

# Visionist

Volume 7, Nomor 1 – Maret 2018

PENGARUH KOMPETENSI KERJA DAN MOTIVASI TERHADAP KINERJA PEGAWAI PADA PT. KERETA API INDONESIA (PERSERO) DIVISI REGIONAL IV TANJUNG KARANG  
 ..... **Achmad Husmardi, Defrizal dan Habiburahman** 1 – 13

PENGARUH KOMPETENSI DAN MOTIVASI KERJA TERHADAP EFEKTIVITAS KERJA KARYAWAN PADA PT HOME CREDIT INDONESIA CABANG LAMPUNG  
 ..... **Ariananda Desmaria, Iskandar Ali Alam dan M. Oktaviannur** 14 – 19

PENGARUH DISIPLIN DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KINERJA PEGAWAI DINAS PERKEBUNAN KABUPATEN WAY KANAN  
 ..... **Arif Rahman, Andala Rama Putra Barusman dan Iskandar Ali Alam** 20 – 26

PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN, MOTIVASI DAN DISIPLIN TERHADAP KINERJA PEGAWAI PADA DINAS SOSIAL KABUPATEN TULANG BAWANG  
 ..... **Muhammad Agung Syaputra, Marzuki Noor dan Iskandar Ali Alam** 27 – 35

PENGARUH KOMUNIKASI DAN FASILITAS KERJA TERHADAP SEMANGAT KERJA PEGAWAI PADA DINAS PENGAIRAN DAN PEMUKIMAN PROVINSI LAMPUNG  
 ..... **Sazli, Khomsahrial. R dan Zaidirina<sup>3</sup>** 36 – 46

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN PEMOHON PASPOR DI KANTOR IMIGRASI KELAS III NON TEMPAT PEMERIKSAAN IMIGRASI (TPI ) KALIANDA  
 ..... **Sri Vesvaningsih, Andala Rama Putra B dan Zaidirina** 47 – 53

ANALISIS IMPLEMENTASI STRATEGI PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR TEKNOLOGI BLUE CORE DI BANDAR LAMPUNG  
 ..... **Yayan Fitri, M. Yusuf S. Barusman dan Zaidirina** 54 – 62

STUDI KUALITATIF LOYALITAS NASABAH BANK EKONOMI RAHARJA Tbk BANDAR LAMPUNG  
 ..... **Yeni Hermawanto, M Yusuf S Barusman dan Iskandar Ali Alam** 63 – 73

|                               |          |         |                   |                              |                     |
|-------------------------------|----------|---------|-------------------|------------------------------|---------------------|
| Jurnal Manajemen<br>Visionist | Volume 7 | Nomor 1 | Halaman<br>1 – 73 | Bandar Lampung<br>Maret 2018 | ISSN<br>1411 – 4186 |
|-------------------------------|----------|---------|-------------------|------------------------------|---------------------|

ISSN 1411 – 4186

*Jurnal Manajemen*  
**Visionist**

Volume 7, Nomor 1 - Maret 2018

**DEWAN PENYUNTING**

**Penyunting Ahli**

Sudarsono (Ketua) Sri  
Utami Kuntjoro Sinung  
Hendratno Agus  
Wahyudi Abdul Basit

**Penyunting Pelaksana**

Budhi Waskito  
Ardansyah  
Eka Kusmayadi  
Zainal Abidin

Alamat:  
Jl. Z.A. Pagar Alam No. 89, Bandar Lampung Tel. 0721-  
789825; Fax. 0721 - 770261  
Email: [visionist@ubl.ac.id](mailto:visionist@ubl.ac.id)

Diterbitkan oleh:

Program Studi Manajemen (S2)  
Program Pascasarjana Universitas Bandar Lampung

# STUDI KUALITATIF LOYALITAS NASABAH BANK EKONOMI RAHARJA Tbk BANDAR LAMPUNG

Yeni Hermawanto<sup>1</sup>, M Yusuf S Barusman<sup>2</sup>, Iskandar Ali Alam<sup>3</sup>  
Universitas Bandar Lampung

## Abstrak

*Pada Penelitian ini penulis menganalisis tentang loyalitas nasabah Bank Ekonomi Raharja Tbk Bandar Lampung. Penelitian ini terfokus pada kualitas pelayanan serta Keunggulan produk Bank Ekonomi yang merupakan indikator dalam terbentuknya suatu loyalitas nasabah Bank Ekonomi Raharja Tbk Bandar Lampung.*

*Pada Penelitian ini, Loyalitas nasabah Bank Ekonomi terbentuk oleh kualitas pelayanan dan keunggulan produk. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada nasabah Bank Ekonomi mengenai kualitas pelayanan dan keunggulan produk menghasilkan loyalitas yang terdapat beberapa tingkatan loyalitas pelanggan berturut-turut dimulai dari tingkatan yang paling rendah sampai paling tinggi. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan, dan keunggulan produk terhadap loyalitas nasabah Bank Ekonomi Raharja Tbk Bandar Lampung. Untuk Mendukung Penelitian ini metode yang digunakan penulis adalah deskriptif kualitatif.*

*Disimpulkan bahwa tingkatan loyalitas nasabah Bank Ekonomi dimulai dari paling rendah sampai yang paling tinggi. Nasabah Susanti Gunawan termasuk dalam tingkatan committed buyer yaitu yang setia dan mempunyai kebanggaan dalam menemukan dan menjadi pelanggan dari suatu merek. diimpilkasikan pada Bank Ekonomi lebih meningkatkan kualitas pelayanan serta lebih meningkatkan lagi keunggulan produk agar lebih dapat membangun loyalitas nasabah Bank Ekonomi Raharja Tbk Bandar Lampung.*

**Kata Kunci :** *Kualitatif, Kualitas Pelayanan, Keunggulan Produk.*

## Pendahuluan

Kualitas pelayanan akan dihasilkan oleh operasi yang dilakukan perusahaan dan keberhasilan proses operasi perusahaan itu ditentukan oleh banyak faktor antara lain faktor karyawan, sistem dan teknologi (Tjiptono,2000). Opini diatas diperkuat dengan pernyataan Handi Irawan D. (2008) dalam artikelnya yang berjudul Driver-driver. Yang mengatakan kualitas pelayanan sangat tergantung pada tiga hal, yaitu sistem dan teknologi serta faktor manusia. Dewasa ini diyakini bahwa kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan kepuasan kepada pelanggan. Kepuasan nasabah akan terpenuhi apabila mereka memperoleh apa yang mereka inginkan, terutama dari segi kualitas pelayanan yang mereka dapatkan. Kepuasan yang dirasakan nasabah terhadap sebuah jasa yang mereka gunakan akan membawa efek positif terhadap kelangsungan sebuah perusahaan. Sesuai dengan hasil penelitian Montfort, Masurel dan Rijn (2000) bahwa kepuasan nasabah merupakan elemen penting pada lembaga keuangan. Oleh sebab itu lembaga perbankan dituntut untuk meningkatkan citra yang baik dimata pelanggan sehingga tidak ditinggalkan oleh pelanggannya.

Salah satu bidang usaha yang merasakan dampak perkembangan ekonomi global adalah sektor perbankan. Bank Ekonomi Raharja Bandar Lampung sebagai salah satu kantor cabang yang ada juga menghadapi persaingan dengan mulai berkembangnya daerah operasional bank-bank di Bandar Lampung, seperti Bank Lampung, Bank BCA, Bank Mega, Bank Niaga, Bank BNI, Bank Mandiri, Bank Danamon, Bank BRI, Bank Panin, Bank Oetomo, Bank Muamalat (Bank Indonesia, 2012).

