

# KEPUASAN NASABAH DENGAN LAYANAN 24 JAM PADA PT. BANK MANDIRI (PERSERO) TBK. CABANG MAKASSAR

Dewi Pratiwi Indriasari\*)

**Abstract :** *The research goal is to determine and analyze the extent to which 24-hour banking service in PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Makassar branch Panakukang affect the satisfaction of its customers, while the usefulness of the research is as inputs for PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. BRANCH Makassar Panakukang particular and for PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Generally, about customer satisfaction banking services 24 hours of issuance. Results of the study can be used by observers of the banking issues, to assess the further development of information technology, especially the banking sector. Based on the analysis, it can be seen that Ho is rejected and Ha accepted. That proves that ATM Mandiri is very significant to give satisfaction to the customers of PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. BRANCH Panakukang Makassar. Based on the discussion above it can be concluded that the 24-hour banking services the bank has been very significant to give satisfaction to customers of PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. BRANCH Panakukang Makassar.*

**Keywords:** *Customer Satisfaction, service, and Banks*

## PENDAHULUAN

Dampak dari perkembangan teknologi informasi pada dunia perbankan adalah perubahan kebiasaan nasabah. Nasabah kini membutuhkan layanan perbankan yang lebih memudahkan mereka dalam bertransaksi, nasabah kini menuntut bank untuk dapat menerapkan kemampuan perkembangan teknologi informasi yang dapat melayani nasabah dengan lebih cepat, kapanpun dan dimanapun.

Kalau dulu nasabah hanya puas dilayani Teller dan rela mengantri lama, kini tidak lagi. Selain butuh kemudahan bertransaksi, mereka juga membutuhkan kecepatan pelayanan, tingkat keakuratan data, keamanan, efisiensi waktu dan biaya, dan sebagainya.

Perubahan kebiasaan nasabah itu membuat persaingan antar Bank. Bank-bank kini berlomba-lomba menyediakan teknologi perbankan yang akan memudahkan nasabahnya tersebut. Walaupun nama dari fasilitas teknologi perbankan yang mereka sediakan berbeda-beda akan tetapi intinya sama, tak ketinggalan juga Bank Mandiri. Teknologi perbankan yang

disediakan Bank Mandiri dinamakan layanan perbankan 24 jam Bank Mandiri.

Layanan perbankan 24 jam Bank mandiri, membuat nasabah dapat dengan mudah mengatur keuangannya kapanpun dimanapun nasabah itu berada. Layanan perbankan 24 jam Bank mandiri terdiri dari ATM Mandiri, Call Center, SMS Banking Mandiri, Dan Internet Banking Mandiri. Namun satu hal yang perlu diketahui bahwa semakin canggih suatu teknologi semakin banyak pula bentuk kejahatan. Lepas dari itu, Bank Mandiri sudah menggunakan sistem keamanan yang berlapis-lapis sehingga dijamin tingkat keamanannya.

## RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian di atas, maka masalah pokok dalam penelitian ini adalah” “Apakah layanan perbankan 24 jam mempengaruhi kepuasan nasabahnya pada PT. Bank Mandiri (persero) Tbk. Cabang Makassar PanakuCabangang”

## TUJUAN DAN KEGUNAAN

1. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui dan menganalisis sampai sejauh mana layanan perbankan 24 jam pada PT. Bank Mandiri (persero) Tbk. Cabang Makassar Panakkukang Cabang mempengaruhi kepuasan nasabahnya.

2. Kegunaan penelitian
  - a. Sebagai bahan masukan bagi PT. Bank Mandiri (persero) Tbk. Cabang Makassar Panakukang Khususnya dan bagi PT. Bank Mandiri (persero) Tbk. Umumnya, tentang kepuasan nasabah akan layanan perbankan 24 jam yang dikeluarkannya.
  - b. Hasil penelitian dapat digunakan oleh pemerhati masalah perbankan, untuk mengkaji lebih jauh perkembangan teknologi informasi khususnya bidang perbankan.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Bank

Bank dalam menjalankan usahanya menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali dalam berbagai alternatif investasi. Sehubungan dengan fungsi menghimpun dana ini, bank sering pula disebut dengan lembaga kepercayaan. Berbeda halnya dengan perusahaan lain, transaksi usaha bank senantiasa berkaitan dengan uang, karena memang komoditi usaha bank adalah uang. Dalam kegiatannya, bank dapat mempengaruhi jumlah uang beredar yang merupakan salah satu sasaran pengaturan oleh penguasa moneter.

