JURNAL ILMIAH EKBANK

AKADEMI KEUANGAN DAN PERBANKAN GMIST TAHUNA
Volume 5, No. 1 Juni 2022. E-ISSN: 2621-7554
https://jurnal.akptahuna.ac.id/index.php/ekbank/index

ANALISIS PENGARUH KREDIT MACET TERHADAP PROFITABILITAS DI PT BANK SULUTGO CABANG TAHUNA

Fahriyati Bachdar[1]; Arif I. Janis[2]
AKP GMIST Tahuna[123]
Email: arifjanis@gmail.com

ABSTRAK

Penulisan ini dilatar belakangi oleh pemberian fasilitas kredit yang dilakukan oleh PT Bank SULUTGO Cabang Tahuna yang dimana dalam penyalurannya terdapat kredit yang mengalami kemacetan. Rumusan masalah dalam KTI ini adalah apakah kredit macet berpengaruh terhadap profitabilitas di PT Bank SULUTGO Cabang Tahuna ? Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh kredit macet terhadap profitabilitas di PT Bank SULUTGO Cabang Tahuna. Hasil penelitian menunjukan bahwa Koefisien Regrasi nilai kosntanta a = -392 dan nilai b = 7,57 sehingga persamaan regresi kedua variabel X dan variabel Y dapat dikatakan tidak searah atau tidak signifikan dikarenakan hasilnya ada yang bernilai negatif maka artinya kredit macet mempunyai hubungan yang tidak searah dengan profitabilitas. Koefisien Korelasi nilai r = 0,73 menunjukan kuat antara kredit macet dan profitabilitas, karena nilai 0,73 berada di antara 0,60 – 0,799. Koefisien Determinasi berdasarkan hasil yang diperoleh kredit macet memiliki hubungan yang kuat dengan profitabilitas dengan nilai koefisien r^2 = 0,54 atau 54%. Nilai uji t yang diperoleh t hitung = 0,007738229 dan nilai t tabel = 2,446911846 dapat dirumuskan bahwa t hitung < t tabel, sehingga hipotesis yang diterima yaitu kredit macet tidak memiliki pengaruh terhadap profitabilitas.

Kata Kunci: Kredit Macet, Profitabilitas; Bank SULUTGO; Tahuna

PENDAHULUAN

Seiring perkembangannya zaman, teknologi semakin dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari. Perangkat komunikasi merupakan salah satu wujud dari perkembangan teknologi yang dimanfaatkan oleh industri perbankan dalam kemajuan dan perkembangan teknologi informasi yang pesat, seperti halnya *mobile banking*, merupakan salah satu wujud dari perkembangan teknologi tersebut. Hal ini menjadi salah satu perbaikan dalam dunia perbankan untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi.

Mobile banking merupakan layanan perbankan yang berfungsi untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan tanpa perlu datang ke bank dan ATM kecuali penarikan *cash*. Keunggulan *mobile banking* yaitu nasabah dapat melakukan transaksi dimana saja dan kapan saja tanpa batas waktu yang dilakukan melalui telepon seluler.

BRImo atau BRI Mobile adalah aplikasi keuangan milik Bank BRI terbaru. BRImo merupakan aplikasi internet berbasis data yang memberikan berbagai kemudahan. BRImo hadir untuk nasabah BRI yang memiliki kepentingan dalam transaksi perbankan yang cepat dan akurat .

Kepuasan nasabah menurut Kotler dalam www.labora.ac.id diakses 28 maret 2022, menyatakan bahwa kepuasan nasabah adalah tingkat keadaan perasaan seseorang yang merupakan hasil perbandingan antara penilaian kinerja/hasil akhir produk dalam hubungannya dengan harapan nasabah.

Berdasarkan uraian diatas maka kelompok kami tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul " Analisis kepuasan nasabah terhadap penggunaan BRImo di bank BRI Cabang Tahuna ''

Kepuasan (*Satisfaction*) adalah perasaan senang ataukecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi merekat menurut Kotler dan Keller, dalam www.repository.uin-suska.ac.id diakses 5 April 2022, mengatakan bahwa nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank, baik itu untuk keperluannya sendiri maupun sebagai perantara bagi keperluan pihak lain. Nasabah dibagi dalam tiga kelompok berikut: (1) Nasabah baru, artinya nasabah jenis ini baru pertama kali datang keperusahaan perbankan, dengan tujuan sekedar untuk memperoleh informasi atau sudah melakukan transaksi; (2) Nasabah biasa (*sekunder*), artinya nasabah sudah pernah berhubungan dengan pihak bank, namun tidak rutin, jadi kedatangannya sudah untuk melakukan transaksi, namum frekuensi kedatangannya belum terlalu sering; dan (3) Nasbah utama (*primer*), artinya nasabah sudah sering berhubungan dengan pihak bank. Nasabah primer selalu menjadikan bank yang bersangakutan nomor satu dalam berhubungan. Nasabah ini sudah tidak dapat diragukan lagi loyalitasnya sebagaimana dikatakan olehIrawan dalam www.repository.uin-suska.ac.id

