

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang UGM Yogyakarta dan pembahasannya maka penulis dapat mengambil kesimpulan dan memberikan saran bagi PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang UGM Yogyakarta untuk lebih meningkatkan kinerja pelayanan jasanya kepada nasabah sehingga tingkat kepuasan nasabahnya dapat terus mengalami peningkatan.

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

- a Tingkat kepentingan/importance nasabah PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang UGM Yogyakarta cukup penting. Hal ini dibuktikan dengan nilai skor rata-rata secara keseluruhan dari kelima variabel (*reliability, koresponsifan, assurance, empaty dan tangibility*) untuk tingkat *importance* sebesar 4.94 (nilai skor 4 = penting)
- b Tingkat kinerja/performance kinerja pelayanan jasa PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang UGM Yogyakarta cukup baik. Hal ini dibuktikan dengan nilai skor rata-rata secara keseluruhan dari kelima variabel (*reliability, koresponsifan, assurance, empaty dan tangibility*) untuk tingkat *performance* sebesar 3.77 (nilai skor 3 = baik)

- c. Hipotesis yang diajukan yang berbunyi “ diduga nasabah PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang UGM Yogyakarta puas terhadap kinerja/performance pelayanan yang diberikan” bisa diterima atau terbukti. Hal ini dibuktikan dengan tingkat kesesuaian antara penilaian performance dengan nilai skor rata-rata keseluruhan 3.77 (nilai skor 3 = memuaskan) dan importance dengan nilai skor rata-rata keseluruhan 4.94 (nilai skor 4 = penting) sehingga didapat tingkat kesesuaian *importance* dan *performance* PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang UGM Yogyakarta yang mencapai prosentase 76.78% (lihat Tabel 4.21)
- d. Atribut-atribut yang menjadi prioritas utama yang terletak pada kuadran satu (1) untuk diperbaiki agar pelayanan jasa bank bisa lebih baik sehingga tingkat kepuasan pelanggan bisa meningkat adalah:
- 1 Nasabah tidak pernah menunggu lebih dari lima menit untuk menunggu perbaikan system jaringan komputer ketika offline (atribut no.7)
 - 2 Nasabah tidak pernah menunggu lebih dari lima menit untuk memperoleh pelayanan bank.(atribut no.8)
 - 3 Nasabah tidak perlu menunggu lebih tiga kali deringan telepon untuk bisa mengakses no telepon bank(atribut no.13)
 - 4 Bank memiliki pelayanan ATM yang modern(atribut no.19)

- 5 Bank selalu memberikan informasi terbaru tentang produk dan pelayanan (atribut no.23)
 - 6 Pada ATM yang rusak selalu terdapat pengumuman (atribut no.27)
 - 7 Pada ATM yang rusak selalu diberikan informasi lokasi ATM terdekat (atribut no.28)
 - 8 Jumlah counter teller cukup (atribut no.36)
 - 9 Jumlah customer service cukup (atribut no. 37)
 - 10 Lokasi ATM bersih dan terawat (atribut 39)
 - 11 ATM bank selalu dalam keadaan bisa digunakan dalam 24 jam (atribut no.40)
- e Atribut-atribut yang terletak pada kuadran dua (2) perlu dipertahankan pelaksanaannya karena sudah sesuai dengan harapan nasabah adalah : untuk diperbaiki agar pelayanan jasa bank dapat lebih baik sehingga tingkat kepuasan pelanggan bisa meningkat adalah:
1. Bank selalu memenuhi pelayanan yang dijanjikan.(atribut no.1)
 2. Setiap kali nasabah menghadapi masalah, bank akan memberikan perhatian terhadap penyelesaian masalah tersebut.(atribut no.2)
 3. Bank tidak pernah membuat kesalahan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah.(atribut no.3)
 4. Bank menyelesaikan pelayanan untuk nasabah sesuai dengan waktu yang dijanjikan.(atribut no.4)
 5. Bank tidak pernah membuat kesalahan dalam pencatatan keuangan nasabah (atribut no.5)

6. Karyawan bank selalu bersedia membantu nasabah (atribut no 9)
7. Lokasi Automatic Teller Machine (ATM) mudah dijangkau(atribut no.11)
8. Bank memiliki jaringan ATM yang tersebar luas(atribut no.12)
9. Cara karyawan dalam melayani nasabah menimbulkan kepercayaan nasabah kepada bank(atribut no.14)
10. Nasabah merasa aman melakukan transaksi dengan bank(atribut no.15)
11. Nasabah selalu merasa aman jasa layanan phone banking (atribut no.17)
12. Karyawan bank mampu menjawab semua pertanyaan nasabah(atribut no.18)
13. Nasabah selalu merasa aman melakukan transaksi melalui ATM(atribut no.20)
14. Petugas phone banking selalu memberikan pelayanan dengan *ramah dan sopan* (atribut no. 21)
15. Bank memiliki jam pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah (atribut no.24)
16. Nasabah selalu merasa bahwa kepentingannya lebih diutamakan oleh bank(atribut no.26)
17. Waktu jam layanan phone banking yang tersedia sesuai dengan kebutuhan nasabah (atribut no.29)
18. Penampilan karyawan bank selalu rapi.(atribut no.30)