Semakin banyaknya bank yang beroperasi di Bandar Lampung menjadikan masyarakat lebih selektif dalam menilai dan memilih jasa perbankan yang akan mereka gunakan. Hal tersebut menjadikan masing-masing lembaga keuangan berlomba guna memenangkan persaingan. Loyalitas nasabah harus tetap dipertahankan dengan strategi membangun citra yang baik dalam pemenuhan kebutuhan dan kepuasan para nasabah.

Manfaat-manfaat yang diharapkan dari dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Hasil/ temuan dari penelitian ini yang dilakukan dapat memberikan masukan kepada pihak Manajemen Bank Ekonomi Raharja Tbk Bandar Lampung mengenai kualitas pelayanan, dan keunggulan produk terhadap loyalitas nasabah Bank Ekonomi Raharja Tbk Bandar Lampung, menjadi dasar untuk

menyempurnakan dan perbaikan kekurangan yang ada serta mempertahankan apa yang sudah dinilai baik.

- b) Penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi masukan bagi perusahaan lain yang sudah maupun akan meningkatkan kualitas pelayanan, dan keunggulan produk dengan tujuan meningkatkan loyalitas nasabah.
- c) Memberi bukti empiris mengenai kualitas pelayanan, dan keunggulan produk dapat membangun loyalitas nasabah Bank Ekonomi Raharja Tbk Bandar Lampung.

### *Loyalitas Pelanggan*

Menurut Kotler, Bowen dan Makens (2001), Barusman & Riorini (2012), loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai besarnya kemungkinan pelanggan membeli kembali dan kesediaan mereka untuk menjadi partner bagi perusahaan. Menjadi partner berarti bersedia membeli produk atau jasa dalam jumlah yang lebih banyak, memberikan rekomendasi positif serta bersedia menginformasikan kepada pihak perusahaan apabila terjadi kesalahan dalam operasional pelayanan.

Griffin (2003), Iskandar & Effendi (2013), menyatakan bahwa terdapat dua faktor penting yang memungkinkan loyalitas pelanggan dapat dibangun dan berkembang. Faktor pertama adalah ikatan emosional yang dimiliki pelanggan terhadap produk atau jasa perusahaan harus lebih besar daripada ikatan emosional mereka terhadap jasa pesaing perusahaan tersebut. Sedangkan faktor kedua adalah adanya pembelian berulang yang dilakukan oleh pelanggan.

Shoemaker dan Lewis (dikutip oleh Wijaya dan Thio 2007) mendefinisikan program loyalitas pelanggan (*loyalty programs*) sebagai program yang ditawarkan kepada pelanggan yang bertujuan untuk membangun ikatan emosional terhadap perusahaan atau merek perusahaan. Senada dengan pengertian di atas, Butscher menyatakan bahwa tujuan utama dari program loyalitas pelanggan adalah untuk membangun hubungan dengan pelanggan sehingga mereka menjadi pelanggan setia perusahaan dalam jangka panjang. Terdapat berbagai nama yang berbeda mengenai program loyalitas pelanggan meskipun secara mendasar manfaat yang ditawarkan hampir sama. Sebagai contoh, di bisnis perhotelan, program-program loyalitas pelanggan lebih dikenal dengan nama *Guest Frequent Program*, sementara di bisnis penerbangan lebih sering disebut sebagai *Frequent Flyer Program*. Di industri lain seperti ritel, ada yang menyebut program loyalitas pelanggan dengan nama *Bonus Program*, *Customer Club*, *Customer Card*, *Membership Card*, *Fly Buys* dan sebagainya.

### *Kualitas Pelayanan*

Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh (Zeithaml, 1998). Kualitas pelayanan terutama untuk sektor jasa selalu diidentikkan dengan mutu usaha itu sendiri. Semakin baik dan memuaskan tingkat pelayanannya maka akan semakin bermutu usahanya tersebut begitu pula sebaliknya. Sehingga usaha untuk meningkatkan pelayanan selalu dilakukan agar dapat memaksimalkan kualitas jasa.

Kotler (1997) menyatakan bahwa kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan, dimana persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu pelayanan. Adapun lima dimensi kualitas pelayanan yang diidentifikasi oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1988) meliputi :

1. Keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.
2. Responsif (*responsiveness*) yaitu kemampuan membantu pelanggan dan memberikan layanan jasa dengan cepat.
3. Keyakinan (*assurance*) yaitu pengetahuan dan kemampuan untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan.
4. Empati (*emphaty*) yaitu syarat untuk peduli, memberikan perhatian pribadi bagi pelanggan.
5. Berwujud (*tangible*) yaitu penampilan fisik, peralatan, personil dan media komunikasi.

Kualitas pelayanan sangat penting dalam bisnis perbankan. Bank-bank semakin bersaing dalam merebut *customer based* dengan mengandalkan kualitas pelayanan. Selain menawarkan berbagai macam produk, perbaikan di sisi teknologi informasi, sisi pelayanan fisik lainnya, sisi pelayanan non fisik, dan beragam hal yang berbau pelayanan prima dimaksudkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Semua itu disiapkan untuk memenuhi kebutuhan nasabah dan akhirnya diharapkan mampu menjaring dana masyarakat. Pelayanan harus dilakukan terus menerus tanpa henti, karena bank itu bekerja berdasarkan prinsip kepercayaan, sehingga value itu menjadi penting. *Value* terbaik bisa membuat nasabah puas dan pada akhirnya nasabah menjadi loyal (Infobank, Maret 2003).

### *Keunggulan Produk*

Produk didefinisikan sebagai sesuatu yang dapat ditawarkan ke dalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai dan dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan (Kotler, 1992). Sebuah produk adalah

segala sesuatu yang memiliki nilai di pasarsasaran (target market) dimana kemampuannya memberikan manfaat dan kepuasan. Setiap konsumen pasti akan menyukai produk dengan kualitas, kinerja, dan pelengkap inovatif terbaik.

Berdasarkan tingkatan (level) produk dapat dibagi menjadi lima tingkatan, yaitu: (Kotler, 1994)

1. Produk inti, yang menawarkan manfaat atau kegunaan utama yang dibutuhkan pelanggan.
2. Produk generik, yang mencerminkan versi dasar (fungsional) dari suatu produk.
3. Produk yang diharapkan, yaitu sekumpulan atribut dan kondisi yang diharapkan pelanggan saat membeli.
4. Produk tambahan, yaitu memberikan jasa dan manfaat tambahan sehingga membedakan penawaran perusahaan dan penawaran perusahaan pesaing.
5. Produk potensial, yaitu segala tambahan dan transformasi pada produk yang mungkin dilakukan di masa yang akan datang.

Perusahaan yang ingin memiliki produk yang kompetitif harus berorientasi pada teknologi (Gatignon & Xuereb, 1997). Menurut Hausser dan Urban (1998), Penolakan atau kegagalan suatu produk adalah karena produk tersebut tidak mengikuti perkembangan teknologi sehingga strategi yang perlu dikembangkan perusahaan adalah strategi yang bersifat proaktif. Strategi proaktif dalam pengembangan produk baru dan kebijakan terhadap pasar atau pelanggan. Kebijaksanaan tersebut dapat dikonsentrasikan pada teknologi dalam penelitian dan pengembangan, pelanggan, dalam hal ini harapan dan keinginan pelanggan, atau kedua-duanya.

Sedangkan Allen dan Hamilton (dalam Craven, 1996) yang melakukan penelitian lebih dari 700 perusahaan Amerika dengan 13.000 produk baru, mengemukakan bahwa faktor-faktor penentu dari keberhasilan produk baru adalah kesesuaian produk dengan kemampuan fungsional internal perusahaan, keunggulan teknologi produk, dukungan manajemen jenjang atas, proses penggunaan produk baru, serta struktur organisasi produk baru.