Kepuasaan nasabah yang diberikan bank akan berimbas sangat luas bagi peningkatan keuntungan bank. Atau dengan kata lain, apabila nasabah puas terhadap pembelian jasa bank, maka nasabah tersebut akan: **(1)** Loyal kepada bank**.** Artinya kecil kemungkinan nasabah untuk pindah ke bank yang lain dan akan tetap setia menjadi nasabah bank yang bersangkutan; (2) Mengulang kembali pembelian produknya. Artinya kepuasan terhadap pemberian jasa bank akan menyebabkan nasabah membeli kembali terhadap jasa yang ditawarkan secara berulang-ulang; (3) Membeli lagi produk yang lain dalam bank yang sama. Dalam hal ini nasabah akan rmemperluas pembelian jenis jasa yang ditawarkan sehingga pembelian nasabah menjadi makin beragam dalam satu bank; dan (4) Memberikan promosi gratis dari mulutke mulut. Hal inilah yang menjadi keinginan bank, karena pembicaraan tentang kualitas pelayanan bank ke nasabah lain akan menjadi bukti akan kualitas jasa yang ditawarkan, sebagaimana yang dikatakan oleh Kasmir pada www.repository.uin-suska.ac.id

Selain itu kepuasan nasabah mempunyai tujuan utama yaitu strategi pemasaran yang dijalankan untuk meningkatkan jumlah nasabahnya, baik secara kuantitas maupun kualitas.Secara kuantitas artinya jumlah nasabah bertambah cukup signifikan dari waktu ke waktu, sedangkan secara kualitas artinya nasabah yang didapat merupakan nasabah yang produktif yang mampu memberikan laba bagi bank. Dalam praktiknya apabila nasabah puas atas pelayanan yang diberikan oleh bank, ada dua keuntungan yang diterima oleh bank, yaitu sebagai berikut: **(1)** Nasabah yang lama akan tetap dapat dipertahankan (tidak lari ke bank lain) atau dengan kata lain nasabah loyal kepada bank; (2) Kepuasan nasabah lama akan menular kepada nasabah baru dengan berbagi cara, sehingga mampu meningkatkan jumlah nasabah, sebagimana yang dikatakan oleh Kasmir www.repository.uin-suska.ac.id

Adapun cara untuk mengukur kepuasan nasabah, yaitu (Sumarwan et al., 2015; Tjiptono et al., 2017): (1) Sistem Keluhan dan Saran. Industri yang berwawasan pelanggan akan menyediakan formulir bagi pelanggan untuk melaporkan kesukaan dan keluhannya; (2) Survei Kepuasan Pelanggan. Industri tidak dapat menggunakan tingkat keluhan sebagai ukuran kepuasan pelanggan; (3) *Ghost Shopping* (Pelanggan Bayangan). Pelanggan bayangan adalah menyuruh orang berpura-pura menjadi pelanggan dan melaporkan titik-titik kuat maupun titik-titik lemahyang dialami waktu membeli produk dari

industri sendiri maupun industri saingannya; dan (4) Analisa pelanggan yang beralih. Industri dapat menghubungi pelanggan yang tidak membeli lagi atau mengganti pemasok untuk mengetahui penyebabnya (apakah harganya tinggi, pelayanan kurang baik, produknya kurang dapat diandalkan, sehingga dapat diketahui tingkat kehilanggan pelanggan).

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasaan nasabah, antara lain (Atmaja, 2018; Octavia, 2019): (1) Fitur produk dan jasa. Kepuasan nasabah terhadap produk atau jasa secara signifikan dipengaruhi oleh evaluasi pelanggan terhadap fitur produk dan jasa. Untuk jasa perbankan, fitur yang meliputi karyawan yang sangat membantu dan sopan, ruang transaksi yang nyaman, sarana pelayanan yang menyenangkan, dan sebagainya; (2) Emosi Pelanggan. Emosi juga dapat mempengaruhi persepsi nasabah terhadap produk atau jasa. Emosi ini dapat stabil, seperti keadaan pikiran atau perasaan atau kepuasan hidup. Pikiran atau perasaan nasabah (*good mood* atau *bad mood*) dapat mempengaruhi respon nasabah terhadap jasa; (3) Atribusi untuk keberhasilan atau kegagalan jasa. Atribusi penyebab yang dirasakan dari suatu peristiwa mempengaruhi persepsi dari kepuasan; (4) Persepsi terhadap kewajaran dan keadilan (*equity and fairness*). Kepuasan nasabah juga dipengaruhi oleh persepsi pelanggan terhadap kewajaran dan keadilan; dan (5) Nasabah lain, keluarga, dan rekan kerja. Kepuasan nasabah juga dipengaruhi oleh orang lain. Misalnya, kepuasan terhadap perjalanan liburan keluarga adalah fenomena yang dinamis, dipengaruhi oleh reaksi dan ekspresi oleh anggota keluarga selama liburan.

