

**Analisis Kepuasan Nasabah Penabung Simpeda PT. Bank Nagari
Capem UNP
(Studi Kasus Mahasiswa FE-UNP)**

Tugas Akhir

*Diajukan Kepada Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi Manajemen
Perdagangan (DIII) Sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar
Ahli Madya*



Oleh :

Rahma Melda
Nim.58063/2010

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PERDAGANGAN
PROGRAM DIPLOMA III FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2014**

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

**ANALISIS KEPUASAN NASABAH PENABUNG SIMPEDA PT. BANK
NAGARI CAPEM UNP**

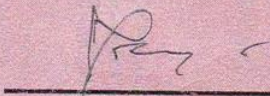
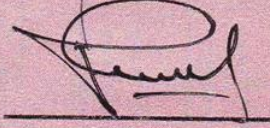

(Studi Kasus Mahasiswa FE-UNP)

Nama : Rahma Melda
Nim : 58063
Program Studi : Manajemen (DIII)
Fakultas : Ekonomi

**Dinyatakan Lulus Setelah Diuji di Depan Tim Penguji Tugas Akhir Prodi
Manajemen Perdagangan (DIII) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang**

Padang , Febuari 2014

Tim Penguji,

	Nama	Tanda Tangan
Ketua	Hendri Andi Mesta, S.E.M.M.ak	 _____
Anggota	Thamrin S.Pd, M.M	 _____
Anggota	Muthia Roza Linda, S.E,M.M	 _____

ABSTRAK

Rahma Melda (2010/58063): Analisis Kepuasan Nasabah Penabung Simpeda PT. Bank Nagari Capem UNP (*Studi Kasus Mahasiswa FE-UNP*).

Pembimbing : Hendri Andi Mesta, S.E.Ak.M.M

Penelitian ini bertujuan untuk melihat dan menganalisis kepuasan nasabah penabung simpeda PT. Bank Nagari Capem UNP (*Studi kasus mahasiswa FE-UNP*). Penelitian ini dilakukan di Bank Nagari Capem UNP Padang dengan jenis yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang menggunakan produk tabungan Simpeda Bank Nagari Capem UNP Padang. Sampel yang digunakan adalah Mahasiswa FE- UNP yang menggunakan produk tabungan Simpeda Bank Nagari Capem UNP. Pengumpulan data dilakukan dengan cara melakukan wawancara dan menyebarkan kusioner kepada responden Bank Nagari Capem UNP. Teknik analisis data untuk mengetahui kepuasan para nasabah dilihat dari persentase pencapaian tingkat capaian responden (TCR) yang penulis hitung dari olahan data secara primer.

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada penelitian ini, maka dapat disimpulkan beberapa hal antara lain: Pelanggan tetap setia untuk waktu yang lebih lama dengan kriteria sangat baik dengan tingkat capain responden (TCR) sebesar 81,56%. Indikator Membeli lagi ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan memperbaruhi produk yang lama dengan persentase 75,11%, berada pada kriteria cukup baik. Indikator Membicarakan hal – hal baik tentang perusahaan dan produknya kepada orang lain dengan persentase 73,11% berada pada kriteria cukup baik. Sedangkan Indikator Tidak terlalu sensitif terhadap harga dengan persentase 76,44, berada pada kriteria cukup baik.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan terima kasih kepada Allah Swt yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik.

Tugas Akhir ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan mencapai gelar Ahli Madya pada Program Diploma III Ekonomi Universitas Negeri Padang. Judul Tugas Akhir ini adalah “ **Analisis Kepuasan Nasabah Penabung Simpeda PT. Bank Nagari Capem UNP (Studi Kasus Mahasiswa FE-UNP)**”

Dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini banyak pihak yang telah membantu penulis. Untuk itulah pada kesempatan yang bahagia ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Yunia Wardi, Drs, M. Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang
2. Bapak/ibu, selaku Pembantu Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang
3. Bapak Perengki Susanto, SE. M.Sc Selaku ketua Prodi DIII Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang
4. Bapak Firman, SE. M. Sc, selaku Sekretaris Prodi DIII Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang
5. Bapak Hendri Andi Mesta, S.E.Ak.M.M selaku pembimbing tugas akhir penulis
6. Seluruh dosen dan karyawan/karyawati Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang
7. Ayahanda Ramuddin dan Ibunda Hakimah, kakakanda Harmelia dan keluarga besar yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan moril dan materil sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.