## Metodologi

### *Jenis Penelitian*

Penelitian ini menggunakan penelitian pendekatan kualitatif. Menurut Poerwandari (1998), Batusman & Setiawan (2014), penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan dan mengolah data yang sifatnya deskriptif, seperti transkripsi wawancara, catatan lapangan, gambar, foto rekaman video dan lain-lain. Dalam penelitian kualitatif perlu menekankan pada pentingnya kedekatan dengan orang-orang dan situasi penelitian, agar peneliti memperoleh pemahaman jelas tentang realitas dan kondisi kehidupan nyata.

### *Sumber Data*

Sumber data dalam penelitian ini didapatkan dari data primer dan data sekunder, yaitu sebagai berikut:

1. Data primer  
Data primer yaitu data yang dikumpulkan langsung dari responden dengan menggunakan metode wawancara.
2. Data sekunder  
Data sekunder yaitu data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung dengan menggunakan metode observasi.

### *Tahapan Penelitian*

Dalam penelitian terdapat dua tahap penelitian, yaitu :

1. Tahap Persiapan Penelitian

Pertama peneliti membuat pedoman wawancara yang disusun berdasarkan dimensi kebermaknaan hidup sesuai dengan permasalahan yang dihadapi subjek. Pedoman wawancara ini berisi pertanyaan-pertanyaan mendasar yang nantinya akan berkembang dalam wawancara. Pedoman wawancara yang telah disusun, ditunjukkan kepada yang lebih ahli dalam hal ini adalah pembimbing penelitian untuk mendapat masukan mengenai isi pedoman wawancara. Setelah mendapat masukan dan koreksi dari pembimbing, peneliti membuat perbaikan terhadap pedoman wawancara dan mempersiapkan diri untuk melakukan wawancara. Tahap persiapan selanjutnya adalah peneliti membuat pedoman observasi yang disusun berdasarkan hasil observasi terhadap perilaku subjek selama wawancara dan observasi terhadap lingkungan atau setting wawancara, serta pengaruhnya terhadap perilaku subjek dan pencatatan langsung yang dilakukan pada saat peneliti melakukan observasi. Namun apabila tidak memungkinkan maka peneliti sesegera mungkin mencatatnya setelah wawancara selesai.

Peneliti selanjutnya mencari subjek yang sesuai dengan karakteristik subjek penelitian. Untuk itu sebelum wawancara dilaksanakan peneliti bertanya kepada subjek tentang kesiapannya untuk diwawancarai. Setelah subjek bersedia untuk diwawancarai, peneliti membuat kesepakatan dengan subjek tersebut mengenai waktu dan tempat untuk melakukan wawancara.

## 2. Tahap pelaksanaan penelitian

Peneliti membuat kesepakatan dengan subjek mengenai waktu dan tempat untuk melakukan wawancara berdasarkan pedoman yang dibuat. Setelah wawancara dilakukan, peneliti memindahkan hasil rekaman berdasarkan wawancara dalam bentuk verbatim tertulis. Selanjutnya peneliti melakukan analisis data dan interpretasi data sesuai dengan langkah-langkah yang dijabarkan pada bagian metode analisis data di akhir bab ini. Setelah itu, peneliti membuat dinamika psikologis dan kesimpulan yang dilakukan, peneliti memberikan saran-saran untuk penelitian selanjutnya.

### *Teknik Pengumpulan Data*

1. Wawancara, wawancara adalah metode pengambilan data dengan cara menanyakan sesuatu kepada seseorang responden, caranya adalah dengan bercakap-cakap secara tatap muka. Pada penelitian ini wawancara akan dilakukan dengan menggunakan pedoman wawancara. (Prabowo, 1996).
2. Observasi, Dalam penelitian ini observasi dibutuhkan untuk dapat memahami proses terjadinya wawancara dan hasil wawancara dapat dipahami dalam konteksnya.

### *Teknik Analisis Data*

#### 1. Mengorganisasikan Data

Peneliti mendapatkan data langsung dari subjek melalui wawancara mendalam (*indepth interview*), dimana data tersebut direkam dengan tape recorder dibantu alat tulis lainnya. Kemudian dibuatkan transkripnya dengan mengubah hasil wawancara dari bentuk rekaman menjadi bentuk tertulis secara verbatim. Data yang telah didapat dibaca berulang-ulang agar penulis mengerti benar data atau hasil yang telah di dapatkan.

#### 2. Pengelompokan berdasarkan Kategori, Tema dan pola jawaban

Pada tahap ini dibutuhkan pengertian yang mendalam terhadap data, perhatian yang penuh dan keterbukaan terhadap hal-hal yang muncul di luar apa yang ingin digali. Berdasarkan kerangka teori dan pedoman wawancara, peneliti menyusun sebuah kerangka awal analisis sebagai acuan dan pedoman dalam melakukan *coding*. Dengan pedoman ini, peneliti kemudian kembali membaca transkrip wawancara dan melakukan *coding*, melakukan pemilihan data yang relevan dengan pokok pembicaraan. Data yang relevan diberi kode dan penjelasan singkat, kemudian dikelompokkan atau dikategorikan berdasarkan kerangka analisis yang telah dibuat.

#### 3. Menguji Asumsi atau Permasalahan yang ada terhadap Data

Setelah kategori pola data tergambar dengan jelas, peneliti menguji data tersebut terhadap asumsi yang dikembangkan dalam penelitian ini. Pada tahap ini kategori yang telah didapat melalui analisis ditinjau kembali berdasarkan landasan teori yang telah dijabarkan dalam bab II, sehingga dapat dicocokkan apakah ada kesamaan antara landasan teoritis dengan hasil yang dicapai. Walaupun penelitian ini tidak memiliki hipotesis tertentu, namun dari landasan teori dapat dibuat asumsi-asumsi mengenai hubungan antara konsep-konsep dan faktor-faktor yang ada.

#### 4. Mencari Alternatif Penjelasan bagi Data

Setelah kaitan antara kategori dan pola data dengan asumsi terwujud, peneliti masuk ke dalam tahap penjelasan. Dan berdasarkan kesimpulan yang telah didapat dari kaitannya tersebut, penulis merasa perlu mencari suatu alternative penjelasan lain tetnag kesimpulan yang telah didapat. Sebab dalam penelitian kualitatif memang selalu ada alternative penjelasan yang lain. Dari hasil analisis, ada kemungkinan terdapat hal-hal yang menyimpang dari asumsi atau tidak terfikir sebelumnya. Pada tahap ini akan dijelaskan dengan alternative lain melalui referensi atau teori-teori lain. Alternatif ini akan sangat berguna pada bagian pembahasan, kesimpulan dan saran.

#### 5. Menulis Hasil Penelitian

Penulisan data subjek yang telah berhasil dikumpulkan merupakan suatu hal yang membantu penulis untuk memeriksa kembali apakah kesimpulan yang dibuat telah selesai. Dalam penelitian ini, penulisan yang dipakaialadalah presentase data yang didapat yaitu, penulisan data-data hasil penelitian berdasarkan wawancara mendalam dan observasi dengan subjek dan significant other. Proses dimulai dari data-data yang diperoleh dari subjek dan significant other, dibaca berulang kali sehingga penulis mengerti benar permasalahannya, kemudian dianalisis, sehingga didapat gambaran mengenai penghayatan pengalaman dari subjek. Selanjutnya dilakukan interpretasi secara keseluruhan, dimana di dalamnya mencakup keseluruhan kesimpulan dari hasil penelitian.

