

BAB II

KERENGKA TEORITIS

2.1 Pengertian dan Fungsi Pemasaran

Pemasaran adalah kegiatan manusia dalam hubungannya dengan pasar, pemasaran maksudnya bekerja dengan pasar untuk mewujudkan transaksi yang mungkin terjadi dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia. Kegiatan pemasaran bertujuan untuk memahami keinginan dan kebutuhan konsumen agar produk atau jasa Bank sesuai dengan kebutuhan masyarakat sehingga produk dan jasa Bank dapat terjual dengan sendirinya.

menurut Mudrajad Kuncoro dan Suhardjono (2002,89-90)ada empat pilihan kesempatan dalam pengembangan pasar:

1. Penetresi Pasar:

Pemasaran produk yang telah ada untuk pasar sekarang.

2. pengembangan produk :

Mengembangkan Produk baru untuk memenuhi kebutuhan pasar yang telah ada

3. Pengembangan pasar.

Mamasarkan produk yang telah ada untuk memenuhi kebutuhan pasar baru yang akan dikembangkan.

4. Diversifikasi produk:

Mengembangkan produk baru untuk memenuhi pasar baru setelah melakukan analisis pasar, manajemen harus menetapkan tujuan perusahaan.

2.1.1 Pengertian Pemasaran

Pemasaran (marketing) merupakan satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha untuk memperoleh laba, mempertahankan kelangsungan hidup dan untuk

mengembangkan usaha. Pemasaran (marketing) itu sendiri berasal dari kata market yang artinya pasar. Banyak definisi yang telah dikemukakan oleh para ahli bidang pemasaran. Tetapi mereka semua berpendapat bahwa kegiatan pemasaran bukan hanya sekedar kegiatan menjual barang atau jasa tetapi lebih luas dari pada hal tersebut, untuk mengetahui lebih jelas mengenai apa sebenarnya yang dimaksud dengan pemasaran, berikut penulis menguraikan beberapa batasan atau definisi yang dikemukakan oleh beberapa ahli pemasaran.

Menurut Philip Kotler (1987, 5) menyatakan pemasaran adalah “kegiatan manusia yang diarahkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran”.

Menurut Lamb dkk (2001, 6) menyatakan pemasaran adalah “suatu proses dan menjalankan konsep, harga dan distribusi sejumlah ide, barang, dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang mampu memuaskan tujuan individu dan organisasi”.

Dari uraian diatas dapat ditarik kesimpulan : bahwa pemasaran merupakan proses yang melibatkan analisis, perencanaan, pelaksanaan, dan pengadlan yang mencakup barang, jasa dan gagasan yang tergantung pada pertukaran dan tujuan menghasilkan kepuasan bagi pihak-pihak yang terkait

2.1.2 Fungsi Pemasaran

Menurut Kasmir (2004, 89-90) menyatakan bahwa fungsi pemasaran meliputi:

1. Pemasaran sebagai fungsi yang sama

Yaitu pemasaran sama besarnya dengan fungsi keuangan, Produksi, Kepegawaian, sumber daya manusia dengan kata lain masing-masing fungsi memiliki kesamaan satu dengan yang lainnya.

2. Pemasaran sebagai fungsi yang lebih penting

Yaitu bahwa fungsi pemasaran memiliki peran yang paling besar dari fungsi keuangan, produksi, kepegawaian dan sumberdaya manusia.

3. Pemasaran sebagai fungsi utama

Yaitu pemasaran dipusatkan sebagai sentral dari kegiatan fungsi lainnya atau dengan kata lain fungsi pemasaran sebagai inti dari kegiatan perusahaan.

4. Pelanggan sebagai pengendalian

Yaitu masing-masing fungsi memiliki peran yang sama namun dikendalikan oleh pelanggan

5. Pelanggan sebagai fungsi pengendalian dan pemasaran sebagai fungsi integrative

Yaitu pemasaran sebagai pusat intergratif fungsi keuangan produk dan sumberdaya manusia sedangkan pelanggan karena pelanggan sangat berkaitan dengan keuangan, sumberdaya manusia, dan produksi dalam pengendalian pemasaran

2.2. Pengertian Bank serta Jenis Produk dan Jasa Bank

Menurut Malayu S.P Hasibuan (1993,9) “kata Bank berasal dari bahasa Itali Banco artinya meja yang dipergunakan untuk penitipan dan penukaran uang dipasar. Kemudian secara resmi dan populer menjadi Bank “

Menurut Prof.G.M. Verryn Stuart “ Bank politik” dalam buku karangan Malayu S.P Hasibuan (1993, !0) menyatakan bahwa “ Bank adalah suatu badan yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan kredit, baik dengan alat_alat pembayaran sendiri atau dengan uang

yang diperolehnya dari orang lain, maupun dengan jalan memperedarkan alat-alat penukar baru berupa uang giral”.

Menurut Kasmir (2000, 11) menyatakan bahwa “Lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat serta memberikan jasa Bank lainnya”.

Dalam UU RI No 10 Thn 1998 : Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Dari uraian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa : Bank merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang keuangan, artinya usaha perbankan selau berkaitan masalah bidang keuangan.

Pada dasarnya bank bewrpungsi sebagai pengumpul dana pemberi kredit, dan menjadi peraturan didalam lalu lintas pembayaran. Usaha Bank bukan saja sebagai penyimpan, pemberi kredit, tetapi juga pencipta alat-alat pembayaran, stabilitas moneter dan dinamisor pertumbuhan perekonomian suatu negara.

Bahkan bank mendorong terjadinya hubungan perekonomian perdagangan internasional antar negara di dunia.

2.2.2 Jenis Produk dan Jasa Bank

produk yang dibeli oleh Bank sangat banyak jumlahnya, oleh Karen itu bank dapat menciptakan berbagai jenis produk yang sesuai yang diinginkan oleh nasabah.

Jenis produk Indonesia yang dipasarkan antara lain :

1. Sarana-sarana pengumpulan dana pihak ketiga (DPK), seperti rekening giro deposito, tabungan .

2. Jenis kredit yang akan diberikan, seperti kredit perdagangan besar, kecil dan menengah, kredit berjangka pendek, menengah dan panjang, kredit industri, pertanian, perkapalan, kredit investasi kecil (KIK) atau modal kerja permanent (KMKP).
3. macam macam pelayanan bank, seperti transfer, inkaso, pembayaran listrik, telepon.
4. sarana-sarana pencairan tabungan seperti debit card, credit card, ATM card.

Dalam pemasaran jasa bank, bank harus memikirkan pemecahan keseluruhan dengan cara agak berlainan. Antara lain dengan meningkatkan service sehingga diharapkan dapat meningkatkan jumlah nasabah. Jasa-jasa yang ditawarkan bank.

Menurut Kasmir (2003,107) tujuan pemberian jasa bank adalah “untuk mendukung dan memperlancar kedua kegiatan sebelumnya yaitu kegiatan menghimpun dana dan menyalurkan dana semakin lengkap jasa bank yang diberikan, maka semakin baik. Hal ini disebabkan jika nasabah hendak melakukan suatu transaksi perbankan, cukup berhenti di satu bank saja”.