Ditinjau dari asal mula terjadinya bank maka pengertian bank adalah meja atau tempat menukar uang. Menurut Undang-Undang Perbankan No. 7 Tahun 1992 dijelaskan bahwa bank merupakan badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat. Kemudian menurut Undang-Undang Perbankan No. 10 Tahun 1998, Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk

lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Dari uraian diatas dapat dijelaskan bahwa bank merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang keuangan, artinya usaha perbankan selalu berkaitan masalah bidang keuangan.

Layanan 24 jam adalah saluran distribusi elektronik Bank Mandiri yang terdiri dari ATM Mandiri, SMS Banking, Internet Banking, dan Call Mandiri. Strategi Bank Mandiri dalam meluncurkan layanan 24 jam yaitu Bank Mandiri berusaha melakukan pendekatan multi channel dalam meningkatkan layanan terhadap nasabah ritelnya. Melalui pendekatan ini layanan kepada nasabah menjadi tidak dibatasi oleh tempat dan waktu artinya bisa dimana saja dan kapan saja selama 24 jam 7 hari seminggu. Dalam jangka panjang channel yang bersifat fisik/ Cabang dengan biaya yang lebih tinggi (dibandingkan channel elektronik) akan semakin dikurangi perannya untuk layanan perbankan yang sifatnya transaksional. Cabang akan difokuskan kepada pelayanan dan penjualan. Manfaat-manfaat yang diperoleh Bank Mandiri dengan memiliki layanan 24 jam antara lain:

- a. Dapat melakukan penghematan biaya transaksi (cost saving) dengan semakin meningkatnya pengguna layanan 24 jam.
- b. Meningkatkan portofolio pendanaan ritel.
- c. Loyalitas nasabah akan semakin meningkat.
- d. Menghasilkan fee based income dari layanan pembayaran dan pembelian.
- e. Meningkatkan company image.

Adapun keuntungan bagi nasabah yang menggunakan layanan perbankan 24 jam bank Bank Mandiri:

- a. Akses mudah  
Anda dapat memanfaatkan layanan perbankan Bank Mandiri 24 jam sehari, 7 hari seminggu sepanjang tahun.
- b. Lebih cepat  
Melalui layanan ini, anda dapat melakukan berbagai transaksi maupun

memperoleh informasi perbankan yang anda inginkan dengan seketika.

- c. Begitu nyaman  
Anda dapat mengatur keuangan kapan dan dimanapun anda berada dengan mudah
- d. Aman  
Layanan ini merupakan layanan otomatis yang mudah digunakan. Cukup ikuti petunjuk singkat layanan, maka anda dapat segera mengakses layanan ini.

ATM (Automatic Teller Machine) atau yang diterjemahkan kedalam bahasa Indonesia sebagai Anjungan Tunai Mandiri adalah suatu layanan kepada nasabah melalui teknologi mesin, yang berfungsi sebagai teller (pembayar) bagi nasabah yang melakukan transaksi penarikan tunai, informasi saldo, pembayaran dan lain-lain. Menurut artikel Bank Mandiri, kartu ATM adalah kartu plastik dari jenis magnetic stripe yang dikeluarkan oleh bank untuk nasabahnya yang berfungsi untuk menarik uang tunai, informasi saldo, transfer, pembelian maupun pembayaran. Kini, ATM Mandiri lebih dikenal dengan nama Kartu Mandiri karena bukan saja berfungsi sebagai ATM tapi sekaligus berfungsi sebagai kartu debit sehingga nasabah dapat menggunakannya berbelanja. Kartu Mandiri ini dapat nasabah gunakan berbelanja di lebih dari 10 juta tempat di seluruh dunia dan 70 ribu tempat di Indonesia yang berlogo Visa/ Visa electron. Fasilitas Kartu Mandiri ini merupakan fasilitas pelayanan jasa dari produk Tabungan Mandiri dan atau Giro Rupiah Perorangan.