Selain itu, ada tiga faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah, yaitu:

Kualitas Produk. Nasabah akan merasa puas apabila membeli dan menggunakan produk yang ternyata memiliki kualitas yang baik. Produk secara umum diartikan sebagai sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah. Artinya,apapun wujudnya selama itu dapat memenuhi keinginan nasabah dan kebutuhan kita katakan sebagai produk. Philip Kotler mendefinisikan produk sebagai sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan (Kasmir, 2014).

Kualitas pelayanan sangat tergantung pada tiga hal yaitu sistem, teknologi, dan manusia. Faktor manusia ini memang berkontribusi dalam kepuasan terhadap kualitas pelayanan. Pembentukan sikap dan perilaku yang seiring dengan keinginan perusahaan menciptakan, bukanlah pekerjaan yang mudah (Daryanto, 2014) .

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan nasabah. Dengan kata lain ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu pelayanan yang diharapkan dan pelayanan yang didapatkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik tidaknya kualitas yang ideal begitu juga sebaliknya. Dengan demikian baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan penyedia layanan dalam memenuhi harapan nasabah.

Rasa percaya *(trust)* sering dipandang memiliki karakteristik hubungan jangka panjang. Suatu hal yang sangat berbeda dengan kepuasan nasabah *(customer satisfaction)* yang diartikan sebagai respon seketika atas konsumsi.

Ada beberapa indikator dalam rasa percaya, yaitu: (1) Rasa percaya atas informasi yang didapatkan. Merupakan rasa percaya yang tinggi terhadap informasi yang didapat dari bank dan tidak pernah member informasi palsu; (2) Rasa percaya bank akan menanggapi keluhan. Ialah bank akan selalu cepat untuk menanggapi keluhan terhadap nasabahnya; dan (3) Rasa percaya terpenuhinya janji bank. Merupakan janji-janji yang diberikan bank kepada nasabahnya akan terpenuhi jika nasabahnya mempunyai rasa percaya yang tinggi kepada bank.

BRImo adalah penyempurnaan dari BRI *Mobile*yang telah ada. Layanan BRImo mempermudah nasabah dalam menjalankan bermacam-macam transaksi perbankan meliputi *internet banking*, *mobile banking*, dan uang elektronik atau *T-bank* didalam sebuah aplikasi di *handphone* (HP).

Berdasarkan penjelasan yang telah disampaikan maka hipotesis yang diajukan penelitian ini adalah diduga kepuasan nasabah terhadap penggunaan BRImo di bank BRI Cabang Tahuna sangat baik.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang digunakan adalah Penelitian Kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang menggunakan data berupa angka atau pertanyaan-pertanyaan yang dinilai dan dianalisis dengan analisis statistic (Sugiyono, 2018).

Teknik pengambilan data pada penelitian ini dengan menggunakan survei. Sumber data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner atau angket. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Sumber data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari artikel, website yang berkaitan dengan penelitian. Penelitian ini dilakukan di Bank BRI Cabang Tahuna

Populasi merupakan sekumpulan objek yang menjadi pusat penelitian yang memiliki informasi yang ingin diketahui. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank BRI Cabang Tahuna. Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu teknik *Non-probability* sampling dengan jenis *purposive* sampling yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria yang telah dipilih oleh peneliti dalam memilih sampel, yaitu nasabah Bank BRI Cabang Tahuna yang menggunakan aplikasi BRImo, maka orang tersebut digunakan sebagai sampel (responden) sebagai dasar pengumpulan data.

Variabel dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah, yaitu tanggapan responden terhadap layanan dalam penggunaan aplikasi BRImo.

Metode anlisis data dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif yaituteknik mengola atau mengelola data-data bersifat angka-angka atau statistik, data tersebut berupa survey tentang kepuasan nasabah dalam penggunaan BRImo di Bank BRI Cabang Tahuna

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan kepada masyarakat Kota Tahuna yang menjadi nasabah Bank BRI Cabang Tahuana pada bulan April, sebanyak 16 orang responden. 14 Perempuan dan 2 Laki-laki. Dengan rincian yang sesuai dengan karakteristik responden seperti dibawah ini. Distribusi karakteristik responden berdasarkan umur dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 1. Distribusi masyarakat nasabah Bank BRI Cabang Tahuna Menurut umur.

INTERVALUMUR	FREKUENSI	
	Absolut	Presentase %
17-20 tahun	11	69%
21-30 tahun	4	25%
31-40 tahun	1	6%
JUMLAH	16	100%

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa frekuensi karakteristik responden berdasarkan umur terendah terdapat pada interval umur kurang dari/sama dengan 31-40 tahun sebanyak 1 orang dengan proporsi 6%. Sedangkan frekuensi tertinggi terdapat pada interval umur lebih dari/sama dengan 17-20 tahun sebanyak 11 orang dengan proporsi 69%.

Distribusi karakteristik responden berdasrkan jenis pekerjaan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 2. Distribusi nasabah Bank BRI Cabang Tahuna Menurut jenis pekerjaan.

