

Nalisa Kualitas Pelayanan Pembiayaan Produk Multiguna Pada Pt Mandiri Tunas Finance Dengan Metode Service Quality (Serqual) Dan Importance Performance Analysis (Ipa)

Gina Candida Sianturi^{1*}, Farida²

^{1,2}Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Mercu Buana
Teknik Industri, Universitas Mercubuana, Meruya, Jakarta Barat

*Korespondensi: candidagina@gmail.com

Received: 7 Mei 2024, Revision: 2 Juni 2024, Accepted: 12 Juli 2024

Abstrak

PT Mandiri Tunas Finance adalah salah satu jasa pembiayaan yang memberikan solusi yang mudah, inovatif dan kompetitif bagi konsumen untuk memiliki mobil (baru dan bekas). Mandiri Tunas Finance melayani pembiayaan kendaraan bermotor sesuai dengan kebutuhan anda dengan paket pembiayaan yang menarik, mudah dan cepat. Produk-produk yang dibiayai pembelian mobil baru dengan dukungan kerjasama dealer, kredit kendaraan bermotor khusus nasabah Bank Mandiri, memberikan fasilitas pembiayaan alat-alat berat (heavy equipments) bagi konsumen perusahaan/badan hukum dengan fasilitas pembiayaan sewa guna usaha, dan juga pembiayaan multiguna kepada pelanggan untuk kebutuhan konsumtif, dengan jaminan dokumen kepemilikan kendaraan yang dimiliki customer. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas pelayanan pembiayaan produk Multiguna pada PT Mandiri Tunas Finance dengan mengukur kepuasan pelanggan dengan metode Service Quality (Servqual) yang menghasilkan index kepuasan pelanggan terhadap pelayanan pembiayaan Multiguna saat ini. Pengumpulan data pada penelitian ini akan menyebarkan kuisioner pada populasi yang terlibat yaitu pelanggan-pelanggan yang berjalan saat ini. Jumlah responden yang digunakan adalah sebanyak 30 orang. Metode penelitian akan mengukur kepuasan konsumen melalui 2 aspek yaitu tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan.

Kata kunci : PT Mandiri Tunas Finance, Service Quality (Servqual), Kualitas Pelayanan

Abstract

PT Mandiri Tunas Finance is one of the financing services companies that provides easy, innovative, and competitive solutions for consumers to own cars (new and used). Mandiri Tunas Finance serves motor vehicle financing according to your needs with attractive, easy, and fast financing packages. Products financed by the purchase of new cars with the supports of dealer cooperation, special motor vehicle loans for Bank Mandiri customers, providing heavy equipment financing facilities for cooperate/legal entity consumers with leasing financing facilities, and also multipurpose financing to customers for consumptive needs with guaranteed vehicle ownership documents owned by customers. This study aims to analyze the quality of multipurpose product financing services at PT Mandiri Tunas Finance by measuring customer satisfaction with the Service Quality (Servqual) method, which produces a customer satisfaction index for current multipurpose financing services. Data collection in this study will be distributed through questionnaires to the population involved, current customers. The number of respondents used was 30 people. The research method will measure customer satisfaction through 2 aspects, the level of importance and the level of satisfaction.

Keywords : PT Mandiri Tunas Finance, Service Quality (Servqual), Service Quality

PENDAHULUAN

PT. Mandiri Tunas Finance merupakan badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk pinjaman Regaer *et al*, (2016). Sama halnya dengan lembaga keuangan *non* Bank, PT. MTF bukan berarti tidak melakukan aktifitas keuangan seperti halnya pada Bank, namun lebih menyediakan jasa dalam hal keuangan. Sifat kompleks untuk meningkatkan pangsa jasa khususnya dibidang industri perbankan dilakukan untuk meningkatkan kebutuhan agar kualitas pelayanan bisa mendapatkan kepuasan tersendiri bagi nasabah dalam lingkungan yang kompetitif (Niazi, 2023)

PT. Mandiri Tunas Finance (MTF) adalah *subsidiaries* (anak perusahaan) dari PT. Mandiri Tbk yang bergerak di bidang pembiayaan. Mandiri Tunas Finance memiliki visi Memberikan Layanan Handal, Cepat & Mudah Kepada

