

PENERAPAN METODE *SERVICE QUALITY* (SERQUAL) UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN NASABAH BANK KERINCI

Mala Sepriyanti¹, Afrianti, S.E., M.Pd², Vivi Herlina, S.Ip., S.E., M.M³

Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Nusantara Sakti Sungai Penuh

Email:

malaseprianti@gmail.com

afrianti@gmail.com

viviherlina@gmail.com

Abstract

The purpose of this study was to determine the application of the Service Quality (SERQUAL) method to improve the quality of customer service at Kerinci Bank. The research method uses a descriptive type with a qualitative approach, namely the problem-solving method investigated by describing the state of the institution that runs the system at the present time based on the facts that appear or as it is with interview techniques and document studies. The results of this study are the application of the service quality (Serqual) method to improve the quality of Kerinci bank customer service in tangible dimensions including the following: the physical appearance of the apparatus, facilities, equipment and facilities at the Kerinci Bank that is utilized in the implementation of public services to all customers Kerinci Bank. Many factors can cause a tangible dimension to services at Kerinci Bank is good. The reliability dimension shows good results too. In this dimension has 2 important things, first, the ability of producers to provide services as promised and the ability of producers to provide services accurately or without error. It will be useless without the support of adequate facilities and infrastructure as well as competent human resources. The dimension of responsiveness in this study is determined by indicators that respond to every customer of Kerinci Bank quickly, precisely, accurately, on time and responds to the complaints of Bank Kerinci customers. Bank Kerinci employees who give greetings to each customer are a good thing in the public service system. Assurance in the public service system at the Kerinci Bank can be seen from the opening hours of services displayed at the Kerinci Bank. This service hour shows how certainty is given to Kerinci Bank customers to request service. The empathy dimension is determined by indicators: prioritizing customer interests, service attitude that is friendly, polite, polite and non-discriminatory (discriminating). In the customer's view, the attitudes of bank employees who pay attention by establishing interactive relationships (continuously) to customers make customers feel more valued and feel the closeness between customers and bank employees.

Keywords: *Service Quality Method, Service Quality and Customer*

1. PENDAHULUAN

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang menentukan keunggulan bank dalam menghadapi persaingan antar perbankan yang ada. Bank sebagai perusahaan jasa dalam bidang keuangan ataupun lainnya yang berkaitan dengan transaksi keuangan, yang perlu mengutamakan kualitas pelayanan. Apabila bank tidak mampu melayani nasabah dengan baik maka kemungkinan yang akan timbul adalah nasabah akan memutuskan hubungan bisnis dengan bank. Untuk itu kualitas pelayanan memegang peranan penting dalam mempengaruhi nasabah untuk melakukan transaksi.

Adanya kualitas pelayanan yang baik akan berdampak penting pada terjadinya kepuasan nasabah yang dapat mengakibatkan nasabah puas dan percaya akan kualitas layanan yang telah diberikan oleh perbankan dalam melaksanakan kegiatan transaksi keuangan. Kepuasan nasabah ini sangat berperan penting dalam dunia perbankan, dimana kepuasan para nasabah merupakan tujuan yang ingin dicapai oleh setiap bank yang telah melakukan pelayanan terhadap nasabahnya yang akan melakukan transaksi keuangan baik itu dengan cara datang ke bank ataupun dengan media lain untuk melakukan transaksi.

Dalam rangka pencapaian Visi dan Misi perusahaan selalu berusaha memberikan pelayanan prima. Namun semakin bertambahnya jumlah nasabah sering menyebabkan penurunan dalam kualitas pelayanan. Semakin banyaknya jumlah nasabah bila tidak diimbangi dengan peningkatan kualitas baik Sumber Daya Manusia (SDM) maupun Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) akan membuat kecewa para nasabah atas pelayanan yang diberikan. Untuk hal tersebut, perusahaan dituntut untuk dapat mengoptimalkan pelayanan dan memberikan kepercayaan kepada nasabah sehingga para nasabah akan merasa puas. Selain dari kualitas pelayanan dan kepercayaan kepada nasabah, nilai pelanggan juga dapat memberikan nilai tambah bagi pelanggan. Nilai pelanggan terdiri dari *Emotional value*, *Social value* *Quality/Performance value* dan *Price/value for money* (Fandy Tjiptono, 2011: 376).

Menurut Fandy Tjiptono (2011: 331) pada prinsipnya kualitas jasa (dalam hal ini adalah kualitas pelayanan) berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik akan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan kebutuhan yang kuat dengan perusahaan. Apabila kualitas pelayanan semakin baik, ditunjukkan dengan pelayanan yang handal, memiliki daya tanggap, memiliki jaminan pelayanan dan empati (rasa perhatian) yang lebih, maka konsumen akan merasa puas.