### **Pengertian Nasabah**

Menurut artikel Bank Mandiri, Nasabah adalah perorangan pemilik rekening simpanan dalam mata uang rupiah berupa Giro Rupiah, Tabungan Mandiri, dan atau Deposito Rupiah Bank Mandiri. Nasabah pengguna adalah nasabah yang telah mendaftar sebagai pengguna

layanan Internet Banking Mandiri, SMS Banking Mandiri, Call Mandiri, dan atau ATM mandiri.

Nasabah menurut pohan (1996 : 6) adalah:

- a. Orang yang harus diutamakan datang ke bank.
- b. Orang yang harus didahulukan bila berhubungan dengan telepon.
- c. Orang yang datang bukan untuk mengganggu pekerjaan kita, tapi karena itulah kita bekerja.
- d. Orang yang bukan tempat kita berdebat atau adu argumentasi.
- e. Orang-orang yang mempunyai kebiasaan sendiri, cara sendiri, dan perasaan sendiri yang harus kita layani.

Seorang nasabah datang ke bank dengan tujuan tertentu, dengan harapan kebutuhannya akan terpenuhi dengan rasa puas. Perasaan puas oleh nasabah sangatlah penting artinya untuk jasa perbankan.

Sedangkan menurut Sipahutar (2002 : 22) Nasabah adalah semua orang yang menuntut suatu bank untuk memenuhi suatu standar kualitas tertentu dan karena itu memberikan pengaruh pada performance perbankan.

Adapun menurut Zulian Yamit seperti yang dikutip Sipahutar (2002 : 75) diartikan bahwa nasabah adalah orang yang berinteraksi dengan perusahaan setelah proses produksi selesai, karena mereka adalah pengguna produk. Nasabah masa kini dibanjiri banyak pilihan produk dan jasa yang dapat mereka pilih. Nasabah memilih berdasarkan persepsi mereka akan mutu pelayanan.

Nasabah yang menguntungkan adalah orang, rumah tangga, atau perusahaan yang dalam jangka panjang memberi pendapatan yang melebihi biaya perusahaan menarik, menjual, dan melayani nasabah itu dalam jumlah yang dapat diterima.

### **Kepuasan Nasabah**

Tujuan perusahaan tidak hanya untuk mendapatkan nasabah, namun lebih

penting lagi mempertahankan nasabah. Pemasaran berdasarkan hubungan dengan pelanggan adalah kunci mempertahankan nasabah dan mencakup pemberian keuntungan finansial serta sosial disamping ikatan struktural dengan nasabah.

Menurut Day dalam Tse dan Wilton yang dikutip oleh Tjiptono (1998 : 146) menyatakan bahwa Kepuasan atau ketidakpuasan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Menurut Kotler dikutip oleh Tjiptono (1998 : 148) mengemukakan 4 metode untuk mengukur kepuasan nasabah, yaitu:

a. Sistem keluhan dan saran

Setiap perusahaan yang berorientasi pada nasabah perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para nasabah untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan di tempat-tempat yang biasa digunakan meliputi tempat kotak saran yang diletak Cabang di tempat-tempat strategis (yang mudah dijangkau atau sering dilewati nasabah). Menyediakan kartu komentar (yang bisa diisi langsung ataupun dikirim via pos kepada perusahaan). Menyediakan saluran telepon khusus (customer hot lines) dan lain-lain.

