

Volume 4, No.1, Th, 2014

ISSN 2089-3590

SNaPP 2014

Seminar Nasional Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat

Prosiding Seminar Nasional Penelitian dan PKM: Sosial, Ekonomi, dan Humaniora

Pemanfaatan Hasil Penelitian dan Pengabdian
kepada Masyarakat bagi Percepatan Pembangunan
Berkelanjutan di Indonesia

Bandung, 29 Oktober 2014



unisba
PUSAT PENELITIAN UNIVERSITAS (PU-LPPM)

Susunan Redaksi
Prosiding Seminar Nasional Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat
2014 (SNaPP2014):
Sosial, Ekonomi, dan Humaniora

ISSN 2089-3590

Ketua Redaksi : Dr. Dedeh Fardiah (Ketua)

1. Dr. Rini Rinawati, M.Si
2. Dr. Tasya Aspiranti, SE., M.Si
3. Dr. Bambang Saiful Ma'arif, Drs., M.Si
4. Zaini Abdul Malik, SE., M.Ag.
5. Dadi Ahmadi, S.Sos., M.I.Kom.
6. Makmuroh Sri Rahayu, Dra., M.Si
7. Santi Indra Astuti, S.Sos., M.Si
8. Chairiawati, Dra., M.Si
9. Dewi Rosiana, S.Psi., M.Psi.
10. Yuli Aslamawati, Dra., M.Pd.
11. Lilim Halimah, MH. Spj.
12. Dr. Neni Sri Imaniati, SH., MH.
13. Dr. Nandang Sambas, SH., MH.
14. Enoh, Drs., M.Ag
15. Stephani Raihan Hamdan, M.Si
16. Dr. Septiawan Santana

Sekretariat/Sirkulasi : 1. Dewi Rosiana
2. Sriyanti
3. Dadi Ahmadi
4. Unang Arifn
5. Ian Saftani
6. Yuliani
7. Hendar
8. Oktaviany
9. Fuji Astuti
10. Nia Kamelia
11. Asep Supriatna

Desain dan Layout : 1. Dadi Ahmadi
2. Unang Arifn

Sekretariat:

LPPM Unisba, Gedung Rektorat Lantai 4, Jl. Tamansari No. 20 Bandung 40116

Tlp. 022-4203368 ext. 153, 154, 155

Surel: prosiding.sosial@gmail.com; prosiding.sosial@unisba.ac.id

Laman: <http://prosiding.lppm.unisba.ac.id>

atau <http://prosiding.lppm.unisba.ac.id/index.php/sosial>

Kata Pengantar

Segala puji dan syukur kehadirat Illahi Rabbi atas berkah dan karuniaNya, serta limpahan nikmat sehat, rejeki, kecerdasan, kemauan dan kemampuan bersyukur kepadanya. Berkat ijin-Nya Prosiding Seminar Nasional Penelitian dan PKM 2014 (SNaPP2014), dengan Tema “Pemanfaatan Hasil Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat bagi Percepatan Pembangunan Berkelanjutan di Indonesia”, dapat kami terbitkan. Kegiatan SNaPP ini dimulai pada tahun 2010 hingga kini dan telah menerbitkan 4 volume Prosiding sosial, ekonomi, dan humaniora,

Adapun tema tersebut di atas dipilih, dengan argumen bahwa pembangunan nasional bukan merupakan suatu usaha yang hanya terbatas kepada pembangunan bidang tertentu saja, tetapi suatu usaha yang harus mempertimbangkan proses-proses yang berlangsung terhadap perkembangan bidang-bidang ilmu lain. Masalah pembangunan nasional yang kompleks, hanya dapat dipecahkan dengan sistem kerja sama antar disiplin ilmu. Terlebih lagi saat ini kita menghadapi era pemerintahan baru yang tentu akan mengalami tantangan lebih besar bagi para peneliti di Indonesia untuk memberikan bukti kepada pemerintah dan masyarakat bahwa penelitian dan PKM di perguruan tinggi mampu memberikan kontribusi pada pembangunan nasional.

Namun dilemanya, saat ini banyak hasil penelitian dan PKM yang tersebar di berbagai Perguruan Tinggi dan Lembaga Penelitian di seluruh pelosok tanah air, banyak yang belum didesiminasikan dan disosialisasikan secara optimal sehingga kontribusinya belum diketahui oleh pemerintah dan masyarakat luas. Berdasarkan argumen ini maka seminar bertujuan:

1. Sebagai Sarana bagi para peneliti untuk mempresentasikan hasil penelitian dan PKM, sekaligus melakukan pertukaran informasi, pendalaman masalah-masalah di berbagai bidang keahliannya, serta mempererat dan mengembangkan kerjasama akademik yang saling menguntungkan secara berkelanjutan.
2. Memberikan sumbang saran kepada pemerintah pusat maupun pemerintah daerah Jawa Barat berupa hasil-hasil penelitian dan penerapan sains dan teknologi bagi perkembangan pembangunan berkelanjutan di Indonesia terutama di era pemerintahan baru.

Seminar ini diikuti oleh peneliti-peneliti dari berbagai bidang ilmu dari seluruh Indonesia, yang telah membahas berbagai bidang kajian sosial, ekonomi, humaniora, serta bidang lainnya, seperti soft skill. Adapun peserta yang mengikuti kegiatan ini terdiri dari sebanyak 51 pemakalah berasal dari Unisba, 33 Pemakalah dari luar unisba.

Prosiding bidang **Sosial, Ekonomi, dan Humaniora** ini berisi 84 makalah terseleksi dari 102 makalah yang masuk dari berbagai instansi baik perguruan tinggi maupun lembaga penelitian melalui *on-line* (<http://prosiding.lppm.unisba.ac.id/sosial>), diantaranya Universitas Semarang, Universitas Trunojoyo Madura, Universitas Tanjung Pura, Universitas Sriwijaya Palembang, Universitas Negeri Surabaya, Unika Atmajaya, Universitas Sumatera Utara, Akademi Teknologi Padang, Universitas Serang Raya Banten, Politeknik Negeri Lhoksemawe, Undip Semarang, Universitas Islam Riau, Universitas Muhammadiyah Mataram, Universitas Gajah Mada, Universitas Samratulangi, dll.

Kami mengucapkan terima kasih kepada pimpinan Unisba dan para pemakalah yang telah mengirimkan artikelnya. Tak lupa kami haturkan terimakasih kepada para editor dan reviewer seminar SNaPP 2014 yang telah berpartisipasi dalam menyeleksi naskah seminar ini.

Tindak lanjut dari seminar ini adalah publikasi prosiding, dan kami berharap adanya pengembangan konsep-konsep dan aplikasi-aplikasi yang dapat digunakan oleh pemerintah dan industri dalam menjalankan pembangunan bangsa di masa yang akan datang.