## **Hasil dan Pembahasan**

Pada bab ini peneliti akan membahas penelitian mengenai loyalitas nasabah Bank Ekonomi Raharja Tbk Bandar Lampung dengan pendekatan kualitatif. Data-data yang peneliti gunakan untuk menganalisis merupakan data yang berasal dari pengamatan ke lapangan serta wawancara dengan subyek penelitian yang terpilih yang

terkait dengan Bank Ekonomi Raharja Tbk Bandar Lampung. Sementara untuk data pendukung lainnya diperoleh melalui studi literatur dan data sekunder.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, dapat diperoleh informasi empirik mengenai situasi yang sebenarnya terjadi di lapangan, Informasi tersebut selanjutnya dianalisis dan diverifikasi kebenarannya untuk diinterpretasikan guna menjawab pertanyaan penelitian. Langkah selanjutnya adalah merumuskan jawaban akhir terhadap masalah penelitian sesuai kebenaran empirik hasil penelitian yang diintegrasikan dengan kerangka berfikir peneliti.

### *Bank Ekonomi Raharja Tbk Bandar Lampung*

Berdasarkan Peraturan Bank Indonesia No.9/7/PBI/2007, adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Jasa yang diberikan oleh bank umum bersifat umum, artinya dapat memberikan seluruh jasa perbankan yang ada.

Bank Ekonomi adalah perusahaan publik yang telah mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia. Sejak 22 Mei 2009, Bank Ekonomi menjadi bagian dari grup institusi keuangan internasional, HSBC Holdings Plc., melalui anak perusahaannya, HSBC Asia Pacific Holdings (UK) Limited. Grup HSBC mengambil alih 88,89% saham Bank Ekonomi dan kemudian melalui penawaran tender, kepemilikannya meningkat menjadi 98,96%. Grup HSBC sendiri memiliki lebih dari 7200 kantor di 85 negara dan teritori dengan total aset US\$2.556 miliar (tertanggal 31 Desember 2011), menjadikannya sebagai salah satu institusi perbankan dan layanan keuangan internasional terbesar di dunia. Sampai 31 Maret 2012, Bank Ekonomi memiliki lebih dari 2.500 karyawan, yang tersebar di 97 kantor di 28 kota di berbagai wilayah Indonesia, yaitu: Jakarta, Bekasi, Tangerang, Bogor, Bandung, Cirebon, Semarang, Solo, Kudus, Yogyakarta, Surabaya, Sidoarjo, Malang, Denpasar, Medan, Rantau Prapat, Batam, Jambi, Pekanbaru, Palembang, Pangkal Pinang, Bandar Lampung, Makassar, Manado, Banjarmasin, Balikpapan, Samarinda dan Pontianak. Bank Ekonomi yang memfokuskan usaha perbankannya pada segmen usaha kecil dan menengah, menyediakan 107 ATM yang bergabung dalam jaringan Prima dan ATM Bersama yang terhubung ke lebih dari 22.000 ATM dari bank lainnya di seluruh Indonesia.

#### 1. Strategi bank Ekonomi Raharja untuk meningkatkan kualitas pelayanan

##### a. Petugas *Customer Service* memberikan penjelasan secara simpatik

Strategi untuk meningkatkan kemampuan *Customer Service* terdapat dilakukan, setidaknya ada tiga hal. Pertama, kemampuan mengidentifikasi kebutuhan nasabah, yaitu melayani nasabah dengan melakukan wawancara mendalam untuk menggali dan menemukan kebutuhan nasabah. Kedua, pemahaman (*product knowledge*) yang baik terhadap produk-produk Bank Ekonomi Raharja. Harapannya, dengan pengetahuan produk yang baik, *Customer Service* mampu memberikan informasi lengkap dan detil tentang produk Bank Ekonomi Raharja. Ketiga, mampu merayu nasabah untuk meningkatkan saldo tabungannya dan juga mencoba produk-produk lainnya.

##### b. Petugas *marketing* memberikan perhatian

Setiap nasabah memerlukan perhatian, perhatian yang khusus secara interpersonal akan diberikan khususnya untuk nasabah-nasabah prioritas, serta untuk nasabah yang memerlukan penjelasan lebih mendalam tentang produk Ekonomi, diharapkan dengan pendekatan marketing secara personal, Bank Ekonomi Raharja dapat memperhatikan kebutuhan nasabah secara spesifik sehingga nasabah akan loyal.

##### c. Petugas berpenampilan menarik

Penampilan petugas yang menarik akan memperkuat kualitas pelayanan secara keseluruhan. Hal ini didasarkan karena petugas, sebagai bagian terdepan dari sistem pelayanan terhadap nasabah merupakan bagian yang sangat penting dalam mempengaruhi sikap nasabah terhadap image perusahaan.

##### d. Petugas *teller* melayani dengan cepat

*Teller* sebagai bagian dari pelayanan terhadap nasabah merupakan bagian yang cukup penting. Kemampuan *teller* dalam melayani nasabah dengan cepat akan menjadikan keunggulan bagi perusahaan. Bank Ekonomi Raharja selalu menekankan agar *teller* dapat melayani secara baik, dengan integritas tinggi, dengan prinsip kehati-hatian karena menyangkut dana dari nasabah.

##### e. Petugas memahami produk dengan baik

Strategi yang dilakukan untuk meningkatkan pemahaman seluruh karyawan Bank Ekonomi Raharja terhadap produk-produk Tabungan Bank Ekonomi Raharja dengan dilakukan training, *teleconference* untuk peluncuran produk baru, serta brosur dan modul-modul pendukung, agar seluruh karyawan dapat memahami produk sehingga dapat memasarkan produk tabungan Bank Ekonomi Raharja setidaknya ke teman teman terdekat dan keluarga. Dengan demikian diharapkan dapat meningkatkan *performance* tabungan Bank Ekonomi Raharja.

##### f. Satpam memberikan pelayanan dengan ramah

Satpam juga tidak kalah memiliki peranan yang penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan Bank Ekonomi Raharja. Peranan Satpam sebagai *doorman* membantu dan membimbing nasabah pada saat mereka mulai masuk ke *Banking Hall*. Pelayanan yang diberikan Satpam membantu mempermudah nasabah untuk

mendapatkan yang mereka inginkan mulai dari mengambil nomor antrian, mengambil formulir transaksi yang sesuai, mengarahkan nasabah ke *teller* atau *customer service*.

g. Ruang tunggu nyaman

Ruang tunggu yang nyaman juga berperan dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Dengan adanya ruang tunggu yang nyaman nasabah akan merasa dilayani dengan baik, sehingga akan mempengaruhi tingkat pelayanan dari Bank Ekonomi Raharja terhadap nasabah secara keseluruhan.

h. Sistem antrian yang efektif

Sistem antrian sangat berguna untuk proses pengaturan pelayanan terhadap nasabah. Dengan sistem antrian yang baik, tidak ada sistem saling serobot antar nasabah. Bank Ekonomi Raharja saat ini sudah menggunakan sistem antrian elektronik. Dengan sistem antrian elektronik, kecepatan dan ketepatan sistem antrian akan lebih akurat dan efektif, sehingga akan mempengaruhi pelayanan terhadap nasabah secara keseluruhan.

i. *Banking Hall* yang menarik

Untuk menciptakan *banking hall* agar terlihat menarik, dilakukan proses desain interior *banking hall* agar tercipta nuansa yang menarik. Selain dari sisi desain interior, pada *Banking Hall* ditempatkan papan informasi kurs valuta asing, lukisan abstrak dan gambar eksklusif mengenai produk Bank Ekonomi Raharja yang terkini.

j. Formulir tabungan mudah dalam pengisiannya

Formulir tabungan sebagai bagian dari kelengkapan dokumen transaksi dibutuhkan oleh nasabah. Formulir tabungan harus mudah dalam pengisiannya sehingga nasabah tidak mengalami kesulitan dalam melakukan pengisian formulir. Hal tersebut sangat diperhatikan oleh Bank Ekonomi Raharja dalam meningkatkan kualitas pelayanan.

k. Birokrasi transaksi tabungan cepat

Setiap transaksi tabungan selalu diciptakan untuk kemudahan nasabah yang disesuaikan dengan standar *Service Level Agreement*. Jadi meskipun transaksi yang dilakukan nasabah lebih mudah, akan tetapi tetap memperhatikan faktor prudential bank. Dengan menciptakan birokrasi tabungan yang cepat, merupakan bagian dari strategi Bank Ekonomi Raharja untuk memperkuat kualitas pelayanan secara keseluruhan terhadap nasabah tabungan di Bank Ekonomi Raharja.