Kepuasan nasabah terlahir karena diberikannya kualitas pelayanan yang baik yang mencakup *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* (Fandy Tjiptono, 2011: 346-347). Kelima unsur kualitas pelayanan ini, paling tidak akan memberikan kepuasan nasabah bila Bank selalu melayani melebihi harapan nasabahnya.

PT. BPR Pembangunan Kerinci (Bank Kerinci) merupakan salah satu dari jasa-jasa perbankan yang berada di Kabupaten Kerinci dan Kota Sungai Penuh. Visi dari Bank Kerinci yaitu “Ikut berperan dalam pembangunan ekonomi nasional pada umumnya, khususnya pembangunan di daerah Kerinci dengan mewujudkan ekonomi kerakyatan sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat ekonomi lemah.

Kualitas pelayanan pada bank harus dikelola dengan baik dan profesional. Keberhasilan bisnis dalam sektor perbankan yaitu berusaha menawarkan kualitas jasa dengan kualitas layanan tinggi yang terlihat dalam kinerja layanan yang ada. PT. BPR Pembangunan Kerinci (Bank Kerinci) sejauh ini kualitas pelayanan yang diberikan sudah cukup baik tetapi harus selalu berusaha meningkatkan kualitas pelayanan kepada para pelanggan dan

nasabahnya agar merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, karena nasabah merupakan faktor utama bagi eksistensi suatu bank. Jika nasabah bank Kerinci terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun ini menunjukkan bahwa nasabah semakin berminat untuk melakukan jasa pelayanan di bank Kerinci. Hal ini menunjukkan bahwa produktifitas kinerja karyawan adalah baik terutama dalam memenuhi tingkat kualitas pelayanan.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti pada bulan Februari tahun 2020 di Bank Kerinci, ada nasabah yang mengeluh karena lamanya proses pelayanan yang diberikan oleh pihak bank, selain itu juga masih rendahnya kemampuan karyawan Bank Kerinci dalam melakukan hubungan komunikasi dengan nasabah. Hal ini memungkinkan adanya penurunan kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa, yaitu Bank Kerinci sehingga berdampak pada penurunan kepuasan nasabah.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk melihat penerapan metode *Service Quality* (SERQUAL) untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Nasabah Bank Kerinci

Rumusan Masalah

Berdasarkan pembahasan diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana penerapan metode *Service Quality* (SERQUAL) untuk meningkatkan kualitas pelayanan nasabah Bank Kerinci?

Tujuan Penelitian

Sesuai dengan uraian ada latar belakang dan rumusan masalah dia atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan metode *Service Quality* (SERQUAL) untuk meningkatkan kualitas pelayanan nasabah Bank Kerinci.

Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademik

Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penulis dalam mengembangkan wawasan berfikir dan menambah pembendaharaan pengetahuan dibidang Ilmu Administrasi dan Manajemen khususnya mengetahui penerapan metode *Service Quality* (SERQUAL) untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Nasabah Bank Kerinci.

2. Manfaat Praktis

Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan atau sumbangan pemikiran bagi organisasi dalam penerapan metode *Service Quality* (SERQUAL) untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Nasabah Bank Kerinci.

TINJAUAN PUSTAKA

Metode *Service Quality* (SERQUAL)

Firdian Endy, *et.al* (2012:52) kualitas pelayanan merupakan segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan sebagai jasa atau *service* yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramah-tamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen.

Menurut Yuniar, *et.al* (2014: 100) Model kualitas jasa yang paling populer dan banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah metode Servqual (*Service Quality*). Model kualitas jasa servqual ini melakukan penelitian berdasarkan *customer perceived quality*. Metode Servqual mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dengan harapan atas layanan yang pelanggan terima.

Model *SERVQUAL* (*Service Quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1990). *SERVQUAL* adalah metode empirik yang dapat digunakan oleh

perusahaan jasa untuk meningkatkan kualitas jasa (pelayanan) mereka. *SERVQUAL* dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang diharapkan atau diinginkan (*expected service*).

SERVQUAL merupakan suatu metode yang diturunkan secara empiris yang dapat diturunkan secara empiris yang dapat digunakan oleh organisasi pelayanan untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Metode ini meliputi pengembangan pemahaman mengenai kebutuhan layanan yang dirasakan oleh pelanggan. Hal ini diukur dari persepsi kualitas layanan bagi organisasi yang bersangkutan. Analisis kesenjangan yang dihasilkan kemudian dapat digunakan sebagai panduan untuk peningkatan kualitas layanan.