Jenis-jenis bank di Indonesia dewasa saat ini adalah :

1. menerima setoran-setoran seperti :
 - Pembayaran pajak
 - Pembayaran telepon
 - Pembayaran air
 - Pembayaran listrik
 - Pembayaran uang kuliah
2. Melayani pembayaran-pembayaran seperti :
 - Gaji/pension/honorarium

- Pembayaran deviden
 - Pembayaran kupon
 - Pembayaran bonus/ hadiah
3. Di dalam pasar modal perbankan dapat memberikan atau menjadi :
- Penjamin emisi (underwriter)
 - Penjamin (guarantor)
 - Wali amanat (trustee)
 - Perantara perdagangan efek/pialang (broker)
 - Perdagangan efek (dealer)
 - Perusahaan pengelola dana (investment company)
4. Transfer (iriman uang)
5. Inkaso (collecting)
6. Kliring (clearing)
7. Safe Deposit Box
8. Bank Card
9. Bank Notes (valas)
10. Bank Garansi
11. Refrensi Bank
12. Bank Draft
13. Letter of Creadit (L/C)
14. Cek Wisata (Traveller Cheque)
15. Jual Beli Surat – Surat Berharga

2.3 Mamfaat Pelayanan dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah

Bagi perusahaan yang perlu diperhatikan adalah produk dan pelayanannya yang luas harus lebih baik berorientasi kepada nasabah. Ini berarti pelayanan bank harus dilihat dari kepuasan nasabah.

Apabila setiap bank sedang memberikan pelayanan kepada nasabah, maka harus lebih baik dulu mempelajari dan mengetahui yang diinginkan nasabah untuk memperoleh kepuasannya dan bank dapat mempertahankan jumlah nasabah yang ada serta dapat meningkatkan jumlah nasabahnya.

Pelayanan dan etika pemasaran produk jasa bank merupakan salah satu alternatif yang sangat penting dalam meningkatkan jumlah nasabah. Maka hal ini harus dilakukan dengan baik dan benar untuk mendapatkan simpati dan menarik bagi masyarakat calon nasabah bank bersangkutan.

Jika masyarakat simpati, maka akan menimbulkan kepercayaan sehingga pemasaran produk bank akan lebih lancar. Pelayanan yang ramah dan sopan merupakan daya penarik bagi calon nasabah untuk menjadi nasabah serta tidak sehat antar sesama bank.

Menurut Kasmir (2003 223-225) “ dalam melayani nasabah hal-hal yang harus diperhatikan adalah kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan. Puas artinya nasabah akan merasa semua keinginan dan kebutuhan dapat dilakukan secara tepat waktu”.

Pelayanan yang baik diberikan oleh perusahaan sangat berpengaruh dalam meningkatkan jumlah nasabah maka buatlah pelayanan yang baik sebagai berikut

1. Tersedia saran dan prasarana yang baik

Nasabah ingin dilayani secara prima. Untuk melayani nasabah salah satu hal yang paling penting diperhatikan adalah saran dan prasarana yang dimiliki oleh bank. Meja kursi harus nyaman untuk diduduki. Udara dalam ruangan juga

harus tenang tidak berisik dan sejuk. Kelengkapan dan kenyamanan sarana dan prasarana ini akan mengakibatkan nasabah betah untuk berurusan dengan bank.

2. Tersedia personil yang baik

Kenyamanan nasabah juga sangat tergantung dari petugas customer service yang melayani. Petugas customer service harus ramah, sopan dan menarik. Disamping itu petugas customer service harus cepat tanggap, [andai bicara menyenangkan serta pintar. Petugas customer service juga harus memikat dan mengambil nasabah, sehingga nasabah semakin tertarik. Demikian juga cara kerja harus cepat dan cekatan. Untuk ini semua sebelum menjadi customer service, harus melalui pendidikan dan pelatihan khusus.

3. Mampu melayani secara cepat dan tepat

dalam melayani nasabah diharapkan petugas customer service harus melakukan sesuai prosedur. Pelayanan yang diberikan sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan nasabah.

4. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi

Menjaga kerahasiaan bank sama artinya dengan menjaga rahasia nasabah. Rahasia bank merupakan taruhan kepercayaan kepada nasabah.

5. Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah.

Kepercayaan calon nasabah kepada bank mutlak diperlukan sehingga calon nasabah mau menjadi nasabah bank yang bersangkutan. Demikian pula untuk menjaga nasabah yang lama agar tidak lari perlu dijaga kepercayaannya.

2..3.1 Nasabah

menurut Mulyadi dan Johny Setyawan (2001,80-81) “nasabah dalam bahasa Jepang artinya customer itu sendiri dan tamu terhormat. Bagi personel Disney World, Customer selalu sebanding sebagai tamu “tamu” dan dibanyak perusahaan customer dipandang sebagai bagian dari “ keluarga mereka”.

Dalam lingkungan bisnis sekarang , customer mendambakan perlakuan istimewa sebagai layaknya seorang tamu dan mereka senang mendapatkannya dengan mudah. Dalam bahasa Indonesia mempunyai pengertian sebagai pembeli berulang kali (repat buyer maupun one-buyer).

Menurut Mulyadi dan Johny Setyawan (2001,80-81) customer adalah “ siapa saja yang menggunakan keluaran pekerjaan seseorang atau suatu tim”.

Dari uraian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa customer adalah orang yang memfaatkan produk atau jasa yang dihasilkan oleh seseorang atau suatu tim dan dapat bersifat intern maupun ekstern dipandang dari sudut organisasi .

2.4. Customer Service

2.4.1. Pengertian dan Fungsi Customer Service

a Pengertian customer service

front office merupakan barisan terdepan dalam melakukan pelayanan kepada masyarakat. Customer service adalah suatu tugas lain dari penjualan secara aktif, tugas termasuk dalam hubungan langsung dengan konsumen itu sendiri, atau melalui alat komunikasi, suat atau prooses otomatis. Ini dirancang, dilaksanakan

dan dikomunikasikan dengan dua tujuan utama, yaitu produktivitas operasional dan kepuasan konsumen.

Menurut Kasmir (2003, 216) pengertian customer service secara umum adalah “ setiap kegiatan yang diperuntukan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah”.

Menurut Philip Kotler (2002,143) “pelayanan atau service adalah setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan suatu pihak kepada pihak lain nya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik”.

Dari uraian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa customer service adalah orang yang bertugas untuk memberikan pelayanan informasi dan merupakan perantara antara bank dengan nasabah yang akan menggunakan produk bank tersebut, serta memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak.

B. Fungsi customer Service

Sebagai seorang customer service diberikan beban dan tanggung jawab dari awal sampai selesai dalam melayani nasabah secara prima. Adapun fungsi customer service menurut Kasmir (2000,217) adalah :

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

penelitian ini bertujuan untuk membuatsuatu kebijakan atau cara bertindak yang dapat diimplementasikan untuk memecahkan suatu permasalahan yang sedang dihadapi oleh suatu perusahaan.

Data ini dikumpulkan dengan mengambil sample secara acak atau dengan kata lain disebut sampling. Sample penelitian meliputi sejumlah elemen (responden) yang lebih besar dari persyaratan minimal.