Akhirnya, kami mengucapkan terima kasih kepada anggota panitia pengarah, panitia pelaksana, para reviewer, para moderator, serta pihak-pihak lain yang tidak dapat kami sebut satu persatu yang telah membantu atas terselenggaranya seminar dan terwujudnya prosiding ini. Semoga Allah SWT meridhai semua langkah dan perjuangan kita, serta berkenan mencatatnya sebagai amal ibadah. Amin.

Bandung, 5 November 2014

Dr. Dedeh Fardiah, M.Si.

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------|
| Kata Pengantar | i |
| Daftar Isi | iii |
| | |
| Studi Deskriptif Mengenai Kesabaran dalam Bidang Usaha pada Para Pengusaha Muslim Etnis Tionghoa di Kota Bandung Umar Yusuf | 01-08 |
| Lingkungan Eksternal Individu (Budaya dan Kelas Sosial) Konsumen Pasa Nina Maharani, Ida Farida Oesman | 09-16 |
| Komunikasi Guru Dalam Mengembangkan Potensi Anak di Sekolah Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) Wulan Tri Gartanti, Ike Triwardani, Dadi Ahmadi | 17-24 |
| Komunikasi Dikalangan Perempuan Pebisnis Online Anne Maryani | 25-32 |
| Metode Intervensi Guna Menurunkan Intensi Merokok pada Perempuan Perokok Dewi Rosiana Prawiradijaya, Lilim Halimah | 33-38 |
| Pelatihan Teknik Presentasi Bisnis Bagi Wanita Pengusaha di Jawa Barat Yusuf Hamdan, Anne Ratnasari, Bambang S Ma'arif, Aning Sofyan | 39-46 |
| Studi Mengenai Faktor Determinan Terhadap Intensi Merokok Pada Siswa Sdn Kota Bandung Ali Mubarak, Stephani Raihana Hamdan, Eggy Pinasih Sumarna | 47-52 |
| Konsep Sosiologi Islam Tentang Konflik Sosial Mahmud Thohier | 53-60 |
| Pembaharuan Sistem Peradilan Pidana Anak Berdasarkan UU No. 11 Tahun 2012 Tentang Sistem Peradilan Pidana Anak Nandang Sambas, Euis Dudung Suhardiman | 61-68 |
| Model Pengambilan Keputusan dalam Pemilihan Umum Legislatif Pada Mahasiswa Pemilih Pemula Dwissa Lestari, Agus Sofyandi Kahfi, Stephani Raihana Hamdan | 69-76 |

| | |
|--|---------|
| Studi Deskriptif Tentang Persepsi Dekan Dan Wadek Bidang Akademik Terhadap Rencana Pengembangan Pendidikan Dan Pengajaran Di Universitas Islam Bandung Yuli Aslamawati, Eneng Nurlaili Wangi | 77-84 |
| Radikalisme Dalam Perspektif Islam Rodliah Khuza'i | 85-90 |
| Pemanfaatan Model Fleksibilitas Paten Atas Obat Dalam Wto-Agreement On Trade Related Aspects Of Intellectual Property Rights (Trips) Oleh Indonesia Ditinjau dari UU. No. 14 Tahun 2001 Tentang Paten Iman Sunendar, Eka An Aqimuddin, Andre Dzulman | 91-98 |
| Studi Mengenai Sistem Nilai Pada Mahasiswa Etnik Batak, Minang, Jawa, Dan Sunda di Bandung Sebuah Tinjauan Psikologi Lintas Budaya Ihsana Sabriani Borualogo | 99-106 |
| Pemeriksaan Tindak Pidana Di Bidang Pasar Modal Dalam Rangka Melaksanakan Fungsi Pengawasan Pasca Lahirnya Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2011 Tentang Otoritas Jasa Keuangan Diana Wiyanti, Frency Siska | 107-114 |
| Kearifan Dakwah dan Konflik Sosial Nia Kurniati Syam | 115-120 |
| Para Sufi-Falsafi Iluminasi: Refleksi untuk Dunia Modern Asep Ahmad Siddiq | 121-128 |
| Gambaran Self Compassion Terapis Pediatrik di Rs.Santo Borromeus Bandung Fanni Putri Diantina, Rizka Hendarizkianny | 129-134 |
| Efektivitas Pelatihan Pengelolaan Modal Sosial Bagi Pemberdayaan Wirausahawan di Wilayah Kecamatan Rancaekek Ani Yuningsih, Maman Suherman, Nani Sunarsih, Susilo Setiyawan | 135-142 |
| Persepsi dan Opini Publik Tentang Citra Polantas Jawa Barat Neni Yulianita, Atie Rachmiatie, Dadi Ahmadi, Wienna Meisari, Ulfa Yuniati | 143-150 |
| Pelatihan Negosiasi dan Melobi Bagi Anggota UMKM untuk Menunjang Keberhasilan Usaha Maman Suherman, Neni Yulianita, Yenni Yuniati, Nurrahmawati | 151-158 |
| Eksistensi Media Jejaring Sosial Twitter Sebagai Sarana Berpikir Kritis Dedeh Fardiah, Ferry Darmawan, Maman Chatamallah | 159-166 |
| Peranan Da'i Dalam Merekatkan Ukhuwah Islamiyah Rahmat Effendi | 167-172 |

| | |
|---|---------|
| Upaya Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Melalui Penerapan Pajak Progresif Kendaraan Bermotor di Pemerintah Daerah Provinsi Jawa Barat (Hasil Penelitian) | |
| Asyhar Hidayat, Rini Irianti Sundary, Efik Yusdiansyah, Nurul Chotidjah | 173-180 |
| Model Perjanjian Sebagai Alternatif Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Dalam Pertambangan Batubara di Indonesia | |
| Arif Firmansyah, Lina Jamilah | 181-188 |
| Perbedaan Tentang Derajat Kesabaran Dalam Berbisnis Pada Para Pengusaha Komunitas TDA (Tangan Di Atas) Kota Bandung | |
| Umar Yusuf, Resthi Dwi Fauzia, Rossy Rosada | 189-194 |
| Pengawasan Pemerintah Kota Bandung Terhadap Pengobatan Tradisional Dihubungkan dengan Peningkatan Kesehatan Masyarakat di Kota Bandung | |
| Sri Ratna Suminar | 195-202 |
| Pelatihan Wartawan Cilik Bagi Siswa SD Se-Kecamatan Cicalengka: Upaya Literasi Media Agar Siswa SD Mampu Menerbitkan dan Mengelola Media Sekolah Sendiri | |
| Askurifai Baksin, Kiki Zakiah, Yenni Yuniati | 203-208 |
| Analisis Kebutuhan Program Pendampingan Guru SDN Guna Meningkatkan Kemampuan Mengajar Siswa Berkebutuhan Khusus | |
| Dewi Rosiana Prawiradijaya, Stephani Raihanah Hamdan, Anna Rozana Rozana, Dinda Dwarawati | 209-214 |
| Penyuluhan Mengenai Manajemen Usaha dan Sistem Dagang Islami Kepada Pedagang Kecil di Lingkungan Pasar Kosambi Kotamadya Bandung | |
| Muhardi | 215-220 |
| Viktimisasi Pengikut Syiah di Sampang Madura Ditinjau dari Aspek Perlindungan Korban dan Penegakkan Hukum Pidana di Indonesia | |
| Dian Andriasari | 221-228 |
| Sosialisasi dan Aplikasi Pengelolaan Sampah Organik di Desa Cikole Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat | |
| Aziz Taufik Hirzi, Tia Muthiah Umar, O. Hasbiansyah, Doddy Iskandar, Huri Qonita Hanifa, Yosandra Ariditha | 229-234 |
| Pemetaan Profil Dakwah di Kota Bandung | |
| Bambang Saiful Ma'arif | 235-242 |
| Pengaruh Intensitas Moral Konsensus Sosial, Besaran Konsekuensi, dan Kedekatan Terhadap Intensi Keperilakuan (Studi Situasi Etis Penggunaan Sistem Informasi) | |
| Nikmatuniayah | 243-250 |