Pelanggan. Untuk meningkatkan *satisfactions index*, MTF melakukan berbagai inovasi dan perbaikan yang berkelanjutan dibidang pelayanan salah satunya adalah dengan adanya aplikasi *One Mandiri Tunas Finance Mobile* yang dapat di pakai pada *smart phone* pelanggan. Upaya – upaya ini dilakukan MTF semata – mata untuk meningkatkan pelayanan untuk tercapainya kepuasan dan loyalitas terhadap produk – produk Mandiri Tunas Finance yang lainnya. Menurut Al- Rousan *et al*,(2010), perusahaan jasa harus berupaya untuk mempertahankan kualitas pelayanan yang unggul melebihi pesaing mereka untuk memperoleh dan mempertahankan kepuasan pelanggan.

. Menurut Park Kotler dan Keller (2016) kepuasan mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk yang dirasakan dalam kaitannya dengan harapan. Apabila kinerja jauh dari ekspektasi, pelanggan kecewa. Jika kinerja

memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika melebihi ekspektasi, pelanggan senang. Sedangkan menurut Bahrudin, M., dan Zuhro, S. (2016), menyatakan kepuasan pelanggan adalah evaluasi pilihan yang disebabkan oleh keputusan pembelian tertentu dan pengalaman dalam menggunakan atau mengkonsumsi barang atau jasa.

Namun hasil rekapitulasi dari penilaian kepuasan pelanggan yang terdapat pada *website* MTF yang ada di kantor cabang setempat banyak keluhan terkait pengajuan pembiayaan di MTF, terdapat 20 *sampling* keluhan pelanggan yang menyatakan harus adanya perbaikan pelayanan. Banyaknya faktor yang mengakibatkan pengajuan pembiayaan tidak sesuai dengan SOP perusahaan. Peneliti tertarik untuk menganalisis kepuasan pelanggan terhadap waktu pengajuan pembiayaan multiguna dengan metode *Service Quality* dianggap cukup tepat digunakan untuk pengukurannya

karena melibatkan lima dimensi kualitas jasa yaitu *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*. Menurut Noer, (2016) jasa yang baik adalah jasa yang diharapkan sama dengan jasa yang dirasakan, sehingga nantinya akan berdampak positif bagi perusahaan.

Runusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, dikemukakan permasalahan dalam penelitian ini, yakni: Apakah persepsi kualitas pelayanan pembiayaan di PT. MTF sudah sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen PT. MTF?, Atribut apa saja yang menjadi prioritas dalam perbaikan kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan?, dan Bagaimana usulan dan perbaikan kualitas pelayanan berdasarkan hasil analisa masing – masing atribut?

Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan untuk: 1. Mengetahui tingkat kualitas

pelayanan pembiayaan yang diharapkan oleh konsumen dan tingkat kualitas pelayanan pembiayaan diberikan oleh PT. MTF. 2. Menganalisis atribut-atribut yang penting, dimana perbaikan tersebut akan diperlukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan pada pelanggan. dan 3. Memberikan usulan dan perbaikan kualitas pelayanan berdasarkan hasil analisa dari masing – masing atribut.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah Kuantitatif. Kuantitatif merupakan metode untuk mencari dan mengumpulkan data yang bisa diukur dengan angka atau persentase, biasanya data yang diperoleh akan diolah lebih lanjut dengan menggunakan model, teori, dan persamaan matematika, sehingga dari data tersebut dapat diambil sebuah kesimpulan.

Adapun pada penelitian ini

menggunakan metode kuantitatif, alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Survey* ke calon pelanggan maupun existing pelanggan yang ada dalam area ruang lingkup perusahaan.

Jenis Data dan Informasi

Data dikumpulkan melalui cara-cara tertentu kemudian diolah sehingga menghasilkan suatu informasi yang jelas dan mudah *IPA* dipahami. Jenis data dan informasi berdasarkan sumbernya dibedakan menjadi dua, yaitu:

- a. Data *primer*. Adapun data primer dari penelitian ini adalah sebagai berikut: Hasil *Survey* seberapa lama proses pengajuan yang diharapkan oleh calon maupun yang sudah menjadi pelanggan perusahaan, serta Data hasil wawancara diskusi grup antara pihak yang terlibat dalam proses service perusahaan pada layanan pinjaman multiguna
- b. Data *sekunder*. Adapun data sekunder dari penelitian ini adalah sebagai

berikut: Data historis SLA perusahaan pada jasa pinjaman multiguna, Flow proses saat ini, dan Data potensi nilai penjualan/revenue perusahaan

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan PT MTF yang berjumlah 300 responden. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebagian dari jumlah populasi pada laporan pencapaian multiguna PT. MTF dua belas bulan terakhir.