Dalam penelitian ini jenis data yang dikumpulkan adalah data primer dan data skunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari pelanbggan berupa jawaban terhadap pertanyaan dalam kusioner. Sedangkan data skundrnya diperoleh dari data perusahaan itu sendiri yang berkaitan dengan customer service tujuannya untuk meningkatkan jumlah nasabah pada PT. Bank BNI (persero)Tbk.

Sumber data yang didapat diperoleh penulis pada PT. Bank BNI (persero) Tbk antara lain adalah sejarah perusahaan, struktur organisasi, kegiatan usaha dan pengaruh customer service pada PT BNI (persero) Tbk.

3.2. Paradigma Penelitian

dalam pelaksanaan penyusunan skripsi, pemelitian yang dilakukan penulis adalah deskriptif dengan menggunakan pengamatan langsung dilapangan atau metode survey untuk mengumpulkan data dan informasi mengenai pengaruh customer service memberikan pelayanan dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah pada PT. Bank BNI (persero) Tbk cabang Utama Fatmawati.

Rancangan penelitian deskriptif merupakan penelitian yang berusaha mendeskripsikan dan menginterpretasikan apa yang ada. Data penelitian deskriptif biasanya dikumpulkan melalui observasi atau wawancara, survey, kuesioner.

Dilapangan atau metode survey untuk mengumpulkan data dan informasi mengenai pengaruh customer service memberikan pelayanan dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah pada PT. Bank BNI (persero) Tbk cabang utama Fatmawati.

Rencana penelitian deskriptif merupakan penelitian yang berusaha mendeskripsikan dan menginterpretasikan apa yang ada. Data penelitian deskriptif merupakan biasanya dikumpulkan melalui observasi atau wawancara, survey, kuesioner.

3.3. Tehnik. Pengumpulan data

Dalam proses pengumpulan data maka penulis menggunakan cara sebagai berikut:

1. Observasi

Yaitu melakukan pengamatan langsung dilapangan tentangobyek yang akan diteliti mengenai pengaruh customer service yang berpengaruh terhadap jumlah nasabah.

2. Kuesioner

Yaitu pertanyaan yang diajukan untuk menggali informasi dari para responden internal dan eksternal guna keperluan analisis dan pembahasan.

3. Studi Pustaka

Dalam bagian ini selain realita dilapangan penulis akan mencoba untuk mengumpulkan data-data melalui membaca buku-buku, brosur-brosur dan karya tulis ilmiah lainnya yang berhubungan dengan permasalahan yang sedang diteliti.

3.4. Variabel Dan pengukurannya

Pada penelitian terdapat dua variable yaitu variable bebas (independence dan variable terkait (dependence). Variabel bebasterdapat dua variable yaitu variable bebas (independence dan variable terkait (dependence). Variabel bebas merupakan variable yang tidak tergantung pada variable lainnya, sedangkan variable terkait ialah yang tergantung pada variable lainnya (Husen Umar, 1994,44)

Variabel bebas pada penelitian ini adalah pengaruh customer serviceterhadap peningkatan jumlah nasabvah pada PT. Bank BNI (persero) Tbk cabang Utama Fatmawati variable terkait digambarkan dalam besarnya dari analisis data pengaruh customer service pada PT. Bank BNI (persero) Tbk cabang utama Fatmawati.

3.5. Metode Analisis Data

Pada penelitian ini penulis menggunakan tehnik statistik yang merupakan salah satu metode analisis data yang lebih efesien dan efektif dalam memcapai tujuan riset. Maka digunakan dua metode analisis data yaitu

1. Regresi sederhana

Regresi sederhana antar cutomer service (x) dengan Peningkatan jumlah nasabah adalah metode statistik yang digunakan untuk menentukan kemungkinan bentuk dari hubungan antara variabel-variabel. Tujuan pokok dalam penggunaan metode ini adalah meramal tau memperkirakan nilai dari suatu variabel dalam hubungannya dengan variabel lain. Untuk memahami penerapan analisis regresi, menggunakan dua variabel x dan y maka :

X = Tingkat kualitas customer service yang dirasakan atau yang diterima nasabah dalam meningkatkan jumlah nasabah.

Y = tingkat kepuasan menyeluruh dari nasabah tentang pelayanan yang diberikan customer service

Dengan rumus sebagai berikut :

$$A = \frac{\sum y - b(\sum x)}{n}$$

$$b = \frac{n \cdot \sum xy - \sum x \sum y}{n \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

kepuasan menyeluruh yang di berikan customer service artinya seberapa jauh nasabah puas dengan cara customer service memperlakukan atau melayani nasabah maka ukuran untuk mengakses dua variabel pada suatu skala ada lima butir untuk perasaan seperti :

5 = Sangat Baik / Puas

4 = Baik / Puas

3 = Cukup Baik / Netral

2 = Kurang Baik / tidak Puas

1 = Sangat Tidak Baik / Sangat Tidak Puas

penulis menggunakan penyebaran kuesioner kepada 100 orang nasabah secara sampling dan terdiri dari 20 pertanyaan. Menurut Subagio (1996, 76) dan menganalisis regresi sederhana digunakan beberapa asumsi antara lain :

- Pengaruh suatu arah, analisis regresi sederhana hanya dapat digunakan apabila terdapat pengaruh satu arah, yaitu pengaruh variabel bebas (x) yang berpengaruh terhadap variabel terkait (y). tetapi variabel y tidak punya pengaruh terhadap x, sehingga tidak ada pengaruh timbal balik .
- harus dapat homoscedescity, terdapatnya kesamaan deviasi standar nilai y pada setiap nilai x
- tidak boleh terjadi autokolerasi hubungan antara suatu nilai variabel yang sama tetapi terjadi pada periode sebelumnya.

2. Kolerasi sederhana

Menurut Djarwanto dan Subagyo (1996,321) kolerasi adalah salah satu tehnik statistic yang digunakan untuk mencari hubungan antara dua variabel atau lebih yang bersifat kuantitatif. Penulis ini mencari pengaruh customer service terhadap upaya dalam meningkatkan jumlah nasabah pada PT. Bank BNI (persero)

$$R = \frac{n\sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Untuk mengukur kuatnya hubungan antara x dan y besar nilai r antara -1 sampai dengan 1 kalau nilai r =

< 0,5 hubungan x dan y lemah (+) / (-)

0,5 < 0,75 hubungan x dan y sedang atau cukup kuat (+) / (-)

0,75<0,90	hubungan x dan y kuat (+) / (-)
0,90<1	hubungan x dan y sangat kuat (+) / (-)
= 1	hubungan x dan y sempurna (+) / (-)
= 0	hubungan x dan y tidak berhubungan atau hubungan sangat lemah

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Tinjauan Umum Perusahaan

4.1.1 Sejarah singkat berdirinya PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk

Bank Negara Indonesia berdiri bertepatan dengan dibentuknya Negara Republik Indonesia. Negara kesatuan Republik Indonesia di proklamirkan pada tanggal 17 Agustus 1945 sebagai Negara yang baru berdiri maka diperlukan aparatur Negara sebagai organ yang akan menjalankan, baik yang menjalankan pemerintahan, keamanan tidak lupa juga perbankan yang mengerakan roda perekonomian

Suatu Negara yang merdeka akan memerlukan sebuah bank guna kelancaran pemerintahan dibidang keuangan dan perekonomian masyarakat, Keputusan Mendirikan Bank Negara ini sesuai dengan landasan pada pasal 23 dan aturan peralihan pasal 4 dari Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia.