## 2. Strategi Bank Ekonomi Raharja untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan

Bank Ekonomi Raharja melakukan berbagai kegiatan *Loyalty Program* dengan tujuan untuk meningkatkan loyalitas nasabah Bank Ekonomi Raharja. Adapun Strategi Bank Ekonomi Raharja untuk meningkatkan loyalitas nasabah adalah sebagai berikut:

a. Nasabah menceritakan hal-hal yang positif tentang Tabungan Bank Ekonomi Raharja.

Strategi Bank Ekonomi Raharja agar nasabah menceritakan hal-hal yang positif tentang tabungan Bank Ekonomi Raharja adalah dengan melakukan pendekatan dengan nasabah misal dengan diadakan pameran, sehingga terjadi komunikasi antara Bank Ekonomi Raharja dengan pelanggan, acara *customer gathering*, misal acara *high tea*.

b. Nasabah melakukan transaksi di Bank Ekonomi Raharja secara berkesinambungan.

Bank Ekonomi Raharja memberikan pelayanan yang baik, prosedur dilakukan dengan cepat sesuai ketentuan *Service Level Agreement* (SLA) serta perbaikan teknologi informasi agar Bank Ekonomi Raharja dapat memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi nasabah selama melakukan transaksi sehingga pelanggan akan terus melakukan transaksi secara berkesinambungan.

c. Menggunakan tabungan di Bank Ekonomi Raharja sebagai pilihan utama.

ATM yang banyak serta biaya yang murah merupakan hal yang diinginkan oleh pelanggan dalam menggunakan tabungan. Bank Ekonomi Raharja bekerjasama dengan jaringan ATM Bersama, ALTO, BCA sehingga memiliki 18.000 ATM yang dapat digunakan dengan biayatarik tunai gratis.

d. Nasabah merekomendasikan tabungan Bank Ekonomi Raharja kepada oranglain.

Pelayanan yang baik didukung dengan iklan yang informatif dan positif sehingga nasabah mengetahui keunggulan Bank Ekonomi Raharja membuat nasabah merekomendasikan tabungan Bank Ekonomi Raharja kepada keluarga, saudara dan kerabat. Serta adanya sosialisasi secara berkesinambungan kepada karyawan yang juga nasabah tabungan Bank Ekonomi Raharja untuk selalu merekomendasikan kerabat terdekat.

e. Nasabah tetap memilih produk tabungan Bank Ekonomi Raharja meskipun ada kenaikan biaya yang diimbangi dengan kenaikan manfaat yang diperoleh.

Bank Ekonomi Raharja meningkatkan biaya administrasi bulanan dari Rp6.000,- menjadi Rp 10.000,- per bulan untuk tabungan ekonomi, Rp7.000,- menjadi Rp 12.000,- per bulan untuk tabungan ultra, dan diiringi dengan manfaat untuk tarik tunai gratis di seluruh ATM bank mana saja, sehingga nasabah memperoleh manfaat yang lebih.



- f. Nasabah tetap memilih produk tabungan Bank Ekonomi Raharja meskipun banyak muncul produk pesaing.

Banyaknya produk pesaing menjadikan Bank Ekonomi Raharja untuk lebih jeli dalam memahami keinginan nasabah. Dengan dikeluarkannya unique program yang berbeda dari bank lain, sehingga pelanggan dapat menikmati keunikan tabungan Ultra yang berbeda dengan tabungan bank lain yang sejenis.

- g. Nasabah tidak pernah berfikir untuk pindah ke tabungan bank lain

Bank Ekonomi Raharja memberikan pelayanan serta pengembangan produk sesuai dengan kebutuhan nasabah, dengan difersifikasi produk tabungan Super Ultra, tabungan Ultra, tabungan Ekonomi, Tabungan Eko Valas dan Eko Yunior. Serta peningkatan teknologi informasi yang mendukung nasabah dalam melakukan transaksi. Juga adanya fasilitas e-banking seperti *internet banking*, *sms banking* dan *phone banking* memenuhi keinginan pelanggan untuk bertransaksi secara fleksibel dimana dan kapan saja, sehingga diharapkan nasabah tidak pernah berpikir untuk pindah ke tabungan lain.

- h. Senang menggunakan tabungan Bank Ekonomi Raharja

Bank Ekonomi Raharja meningkatkan teknologi informasi, untuk mengeliminir terjadinya kesalahan dalam transaksi, dan jika ada permasalahan, misal uang terdebit di ATM sementara nasabah tidak memperoleh uang, hal tersebut dapat di sampaikan ke bagian *customer service*, dan uang tersebut akan dikembalikan ke nasabah sesuai prosedur. Berbagai kemudahan dan fleksibilitas dalam melakukan transaksi baik secara konvensional maupun melalui *ebanking* selalu ditingkatkan serta senantiasa memahami dan memberikan solusi bagi permasalahan pelanggan, sehingga pelanggan senang menggunakan tabungan Bank Ekonomi Raharja.

### 3. Tanggapan Nasabah Bank Ekonomi Terhadap Kualitas Pelayanan dan Keunggulan Produk

Sesuai dengan tesis peneliti yang berjudul “Studi Kualitatif Loyalitas Nasabah Bank Ekonomi Raharja Tbk Bandar Lampung”. Peneliti ingin melihat tanggapan atau pandangan dari nasabah bank ekonomi, tentang loyalitas nasabah Bank Ekonomi Terhadap Kualitas Pelayanan dan Keunggulan Produk, nasabah Bank Ekonomi yang menjadi informan terdapat 5 Orang nasabah Tabungan yang berasal dari beberapa jenis tabungan yang ada dalam Bank Ekonomi.

Kualitas pelayanan di dalam Bank Ekonomi sudah cukup baik dan memuaskan. Seperti salah satu nasabah Bank Ekonomi Susanti Gunawan yang telah menjadi nasabah Bank Ekonomi selama 8 Tahun Mengatakan: “Menurut saya kualitas pelayanan yang diberikan Bank Ekonomi sudah cukup baik dan memuaskan. Dan saya sudah menjadi nasabah sekitar dari 2005 berarti sudah sekitar 8 Tahun menjadi nasabah bank ekonomi.”

(Berdasarkan wawancara tanggal 1 Oktober 2015)

Sependapat dengan informan nasabah susanti gunawan, Liza Fatriani, Suriani Gunawan, dan Yonas Gunawan memiliki tanggapan yang sama mengenai pelayanan Bank Ekonomi dengan mengatakan bahwa pelayanan yang diberikan Bank Ekonomi sudah cukup baik seperti yang dikatakan informan nasabah Liza:

“Cukup baik pelayanan yang diberikan bank ekonomi, ramah dan baik petugas-petugasnya. Saya menjadi nasabah bank ekonomi sudah 2 tahun.” (Berdasarkan wawancara tanggal 2 Oktober 2015).

Pendapat serupa dikatakan oleh Suriani Gunawan dan Yonas Herianto yang berpendapat kualitas pelayanan yang diberikan bank ekonomi sudah cukup baik walaupun sama saja dengan bank-bank lain dan dapat memenuhi harapan sebagai nasabah. Sebagian besar informan berpendapat mengenai kualitas pelayanan yang dilakukan Bank Ekonomi sudah cukup baik dan dapat memuaskan para nasabahnya.

Berbeda dengan pendapat informan yang lain, informan Wahyu Avisena mempunyai pendapat berbeda dengan informan yang lain mengenai kualitas pelayanan pada Bank Ekonomi.