Melalui survey yang dilakukan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry di tentukan suatu dimensi baku untuk mengukur kualitas sebuah layanan, di mana dimensi tersebut kemudian di kenal dengan nama *Servqual* yang terbagi dalam lima dimensi yang menjadi acuan pengukuran yang dilakukan *Customer* terhadap pelayanan yaitu (Jiang dkk, 2002 dikutip oleh Kurniawan, 2008: 68)

1. Bukti fisik (*tangibles*) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan serta keadaan lingkungan sekitarnya merupakan salah satu cara perusahaan jasa dalam menyajikan kualitas layanan terhadap pelanggan. Diantaranya meliputi fasilitas fisik (gedung, buku, rak buku, meja dan kursi, dan sebagainya), teknologi (peralatan dan perlengkapan yang dipergunakan), serta penampilan pegawai.
2. Keandalan (*reliability*) adalah kemampuan perusahaan memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang tercermin dari ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap simpatik dan akurasi yang tinggi.
3. Daya tanggap (*responsiveness*) adalah kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat dan tepat dengan penyampaian informasi yang jelas. Mengabaikan dan membiarkan pelanggan menunggu tanpa alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negative dalam kualitas pelayanan.
4. Jaminan (*assurance*) adalah pengetahuan, kesopanan santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.
5. Empati (*empathy*) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Konsep Kualitas Layanan/Jasa

Kualitas pelayanan umum menurut Tjiptono, yaitu sebagai berikut: “Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Apabila jasa atau pelayanan yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa atau pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa atau pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan buruk” (Tjiptono, 2004: 82).

Kualitas jasa atau pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. (Tjiptono, 2004: 83) mendefinisikan kualitas pelayanan secara sederhana, yaitu ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Maksudnya kualitas pelayanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan atau organisasi tertentu untuk memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan apa yang diharapkan atau diinginkan berdasarkan kebutuhan pelanggan/pengunjung. Dengan kata lain, faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan adalah pelayanan yang diharapkan pelanggan/pengunjung dan persepsi masyarakat terhadap pelayanan tersebut. Nilai kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan perusahaan dan stafnya dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

Kualitas pelayanan adalah kualitas yang terdiri dari keistimewaan dari berbagai pelayanan yang bertujuan untuk memenuhi kepuasan atas pelayanan yang didapat tersebut. Kualitas pelayanan akan memberikan suatu perhatian kepada pelanggan untuk menjalin hubungan baik dengan perusahaan atau organisasi sebagai penyedia pelayanan. Hubungan yang baik akan memungkinkan perusahaan untuk lebih memahami dengan detail harapan pelanggan dan juga kebutuhan mereka. Dengan demikian penyedia layanan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memaksimalkan pengalaman pengunjung yang puas dan meminimumkan pengalaman pengunjung yang kurang puas. Apabila layanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan harapan pelanggan, maka kualitas yang diterima atau dirasakan sesuai dengan harapan pelanggan, maka kualitas layanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal, tetapi sebaliknya jika layanan yang diterima atau dirasakan lebih rendah dari yang diharapkan maka kualitas layanan dipersepsikan lebih rendah.

Menurut Wyckcof dan Lovelock dalam bukunya yang dikutip dan diterjemahkan oleh Fandy Tjiptono (2000 : 60) ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu *respected service* dan *perceived service*. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa yang dipersepsikan buruk. Baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

Masyarakat akan merasa puas apabila mereka mendapatkan suatu pelayanan yang berkualitas A.S. Moenir mengemukakan pendapat mengenai konsep pelayanan yang efektif sebagai suatu pelayanan yang berkualitas menurut A. S. Moenir (2005:204) adalah “Layanan yang cepat, menyenangkan, tidak mengandung kesalahan, mengikuti proses dan menyenangkan, tidak mengandung kesalahan, mengikuti proses dan prosedur yang telah ditetapkan lebih dahulu.”

Penjelasan kualitas pelayanan yang dipaparkan diatas oleh maka dapat diasumsikan bahwa kualitas pelayanan yang diharapkan oleh pelanggan sebagai penerima layanan mengharapkan tingkat keunggulan dari setiap jasa pelayanan yang didapatkan dari pelayanan sebelumnya. Jika pelayanan yang diberikan melampaui harapan dari pelanggan maka kualitas pelayanan yang diberikan akan mendapatkan persepsi yang ideal dari para penerima pelayanan atau pelanggan.

