**ANALISA TINGKAT KESEHATAN PT BANK MANDIRI (Persero) TBK,
DENGAN MENGGUNAKAN ANALISA CAPITAL, ASSETS,
MANAGEMENT, EARNING, LIQUIDITY (CAMEL)
UNTUK TAHUN 2013, 2014 dan 2015
di Bursa Efek Indonesia (BEI)**

Oleh :

Syamsul Asmedi¹, Maman Sulaeman²

¹. Universitas Pamulang, ¹. Politeknik Triguna Tasikmalaya
email. mansulaeman1274@gmail.com

Abstrak. Penelitian ini dimaksudkan tingkat kesehatan PT Bank Mandiri (Persero) TBK pada tahun 2013, 2014 dan 2015. Penelitian ini dilakukan secara analisis deskriptif dengan cara melakukan analisis faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kesehatan bank terdiri dari Capital, Asset, Management, Earning, dan Liquidity (CAMEL). Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Tingkat kesehatan PT. Bank Mandiri, Tbk pada aspek *capital* (permodalan) melalui rasio CAR (*Capital Adequacy Ratio*) tahun 2013 sebesar 14,93%, tahun 2014 sebesar 16,60 % dan tahun 2015 sebesar 18,6% dikategorikan Sehat. Pada aspek *assets quality* (kualitas aktiva) nilai rasio kualitas aktiva produktif yang diklasifikasikan (APYD) terhadap aktiva produktif (AP) tahun 2013 sebesar 1,17% dan tahun 2014 sebesar 1,15% dan tahun 2014 sebesar 1,56% dikategorikan. Pada aspek manajemen dengan nilai rasio laba bersih terhadap pendapatan operasional tahun 2013 sebesar 25,52% dan tahun 2014 sebesar 22,92% dan tahun 2015 sebesar 20,44% dapat dikategorikan Tidak Sehat. Pada aspek *earning* (rentabilitas) nilai rasio *return on assets* (ROA) pada tahun 2013 sebesar 3,52% dan tahun 2014 sebesar 3,28% dan pada tahun 2015 sebesar 2,99% dapat dikategorikan Sehat. Pada aspek *earning* (rentabilitas) nilai rasio biaya operasional terhadap pendapatan operasional (BOPO) pada tahun 2013 sebesar 66% dan tahun 2014 sebesar 64% dan tahun 2015 sebesar 62% dapat dikategorikan Sangat Sehat. Pada aspek *liquidity* (likuiditas) nilai rasio *loan to deposit ratio* tahun 2013 sebesar 83 % dan tahun 2014 sebesar 82% dan tahun 2015 sebesar 87% dapat dikategorikan Sangat Sehat. Dan tingkat kesehatan Bank Mandiri dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2015 berdasarkan pembobotan nilai dikategorikan sebagai bank yang sehat.

Kata kunci: PT. Bank Mandiri, Tbk, Analisa Capital, Asset, Management, Earning, dan Liquidity (CAMEL)

Abstract The development of the banking world today is very rapidly after deregulation in the financial sector. This study was conducted descriptive analysis by way of analyzing the factors that affect the health of banks consisting of Capital, Assets, Management, Earnings and Liquidity (CAMEL) so that it can determine the condition of the bank, whether categorized as healthy, reasonably healthy, less healthy or not healthy. The results showed that: The health level of PT. Bank Mandiri, Tbk on the aspect of capital (capital) through CAR (Capital Adequacy Ratio) in 2013 amounted to 14.93%, in 2014 amounted to 16.60% and in 2015 by 18.6% considered healthy. In the aspect of quality assets (asset quality) ratio value quality earning assets (APYD) to productive assets (AP) in 2013 amounted to 1.17% and 1.15% in 2014 and 2014 amounted to 1.56% categorized. On the management aspects of the value of the ratio of net income to operating income in 2013 amounted to 25.52% and in 2014 amounted to 22.92% and in 2015 amounted to 20.44% can be categorized Unhealthy. In the aspect of earnings (earnings) ratio value of return on assets (ROA) in 2013 amounted to 3.52% and in 2014 amounted to 3.28% and in 2015 amounted to 2.99% can be considered healthy. In the aspect of earnings (earnings) ratio of operating expenses to operating income (ROA) in 2013 amounted to 66% and in 2014 by 64% and in 2015 by 62% can be categorized Very Healthy. In the aspect of liquidity (liquidity) ratio value of the loan to deposit ratio of 83% in 2013 and 2014 by 82% and in 2015 by 87% can be categorized Very Healthy. And the soundness of the Bank from 2013 to 2015 based on the weighting values are categorized as healthy banks.

