nyoman Udayana, and Ambar Lukitaningsih. "Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan." *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi* 19, no. 02 (2022): 226–33.
- Habriyanto, Bambang Kurniawan, and Husnul Khotimah. "Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Di PT Permodalan Nasional Madani Ulamm Syariah Cabang Bangko." *Santri: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam* 2, no. 2 (2024): 54–70.
- Hariono, Tri, Erna Listyaningsih, and Wiewiek Indriani. "Pengaruh Kualitas Layanan Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Jasa Pinjaman ULaMM (Unit Layanan Modal Mikro) PT PNM (Permodalan Nasional Madani) Unit Kota Agung, Tanggamus." *Jurnal Jejama Manajemen Malahayati* 1, no. 1 (2021): 32–41.
- Hendrayadi, Suryani. Metode Riset Kuantitatif : Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam..
- Ichsan, Reza Nurul, Ahmad Karim, Universitas Pembinaan, and Masyarakat Indonesia. "Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pt. Jasa Raharja Medan" 6, no. 1 (2021): 1–4.
- JS, Sudrajad, and Nur Rahma Andayani. "Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Layanan, Kualitas. "NASABAH PADA PT PERMODALAN NASIONAL MADANI" 3, no. 1 (2024): 9–21.

- Kasanah, Diah Uswatun. "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Islam Di Miulan Boutique Ceper Klaten." Proceeding Seminar Nasional & Call For Papers 1, no. 1 (2021): 550– 57.
- JS Sudrajad, and Nur Rahma Andayani "Analisis kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Di PT Ramajaya Copier." Journal Of Applied Business Administration 3, no. 1 (May 10, 2019): 119–31.
- Mubarokah Tina, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan dan Suku Bunga Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Kredit, 2020, 1–8.
- Naifaturrohmah, Siti, and Hani Hanifah. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Sales Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam." Economic: Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam 5, no. 2 (2015): 190–212.
- Rachmawati, Dwi, Yuni Pambreni, and Salma Dwi Rachmawati. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di Pt Permodalan Nasional Madani (Persero) Cabang Cisaat Kabupaten Sukabumi Saat Pandemi." Jurnal Ekonomi Dan Bisnis 11, no. 3 (2022): 353–59.
- Roosinda, Fitria Widiyani, Ninik Sri Lestari, A A Gde Satia Utama, Hastin Umi Anisah, Albert Lodewyk Sentosa Siahaan, Siti Hadiyanti Dini Islamiati, Kadek Ayu Astiti, Nurul Hikmah, and Muhammad Iqbal Fasa. Metode Penelitian Kualitatif. Zahir Publishing, 2021.
- Sevina, Afifah Nazla, Suryani Suryani, and Ratu Humaemah. "Minat Masyarakat Memilih Pembiayaan Di Pnm Mekar Syariah Cabang Kronjo Kabupaten Tangerang Menurut Perspektif Ekonomi Islam." Wahana Islamika: Jurnal Studi Keislaman, October 30, 2022, 243–52.
- Sondakh, Conny. "Kualitas Layanan, Citra Merek Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi Pada Nasabah Taplus BNI Cabang Manado)." Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen 3, no. 1 (2014): 19– 32.
- Tambunan, Memahami Keputusan Pembelian Kopi Konsumen. Global Aksara Pres., 2022.