8. Teman-teman di Fakultas Ekonomi yang banyak memberikan saran, bantuan dan dorongan dalam menyusun tugas akhir ini, terutama teman-teman Program D3 Manajemen Perdagangan Angkatan 2010.
9. Dan semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian tugas akhir ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga segala bimbingan, bantuan dan dorongan yang telah diberikan menjadi kebaikan dan diridhoi oleh Allah SWT. Penulis telah menyelesaikan tugas akhir ini dengan segala kemampuan, namun penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu penulis mengharapkan kritikan dan saran sifatnya membangun sehingga menjadi sumbangan yang berarti bagi pendidikan di masa yang akan datang. Penulis berharap hasil peneliti ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Atas perhatian dari semua pihak penulis mengucapkan terima kasih.

Padang, Agustus 2013

Rahma Melda

2010/58063

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PEGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
1. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
2. TINJAUAN PUSTAKA	
A. Pegertian Kepuasan Nasabah.....	8
B. Pengukuran Kepuasan Nasabah.....	11
C. Strategi Meningkatkan Kepuasan Nasabah.....	14
D. Cara mempertahankan nasabah.....	18
E. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan.....	19
3. PENDEKATAN PENELITIAN	
A. Bentuk Penelitian Tugas Akhir.....	21
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	21
C. Rancangan Penelitian.....	22

1. Jenis Penelitian.....	22
2. Tahapan Penelitian.....	22
3. Objek Penelitian.....	24
4. Sumber Data.....	25
5. Intrusmen Penelitian.....	25
6. Teknik Analisis.....	26
D. Defenisi Operasional.....	27
IV. PEMBAHASAN	
A. Sejarah Bank Nagari.....	29
B. Visi dan Misi Perusahaan.....	31
C. Aktifitas Usaha Bank Nagari.....	31
D. Struktur Organisasi Perusahaan.....	35
1. Struktur Organisasi Kantor Pusat.....	36
2. Struktur Organisasi di Bank Nagari Capem UNP Padang.....	37
E. Hasil Penelitian.....	38
1. Deskriptif Karakteristik Responden	38
2. Hasil Pengelolaan Data.....	38
V. KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	44
B. Saran.....	45
DAFTAR PUSTAKA.....	46
LAMPIRAN.....	47

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Jumlah Nasabah Berdasarkan Produk Tabungan tahun 2012-2013.....	3
2. Daftar Skala Jawaban Pernyataan Berdasarkan Indikator Evaluasi.....	25
3. Definisi Operasional.....	27
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
5. Kepuasan atas Pengguna Produk Tabungan Simpeda.....	39
a. Pelanggan tetap setia untuk waktu yang lebih lama.....	39
b. Membeli lagi ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan memperbarui produk yang lama.....	40
c. Membicarakan hal – hal baik tentang perusahaan dan produknya kepada orang lain.....	41
d. Tidak terlalu sensitif terhadap harga.....	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Struktur Organisasi.....	35
a. Bagan Struktur PT. Bank Nagari, Tbk.....	36
b. Bagan Struktur PT. Bank Nagari Capem UNP Padang.....	37

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Tabulasi Data Penelitian.....	47
2. Tabel Ditribusi Frekuensi.....	48
3. Kosioner Penelitian.....	49
4. Surat Keterangan Observasi Fakultas Ekonomi.....	52
5. Surat Keterangan Observasi Bank Nagari.....	53

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Berlakang Masalah

Perkembangan dunia perbankan dewasa ini bergerak sangat cepat disertai dengan adanya tantangan yang semakin luas dan kompleks. Hal tersebut membuat Bank harus cepat dan tanggap dalam menjalankan fungsi serta tanggung jawab dalam melayani masyarakat (nasabah). Bank dianggap sebagai suatu lembaga keuangan yang aman dalam melakukan berbagai macam aktivitas keuangan. Bank merupakan salah satu lembaga yang mempunyai peran sangat penting dalam mendorong pertumbuhan perekonomian suku negara. Bank menjadi suatu lembaga yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa yang harus dapat memberikan pelayanan baik untuk dapat memenangkan persaingan yang semakin hari semakin kompetitif.