| | |
|---|---------|
| Studi Korelasi Antara Pengaturan Diri dengan Kebiasaan Belajar Pada Mahasiswa di Kotamadya Palembang Itryah, Dwi Hurriyati | 251-258 |
| Tantangan Daerah dalam Upaya Perlindungan Indikasi Geografis Djulaeka, Yudi Widagdo Harimurti, Makhmud Zulkifli | 259-264 |
| Perancangan Strategi Promosi dengan Model Integrated Marketing Communications di PT Kn Sigma Trans Senny Handayani Suarsa, Asrofah | 265-272 |
| Penerapan Teknologi Laporan Keuangan Berdasarkan SAK ETAP Dan PSAK 45 IAI pada Yayasan Daruttaqwa Kota Semarang Nikmatuniayah | 273-280 |
| Strategi Komunikasi Total dan Interaksi Simbolik dengan Anak Tunarungu di Sekolah Luar Biasa (SLB) Dharma Asih Pontianak Aliyah Nur'aini Hanum, Ery Hermawati | 281-288 |
| Perlindungan Hukum Terhadap Anak Sebagai Korban Kejahatan Kekerasan Yetisma Saini, Syafridatati Rasyid | 289-294 |
| Analisis Kepuasan Mahasiswa Sebagai Konsumen Di Politeknik Pertanian Negeri Samarinda Ita Merni Patulak | 295-302 |
| Analisis Positioning Top Brand Coffee Shop Berdasarkan Persepsi Pelanggan di Kota Bandung Aditya Wardhana, Budi Rustandi Kartawinata, Syahputra Nasution | 303-310 |
| Pengawasan Terhadap Perusahaan Penyedia Jasa Pekerja/Buruh Endah Pujiastuti, Albertus Heru Nuswanto | 311-318 |
| Model Program Pembelajaran Individual untuk Peserta Didik dengan Kesulitan Belajar Melalui Pelatihan Terapi Gerak Bagi Shadow Teacher di SD Inklusi Nuraeni Khambali, Dinar Sari Eka Dewi, Santhy Hawanti | 319-326 |
| Eksplorasi Nilai Multikultural dalam Masyarakat Majemuk di Dusun Susuru Kecamatan Panawangan Kabupaten Ciamis Akhmad Satori, Subhan Agung | 327-334 |
| Hubungan Praktek Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) Dengan Tingkat Produktivitas Kinerja Pekerja UKM di Wilayah Kota Tegal M. Faqihudin, Setyowati Subroto, Yuni Utami | 335-342 |
| Ukuran Kap Melalui Manajemen Laba dan Pengaruhnya Terhadap Earning Respons Coefficient (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Bursa Efek Indonesia) Erik Nugraha, Dani Sopian | 343-350 |

| | |
|---|---------|
| Kualitas Kognitif dalam Integrasi Taksonomi Bloom dan Taksonomi Solo (Analisis Pengaruh Tingkat Sosial Mahasiswa FKIP PTS DKI Jakarta dan Di Yogyakarta) Venny Eka Meidasari, Imam Suseno, Ahmad Kosasih | 351-358 |
| The Influence Of Corporate Social Responsibility (CSR)For Micro, Small, And Medium Enterprises At Kampoeng BNI Subang Toward Corporate Image Of Pt Bank Negara Indonesia Tbk Donni Junipriansa, Fenny Damayanti | 359-366 |
| Akibat Hukum Pembatalan Perkawinan (Fasakh) dalam Perspektif Hukum Perlindungan Anak dan Istri di Wilayah Hukum Pengadilan Agama Palembang Sri Turatmiyah | 367-372 |
| Adaptasi Model Pemberdayaan Industri Batik Ramah Lingkungan di Jawa Tengah Guna Percepatan dan Penguatan Pembangunan Ekonomi pada Sektor Industri Tekstil di Indonesia Ngatindriatun | 373-380 |
| Peningkatan Kualitas Akademik Siswa Melalui Penerapan IBM Kelompok Bimbingan Belajar Diah Kurniati, Hertiana Ikasari, Zainuri | 381-386 |
| Education For Family Wellness: Sebuah Upaya Prevensi Terjadinya Konflik Perkawinan, Kekerasan Dalam Rumah Tangga (KDRT), dan Perceraian. Dyah Siti Septiningsih, Nur'aeni | 387-392 |
| Ibm Kelompok Petambak Tradisional Ikan Bandeng dalam Bentuk Diversifikasi Produk Olahan Berkualitas Untuk Meningkatkan Pendapatan Petambak Pasca Terjadinya Lumpur Lapindo di Desa Banjarpanji Tanggulangin Imelda Dian Rahmawati, Ida Agustini Saidi, Dewi Komala Sari | 393-400 |
| Analisis Pengaruh Kebebasan Ekonomi Terhadap Harga Saham di Lima Negara Asean Dwi Wulandari | 401-408 |
| Komodifikasi Budaya Pada Program Berita Televisi Ronny Yudhi Septa Priana | 409-416 |
| Akselarasi Perkembangan Pusat Pertumbuhan Ekonomi KTM Telang Kabupaten Banyuasin Provinsi Sumatera Selatan Anoesyirwan Moeins | 417-424 |
| Peran Kepuasan Mahasiswa Sebagai Mediasi Atas Hubungan Antara Praktek Total Quality Managemen dan Kinerja Program Studi Manajemen Aftoni Sutanto | 425-432 |
| Mekanisme Zakat Sebagai Pengurang Pajak (Studi Analisis Tentang Pengelolaan Zakat Menurut UU No. 23 Tahun 2011 dan Fiqih Zakat) Nurul Hikmah | 433-438 |

