

Tingkat Kepuasan Nasabah Tabungan Sikoci Kasus Bank Nagari Cabang Pembantu UNP Padang

Saiful Anwar¹⁾, Jhon Fernos²⁾

¹ Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi KBP

² Akademi Keuangan dan Perbankan Padang

saifulanwar435@gmail.com

ABSTRACT

Analysis of Customer Satisfaction with Sikoci Savings at Bank Nagari Sub-Branch of UNP, to find out how satisfied the customers of Sikoci Savings, especially students, are in the facilities and facilities provided. Sikoci Savings is Student Savings to get Student Identity Cards and ATMs, which can be used as SPP payments in any Bank Nagari ATM machine and as other financial transactions, which can facilitate students in paying tuition fees or SPP and other financial transactions. The method analysis statistic descriptive quantitative data collective from students UNP who have SIKOCI saving with non probability sampling use accidental sampling of 25 respondent July 2017. This research find from 5 dimension service quality generally good but need improvement to maximize it.

Keywords: *Customer Satisfaction, Savings*

Detail Artikel:

Diterima : 15 Agustus 2018

Disetujui : 20 Agustus 2018

DOI: 10.31575/jp.v2vi2i.87

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia perbankan sekarang ini semakin maju dan lebih baik. Dapat dilihat dari berbagai macam promosi produk, fasilitas dan kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh berbagai perbankan untuk memperoleh simpati masyarakat banyak. Dengan berbagai macam fasilitas yang diberikan oleh Bank, untuk memberikan kemudahan dan kepuasan kepada nasabahnya. Perbankan mempunyai peranan sebagai alat penghubung antara masyarakat yang kelebihan dana dengan masyarakat yang kekurangan dana menjadi semakin penting bagi dunia yang secara langsung mendukung Aditya Premudia. Dalam persaingan yang ketat, hal utama yang harus diprioritaskan adalah kepuasan nasabah agar dapat bertahan dalam bersaing dan menguasai pangsa pasar. Dengan berbagai macam fasilitas dan kemudahan – kemudahan yang diberikan oleh Bank untuk memperoleh kepuasan tersendiri oleh nasabahnya, yang mana dapat lebih mudah dan cepat. Oleh karena itu, untuk memenangkan pesaing maka bank harus mampu memberikan kepuasan pada para nasabahnya, misalkan dengan memberikan pelayanan yang prima dengan kualitas pelayanan yang dapat diandalkan dari pada pesaing-pesaingnya. Tanpa pelayanan serta produk dan jasa yang berkualitas tinggi yang sesuai dengan kebutuhan nasabah maka bank tersebut akan ditinggal oleh para nasabahnya dan secara langsung akan berakibat terhadap penurunan performansi bank tersebut.

Kepuasan nasabah ditentukan oleh kualitas produk dan jasa yang dikehendaki oleh pelanggan sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan, yang saat ini dijadikan tolak ukur keunggulan daya saing suatu perusahaan (Marlius, 2017). Banyak perbankan yang menunjukkan keinginan untuk mengetahui tidak hanya sejauh mana kebutuhan nasabah, akan tetapi bagaimana tanggapan nasabah terhadap produk dan jasa yang dikonsumsi atau dinikmatinya.

Bank Nagari Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Pembantu UNP Padang merupakan salah satu lembaga keuangan yang kegiatan sehari – harinya melayani kebutuhan nasabah, untuk itu diperlukan pelayanan yang prima untuk dapat memberikan kepuasan dalam melayani nasabahnya. Bank Nagari mempunyai berbagai macam produk yang ditawarkan pada nasabah, yaitu berupa produk tabungan, deposito dan giro (Fadillah, 2005)

Nasabah dapat menentukan dan memilih produk mana yang ingin digunakannya, disamping tawaran yang diberikan. Dapat diperkirakan pemakai produk tabungan 80%, deposito 60%, dan giro 50% pada Bank Nagari Cabang Pembantu UNP Padang. Dalam hal ini, saya melakukan penelitian kepuasan nasabah tentang Tabungan Sikoci, dimana Tabungan Sikoci merupakan tabungan Mahasiswa UNP yang memberikan kemudahan untuk memperolehnya.

Menurut Undang-Undang nomor 10 tahun 1998, Perbankan adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk tabungan dan menyalurkannya kembali pada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau dalam bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Lembaga keuangan yang kegiatan usahanya menghimpun dana dari masyarakat serta memberikan jasa-jasa bank lainnya lembaga ini populer dengan istilah bank. Bank umum merupakan bank komersil yang paling banyak di Indonesia dimana Bank umum memiliki kegiatan pemberian jasa yang paling lengkap dan beroperasi diseluruh Indonesia (Trinugroho, Risfandy, & Doddy, 2018)

Bank merupakan kumpulan aktivitas yang dilakukan untuk mendesain, memproduksi, memasarkan, megerahkan dan mendukung produk serta jasanya (Škerlíková, 2015). Kegiatan-kegiatan perbankan meliputi :1) Menghimpun dana dari masyarakat (*funding*) dalam bentuk simpanan, berupa a) simpanan giro (*demand deposit*). Simpanan giro adalah simpanan pada bank yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat, dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan pemindahbukuan. b) Simpanan tabungan (*saving deposit*) yaitu simpanan pada bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu. c) Simpanan deposito (*time deposit*) adalah simpanan pada bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian tertentu.

Namun seiring dengan perkembangan kegiatan perbankan, sudah ada bank yang memberikan fasilitas deposito yang dapat dicairkan setiap saat, sesuai dengan ketentuan bank yang berlaku. Berupa menyalurkan dana pada masyarakat (*lending*). Bank memberikan pinjaman pada masyarakat yang butuh dana dalam bentuk kredit dengan terlebih dahulu harus melengkapi dan memenuhi persyaratan yang telah disepakati, dan melakukan analisa kelayakan. Berikutnya memberikan jasa bank lain (*service*), kegiatan jasa perbankan lainnya merupakan

kegiatan penunjang untuk mendukung kelancaran kegiatan penghimpunan dana dan menyalurkan dana.