JENIS PEKERJAAN	FREKUENSI	PRESENTASE %
PNS/TNI/POLRI	1	6%
Mahasiswa	12	75%
Wiraswasta	1	6%
DLL	2	13%
JUMLAH	16	100%

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa frekuensi karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan terendah terdapat pada jenis pekerjaan PNS/TNI/POLRI, Wiraswasta, masing-masing sebanyak 1 orang dengan proporsi 6%. Sedangkan frekuensi tertinggi terdapat pada jenis pekerjaan Mahasiswa sebanyak 12 orang dengan proporsi 75%.

Berdasarkan pengukuran terhadap 14 unsur pelayanan (U), diperoleh perhitungan Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) Nasabah Bank BRI Cabang Tahuna pada data pengelolaan Indeks Kepuasan Masyarakat per-unsur pelayanan adalah sebagai berikut

Menghitung jumlah nilai per-unsur pelayanan :

1) Bertransaksi dengan mitra usaha (U1)= 56
2) Kemudahan bertransasksi dengan BRImo (U2)= 52
3) Membantu dalam mengirim uang dan bertransaksi (U3)= 55
4) Lebih mudah mudah menggunakan BRImo dibandingkan dengan via ATM dalam melakukan transaksi (U4)= 55
5) Mempercepat transaksi dengan BRImo (U5)= 56
6) Mempersingkat waktu untuk melakukan transaksi dengan menggunakan BRImo (U6)= 53
7) Mengoperasikan BRImo dengan mudah secara otodidak(U7)= 54
8) Tidak ada kesulitan dalam menggunakan BRImo(U8)=48
9) Pengaruh lingkungan sekitar untuk menggunakan BRImo dalam bertransaksi(U9)= 52
10) Lingkungan sekitar mendorong supaya menggunakan BRImo, karena lebih mudah, cepat, dan praktis dalam bertransaksi (U10)= 47
11) Penggunaan BRImo meningkatkan status dalam pergaulan (U11)=53
12) Menggunakan BRImo untuk waktu yang akan datang (U12)=51

13) Menggunakan BRImo sebagai sistem transaksi sehari-hari(U13)=52
14) Selalu menggunakan BRImo sebagai sistem transaksi (U14)=50

Mengitung nilai rata-rata per-unsur :

$$\text{Nilai rata-rata per-unsur (NRR)} = \frac{\text{jumlah nilai per-unsur}}{\text{jumlah responden}}$$

NRR U1 = 56/ 16 = 3,5
NRR U2 = 52/16 = 3,25
NRR U3 = 55/16 = 3,43
NRR U4 = 55/16 = 3,43
NRR U5 = 56/16 = 3,5
NRR U6 = 53/16 = 3,31
NRR U7 = 54/16 = 3,37
NRR U8 = 48/16 = 3
NRR U9 = 52/16 = 3,25
NRR U10 = 47/16 =2,93
NRR U11 = 53/16 = 3,31
NRR U12 = 51/16 = 3,18
NRR U13 = 52/16 = 3,25
NRR U14 = 50/16 = 3,12

Menghitung Nilai Rata-Rata (NRR) tertimbang :

$$\text{Bobot nilai rata - rata tertimbang} = \frac{\text{Jumlah bobot}}{\text{Jumlah unsur}} = \frac{1}{14} = 0{,}071$$

$$\text{NRR tertimbang} = \text{NRR per-unsur} \times 0{,}071$$

NRR tertimbang U1 = 3,5 x 0,071 = 0,24
NRR tertimbang U2 = 3,25 x 0,071 = 0,23
NRR tertimbang U3 = 3,43 x 0,071 = 0,24
NRR tertimbang U4 = 3,43 x 0,071 = 0,24
NRR tertimbang U5 = 3,5 x 0,071 = 0,24
NRR tertimbang U6 = 3,31 x 0,071 = 0,23
NRR tertimbang U7 = 3,37 x 0,071= 0,23
NRR tertimbang U8 = 3 x 0,071 = 0,21
NRR tertimbang U9 = 3,25 x 0,071 = 0,23
NRR tertimbang U10 = 2,93 x 0,071 = 0,20
NRR tertimbang U11 = 3,31 x 0,071 = 0,23
NRR tertimbang U12 = 3,18 x 0,071 = 0,22
NRR tertimbang U13 = 3,25 x 0,071 = 0,23
NRR tertimbang U14 = 3,12 x 0,071 = 0,22
∑NRR tertimbang = 0,24 + 0,23 + 0,24 + 0,24 + 0,24 + 0,23 + 0,23 + 0,21 + 0,23 + 0,20 + 0,23 + 0,22 + 0,23 + 0,22 = 3,19

Menghitung Nilai Indeks Kepuasan Masyarakat Guna memudahkan interpretasi terhadap penilaian IKM antara rentan nilai 25-50, maka hasil penilaian rata-rata tertimbang (∑NRR tertimbang) di atas dikonversikan dengan nilai dasar 25, dengan rumus sebagai berikut:

Nilai konversi = ∑NRR tertimbang x 25
Nilai konversi IKM = 3,19 x 25 = 79,75

Selanjutnya hasil nilai konversi Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) nasabah Bank BRI Cabang Tahuna disesuaikan dengan kategorisasi mutu pelayanan berdasarkan indeks yang ditujukan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3. Kategorisasi Mutu Pelayanan