Kepuasan Konsumen/ Nasabah

Kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka (Kotler, 2005: 66). Kepuasan konsumen merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang atau pemakaian jasa ulang. Memberikan kepuasan kepada pelanggan hanya dapat diperoleh kalau perusahaan memperhatikan apa yang diinginkan oleh

konsumen. Konsumen memiliki beberapa karakteristik baik pengetahuan, kelas sosial, pengalaman, pendapatan maupun harapan (Yamit, 2011:78).

Jika harapan konsumen terhadap produk dirasakan melebihi harapannya, maka dapat dikatakan konsumen tersebut puas. Kepuasan konsumen dapat diketahui setelah konsumen tersebut menggunakan produk dan merasakan pelayanan yang diberikan.

Faktor utama yang harus dilakukan untuk membentuk fokus kepada pelanggan, perusahaan harus menempatkan karyawan untuk berinteraksi secara langsung. Perusahaan harus melibatkan konsumen dalam pengembangan dan kualitas pelayanan ataupun produk agar dapat memenuhi harapan konsumen).

II. METODOLOGI PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode analisis deskriptif, yakni sebuah desain yang memberi kemudahan bagi peneliti untuk merekam, memantau dan mengikuti proses suatu peristiwa atau kegiatan sebuah organisasi sebagaimana adanya dalam suatu kurung waktu tertentu dan selanjutnya diinterpretasikan untuk menjawab masalah penelitian.

Metode analisis deskriptif yang dikemukakan oleh Sugiono (2014: 79) “adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas”. Digunakannya metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif, dimaksudkan untuk membuat deskripsi, gambaran secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai suatu objek, suatu set kondisi pada masa sekarang serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

Informan Penelitian

Informan dalam penelitian adalah orang atau pelaku yang benar-benar tahu dan menguasai masalah, serta terlibat langsung dengan masalah penelitian. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, maka peneliti sangat erat kaitannya dengan faktor-faktor kontekstual, jadi dalam hal ini sampling diambil sebanyak mungkin informasi dari berbagai sumber. Maksud kedua dari informan adalah untuk mengali informasi yang menjadi dasar dan rancangan teori yang dibangun. Informan dalam penelitian ini adalah karyawan dan nasabah Bank Kerinci yang peneliti temui pada saat penelitian dilaksanakan.

Teknik dan Alat Pengumpulan Data

Wawancara/ Interview

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh kedua belah pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dari yang diwawancarai (*interviewee*) yang memberikan atas itu. Wawancara digunakan oleh peneliti untuk menilai keadaan seseorang. Dalam wawancara tersebut biasa dilakukan secara individu maupun dalam bentuk kelompok, sehingga didapat data informatik yang orientik. Interview yang penulis gunakan adalah jenis interview pendekatan yang menggunakan petunjuk umum, yaitu mengharuskan pewawancara membuat kerangka dan garis-garis besar atau pokok-pokok yang ditanyakan dalam proses wawawancara, penyusunan pokok-pokok ini dilakukan sebelum wawancara. Dalam hal ini pewawancara harus dapat menciptakan suasana yang

santai tetapi serius yang artinya bahwa interview dilakukan dengan sungguh-sungguh, tidak main-main tetapi tidak kaku.

Wawancara digunakan untuk mengungkapkan data tentang penerapan metode *Service Quality* (SERQUAL) untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Nasabah Bank Kerinci.

Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen, yang berarti barang tertulis. Metode dokumentasi berarti metode pengumpulan data melalui data-data yang sudah ada. Metode dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan buku, peraturan, surat, majalah, notulen, agenda dan sebagainya. Penulis melakukan studi kepustakaan, yaitu pengumpulan informasi berupa teori-teori maupun peraturan perundang-undangan yang berhubungan dengan metode *Service Quality* (SERQUAL) untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Nasabah yang akan digunakan sebagai acuan dalam pengumpulan, analisis, dan evaluasi informasi dan data di lapangan.

Analisis Data

Adapun tahapan-tahapan analisis data dalam penelitian ini sesuai dengan analisis data kualitatif model Miles dan Huberman (1992) dalam Sugiyono (2014:91), yaitu sebagai berikut:

1. Pengumpulan data

Pengumpulan data merupakan kegiatan mengumpulkan data di lapangan baik melalui wawancara dan dokumentasi. Data-data tersebut diperoleh dari sumber-sumber yang telah dipilih. Data yang dikumpulkan tersebut adalah data yang berkaitan dengan penelitian.

2. *Data Reduction* (reduksi data)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Kegiatan ini bertujuan untuk mempertegas, memperpendek, membuat fokus, membuang hal-hal yang penting yang muncul dari catatan dan pengumpulan data. Proses ini berlangsung terus menerus sampai laporan akhir penelitian selesai.