Kegiatan jasa perbankan lainnya berupa: transfer, kliring, *safe deposit box*, menerima setoran lainnya berupa pajak, PBB, listrik, telephon, air, SPP dan lain-lai, serta melayani pembayaran lainnya berupa gaji dan lain-lain.

Tabungan Sikoci merupakan satu jenis tabungan produk dan yang dikelola hanya oleh Bank Nagari. Tabungan Sikoci merupakan tabungan yang dapat digunakan untuk masyarakat banyak, tapi juga untuk mahasiswa UNP Padang yang merupakan tabungan untuk mahasiswa wajib memilikinya untuk memperoleh KTM dan ATM serta untuk sebagai tabungan bagi Mahasiswa UNP (Darmayanti, 1994).

Persyaratan yang harus dipenuhi oleh mahasiswa sebagai penabung Tabungan Sikoci yaitu mahasiswa UNP yang dimulai dari mahasiswa angkatan 2015, 2016 dan seterusnya, mengisi formulir permohonan pembukaan tabungan dan melampirkan fotokopi identitas diri atau kartu mahasiswa sementara, setoran awalnya minimal Rp. 25.000,-, biaya administrasi rekening untuk mahasiswa Rp. 250,- per bulannya.

Manfaat dan fasilitas Tabungan Sikoci yang diberikan Bank Nagari adalah mahasiswa akan memperoleh *Automatic Teller Machine (ATM)* dan Kartu Tanda Mahasiswa (KTM) dalam satu kartu yang mempunyai banyak fungsi sebagai sarana transaksi, mendapatkan kesempatan untuk diikutsertakan dalam undian hadiah yang diselenggarakan dua kali dalam setahun, penarikan dan penyetoran dapat dilakukan pada semua kantor Bank Nagari, penabung atau nasabah diasuransikan, dapat dijadikan media pembayaran rekening listrik, telepon, *handphone*, PDAM, uang kuliah (SPP), kiriman uang (*Transfer*), dan lain-lain.

Bentuk layanan yang langsung didapat oleh mahasiswa (Gifarie, 2015) yakni diberikan Buku Tabungan Sikoci dan KTM yang berfungsi sebagai buku Tabungan Sikoci, buku ini dapat berfungsi sebagai sarana untuk melakukan transaksi seperti untuk melakukan penyetoran, penarikan, transfer via pemindahbukuan, dan lain-lain dan nasabah dapat melihat semua mutasi transaksi yang dilakukannya. Selain itu juga diberikan KTM yang berfungsi sebagai kartu identitas bagi mahasiswa, KTM juga berfungsi sebagai ATM yang dapat digunakan untuk: pembayaran uang kuliah (SPP) dan Transaksi keuangan lainnya, dapat dipergunakan pada mesin ATM yang bertanda ATM Bersama.

Layanan tabungan sikoci mahasiswa ini bertujuan (Septiawan, 2014) dengan adanya kerjasama yang terjalin maka dapat mempermudah mahasiswa untuk melakukan pembayaran uang kuliah (SPP) dengan ATM pada semua mesin ATM Bank Nagari, dan *print outnya* dapat langsung digunakan sebagai registrasi ke fakultas masing-masing yang mana secara *online* dengan sistem IT UNP. Serta meningkatkan pelayanan Bank Nagari pada UNP, untuk dapat dimanfaatkan guna memberikan kemudahan-kemudahan dalam pelaksanaan dan penyempurnaan administrasi mahasiswa dan keuangannya dalam bentuk laporan yang jelas.

Jasa atau pelayanan (Wiyono, 2006) merupakan suatu kinerja penampilan, tidak berujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan daripada dimiliki serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut. (Darmayanti, 1994), merumuskan jasa merupakan setiap tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak yang lain secara prinsip intangibel dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun.

Dalam strategi pemasaran definisi jasa harus dinikmati dengan baik karena pengertiannya sangat berbeda dengan produk yang berupa barang. Kondisi dan cepat lambatnya pertumbuhan jasa akan sangat tergantung pada penilaian pelanggan terhadap penilaian yang ditawarkan oleh pihak produsen.

(Batley & Mcloughlin, 2015) mengemukakan ciri ataupun karakteristik layanan dapat diuraikan sebagai berikut: 1) Tidak berwujud (*intangible*) yaitu suatu jasa mempunyai sifat tidak berwujud, tidak dapat dirasakan dan dinikmati sebelum dibeli konsumen berikutnya. 2) Tidak dapat dipisahkan (*inseparability*) yaitu pada umumnya jasa yang diproduksi atau dihasilkan dan dirasakan pada waktu bersamaan dan apabila dikehendaki oleh seorang untuk diserahkan kepada orang lain maka dia akan tetap menjadi bagian dari jasa tersebut. 3) Bervariasi (*variability*) yaitu jasa senantiasa mengalami perubahan, tergantung dari siapa penyedia jasa, penerima jasa, dan kondisi dimana jasa tersebut diberikan. 4) Tidak tahan lama (*perishability*) yaitu daya tahan suatu jasa tergantung suatu situasi yang diciptakan oleh berbagai faktor.

Dalam desain strategi pemasaran pada perusahaan jasa dengan tingkat keterlibatan manusia yang tinggi maka *undur service mix* harus diperhatikan dimana unsur – unsur tersebut adalah (Bauer & Dorn, 2017): a) Produk (*product*), adalah jenis produk yang ditawarkan untuk dibeli nasabah seperti tabungan, deposito, giro dan lain-lain beserta seluruh atribut yang melekat didalamnya. b) Harga (*price*), yaitu biaya yang harus dibayar oleh nasabah untuk memperoleh manfaat dan kemudahan dari produk dan jasa perbankan tersebut. c) Tempat (*place*), yaitu tempat nasabah memperoleh pelayanan perbankan serta manfaat fasilitas yang menjadi haknya. d) Promosi (*promotion*), yaitu usaha promosi perusahaan untuk menarik minat masyarakat agar menjadi nasabah. e) Orang (*people*), yaitu kemampuan dan respon dalam melayani nasabah. f) Proses (*process*), yaitu bank harus mempunyai sistem yang baik sehingga proses penyampaian jasa dapat lebih baik, cepat dan memuaskan nasabah dalam waktu yang cepat. g) *physical evidence*, yaitu penampilan fasilitas fisik yang mencerminkan kepercayaan masyarakat terhadap perbankan, karena pada dasarnya bidang usaha perbankan adalah bisnis kepercayaan sehingga masyarakat percaya menitipkan dananya pada bank tersebut. h) Layanan nasabah (*customer Service*), dalam sektor jasa layanan nasabah dapat diartikan sebagai kualitas total jasa yang dipersepsikan oleh nasabah.