Informasi yang diperoleh melalui metode ini dapat memberikan ide-ide dan masukan berharga kepada perusahaan, sehingga memungkinkan untuk memberikan respon secara cepat dan tanggap terhadap setiap masalah yang timbul. Meskipun demikian karena metode ini cenderung bersifat pasif, maka sulit mendapatkan gambaran lengkap mengenai kepuasan atau ketidakpuasan nasabah. Tidak semua nasabah yang tidak puas lantas akan menyampaikan keluhannya. Bisa saja mereka akan beralih pemasok dan tidak akan membeli lagi jasa perusahaan. Upaya mendapatkan saran (terutama saran

yang berkualitas dan bagus) dari nasabah juga sulit diwujudkan dengan metode ini. Terlebih lagi bila perusahaan tidak memberikan timbal balik yang memadai kepada mereka yang telah bersusah payah berpikir (menyumbangkan ide) kepada perusahaan.

b. Survei kepuasan pelanggan

Dengan menggunakan penelitian melalui survai, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari nasabah sekaligus juga memberikan tanda (signal) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap nasabah. Pengukuran kepuasan nasabah melalui metode ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, diantaranya:

1) Directy reported satisfaction

Pengukuran dilakukan secara langsung melalui suatu pertanyaan, dengan jawaban pada skala berikut: sangat puas, puas, cukup puas, kurang puas, dan tidak puas.

2) Derived dissatisfaction

Pertanyaan yang diajukan menyangkut 2 hal utama yakni: besarnya harapan nasabah terhadap atribut tertentu dan besarnya kinerja yang mereka rasakan.

3) Problem analysis

Nasabah yang dijadikan responden diminta untuk mengungkapkan 2 hal pokok. Pertama, masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan. Kedua, saran-saran untuk melakukan perbaikan.

4) Importance-performance analysis

Dalam teknik ini, responden diminta untuk merangking berbagai atribut dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap atribut tersebut. Selain itu responden juga diminta merangking seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing atribut tersebut.

c. Ghost Shopping

Metode ini dilaksanakan dengan cara mempekerjakan beberapa orang

(ghost shopper) untuk berperan atau bersikap sebagai nasabah potensi produk perusahaan dan pesaing. Lalu ghost shopper tersebut menyampaikan temuan-temuan mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para ghost shopper dapat mengetahui langsung bagaimana karyawannya dapat berinteraksi dan memperlakukan para nasabahnya. Tentunya karyawan tidak boleh tahu kalau atasannya baru melakukan penilaian (misalnya dengan cara menelpon perusahaannya sendiri dan mengajukan berbagai keluhan atau pertanyaan), kalau hal ini terjadi, perilaku mereka akan sangat manis dan penilaian akan menjadi baik.

d. Lost customer analysis

Metode ini sedikit unik. Perusahaan berusaha menghubungi nasabahnya yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok. Yang diharapkan adalah akan diperolehnya informasi penyebab terjadinya hal tersebut. Informasi ini sangat bermanfaat bagi perusahaan untuk mengambil kebijakan selanjutnya dalam rangka meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah.

**HIPOTESIS**

Berdasarkan uraian pendahuluan dan teori sebelumnya maka hipotesis yang diajukan diduga bahwa layanan perbankan 24 jam mempengaruhi kepuasan nasabahnya pada PT. Bank Mandiri (persero) Tbk. Cabang Makassar Panakkukang

**METODE ANALISIS**

Untuk membuktikan hipotesis yang telah dikemukakan dimuka, maka setelah data diperoleh dari lapangan terkumpul dengan lengkap, selanjutnya akan diolah dengan menggunakan metode analisis Asosiatif Kuantitatif

dengan menggunakan skala likert sedangkan teknik pengujianannya dengan uji-Z. Ukuran (nilai) kepuasan akan layanan perbankan 24 jam diberikan 5 penilaian dengan bobot sebagai berikut:

1. Jawaban sangat puas (SP) diberi bobot 5.
2. Jawaban puas (P) diberi bobot 4.
3. Jawaban cukup puas (CP) diberi bobot 3.
4. Jawaban kurang puas (KP) diberi bobot 2.
5. Jawaban tidak puas (TP) diberi bobot 1

Yang termasuk dalam kategori puas yaitu sangat puas, puas, dan cukup puas. Sedangkan kurang puas dan tidak puas termasuk dalam kategori tidak puas. Teknik analisis yang digunakan yaitu pengujian Proporsi (Rangkuti, 2002:139).