Nilai Persepsi	Nilai Interval IKM	Nilai Interval Konversi IKM	Mutu Pelayanan	Kinerja Unit Pelayanan
1	1,00-1,75	25-43,75	D	Tidak Baik
2	1,76-2,50	43,76-62,50	C	Kurang Baik
3	2,51-3,25	62,51-81,25	B	Baik
4	3,26-4,00	81,26-100,00	A	Sangat Baik

Sumber : KEPMEN PAN Nomor 25 Tahun 2004

Berdasarkan kategorisasi mutu pelayanan tabel diatas, maka penelitian tingkat kepuasan Nasabah Bank BRI Cabang Tahuna dalam penggunaan aplikasi BRImo berada dalam mutu pelayanan "B" dengan kategori "BAIK", apabila dilihat dari unsur Indeks Kepuasan Masyarakat yang mengacu pada kategorisasi pelayanan pada tabel diatas, nilai IKM dari setiap unsur pelayanan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. Hasil Indeks Kepuasan Masyarakat per-unsur pelayanan

NO	Unsur Pelayanan	Nilai IKM	Nilai Konversi IKM	Mutu Pelayanan	Kinerja
1	Bertransaksi dengan mitra usaha	3,5	87,50	A	Sangat Baik
2	Kemudahan bertransaksi dengan BRImo	3,25	81,25	B	Baik
3	Membantu dalam mengirim uang dan bertransaksi	3,43	85,75	A	Sangat Baik
4	Lebih mudah menggunakan BRImo dibandingkan dengan via ATM dalam melakukan transaksi	3,43	85,75	A	Sangat Baik
5	Mempercepat transaksi dengan BRImo	3,5	87,50	A	Sangat Baik
6	Mempersingkat waktu untuk melakukan transaksi dengan menggunakan BRImo	3,31	82,75	A	Sangat Baik
7	Mengoperasikan BRImo dengan mudah secara otodidak	3,37	84,25	A	Sangat Baik
8	Tidak ada kesulitan dalam menggunakan BRImo	3	75,00	B	Baik
9	Pengaruh lingkungan sekitar untuk menggunakan BRImo dalam bertransaksi	3,25	81,25	B	Baik
10	Lingkungan sekitar mendorong supaya menggunakan BRImo, karena lebih mudah, cepat dan praktis dalam bertransaksi	2,93	73,25	B	Baik
11	Penggunaan BRImo meningkatkan status dalam pergaulan	3,31	82,75	A	Sangat Baik
12	Menggunakan BRImo untuk waktu yang akan datang	3,18	79,50	B	Baik
13	Menggunakan BRImo sebagai sistem transaksi sehari-hari	3,25	81,25	B	Baik
14	Selalu menggunakan BRImo sebagai sistem transaksi	3,12	78,00	B	baik

Nilai IKM dari unsur pelayanan menunjukan penilaian masyarakat terhadap unsur pelayanan tersebut, berikut ini hasil penelitian Indeks Kepuasan dari masing-masing unsur:

Bertransaksi dengan mitra usaha

Hasil perhitungan untuk unsur pelayanan sebagai berikut :

Jumlah nilai unsur pelayanan bertransaksi dengan mitra usaha (U1) = 56

$$\text{Nilai rata} - \text{rata per} - \text{unsur NR} = \frac{\text{Jumlah nilai per} - \text{unsur}}{\text{Jumlah responden}} = \frac{56}{16} = 3{,}5$$

Nilai IKM = NRR x 25
= 3,5 x 25
= 87,50

Berdasarkan kategorisasi mutu pelayanan IKM, bertransaksi dengan mitra usaha dengan BRImo memiliki mutu pelayanan berada pada tingkat “A” dan kinerja unit pelayanan pada tingkat “Sangat Baik”.

Kemudahan bertransaksi dengan BRImo

Hasil perhitungan untuk unsur pelayanan sebagai berikut :

Jumlah nilai unsur pelayanan bertransaksi dengan mitra usaha (U2) = 52

$$\text{Nilai rata} - \text{rata per} - \text{unsur NRR} = \frac{\text{Jumlah nilai per} - \text{unsur}}{\text{Jumlah responden}} = \frac{52}{16} = 3{,}25$$

Nilai IKM = NRR x 25
= 3,25 x 25
= 81,25

Berdasarkan kategorisasi mutu pelayanan IKM, kemudahan betransaksi dengan BRImo memiliki mutu pelayanan berada pada tingkat “B” dan kinerja unit pelayanan pada tingkat “Baik”.