Kualitas pelayanan dapat dimaknai berupa sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Aplikasi kualitas sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar ataupun sebagai strategi untuk terus tumbuh.

Keunggulan suatu produk jasa adalah tergantung dari keunikan serta kualitas yang diperlihatkan oleh jasa tersebut, apakah sudah sesuai dengan harapan dan keinginan nasabah. Cara suatu perusahaan untuk tetap unggul dalam bersaing adalah memberikan jasa dengan kualitas yang lebih tinggi dari pesaing lainnya secara konsisten. Perusahaan pun dapat meningkatkan kualitasnya dari segi sumber daya manusia dan teknologi yang digunakan untuk meningkatkan fasilitas yang akan diberikan pada nasabahnya.

Kualitas jasa yang dapat dirinci (Sricharoenpramong, 2018) sebagai berikut: a) Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan untuk melaksanakan jasa yang

dijanjikan dengan tepat dan terpercaya, yaitu ketepatan pembukuan transaksi dan pelayanan yang ramah, kekeluargaan, dan selalu siap membantu. b) Keyakinan (*confidence*), yaitu kemampuan untuk menimbulkan keamanan dan kepercayaan dan keyakinan atau *assurance*, yaitu pengetahuan dan kecakapan staff dan melakukan komunikasi yang aktif dengan nasabah. c) Keresponsifan (*responsiveness*), yaitu kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa yang tepat dan cepat, yaitu: kemampuan untuk cepat tanggap dalam menghadapi masalah yang timbul, dan kemampuan bank untuk cepat tanggap terhadap keluhan yang disampaikan nasabah. d) Empati (*emphaty*), yaitu kesediaan untuk peduli dan memberi perhatian kepada pelanggan, yaitu memberikan perhatian secara individu kepada nasabah, yaitu: dengan bergantian dalam jam istirahat sehingga pelayanan tidak terputus dan mengutamakan kepentingan nasabah. e) Berwujud (*tangible*), yaitu penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil, dan media komunikasi, yaitu: kebersihan dan kerapian kantor dan karyawan dan penataan *exterior* dan interior kantor yang baik.

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan harapannya (Meidutė-kavaliauskienė, Aranskis, & Litvinenko, 2014). Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja berada dibawah harapan maka nasabah tidak puas dengan yang diberikan. Bila kinerja sesuai dengan harapan maka nasabah puas dengan apa yang diberikan. Dan jika kinerja melebihi harapan, maka nasabah akan sangat puas. nasabah yang puas akan setia, kurang sensitif terhadap harga dan memberi komentar yang baik tentang perusahaan. Untuk menciptakan kepuasan konsumen, perusahaan harus menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh nasabah yang lebih banyak dan kemampuan untuk mempertahankan nasabah yang telah ada untuk tetap setia pada perusahaan. Program kepuasan nasabah meliputi dari tujuh elemen utama (Fandi Tjiptono, 93) sebagai berikut: a) Barang dan jasa yang berkualitas, yaitu perusahaan harus memiliki produk yang berkualitas dan layanan prima. b) *Relationship marketing*, yaitu upaya menjalin relasi jangka panjang dengan para pelanggan. Dengan relasi yang kokoh dan saling menguntungkan antara jasa dan nasabah dapat menciptakan kesetiaan nasabah. c) Program promosi loyalitas, yaitu untuk menjalin relasi antara perusahaan dan nasabah, dengan memberikan semacam penghargaan khusus pada nasabah agar tetap setia. d) Fokus pada pelanggan terbaik, yaitu pelanggan yang banyak berbelanja dengan pembayaran yang lancar dan tepat waktu, penanganan komplain secara efektif, yaitu perusahaan harus terlebih dahulu memastikan bahwa barang dan jasa yang dihasilkan benar-benar berfungsi sebagaimana mestinya. e) *Unconditional guarantees*, yaitu garansi yang merupakan janji yang disampaikan kepada para pelanggan mengenai tingkat kinerja yang dapat diharapkan yang akan diterima oleh nasabah. f) *Program pay-for-performance*, yaitu kepuasan pelanggan tidak dapat terlaksana tanpa adanya dukungan sumber daya manusia organisasi, sebagai ujung tombak perusahaan yang berinteraksi langsung dengan para nasabah dan berkewajiban memberikan kepuasan pada nasabah.

Hipotesis yang diajukan berdasarkan perumusan masalah dapat dikemukakan yaitu diduga ada peningkatan kepuasan nasabah terutama mahasiswa dalam memilih Tabungan Sikoci sebagai tabungan mahasiswa yang mempunyai banyak manfaat dalam aktivitas keuangannya, seperti membayar uang

kuliah (SPP), menerima kiriman uang dari orang tua, pengiriman uang (*transfer*), dan transaksi lainnya.