3. *Data Display* (penyajian data)

Penyajian data dalam penelitian kualitatif dimaksudkan untuk menemukan suatu makna dari kata-kata yang diperoleh, kemudian disusun secara sistematis dan logis dari bentuk informasi yang kompleks menjadi sederhana namun selektif sehingga bisa lebih mudah dipahami. Penyajian data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.

4. *Conclusion Drawing/verification* (Penarikan Kesimpulan)

Mengambil kesimpulan merupakan langkah analisis setelah pengolahan data. Kesimpulan yang diambil mungkin masih terasa kabur dan diragukan. Oleh karena itu, perlu dilakukan verifikasi kesimpulan tersebut dengan mencari data-data lain yang dapat mendukung kesimpulan tersebut serta mengecek ulang data-data yang telah diperoleh.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Untuk mengetahui penerapan metode *service quality* (Serqual) untuk meningkatkan kualitas pelayanan nasabah bank Kerinci saat ini, peneliti memilih menggunakan 5 dimensi kualitas pelayanan publik yang dikemukakan oleh Zeithaml dkk 1990 dalam Kurniawan (2008:46-47), yaitu *Tangibel* (Berwujud), *Reability* (Kehandalan), *Responsiviness* (Ketanggapan), *Assurance* (Jaminan), dan *Empaty* (Empati).

Berdasarkan hasil wawancara peneliti, ketika masuk kehalaman Bank Kerinci lokasinya bagus dan strategis, dimana lokasinya berada di pinggir jalan raya. Selain itu, tempat parkir yang cukup luas bagi nasabah membuat para nasabah dapat memarkirkan kendaraannya

dengan aman di halaman kantor Bank Kerinci. Kemudian ada juga pos security di halaman depan Bank Kerinci.

Masuk ke dalam Bank Kerinci tampilan yang ada di dalam cukup bagus. Dimana ruang pelayanan yang luas, banyaknya tempat duduk bagi para nasabah yang menunggu antrian untuk dilayani. Berdasarkan observasi di dalam Bank Kerinci ruangan pelayanan yang nyaman dan juga tersedianya AC untuk para nasabah yang menunggu antrian agar tidak kepanasan. Selain itu, di dalam ruangan pelayanan Bank Kerinci juga banyaknya hiasan-hiasan dinding yang semakin mempercantik ruangan pelayanan di Bank Kerinci.

Kemudahan pelayanan memang sudah terjadi pada para nasabah lama yang sudah tahu apa yang diperlukan bila mau meminta pelayanan, tapi untuk jenis-jenis pelayanan yang baru atau untuk nasabah yang baru terkadang masih belum tahu persyaratan yang dibutuhkan sehingga nasabah harus bolak-balik dalam memenuhi persyaratan tersebut. Selain itu kesulitan juga dialami oleh sebagian besar nasabah baru seperti kurangnya persyaratan dan salah tempat dalam meminta pelayanan.

Untuk kemudahan dalam proses pelayanan yang ada di Bank Kerinci itu terlihat dari adanya satpam yang berjaga dan selalu siap dalam memberi pengarahan kepada para pelanggan atau nasabah yang baru memasuki Bank Kerinci. Selain itu, satpam juga akan menanyakan keperluan nasabah dan mengarahkan nasabah ke tempat pelayanan yang dibutuhkan oleh nasabah tersebut.

Kemudahan akses pelayanan di Bank Kerinci saat ini terlihat dari satu loket *teller* dan satu *costumer service*. Loket *Teller* yang ada saat ini tergantung dari ramai atau tidaknya nasabah yang bertransaksi. Bank Kerinci yang merupakan Bank Perkreditan Rakyat (BPR) memang tidak terlalu banyak melayani nasabah yang melakukan transaksi seperti transaksi penarikan tunai, transaksi pembayaran tunai atau transfer. Bank Kerinci banyak melayani nasabah pada waktu tertentu yaitu ketika para nasabah ingin membayar angsuran kredit setiap bulannya.

Untuk kemudahan administrasi transaksi keuangan lainnya bank Kerinci juga memiliki beberapa karyawan yang telah memiliki fungsi dan tugas masing-masing, sehingga para nasabah menjadi mudah dalam melakukan transaksi di Bank Kerinci.

Dalam memberikan kepastian *assurance* pelayanan Bank Kerinci juga memberikan jaminan pada setiap pelanggan yang meminta pelayanan, seperti untuk tabungan SIMASKER (Simpanan Masyarakat Kerinci) untuk Setoran pertama hanya Rp 10.000 dan sudah bisa memiliki nomor rekening dan buku tabungan, Biaya administrasi hanya Rp 1.000 per bulan, Jasa/ bunga sampai 4% dan Simpanan/tabungan aman karena dijamin oleh lembaga penjamin simpanan (LPS).