Ho = ditolak (tidak Puas) dimana Ho : proporsi ≤ 50% atau Ho = Z hitung < Z tabel. Ha = diterima (puas) dimana Ha: proporsi ≥ 50% atau Z hitung > Z tabel. (Rangkuti, 2002:140).

$$Z = \frac{\sigma - \pi}{\sigma p} \quad (\sigma p) = \sqrt{\frac{\pi(1 - \pi)}{n}}$$

Dimana,

σ = Proporsi sampel

π = Proporsi populasi (Ho)

(σp) = Standar error dari proporsi

n = Jumlah responden

α = 0,05

**HASIL ANALISIS**

**Teknis Analisis**

Berikut ini pengukuran kepuasan nasabah akan layanan 24 jam pada PT. Bank Mandiri (persero) Tbk. Cabang Makassar Panakkukang dengan melihat beberapa manfaat yang didapatkan nasabah

**ATM Mandiri**

Berdasarkan hasil olahan data mengenai tingkat kepuasan responden akan beberapa

manfaat ATM Mandiri ternyata dari skor rata-rata diperoleh alasan paling penting responden memilih ATM Mandiri adalah karena kemudahan akses (3,5) sedangkan manfaat layanan perbankan yang terendah adalah kecepatan pelayanan (3,3). Rendahnya kecepatan pelayanan ini disebabkan masih adanya nasabah yang ngantri untuk menggunakan ATM Mandiri terutama dipusat-pusat perbelanjaan. Dari tabel diatas diperoleh juga skore nilai kepuasan akan manfaat ATM Mandiri dan hasil perhitungan kepuasan responden akan ATM Mandiri.

Diketahui dari 50 responden yang mengisi kuesioner, menunjukkan hasil yang cukup positif dimana responden yang menyatakan sangat puas akan kecepatan pelayanan ada 14 responden akan tetapi ada 6 responden yang menyatakan tidak puas. Sedangkan untuk manfaat yang lain responden terbanyak memilih keamanan dana. itu menunjukkan hasil yang sangat positif.

Tingkat kepuasan responden terhadap ATM Mandiri bisa dilihat dari hasil olah data yang memperlihatkan bahwa responden terbanyak memilih cukup puas. Hal ini tidak mengakibatkan bahwa layanan ATM Mandiri itu negatif karena yang termasuk dalam kategori puas yaitu sangat puas, puas, dan cukup puas itu berarti dari 50 responden ada 47 orang responden yang puas akan ATM Mandiri sedangkan yang kurang puas dan tidak puas termasuk dalam kategori tidak puas, itu berarti ada 3 orang responden yang tidak puas akan layanan ATM Mandiri, Dengan aumsi bahwa bsarnya proporsi yang dipakai untuk mengatakan bahwa kepuasan dianggap efektif apabila 50% dari responden memilih puas. Untuk membuktikannya dalakukan pengujian proporsi, yaitu:

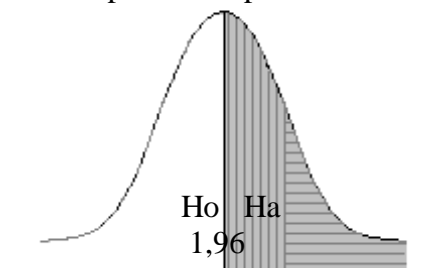
$$\alpha = 0,05 \quad df = \frac{1 - 0,05}{2} = 0,475$$

$$\text{Proporsi Puas } \sigma = \frac{47}{50} = 0,94$$

$$\text{Standar Error} = \sqrt{\frac{0,94(1 - 0,94)}{50}} = 0,0336$$

$$\text{Pengujian } Z = \frac{0,94 - 0,50}{0,0336} = 13,1$$

Selanjutnya pengujian tersebut dapat dilihat pada kurve berikut ini:



Gambar 1 Kurva Z untuk Layanan ATM Mandiri

Dengan menggunakan taraf nyata 0,05 diperoleh  $Z_{0,05} = 1,96$ . Dan dari perhitungan

proporsi diatas didapat  $H_0$  ditolak karena  $Z_{tabel} 1,96 < Z_{hitung} 13,1$ .