| | |
|---|---------|
| Psikoedukasi Pada Istri Sebagai Informal Caregiver Dari Suami Dengan HIV+ Clara R.P. Ajisukmo, Distyana Dahlia | 439-444 |
| Eksperimen Kreatif dan Bahasa Rupa dalam Meningkatkan Apresiasi Gambar Anak di Tingkat Pendidikan Dasar Ariesa Pandanwangi, Belinda Sukapura Dewi | 445-450 |
| Arah Baru Reformasi Birokrasi Dalam Pemilihan Kepala Daerah Pasca Undang-Undang Nomor 5 Tahun 2014 Tentang Aparatur Sipil Negara Waspa Kusuma Budi | 451-456 |
| Ibm Bagi Guru Taman Kanak-Kanak Melalui Pelatihan Mengolah Sampah Plastik Menjadi Media Pembelajaran Bidang Sains Retno Dwiyanti, Tri Na'imah | 457-460 |
| Analisis Implementasi Orientasi Pengurus Organisasi Pengelola Zakat Pada Nilai Sosial Ekonomi Pemanfaatan Zakat Sri Fadilah, Rini Lestari, Kania Nurcholisah, Yuni Rosdiana | 461-468 |
| Analisis Deskriptif Tentang Tingkat Kepuasan Peserta Pesantren Mahasiswa Unisba Ayi Sobarna, Fitroh Hayati, Mira maesaroh | 469-474 |
| Dari Piagam Madinah Ke Pluralitas Kepemimpinan Nabi Muhammad SAW Nandang Hermana Marzuki | 475-482 |
| Pembentukan Kesadaran Hukum Tanah Melalui Penanaman Nilai-Nilai Etika Berperspektif Agraris dalam Rangka Pembangunan Lingkungan Berkelanjutan (Studi pada Desa Sadar Hukum Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah) Mahendra Wijaya, Triana Rejekiningsih, Chatarina Muryani | 483-490 |
| Integrasi Proses Pembelajaran Rumpun Mata Pelajaran IPA dengan Materi Keagamaan di SMA IT Al-Multazam Kuningan (Studi Kasus Kelas XI IPA) Nan Rahminawati, Ilisya P Indrasari | 491-498 |
| Kebijakan Dividen Berdasarkan Rasio Keuangan pada Perusahaan Industri Dasar dan Kimia Yang Terdaftar di BEI Rita Martini, Maria, M. Thoyib | 499-506 |
| Pola Komunikasi Organisasi dalam Pencapaian Tujuan Universitas Islam Bandung Kiki Zakiyah, Ani Yuningsih, Ikin Asikin | 507-514 |
| Analisis Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Pemerintah di Kota Padang Yasri Hasim | 515-522 |
| Teorisme dalam Perspektif Ajaran Islam Irfan Safrudin | 523-530 |

| | |
|---|---------|
| Analisa Perbedaan Profil Komitmen Beragama Pada Siswa SMA Islam Modern AA dan Pesantren PPIQ Susandari | 531-534 |
| Prasangka dan Konflik Sosial dalam Perspektif Islam Wildan Yahya | 535-542 |
| Implementasi Pembiayaan Murabahah pada Bank Syariah Dhubungkan Dengan Fatwa DSN No. 84/DSN-MUI/XII/2012 Hermansyah | 543-550 |
| Anak, Media dan Orangtua: Melacak Praktik Bermedia Anak di Tengah Keluarga Santi Indra Astuti, Rita Gani, Yani Cahyani | 551-556 |
| Model Peningkatan Kualitas Layanan Publik Walikota Bandung Ridwan Kamil Parihat Kamil | 557-562 |
| Suatu Telaah Eksploratif Mengenai Perbedaan Religious Commitment, Self Regulation, Self Efficacy dan Achievement Motivation Mahasiswa Muslim dengan IPK Tinggi dan IPK Rendah Yuli Aslamawati, Suryana Sumantri, Diana Harding, A. Gimmy Prathama | 563-570 |
| Bahasa Gaul Remaja di Media Sosial : Polarisasi Budaya Global Nova Yuliati, Dede Lilis Ch, Tresna Wiwitan | 571-576 |
| Pengaruh Kualitas Informasi Akuntansi, Akuntabilitas dan Transparansi Pelaporan Keuangan Terhadap Tingkat Penerimaan Dana Zakat pada Badan Amil Zakat (BAZ) Di Jawa Barat” Nunung Nurhayati, Sri Fadilah, Affandi iss, Magnaz Lestira Oktaroza | 577-584 |
| Kontribusi Kekuatan Karakter (Character Strength) Terhadap Komitmen Pada Organisasi Karyawan Hotel Bintang 4 dan 5 di Kota Bandung Dewi Sartika, Oki Mardiawan | 585-590 |
| Hubungan Antara Religiusitas dan Impulse Buying pada Mahasiswa Kedokteran Universitas Islam Bandung Eni Nuraeni Nugrahawati, Lisa Widawati, Irma Maisa Nurfalalah | 591-598 |
| Studi Deskriptif Mengenai Derajat Kesabaran Padalstri Yang Menjalani Commuter Marriage yang Bekerja Di Klinik Bayi Tabung Di Bandung Lilim Nurhalimah | 599-604 |
| Aplikasi Komunikasi Pemasaran Berbasis Web pada Usaha Kecil Menengah di Desa Cikole Lembang Kabupaten Bandung Barat Mochamad Rochim, Doddy Iskandar, Zulfebriges, Maman Chatamalah | 605-609 |

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DAN PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK PEMERINTAH DI KOTA PADANG

Yasri Hasim

Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang
Email: yasri_feunp@yahoo.com, yasrifeunp@gmail.com

Abstrak. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah. Populasi penelitian ini adalah seluruh nasabah bank pemerintah di Kota Padang. Ukuran sampel adalah 500 orang nasabah yang ditentukan dengan menggunakan rumus Cohran. Data yang dikumpulkan berupa data primer dan skunder. Data dianalisis dengan menggunakan analisis regresi logistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kehandalan (*reliability*), responsifnis (*responsiveness*), keterjaminan (*assurance*) dan ketulusan (*empathy*) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah bank pemerintah di Kota Padang. Keberwujudan (*tangible*) tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah bank pemerintah di Kota Padang. Ketulusan dan keterjaminan mempunyai pengaruh terbesar terhadap loyalitas nasabah bank pemerintah di Kota Padang.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Loyalitas nasabah dan bank pemerintah

1. Pendahuluan

Landscape perbankan Indonesia berubah setelah bangsa Indonesia dilanda krisis moneter sejak pertengahan tahun 1997. Kebijakan pemerintah dan bank Indonesia tentang perbankan berubah. Pemerintah tidak lagi menjadikan bank milik pemerintah sebagai penyalur kredit yang menjadi program pemerintah itu sendiri seperti kredit usaha rakyat (KUR), atau kredit lainnya. BTN yang selama ini fokus untuk bisnis property juga berubah. BTN sudah melakukan diversifikasi bisnisnya dan masuk ke berbagai sektor. Demikian juga dengan bank pemerintah lainnya seperti Bank Mandiri, BNI, BRI juga memasuki bisnis property. Perubahan kebijakan pemerintah Indonesia ini berdampak pada meningkatnya persaingan industri perbankan nasional. Persaingan yang semakin ketat terjadi baik pada bisnis *funding*, *lending* maupun jasa-jasa perbankan lainnya. Demikian juga dengan bank swasta nasional dan luar negeri juga masuk ke segala sektor, baik property, mikro dan juga korporate. Oleh sebab itu perbankan di Indonesia berlomba-lomba untuk menciptakan keunggulan bersaing. Strategi pemasaran perbankan semakin dipertajam. Masing-masing bank mulai menetapkan secara jelas segmentasi, targeting dan posisioningnya. Perbankan juga berusaha menarik nasabahnya dengan menawarkan keunggulan harga (bunga, hadiah, dan penurunan biaya-biaya lainnya) dan atau keunggulan diferensiasi.