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian pada Bank Nagari Cabang Pembantu UNP Padang yang menjadi responden adalah nasabah yang memiliki Tabungan Sikoci Bank Nagari Cabang Pembantu UNP yang diambil secara *accidental sampling*. Jenis data yang dikumpulkan adalah data primer dan data skunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya yaitu berhubungan langsung dengan responden yang diteliti. Untuk memperoleh data primer penulis menyebarkan kuesioner pada Mahasiswa/i Tabungan Sikoci Bank Nagari Cabang Pembantu UNP Padang. Sedangkan data skunder adalah data yang diperoleh melalui studi kepustakaan yang relevan dengan analisa kepuasan nasabah. Selain itu data juga berasal dari dokumen bank dan buku-buku yang berhubungan dengan penelitian ini.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini digunakan beberapa teknik, yaitu: a) Observasi, teknik ini digunakan untuk memperoleh data skunder yaitu dengan melakukan pengamatan terhadap data-data perusahaan sehubungan dengan dengan aktifitas yang dilakukan. b) Kuesioner, penulis menyiapkan daftar pernyataan yang logis yang berhubungan dengan masalah penelitian dan jawaban yang mempunyai makna dalam hipotesis. Dalam penelitian ini pengumpulan data primer peneliti dikumpulkan dengan cara penyebaran lembaran kuesioner yang diisi langsung oleh nasabah.

Metode analisis data, untuk menjawab perumusan masalah mengenai apakah Tabungan Sikoci memberikan kepuasan terhadap nasabah khususnya mahasiswa, yang Tabungan Sikoci merupakan tabungan mahasiswa dari jasa dan fasilitas yang diberikan.

Jasa akan menjadi suatu yang bermanfaat apabila didasarkan pada kepentingan nasabah dan kinerja perusahaan. Yang maksudnya perusahaan seharusnya memberikan perhatiannya pada hal-hal yang memang dianggap penting oleh nasabah.

Untuk kinerja penampilan yang diberikan 4 (empat) penilaian dengan memiliki bobot sebagai berikut : a) jawaban sangat baik diberi bobot 4, berarti nasabah sangat puas, b) jawaban baik diberi bobot 3, berarti nasabah puas, c) jawaban cukup baik diberi bobot 2, berarti nasabah cukup puas, d) jawaban tidak baik diberi bobot 1, berarti nasabah tidak puas.

Untuk kepentingan (harapan) diberikan bobot sebagai berikut : a) jawaban sangat penting diberi bobot 4, b) jawaban penting diberi bobot 3, c) jawaban cukup penting diberi bobot 2, d) jawaban tidak penting diberi bobot 1

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data-data yang diperoleh dari hasil kuesioner yang telah diberikan kepada nasabah, selanjutnya data-data tersebut diolah sehingga diketahui faktor-faktor apa saja yang dianggap penting oleh nasabah Tabungan Sikoci dan mengetahui kepuasan nasabah terhadap tabungan sikoci pada Bank Nagari Capem UNP Padang. Hal ini didasarkan pada lima dimensi kualitas layanan jasa yaitu, keandalan (*reliability*), kepastian (*assurance*), daya tanggap (*responsivinees*), empati (*emphaty*), dan bukti fisik atau berwujud (*tangible*).

Analisa Keandalan (*Reliability*) Layanan

Pada tabel 1 diperlihatkan jawaban responden mengenai dimensi keandalan (*realibility*), dari Tingkat Kepentingan Nasabah.

Tabel 1
Tingkat kepentingan Nasabah

No	Pernyataan	Sangat Penting	Penting	Cukup Penting	Tidak Penting	Bobot
1	Kecepatan pembukaan rekening baru	25	0	0	0	100
2	Pelayanan yang ramah, kekeluargaan, dan selalu siap menolong	20	5	0	0	95
3	Bank Nagari Capem UNP memenuhi pelayanan yang dijanjikan	20	5	0	0	95
4	Karyawan BN Capem UNP melakukan pembukuan keuangan nasabah dengan Tepat	25	0	0	0	100
Total		90	10	0	0	390

Keterangan : angka 390 = 90 x 4 + 10 x 3 = 360 + 30 = 390

Sumber : Hasil Kuesioner.

Pada tabel 2 diperlihatkan jawaban responden mengenai dimensi keandalan (*realibility*), dari penilaian responden

Tabel 2
Penilaian Responden

No	Pernyataan	Sangat Puas	Puas	Cukup Puas	Tidak Puas	Bobot
1	Kecepatan pembukaan rekening baru	10	12	3	0	82
2	Pelayanan yang ramah, kekeluargaan, dan selalu siap menolong	18	4	3	0	90
3	Bank Nagari Capem UNP memenuhi pelayanan yang dijanjikan	10	10	5	0	80
4	Karyawan BN Capem UNP melakukan pembukuan keuangan nasabah dengan Tepat	18	5	2	0	91
Total		56	31	13	0	343

Keterangan : angka 343 = 56 x 4 + 31 x 3 + 13 x 2 = 224 + 93 + 26 = 343

Sumber : Hasil Kuesioner

Dari data yang diperoleh tersebut akan menghasilkan suatu tingkat kesesuaian yang sebesar :

1. Kecepatan pembukaan rekening baru, sebesar = $82 / 100 \times 100\% = 82\%$
2. Pelayanan yang ramah, kekeluargaan, dan selalu siap menolong sebesar = $90 / 95 \times 100\% = 94.74\%$
3. Bank Nagari Capem UNP memenuhi pelayanan yang dijanjikan sebesar = $80/95 \times 100\% = 84.21\%$
4. Karyawan Bank Nagari Capem UNP melakukan pembukuan keuangan nasabah dengan Tepat, sebesar = $91 / 100 \times 100\% = 91\%$

Dapat dilihat dari tabel diatas bahwa ini merupakan unsur-unsur jasa yang sangat penting bagi nasabah, namun masih ada beberapa yang belum maksimal

dalam pelaksanaannya. Hal ini mungkin akan menimbulkan kekecewaan bagi nasabah dan rasa tidak puas. Disini dapat dilihat pada point 1 dan 3, yaitu dengan proses pembukaan rekening mahasiswa untuk memperoleh KTM dan pelayanan yang terlambat dari yang dijanjikan menyebabkan mahasiswa sedikit lama menunggu. Oleh karena itu sekarang Bank Nagari Capem UNP telah dapat memperbaiki dan menemukan jalannya, dari proses pembukaan rekening baru Tabungan Sikoci untuk mahasiswa yang memperoleh KTM telah dilakukan pembukaan rekening masal dimana prosesnya cepat dan tidak memakan waktu lama. Sedangkan pelayanan yang dijanjikan kita dapat dengan tidak memakan waktu lama untuk memberikan data pada IT Bank Nagari untuk proses pembuatan KTM sehingga mahasiswa tidak menunggu lama untuk memperolehnya.