Persiapan pembentukan Bank Negara Indonesia sesungguhnya sudah dirintis sejak bulan September 1945 diprakasai oleh RM. Margono Djojohadikusuma. Pada saat itu beliau masih ketua Dewan Pertimbangan Agung. Beliau mngidamkan yang berfungsi sebagai bank sirkulasi dan bank umum.

RM. Margono Djojohadikusuma menghubungi Drs Moh Hatta untuk meminta persetujuan mendirikan sebuah bank umum maka pada tanggal 16 September 1945 disusunlah rekomendasi dan baru pada tanggal 19 September 1945 surat rekomendasi tersebut ditanda tangani oleh presiden Soekarno diatas materai Rp. 1,50.

Nasabah pertama Bank Negara Indonesia adalah Tambang emas Tjikotok dengan meminjamkan dana sebesar f . 150.000 (mata uang jepang) tanpa jaminan sama sekali. Pada januari 1946 Pusat Bank Indonesia terpaksa harus hijrah ke yogyakarta mengikuti kepindahan Pemerintah Republik Indonesia. Meskipun Pusat Bank Indonesia sudah pindah ke yogyakarta namun hal ini tidak mempengaruhi hubungan antara Pusat Bank Indonesia dengan perusahaan Tambang Emas Tjikotok sehingga bulan Juni 1947 perusahaan Tambang Emas Tjikotok selalu mengirimkan hasil produksinya kepusat Bank Indonesia Sementara pusat Bank Indonesia secara teratur memberikan dana sebesar Rp 300.000 untk biaya operasionalnya .

Bank Negara Indonesia tidak terlepas dari berdirinya Republik Indonesia, karena pendiriannya hanya bermodalkan semangat dari para pejuang dan kegigihan serta kebanggaan untuk dapat mempunyai bank sendiri yang didirikan dan dimiliki oleh Bank Indonesia dan rasa kebanggan ini merupakan landasan budaya untuk insane BNI sepanjang jaman.

Pada tanggal 5 juli 1946 tentang pembentukan Bank Negara Indonesia dimana peraturan perundangan undangan tersebut juga disebut sebagai Undang-Undang Bank Negara Indonesia tahun 1946 sebagaimana tercantum pada pasal 23

Peresmian berdirinya Bank Negara Indonesia dilaksanakan di Yogyakarta bertepatan dengan peringatan proklamasi Kemerdekaan Republik Indonesia pertama kali peresmian dilakukan oleh wakil presiden Drs Moh Hatta

Jumlah modal awal bank itu berfungsi sebagai bank sentral atau bank sirkulasi dan bank umum seperti ditentukan dalam pasal I peraturan pemerintah pengganti Undang-Undang No.2 tahun 1946

Beberapa bulan setelah Bank Negara Indonesia diresmikan pemerintah mengambil langkah kebijakan menyalurkan uang Republik Indonesia uang kertas Republik Indonesia yang dikeluarkan pertama kali oleh pemerintah diedarkan oleh Bank negara Indonesia untuk wilayah jawa dan madura pada tanggal 20 Oktober 1946.

Langkah awal setelah mendapatkan tugas dari direksi Bank negara Indonesia itu adalah mengumpulkan Tokoh-tokoh perbankan seperti Sulaeman, Abu bakar, Surya juga Warsono, serta sobana hadir pula wakil dari Escompto Bank. Dalam pertemuan tersebut diambil suatu kesempatan bahwa Mashudi ditunjuk sebagai pimpinan cabang sementara bagian kas diserahkan kepada Sulaeman dengan menempati gedung milik pabrik tekstil Garut.

Bank Negara Indonesia cabang garut priangan sampai Banten adalah cabang BNI yang pertama kali dan diresmikan oleh RM.Margono Djojohadikusumo.

Penegasan status Bank Negara Indonesia sebagai bank umum secara yuridis ditetapkan tanggal 4 Pebruari 1955 Undang-Undang Darurat No.2 tahun 1955 yaitu tentang

Bank Negara Indonesia pada tahun 1961 Undang-Undang Darurat tersebut dijadikan Undang-Undang, maka tugas dan lapangan usaha Bank negara Indonesia sesuai yang tercantum dalam pasal 6 adalah membantu memajukan kemakmuran rakyat dan pembangunan perekonomian nasional dalam bidang perdagangan pada umumnya dan bidang perdagangan impor ekspor pada khususnya dengan adanya kepastian status usaha yang dilakukan Bank Negara Indonesia sebagai bank komersial (bank umum) milik pemerintah, meyelenggarakan perkreditan jangka panjang, memberikan kredit kepada golongan pedagang pada umumnya dan khususnya bagi golongan importir atau eksportir juga menerima menerima simpanan baik berupa giro deposito dan memperdagangkan surat-surat berharga, serta seizin pemerintah Republik Indonesia turut serta dalam modal perusahaan manapun juga.

Berdasarkan Undang-Undang darurat itu Bank negara Indonesia kemudian membantu langsung usaha-usaha nasional diberbagai bidangbaik perdagangan impor dan ekspor, produksi dan pengangkutan maupun usaha-usaha lain di bidang jasa yang kebanyakan mengalami kesulitan di bidang permodalan

Langkah pertama yang diambil Bank negara Indonesia dalam rangka menunjang pertumbuhan kekuatan ekonomi nasional adalah membangun kelompok usaha yang dinamakan “BENTENG GROUP”. Badan usaha yang masuk dalam Benteng group adalah Maskapai Asuransi Indonesia,NV. Trading company,Nv. Putera, Permorin PT. Apotik Tunggal, PT Abadi, PT tehnik umum, PT Trasitor Radio Manupacturing

Bank negara Indonesia menjadi bank devisa karena sudah sampai keinternasional bank asing pertama yang melakukan pembukaan rekening atau hubungan koseponden yaitu

Overseas Tunesos Banking Corporatio Limitid di Singapura dan Hongkong Amsterdamsche Bank NV di Amsterdam dan Banker Trust Company di New York

Pada tanggal 19 November 1955 pelepasan sayap Bank negara Indonesia memiliki lima kantor cabang di luar negeri yaitu Singapura, Hongkong, Landon, Tokyo dan New York.

Bank negara Indonesia merupakan pelopor didalam segala bidang khususnya perbankan, hal ini bisa dilihat dari saat pendirinya pun sudah menunjukkan bahwa Bank negara Indonesia didirikan pertama kali oleh pendiri bangsa dengan tujuan menjadi bank pertama kali milik Negara republik Indonesia. Di samping itu Bank negara Indonesia mengirimkan sejumlah karyawannya yang cukup banyak keluar negeri untuk meraih jenjang S2 tujuan agar bisa memajukan Bank negara Indonesia itu sendiri cita-citanya yaitu ikut memakmurkan perekonomian bangsa didalam perjalanannya

No	Nama Resmi	Sumber Hukum
1	Bank negara Indonesia	PP penganti UUNo2 1946
2	Bank negara Indonesia	UU Darurat No.2 1955
3	Bank negara Indonesia unit III	PP No. 17 Tahun 1965
4	Bank negara Indonesia 1946	UU.No. 17 Tahun 1968
5	PT. Bank negara Indonesia (Persero)	PP No. 19 Tahun 1992
6	PT. Bank negara Indonesia (persero) Tbk	Tahun1996sampai sekarang

Dalam mengalami pasang surut perjuangan yang dialami Bank negara Indonesia ada beberapa era yang telah dilalui bank BNI antara lain :

1. Era perjuangan dimulai tahun 1946 samapai 1952

Dalam era itu perjalanan lebih banyak pengabdianya untuk tetap tegaknya Negara Kesatuan Republik Indonesia semua sumber daya dan dana disumbangkan untuk tetap tegaknya Negara Kesatuan Republik Indonesia.

