

BAB III

PEMBAHASAN DAN ANALISIS

3.1 Pengertian Pelayanan

Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah guna memenuhi keinginan pelanggan akan suatu produk atau jasa yang mereka butuhkan.

Kualitas pelayanan yang baik adalah kemampuan perusahaan/bank memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan standar yang telah ditetapkan. Kemampuan tersebut ditunjukkan oleh sumber daya manusia dan sarana serta prasarana yang dimiliki.

Rasulullah bersabda dalam hadits :

من كان يؤمن بالله واليوم الآخر فليكرم ضيفه

‘Barang siapa yang beriman kepada Allah dan hari akhir maka hendaklah dia memuliakan tamunya.’

Pelayanan yang baik mempunyai standar dasar pelayanan, diantaranya yaitu :

1. Berpakaian dan berpenampilan rapi dan bersih
2. Percaya diri, bersikap akrab dan penuh dengan senyum
3. Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama pelanggan/nasabah
4. Tenang, sopan, hormat serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan

5. Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar
6. Bergairah dalam melayani nasabah dan menunjukkan kemampuan
7. Jangan menyela atau memotong pembicaraan
8. Mampu meyakinkan nasabah serta memberikan kepuasan
9. Jika tidak sanggup menangani permasalahan yang ada, minta bantuan kepada rekan kerja.
10. Bila belum dapat melayani, beritahu kapan akan dilayani.¹

Berikut ini beberapa ciri pelayanan yang baik yang harus diikuti oleh karyawan yang bertugas melayani pelanggan/nasabah:

- a. Tersedianya karyawan yang baik
- b. Tersedianya sarana dan prasarana yang baik
- c. Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai
- d. Mampu melayani secara cepat dan tepat
- e. Mampu berkomunikasi
- f. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi
- g. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik
- h. Berusaha memahami kebutuhan nasabah
- i. Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah.

3.2 Pengertian Kepuasan

Suatu keadaan dimana terjadi titik temu antara nilai balas jasa atas pelayanan yang diberikan dari pihak bank/perusahaan dengan nilai balas jasa yang memang diinginkan oleh pelanggan atau nasabah²

¹ Kasmir. *Etika Customer Service*, Jakarta : PT RajaGrafindo, 2006, hlm. 31

² Martoyo Susilo, *Managemen Sumber Daya Manusia*, Yogyakarta :BPFE, 2000, hlm 142.

Untuk lebih jelasnya, berikut ini sifat-sifat pelanggan yang harus dikenal agar mampu memberikan pelayanan yang baik :

- 1) Nasabah mau dianggap sebagai raja
- 2) Mau dipenuhi keinginan dan kebutuhannya
- 3) Tidak mau didebat dan tidak mau disinggung
- 4) Nasabah mau diperhatikan
- 5) Nasabah ingin selalu dipuji
- 6) Nasabah merupakan sumber pendapatan perusahaan, hendaknya karyawan termotivasi untuk melayani nasabah sebaik-baiknya.

3.3 Teknik BMT Fajar Mulia Cabang Gunungpati dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan yang Berkualitas, yaitu :

3.3.1 Pelayanan berorientasi pada pemenuhan kebutuhan nasabah, meliputi:

- a. Melayani dengan ramah dan kekeluargaan
- b. Melayani dengan cepat teliti dan tuntas
- c. Melayani atas keluhan yang dihadapi nasabah
- d. Senantiasa menjalin komunikasi dengan baik pada nasabah

3.3.2 Pelayanan jemput bola (Setoran dan penarikan simpanan ke rumah atau tempat usaha anggota)

Dengan menggunakan sistem tersebut maka akan menjadi kelebihan yang dimiliki BMT Fajar Mulia. Hal ini akan meringankan beban nasabah dan lebih efektif serta efisien karena nasabah tidak perlu datang lagi ke kantor BMT Fajar Mulia.