Pengambilan sampel dihitung dengan menggunakan persamaan Slovin sebagai berikut (Noer, 2016):

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Dimana

n = ukuran sampel

e = nilai kritis/batas kelonggaran

ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel populasi.

N = ukuran populasi

$$N = 300$$

$$1+0.1^2$$

$$N = 75$$

Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang berkaitan dengan amasalah yang diteliti dibutuhkan beberapa metode pengumpulan data, yakni: Observasi, Wawancara, Dokumentasi, Kuisisioner, dan Kajian Literatur.

Teknik dan Penentuan Kecukupan Data

Dalam penelitian yang dilakukan, sangat tidak mungkin untuk menjadikan semua populasi sebagai responden, maka hal tersebut hanya diambil beberapa sampel dari populasi tersebut. Sehingga dalam hal ini untuk menentukan jumlah sampel menggunakan statistik sebagai alat bantu dan juga menggunakan software SPSS sebagai pengolahan kecukupan data.

Tahap Pengolahan Data

Data yang diperoleh dalam

penelitian ini diolah dalam *Coding*, *Editing*, *Entry Data* dan *Cleaning data*. Dalam penelitian ini, apabila nilai korelasi Product Moment r hitung $>$ r tabel dengan taraf signifikansi yang digunakan, maka kuesioner dinyatakan valid atau sah. Sebaliknya jika r hitung $<$ r tabel dengan taraf signifikansi yang digunakan maka item pertanyaan kuesioner dianggap gugur.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Posisi setiap atribut kualitas pelayanan berdasarkan harapan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan dengan kinerja yang dirasakan dapat dilihat dari hasil kuisisioner yang sudah disebarkan dengan menggunakan 23 atribut. Pada tabel presentasi nilai kinerja dan harapan pelanggan pada atribut Servqual terdapat persentasi untuk harapan pelanggan pada atribut Nomor 2 yaitu: Ketepatan sales dalam memberikan informasi untuk mengajukan Multiguna di

MTF dengan bobot persentasi 72% menjadi bobot paling tinggi dan bobot persentasi untuk kepuasan kinerja yaitu di 28%. Sedangkan untuk bobot paling rendah pada harapan pelanggan dengan bobot 27,33% yaitu pada atribut: Karyawan MTF dapat menyelesaikan complain dengan persentasi kepuasan kinerja yaitu 24,67%.

Kemudian dari tabel hasil penyebaran kuesioner penilaian terhadap Kualitas pelayanan PT.MTF yang diharapkan sebesar 50,03% merasa sangat Sangat Setuju, 20,49% merasa Setuju. Sedangkan untuk kualitas pelayanan PT.MTF yang telah dirasakan pelanggan sebesar 22,49% menilai Sangat Setuju, 35,65% menilai Setuju terhadap pelayanan yang telah diberikan oleh PT.MTF.

Berdasarkan data yang diperoleh skor servqual rata-rata sebesar 3,5727 menunjukkan bahwa pelayanan PT.MTF masih belum memuaskan para pelanggan

atau belum memenuhi harapan dari pelanggan. Dilihat dari kondisi tersebut PT.MTF perlu melakukan perbaikan terhadap kualitas pelayanannya.

Pada aktivitas pengerjaan aplikasi Multiguna dimulai dari proses Survey, proses input aplikasi pada system, penilaian rekomendasi kredit, persetujuan kredit, pencetakan purchase order aplikasi, persetujuan delivery order to golive, aplikasi golive. PT MTF sudah memiliki target kecepatan untuk masing – masing aktivitas tetapi pada keadaan existing rata-rata lama pengajuan aplikasi Multiguna yaitu 7 hari kerja sedangkan target pengerjaan sesuai SOP adalah 4 hari.