Kepastian atau Keyakinan (*Assurance*)

Pada tabel 3 diperlihatkan jawaban responden mengenai Dimensi Keyakinan (*Assurance*), dari Tingkat Kepentingan Nasabah.

Tabel 3
Tingkat kepentingan Nasabah

No	Pernyataan	Sangat Penting	Penting	Cukup Penting	Tidak Penting	Bobot
1	BN Capem UNP mempunyai reputasi yang baik	21	2	3	0	96
2	Prilaku para karyawan BN Capem UNP menumbuhkan kepercayaan pada nasabah	20	5	0	0	95
3	Nasabah merasa aman dalam melakukan transaksi	20	5	0	0	95
4	Melakukan komunikasi yang aktif dengan nasabah	18	7	0	0	93
Total		79	19	3	0	379

Sumber : Hasil Kuesioner

Pada tabel 4 diperlihatkan jawaban responden mengenai Dimensi Keyakinan (*Assurance*), dari Penilaian Responden.

Tabel 4
Penilaian Responden

No	Pernyataan	Sangat Puas	Puas	Cukup Puas	Tidak Puas	Bobot
1	BN Capem UNP mempunyai reputasi yang baik	15	10	0	0	90
2	Prilaku para karyawan BN Capem UNP menumbuhkan kepercayaan pada nasabah	15	10	0	0	90
3	Nasabah merasa aman dalam melakukan transaksi	15	5	5	0	85
4	Melakukan komunikasi yang aktif dengan nasabah	17	4	4	0	88
Total		62	29	9	0	353

Sumber : Hasil Kuesioner

Dari data yang diperoleh tersebut akan menghasilkan suatu tingkat kesesuaian yang sebesar :

1. BN Capem UNP mempunyai reputasi yang baik, sebesar = $90/96 \times 100\% = 93.75\%$
2. Prilaku para karyawan BN Capem UNP menumbuhkan kepercayaan pada nasabah, sebesar = $90/95 \times 100\% = 94.74\%$
3. Nasabah merasa aman dalam melakukan transaksi, sebesar = $85/95 \times 100\% = 89.47\%$
4. Melakukan komunikasi yang aktif dengan nasabah sebesar = $88/93 \times 100\% = 94.62\%$

Dapat dilihat dari tabel diatas bahwa unsur-unsur jasa dari kepastian atau keyakinan pada point 3, menunjukkan bahwa nasabah khususnya disini mahasiswa masih merasa kurang aman dikarenakan ruangan kantor Bank Nagari Capem UNP yang masih relative sempit jika dimuati dengan nasabah yang sangat ramai, maka nasabah merasa kurang nyaman untuk menulis mejanya masih terbatas dan counter tellernya yang kecil dan pendek dan tempat customer servicenya yang masih kecil. Untuk itu perlu diperhatikan, dan Bank Nagari Capem UNP sudah merencanakan untuk memperbesar agar lebih luas dan besar agar nasabah lebih merasa nyaman dalam bertransaksi dan tidak lagi berdesak-desakan. Dan dengan komunikasi yang aktif pihak Bank menawarkan nasabah pada umumnya untuk mempunyai ATM dari tabungannya dan pada khususnya mahasiswa telah diberikan ATM + KTM yang mana agar disarankan bagi mahasiswa untuk menggunakannya agar memberikan kepuasan dan dapat mengetahui jenis fasilitas transaksi lainnya.

Daya Tanggap (*Responsivnees*)

Pada tabel 5 diperlihatkan jawaban responden mengenai Dimensi Daya Tanggap (*Responsivnees*), dari Tingkat Kepentingan Nasabah.

Tabel 5
Tingkat kepentingan Nasabah

No	Pernyataan	Sangat Penting	Penting	Cukup Penting	Tidak Penting	Bobot
1	BN Capem UNP mempunyai kemampuan cepat tanggap dalam menghadapi masalah yang timbul	20	5	0	0	95
2	Karyawan BN Capem UNP memberikan pelayanan dengan cepat kepada nasabah	22	3	0	0	97
3	Karyawan BN Capem UNP selalu bersedia untuk menolong nasabah	19	2	4	0	90
4	Karyawan BN Capem UNP dapat mengatasi jika nasabah lagi ramai	18	4	3	0	90
Total		79	14	7	0	372

Sumber : Hasil Kuesioner

Pada tabel 6 diperlihatkan jawaban responden mengenai Dimensi Daya Tanggap (*Responsivnees*), dari Penilaian Responden.

Tabel 6
Penilaian Responden

No	Pernyataan	Sangat Puas	Puas	Cukup Puas	Tidak Puas	Bobot
1	BN Capem UNP mempunyai kemampuan cepat tanggap dalam menghadapi masalah yang timbul	15	5	5	0	85
2	Karyawan BN Capem UNP memberikan pelayanan dengan cepat kepada nasabah	15	10	0	0	90
3	Karyawan BN Capem UNP selalu bersedia untuk menolong nasabah	14	11	0	0	89
4	Karyawan BN Capem UNP dapat mengatasi jika nasabah lagi ramai	10	10	5	0	80
Total		54	36	10	0	344

Sumber : Hasil Kuesioner

Dari data yang diperoleh tersebut akan menghasilkan suatu tingkat kesesuaian yang sebesar :

1. BN Capem UNP mempunyai kemampuan cepat tanggap dalam menghadapi masalah yang timbul, sebesar = $85 / 95 \times 100\% = 89.47\%$
2. Karyawan BN Capem UNP memberikan pelayanan dengan cepat kepada nasabah, sebesar = $90 / 97 \times 100\% = 92.78\%$
3. Karyawan BN Capem UNP selalu bersedia untuk menolong nasabah sebesar = $89 / 90 \times 100\% = 98.89\%$
4. Karyawan BN Capem UNP dapat mengatasi jika nasabah lagi ramai sebesar = $80 / 90 \times 100\% = 88.89\%$

Dapat dilihat dari table diatas bahwa kualitas jasa pada daya tanggap, merupakan sangat penting dalam berhubungan dan berhadapan dengan nasabah yang mempunyai berbagai macam karakter, yang mana harus mempunyai sesuatu untuk dapat dilakukan agar nasabah merasa nyaman dan senang dalam berbagai situasi sekalipun. Dilihat dari point 1 dan 4 bahwa hampir mendekati harapan untuk mengatasi masalah yang timbul, disini dapat dilihat bahwa masih kurang yaitu masalah yang timbul dari sistemnya yang mana nasabah khususnya mahasiswa. Jadi dari segi sumber dayanya kita telah dapat mengatasi masalah yang timbul baik itu karena nasabah yang ramai menunggu atau yang lainnya.