Menghadapi persaingan antara lembaga perbankan yang semakin ketat harus ada berbagai konsep layanan nasabah diantaranya adalah peningkatan kualitas pelayanan atau jasa serta ketertiban dan keamanan untuk meningkatkan citra Bank, serta akan meningkatkan kepuasan nasabah Bank dalam menggunakan setiap produk yang ada. Bank juga harus mampu mengembangkan dan membuat inovasi layanan perbankan lainnya agar dapat menarik minat para nasabah yang potensial.

Kepuasan nasabah merupakan hal yang sangat penting bagi kelanjutan bank tersebut, semakin tinggi kepuasan nasabah dalam menggunakan setiap produk bank maupun kepuasan nasabah dalam memperoleh layanan yang disediakan oleh bank maka citra terhadap bank tersebut akan semakin tinggi nilainya dimata para pengguna jasa bank.

Bank Nagari merupakan salah satu bank terkemuka dan bergengsi yang ada di Sumatra Barat, Bank ini memiliki banyak cabang pembantu (Capem) salah satunya Bank Nagari Capem UNP yang berlokasi di kampus UNP Air Tawar. Bank ini memiliki banyak nasabah diantaranya adalah mahasiswa UNP, karyawan – karyawan UNP serta masyarakat umum. Bank Nagari didirikan atas pemikiran pentingnya suatu lembaga keuangan yang berbentuk Bank yang secara khusus membantu pemerintah dalam melaksanakan pembangunan daerah.

Bank Nagari mampu membuktikan keberadaanya dalam menghadapi persaingan yang dibuktikan dengan sanggup bertahan sampai saat ini. Salah satu hal yang selalu diperhatikan oleh Bank Nagari ialah kepuasan para nasabah yang menggunakan produk perbankan dan oleh karena itu Bank Nagari selalu berusaha mengembangkan produk perbankan. Pada tabel dibawah ini menunjukan perkembangan penabung di Bank Nagari Capem UNP Padang yang diperoleh langsung dari Bank Nagari Capem UNP Padang.

Tabel. 1: Jumlah Nasabah Berdasarkan Produk Tabungan Tahun 2012 - 2013

No	Produk Tabungan	31/12/2012	%	16/8/2013	%
1	Sikoci	42.501	89,6	45.474	91,48
2	Simpeda	4.476	9,43	3.768	7,58
3	Tahari Maburr	456	0,96	465	0,93
	Jumlah Nasabah	47.433	100	49.707	100

Sumber : Bank Nagari Capem UNP Padang/ Tahun 2013

Berdasarkan tabel diatas terlihat jumlah penabung Bank Nagari dari tahun 2012 dan 2013 berdasarkan produk tabungan, jumlah penabung Sikoci mengalami peningkatan di tahun 2013, yakni sebesar 89,6% menjadi 91,48% dan penabung Simpeda di tahun 2013 mengalami penurunan yakni sebesar 9,43% menjadi 7,58% dan penabung Tahari Maburr di tahun 2013 juga mengalami penurunan yakni sebesar 0,96% menjadi 0,93%. Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa adanya peningkatan penurunan penabung dari tahun 2013 berdasarkan produk tabungan. Peningkatan penabung terdapat pada produk tabungan Sikoci dan penurunan pada produk tabungan Simpeda dan Tahari Maburr, sebagaimana telah di tampilkan pada tabel 1.