3.3.3 Margin bagi hasil baik simpanan maupun pembiayaan yang kompetitif

3.3.4 Peningkatan kompetensi pengelola, melalui pembinaan, diklat, koordinasi rutin.

3.3.5 Deferensiasi dan inovasi produk, Meliputi:

- a. Pelayanan PPOB (pembayaran rekening listrik, telepon, speedy)
- b. Penyediaan hewan kurban pada waktu hari raya kurban
- c. Tabungan wisata dan idul fitri

3.3.6 Pembenahan performa kantor

3.3.7 Kegiatan pembinaan ruhiyah pengelola BMT Fajar Mulia, meliputi:

- a. Pembinaan rutin bulanan (kajian HRD)
- b. Tadarus harian
- c. Kultum

3.3.8 Membangun pencitraan positif lembaga

3.3.9 Inovasi sistem pelayanan (masih dalam proses)

Yaitu sistem pelayanan secara on-line antar kantor dalam satu group

3.4 Hambatan yang dihadapi BMT Fajar Mulia Cabang Gunungpati dan Meningkatkan

Pelayanan:

3.4.1 Keterbatasan SDM

3.4.2 Area kantor terbatas (dalam proses pengembangan area)

3.4.3 Pemahaman nasabah akan pola syari'ah masih kurang

3.4.4 Banyaknya competitor

3.5 Analisis Data

3.5.1 Validitas dan Reliabilitas

3.5.1.1 Variabel Kualitas Pelayanan BMT Fajar Mulia

Berdasarkan hasil perhitungan validitas dan reliabilitas dengan program SPSS

16.0, maka validitas dan reliabilitas variabel kualitas pelayanan BMT Fajar Mulia, yaitu :

Validitas dan Reliabilitas

Variabel Kualitas Pelayanan BMT Fajar Mulia

Soal	Corrected Item total Correlation	Keterangan	Reliabilitas
P1	0,77	Valid	0,87
P2	0,73	Valid	
P3	0,70	Valid	
P4	0,77	Valid	
P5	0,67	Valid	
P6	0,63	Valid	
P7	0,73	Valid	
P8	0,63	Valid	

P9	0,73	Valid	
P10	0,72	Valid	

Sumber : Data Primer diolah

Dari tabel di atas menggambarkan bahwa semua pertanyaan dari kuesioner variabel kualitas pelayanan BMT Fajar Mulia valid. Serta dapat dikatakan reliabel karena *Crombath Alpha* > 0,44, yaitu sebesar 0,86.

3.5.1.2 Tingkat Kepuasan Nasabah BMT Fajar Mulia

Validitas dan reliabilitas variabel tingkat kepuasan nasabah BMT Fajar Mulia dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Validitas dan Reliabilitas

Variabel Tingkat Kepuasan Nasabah BMT Fajar Mulia

Soal	Corrected Item total Correlation	Keterangan	Reliabilitas
P1	0,79	Valid	0,86
P2	0,70	Valid	
P3	0,82	Valid	
P4	0,82	Valid	
P5	0,79	Valid	

P6	0,63	Valid	
P7	0,57	Valid	
P8	0,65	Valid	
P9	0,55	Valid	
P10	0,46	Valid	

Sumber Data : Primer diolah

Dari tabel diatas menggambarkan bahwa semua pertanyaan dari kuesioner tingkat kepuasan nasabah BMT Fajar Mulia valid serta dapat dikatakan reliabel karena *Crombath Alpha* > 0,44 yaitu 0,86.

3.5.2 Deskriptif Responden

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS, penelitian yang dilakukan pada 20 responden, dapat dikemukakan pada tabel berikut ini :

Kualitas Pelayanan BMT Fajar Mulia Cabang Gunungpati

Untuk mengetahui pendapat nasabah BMT Fajar Mulia akan kualitas pelayanan yang diberikan , dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.5.1.1

Minat nasabah antara BMT dengan Bank

Kriteria	Frekuensi	Presentase
Setuju	17	85%
Kurang Setuju	0	0
Ragu-ragu	3	15%

Tidak Setuju	0	0
Jumlah	20	100%

Sumber data : diolah dari penelitian,2012

Bentuk tabel diatas menunjukkan 17 atau 85% nasabah menyatakan setuju bahwa lebih memilih BMT sebagai pilihan untuk menghimpun atau menyalurkan dananya, dan 3 atau 15% nasabah memilih bank sebagai pilihan bertransaksi.