Wahyu Avisena mengatakan:

“kualitas pelayanan yang diberikan Bank Ekonomi sudah masih kurang dan jauh dari yang diharapkan. Dan saya sudah menjadi nasabah sekitar dari 2012 berarti sudah sekitar 1 Tahun menjadi nasabah bank ekonomi. Mulai dari pelayanannya yang lama kemudian proses dalam tabungannya tidak cepat, tidak seperti bank-bank yang lain”. (Berdasarkan wawancara tanggal 1 Oktober 2013)

Informan nasabah Wahyu Avisena mempunyai pendapat yang berbeda mengenai kualitas pelayanan yang dilakukan oleh Bank Ekonomi, Wahyu Avisena mengatakan kualitas pelayanannya tidak sesuai dengan yang diharapkan oleh nasabah, dengan dari pelayanannya yang lama kemudian proses dalam tabungannya tidak cepat, kemudian Wahyu Avisena membandingkan dengan pelayanan Bank yang lain, bahwa Bank Ekonomi pelayanannya tidak seperti bank-bank yang lain.

Selanjutnya jenis produk Tabungan yang dipakai oleh informan nasabah Bank Ekonomi Raharja Tbk, serta bagaimana informasi yang didapat oleh nasabah Bank Ekonomi mengenai tabungan-tabungan yang ada di dalam Bank Ekonomi. Informan-informan nasabah Bank Ekonomi sudah cukup jelas mendapatkan informasi mengenai jenis-jenis produk tabungan dan para nasabah memilih jenis produk tabungannya berdasarkan kemampuan dan kebutuhan dari para nasabah tersebut. Seperti yang dikatakan oleh Susanti Gunawan:

“Produk Tabungan yang saya pakai adalah produk tabungan ultra, untuk jenis dari informasi tabungan sudah pernah diinformasikan mengenai jenis-jenis dari tabungan itu sendiri. Serta produk-produk yang lain dengan kapasitas-kapasitas tertentu, dan hadiah-hadiah yang berlaku berdasarkan jenis tabungan yang digunakan. untuk

hadiah yang didapatkan kupon voucher belanja di chandra, dengan ketentuan tabungan saldo rata-rata 10 Juta/3 Bulan dapat hadiah langsung seperti voucher belanja”. (Berdasarkan wawancara tanggal 1 Oktober 2015)

Dari Pendapat Susanti Gunawan yang menggugurkan Tabungan Ultra diatas dapat dilihat bagaimana informasi yang diberikan oleh Bank Ekonomi mengenai produk tabungannya dengan jelas dan dapat dimengerti oleh para nasabahnya. Sependapat dengan Susanti Gunawan para informan Liza Fatriani yang menggunakan Tabungan Ekonomi, Wahyu Avisena menggunakan Tabungan Ekonomi, Suriani Gunawan yang menggunakan Tabungan Ultra, dan Yonas Herianto yang menggunakan Tabungan Eko Yunior. Mempunyai pendapat yang sama mengenai informasi jenis produk yang diberikan oleh Bank Ekonomi sudah cukup jelas dan mampu dipahami serta para informan dapat memilih jenis tabungannya berdasarkan kebutuhan masing-masing.

Kemudian didalam pelayanan Bank Ekonomi terhadap nasabah dapat dilihat bagaimana pelayanan Customer Service dalam melayani nasabahnya. Para informan menilai bagaimana pelayanan Customer Service terhadap nasabah dinilai cukup baik. Seperti yang dikatakan oleh Suriani Gunawan:

“Pelayanan Customer Service cukup memuaskan, ramah CS nya. Dan cukup memberikan informasi yang dibutuhkan oleh nasabah dengan baik.”. (Berdasarkan wawancara tanggal 2 Oktober 2015)

Hal sependapat juga dikatakan oleh informan nasabah lain seperti Yonas Herianto, kemudian Susanti Gunawan, dan Suriani Gunawan. Para informan berpendapat pelayanan Customer Service ramah, sopan, baik, dari segi penampilan rapih. Customer service cukup baik serta kooperatif dalam memberikan informasi kepada nasabah.

Kemudian para informan menambahkan bahwa Pelayanan Customer Service sopan, baik, ramah terhadap nasabah dan tidak melihat nasabah mana yang di layani baik itu nasabah yang memiliki kekurangan ataupun nasabah yang mempunyai tabungan lebih dari yang lain. Dan Customer Service cukup ramah dengan menyapa senyum, serta salam.

Pendapat berbeda dikatakan oleh Wahyu Avisena mengenai pelayanan Customer Service yang dinilai kurang baik dan tidak memuaskan. Wahyu Avisena mengatakan:

“Pelayanan Customer Service tidak memuaskan. Kemudian kurang ramah, kurang care dengan nasabah. Walaupun dan bagaimanapun keadaan customer service itu sendiri seharusnya dapat memberikan maksimal kepada nasabah bank itu sendiri. Sudah tidak ada senyum, kurang ramah dan kurang informatif” (Berdasarkan wawancara tanggal 1 Oktober 2015)

Informan Wahyu Avisena berpendapat bahwa pelayanan yang diberikan Cutomer Service Bank Ekonomi dinilai tidak memuaskan dan kurang maksimal dalam melayani nasabah. Seperti contohnya tidak ada senyum, kurang ramah dan informatif kepada nasabah.

Selanjutnya pada pelayanan yang dilakukan oleh Teller, sebagian informan mengatakan hal positif mengenai kinerja atau pelayanan teller yang diberikan oleh Bank Ekonomi terhadap nasabah. Seperti pendapat dari informan Susanti Gunawan mengatakan:

“Di dalam Bank Ekonomi terdapat 7 atau 8 Teller. Teller-teller berjalan dengan baik, baik itu untuk bagian cliring ataupun bagian setoran tabungan itu sendiri. Untuk pelayanan Teller itu sendiri cukup baik, tidak lama, kerja yang cepat dan praktis. Untuk permasalahan di Teller selama ini tidak pernah terjadi baik itu dalam masalah salah hitung ataupun”. (Berdasarkan wawancara tanggal 1 Oktober 2015)

Pendapat positif yang sama dikatakan juga oleh para informan bahwa mereka mendapatkan pelayanan yang baik di teller baik itu setoran ataupun cliring, serta mendapatkan informasi yang jelas dan baik untuk kebutuhan nasabah. Kemudian didalam prosesnya belum pernah terjadi kesalahan ataupun kelalaian yang dilakukan oleh teller itu sendiri. Pendapat berbeda dikemukakan oleh Wahyu Avisena mengenai pelayanan teller yang masih kurang memuaskan. seperti yang dikatakan oleh informan Wahyu Avisena:

“Seperti biasa tidak ada kelebihan. Waktu itu dalam setoran pernah ada kesalahan dalam perhitungan, yang membuat nasabah yang menyetor bingung apa memang kekurangan itu terjadi pada nasabah atau memang di teller kesalahan itu”. (Berdasarkan wawancara tanggal 1 Oktober 2015)

Dari pendapat tersebut dapat diketahui bahwa didalam pelayanan teller Bank Ekonomi masih terdapat kekurangan yang berdampak pada ketidakpuasan nasabah terhadap pelayanan teller Bank Ekonomi. Kemudian Proses keamanan Bank Ekonomi semua informan mengetahui proses keamanan yang ada dalam Bank Ekonomi, para informan berpendapat satpamnya cukup baik dan ramah, serta menjaga dengan baik. Termasuk pada bagian depan pintu masuk dan bagian dalam di bank ekonomi itu sendiri. Untuk satpam ada 2, dan untuk penjagaan yang dilakukan petugas kepolisian ada 2 atau tiga polisi yang menjaga

Didalam birokrasi transaksi tabungan yang diberikan oleh Bank Ekonomi kepada para nasabah informan menanggapi proses birokrasi cukup baik dan tidak menyulitkan nasabah dalam proses transaksi tersebut seperti yang dikatakan oleh suriani gunawan bahwa proses dalam tabungannya baik, birokrasi pelayanannya juga jelas dan mempermudah nasabah di dalam prosesnya atau bahasa lainnya tidak menjelimet.

