

PENGARUH KOMPETENSI SUMBER DAYA MANUSIA DAN MUTU LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BANK MEGA TANGERANG

¹Dudung Hadiwijaya, ²Hendi Eka Sumarga

¹Universitas Muhammadiyah Tangerang
email: dudung.hadiwijaya@umt.ac.id

²Universitas Muhammadiyah Tangerang
email: hendi.sumarga@umt.ac.id

Abstract

The purpose of the research is to examine the influence of the human resource competency and service quality to the customer satisfaction of the Bank Mega Tangerang. The result of the research indicate that the human resources competency and service quality are together have significant effect toward the customer satisfaction. The result also indicates that the human resources competency have more dominant and significant effect than service quality towards the customer satisfaction of Bank Mega Tangerang.

Keywords: *human resources competency, service quality, customer satisfaction*

1. PENDAHULUAN

Peningkatan kepuasan nasabah menjadi penting mengingat kemampuan atau kompetensi pegawai dalam menghadapi persaingan ketat dengan perbankan di Kota Tangerang. Bertitik tolak dari pemikiran ini, maka peningkatan kinerja pegawai merupakan hal yang mendesak untuk dilaksanakan dewasa ini.

Keberhasilan pencapaian tujuan organisasi sangat dipengaruhi oleh peran dan kinerja para pegawainya. Peran penting pegawai atau individu dalam mencapai tujuan organisasi secara implisit dikemukakan oleh Thomson bahwa, organisasi adalah integrasi impersonal dan sangat rasional atas sejumlah spesialis yang bekerja sama untuk mencapai tujuan yang telah disepakati (Liliweri, 1997 : 23).

Pada industri perbankan kegagalan pada industri ini diidentifikasi disebabkan salah satunya dari manajemen sumber daya manusia yang lemah dalam membangun kompetensi berbasis pelanggan (Lee dan Hwan 2005; Zhou 2004). Manajemen hubungan pelanggan (*Customer Relationship Management*) akan tidak mungkin berjalan dengan baik mana kala pelanggan meragukan kompetensi yang dimiliki karyawan.

Kompetensi memiliki kekuatan yang dapat mempengaruhi pendapat dan lebih jauh lagi dapat merubah perilaku pelanggan (Dash et al. 2006; Shi dan Yip, 2007). Bueren dan Schierholz (2005) menilai kondisi di mana kompetensi dapat mengendalikan perilaku pelanggan adalah sangat mungkin terjadi.

Permasalahan kinerja pegawai dapat dilihat dari masih adanya pegawai yang memberikan pelayanan yang kurang maksimal. Rendahnya pelayanan dari hasil pengamatan awal di lapangan menunjukkan rendahnya mutu layanan pegawai.

Rendahnya kepuasan nasabah diduga disebabkan karena rendahnya kompetensi sdm dan mutu layanan. Dengan terjadinya kesenjangan antara apa yang seharusnya (*das sollen*) dengan apa yang senyatanya (*das sein*), semuanya itu berakibat pada rendahnya kepuasan nasabah.

2. KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

1. Kompetensi Sumber Daya Manusia (SDM)

Kompetensi SDM adalah kompetensi yang berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, kemampuan dan karakteristik kepribadian yang mempengaruhi secara langsung terhadap kinerjanya, Mangkunegara (2012). Hafeez dan Essmail (2007)

mengidentifikasi kompetensi yang dimiliki SDM dalam suatu perusahaan dapat dinyatakan sebagai aset tidak berwujud.

Karyawan sebagai bagian manajemen diposisikan pemegang kendali dan bertanggungjawab implementasi strategi perusahaan berdasarkan CRM (Lundstrom dan Wright 2005; Netemeyer dan Maxham 2007). Kompetensi SDM memiliki 3 bentuk kompetensi: (1). Kompetensi tentang pelanggan; (2). Kompetensi untuk pelanggan; (3). Kompetensi dari pelanggan. Implementasi 3 bentuk kompetensi akan berdampak baik bagi CRM.