Proses input aplikasi ini akan sesuai target SOP harusnya tidak melebihi waktu yang sudah di tentukan, namun seringkali melebihi waktu yang ditentukan hal yang menjadi penyebabnya adalah:

1. Data pelanggan yang diperoleh tidak sepenuhnya lengkap diperoleh oleh sales.

2. Penyimpangan yang diajukan oleh tim sales ke Perusahaan yang memakan waktu sampai dengan satu hari kerja.
3. *Error* sistem yang terjadi saat melakukan penginputan data, dan memakan waktu untuk mengerjakan error yang terjadi karena harus melibatkan divisi lain.

Sebagai solusi untuk memperbaiki alur proses yang lebih baik, dapat diinfokan kepada pelanggan untuk dapat melengkapi semua data dalam jangka waktu yang harus di tetapkan oleh pihak sales MTF (misalnya 1 hari kerja) agar saat pihak MTF datang melakukan proses survei semua dokumen sudah tersedia dan dapat memangkas waktu input dokumen yang banyak terbuang.

Dapat dilihat bahwa secara keseluruhan kepuasan dan harapan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh PT. MTF sudah baik dan telah terpenuhi jika berfokus pada

indicator yang ada pada Servqual. Hal ini dapat dilihat dengan memperhatikan nilai rata rata yang ada pada setiap indikator Servqual ini sebesar 98. Walaupun demikian, masih terdapat beberapa atribut yang harus mengalami peningkatan dan menjadi prioritas perbaikan. Terdapat Sembilan (9) atribut pelayanan yang menjadi prioritas perbaikan yang dapat dilihat pada Kuadran III. Dapat diambil kesimpulan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak, yang dalam artian adanya terdapat perbedaan antara performance dengan importance. Oleh karena itu, PT. MTF wajib melakukan evaluasi serta peningkatan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan PT. MTF kepada pelanggan.

PENUTUP

Kesimpulan

Tingkat kualitas pelayanan pembiayaan yang diharapkan oleh konsumen dan tingkat kualitas pelayanan

pembiayaan diberikan oleh PT. MTF. Berdasarkan data yang diperoleh dari penelitian ini, secara keseluruhan dapat dilihat bahwa kepuasan dan harapan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh PT. MTF dapat dianggap baik dan telah terpenuhi jika berfokus pada indikator yang ada pada Servqual. Hal ini juga dapat dilihat dengan memperhatikan nilai rata rata yang diperoleh pada setiap indikator Servqual ini sebesar 98%. Atribut-atribut yang dianggap penting, dimana perbaikan tersebut akan diperlukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan pada pelanggan. Berdasarkan dari data hasil penelitian ini, diagram kartesius digunakan untuk menggambarkan posisi atribut-atribut yang memetakan tingkat kepentingan bagi pelanggan. Hasil menunjukkan pada atribut-atribut yang berada di kuadran I dan kuadran II, dimana atribut-atribut tersebut yang menjadi prioritas utama yang harus dilaksanakan sesuai dengan harapan

pelanggan, karena faktor tersebut dianggap sangat penting dan kinerjanya harus dipertahankan serta selalu dilakukan evaluasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustini, F. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) (Studi Kasus Pada BNI Unimed).
- Al Rashid, Harun (2009). Teknik Penarikan Sampel dan Penyusunan Skala. Bandung: Program Pasca Sarjana Universitas Padjajaran.
- Al-Rousan, Ramzi, M., & Mohamed, B. (2010). *Customer Loyalty and the Impacts of Service Quality: The Case of Five*.
- Aprilianti (2011). Perjanjian Sewa Guna Usaha Antara *Lessee dan Lessor*. 5(3), 315–323.
- Astuti, C. D (2007). Faktor - Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Ketepatan Waktu Pelaporan Keuangan. Jurnal Informasi, perpajakan, akuntansi dan keuangan publik , 27.
- Fathoni, M. N. M., & Jufriyanto, M. (2022). Analisis Kepuasan Pelanggan terhadap Kualitas Pelayanan dengan Metode Servqual, Customer Satisfaction Index dan Importance Performance Analysis pada Yasse Barbershop. Jurnal Serambi Engineering, 7(3).
- Fauzi, W (2018). Pelaksanaan Pembiayaan Leasing Multiguna Oleh PT Mandiri Tunas Finance Diajukan Guna Memenuhi Sebagai Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Hukum Oleh : Hamori
- Delines Program Kekhususan : Hukum Bisnis (PK II).
- Goetsch, D. L., & Davis, S. M. (1994). Introduction to Total Quality: Quality, Productivity,