2. Era kebangkitan pertama tahun 1952 sampai 1966

Bank negara Indonesia mulai Go Internasional dengan membuka *koresponden* dengan bank-bank asing diluar negeri, disamping itu juga membuka kantor-kantor cabang diluar negeri.

3. Era kebangkitan kedua tahun 1967 sampai 1985

Setelah masa berakhirnya gerakan G30 SPKI membawa dampak yang cukup besar dibidang perekonomian dan industri perbankan. Kondisi perkembangan setapak demi setapak untuk melakukan reorganisasi kembali disegala bidang, baik internal maupun dalam strategi bisnisnya, menyesuaikan dengan kondisi bisnis yang muylai ditata sejalan dengan pemerintahan baru yang dikenal dengan Era Orde Baru. Begitu pula dengan symbol Bank negara Indonesia sendiri sebelumnya berupa tulisan BNI dengan lingkaran sekelilingnya dengan warna dasar merah dengan tulisan kuning diganti dengan perahu layar yang dipadu dengan warna biru tosca dan ombak warna orange. Dengan pengantian system tersebut BNI marupakan bank pertama kali di Indonesia yang sudah menjalankan transaksinya secara online, dengan cabang-cabang di beberapa cabnag yang dominan dan muncul pelayanan ATM.

4. Era konsolidasi tahun 2003 sampai sekarang

Selama tahun 2002 akhir dan 2003 Bank BNI mengalami musibah bertubi-tubi sebagai dari ketidak-loyalan serta dedikasi sebagian kecil pegawainya tergoda oleh pihak luar yang sengaja melakukan tindak manipulasi, sehingga Bank BNI dikenal dengan kasus kebayoran baru yang berlokasi di Bank negara Indonesia cabang melawai Blok M dan sampai saat ini para pelakunya masih dalam proses pengadilan.

4.1.2 Lokasi Penelitian

Penelitian mengenai pengaruh customer service dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah pada PT. Bank BNI (persero) Tbk. Adapun lokasi penelitian dilakukan pada PT. Bank BNI (persero) Tbk cabang Fatmawati pondok labu Jakarta selatan.

4.1.3. Struktur Organisasi PT. Bank BNI (persero) Tbk.

Tujuan Organisasi adalah mempermudah terlaksananya suatu kegiatan dimana organisasi merupakan kumpulan dua orang tau lebih yang secara bersama-sama melakukan kegiatan dengan tujuan yang sama melalui kerja sama demi kepentingan bersama.

Struktur Organisasi

a. Pimpinan

PT. Bank BNI (persero) Tbk cabang utama Fatmawati dikepalai oleh seorang pimpinan yang bertugas bertanggungjawab atas semua kegiatan bawahnya dan mngepalai berbagai bidang pelayanan nasabah, Bidang Penjualan dan bidang Operasional.

B. dikepalai oleh satu orang dan bertanggung jawab atas beberapa cabang yang ada dibagian Jakarta selatan seperti Pondok Indah, Pondok Indah Mall, UPN

Pondok Labu, Cinere, Pamulang, Duta mas, Bintaro I, Bintaro II Pondok Pinang, Cilandak dan Graha Asia unit umum dan Masing-masing mempunyai asisten dan teller untuk membantu kelancaran dari tugas-tugas yang diberikan oleh pimpinan.

b. Pimpinan Bidang Penjualan

Membawahi penyelia keuangan, Asisten Penjualan dan Asisten Administrasi dan bersama-sama bertugas untuk menjual berbagai produk-produk bank.

Sebesar Rp 1.000.000 dan bisa ditarik sewaktu waktu dengan menggunakan buku tabungan, kartu debit dan kartu ATM.

3. Tabungan TKI

Simpanan untuk para calon TKI yang ingin bekerja keluar negeri namun belum memiliki biaya keberangkatan maka calon TKI tersebut bisa memiliki tabungan TKI.

4. Tabungan Pendidikan Nasional (TAPENAS)

Simpanan berjangka untuk investasi dana pendidikan anak atau orang yang kita cintai dan sayangi dengan mamfaat asuransi yang diperuntukan bagi nasabah perorangan.

5. Tabungan Pensiun (SIMPONI) /DPLK

layanan program pensiun yang diselenggarakan untuk dana pensiun lembaga keuangan BNI SIMPONI diciptakan untuk dapat dinikmati oleh pesertanya pada saat masuk uang pensiun, dengan kemudahan setoran dan transparan seperti tabungan namun returnnya lebih besar dari tabungan. Dana peserta SIMPONI baru dapat diambil bila memasuki usia pensiun normal atau pensiun

yang dipercepat.

b. Giro

Bank BNI menawarkan produk giro kepada nasabah, dimana bunga dibayarkan perbulan dan dapat ditarik setiap saat dengan menggunakan buku cek, Bilyet giro dan dengan alat pembayaran lainnya atau dengan menggunakan transaksi transfer. Adapun jenis giro yang ada di Bank BNI adalah rupiah dan valuta asing.

c. Deposito Berjangka

simpanan yang ditawarkan kepada kepada nasabah yang dapat ditarik pada saat jatuh tempo. Bank BNI menawarkan dalam jangka waktu yang berbeda-beda antara 1,2,6,12 dan 24 bualn pada saat jatuh tempo nilai pokok dan bunganya dibayarkan langsung oleh pihak Bank BNI.

d. Deposito On Call

Deposito On Call suatu simpanan yang ditawarkan Bank BNI kepada nasabah melalui layanan telepon, jangka waktu yang diberikan antara 7 sampai 20 hari sesuai dengan kesepakatan antara nasabah dan pihak Bank BNI.