Tabel 3.5.1.2

Pilihan nasabah dalam menabung di BMT Fajar Mulia

Kreteria	Frekuensi	Presentase
Suka	19	95%
Cukup Suka	1	5%
Kurang Suka	0	0
Tidak Suka	0	0
Jumlah	20	100%

Sumber data : diolah dari penulis, 2012

Tabel diatas menunjukkan 19 atau 95% nasabah menyatakan suka menabung di BMT Fajar Mulia, dan terdapat 1 nasabah yang menyatakan cukup setuju dalam memilih untuk menabung di BMT Fajar Mulia.

Tabel 3.5.1.3

Perasaan nasabah saat menabung di BMT Fajar Mulia

Kreteria	Frekuensi	Presentase
-----------------	------------------	-------------------

Nyaman	18	90%
Cukup Nyaman	2	10%
Kurang Nyaman	0	0
Tidak Nyaman	0	0
Jumlah	20	100%

Sumber data : diolah dari penelitian, 2012

Menunjukkan bahwa 18 atau 90% nasabah menyatakan nyaman ketika menabung di BMT Fajar Mulia sedangkan 2 atau 10 % menyatakan cukup nyaman ketika menabung di BMT Fajar Mulia.

Tabel 3.5.1.4

Produk yang lebih diminati nasabah BMT Fajar Mulia

Kriteria	Frekuensi	Presentase
Simpanan	14	70%
Pembiayaan	0	0
Simpanan&Pembiayaan	6	30%
Jumlah	20	100%

Sumber data : diolah dari penelitian, 2012

Tabel diatas menunjukkan 14 atau 70 % nasabah lebih berminat pada jenis produk simpanan dan 6 atau 30% memilih produk simpanan serta pembiayaan sebagai pilihan.

Tabel 3.5.1.4

Kepuasan nasabah terhadap produk yang diberikan BMT Fajar Mulia

Kriteria	Frekuensi	Presentase
Puas	17	85 %
Cukup Puas	3	15%
Kurang Puas	0	0
Tidak Puas	0	0
Jumlah	20	100 %

Sumber data : diolah dari penelitian,2012

Tabel tersebut menunjukkan 17 atau 85 % nasabah merasa puas terhadap produk yang diberikan di BMT Fajar Mulia dan 3 nasabah atau 15 % merasa cukup puas terhadap produk yang diberikan BMT Fajar Mulia.

Tabel 3.5.1.6

Pelayanan yang diberikan BMT Fajar Mulia

Kriteria	Frekuensi	Persentase
Baik	19	95%
Cukup Baik	1	5%
Kurang Baik	0	0
Buruk	0	0
Jumlah	20	100%

Sumber data : diolah dari penelitian, 2012

Tabel diatas menunjukkan 19 atau 95% nasabah menyatakan bahwa pelayanan yang diberikan BMT Fajar Mulia dinilai baik dan 1 atau 5 % nasabah menyatakan cukup baik atas pelayanan yang diberikan BMT Fajar Mulia.

Tabel 3.5.1.7

Nasabah *complain* akan pelayanan BMT Fajar Mulia

Kriteria	Frekuensi	Presentase
Pernah	2	10%
Sering	0	0
Jarang	2	10%
Tidak pernah	16	80%
Jumlah	20	100%

Sumber data : diolah dari peneliti, 2012

Pada tabel diatas menyatakan bahwa terdapat nasabah BMT Fajar Mulia yang pernah *complain* sebanyak 2 atau 10% nasabah yang jarang *complain* sebanyak 2 atau 10% sedangkan nasabah yang tidak pernah *complain* 16 atau 80%.

Tabel 3.5.1.8

Sikap karyawan BMT Fajar Mulia dalam melayani nasabah

Kriteria	Frekuensi	Persentase
Ramah	4	20%
Sopan	2	10%
Ramah&Sopan	14	70%
Biasa	0	0
Jumlah	20	100%

Sumber data : diolah dari peneliti, 2012

Pada tabel diatas menjelaskan bahwa sikap karyawan BMT Fajar Mulia dalam melayani nasabah terdapat 4 atau 20 % menjawab ramah saja, 2 atau 10 % menjawab sopan saja, dan menjawab ramah sekaligus sopan sebanyak 14 atau 70%.