2. Mutu Layanan Bank

Mutu layanan tidak terbatas pada tingkat pemahaman perusahaan tentang harapan dan kenyataan atau kinerja nyata yang dirasakan pelanggan. Mutu layanan sebagai alat perusahaan bertujuan mempengaruhi dan kemudian mengendalikan pelanggan untuk bekerja secara sadar demi kepentingan perusahaan (Chen et al. 2007). Karena mutu layanan merupakan instrumen penting yang membuat pelanggan bersikap positif untuk mempromosikan produk perusahaan kepada pihak lain (Dibb dan Meadows 2004; Hume 2008).

3. Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah adalah persepsi harapan yang telah terpenuhi, mendapatkan hasil dari layanan perbankan dengan mempertimbangkan kebutuhan sehingga kesinambungan terbaik antara kepuasan dan hasil. Tjiptono (2008) menyatakan kepuasan pelanggan adalah evaluasi pembeli dimana alternatif yang dipilih memberikan hasil yang sama sebagai harapan pelanggan

Mempertahankan dan mencapai kepuasan adalah harga mati untuk perusahaan jasa (Brady dkk. 2006). Kepuasan nasabah dalam industri perbankan dapat direalisasikan secara empiris dengan mengukur kualitas layanan melalui kualitas fungsional (sikap dan perilaku sumber daya manusia) dan kualitas teknis (*Electronic Banking*) (2004).

3. METODE PENELITIAN

3.1. Definisi Operasional Variabel

Definisi variabel-variabel yang diteliti adalah sebagai berikut:

a. Variabel Dependen (Y): Kepuasan Nasabah.

Kepuasan Nasabah adalah persepsi nasabah bahwa harapannya telah terpenuhi, diperoleh hasil yang optimal bagi setiap nasabah dan pelayanan perbankan dengan memperhatikan kemampuan nasabah dan keluarganya, perhatian terhadap keluarganya, perhatian terhadap kebutuhan nasabah sehingga kesinambungan yang sebaik-baiknya antara puas dan hasil.

b. Variabel Independen (X_1): Kompetensi Sumber Daya Manusia.

Kompetensi SDM adalah kompetensi yang berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, kemampuan dan karakteristik kepribadian yang mempengaruhi secara langsung terhadap kinerjanya.

c. Variabel Independen (X_2): Mutu Layanan suatu keadaan dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, proses, dan sumber daya (resources) yang memenuhi atau melebihi harapan pengguna/pelanggan

3.2. Skala Pengukuran Variabel

Pengukuran pengaruh kompetensi sdm dan mutu layanan terhadap kinerja pegawai melalui skala Likert digunakan dengan lima tingkatan yang diberi skor sebagai berikut (Sugiyono, 2004:86):

- a) Sangat setuju diberi skor lima
- b) Setuju diberi skor empat
- c) Ragu-ragu diberi skor tiga
- d) Tidak setuju diberi skor dua

e) Sangat tidak setuju diberi skor satu.

3.3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi dalam penelitian ini, terdiri dari nasabah di Bank Mega Tangerang.

b. Sampel

Adapun dalam penentuan sampel pada penelitian ini, responden yang diambil merupakan nasabah yang berjumlah 32 orang.

3.4. Metode Analisis Data

a. Analisis Deskriptif

Metode analisis deskriptif adalah metode penganalisaan yang dilakukan dengan cara menentukan data, mengumpulkan data, dan menginterpretasikan data sehingga dapat memberikan gambaran masalah yang dihadapi.

b. Analisis Kuantitatif

1. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui besarnya hubungan dan pengaruh variabel independen (kompetensi sdm dan mutu layanan) terhadap variabel dependen (kepuasan nasabah).

$$Y = a + b_1X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y= Kepuasan Nasabah

a = Konstanta

b_1, b_2 = Koefisien regresi

X_1 = Kompetensi SDM

X_2 = Mutu Layanan

e = Standar error

2. Uji Serempak (Uji F)

Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh secara bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji F dilakukan secara serentak untuk membuktikan hipotesis awal tentang pengaruh kompetensi SDM (X_1) dan mutu layanan (X_2) sebagai variabel bebas, terhadap kepuasan nasabah (Y) sebagai variabel terikat.