Empati (*Emphaty*)

Pada tabel 7 diperlihatkan jawaban responden mengenai Dimensi Empati (*Emphaty*), dari Tingkat Kepentingan Nasabah.

Tabel 7
Tingkat kepentingan Nasabah

No	Pernyataan	Sangat Penting	Penting	Cukup Penting	Tidak Penting	Bobot
1	Karyawan BN Capem UNP dapat mengenal nama-nama nasabahnya	20	5	0	0	95
2	Karyawan BN Capem UNP mengutamakan kepentingan nasabahnya	15	10	0	0	90
3	Karyawan BN Capem UNP bergantian dalam jam istirahat sehingga pelayanan tidak terputus	20	5	0	0	95
4	Karyawan BN Capem UNP memahami kebutuhan nasabah	10	10	5	0	80
Total		65	30	5	0	360

Sumber : Hasil Kuesioner

Pada tabel 8 diperlihatkan jawaban responden mengenai Dimensi Empati (*Emphaty*), dari Penilaian Responden

Tabel 8
Penilaian Responden

No	Pernyataan	Sangat Puas	Puas	Cukup Puas	Tidak Puas	Bobot
1	Karyawan BN Capem UNP dapat mengenal nama-nama nasabahnya	15	5	5	0	85
2	Karyawan BN Capem UNP mengutamakan kepentingan nasabahnya	15	5	5	0	85
3	Karyawan BN Capem UNP bergantian dalam jam istirahat sehingga pelayanan tidak terputus	20	5	0	0	95
4	Karyawan BN Capem UNP memahami kebutuhan nasabah	8	10	7	0	76
Total		58	25	17	0	341

Sumber : Hasil Kuesioner

Dari data yang diperoleh tersebut akan menghasilkan suatu tingkat kesesuaian yang sebesar :

1. Karyawan BN Capem UNP dapat mengenal nama-nama nasabahnya, sebesar = $85 / 95 \times 100\% = 89.47\%$
2. Karyawan BN Capem UNP mengutamakan kepentingan nasabahnya sebesar = $85 / 90 \times 100\% = 94.44\%$
3. Karyawan BN Capem UNP bergantian dalam jam istirahat sehingga pelayanan tidak terputus, sebesar = $95 / 95 \times 100\% = 100\%$
4. Karyawan BN Capem UNP memahami kebutuhan nasabah, sebesar = $76 / 80 \times 100\% = 95\%$

Dapat dilihat dari tabel diatas kualitas jasa pada empati telah dapat dilakukan dengan dengan baik oleh semua karyawan, meskipun masih ada yang belum terpenuhi yaitu pada point 1 dengan belum mengenal dan mengetahui semua nama nasabah dengan baik. Hal ini sebagian besar sudah dapat dilakukan dengan baik, dan jika masih ada yang belum dikenal atau karena nasabah baru maka karyawan akan untuk mengenal baik dengan nasabah. Nasabah juga akan lebih terkesan jika karyawan Bank Nagari dapat mengenal dan menyapanya dengan disebut namanya, dan itu merupakan kesan tersendiri yang dirasakan oleh nasabah.

Bukti Fisik atau Berujud (*Tangible*)

Pada tabel 9 diperlihatkan jawaban responden mengenai Dimensi Berujud (*Tangible*), dari Tingkat Kepentingan Nasabah.

Tabel 9
Tingkat kepentingan Nasabah

No	Pernyataan	Sangat Penting	Penting	Cukup Penting	Tidak Penting	Bobot
1	Kantor BN Capem UNP tampak menarik, bersih, nyaman, dan aman	10	15	0	0	85
2	Karyawan BN Capem UNP berpenampilan rapi dan menarik	20	5	0	0	95
3	Penempatan brousur, pamflet, aplikasi lainnya tertata rapi dan menarik	15	10	0	0	90
4	Lokasi Capem UNP berada ditempat yang strategis	10	10	5	0	95
Total		80	20	0	0	380

sumber : Hasil Kuesioner

Pada tabel 10 diperlihatkan jawaban responden mengenai Dimensi Berujud (*Tangible*), dari Penilaian Responden.

Tabel 10
Penilaian Responden

No	Pernyataan	Sangat Puas	Puas	Cukup Puas	Tidak Puas	Bobot
1	Kantor BN Capem UNP tampak menarik, bersih, nyaman, dan aman	10	10	5	0	80
2	Karyawan BN Capem UNP berpenampilan rapi dan menarik	15	10	0	0	90
3	Penempatan brousur, pamflet, aplikasi lainnya tertata rapi dan menarik	15	8	2	0	88
4	Lokasi Capem UNP berada ditempat yang strategis	11	14	0	0	86
Total		60	35	5	0	355

Sumber : Hasil Kuesioner

Dari data yang diperoleh tersebut akan menghasilkan suatu tingkat kesesuaian yang sebesar :

1. Kantor BN Capem UNP tampak menarik, bersih, nyaman, dan aman sebesar = $80 / 85 \times 100\% = 94.12\%$

2. Karyawan BN Capem UNP berpenampilan rapi dan menarik sebesar = $90 / 95 \times 100\% = 94.74\%$
3. Penempatan brousur, pamflet, aplikasi lainnya tertata rapi dan menarik sebesar = $88 / 90 \times 100\% = 97.78\%$
4. Lokasi Capem UNP berada ditempat yang strategis sebesar = $86 / 95 \times 100\% = 90.53\%$

Dari tabel diatas dapat dilihat kualitas jasa berujud, bagus sesuai dengan yang diharapkan oleh nasabah. Karena memang ditempatkan dilingkungan kampus maka nasabah mahasiswa khusus-nya lebih dekat untuk datang dan tidak memakan waktu. Mahasiswa juga dapat lebih mudah untuk melakukan transaksi keuangan.