Persaingan juga tidak hanya terjadi antar perbankan yang menawarkan produk sejenis, tetapi saat ini nasabah juga dijejali dengan berbagai alternatif investasi, baik dilembaga keuangan, pasar modal dan lainnya. Pelanggan semakin kuat posisi tawarnya dan mereka dengan mudah bisa pindah dari satu bank-ke bank lainnya. Berdasarkan hasil informasi yang diperoleh dari banker, banyak diantara nasabah tersebut yang memanfaatkan produk lebih dari satu bank. Artinya *switching barriers* nasabah perbankan semakin rendah. Di Kota Padang terdapat beberapa bank pemerintah, bank

pembangunan daerah, dan bank swasta yang bersaing memperebutkan nasabah. Mereka pada umumnya menawarkan berbagai keunggulan untuk mempertahankan dan mengakuisisi nasabah tersebut.

Dengan kondisi persaingan yang semakin ketat tersebut, pemimpin perbankan semakin menyadari pentingnya nasabah bagi perkembangan bisnis mereka. Sementara disisi lain nasabah perbankan cenderung semakin tidak loyal, karena rendahnya *switching barriers* tersebut. Disamping itu, program menarik nasabah baru semakin mahal, karena mereka mempunyai banyak pilihan yang ditawarkan. Nasabah semakin mudah mencari bank lain untuk melakukan transaksi. Dua hal yang menjadi pertimbangan utama perusahaan dalam melakukan retensi pelanggan adalah (1) mahalnya biaya memperoleh pelanggan baru dalam iklim persaingan yang sedemikian ketat. (2) tingkat kemampuan perusahaan berbanding lurus dengan pertumbuhan hubungan perusahaan dengan pelanggan secara permanen (George and Robin; 1988).

Perubahan lanskap perbankan juga mendorong meningkatnya ekspektasi nasabah terhadap pelayanan perbankan. Peningkatan ekspektasi nasabah tersebut menuntut peningkatan kualitas pelayanan. Jika tidak demikian, maka perbankan tidak dapat memenuhi ekspektasi mereka sehingga nasabah akan kecewa. Selanjutnya kekecewaan yang dirasakan nasabah akan membuat mereka pindah ke bank lainnya. Ekspektasi nasabah juga akan semakin tinggi sejalan dengan pengalaman mereka dilayani dengan berbagai cara dan perhatian. Nasabah yang saat ini dilayani dengan baik, akan mengharapkan pelayanan yang lebih baik lagi dimasa datang ketika mereka melakukan transaksi ulang, demikian seterusnya. Artinya nasabah akan mengharapkan peningkatan pelayanan dari suatu saat ke saat berikutnya, sehingga kondisi ini menuntut adanya perbaikan pelayanan pada perbankan tersebut. Bank yang tidak bisa meningkatkan pelayanannya akan tertinggal dan ditinggalkan nasabahnya.

Oleh sebab itu kualitas pelayanan merupakan faktor penting yang harus dievaluasi dan diteliti agar pimpinan perbankan mengetahui dengan jelas pelayanan seperti apa yang membuat nasabah loyal terhadap bank tersebut. Salah satu variabel penting yang bisa mempengaruhi kepuasan nasabah adalah dimensi kualitas pelayanan yang diberikan, baik kepuasan atas aspek fisik bank (*tangibles*), kecepatan dalam pelayanan (*responsiveness*), kehandalan pelayanan (*reliability*), ketulusan dalam melayani nasabah (*emphaty*), dan jaminan atas pelayanan yang diberikan (*assurance*) (Lovelock, 2003, Parasuraman, Zeithaml, Berry, 1994).

2. Kajian Teori

Dari hasil penelitian yang dilakukan Cronin dan Taylor (1994) diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap tingkat pembelian pelanggan, baik pada perbankan, *dry cleaning* maupun *fast food*. Hasil penelitian Olivia *et al.* (1992), Fornell, *et al.* (1996), menyatakan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas. Sedangkan penelitian Garbarino dan Johnson (1999) mengungkapkan bahwa kepuasan konsumen tidak mempunyai hubungan dengan loyalitas. Perbedaan hasil penelitian ini memberikan peluang bagi peneliti untuk menganalisis pengaruh kualitas jasa terhadap loyalitas pada bank-bank pemerintah khususnya di Kota Padang.

Kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat berupa hubungan perusahaan dan pelanggan yang harmonis, dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas, serta membentuk suatu rekomendasi dari mulut kemulut yang menguntungkan bagi perusahaan (Schnaars, 1991). Sedangkan Fornell (1994) menyatakan setidaknya

ada lima faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan yaitu kepuasan pelanggan, hambatan beralih, *customer value*, karakteristik pelanggan dan persaingan pasar. Selanjutnya dalam penelitian Teas (1994) dinyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah sumber adanya loyalitas itu sendiri. Sedangkan menurut Craven (2003) faktor-faktor yang mempengaruhi transaksi (pembelian) konsumen adalah sistem pengiriman, performa produk, citra merek, hubungan harga dengan nilai dan kinerja produk serta persaingan.

Selanjutnya Griffin (2003) menyatakan bahwa pelanggan cenderung loyal jika diberikan produk yang dapat dipercaya dengan harga bersaing dan dengan kesulitan pembelian minimum. Disamping itu juga keakraban dengan pelanggan juga sangat penting. Keakraban maksudnya membagi dan membidik pasar dengan ketepatan yang akurat dan menyesuaikan tawaran supaya mampu memenuhi tawaran pelanggan. Artinya perusahaan harus dapat merespon kebutuhan dan permintaan khusus pelanggan dengan cepat. Para pelanggan cenderung menjadi loyal pada perusahaan jika tenaga penjual dapat mengembangkan hubungan yang personal dengan pelanggan. Tenaga penjual lebih senang melayani pelanggan yang berulang dibanding pelanggan baru. Pelanggan juga akan tergantung pada bantuan karyawan yang sudah biasa dihubungkannya. Hubungan simbiotik ini menguntungkan perusahaan maupun pelanggan. Pada umumnya pelanggan berulang memiliki kemungkinan yang lebih besar untuk terpuaskan dan karyawan yang berhubungan dengan pelanggan yang puas akan merasa senang dan dapat meningkatkan pelayanannya.