Pengambilan keputusannya dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan nilai F_{tabel} . Bila F_{hitung} lebih besar dari nilai F_{tabel} maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas dalam model mempengaruhi variabel terikat.

Model hipotesis yang digunakan adalah:

$H_0: b_1=b_2=0$ artinya variabel bebas (X_1, X_2) secara bersama-sama tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat (Y).

$H_0: b_1 \neq 0$ artinya variabel bebas (X_1, X_2) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat (Y).

Nilai F_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} . Kriteria pengambilan keputusan, yaitu: H_0 diterima bila $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ H_0 ditolak bila $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$.

3. Uji Secara Parsial (Uji-t)

Yaitu sebagai uji signifikan individual. Uji ini menunjukkan bagaimana pengaruh dalam menerangkan variasi variabel terikat.

Bentuk pengujiannya adalah:

$H_0: b_1 = 0$

Artinya, suatu variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

$H_0: b_1 \neq 0$

Artinya, suatu variabel independen merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

Kriteria pengambilan keputusan:

H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$
 H_0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian kontribusi pengaruh dari variabel bebas (X_1, X_2) terhadap variabel tidak bebas (Y), dapat dilihat dari koefisien determinasi berganda (R^2) dimana $0 < R^2 < 1$. Hal ini menunjukkan jika R^2 semakin dekat dengan 1, maka pengaruh variabel bebas (X_1, X_2) terhadap variabel tidak bebas (Y) semakin kuat. Sebaliknya jika R^2 semakin dekat pada 0 maka pengaruh variabel bebas (X_1, X_2) terhadap variabel tidak bebas (Y) semakin lemah.

4. HASIL PENELITIAN

a. Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian dengan menggunakan uji koefisien determinasi (R^2) atau Goodness of Fit Test, yaitu untuk melihat besarnya pengaruh variabel bebas yaitu kompetensi (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pasien (Y). Nilainya adalah 0 – 1. Semakin mendekati nol berarti model tidak baik atau variasi model dalam menjelaskan dengan sangat terbatas, sebaliknya semakin mendekati satu maka suatu model akan semakin baik.

Tabel 1. Pengujian Goodness of Fit Model Summary(b)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.979 ^a	.958	.955	.43199

a. Predictors: (Constant), Mutu Layanan, Kompetensi SDM

Tabel 1 menunjukkan angka Adjusted R Square (R^2) sebesar 0,955 berarti variabel independen yaitu kompetensi sdm (X_1) dan mutu layanan (X_2) mampu menjelaskan sebesar 95,5% kepuasan nasabah (Y).

b. Uji Secara Serempak/simultan (Uji F) atau ANOVA

Uji F menunjukkan apakah semua variabel bebas (X) yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y).

Tabel 2. Uji Regresi Secara Bersama-sama (Uji-F) ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	123.815	2	61.907	331.734	.000 ^a
	Residual	5.412	29	.187		
	Total	129.227	31			

a. Predictors: (Constant), Mutu Layanan, Kompetensi SDM

b. Dependent Variable: Kinerja

Tabel 2 memperlihatkan nilai F_{hitung} adalah 331,374 dengan tingkat signifikansi 0,000. Sedangkan F_{tabel} pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$) adalah 3,328. Oleh karena pada kedua perhitungan yaitu $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan tingkat signifikansi ($0,000 < 0,05$), menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen yaitu kompetensi sdm dan mutu layanan secara bersama-sama adalah signifikan terhadap kepuasan kerja.

c. Uji Secara Parsial (Uji-t)

Uji-t digunakan untuk menentukan seberapa besar pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat secara individu.