Kemudian pendapat informan Wahyu Avisena sedikit berbeda, Wahyu Avisena berpendapat bahwa proses ini yang membuat orang tidak nyaman, terkadang disuruh menunggu terlalu lama contoh penarikan tunai kemudian slip setoran yang tidak cukup mudah untuk dapat dipahami, prosesnya berjalan tetapi tidak cukup cepat.

Selanjutnya pengalaman menjadi nasabah Bank Ekonomi para informan mengemukakan pendapat bahwa pengalaman yang mereka dapatkan sudah cukup baik dan memuaskan baik itu pelayanannya, keamanannya, kemudian tabungannya semua berjalan dengan lancar dan sesuai prosedur pada bank ekonomi. Pendapat berbeda dikemukakan kembali oleh informan Wahyu Avisena mengenai pengalaman menjadi nasabah Bank Ekonomi Ekonomi biasa saja, cenderung dia merasa pelayanan bank ekonomi kurang dan jauh dari harapan sebagai nasabah bank ekonomi.

#### 4. Loyalitas Nasabah Bank Ekonomi Raharja Tbk Bandar Lampung

Loyalitas Nasabah Bank Ekonomi Raharja Tbk Bandar Lampung dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan keunggulan produk pada bank tersebut. Dalam penelitian ini penelitian diawali dengan suatu fenomena menurunnya kualitas pelayanan kepada nasabah dan tidak tampaknya keunggulan produk akan memberikan dampak pada loyalitas nasabah.

Untuk itu diperlukan suatu penelitian untuk membangun loyalitas nasabah, pelayanan yang berkualitas kepada para nasabah merupakan suatu keharusan pada lingkungan industri perbankan yang kompetitif dimasa sekarang ini, satu cara untuk meningkatkan daya saing adalah dengan peningkatan kualitas pelayanan, karena dengan kualitas pelayanan yang baik maka akan tercapai.

Pada Kualitas pelayanan yang merupakan indikator yang mempengaruhi loyalitas nasabah Bank Ekonomi Raharja Tbk Bandar Lampung. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan, dimana persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu pelayanan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan kepada 5 nasabah Bank Ekonomi mengenai loyalitas nasabah Bank ekonomi Raharja Tbk Bandar Lampung dapat diketahui bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh nasabah Bank Ekonomi. Para informan yang terdiri atas 5 nasabah Bank Ekonomi, sebagian besar para informan yaitu 4 informan berpendapat bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank Ekonomi sudah cukup baik.

Berdasarkan kelima dimensi mengenai kualitas pelayanan terhadap nasabah Bank Ekonomi, yaitu kehandalan, responsive, keyakinan, empati dan keterwaujutan terhadap 11 indikator kualitas pelayanan tersebut sudah cukup baik seperti pendapat informan mengenai customer service yang dikatakan Para informan menilai bagaimana pelayanan Customer Service terhadap nasabah dinilai cukup baik. Seperti yang dikatakan oleh Liza fatriani:

“Pelayanan Customer Service cukup memuaskan, ramah CS nya. Dan cukup memberikan informasi yang dibutuhkan oleh nasabah dengan baik.” (Berdasarkan wawancara tanggal 2 Oktober 2013)

Selanjutnya pada pelayanan yang dilakukan oleh Teller, sebagian informan mengatakan hal positif mengenai kinerja atau pelayanan teller yang diberikan oleh Bank Ekonomi terhadap nasabah. Seperti pendapat dari informan Susanti Gunawan mengatakan: “Di dalam Bank Ekonomi terdapat 7 atau 8 Teller. Teller-teller berjalan dengan baik, baik itu untuk bagian clearing ataupun bagian setoran tabungan itu sendiri. Untuk pelayanan Teller itu sendiri cukup baik, tidak lama, kerja yang cepat dan praktis. Untuk permasalahan di Teller selama ini tidak pernah terjadi baik itu dalam masalah salah hitung ataupun” (Berdasarkan wawancara tanggal 1 Oktober 2015). Selanjutnya dalam Proses keamanan Bank Ekonomi semua informan mengetahui proses keamanan yang ada dalam Bank Ekonomi, para informan berpendapat satpamnya cukup baik dan ramah, serta menjaga dengan baik. Termasuk pada bagian depan pintu masuk dan bagian dalam di bank ekonomi itu sendiri. Untuk satpam ada 2, dan untuk penjagaan yang dilakukan petugas kepolisian ada 2 atau tiga polisi yang menjaga Didalam birokrasi transaksi tabungan yang diberikan oleh Bank Ekonomi kepada para nasabah informan menanggapi proses birokrasi cukup baik dan tidak menyulitkan nasabah dalam proses transaksi tersebut seperti yang dikatakan oleh suriani gunawan bahwa proses dalam tabungannya baik, birokrasi pelayanannya juga jelas dan mempermudah nasabah di dalam prosesnya atau bahasa lainnya mudah untuk dipahami dan dimengerti.

Berbeda dengan pendapat informan yang lain, informan Wahyu Avisena mempunyai pendapat berbeda dengan informan yang lain mengenai kualitas pelayanan pada Bank Ekonomi. Wahyu Avisena mengatakan: “kualitas pelayanan yang diberikan Bank Ekonomi sudah masih kurang dan jauh dari yang diharapkan. Dan saya sudah menjadi nasabah sekitar dari 2012 berarti sudah sekitar 1 Tahun menjadi nasabah bank ekonomi. Mulai dari pelayanannya yang lama kemudian proses dalam tabungannya tidak cepat, tidak seperti bank-bank yang lain”. (Berdasarkan wawancara tanggal 1 Oktober 2015)

Informan nasabah Wahyu Avisena mempunyai pendapat yang berbeda mengenai kualitas pelayanan yang dilakukan oleh Bank Ekonomi, Wahyu Avisena mengatakan kualitas pelayanannya tidak sesuai dengan yang diharapkan oleh nasabah, dengan dari pelayanannya yang lama kemudian proses dalam tabungannya tidak cepat, kemudian Wahyu Avisena membandingkan dengan pelayanan Bank yang lain, bahwa Bank Ekonomi pelayanannya tidak seperti bank-bank yang lain.

Wahyu Avisena berpendapat mengenai pelayanan teller yang masih kurang memuaskan. seperti yang dikatakan oleh informan Wahyu Avisena:

“Seperti biasa tidak ada kelebihan. Waktu itu dalam setoran pernah ada kesalahan dalam perhitungan, yang membuat nasabah yang menyetor bingung apa memang kekurangan itu terjadi pada nasabah atau memang di teller kesalahan itu”. (Berdasarkan wawancara tanggal 1 Oktober 2015).

Pendapat informan Wahyu Avisena sedikit berbeda mengenai birokrasi tabungan, Wahyu Avisena berpendapat bahwa proses ini yang membuat orang tidak nyaman, terkadang disuruh menunggu terlalu lama contoh penarikan tunai kemudian slip setoran yang tidak cukup mudah untuk dapat dipahami, prosesnya berjalan tetapi tidak cukup cepat

Dari pendapat-pendapat yang dikemukakan Wahyu Avisena mengenai pelayanan Customer Service, teller, keamanan, serta birokrasi dalam tabungan tersebut dapat diketahui bahwa didalam pelayanan customer service dan teller Bank Ekonomi masih terdapat kekurangan yang berdampak pada ketidakpuasan nasabah terhadap pelayanan teller Bank Ekonomi.