Tabel 3.5.1.9

Kepuasan nasabah terhadap pelayanan karyawan BMT Fajar Mulia

Kriteria	Frekuensi	Persentase
Puas	19	95%
Cukup Puas	1	5%
Kurang Puas	0	0
Tidak Puas	0	0
Jumlah	20	100%

Sumber data : diolah dari peneliti, 2012

Pada tabel diatas menyatakan bahwa tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan karyawan BMT Fajar Mulia 19 atau 95% menjawab puas , sedangkan terdapat 1 atau 5% menyatakan cukup puas atas pelayanan karyawan BMT Fajar Mulia.

Tabel 3.5.1.10

Pernahkah nasabah merasa kecewa atas pelayanan BMT Fajar Mulia

Kriteria	Frekuensi	Persentase
Pernah	1	5%
Sering	0	0
Jarang	2	10%

Tidak Pernah	17	85%
Jumlah	20	100%

Sumber data : diolah dari penelitian, 2012

Tabel diatas menunjukkan nasabah pernah merasa kecewa dalam pelayanan BMT Fajat Mulia sebanyak 1 atau 5 %, merasa jarang sebanyak 2 atau 10 %, dan menjawab tidak pernah sebanyak 17 atau 85 %.

3.5.3 Uji Normalitas

Analisis grafik dilakukan dengan melihat tampilan grafik histogram dan melihat *Normal Probability Plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data yang sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dan distribusi normal. Distribusi akan membentuk garis diagonal dan plotting data akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data adalah normal maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.³

Tampilan grafik histogram menunjukkan kurva normal yang membentuk lonceng. Hal tersebut menunjukkan bahwa distribusi memenuhi asumsi persamaan yang berdistribusi normal. Sedangkan pada grafik *Normal P-Plot* terlihat titik-titik data menyebar disekitar dan mengikuti garis diagonal yang menunjukkan data berdistribusi normal. Kedua grafik tersebut menunjukkan bahwa model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas.

3.5.4 Uji Determinasi

³ Imam Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, Semarang : Badan Penerbit UNDIP, 2001, hlm 57.

Hasil analisis regresi diperoleh besarnya koefisien determinasi sebesar 0,10. Hal ini dapat ditunjukkan oleh tabel dibawah ini :

Hasil Koefisian Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.952 ^a	.906	.901	1.368	.906	173.725	1	18	.000	1.103

Besarnya koefisien determinasi tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan sangat berpengaruh pada tingkat kepuasan nasabah sedangkan sisanya dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu meliputi kurang lengkapnya produk yang disediakan karena semakin lengkap produk yang ditawarkan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan masyarakat maka nasabah akan datang pada BMT Fajar Mulia, Proporsi bagi hasil atau pembagian keuntungan yang diperoleh nasabah karena semakin menarik keuntungan yang ditawarkan maka nasabah akan datang sendiri.

3.5.5 Uji Anova (Uji F)

Uji F (ANOVA) untuk mengetahui pengaruh secara simultan antara kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan nasabah BMT Fajar Mulia. Hasil perhitungannya dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	325.250	1	325.250	173.725	.000 ^a
	Residual	33.700	18	1.872		
	Total	358.950	19			

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	325.250	1	325.250	173.725	.000 ^a
	Residual	33.700	18	1.872		
	Total	358.950	19			

Hasil perhitungan dengan menggunakan program

SPSS 16.0 dapat diketahui bahwa F hitung

sebesar 173,7 dengan nilai probabilitas sebesar

0,001 hasil pengujian terhadap uji F sangat

signifikan.

3.5.6 Uji Regresi

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	95% Confidence Interval for B		Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
	1 (Constant)	-15.994	3.802				-4.207	.001	-23.981	8.007		
pelayanan	1.441	.109	.952	13.180	.000	1.212	1.671	.952	.952	.952	1.000	1.000

Sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut $Y = -15.994 + 1.441 X$. Dapat disimpulkan bahwa jika kualitas pelayanan BMT Fajar Mulia semakin tinggi maka tingkat kepuasan nasabah akan semakin naik.