Tabel 3. Uji Regresi secara Parsial (Uji-t) Coefficients(a)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.865	.201		-4.313	.000
Kompetensi SDM	.707	.249	.542	2.841	.008
Mutu Layanan	.540	.233	.442	2.315	.028

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil uji-t maka diperoleh persamaan regresi:

$$Y = -0,865 + 0,542 X_1 + 0,442 X_2$$

Hasil penelitian pada Tabel 3 dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Variabel kompetensi sdm berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, hal ini terlihat dari nilai signifikan (0,008) < 0,05 dan nilai t_{hitung} (2,841) > t_{tabel} (2,045) artinya jika ditingkatkan variabel kompetensi sdm sebesar satu satuan maka kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 0,542. Hal ini menunjukkan bahwa semakin meningkatnya kompetensi sdm maka kepuasan nasabah akan lebih tinggi.
2. Variabel mutu layanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja, hal ini terlihat dari nilai signifikan (0,028) < 0,05 dan nilai t_{hitung} (2,315) > t_{tabel} (2,045) artinya jika ditingkatkan variabel mutu layanan sebesar satu satuan maka kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 0,442.

Berdasarkan hasil penelitian dapat dibuktikan bahwa variabel kompetensi sdm memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Bahkan berdasarkan penelitian ini, variabel kompetensi sdm lebih dominan dibanding variabel mutu layanan. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kompetensi sdm dan mutu layanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja di Bank Mega Tangerang.

5. SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel kompetensi sdm dan mutu layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan kerja di Bank Mega Tangerang. Kompetensi sdm dan mutu layanan pegawai Bank Mega Tangerang dinilai sangat baik sehingga kepuasan nasabah juga tercapai dengan baik.
2. Berdasarkan uji-t bahwa variabel kompetensi sdm adalah variabel yang paling dominan terhadap kepuasan nasabah, hal ini menunjukkan bahwa kompetensi sdm sesuai dengan mutu layanan pegawai Bank Mega Tangerang sehingga tercipta suatu kinerja pegawai yang meningkatkan kepuasan nasabah di Bank Mega Tangerang.
3. Berdasarkan Koefisien Determinasi diketahui bahwa variabel kompetensi sdm dan mutu layanan secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Mega Tangerang.
- 4.

6. REFERENSI

- Brady, Michael K., Clay M. Voorhess, J. Joseph Cronin Jr., and, Brian L. Bourdeau (2006), "The good guys don't always win : the effect of valence on service perceptions and consequences", *Journal of Service Marketing*, Vol. 20 No. 2 p. 83- 91
- Chen, Tser-Yieth., and, Yu-Ting Chou (2007), "Cause and effect among expected, predicted and perceived relationship quality : the case of Taiwanese life insurance companies", *International Journal Electronic Customer*

- Relationship Management, Vol. 1 No. 1 p. 41-60.
- Dibb, Sally., and, Maureen Meadows (2004), "*Relationship marketing and CRM: a financial service case study* ", Journal of Strategy Marketing, Vol. 12 p. 11-125.
- Hafeez, Khalid., and, Essmail Ali Essmail (2007), "*Evaluating organisation core competences and associated personal competencies using analytical hierarchy process*", Management Research News, Vol. 30 No. 8 p. 530-547
- Liliweri, Alo, 1997, *Sosiologi Organisasi*, Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Lundstrom, William J., and, Robert F. Wright (2005), "*The CRM-physician interface: toward a model of physician relationship building*", Journal of Medical Marketing, Vol. 5 No. 4 p. 316-323
- Mangkunegara, A.A Anwar Prabu (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Netemeyer, Richard G., and, James G. Maxham III (2007), "*Employee versus supervisor ratings of performance in the retail customer service sector: difference in predictive validity for customer outcomes*", Journal of Retailing, Vol. 83 No. 1p. 131-145
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy, 2008, *Strategi Pemasaran*, Edisi 3, ANDI: Yogyakarta.