19. Petugas satpam bank bersikap professional dan memberikan rasa aman kepada nasabah (atribut no.32)
 20. Petugas satpam selalu berpenampilan rapi (atribut no.33)
 21. Lokasi ATM bank aman (atribut no.34)
 22. Ruang tunggu bank nyaman (atribut no.35)
 23. Ruang bank baik yang di kantor induk maupun di kantor pembantu bersih dan terawat (atribut no.38)
- f Atribut-atribut yang terletak pada kuadran tiga (3) dinilai kurang penting oleh nasabah dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu baik atau istimewa perlu dipertimbangkan kembali karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh nasabah sangat kecil. Atribut-atribut tersebut adalah:
1. Nomor telepon pelayanan phone banking mudah diakses (atribut no.6)
 2. Dalam memberikan pelayanan, karyawan bank tidak pernah lupa menyebut nama nasabah (atribut no.25)
 3. Semua jenis formulir yang diperlukan selalu tersedia dan mudah diperoleh (atribut no 31)
- g Atribut-atribut yang terletak pada kuadran empat (4) yang dinilai kurang penting oleh nasabah dan pelaksanaannya oleh bank terlalu berlebihan dapat dikurangi sehingga perusahaan dapat mengurangi biaya .Adapun atribut-atribut tersebut adalah:

- 1 Petugas satuan pengamanan (satpam) selalu bersedia untuk membantu nasabah bank (atribut no.10)
- 2 Nasabah tidak pernah mengalami kesulitan dalam mengisi formulir yang disediakan bank (atribut no.16)
- 3 Karyawan bank selalu bersikap professional dan ramah: tersenyum serta mengucapkan salam dan terima kasih (atribut no.22)

5.2 SARAN-SARAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, penulis menemukan beberapa kelemahan yang perlu mendapatkan perbaikan dalam pelayanan yang telah diberikan oleh PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang UGM Yogyakarta, yaitu:

- a. Sistem jaringan Online PT. BNI pada umumnya dan Cabang UGM pada khususnya perlu mendapatkan perbaikan yang signifikan karena system jaringan antar cabang sering kali mengalami Offline pada jam-jam sibuk transaksi sehingga menghambat aktifitas nasabah. Yang paling merasakan adalah nasabah yang memanfaatkan PT.BNI Cabang UGM untuk kegiatan transaksi bisnis baik untuk menerima atau mengirim aplikasi kiriman uang dimana pada saat itu mereka sangat membutuhkan agar uang tersebut bisa cepat diterima atau dikirim oleh rekan bisnisnya.

- b. Nasabah menunggu lebih dari lima menit untuk memperoleh pelayanan bank.
- c. No telepon PT. BNI Cabang UGM perlu ditambah karena no telepon yang ada sekarang ini hanya satu yaitu (0274)561016 dimana untuk mengaksesnya sangat sulit karena terlalu banyak telepon yang masuk.
- d. Nasabah sering mengalami kesulitan dalam mengisi formulir yang disediakan bank karena terlalu panjangnya *form* yang harus diisi oleh nasabah. Contohnya formulir untuk pengiriman uang nasabah harus mengisi tempat tgl lahir, jumlah penghasilan, NPWP dan sumber dana. Bagi nasabah hal ini tidak penting dan mengganggu kenyamanan nasabah
- e. Bank belum memiliki pelayanan ATM yang modern. ATM BNI baru sebatas pada penarikan dan informasi saldo saja. Sebagai contoh untuk transfer antar rekening BNI di cabang lain nasabah sering mengalami kesulitan karena hanya no rekening nasabah yang akan ditransfer saja yang muncul sedangkan nama nasabahnya tidak muncul. Seangkan di bank lainnya nama dan no rekening nasabah muncul secara bersamaan. Hal ini menimbulkan keraguan nasabah untuk mentransfer dana karena hanya bisa mencocokkan no rekening saja. Sebaiknya ATM BNI lebih dimodernkan lagi dalam arti para penggunannya (nasabah) kepentingannya bisa diakomodasi semua oleh mesin ATM