Kepuasan Nasabah

Tabel 11

Pernyataan	Ya	Tidak
Tabungan sikoci dan KTM + ATM Bank Nagari memberikan kemudahan bagi saya untuk melakukan pembayaran SPP	20	5
Jumlah rata-rata (persentase)	80%	20%

Sumber : Hasil Kuesioner

Dari tabel 11 diatas bahwa variabel untuk kepuasan nasabah bagi Mahasiswa UNP atas penggunaan Tabungan Sikoci dan ATM Bank Nagari + KTM yang menyatakan ya sebanyak 80% artinya bagi mahasiswa yang telah menggunakan dan memanfaatkan kemudahan yang diberikan, sedangkan 20% mahasiswa yang mengatakan tidak artinya masih ada yang belum memanfaatkan atau bahkan yang belum menggunakan sama sekali dari kemudahan yang telah ada. Bank Nagari Capem UNP telah memberikan informasi tentang tata cara pembayaran uang kuliah (SPP) melalui ATM, dengan berbagai media digunakan seperti spanduk, informasi yang disamapaikan serta pengumuman yang di tempel dimana-mana, dan Mahasiswa tidak perlu membayar SPP seperti biasanya.

Tabel 12

Pernyataan	Ya	Tidak
Selain untuk pembayaran SPP, Tabungan Sikoci juga dapat saya gunakan untuk transaksi kauangan lainnya seperti untuk menabung, menerima kiriman uang dan lainnya	25	0
Jumlah rata-rata (persentase)	100%	0

Sumber : Hasil Kuesioner

Dapat dilihat dari tabel 12 diatas bahwa semua mahasiswa UNP dapat menggunakan Tabungan Sikoci sebagai tabungan pribadinya, yang tidak hanya sebagai persyaratan untuk memperoleh Kartu Tanda Mahasiswa dan ATM saja. Mahasiswa juga dapat menggunakan Tabungan Sikoci untuk seterusnya meskipun mahasiswa tersebut telah menyelesaikan kuliahnya di Universitas Negeri Padang, mahasiswa dapat melakukan trasnsaksi keuangan di seluruh Bank Nagari.

Masalah dan Penanggulangannya.

a. Menentukan Masalah

Unsur-unsur yang dianggap penting namun manajemen belum melaksanakannya sesuai dengan keinginan pelanggan sehingga pelanggan merasa kurang puas :

1. Dalam proses pembukaan rekening bagi nasabah baru.

Banyaknya jumlah mahasiswa yang membuka rekening Tabungan Sikoci sebagai Tabungan Mahasiswa disebabkan karena banyaknya aplikasi yang

pengisiannya belum terlengkapi oleh mahasiswa, yang karena masih kurangnya informasi seperti dengan cara menempelkan contoh pengisian aplikasi dengan benar atau diinformasikan pada mahasiswa tentang tatacara pengisian aplikasi pembukaan rekening baru.

2. Dalam melakukan transaksi nasabah masih belum merasa nyaman

Dalam transaksi keuangan menjadi kurang nyaman dikarenakan ramainya nasabah dalam melakukan transaksi, sehingga nasabah menjadi berdesakan. Karena kurangnya luasnya tempat untuk melakukan transaksi, dan kurangnya untuk mengingatkan pada nasabah khususnya mahasiswa untuk menggunakan KTM dalam transaksi keuangan lainnya.

b. Mencari penyebab terjadinya masalah

Berdasarkan hal diatas, penyebab terjadinya masalah dapat dilihat karena masih kurangnya informasi-informasi yang diberikan oleh Pihak Bank Nagari Capem UNP Padang, sehingga terjadinya unsur kurang puasnya nasabah dalam melakukan pembukaan rekening Tabungan Mahasiswa dan transaksi lainnya karena diwaktu yang ramai sehingga menjadi berdesakan karena dan luas kantor kurang mendukung. Bank Nagari Capem UNP telah memberikan fasilitas pada nasabah yang mempunyai Tabungan untuk dapat memanfaatkan fasilitas yang diberikan, khususnya Tabungan Mahasiswa UNP. Mungkin mahasiswa masih kurang paham tatacara penggunaan maka dari itu ATM mahasiswa banyak yang hanya dijadikan KTM saja tidak digunakannya sebagai ATM.

c. Rencana penanggulangannya.

Untuk mengatasi masalah hal diatas diperlukan adanya perencanaan untuk dapat memberikan kemudahan untuk kedepannya. Perencanaannya adalah bagi Tabungan Mahasiswa Bank Nagari telah melakukan pembukaan rekening masal semua mahasiswa baru periode tahun ajaran, dimana dikumpulkan data berdasarkan per fakultasnya dengan disertai dengan kelengkapan aplikasi yang lengkap dengan persyaratannya. Untuk kelengkapan aplikasi akan diberikan informasi dan contoh cara pengisiannya, sehingga akan menjadi lebih lengkap informasi yang diberikan.

Dari Tabungan Sikoci yang merupakan Tabungan Mahasiswa UNP, telah memberikan ATM sekaligus merupakan KTM bagi mahasiswa yang akan digunakan pada khususnya untuk melakukan pembayaran SPP dan pada umumnya untuk transaksi keuangan lainnya. Yang mana Bank Nagari Cabang Pembantu UNP harus memberikan informasi-informasi yang lebih lengkap dan mensosialisasikan pada nasabah khususnya disini mahasiswa. Untuk menganjurkan lebih menggunakan ATM, agar mempermudah mahasiswa dalam melakukan transaksi. Dengan mempunyai Tabungan Sikoci sebagai Tabungan Mahasiswa maka mahasiswa tersebut telah memperoleh ATM sekaligus KTM.