Bank Kerinci merupakan penyedia jasa layanan keuangan. Selain menjadi mitra nasabah secara umum, Bank Kerinci juga merupakan Bank Perkreditan Rakyat yang penyediaan layanan kredit untuk masyarakat luas. Maka dari itu pengalamam menjadi jaminan pada nasabah untuk memilih pelayanan ke Bank Kerinci.

Jaminan legalitas pelayanan di Bank Kerinci itu setiap nasabah yang meminta pelayanan atau bertransaksi akan mendapatkan struk. Berdasarkan hasil observasi struk atau tanda terima ini di dapatkan setiap selesai melakukan transaksi pelayanan. Struk tersebut bisa dijadikan klaim oleh nasabah jika ada suatu pelayanan yang tidak sesuai dengan keinginan nasabah.

Selain itu, hasil wawancara juga menunjukkan sikap yang sopan dan ramah pegawai bank Kerinci sebagaimana budaya kerja yang dicanangkan oleh pihak bank Kerinci. Pelayanan publik yang ada di Bank Kerinci selalu melayani dan menghargai setiap nasabah yang meminta pelayanan baik ke *teller*, CS maupun pelayanan lainnya. Ini terlihat dari

pemberian pelayanan yang cepat dan tepat, selain itu setiap nasabah yang datang pasti akan dapat pelayanan.

Pembahasan

Dimensi *Tangibel* (Berwujud)

Kualitas pelayanan publik di Bank Kerinci ada dimensi *tangibel* berdasarkan data dari indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian bisa dikatakan baik karena dari indikator yang ada dalam dimensi *tangibel* ini hampir semuanya baik. Hal yang baik dalam dimensi ini antara lain kerapian pegawai Bank Kerinci, kemudahan proses pelayanan, kedisiplinan petugas, kemudahan akses dan penggunaan teknologi dalam pelayanan. Halaman parkir yang baik dan juga adanya pendingin ruangan (AC) yang baik dan berfungsi untuk nasabah dan ditambah dengan adanya pos security yang ada di samping halaman parkir yang akan menjaga keamanan nasabah dan juga keamanan kendaraan para nasabah bank Kerinci.

Dimensi *Realibility* (Kehandalan)

Rangkaian analisis kualitatif yang dilakukan terhadap dimensi *realibility* kualitas pelayanan publik di bank Kerinci baik. Karena indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini terpenuhi dengan sangat baik. Indikator tersebut antara lain kecermatan petugas dalam melayani nasabah di Bank Kerinci ini dimana sistem pelayanan di Bank Kerinci sudah menggunakan teknologi, standar pelayanan menggunakan *Serqual*, dan kemampuan dan keahlian petugas dalam mengoperasikan alat bantu pelayanan di Bank Kerinci tidak diragukan lagi. Dimana para karyawan bank yang masih muda dan minimal lulusan S1 yang direkrut oleh Bank Kerinci guna melayani nasabah. Sehingga kemampuan petugas untuk mengoperasikan dan menguasai teknologi dalam sistem pelayanan publik di Bank Kerinci sangat cepat.

Dimensi *Responsiviness* (Respon/ Ketanggapan)

Responsiiviness merupakan kesediaan dan kesadaran untuk merespon setiap pemohon pelayanan dengan cepat, tepat, cermat, dan merespon setiap keluhan yang disampaikan oleh pemohon pelayanan di Bank Kerinci. Dimensi *responsiviness* dalam penelitian ini ditentukan oleh indikator-indikator merespon setiap nasabah Bank Kerinci dengan cepat, tepat, cermat, tepat waktu dan merespon keluhan-keluhan nasabah Bank Kerinci.

Dimensi *Assurance* (Jaminan)

Assurance dalam sistem pelayanan publik di Bank Kerinci itu terlihat dari jam buka pelayanan yang terpampang di Bank Kerinci. Jam pelayanan ini menunjukkan bagaimana kepastian yang diberikan pada para nasabah Bank Kerinci guna meminta pelayanan. Selain itu jaminan biaya pelayanan yang ada dalam setiap pelanggan itu pasti karena sudah terintegrasi dengan sistem *online* yang digunakan dalam pelayanan yang ada di Bank Kerinci.