- Competitiveness. Macmillan College.
- Gurusinga, J. A. (2020). *Analisa Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kantor BPJS Ketenagakerjaan Jakarta Pulogebang Dengan Metode Service Quality (Servqual) dan Importance Performance Analysis (IPA)*.
- Iftiani, N., Akuntansi, M., & Keuangan, D (2022). *Analysis of the Implementation of Service Level Agreement (SLA) in the Process of the Realization of Sharia IB KPR Financing at PT PT. MTF Sumut KCP Syariah HM Joni Analisis Penerapan Service Level Agreement (SLA) dalam Proses Realisasi Pembiayaan KPR IB*. 3(3), 721–726.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Indeks.
- Kusuma, F. A., Dahda, S. S., & Ismiah, E. (2022). Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap kualitas Pelayanan dengan Metode Servqual, Customer satisfaction Index dan Importance Performance Analysis pada Percetakan Dwi Jaya Mulia Gresik. *Journal on Education*, 5(1), 1431–1441.
- Mandiri Tunas Finance (2022). produk modal kerja (pp. 3–5). Mandiri Tunas Finance . (2022b). produk multiguna dana.
- Martilla, J. A., & James, J. C. (1997). Importance performance Analysis. *Journal of Marketing*, 41, 77–79.
- Martinez, C, L. (2003). Cluster networking
- Muluk, K. M. . (2010). Knowledge Management: Kunci Sukses Inovasi

- Pemerintahan di Daerah. Banyumedia Publishing.
- Noer. (2016). Analisis Peningkatan Kualitas Pelayanan Mahasiswa Magister Manajemen Teknologi ITS Surabaya Dengan Metode Servqual dan Importance Performance Analysis (Importance Performance Analysis (IPA)).
- Nugroho, A., & Suparto, S. (2021). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Service Quality dan Model Kano. *Jurnal SENOPATI: Sustainability, Ergonomics, Optimization, and Application of Industrial Engineering. Journal of SENOPATI*, 3(1), 1–10.
- Ong, J. O., & Pambudi, J. (2014). Analisis kepuasan pelanggan dengan Importance Performance Analysis di SBU Laboratory Cibitung PT Sucofindo. *Undip: Jurnal Teknik Industri*, 9(1), 1–10.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2012). A Multiple Item Scale For Measuring Consumer Perception Of Service Quality. *Journal Of Retailing*, 64(1), 12– 37.
- Pranitasari, D., & Sidqi, A. N. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan Elektronik Shopee Menggunakan Metode E-Service Quality dan Kartesius. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 18(2), 12–31.
- R. Buyya, S. K. Garg, and R. N. Calheiros (2011). “*SLA-oriented resource provisioning for cloud computing: Challenges, architecture, and solutions*,”.
- Saputra, S., & Dari, A. W. (2022). Pengaruh pengelolaan hubungan pelanggan (customer relationship management), nilai yang dirasakan (perceived value), kualitas yang

- dirasakan (perceived quality), dan kepuasan (satisfaction) terhadap loyalitas pelanggan PT. MTF di kota Batam. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi*, 9(3), 1186– 1202.
- Setyaningrum, F. E. (2020). *Analisis Kepuasan Pelanggan Produk Exclusive Matte Lip Cream dengan Metode Customer Satisfaction Index dan Importance Performance Analysis (IPA) di PT. Paragon Technology and Innovation*.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. ALFABETA.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA. Sumartik, E. A (2018). *Buku Ajar Manajemen PT. MTF . In umsida press*.
- Supono, S (2020). *Model Penilaian Kapabilitas Proses Layanan Service Level Agreement (SLA) Pada Cloud Computing*. *Jurnal Sains Dan Informatika*, 6(1), 62– 71.
- Taylor, R. And (2011). *Operation management 7th ed*.
- Tjiptono (1997). *Pemasaran Jasa*, Malang: Bayumedia Publishing.
- Tjiptono. (2005). *Pemasaran Jasa*. Bayumedia Publishing.
- Tjiptono. (2012). *Manajemen Jasa* (2nd ed.). Andi.
- Tjiptono. (2014). *Strategi Pemasaran* (3rd ed.). Andi.
- Utami, P., & Puspaningtyas, D. E. (2013). *The Miracle of Herbs*. Agromedia Pustaka.
- Yemmi. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kantor Plasa Telkom Group Kabupaten Barru*.