### SMS Banking Mandiri

Berdasarkan olahan data mengenai tingkat kepuasan responden akan manfaat SMS Banking Mandiri ternyata dari skor rata-rata diperoleh alasan paling penting responden memilih layanan SMS Banking adalah karena kemudahan akses (3,5) sedangkan yang terendah adalah keamanan dana (3,0). Rendahnya manfaat keamanan dana ini lebih disebabkan pengguna SMS Banking itu sendiri.

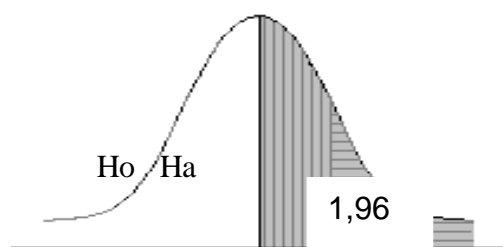
Diketahui dari 10 orang responden yang menggunakan layanan SMS Banking Mandiri semuanya menunjukkan hasil yang positif, dimana pada kecepatan pelayanan responden paling banyak memilih cukup puas, pada keakuratan data responden paling banyak memilih puas, pada kemudahan akses jumlah responden yang memilih puas dan cukup puas sama yaitu 3 orang responden,

sedang pada efisiensi waktu dan biaya responden terbanyak memilih puas, demikian juga dengan keamanan dana ada 4 orang responden yang memilih cukup puas. Karena sangat puas, puas, dan cukup puas dikategorikan puas maka nasabah menyatakan puas dengan layanan SMS Banking Mandiri.

Yang termasuk dalam kategori puas yaitu sangat puas, puas dan cukup puas maka tingkat kepuasan responden terhadap layanan SMS Banking Mandiri adalah puas karena ada 9 responden yang memilih puas dan sisanya memilih tidak puas.

Asumsi: Besarnya proporsi yang dipakai untuk mengatakan bahwa kepuasan dianggap efektif apabila 50% dari responden memilih puas. Untuk membuktikannya dilakukan pengujian proporsi, yaitu:

$$\begin{aligned} \alpha &= 0,05 & df &= \frac{1 - 0,05}{2} = 0,475 \\ \text{Proporsi Puas} & & \sigma &= \frac{9}{10} = 0,9 \\ \text{Standar Error} & & \sigma_p &= \sqrt{\frac{0,9(1 - 0,9)}{10}} = 0,0948 \\ \text{Pengujian} & & Z &= \frac{0,9 - 0,50}{0,0948} = 3,38 \end{aligned}$$



Gambar 2 Kurva Z untuk Layanan SMS Banking Mandiri

Dengan menggunakan taraf nyata 0,05 diperoleh  $Z_{0,05} = 3,38$ . Dan dari perhitungan proporsi diatas didapat  $H_0$  ditolak karena  $Z_{tabel} 1,96 < Z_{hitung} 3,38$ .

### Internet Banking Mandiri

Berdasarkan hasil olahan tingkat kepuasan responden akan manfaat Internet Banking Mandiri adalah positif walaupun manfaat kemudahan akses menuju Cabang skor terendah (2,4). Rendahnya manfaat tersebut,

disebabkan karena tidak semua nasabah memiliki fasilitas internet sendiri dan internet sendiri masih belum familiar di mata masyarakat awam.

Diketahui dari 5 responden yang menggunakan Internet Banking semuanya menunjukkan hasil yang positif. Walaupun pada kemudahan akses lebih banyak nasabah yang tidak puas (6) dari pada nasabah yang puas (4).