Dimensi *Emphaty* (Empati)

Pegawai Bank Kerinci melihat nasabah sebagai seorang pengguna yang mendukung dengan keberadaan Bank Kerinci dan harus mendapat pelayanan yang memuaskan. Hal ini terlihat dari prioritas pelayanan yang diberikan pada setiap nasabah yang sesuai dengan misi dari Bank Kerinci kepada para nasabah yang berkomitmen untuk menyediakan pelayanan yang tepat waktu dan bernilai baik. Sikap petugas pelayanan yang ada didepan loket (*teller*) atau CS pelayanan Bank Kerinci juga baik. Dimana setiap para pegawai memberi sapaan pada setiap para pelanggan dan menerima para nasabah dengan berdiri.

IV. SIMPULAN

Penerapan metode *service quality* (Serqual) untuk meningkatkan kualitas pelayanan nasabah bank Kerinci saat ini, peneliti memilih menggunakan 5 dimensi kualitas pelayanan

publik yang dikemukakan oleh Zeithaml dkk 1990 dalam Kurniawan (2008:46-47), yaitu *Tangibel* (Berwujud), *Reability* (Kehandalan), *Responsiviness* (Ketanggapan), *Assurance* (Jaminan), dan *Empaty* (Empati).

1. Pada dimensi *tangibel* mencakup hal-hal sebagai berikut: penampilan fisik dari aparatur, fasilitas, peralatan dan sarana pada Bank Kerinci yang dimanfaatkan dalam pelaksanaan pelayanan publik kepada seluruh pelanggan Bank Kerinci. Dimensi *tangibel* ditentukan oleh indikator-indikator yaitu penampilan aparatur saat melaksanakan tugas pelayanan, kenyamanan sarana pelayanan, kemudahan persyaratan pelayanan, kedisiplinana petugas jaga loket pelayanan, kemudahan akses jangkauan ke lokasi Bank Kerinci, dan penggunaan alat bantu komputer dalam melakukan pelayanan kepada para nasabah. Banyak faktor yang bisa menyebabkan dimensi *tangibel* pada layanan di Bank Kerinci ini baik.
2. Dimensi *Realibility* merupakan kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan secara cermat, sesuai standar, kemampuan dan keahlian penggunaan alat bantu dalam pelayanan publik yang dilakukan oleh Bank Kerinci. Dimensi *realibility* ditentukan oleh indikator-indikator kecermatan, standar pelayanan, kemampuan menggunakan alat bantu, dan keahlian menggunakan alat bantu. Pada dimensi *realibility* menunjukkan hasil yang baik juga. Dalam dimensi ini memiliki 2 hal penting yakni pertama, kemampuan produsen untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan dan kemampuan produsen untuk memberikan pelayanan secara akurat atau tanpa kesalahan. Hal tersebut tak akan ada gunanya tanpa di dukung oleh sarana dan prasaran yang memadai dan juga sumber daya manusia yang kompeten.
3. Dimensi *Responsiviness* merupakan kesediaan dan kesadaran untuk merespon setiap pemohon pelayanan dengan cepat, tepat, cermat, dan merespon setiap keluhan yang disampaikan oleh pemohon pelayanan di Bank Kerinci. Dimensi *responsiviness* dalam penelitian ini ditentukan oleh indikator-indikator merespon setiap nasabah Bank Kerinci dengan cepat, tepat, cermat, tepat waktu dan merespon keluhan-keluhan nasabah Bank Kerinci. Pegawai Bank Kerinci yang memberikan sapaan pada setiap nasabah merupakan hal baik dalam sistem pelayanan publik. Sapaan itu dapat membuat para setiap nasabah itu merasa lebih dihargai oleh pegawai Bank Kerinci. Kemampuan yang dimiliki oleh para pegawai Bank Kerinci yang berada di depan guna melayani nasabah mempunyai keperluan di Bank Kerinci.
4. Dimensi *Assurance* merupakan kemampuan aparatur dalam memberikan jaminan, jaminan dari segi ketepatan waktu, biaya, legalitas, serta kepastian biaya dalam proses pelayanan publik di Bank Kerinci. Dimensi *assurance* ini ditentukan oleh indikator-indikator; yaitu jaminan tepat waktu, jaminan biaya, jaminan legalitas, dan jaminan kepastian biaya dalam pelayanan di Bank Kerinci. *Assurance* dalam sistem pelayanan publik di Bank Kerinci itu terlihat dari jam buka pelayanan yang terpampang di Bank Kerinci. Jam pelayanan ini menunjukkan bagaimana kepastian yang diberikan pada para nasabah Bank Kerinci guna meminta pelayanan. Selain itu jaminan biaya pelayanan yang ada dalam setiap pelanggan itu pasti karena sudah terintegrasi dengan sistem *online* yang digunakan dalam pelayanan yang ada di Bank Kerinci.
5. *Empathy* yaitu perhatian yang diberikan kepada nasabah pelayanan publik di Bank Kerinci. Kesediaan mendahulukan kepentingan pemohon pelayanan di Bank Kerinci, sikap ramah, sopan, santun, tidak diskriminatif, dan sangat menghargai setiap pemohon pelayanan di Bank Kerinci. Dimensi *emphaty* ditentukan oleh indikator-indikator: mendahulukan kepentingan nasabah, sikap pelayanan yang ramah, sopan, santun dan tidak diskriminatif (membeda-bedakan). Dalam pandangan nasabah, sikap karyawan