II. Produk dan Jasa lainnya

a. Kartu Kredit

Bank BNI menawarkan empat macam bentuk kartu kredit dengan merk dagang Bank BNI yaitu berupa BNI Master card Emas, BNI Visa Emas Dan BNI Master card Biru, BNI Visa Card Biru. Untuk nasabah yang

berpenghasilan minimal 75.000.000 pertahun ditawarkan dengan menggunakan BNI Master Card Emas atau BNI Visa Card Emas dengan membayar iuran sebesar Rp. 240.000 pertahun sedangkan bagi nasabah yang berpenghasilan minimal Rp 15.000.000 pertahun ditawarkan BNI Master Card Biru atau BNI Visa card Biru dengan iuran sebesar Rp 120.000 pertahun penarikan dapat digunakan di setiap ATM yang memiliki Logo CIRRUS PLUS.

b. Produk Investasi

Bank BNI Meluncurkan produk gabungan antara tabungan dan reksadana dengan nama produk dana investasi bekerjasama dengan dana reksa Investment manajemen sebagai manajer investasi.

c. Travelers' Cheques

Travelers' Cheques BNI merupakan cek/surat yang diberikan oleh nasabah Kepada Bank BNI yang ingin melakukan perjalanan keluar negeri. Penguangan Travelers' Cheques atas dasar kurs beli yang berlaku pada bank setempat dengan cara yang sangat mudah Travelers, Cheques yang tersedia di cabang Bank BNI adalah yang diterbitkan oleh koreponden diluar negeri.

d. Safe Deposito Boxes

Layanan bank BNI yang ditawarkan kepada nasabah untuk melindungi barang-barang berharga dan dokumen. Adapun syaratnya untuk memiliki Safe Deposito Boxes adalah harus telah memiliki rekening di Bank BNI karena biaya sewa tahunanya akan langsung dibebankan pada rekening nasabah tersebut

e. Jasa pembayaran Tagihan

Suatu jasa Bank untuk membantu dan memudahkan nasabah maupun bukan nasabah dalam melunasi beberapa pembayaran seperti listrik telepon, air, telepon seluler, PBB Pembayaran bias dilakukan melalui cabang-cabang BNI lainnya.

F. Produk Kredit Umum Konsumtif Plus

Bank BNI memberikan penawaran kredit sebesar Rp 15.000.000 kepada para pegawai nasabah Bank BNI dan Rp 5.000.000 sampai Rp 30.000.000 untuk para pensiunan atau jaminan apapun kepada pihak Bank BNI tanpa memberikan agunan atau jaminan apapun kepada pihak Bank BNI.

G. Produk Kredit BNI AUTO

Menawarkan kepada nasabah berupa pinjaman untuk pembelian kendaraan bermotor dengan jaminan berupa kendaraan bermotor yang telah dibiayai tersebut seperti kendaraan roda empat dengan merk terbaru

h. Jasa Private Banking

Memberikan value yang optimal atau portofolio nasabah yang dipercayakan pada Bank BNI strategi investasi maka BNI mampu memberikan return optimal ata portofolio dengan fisik yang terukur dan terkendali.

i. Jasa Trans Plus

Bank BNI menyediakan fasilitas pengiriman uang dari TKI yang diluar negeri ke Indonesia maka pengirimannya langsung dimasukan kerekening taplus yang dapat diambil penabung maupun pemegang kuasa.

j. Jasa Cek Multi Guna

Jasa Cek Multi Guna adalah Travelers' Cheques sebagai pengganti uang

Tunai yang praktis bagi siapapun, tentang para wisatawan, pengusaha perdagangan dan professional yang sering melakukan perjalanan keluar kota.

k. Jasa Delegasi Kredit

Menyelesaikan pembayaran sejumlah uang secara berkala kepada perorangan atau badah usaha dalam jumlah dan jangka waktu tertentu atas permintaan pengirim.

l. Jasa INKASO

Jasa ini adalah menagih atas pembayaran surat atau dokumen berharga kepada pihak ketiga ditempat atau kota lain yang didalam negeri. Adapun yang dapat di INKASO adalah wesel atau draf, CEK, Bilyet Giro, Kwitansi, aksep dan hadiah undian.

m. Jasa BNI Solusi

Bank BNI memberikan jasa solusi kepada nasabah yang bingung memilih berbagai produk-produk yang telah disediakan oleh pihak Bank BNI itu sendiri. Adapun Bank BNI solusi antara lain : Solusi Pintar, Solusi Abadi, Solusi Abadi, Solusi Plus, Solusi Prima, Solusi Link Sejahtera dan Solusi Pensiun.

4.2. Analisis Pengaruh Customer Service dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada PT.Bank BNI (persero) Tbk Cabang Utama Fatmawati.

Nasabah adalah pelanggan bank dan merupakan factor penting dalam Keberhasilan usaha perbankan. Daya tarik sebuah bank tidak hanya terletak pada kantornya yang lengkap dan fasilitasnya tetapi juga pada citra dan pelayanan yang diberikan karyawannya kepada nasabah

Pembinaan hubungan baim dan kepercayaan nasabah terhadap perusahaan dilakukan dengan baik, pelayanan yang dilakukan secara optimal oleh customer service kepada nasabah maka akan menimbulkan kepuasan tersendiri bagi nasabah. Disini terlihat inti dari pelayanan kepada nasabah yang baik adalah belajar berkomunikasi dengan baik kepada setiap nasabah atau calon nasabah. customer service berpengaruh sebagai pelayan nasabah dalam memberikan penjelasan mengenai produk-produk perbankan yang ada dibank tersebut. customer service mempunyai pengaruh dalam kegiatan usaha suatu bank pelayanan yang baik dan benar akan menciptakan simpati baik dari masyarakat maupun dari bank-bank saingan lainnya. Jika masyarakat simpati, maka akan menimbulkan kepuasan dan kepercayaan sehingga pemasaran produk jasa bank itu akan lebih lancer.

Untuk itu sangat diharapkan bagi customer service agar secara professional mengetahui dan dapat menjelaskan dengan baik mengenai produk-produk perbankan yang ada dibank tersebut atau jasa bank tersebut customer service juga merupakan daya penarik bagi calon nasabah untuk mencari salah satu sasaran tujuan perusahaan.

Dalam menganalisa pengaruh customer service terhadap nasabah di bank BNI dapat digunakan metode regresi sederhana dan korelasi sederhana analisis regresi sederhana dan korelasi sederhana Analisis Regresi digunakan untuk menentukan kemungkinan hubungan antar variabel-variabel, sedangkan korelasi sederhana digunakan untuk memperkirakan dan menjelaskan keterkaitan antara variabel x dan y analisis ini menggunakan analisis deskriptif yaitu dengan angka-angka atau perhitungan sebagai berikut

TABEL 1
DATA PENGARUH CUSTOMER SERVICE
TERHADAP UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH
PT. BANK BNI (Persero) Tbk

Pelanggan	X	Y	X ²	Y ²
XY				
1	3.45	3.78	11.90	14.29
2	3.45	3.78	11.90	14.29
3	3.54	4.34	12.53	18.84
4	3.54	4.34	12.53	18.84

5	4.00	4.00	16.00	16.00	16.00
6	4.00	4.00	16.00	16.00	16.00
7	4.09	3.89	16.73	15.13	15.91
8	4.09	3.89	16.73	15.13	15.91
9	3.54	3.88	12.53	15.05	13.74
10	3.54	3.89	12.53	15.13	13.77
11	3.64	3.45	13.25	11.90	12.56
12	2.90	2.56	8.41	6.55	7.42
13	3.45	4.56	11.90	20.79	15.73
14	4.18	4.67	17.47	21.81	19.52
15	3.90	4.34	15.21	18.84	16.93
16	3.27	3.67	10.69	13.47	12.00
17	3.27	3.67	10.69	13.47	12.66
18	3.45	3.56	11.90	13.47	12.28
19	3.45	3.56	11.90	12.67	12.28
20	3.45	3.45	11.90	11.90	11.90
21	3.73	3.22	13.91	10.37	12.01
22	4.90	4.44	24.01	19.71	21.76
23	3.64	3.89	13.25	15.13	14.16
24	4.09	3.89	16.73	15.13	15.91
25	3.64	3.78	13.25	14.29	13.76
26	4.09	3.89	16.73	15.13	15.91
27	3.54	3.67	12.53	13.47	12.99