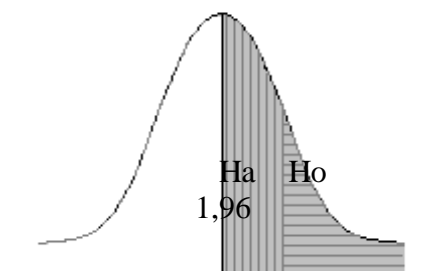
Tingkat kepuasan responden terhadap layanan Internet Banking Mandiri,

$$\alpha = 0,05 \quad df = \frac{1 - 0,05}{2} = 0,475$$

$$\text{Proporsi Puas} \quad \sigma = \frac{9}{10} = 0,9$$

$$\text{Standar Error} \quad \sigma_p = \sqrt{\frac{0,9(1-0,9)}{10}} = 0,095$$

$$\text{Pengujian } Z = \frac{0,9 - 0,50}{0,095} = 4,21$$



Gambar 3 Kurva Z untuk Layanan Internet Banking Mandiri

Dengan menggunakan taraf nyata 0,05 diperoleh  $Z_{0,05} = 1,96$ . Dan dari perhitungan proporsi diatas didapat  $Z_{hitung} = 4,21$  karena  $Z_{hitung} > Z_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak.

### Call Mandiri

Uraian mengenai tingkat kepuasan tiap-tiap responden terhadap Call Mandiri pada tabel diatas memperlihatkan bahwa alasan paling penting responden memilih menggunakan Call Mandiri adalah karena efisiensi waktu dan biaya (4). Sedangkan yang terendah adalah kecepatan pelayanan (3,3). Rendahnya kecepatan pelayanan ini mungkin

memperlihatkan bahwa responden puas dengan layanan tersebut. Dimana dari 5 orang responden yang menggunakan Internet Banking ada 4 responden yang mengatakan puas dan sisanya mengatakan tidak puas.

Asumsi: Besarnya proporsi yang dipakai untuk mengatakan bahwa kepuasan dianggap efektif apabila 50% dari responden memilih puas. Untuk membuktikannya dilakukan pengujian proporsi, yaitu:

disebabkan karena yang pertama kali menerima telepon adalah mesin penjawab.

Diketahui bahwa Call Mandiri memberikan hasil yang positif dimana pada kecepatan pelayanan responden terbanyak memilih cukup puas, pada keakuratan data dan keamanan dana responden terbanyak memilih puas, pada efisiensi waktu dan biaya responden terbanyak memilih sangat puas sedangkan pada kemudahan akses responden yang memilih sangat puas dan cukup puas seimbang.

Tingkat kepuasan responden terhadap Call Mandiri bisa dilihat dari hasil olah data yang memperlihatkan bahwa dari



15 responden yang menggunakan Call Mandiri ada 14 responden memilih puas dengan layanan Call Mandiri sedangkan hanya seorang yang memilih tidak puas. Dengan asumsi bahwa besarnya

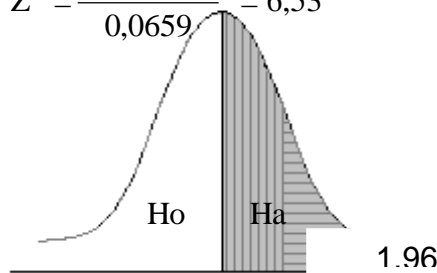
proporsi yang dipakai untuk mengatakan bahwa kepuasan dianggap efektif apabila 50% dari responden memilih puas. Untuk membuktikannya dilakukan pengujian proporsi, yaitu:

$$\alpha = 0,05 \quad df = \frac{1-0,05}{2} = 0,475$$

$$\text{Proporsi Puas} \quad \sigma = \frac{14}{15} = 0,93$$

$$\text{Standar Error} \quad \sigma_p = \sqrt{\frac{0,93(1-0,93)}{15}} = 0,0659$$

$$\text{Pengujian} \quad Z = \frac{0,93 - 0,50}{0,0659} = 6,53$$



Gambar 3 Kurva Z untuk Layanan Call Mandiri

Dengan menggunakan taraf nyata 0,05 diperoleh  $Z_{0,05} = 1,96$ . Dan dari perhitungan proporsi diatas didapat  $Z_{hitung} = 6,53$  karena  $Z_{hitung} > Z_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak.