bank yang memberikan perhatian dengan menjalin hubungan secara interaktif (terus menerus) kepada nasabah membuat nasabah merasa lebih dihargai dan merasakan adanya kedekatan antara nasabah dengan karyawan bank. Sikap empati ini memperlihatkan bahwa perusahaan memandang nasabah bukan hanya sebagai bagian dari pencarian atau perolehan keuntungan perusahaan saja

V. UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas limpahan karunia-Nya. Shalawat dan salam disampaikan kepada Nabi Muhammad SAW. *rahmatan lil alamin*.

Berkat taufik dan hidayah-Nyalah penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Peranan Kepemimpinan Perempuan Dalam Jabatan Publik Pada Kantor Sekretariat Daerah Kabupaten Kerinci” sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan perkuliahan Program Strata Satu (S1) dan untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Publik (S.AP) pada Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Nusantara Sakti (STIA – NUSA) Sungai Penuh pada Program Studi Ilmu Administrasi Negara.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsini. 2010. *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktik)*. Jakarta : PT Rineka Cipta
- Badudu, J.S dan Sultan Muhammad Zein, *Kamus Bahasa Indonesia*
- Boediono, B. 2003. *Pelayanan Prima Perpajakan*, Jakarta: Rineka Cipta
- Firdian, Endy et al. 2012. *Aplikasi Metode Servqual dan Six Sigma Dalam Menganalisis Kualitas Layanan PT. PLN (Persero) Unit Pelayanan Jaringan (UPJ) Dinoyo Malang*. Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Rekayasa Volume 13 Nomor 3
- Gasperz, V. 2007, *Lean Six Sigma for Manufacturing and Service Industries*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kasmir. 2008. *Dasar-Dasar Perbankan*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Kotler, P. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks Gramedia.
- Kotler, P. 2005. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Kurniawan. 2008. *Kecepatan Waktu Pelayanan Rumah Sakit Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pasien*. [KTI]. Kediri : STIKes RS Baptis Kediri
- Lukman, Dendawijaya. 2000. *Manajemen Perbankan*. Ghalia Indonesia : Jakarta
- Moenir. 2002. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Moleong, Lexy J. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Nasution 2004. *Manajemen Jasa Terpadu*. Jakarta : Ghalia Jakarta Indonesia
- Pardede.2004. *Likuidasi Bank dan Perlindungan Nasabah*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta
- Poerwadarminta. 2007. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Suratno, Putro. 2006. Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi, Pendapatan Asli Daerah dan Dana Alokasi Umum terhadap Pengalokasian Anggaran Belanja Modal (study kasus kab/kota di provinsi Jawa tengah). *Sustainable Development*. Vol. 4 No. 3. Juni 2013

- Todaro M.P dan Smith, S. C. 2006. *Pembangunan Ekonomi* (alih bahasa: Haris Munandar: Puji AL). Jakarta: Erlangga
- Todaro M.P.,2000. *Pembangunan Ekonomi di Dunia Ketiga* (H.Munandar, Trans. Edisi Ketujuh ed.). Jakarta : Erlangga.
- Tjiptono, Fandy. dan Chandra, Gregorius., 2011, *Service Quality & Satisfaction*, Edisi 2, ANDI, Yogyakarta.
- Triguno, 1997. *Budaya Kerja, Menciptakan Lingkungan yang Kondusif untuk Meningkatkan Produktivitas Kerja*. Jakarta: Golden Teravon Press.
- Wahab. 1990. *Analisis Kebijakan Negara*. Rineka Cipta. Jakarta
- Yamit, Z. 2011. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Yogyakarta: Ekonisia Fakultas Ekonomi UII.
- Yuniar, et al. 2014. *Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Paket Berdasarkan Hasil Pengukuran Menggunakan Metode Service Quality (Servqual) Di PT.X*. Jurnal Online Institut Teknologi Nasional Reka Integra ISSN: 2338-5081
- Zeithaml, V.A., Parasuraman, A. dan Berry, L.L., 1990, *Delivering Quality Service*, New York