Membantu dalam mengirim uang dan bertransaksi

Hasil perhitungan untuk unsur pelayanan sebagai berikut :

Jumlah nilai unsur pelayanan bertransaksi dengan mitra usaha (U3) = 55

$$\text{Nilai rata} - \text{rata per} - \text{unsur NRR} = \frac{\text{Jumlah nilai per} - \text{unsur}}{\text{Jumlah responden}} = \frac{55}{16} = 3{,}43$$

Nilai IKM = NRR x 25
= 3,43 x 25
= 85,75

Berdasarkan kategorisasi mutu pelayanan IKM, membantu mengirim uang dan betransaksi dengan BRImo memiliki mutu pelayanan berada pada tingkat “A” dan kinerja unit pelayanan pada tingkat “Sangat Baik”.

Lebih mudah menggunakan BRImo dibandingkan dengan via ATM dalam melakukan transaksi

Hasil perhitungan untuk unsur pelayanan sebagai berikut :

Jumlah nilai unsur pelayanan bertransaksi dengan mitra usaha (U4) = 55

$$\text{Nilai rata} - \text{rata per} - \text{unsur NRR} = \frac{\text{Jumlah nilai per} - \text{unsur}}{\text{Jumlah responden}} = \frac{55}{16} = 3{,}43$$

Nilai IKM = NRR x 25
= 3,43 x 25
= 85,75

Berdasarkan kategorisasi mutu pelayanan IKM, memudahkan bertransaksi dengan BRImo dibandingkan dengan via ATM memiliki mutu pelayanan berada pada tingkat "A" dan kinerja unit pelayanan pada tingkat "Sangat Baik".

Mempercepat transaksi dengan BRImo

Hasil perhitungan untuk unsur pelayanan sebagai berikut :

Jumlah nilai unsur pelayanan bertransaksi dengan mitra usaha (U5) = 56

$$\text{Nilai rata} - \text{rata per} - \text{unsur NRR} = \frac{\text{Jumlah nilai per} - \text{unsur}}{\text{Jumlah responden}} = \frac{56}{16} = 3{,}5$$

Nilai IKM = NRR x 25
= 3,5 x 25
= 87,50

Berdasarkan kategorisasi mutu pelayanan IKM, mempercepat transaksi dengan BRImo memiliki mutu pelayanan berada pada tingkat "A" dan kinerja unit pelayanan pada tingkat "Sangat Baik".

Mempersingkat waktu untukmelakukan transaksi dengan menggunakan BRImo

Hasil perhitungan untuk unsur pelayanan sebagai berikut :

Jumlah nilai unsur pelayanan bertransaksi dengan mitra usaha (U6) = 53

$$\text{Nilai rata} - \text{rata per} - \text{unsur NRR} = \frac{\text{Jumlah nilai per} - \text{unsur}}{\text{Jumlah responden}} = \frac{53}{16} = 3{,}31$$

Nilai IKM = NRR x 25
= 3,31 x 25
= 82,75

Berdasarkan kategorisasi mutu pelayanan IKM, mempersingkat waktu untuk melakukan transaksi dengan menggunakan BRImo memiliki mutu pelayanan berada pada tingkat "A" dan kinerja unit pelayanan pada tingkat "Sangat Baik".

Mengoperasikan BRImo dengan mudah secara otodidak

Hasil perhitungan untuk unsur pelayanan sebagai berikut :

Jumlah nilai unsur pelayanan bertransaksi dengan mitra usaha (U7) = 54

$$\text{Nilai rata} - \text{rata per} - \text{unsur NRR} = \frac{\text{Jumlah nilai per} - \text{unsur}}{\text{Jumlah responden}} = \frac{54}{16} = 3{,}37$$

Nilai IKM = NRR x 25
= 3,37 x 25
= 84,25

Berdasarkan kategorisasi mutu pelayanan IKM, mengoperasikan BRImo dengan mudah secara otodidakmemiliki mutu pelayanan berada pada tingkat "A" dan kinerja unit pelayanan pada tingkat "Sangat Baik".

Tidak ada kesulitan dalam menggunakan BRImo

Hasil perhitungan untuk unsur pelayanan sebagai berikut :

Jumlah nilai unsur pelayanan bertransaksi dengan mitra usaha (U8) = 48

$$\text{Nilai rata} - \text{rata per} - \text{unsur NRR} = \frac{\text{Jumlah nilai per} - \text{unsur}}{\text{Jumlah responden}} = \frac{48}{16} = 3$$

Nilai IKM = NRR x 25
= 3 x 25
= 75,00

Berdasarkan kategorisasi mutu pelayanan IKM, tidak ada kesulitan dalam menggunakan BRImo, memiliki mutu pelayanan berada pada tingkat "B" dan kinerja unit pelayanan pada tingkat "Baik".

Pengaruh lingkungan sekitar untuk menggunakan BRImo dalam bertransaksi

Hasil perhitungan untuk unsur pelayanan sebagai berikut :

Jumlah nilai unsur pelayanan bertransaksi dengan mitra usaha (U9) = 52

$$\text{Nilai rata} - \text{rata per} - \text{unsur NRR} = \frac{\text{Jumlah nilai per} - \text{unsur}}{\text{Jumlah responden}} = \frac{52}{16} = 3{,}25$$

Nilai IKM = NRR x 25
= 3,25x 25
= 81,25

Berdasarkan kategorisasi mutu pelayanan IKM, pengaruh lingkungan sekitar untuk

menggunakan BRImo dalam bertransaksi memiliki mutu pelayanan berada pada tingkat "B" dan kinerja unit pelayanan pada tingkat "Baik".