- f. Nasabah BNI merasa bahwa setiap ada produk baru mereka jarang sekali mengetahuinya. Jika mengaetahunya pun hanya sebatas nama saja tanpa tahu apa kelebihanannya dan cara aplikasinya. Hal ini perlu perhatian dari manajmemen agar dalam memperkenalkan produk barunya bisa memakai cara lainnya agar nasabah bisa tahu dalam kesempatan pertama dan lebig detail mengenai produk baru tersebut. Seperti produk baru “layanan prima” yang baru saja dikeluarkan yang ditayangkan di media eletronika maupun surat khabar yang hanya memberikan keterangan “silahkan hubungi cabang BNI terdekat” akan tetapi ketika ditanyakan dikantor cabang BNI mereka bilang belum menerima petunjuk pelaksanaan dan petunjuk teknis dari produk baru tersebut.
- g. Mesin ATM BNI sering mengalami OFFLINE yang membuata nasabah kecewa. Sebaiknya pada mesin ATM yang tidak bisa dipakai diberikan pengumuman bahwa mesin ATM OFFLINE sekaligus informasi mengenai lokasi Mesin ATM lainnya yang terdekat.
- h. Seringnya ATM PT. BNI Cabang UGM mengalami “out of service” sehingga mengganggu aktifitas nasabah terutama pada hari-hari libur diamana transaksi dengan bank hanya bisa dikayani lewat mesin ATM. Saja. Manajemen perlu ,melakukan perbaikan agar ATM nya bisa beroperasi 24 jam atau minimal 80% nya. Hal

ini bertambah parah dengan tidak adanya pengumuman atau informasi jika ATM rusak sehingga banyak nasabah yang sudah terlanjur masuk kedalam ruangan ATM akhirnya keluar lagi dan berusaha mencari lokasi lainnya karena juga tidak terdapat suatu informasi mengenai lokasi ATM terdekat pada ATM yang sedang rusak.

i. Jumlah *counter teller* kurang

PT. BNI Cabang UGM perlu menambah jumlah *counter teller* dan *Customer service* karena jumlah yang ada sekarang ini tidak lagi sesuai dengan jumlah nasabah yang ada sehingga tingkat antrian kadangkala tidak bisa ditoleransi oleh nasabah. Mereka sering kali harus menunggu dan antri lebih dari lima (5) menit untuk mendapatkan pelayanan dari bank.

16. Nasabah selalu merasa bahwa kepentingannya lebih diutamakan oleh bank (atribut no.26)
 17. Waktu jam layanan phone banking yang tersedia sesuai dengan kebutuhan nasabah (atribut no.29)
 18. Penampilan karyawan bank selalu rapi. (atribut no.30)
 19. Petugas satpam bank bersikap profesional dan memberikan rasa aman kepada nasabah (atribut no.32)
 20. Petugas satpam selalu berpenampilan rapi (atribut no.33)
 21. Lokasi ATM bank aman (atribut no.34)
 22. Ruang tunggu bank nyaman (atribut no.35)
 23. Ruang bank baik yang di kantor induk maupun di kantor pembantu bersih dan terawat (atribut no.38)
- c Atribut-atribut yang terletak pada kuadran tiga (3) adalah:
1. Nomor telepon pelayanan phone banking mudah diakses (atribut no.6)
 2. Dalam memberikan pelayanan, karyawan bank tidak pernah lupa menyebutkan nama nasabah (atribut no.25)
 3. Semua jenis formulir yang diperlukan selalu tersedia dan mudah diperoleh (atribut no 31)
- d Atribut-atribut yang terletak pada kuadran empat (4) adalah:
- 1 Petugas satuan pengamanan (satpam) selalu bersedia untuk membantu nasabah bank (atribut no.10)
 - 2 Nasabah tidak pernah mengalami kesulitan dalam mengisi formulir yang disediakan bank (atribut no.16)

3. Karyawan bank selalu bersikap professional dan ramah: tersenyum serta mengucapkan salam dan terima kasih (atribut n0.22)

4.3 STRATEGI PEMASARAN

Berdasarkan analisis diagram kartesius tersebut diatas maka PT. Bank Negara Indonesia Kantor Cabang UGM Yogyakarta sebaiknya merumuskan strategi pemasaran Yang tepat untuk mencapai kepuasan pelanggan. Strategi pemasaran tersebut harus diorientasikan pada upaya untuk mencapai kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan kunci utama dari konsep pemasaran dan strategi pemasaran. Terdapat tiga (3) langkah utama di dalam perumusan strategi pemasaran yaitu:

1. Identifying and evaluating opportunities (identifikasi dan menilai peluang)
2. Analysing market segments and selecting target markets (menganalisis segmen-segmen pasar dan memilih pasar sasaran)
3. Planning marketing mix strategy that will satisfy customer's needs and meet the objectives and good of the organization (merencanakan strategi bauran pemasaran yang akan memuaskan kebutuhan nasabah agar sesuai dengan tujuan perusahaan).