Pendapat yang sama juga dikemukakan oleh Tschohl (2003) bahwa perusahaan yang memiliki strategi pelayanan benar-benar profesional dan komprehensif lebih banyak menghasilkan keuntungan dari pada perusahaan yang memiliki riset dan pengembangan, inovasi produk, pengembangan modal, variasi pilihan, layanan kredit atau strategi-strategi lainnya. Dalam masyarakat yang berkiblat pada layanan, kualitas layanan menjadi lebih penting bagi keberhasilan perusahaan daripada kualitas produk. Perusahaan yang menjadi pemimpin dalam hal pelayanan akan memiliki keunggulan kompetitif yang jauh lebih besar dari pada perusahaan yang mutu pelayanannya tertinggal. Pelayanan yang berkualitas merupakan satu-satunya keunggulan kompetitif yang ada bagi perusahaan jasa dimana banyak perusahaan pada dasarnya memberikan layanan yang sama. Keunggulan kompetitif tersebut banyak terletak pada perasaan senang dan nyaman terhadap perusahaan dan terhadap produknya atau layanannya.

Penelitian yang dilakukan oleh AMA menunjukkan bahwa bertahannya pelanggan setia yang selalu membeli karena mereka menyukai layanan yang diberikan, mereka menyumbang 65 persen bagi pemasukan perusahaan. Salah satu masalah terbesar dalam pelayanan pelanggan adalah keengganan manajer memperhitungkan layanan sebagai suatu strategi pemasaran. Banyak manajer melihat layanan sebagai layanan purna jual, sesuatu yang lebih mengarah pada pra-penjualan dari pada hubungan ke depan yang jangka panjang (Tschohl, 2003).

Senada dengan hasil penelitian di atas, Barnes (2003) menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki produk yang hebat dan harga murah tidaklah cukup, keputusan pelanggan untuk terus berbisnis dengan sebuah perusahaan sebagian besar dipengaruhi oleh bagaimana pelanggan tersebut diperlakukan atau bahkan perasaan apa yang tumbuh dalam diri mereka saat berbisnis dengan perusahaan tersebut. Fokus dari pelayanan pada pelanggan adalah pemahaman tentang apa yang diinginkan dan dibutuhkan pelanggan dan memandang pelanggan sebagai asset jangka panjang yang memberikan pemasukan yang terus menerus selama kebutuhan mereka terpuaskan.

Kualitas pelayanan dapat dikelompokkan atas *technical quality* baik berupa *search quality*, *experience quality*, dan *credence quality*. Selanjutnya *functional quality* atau kualitas cara penyampaian jasa dan ketiga adalah *corporate image* yaitu reputasi, citra umum dan daya tarik khusus perusahaan (Fornell, 1994). Menurut Wyckof (1997; dalam Griffin, 2003), kualitas jasa adalah tingkat kesempurnaan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat kesempurnaan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Sedangkan keinginan pelanggan merupakan keyakinan pelanggan sebelum mencoba atau membeli suatu produk yang dijadikan standar atau acuan dalam menilai kinerja produk. Selanjutnya Maharsi (1996; dalam Zulganef, 2005) mengemukakan bahwa mutu/kualitas produk sangat tergantung pada penilaian pelanggan atau nilai yang diharapkan pelanggan, maka orientasi perusahaan sekarang ini bukan lagi pada mutu produk melainkan pada nilai yang diharapkan oleh pelanggan (*customer value*). Kualitas jasa dipengaruhi oleh ketepatan pelayanan, akurasi pelayanan, kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan, tanggungjawab, kemudahan mendapatkan pelayanan, dan kenyamanan memperoleh pelayanan (Gaspersz, 1997).

Pendapat yang senada dikemukakan oleh Tschohl (2003) bahwa layanan merupakan kegiatan untuk mempertahankan pelanggan lama, menarik pelanggan baru, dan meninggalkan kesan mendalam tentang perusahaan kepada semua pelanggan sehingga para pelanggan mau berbisnis lagi dengan perusahaan. Dalam hal sikap layanan pada pelanggan mencakup; perhatian, rasa hormat, integritas, reliabilitas, suka menolong, keramahan, pengetahuan, profesionalisme, efisien, dan ketersediaan.

Untuk mengevaluasi kualitas pelayanan pelanggan suatu organisasi dapat dilakukan melalui (a) *performance* dari produk inti yang dibeli pelanggan, (b) *features* atau keistimewaan produk, (c) *reliability* produk tersebut, (d) kesesuaian dengan spesifikasi produk; yaitu sejauhmana karakteristik dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya (e) daya tahan (*durability*), (f) *serviceability*, (g) estetika, (h) kualitas yang dipersepsikan pelanggan (Lovelock 2003; Pappard dan Rowland, 1995). Sedangkan Parasuraman, Zeithalm dan Berry (1994) mengidentifikasi 10 dimensi dari kualitas suatu jasa yaitu *reliability*, *responsiveness*, *competence*, *access*, *courtesy*, *communication*, *credibility*, *security*, *understanding* dan *tangibles*. Hal yang sama ditemukan oleh Pujawan, Hastoeti, Djumilah dan Armanu (1997; dalam Zulganef, 2005) bahwa terdapat lima faktor kualitas layanan yang dipertimbangkan pelanggan bank BNI dan Danamon cabang Denpasar yaitu; kepercayaan, tampilan fisik, ketanggapan, *emphaty*, dan *assurance*. Kemudian dari hasil penelitian Thabet A Idris (1997) pelayanan yang dibutuhkan oleh nasabah bank antara lain ukuran asset, efisiensi karyawan, pengalaman bank, keramahan staf, reputasi bank, komunikasi staf bank, ketepatan waktu pelayanan dan jaringan kantor bank.

3. Metode Penelitian

Populasi penelitian ini adalah seluruh nasabah bank pemerintah di Kota Padang. Bank pemerintah yang jadi target populasi adalah bank BNI, bank Mandiri, Bank BTN, BRI dan BPD (bank nagari). Dari lima bank pemerintah yang ada di Kota Padang ditarik 500 orang anggota sampel. Penarikan anggota sampel dilakukan secara *proporsional cluster random sampling*. Data yang dikumpulkan berupa data primer yang diperoleh melalui kuesioner. Sebelum instrumen penelitian digunakan, maka dilakukan uji validitas dan reliabilitas atas instrumen tersebut. Oleh sebab itu seluruh item-item kuesioner yang disebarakan kepada responden sudah *valid* dan *reliabel*.

Variabel bebas penelitian adalah *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*. Sedangkan variabel terikatnya adalah loyalitas nasabah terhadap suatu bank yang dikategorikan atas loyal dan tidak loyal. Teknik analisis data adalah menggunakan *logistic regression*. Sedangkan untuk menguji hipotesis digunakan *Wald test*.