Lingkungan sekitar mendorong supaya menggunakan BRImo, karena lebih mudah, cepat dan praktis dalam bertransaksi

Hasil perhitungan untuk unsur pelayanan sebagai berikut :

Jumlah nilai unsur pelayanan bertransaksi dengan mitra usaha (U10) = 47

$$\text{Nilai rata} - \text{rata per} - \text{unsur NRR} = \frac{\text{Jumlah nilai per} - \text{unsur}}{\text{Jumlah responden}}$$

$$= \frac{47}{16} = 2{,}93$$

Nilai IKM = NRR x 25
= 2,93 x 25
= 73,25

Berdasarkan kategorisasi mutu pelayanan IKM, lingkungan sekitar mendorong supaya menggunakan BRImo, karena lebih mudah, cepat dan praktis dalam bertransaksi memiliki mutu pelayanan berada pada tingkat "B" dan kinerja unit pelayanan pada tingkat "Baik".

Penggunaan BRImo meningkatkan status dalam pergaulan

Hasil perhitungan untuk unsur pelayanan sebagai berikut :

Jumlah nilai unsur pelayanan bertransaksi dengan mitra usaha (U11) = 53

$$\text{Nilai rata} - \text{rata per} - \text{unsur NRR} = \frac{\text{Jumlah nilai per} - \text{unsur}}{\text{Jumlah responden}}$$

$$= \frac{53}{16} = 3{,}31$$

Nilai IKM = NRR x 25
= 3,31 x 25
= 82,75

Berdasarkan kategorisasi mutu pelayanan IKM, penggunaan BRImo meningkatkan status dalam pergaulan memiliki mutu pelayanan berada pada tingkat "A" dan kinerja unit pelayanan pada tingkat "Sangat Baik".

Menggunakan BRImo untuk waktu yang akan dating

Hasil perhitungan untuk unsur pelayanan sebagai berikut :

Jumlah nilai unsur pelayanan bertransaksi dengan mitra usaha (U12) = 51

$$\text{Nilai rata} - \text{rata per} - \text{unsur NRR} = \frac{\text{Jumlah nilai per} - \text{unsur}}{\text{Jumlah responden}}$$

$$= \frac{51}{16} = 3{,}18$$

Nilai IKM = NRR x 25
= 3,18 x 25
= 79,50

Berdasarkan kategorisasi mutu pelayanan IKM, menggunakan BRImo untuk waktu yang akan datang memiliki mutu pelayanan berada pada tingkat "B" dan kinerja unit pelayanan pada tingkat "Baik".

Menggunakan BRImo sebagai sistem transaksi sehari-hari

Hasil perhitungan untuk unsur pelayanan sebagai berikut :

Jumlah nilai unsur pelayanan bertransaksi dengan mitra usaha (U13) = 52

$$\text{Nilai rata} - \text{rata per} - \text{unsur NRR} = \frac{\text{Jumlah nilai per} - \text{unsur}}{\text{Jumlah responden}}$$

$$= \frac{52}{16} = 3{,}25$$

Nilai IKM = NRR x 25
= 3,25 x 25
= 81,25

Berdasarkan kategorisasi mutu pelayanan IKM, menggunakan BRImo sebagai sistem transaksi sehari-hari memiliki mutu pelayanan berada pada tingkat "B" dan kinerja unit pelayanan pada tingkat "Baik".

Selalu menggunakan BRImo sebagai sistem transaksi

Hasil perhitungan untuk unsur pelayanan sebagai berikut :

Jumlah nilai unsur pelayanan bertransaksi dengan mitra usaha (U14) = 50

$$\text{Nilai rata} - \text{rata per} - \text{unsur NRR} = \frac{\text{Jumlah nilai per} - \text{unsur}}{\text{Jumlah responden}}$$

$$= \frac{50}{16} = 3{,}12$$

Nilai IKM = NRR x 25
= 3,12 x 25
= 78,00

Berdasarkan kategorisasi mutu pelayanan IKM, selalu menggunakan BRImo sebagai sistem transaksi memiliki mutu pelayanan berada pada tingkat "B" dan kinerja unit pelayanan pada tingkat "Baik".

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelayanan pada aplikasi BRImo di Bank BRI Cabang Tahuna, berdasarkan kepuasan masyarakat yang diukur menggunakan analisis indeks kepuasan masyarakat. Hasil penelitian menunjukan bahwa pelayanan pada aplikasi BRImo di Bank BRI Cabang Tahuna berada pada tingkat baik. Hal ini ditunjukan dengan nilai indeks kepuasan masyarakat (IKM) dari 14 unsur IKM sebesar 3,19 dengan nilai konversi IKM sebesar 79,75. Indikator yang memiliki nilai IKM tertinggi sebesar 3,5 dengan nilai konversi IKM sebesar 87,50,

sedangkan indikator yang memiliki nilai IKM terendah adalah indikator lingkungan sekitar mendorong supaya menggunakan BRImo, karena lebih mudah, cepat dan praktis dalam bertransaksi mendapatka nilai IKM sebesar 2,93 dengan nilai konversi sebesar 73,25.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan perhitungan Indeks Kepuasan Masyarakat, maka diperoleh angka indeks sebesar 79,75 yang berada pada interval 62,51-81,25, sehingga kualitas pelayanan pada aplikasi BRImo di Bank BRI Cabang Tahuna pada tahun 2022 secara keseluruhan termasuk dalam kategori baik.