Penurunan jumlah penabung ini menurut dugaan penulis berkaitan terhadap kepuasan nasabah, walaupun dari segi pelayanan fisik maupun pelayanan prima untuk setiap produk sama tetapi perbedaan terletak pada strategi untuk masing – masing produk tabungan. Strategi produk tabungan Simpeda sangatlah rendah sehingga menurunkan kepuasan nasabahnya. Pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis

dan memenangkan persaingan. Pelanggan yang dihadapi saat ini berbeda dengan pelanggan pada beberapa dasawarsa lalu. Kini pelanggan semakin dan menyadari hak – haknya. Oleh karena itu dapatlah dipahami setiap perusahaan harus berusaha meminimalkan ketidakpuasan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang semakin hari semakin baik. pada saat bersamaan, perusahaan perlu pula memperhatikan konsumen yang merasa tidak puas. Ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.

Biasanya para nasabah akan melakukan ekspresi dalam menyampaikan rasa tidak puasnya dengan cara melakukan komplain dan mengeluh. Bank sebagai penyedia jasa harus perlu memperhatikan hal tsb dengan melakukan evaluasi dan menganalisis pelanggan yang tidak puas dengan cara merancang sistem penanganan keluhan yang efisien dan syarat – syarat jaminan (garansi) yang baik merupakan strategi yang cukup efektif untuk membangun kepuasan pelanggan. Keluhan atau komplain nasabah yang berkenaan dengan:

1. Pelayanan produk, yaitu:
 - a. Multiguna produk tabungan (seperti pembayaran gaji dan telepon)
 - b. Kemudahan bertransaksi
 - c. Fasilitas yang diperoleh dari tabungan (ATM, phone banking, debit card, dan lain - lain)
2. Nilai produk, yaitu:
 - a. Kesesuaian manfaat produk dengan harapan nasabah
 - b. Keunggulan dan manfaat produk yang cepat terealisasi

Peneliti mengamati terkait dengan terjadi komplain atau keluhan sehingga akan mempengaruhi kepuasan nasabah dalam menggunakan produk. Hal ini terlihat dari fenomena yang terjadi seperti:

Banyaknya syarat yang ditentukan oleh pihak bank kepada pengguna produk tabungan simpeda. Hal ini terlihat dari proses penarikan, penyetoran, dan pemindahan bukuan antar bank nagari memiliki proses yang panjang dan memakan waktu yang lama. Selanjutnya syarat yang banyak juga ditetapkan kepada penarikan undian berhadiah yang digelar oleh bank nagari untuk pengguna produk tabungan simpeda harus memiliki syarat saldo minimal yang ditentukan sehingga tidak semua penabung simpeda yang dapat menjadi peserta undian.

Nilai produk tabungan simpeda terlihat rendah jika dibandingkan dengan pengguna produk tabungan bank nagari lainnya, hal ini dikarenakan ketika harapan nasabah tidak sesuai dengan apa yang telah dirasakannya. Seperti fenomena yang penulis temui yaitu bunga tabungan simpeda yang diberikan rendah sedangkan biaya administrasi per bulan cukup tinggi sehingga jumlah nominal tabungan akan berkurang ketika penarikan biaya administrasi tinggi dari pada jumlah bunga tabungan yang dibagikan.

Produk tabungan simpeda memiliki keunggulan pelayanan secara cepat dan tepat dengan pemberian fasilitas layanan produk berupa SMS Banking dan penarikan uang tunai yang dapat dilakukan di ATM bank nagari / ATM bersama dimana dapat diakses kapan saja ternyata masih terjadi gangguan jaringan dan gangguan lainnya yang dapat menghambat pengguna layanan tersebut.

Keluhan yang ada diatas merupakan sebagian kecil kekecewaan yang dirasakan oleh pengguna produk tabungan Simpeda Bank Nagari, oleh karena itu untuk memenangkan persaingan bisnis yang semakin kompetitif perlunya pencapaian kepuasan dan loyalitas pelanggan melalui penciptaan nilai, yang menjadi kunci sukses implementasi *quality service* (kualitas layanan). Pelanggan yang tidak mendapatkan kepuasan akan meninggalkan perusahaan dan bahkan tidak akan pernah kembali. Pelanggan akan lebih memilih berganti produk atau merek karena ketidakpuasan dengan produk yang ada.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Kepuasan Nasabah Penabung Simpeda PT. Bank Nagari Capem UNP Padang (Studi Kasus Mahasiswa FE-UNP).”