Jika mahasiswa masih ada yang belum menggunakan ATM, maka Bank Nagari untuk lebih dapat mensosialisasikannya untuk kedepan yang lebih baik, sehingga mahasiswa benar-benar dapat menggunakan, khususnya untuk pembayaran SPP dan umumnya transaksi keuangan lainnya yang mempunyai fasilitas beragam. Perencanaan untuk menambah mesin ATM sedang dalam proses pembuatan, yang nantinya nasabah tidak begitu mengantri karena telah ada lebih dari satu mesin ATM.

SIMPULAN DAN IMPLIKASI

Kesimpulan dari penelitian ini berupa tingkat kepuasan rata-rata untuk dimensi reability adalah 87.98%, tingkat kepuasan rata-rata untuk dimensi assurance adalah 93.14%, tingkat kepuasan rata-rata untuk dimensi responsiveness adalah 92.50%, tingkat kepuasan rata-rata untuk dimensi empathy adalah 94.72%, dan tingkat kepuasan rata-rata untuk dimensi tangible adalah 94.29%.

Faktor-faktor dibawah ini yang perlu menjadi prioritas bagi Bank Nagari Capem UNP Padang, karena faktor tersebut sangat mempengaruhi kepuasan nasabah, sedangkan tingkat pelaksanaannya sudah memuaskan. Faktor tersebut berupa: kemampuan cepat tanggap dalam menghadapi masalah yang timbul, kemampuan Bank cepat tanggap terhadap keluhan yang disampaikan nasabah, cara Bank melayani nasabah menimbulkan kepercayaan, kemampuan dan kecakapan karyawan Bank, karyawan Bank memberikan respon terhadap keluhan yang disampaikan oleh nasabah, kerapian dan kebersihan kantor, karyawan bergantian istirahat sehingga tidak menghambat pelayanan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah tabungan sikoci perlu ditingkatkan untuk dapat memberikan yang lebih baik, apa yang diharapkan sesuai dengan yang diinginkan sehingga nantinya dapat memuaskan nasabah, tetapi masih belum terlaksana dengan baik. faktor-faktornya adalah: proses pembuatan rekening mahasiswa baru yang secara masal, memberikan informasi yang lebih lengkap, mengenai pembayaran SPP pada ATM mahasiswa khususnya yang pembayarannya dapat dilakukan dimesin ATM Bank Nagari mana saja dengan cara pelaksanaannya, serta umumnya transaksi lainnya, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah tabungan sikoci Bank Nagari Capem UNP masih dianggap kurang penting bagi nasabah, sedangkan kualitas pelayanannya bagus. Faktor-faktornya adalah: memberikan informasi yang baik pada nasabah, memberikan perhatian yang individu kepada nasabah, bank menyediakan tempat yang cukup bagi nasabah dalam hal pelayanan

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan banyak terimakasih dan penghargaan pada Bank Nagari Cabang Padang yang ada dilingkungan UNP yang telah memudahkan dalam pengambilan data, berikutnya penulis sampaikan terimakasih pada pimpinan STIE”KBP” yang telah memberikan dukungan sepenuhnya berupa memberi izin untuk melakukan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Batley, R., & Mcloughlin, C. (2015). The Politics Of Public Services : A Service Characteristics Approach. *World Development*, 74, 275–285. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2015.05.018>
- Bauer, W., & Dorn, J. (2017). System Design Of E-Markets For Ips Purchasing. *Procedia Cirp*, 64, 211–216. <https://doi.org/10.1016/j.procir.2017.03.074>
- Darmayanti, D. (1994). Sebagai Moderating Variable Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah Tabungan Bank Mandiri Cabang Surabaya), 35–43.
- Fadillah, A. (2005). Bab I Pendahuluan 1.1 Latar Belakang, 2–9.
- Gifarie. (2015). Aktivitas Promosi Tabungan Sikoci Pada Pt. Bank Pembangunan

- Daerah Sumatera Barat Cabang Pembantu Bukittinggi“, 1–7.
- Marlius, D. (2017). Loyalitas Nasabah Bank Nagari Syariah Cabang Bukittinggi Dilihat Dari Kualitas Pelayanan. *Journal Pundi*, 1(3), 237–250. <https://doi.org/10.31575/JP.V1i3.60>
- Meidutė-Kavaliauskienė, I., Aranskis, A., & Litvinenko, M. (2014). Consumer Satisfaction With The Quality Of Logistics Services. *Procedia - Social And Behavioral Sciences*, 110(2012), 330–340. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.12.877>
- Septiawan, O. (2014). Tinjauan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tabungan Sikoci (Studi Kasus : Bank Nagari Cabang Pembantu Padang Luar), 6(2), 55–68.
- Škerlíková, T. (2015). Can We Assess Banks ' Activity? *Procedia Economics And Finance*, 25(May), 408–419. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)00752-2](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)00752-2)
- Sricharoenpramong, S. (2018). Kasetsart Journal Of Social Sciences Service Quality Improvement Of Ground Staff At Don Mueang International Airport. *Kasetsart Journal Of Social Sciences*, 39(1), 15–21. <https://doi.org/10.1016/j.kjss.2017.12.001>
- Trinugroho, I., Risfandy, T., & Doddy, M. (2018). Bursa _ Istanbul Review Competition , Diversification , And Bank Margins: Evidence From Indonesian Islamic Rural Banks. *Bursa Istanbul Review*. <https://doi.org/10.1016/j.bir.2018.07.006>
- Wiyono, A. S. (2006). Konsumen Di Rumah Sakit Islam Program Pascasarjana. Kasmir, 2003, Dasar-Dasar Perbankan, Jakarta Rajawali Pers.
- J .Supranto, 2001, Pengukuran Tingkat Kepuasan Konsumen, Rineka Cipta Jakarta
- Yazid, 1999, Pemasaran Jasa “Konsep Dan Implementasi”, Ekonisia Fakultas Ekonomi Uui, Yokyakarta, 1998.
- Undang-Undang Perbankan, Sinar Grafika Jakarta.1994.