Berdasarkan 14 unsur pelayanan yang diteliti, bertransaksi dengan mitra usaha dan mempercepat transaksi dengan BRImo merupakan unsur dengan nilai indeks tertinggi dengan nilai IKM sebesar 87,50 dan berada pada tingkat sangat baik. Sedangkan unsur dengan nilai indeks terendah yaitu unsur lingkungan sekitar mendorong supaya menggunakan BRImo, karena lebih mudah, cepat, praktis dalam bertransaksi dengan nilai IKM sebesar 75,25 beradapada tingkat baik.

Bertransaksi dengan mitra usaha menggunakan diBRImo cabang tahuna ,kabupaten kepulaun sangihe memiliki nilai IKM sebesar 87,50 dan berada pada tingkat sangat baik .

Kemudahan bertransaksi dengan di BRImo cabang tahuna, kabupaten kepulauan sangihe memiliki nilai IKM sebesar 81,25 dan berada pada tingkat baik.

Membantu dalam mengirim uang dan bertransaksi di BRImo cabang tahuna ,kabupaten kepulauan sangihe memiliki nilai IKM sebesar 85,75 dan berada pada tingkat yang sangat baik.

Mempercepat transaksi dengan BRImo di Bank BRI Cabang Tahuna, memiliki nilai IKM sebesar 87,50 dan berada pada tingkat sangat baik

Mengoperasikan BRImo dengan mudah secara otodidak, memiliki nilai IKM sebesar 84,25 dan berada pada tingkat yang sangat baik.

Tidak ada kesulitan dalam menggunakan dalam bertransaksi di BRImo, memiliki nilai IKM sebesar 75,00 dan berada pada tingkat yang sangat baik

Pengaruh lingkungan sekitar untuk menggunakan BRImo dalam melakukan transaksi, memiliki nilai IKM sebesar 81,25 dan berada pada tingkat yang sangat baik

Lingkungan sekitar mendorong supaya menggunakan BRImo karena lebih mudah, cepat, dan praktis, memiliki nilai IKM sebesar 73,25 dan berada pada tingkat sangat baik.

Penggunaan BRImo meningkatkan status dalam pergaulan , memiliki nilai IKM sebesar 82,75 dan berada pada tingkat sangat baik

Menggunakan BRImo untuk waktu yang akan datang memiliki nilai IKM sebesar 79,50 dan berada pada tingkat baik.

Menggunakan BRImo sebagai sistem transaksi sehari-hari dan memiliki nilai IKM sebesar 81,25 dan berada pada tingkat baik.

Selalu menggunakan BRImo sebagai sistem transaksi memiliki nilai IKM sebesar 78,00 dan berada pada tingkat baik.

Bank BRI Cabang Tahuna dapat meningkatkan kualitas layanan pada aplikasi BRImo secara efisien yang akan digunakan oleh nasabah Bank BRI Cabang Tahuna

Bank BRI Cabang Tahuna dapat mengembangkan kembali layanan untuk memudahkan para nasabah dalam menggunakan aplikasi BRImo

Dapat mempromosikan aplikasi layanan berupa BRImo sebagai *m-banking* yang bisa digunakan dimana saja dan kapan saja, yang diharapkan dapat mempermudah nasabah dalam melakukan segala jenis transaksi tanpa harus ke Bank.

DAFTAR PUSTAKA

Atmaja, J. (2018). Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB. *Jurnal Ecodemica*, *2*(1).

Daryanto, I. S. (2014). Konsumen dan pelayanan prima. *Cetakan I. Yogyakarta: Gava Media*.

Kasmir. (2014). Bank dan Lembaga Keuangan. Jakarta : Rajawali Pers. In *Angewandte Chemie International Edition, 6(11).*

Octavia, R. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH PT. BANK INDEX LAMPUNG. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, *13*(1). https://doi.org/10.9744/pemasaran.13.1.35-39

Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kualitatif dan R&D.Bandung:Alfabeta. In *Metode Penelitian Kualitatif dan R & D.Bandung:Alfabeta.*

Sumarwan, U., Hartoyo, Kirbrandoko, Najib, M., Suroso, A. I., & Johan, I. R. (2015). Pemasaran Strategik: Perspektif Perilaku Konsumen dan Marketing Plan. In *Kampus IPB Taman Kencana*.

Tjiptono, F., Chandra, G., & Adriana, D. (2017). Pemasaran Strategik, Edisi Satu. In *Penerbit Andi. Yogyakarta*.