4. Hasil Analisis dan Pembahasan

Berdasarkan analisis regresi logistik hasil sebagai mana diperlihatkan pada Tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1
Hasil Analisis Regresi Logistik

| N0 | Variabel | B | SE | Wald | df | Sig | Exp (B) |
|----|--|---------|-------|--------|----|-------|---------|
| 1. | <i>Tangible</i> (X1) | 0,030 | 0,064 | 0,216 | 1 | 0,642 | 1,030 |
| 2. | <i>Reliabel</i> (X2) | 0,357 | 0,136 | 3,430 | 1 | 0,034 | 1,270 |
| 3. | <i>Responsiveness</i> (X3) | 0,288 | 0,130 | 4,902 | 1 | 0,027 | 1,334 |
| 4. | <i>Assurance</i> (X4) | 0,536 | 0,191 | 7,892 | 1 | 0,005 | 1,709 |
| 5. | <i>Empathy</i> (X5) | 0,561 | 0,155 | 13,085 | 1 | 0,000 | 1,752 |
| | Constant | -41,561 | 7,590 | 29,980 | 1 | 0,000 | 0,000 |
| | Fhit = 107,47 Sig. = 0,00 R-Square = 0,853 | | | | | | |

Sumber: Hasil Penelitian, data diolah

Dari data pada tabel 1 di atas terlihat bahwa kualitas atas *tangibles* (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini mengindikasikan bahwa *tangibles* yang dimiliki oleh bank pemerintah tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah bank tersebut. Kondisi ini juga menunjukkan bahwa *tangible* (ruang tunggu, parkir, ATM, toilet, blanko-blanko) suatu bank pemerintah yang kurang baik dengan yang menyatakan *tangible* suatu bank bagus mempunyai loyalitas yang relatif sama. Artinya keadaan *tangible* bank tidak mempengaruhi loyalitas nasabah. Bank pemerintah tidak dapat menjadikan *tangibles* yang mereka miliki untuk me-*retensi* nasabahnya. Bank Pemerintah di Kota Padang tidak memiliki keunggulan bersaing dari segi *tangibles*, dibanding bank swasta baik, baik nasional maupun internasional. Hasil penelitian ini memberikan gambaran bahwa ketersediaan dan kualitas *tangible* antar bank pemerintah di Kota Padang pada umumnya sama saja, sehingga tidak terdapat diferensiasi atau keunggulan *tangibles* antar satu bank pemerintah dengan bank pemerintah lainnya. Berdasarkan hasil penelitian juga diketahui bahwa kualitas *tangibles* (ruang tunggu, parkir, ATM, toilet, blanko-blanko) bank pemerintah relatif belum baik atau standar. Hal ini dapat dilihat dari skor rata-rata untuk variabel ini yang hanya mencapai 3,09. Artinya nasabah bank pemerintah Kota Padang menilai bahwa *tangibles* bank ini umumnya biasa-biasa saja. Tidak ada keunggulan bank pemerintah dalam *tangibles* di kota Padang. Maknanya, bank pemerintah tidak dapat mengandalkan *tangibles* yang mereka miliki untuk menarik atau mempertahankan nasabah.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kehandalan (reliabilitas atau X2) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Hal ini ditunjukkan oleh besaran *wald*

test sebesar 3,430, atau signifikansinya (0,034). Artinya, kehandalan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah bank pemerintah di Kota Padang. Nasabah yang merasakan pelayanan yang handal mempunyai tingkat loyalitas yang lebih tinggi dibanding nasabah yang merasakan pelayanan yang kurang handal. Oleh sebab itu kehandalan pelayanan suatu bank sangat penting bagi nasabahnya. Kondisi ini dapat dilihat dari besaran $\exp(B)$ yaitu 1,270. Berarti nasabah yang merasakan pelayanan suatu bank pemerintah adalah handal 1,27 kali akan lebih loyal dibanding nasabah yang merasakan pelayanan bank tersebut tidak handal. Besaran $\exp(B)$ yang relatif kecil dibanding variabel lainnya menunjukkan bahwa tingkat kesalahan dalam perbankan di Kota Padang relatif kecil, sehingga tidak lagi menjadi penentu utama bagi nasabah untuk loyal. Salah satu faktor penting yang berpengaruh pada kehandalan pelayanan adalah ketrampilan dan pengalaman kerja karyawan. Semakin trampil dan berpengalaman karyawan, maka semakin handal pelayanannya pada nasabah. Dari hasil penelitian diketahui bahwa ketrampilan yang sangat dibutuhkan nasabah antara lain keakurasian teller, keakuratan pencatatan dan ketepatan waktu pelayanan yang diberikan pada nasabah. Dari hasil penelitian juga diketahui bahwa tingkat kehandalan pelayanan bank pemerintah di Kota Padang relatif belum tinggi, hal ini ditunjukkan oleh skor rata-rata yang baru mencapai 3,27. Bank pemerintah mempunyai nasabah yang mementingkan kehandalan, sementara pelayanan mereka memiliki tingkat kehandalan yang belum tinggi. Oleh sebab itu rekrutmen karyawan yang memiliki talenta handal dan pelatihan harus terus dilakukan agar tingkat kehandalan bank pemerintah semakin baik, sehingga tingkat loyalitas nasabah semakin tinggi.

Variabel ke-3 yang diteliti adalah *responsiveness* karyawan bank pemerintah dalam melayani nasabah. Dari hasil penelitian diketahui bahwa variabel ini mempunyai angka *wald test* sebesar 4,902 atau signifikansi (0,027) yang lebih kecil dari *alpha* (0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa nasabah yang mendapatkan pelayanan yang responsif mempunyai loyalitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan nasabah yang menerima pelayanan yang tidak responsif. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *responsiveness* merupakan salah satu penentu loyalitas nasabah. Angka $\exp(B)$ untuk variabel ini adalah 1,334, yang berarti nasabah yang mendapat pelayanan yang responsif 1,334 kali lebih loyal dibanding nasabah yang dilayani dengan tidak responsif. Artinya *responsiveness* pelayanan karyawan suatu bank sangat penting bagi nasabahnya. Dari hasil penelitian diperoleh informasi bahwa tingkat kecepatan pelayanan bank masih relatif rendah, hal ini diperlihatkan oleh besaran skor rata-rata yang hanya mencapai 3,25. Demikian juga dengan kelengkapan informasi dan penanganan keluhan nasabah. Masih umum ditemui keluhan nasabah tidak langsung dicarikan solusinya sehingga nasabah merasa jengkel dan frustrasi.