kepada nasabah dengan kualitas yang tinggi, termasuk didalamnya teknologi informasi yang dipakai dalam dunia perbankan.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Berdasarkan teknis analisis penelitian dan hipotesis penelitian yang telah dikemukakan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut: Pada dasarnya layanan perbankan sangat dibutuhkan setiap saat, utamanya para pelaku ekonomi, dimana setiap saat membutuhkan dana, dan dilain pihak mereka juga menghendaki proteksi dari segi keamanan serta menghendaki kepraktisan dimana tidak dibebani untuk membawah uang tunai kemana-mana.

Hasil pembahasan membuktikan bahwa layanan perbankan 24 jam pada PT. Bank Mandiri (persero) Tbk. Cabang Makassar Panakkukang sudah sangat signifikan memberikan kepuasan kepada nasabahnya.

### Saran

Sebaiknya Bank Mandiri menambah pemasangan ATM terutama ditempat-tempat keramaian (misalnya pusat-pusat perbelanjaan, rumah sakit, dan lainnya) agar tidak ada lagi nasabah yang mengantri.

Untuk menjaga nasabah yang telah ada, ditengah kebutuhan yang semakin beragam, PT. Bank Mandiri (persero) Tbk. Cabang Makassar Panakkukang selalu berusaha memberikan kepuasan

Untuk layanan Internet Banking, SMS Banking maupun Call Mandiri sebaiknya diadakan promosi dan pengenalan lebih dalam ke nasabah.

Bank Mandiri tidak boleh menganut pola konservatif, yakni lebih banyak menunggu trend, daripada membangun

kebutuhannya sesuai dengan tuntutan untuk memberikan pelayanan yang efektif dan efisien, yang berujung pada kinerja perbankan yang lebih baik.

Bank Mandiri perlu menyiapkan SDM yang terampil dan memiliki attitude yang kondusif yang dapat menggunakan teknologi secara optimal.

Agar Bank Mandiri tetap eksis atau mempertahankan pelanggannya, maka tetap mengikuti perkembangan pasar dan teknologi, sehingga sumberdaya manusia bank tersebut menyesuaikan diri setiap ada perubahan, serta tetap memacu pada keinginan nasabah.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Adam, Ansel, *The Print*, 1981, The Ansel Adam Publishing Right Trusts.

Burnet, Ken, 1999. *Customer dan Support*, Cetakan Kedua, Publishing

Cravens, David, 1999. *Pemasaran Strategis*, Edisi Keempat, Bumi Aksara, Jakarta

Harrison, Paul and Robin Shaw. 2004. *Consumer Satisfaction and Postpurchase Intentions: An Exploratory Study of Museum Visitors. International Journal of Arts Management* 6: 23-32.

Hawkins, Del I, Roger J Best and Kenneth A Coney. 2004. *Consumer Behavior, Building Marketing Strategy*. New York: Mc Graw Hill Companies, Inc.: 625-651.

Tjiptono, Fandy, 2002. *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer* cetakan pertama, Bumi Aksara, Jakarta

Jouch, Lawrence and Glueck, William, 1999. *Manajemen Starategi dan Kebijakan Perusahaan* Edisi Ketiga, BPFE, Bandung

Joseph Cronin, Jr. & Steven A. Taylor, 1992 *A Reexamination and Extension*, jurnal *Measuring Service Quality*

Mursid, 1997, *Manajemen Pemasaran*, Bumi Aksara, Jakarta

Ranggkuti, Freddy, 1998. *Analisis SWOT Tehnik Membedah Kasus Bisnis*, Bumi Aksara, Jakarta

**\*) Penulis adalah Dosen Kopertis Wilayah IX. Sulawesi DPK STIE AMKOP Makassar**