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka masalah dalam penelitian ini dapat penulis rumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah kepuasan nasabah penabung Simpeda PT. Bank Nagari Capem UNP Padang?
2. Bagaimanakah layanan nasabah tabungan Simpeda di PT.Bank Nagari Capem UNP Padang?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Melihat dan Menganalisis Kepuasan Nasabah Penabung Simpeda PT. Bank Nagari Capem UNP Padang.
2. Mengungkapkan Kepuasan Nasabah Penabung Produk Tabungan Simpeda di PT. Bank Nagari Capem UNP Padang.

D. Manfaat Penelitian

Dengan tercapainya tujuan penelitian diatas, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi penulis, sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Ahli Madya (AM,d) pada Program Studi Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
2. Bagi Bank Nagari sebagai bahan masukan dan informasi tentang penilaian nasabah terhadap kepuasan penabung PT. Bank Nagari Capem UNP Padang.
3. Bagi nasabah sebagai bahan masukan dan rekomendasi terhadap layanan produk tabungan Simpeda PT. Bank Nagari Capem UNP Padang.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada Bab IV, maka dapat disimpulkan beberapa hal antara lain:

1. Nasabah Simpeda Bank Nagari Capem UNP, sebagian besar adalah Nasabah perempuan sebesar 66,67% dibandingkan laki – laki sebesar 33,32.
2. Tujuan nasabah Simpeda Bank Nagari Capem UNP adalah untuk biaya pendidikan. Nasabah banyak memperoleh informasi dari keluarga mengenai Tabungan Simpedes. Alasan memilih suatu Produk Tabungan adalah keamanan menabung.
3. Kepuasan nasabah penabung Bank Nagari Capem UNP Padang secara keseluruhan agak rendah hal ini terlihat dari perhitungan tingkat capaian responden (TCR) sebesar 48,35% yang telah di lakukan menggunakan penyebaran angket yang berisi pertanyaan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah penulis uraikan sebelumnya, maka penulis menyarankan kepada Bank Nagari Capem UNP Padang:

1. Disarankan kepada semua pihak dan staf pegawai Bank Nagari menjalin kerja sama yang baik dengan para nasabah dengan cara memberikan informasi yang bermanfaat untuk kepentingan para nasabah.
2. Pengukuran kepuasan nasabah ini hendaknya dilakukan secara berkala, sehingga harapan – harapan nasabah terhadap produk Tabungan Simpeda bisa diketahui dan kepuasan nasabah bisa ditingkatkan.
3. Sebaiknya Bank Nagari Capem UNP harus bisa mempengaruhi nasabah dengan membicarakan hal - hal baik tentang perusahaan dan produknya kepada nasabah, karena sangat besar pengaruhnya terhadap Bank Nagari untuk mencapai tujuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Metodologi Penelitian*. Jakarta:PT. Rineka Cipta.
Jakarta.
- Anatan, Lina.2008. *Service Excellence*. Bandung: Alfabeta.
- Griffin, jill.2003. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Pelanggan*. Diterjemahkan oleh Dwi Kartini Yahya. Jakarta: Erlangga
- Tjiptono, Fandy. 2009. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi
_____. 2011. *Service Management*. Yogyakarta: Andi.
- Kotller, Philip dkk.2000. *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*. Yogyakarta: Andi.
- Kotller, Philip. 2005. *Manajmen Pemasaran, edisi 11 jilid1*.Bandung: PT. Intan Sejati Klaten.
- Kotller, Philip & Kevin Lane Keller.2009. *Manajmen Pemasaran, edisi 13 jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Mowen dan Michael.2002. *Perilaku Konsumen edisi 5 jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Peter J. Paul dan Jerry C. Olson.1996. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran jilid 2*. Erlangga: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Rangkuti, Freddy. 2003. *Measuring Customer*. Jakarta: Garamedia Pustaka Utama.
- Sugiyono.2009. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono.2011. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.