Selanjutnya variabel ke-4 yang diteliti adalah *assurance* (jaminan) yang diberikan pada nasabah. Variabel ini mempunyai angka *wald test* sebesar 7,892 atau signifikansi (0,005) yang lebih kecil dari *alpha* (0,05). Hal ini menunjukkan bahwa keterjaminan pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada bank pemerintah di Kota Padang. Dari hasil penelitian diperoleh nilai $\exp(B)$ sebesar 1,709, yang berarti nasabah yang mendapat pelayanan terjamin memiliki loyalitas 1,709 kali lebih besar dibandingkan dengan nasabah yang mendapat pelayanan yang tidak terjamin. Artinya nasabah yang mendapat pelayanan yang terjamin mempunyai loyalitas yang lebih tinggi dibanding nasabah yang mendapat pelayanan yang tidak terjamin. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat keterjaminan nasabah relatif tinggi dibandingkan elemen pelayanan lainnya, karena skor rata-rata yang

mencapai 4,05. Artinya pelayanan yang terjamin diperlukan agar nasabah loyal, dan pelayanan yang diberikan sudah terjamin, sehingga tinggal meningkatkan atau setidaknya mempertahankannya.

Dari hasil penelitian diperoleh informasi bahwa *empathy* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah, hal ini diperlihatkan oleh besaran *wald test* 13,085 atau signifikansi 0,000. Artinya, pelayanan yang tulus mempunyai pengaruh yang berarti terhadap loyalitas nasabah pada bank pemerintah di Kota Padang. Dengan demikian terdapat perbedaan loyalitas nasabah yang dilayani secara tulus dengan nasabah yang dilayani dengan tidak tulus. Maksudnya, semakin tulus pelayanan yang diberikan pada nasabah, maka semakin tinggi loyalitas nasabah tersebut. Hasil analisis juga menunjukkan bahwa besaran *exp.(B)* adalah 1,753 dan merupakan nilai *exp.(B)* yang terbesar dibanding variabel lainnya. Dari angka ini dapat diketahui bahwa nasabah yang mendapat pelayanan tulus, maka loyalitasnya 1,753 kali lebih tinggi dibanding nasabah yang mendapat pelayanan yang tidak tulus. Namun dari hasil penelitian diketahui bahwa tingkat ketulusan karyawan bank pemerintah relatif sedang, hal ini terlihat dari skor rata-rata yang hanya mencapai 3,15. Tingkat ketulusan karyawan bank pemerintah dalam melayani nasabah masih rendah, hal ini dapat dilihat dari pandangan, kata-kata dan pancaran wajah karyawan ketika melayani nasabah. Kondisi ini disebabkan pemahaman atau rasa memiliki karyawan terhadap bank tersebut masih belum tinggi.

5. Kesimpulan

Hasil penelitian di atas juga menunjukkan bahwa besaran *exp.(B)* paling tinggi adalah variabel *empathy*. Artinya nasabah yang mendapat pelayanan yang tulus mempunyai peluang yang lebih besar untuk loyal dibanding peluang variabel lainnya. Dari penelitian yang dilakukan diketahui adanya dua indikator yang masih dikeluhkan nasabah yaitu perhatian dan pemahaman karyawan bank pemerintah yang belum baik. Ketulusan karyawan pada umumnya juga terkait dengan kepuasan mereka dalam bekerja. Semakin tinggi kepuasan kerja maka ketulusan karyawan melayani nasabah juga akan meningkat. Di samping itu ketulusan juga menyangkut pada *emotional quotion* yang dimiliki oleh karyawan. Semakin tinggi *emotional quotion* yang dimiliki maka cenderung mempunyai ketulusan yang lebih tinggi pula.

Informasi lainnya yang dapat ditarik dari hasil penelitian di atas adalah bahwa dari 5 variabel bebas yang diteliti terdapat empat variabel yang signifikan dan keempatnya adalah variabel yang bersifat *intangible*. Artinya nasabah bank pemerintah di Kota Padang pada khususnya lebih mementingkan hal-hal yang *intangible* dari pada yang *tangible*. Sementara *trend* perbankan saat ini lebih banyak melakukan investasi pada peningkatan *tangible asset* (seperti bangunan, ATM, fasilitas on-line, dan teknologi perbankan) dari pada *human capital (intangible assets)*. Oleh sebab itu manajemen perbankan perlu memilah-milah masyarakat atau kondisi konsumen yang bagaimana yang membutuhkan *tangible* dan *intangible assets*. Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Kaplan dan Norton (2002) yang menyatakan bahwa perusahaan yang tumbuh dan berkembang adalah yang mendasarkan operasi bisnisnya pada *intangible asset* dan bukan pada *tangible assets*.

Daftar Pustaka

- Barnes, James. G. 2003. *Secrets of Customer Relationship Management*. Terjemahan Andreas Winanrdi. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Craven, W.David, Piercy, F.Nigel (2003) *Marketing Strategic*, Terjemahan Lina Salim. Seventh Edition: Mc Graw Hill, New York
- Cronin, J. Joseph Jr. and Steven A. Taylor. 1994. SERVPERF versus SERVQUAL: Reconciling Performance-Based and Perceptions-Minus-Expectations Measurement Of Service Quality. *Journal of Marketing*. January 1994. Vol.58, No.01.
- Fornell, C. 1994. A National Customer Satisfaction Barometer. *Journal of Marketing* Vol.56.
- Garbarino, E., and Jhonson.M.S. 1999. The Different Roles of Satisfaction, Trust and Commitment in Customer Relationship. *Journal of Marketing*. Vol.63 April.1999
- George, S.Day, W.Robin (1988). Assesing Advantage: A Frame Work for Diagnosting Competitive Superiority. *Journal of Marketing*. Vol.02. 1988.
- Griffin, Jill. 2003. *Customer Loyalty; Menumbuh dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Terjemahan Dwi Kartini Yahya. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Lovelock, Christopher. 2003. *Manajemen Pemsaran Jasa*. Terjemahan Agus Wydiantoro. PT. Indeks. Jakarta.
- Parasuraman A, Valarie A Zeithalm, and Leonard L Berry. 1985. Conceptual Mode of Service Quality & Its Future Research. *Journal of Marketing*.
- Pappard, Joe and Philip Rowland. 1995. *The Essence of Business Process Reengineering*. Prentice-Hall. New York.
- Olivia, T.A.; R.L. Oliver and I.C. McMillan. 1992. A Chatastrophe Model For Developing Service Satisfaction Strategies. *Journal of marketing*. Vol.56
- Schnaars, SP. (1991). *Marketing strategy; a Customer Driven Approach*. The Free Press. New York.
- Teas, R. Kenneth. 1994. Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: An Assessment of a Reassessment. *Journal of Marketing*. January 1994. Vol.58, No.01.
- Tschohl, John. 2003. *Achieving Excellence Through Customer Service; Unggul Bersaing Melalui layanan Pelanggan*. Terjemahan Tjita Singo. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Zulganef. 2005. *Hubungan Kepuasan Menyeluruh, Kepercayaan, Komitmen dan Niat Untuk Loyal Pada Pelanggan Jasa yang Mempunyai Keterhubungan*. Makalah Seminar.