28	3.54	3.56	12.53	12.67	12.60
29	3.54	3.56	12.53	12.67	12.60
30	3.54	3.67	12.53	13.47	12.99
31	3.45	3.89	11.90	15.13	13.42
32	3.45	3.89	11.90	15.13	13.42
33	3.36	3.56	11.29	12.67	11.96
34	3.27	3.22	10.69	10.37	10.53
35	3.18	3.89	10.11	15.13	12.37
36	2.90	4.00	8.41	16.00	11.60
37	3.45	3.67	11.90	13.47	12.66
38	3.45	4.00	11.90	16.00	13.80
39	2.27	3.00	5.15	9.00	6.81
40	1.81	2.78	3.28	7.73	5.03
41	4.00	4.11	16.00	16.89	16.44
42	4.00	4.11	16.00	16.89	16.44
43	3.18	3.67	10.11	13.47	11.67
44	3.18	3.67	10.11	13.47	11.67
45	3.18	3.67	10.11	13.47	11.67
46	3.18	3.67	10.11	13.47	11.67
47	3.18	3.67	10.11	13.47	11.67
48	3.27	3.45	10.69	11.90	12.52
49	3.63	3.45	13.18	11.90	12.52
50	3.27	3.67	10.69	13.47	12.00

51	3.27	3.56	10.69	12.67	11.64
52	3.36	3.67	11.29	13.47	12.33
53	3.63	4.22	13.18	17.81	15.32
54	3.09	3.67	9.55	13.47	11.34
55	3.81	4.33	12.45	18.75	16.50
56	3.54	3.78	12.53	14.29	13.38
57	3.36	4.11	11.29	16.89	13.81
58	2.81	2.72	7.90	7.40	7.64
59	4.18	3.89	17.47	15.13	16.26
60	3.27	3.89	10.69	15.13	12.72
61	3.72	3.78	13.84	14.29	14.06
62	3.54	3.56	12.53	12.67	12.60
63	3.90	4.33	15.21	18.75	16.89
64	3.54	3.56	12.53	12.67	12.60
65	4.18	4.56	17.47	20.79	19.06
66	4.55	4.44	20.70	19.71	20.20
67	4.55	4.56	20.70	20.79	20.75
68	3.27	3.33	10.69	11.09	10.89
69	2.90	3.33	8.41	11.09	9.66
70	3.90	15.21	19.01	19.71	19.36
71	3.45	3.78	11.90	14.29	13.04
72	4.27	4.11	18.23	16.89	17.55
73	4.36	4.44	19.01	19.71	19.36

74	2.36	2.89	5.57	8.35	6.82
75	2.90	2.89	8.41	8.35	8.38
76	3.18	3.33	10.11	11.09	10.59
77	2.63	2.89	6.92	8.35	7.60
78	4.36	4.56	19.01	20.79	19.88
79	4.00	4.44	16.00	19.71	17.76
80	4.36	4.56	19.01	20.79	19.88
81	4.27	4.33	18.23	18.75	18.49
82	4.63	4.89	21.44	23.91	22.64
83	4.45	4.44	19.80	19.71	20.16
84	4.54	4.44	20.60	19.71	20.16
85	4.54	4.44	19.01	19.71	19.36
86	4.36	4.44	19.01	19.71	19.36
87	4.81	4.89	23.14	23.91	23.52
88	4.54	3.33	20.61	11.09	15.12
89	3.63	4.78	13.18	22.85	17.53
90	4.63	4.78	21.44	22.85	22.13
91	4.54	4.56	20.61	20.79	20.70
92	4.36	4.67	19.01	21.81	20.36
93	4.54	4.44	20.61	19.71	21.81
94	4.54	4.22	20.61	17.81	16.46
95	3.90	4.22	15.21	17.81	16.46
96	3.72	4.78	13.84	22.85	17.78

97	3.72	4.11	13.84	16.89	15.29
98	3.63	4.44	13.18	19.71	16.52
99	4.09	4.78	16.73	22.85	19.55
100	3.72	4.44	13.84	19.71	16.52
Jumlah	368.51	393.26	1.390.52	1,573.42	1.471.81

Sumber diolah oleh penulis

a. Perhitungan Regresi Sederhana

Analisis ini melihat seberapa jauh pengaruh customer service terhadap peningkatan jumlah nasabah PT.Bank BNI (persero) Tbk cabang Utama Fatmawati dengan persamaan sebagai berikut

$$Y = a + bx$$

Perhitungan regresi

$$\begin{aligned}
 b &= \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{n\sum x^2 - (\sum x)^2} \\
 &= \frac{100 \cdot 1,471.81 - (368.51)(393.26)}{100 \cdot 1,390.52 - (368.51)^2} \\
 &= \frac{2.260.76}{3.252.49} \\
 &= 0,70
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 a &= \frac{\sum y - b(\sum x)}{n} \\
 &= \frac{393.26 - 0,70(368.51)}{100} \\
 &= \frac{135.303}{100} \\
 &= 1.353
 \end{aligned}$$

Jadi persamaan regresi adalah $y = 1.353 + 0.70X$ hal tersebut mengisyaratkan adanya perubahan Variabel $x =$ customer service akan mempengaruhi dalam meningkatkan nasabah variabel (y) dikatakan variabel tidak bebas atau dependen variabel karena nilainya tergantung kepada (x) sedangkan variabel x dikatakan variabel bebas atau independent karena nilainya digunakan untuk meramal.

b. Analisis Korelasi

Analisis ini digunakan untuk melihat seberapa jauh pengaruh customer service terhadap nasabah dalam meningkatkan jumlah nasabah pada PT.Bank BNI (persero) Tbk.

$$\frac{n \cdot \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{n \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2} \sqrt{n \cdot (\sum y^2) - (\sum y)^2}}$$

$$100 \cdot 1,471.81 - (368.51) \cdot (393.26)$$

$$\sqrt{100 \cdot 1,390.52 - (368.51)^2} \quad \sqrt{100 \cdot (1,573.42) - (393.26)^2}$$

$$147,181.00 - 144,920.24$$

$$\sqrt{139,052.11 - (135,799.62)} \quad \sqrt{157,341.96 - (154,653.43)}$$

$$2,260.76$$

$$\sqrt{3,253.49} \quad \sqrt{2,688.53}$$

$$2,260.76$$

$$\sqrt{8,744.424.48}$$

$$2,260.76$$

$$2,957.10$$

$$0,76$$

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh customer service terhadap peningkatan jumlah nasabah berdasarkan koefisien determinasi.

KD = koefisien determinasi.

$$KD = r^2$$

$$KD = (0,76)^2$$

$$KD = 0,57$$

Hal tersebut membuktikan bahwa besarnya pengaruh customer service terhadap peningkatan jumlah nasabah sebesar 57 % dan sisanya 43 % dipengaruhi oleh faktor lain seperti iklan-iklan diberbagai media.