Indikator selanjutnya yang mempengaruhi loyalitas nasabah Bank Ekonomi adalah Kualitas produk, produk didefinisikan sebagai sesuatu yang dapat ditawarkan kedalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai dan dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Sebuah produk adalah segala sesuatu yang memiliki nilai di pasar sasaran (target market) dimana kemampuannya memberikan manfaat dan kepuasan. Setiap konsumen pasti akan menyukai produk dengan kualitas, kinerja, dan pelengkap inovatif terbaik. Tahapan Loyalitas yang memenuhi indikator mengenai loyalitas nasabah adalah Susanti Gunawan, Suriani Gunawan, Yonas Herianto, Liza Fatriani. Karena para informan memiliki indikator-indikator loyalitas tersebut. Dimulai dengan Tabungan Utama yang dimiliki, Melakukan transaksi berkesinambungan, Mengikuti aturan yang ditetapkan bank, serta Merekomendasikan kepada orang lain. Berbeda halnya dengan informan yang lain, informan Wahyu Avisena tidak memenuhi indikator-indikator loyalitas nasabah tersebut, dikarenakan informan Wahyu Avisena merasa tidak cukup puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Bank Ekonomi.

## Kesimpulan dan Implikasi

### Kesimpulan

1. Loyalitas nasabah Bank Ekonomi terbentuk oleh kualitas pelayanan dan keunggulan produk. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada nasabah Bank Ekonomi mengenai kualitas pelayanan dan keunggulan produk menghasilkan loyalitas yang terdapat beberapa tingkatan loyalitas pelanggan berturut-turut dimulai dari tingkatan yang paling rendah sampai paling tinggi.
2. Pada penelitian mengenai Studi Kualitatif Loyalitas Nasabah Bank Ekonomi Raharja Tbk Bandar Lampung, dari 5 nasabah yang menjadi informan. Dapat ditarik kesimpulan mengenai loyalitas nasabah Bank ekonomi yang yaitu Susanti Gunawan termasuk dalam tingkatan committed buyer yaitu yang setia dan mempunyai kebanggaan dalam menemukan dan menjadi pelanggan dari suatu merek. Mengapa dikatakan demikian dikarenakan informan Susanti Gunawan sudah menjadi nasabah Bank Ekonomi selama 8 Tahun dan tetap memakai produk atau tabungan Bank Ekonomi. Kemudian informan selanjutnya Yonas Herianto Termasuk dalam Tingkatan Loyalitas Likes the brand pembeli yang sungguh-sungguh menyukai merek, menganggap merek sebagai sahabat., karena walaupun informan telah menggunakan tabungan Bank Ekonomi selama 5 Tahun Yonas Herianto tetap menggunakan Tabungan Eko Yuniior dan tidak mengganti Tabungan di Bank Ekonomi.
3. Selanjutnya Suriani Gunawan dan Liza Fatriani tergolong kedalam tingkatan loyalitas *Habitual buyer* pembeli yang puas terhadap produk/bersifat kebiasaan, sehingga tidak ada masalah untuk beralih, setidaknya tidak mengalami ketidakpuasan. Dan yang terakhir yaitu Wahyu Avisena informan yang masuk dalam tingkatan *Switches*, pembeli tidak loyal sama sekali, tidak tertarik pada merek perusahaan, merek apapun dianggap memadai, berpindah pindah, serta peka terhadap perubahan harga. Dikarenakan informan Wahyu Avisena merasa tidak cukup memuaskan terhadap kualitas pelayanan yang dilakukan oleh Bank Ekonomi.
4. Kemudian Pada proses tahapan loyalitas yaitu Tahapan berdasarkan hasil penelitian terhadap nasabah Bank Ekonomi, informan yang terdiri dari 5 nasabah Bank Ekonomi. Tahapan Kognitif yaitu konsumen menggunakan dasar informasi saja pada merek utama yang dianggap superior dalam persaingan. Informasi ini meyakinkan konsumen untuk menggunakan produk atau merek tersebut. Pada Tahapan ini hampir semua informan masuk kedalam tahapan kognitif karena semua informan menggunakan produk tabungan yang ditawarkan oleh Bank Ekonomi mulai dari Tabungan Ultra sampai Tabungan Eko Yuniior.

### Implikasi

Berdasarkan hasil analisa tersebut di atas, maka saran-saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

1. Menyiapkan petugas *customer service* yang khusus menangani nasabah dengan perhatian lebih, hal ini penting agar pelayanan yang diberikan oleh petugas *customer service* tidak terkesan terburu-buru memberi pelayanan karena banyaknya antrian. Dengan adanya petugas khusus diharapkan nasabah

dapat memperoleh penjelasan secara detail sehingga memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai produk tabungan Bank Ekonomi.

2. Perlu adanya pelayanan standar petugas *marketing* kepada nasabah prioritas dan bukan prioritas. Agar dalam memberikan pelayanan utama kepada nasabah prioritas tidak terkesan mengabaikan nasabah yang lain, maka diperlukan ruang khusus untuk prioritas, sehingga petugas *marketing* dapat memberikan perhatian khusus kepada nasabah prioritas namun nasabah bukan prioritas juga tetap merasa diperhatikan
3. Bank Ekonomi diharapkan dapat lebih meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabahnya, dan dapat lebih mempromosikan mengenai produk yang ada di Bank Ekonom Raharja Tbk Bandar Lampung

## Daftar Pustaka

- Alam, Iskandar Ali & Effendi, Risky. 2013. Pengaruh Brand Image Produk Terhadap Kesetiaan Pelanggan Pengguna Internet Modem Smartfren Connex di Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Vol, 4, No; 1.
- Barusman, M Yusuf S & Setiawan, Adetia Riki. 2014. Studi Kualitatif Perkembangan Klaster Pedagang Kaki Lima Klaster Pasar Mambo dan Klaster Lapangan Korpri. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Vol, 5, No; 1.
- Barusman, Andala Rama Putra, Riorini, Vandayuli Sri. 2012. *Zone of Tolerance Moderates Satisfacation Customer Trust and Inertia - Customer Loyalty in Commercial Bank*.
- Dharmmesth, B. Swastha. 1999. "Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual sebagai Panduan Bagi Peneliti". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*.
- Kotler Philip. 1992. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Millenium Jilid I. Prenhalindo, Jakarta
- Kotler, Philip, 1994, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Jilid II, Erlangga, Jakarta
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 1996, *Principles of Marketing*, Intermedia, Jakarta
- Kotler, Philip, 1997, *Dasar-dasar Pemasaran*, Alih Bahasa Drs. Alexander Sindoro, Prenhalindo, Jakarta
- Kotler, Philip, 2000. *Manajemen Pemasaran*, Prenhallindo, Jakarta.
- Setiawan. 2005. Analisis Pengaruh Atribut Tabungan dan Kualitas Pelayanan Dalam Membentuk Loyalitas Nasabah. Studi Kasus Tabungan Britama di Kodya Cilegon. Magister Manajemen Universitas Diponegoro.
- Song, Michael and Parry, Mark E. 1997. "A Cross National Comparative Study of New Product Development Process. Japan and the US". *Journal of Marketing*.
- Sparadley dan Faisal. 1990. *Format-Format Penelitian Sosial*. PT Rajawali Perss. Jakarta
- Spreng, Richard A., Scott B. Mackenzie and Richard W. Olshavsky, 1996, "A Reexamination of The Determinants of Customer Satisfaction," *Journal of Marketing*.
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif R dan D*. Alfabeta. Bandung.
- Supriyanto, E.B. 2003. *Memaksimalkan Keuntungan dengan Loyalitas Nasabah*. Infobank. Edisi 286. Maret 2003.
- Tjiptono, Fandy, 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Bayumedia Publishing, Malang