Adapun ketentuan $r =$ adalah $-1 \leq r \leq 1$

- a. Jika $r = 0$ atau mendekati 0 maka tidak ada hubungan x dengan y
- b. Jika $r = 1$ atau mendekati 1 maka hubungan x dan y sangat kuat atau positif
- c. Jika $r = -1$ atau mendekati -1 maka hubungan x dan y sangat kuat atau negatif

Dengan kata lain kenaikan penurunan nilai x terjadi bersama dengan kenaikan atau penurunan nilai y bersifat searah, sebaliknya jika $r =$ negatif kenaikan nilai x terjadi bersama-sama dengan penurunan nilai y atau sebaliknya

c. Pengujian Hipotesis

pengujian terhadap hipotesis korelasi dilakukan dengan cara mencari atau membandingkan nilai t hit dengan t tab. Nilai t tab dilakukan berdasarkan tingkat signifikan (α) yang dilakukan dan derajat kebebasan ($df = n - 2$) Pengujian ini kemudian dilakukan dengan menggunakan 0.01 dan $n = 100$ maka t tab = 2,353 menghitung t hit dengan rumus :

$$t = r \sqrt{n-2}$$

$$\sqrt{1-r^2}$$

$$t = 0.76 \sqrt{100-2}$$

$$\sqrt{1-0.76^2}$$

$$t = 0.76 \sqrt{98}$$

$$\sqrt{0.24}$$

$$t = 15.34$$

berdasarkan hasil pengujian diatas maka $t_{hit} > t_{tab}$ ($15.34 > 2.353$)

artinya H_0 ditolak H_a diterima dapat dikatakan bahwa x (customer service) sangat berpengaruh terhadap y (Peningkatan Nasabah).

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis pada BAB IV, penulis mencoba menarik beberapa kesimpulan mengenai pengaruh customer service dalam peningkatan jumlah nasabah pada PT.Bank BNI (persero) Tbk cabang Utama Fatmawati sebagai berikut

1. Analisis yang diperoleh dari analisis regresi sederhana terbukti bahwa customer service berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah. Hal ini terbukti dari regresi yang diperoleh yaitu $Y = 1,353 + 0,70X$ maka hal tersebut mengisyaratkan bahwa $X =$ tingkat kualitas customer service akan diimbangi dengan perubahan variabel $Y =$ tingkat kepuasan nasabah .
2. Dari analisis korelasi diperoleh bahwa customer service berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah. Terbukti dari hasil analisis korelasi tersebut diperoleh sebesar $r = 0.76$ dan apabila menggunakan perhitungan efisien determinasi (KD) adalah 0.5 % yang menggambarkan bahwa customer service berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah tetapi tidak sepenuhnya 0.43 % factor dari yang lain.

5.2 Saran

berdasarkan hasil kesimpulan akhirnya penulis mencoba memberikan beberapa saran, dengan harapan semoga memberikan mamfaat bagi PT.Bank BNI (persero) Tbk Cabang Utama Fatmawati.

1. Dengan bertambahnya jumlah nasabah yang dilayani setiap hari, maka disarankan untuk menambah jumlah karyawan dan fasilitas peralatn kantor atau ruangan agar

memberikan kenyamanan kepada para nasabah dalam menunggu antrian untuk dilayani dengan baik dan ramah

2. Penyelesaian setiap keluhan nasabah masih harus diperhatikan dengan hati-hati dan teliti sampai para nasabah atau calon nasabah itu mengerti sehingga diharapkan bagi PT.Bank BNI (persero) Tbk Cabang Utama Fatmawati untuk lebih banyak mengerti atas kemauan atau keinginan dari nasabah itu sendiri agar para nasabah merasa ada kepuasan dalam melakukan transaksi di Bank BNI (persero) Tbk cabang Utama Fatmawati .

DAFTAR PUSTAKA

Bank BNI.2004. Bank BNI dari masa kemasa, Joko Tetuko, Jakarta

Djarwanto dan Pangestu Subagyo. 1996 Statistik induktif, BPFE, Yogyakarta

Husen Umar 1999 Metode Penelitian Aplikasi dalam Pemasaran, PT Gramedia Pustaka utama, Jakarta

J. Suprpto 1997. Pengukuran tingkatkepuasan pelanggan, PT Rineka cipta Jakarta

Kasmir, 2003 Manajemen Perbankan, PT Grafindo Persada, Jakarta

Lamb, Hair, Mc Daniel, 2001. Manajemen pemasaran, Salemba 4, Jakarta

Malayu. S.P. Hasibuan 1993 Manajemen Perbankan CV Haji Masagung Bandung

Masri Singaribuan dan Sopian Effendi 1995 Metode Penelitian Survei Edisi Revisi LP3ES Jakarta

Mulyadi dan Johny Setyawan 2001 Sistem Perencanaan dan Pengendalian Manajemen, Salemba 4, Jakarta

Mudrajad Kuncoro dan Suhardjono 2002 Manajemen Perbankan PT Grafindo Persada Jakarta

M. Nazir 1998 Metode penelitian BPFE Yogyakarta

Kotler Philip 1987 Dasar-dasar Pemasaran PT Prenhalindo Jakarta

_____ 1994 Dasar-dasar Pemasaran PT Prenhalindo Jakarta

_____ 2002 Dasar-dasar Pemasaran PT Prenhalindo Jakarta

KUESIONER

Lingkarilah nomer atau angka pada kolom bawah ini

1. Kualitas Pelayanan

--	--	--	--	--	--

Pernyataan	sangat baik	baik	Cukup baik	Kurang baik	Tidak baik
1. Ketepatan dalam melaksanakan janji kepada nasabah					
2. Kelengkapan customer service dalam menjelaskan produk dan layanan perbankan yang tersedia					
3. customer service memberikan pelayanan yang cepat dan akurat					
4. Tindakan customer service selalu siap menghadapi keluhan yang dihadapi nasabah					
5. Kemampuan customer service selalu siap dalam memenuhi kebutuhan perbankan nasabah					
6. customer service selalu baik dalam berkomunikasi dengan nasabah.					
7. customer service mampu meyakinkan dan dapat dipercaya oleh nasabah					
8. Menjamin keamanan nasabah di dalam melakukan setiap transaksi					
9. Memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan nasabah					
10. peralatan dan teknologi canggih yang dimiliki oleh PT. Bank BNI (persero) Tbk					
11. penampilan fisisk gedung dan customer service rapi dan menarik					

KUESIONER

TINGKAT KEPUASAN

1. Tujuan bertransaksi :

- Buka rekening :

- Penarikan /penyetoran :
- tutup rekening :
- Cek saldo /transaksi :
- Lain-lain (sebutkan) :

2. Lama waktu tunggu yang ditoleransi :

- < 10 menit
- 10 – 15 menit
- > 15 menit

	Sangat Baik	Baik	Cukup baik	Kurang baik	Tidak baik
3 Pelayanan yang dilakukan selalu ramah dan sopan					
4. customer service selalu bersedia membantu apabila membantu apabila ada kesulitan					
5. customer service selalu memberikan penjelasan produk dan layanan perbankan yang ada					
6. customer service selalu memberikan informasi yang tepat					
7. customer service mengerjakan pekerjaannya dengan cepat dan akurat					
8. customer service selalu menyelesaikan masalahnya dengan baik dan benar					

9. berminatkah anda menjadi nasabah pada PT.Bank BNI (persero) Tbk

- Ya
- Tidak