Keywords: PT. Bank Mandiri, Tbk, Analisa Capital, Asset, Management, Earning, dan Liquidity (CAMEL)

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia perbankan saat ini sangat pesat setelah terjadi deregulasi di bidang keuangan. Deregulasi tersebut telah mengakibatkan kebutuhan dana secara langsung maupun tidak langsung melalui perbankan. Kondisi ini mendorong tumbuhnya perbankan kita baik menyangkut produk perbankan, jumlah bank maupun jumlah cabang yang pada gilirannya semakin banyak menjangkau masyarakat yang membutuhkan jasa perbankan. Dalam kondisi perekonomian yang terus berkembang, sektor perbankan memiliki potensi dan peluang yang besar dalam peranannya sebagai sumber pembiayaan bagi masyarakat dan sektor usaha. Bagi suatu negara bank dapat dikatakan sebagai darahnya perekonomian suatu negara. Oleh karena itu, peranan perbankan sangat mempengaruhi kegiatan ekonomi suatu negara

Kepercayaan masyarakat terhadap bank akan terwujud apabila bank mampu menjaga meningkatkan kinerjanya secara optimal. Dengan demikian bank dituntut untuk meningkatkan kesehatannya dalam rangka meningkatkan kinerjanya. Bank yang sehat adalah bank yang dapat menjalankan fungsi-fungsinya dengan baik, yang dapat menjaga dan memelihara kepercayaan masyarakat, dapat menjalankan fungsi intermediasi, dapat membantu kelancaran lalu lintas pembayaran serta dapat digunakan oleh pemerintah dalam melaksanakan berbagai kebijakan, terutama kebijakan moneter.

Surat Keputusan Direksi BI No. 30/277/KEP/DIR tahun 1998 analisis CAMEL ditetapkan sebagai panduan untuk menilai tingkat kesehatan bank. Seiring dengan perkembangan dalam dunia perbankan, dalam peraturan yang baru menambahkan faktor sensitivitas terhadap resiko pasar (*Sensitivity to market risk*) karena dianggap sangat penting untuk diperhitungkan dalam kehidupan perbankan saat ini

Penilaian CAMELS bersifat *self-assessment* yaitu dihitung berdasarkan penilaian dari pihak internal bank itu sendiri. Dengan kata lain pengukuran tersebut sulit dilakukan karena akan terkait dengan unsur kerahasiaan bank. Terlebih lagi bobot yang diberikan Bank Indonesia melalui peraturan Bank Indonesia No. 6/10/PBI/2004 tanggal 12 April 2004 tentang Sistem Penilaian Tingkat Kesehatan Bank Umum, pada indikator "S" tidak ada bobotnya (0).

Bank Mandiri berhasil membangun organisasi Bank yang solid dengan mengimplementasikan *one bankin sste* baru yang terintegrasi menggantikan *one bankin sste* dari keempat Bank *ex lea* sebelumnya yang saling terpisah. Sejak didirikan, kinerja Bank Mandiri senantiasa mengalami perbaikan terlihat dari laba yang terus meningkat dari Rp1,18 triliun di tahun 2000 hingga mencapai Rp5,3 triliun di tahun 2004. Bank Mandiri melakukan penawaran saham perdana pada 14 Juli 2003 sebesar 20% atau ekuivalen dengan 4 miliar lembar saham. Proses transformasi yang telah dijalankan Bank Mandiri sejak tahun 2005 hingga tahun 2010 secara konsisten berhasil meningkatkan kinerja Bank Mandiri, tercermin dari peningkatan berbagai bisnis di atas, Bank Mandiri juga melakukan transformasi budaya dengan merumuskan kembali nilai-nilai budaya untuk menjadi pedoman pegawai dalam berperilaku. Yaitu 5 (lima) nilai budaya perusahaan yang disingkat "TIPCE" yaitu: Kepercayaan (*Trust*), Integritas (*Integrit*), Profesionalisme (*roessionalis*), Fokus Pada Pelanggan (*ustoer ocus*) dan Kesempurnaan (*Excellence*).

Dengan semakin ketatnya persaingan bank-bank umum tersebut pada saat ini perlu kita lihat juga bahwa PT.Bank Mandiri mempunyai produk-produk dan unit-unit usaha untuk mendukung pencapaian target yang sudah ditetapkan, disamping

produk PT. Bank Mandiri yang sudah berjalan masih ada kendala dan tantangan yang harus dihadapi seperti yang dilaporkan oleh Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) catatan pengaduan tertinggi yang dikeluhkan oleh konsumen pada kartu kredit dan bank yang paling sering diadukan ialah Bank Mandiri, dari total pengaduan konsumen selama 2015, bank menjadi pengaduan terbesar dengan 176 pengaduan. Di mana, masalah kredit menjadi masalah perbankan yang paling sering dikeluhkan dengan total 70 pengaduan dan Bank Mandiri menjadi bank yang paling sering diadukan sebanyak 22 pengaduan, melihat hal tersebut, perbankan harus meningkatkan sistem keamanan terkait dengan kartu kredit, sehingga daya bantu pertanggung jawaban yang diberikan pada konsumen.

TINJAUAN TEORI

Berdasarkan peraturan Bank Indonesia No. 6/10/PBI/2004 tanggal 12 April 2004 perihal Sistem Penilaian Tingkat Kesehatan Bank Umum, berikut ini adalah perincian dan setiap variable yang akan dianalisis dalam rasio CAMEL yaitu:

1. Capital (Permodalan) Penilaian didasarkan pada Capital atau struktur modal dengan metode CAR (Capital Adequacy Ratio) yaitu dengan membandingkan modal terhadap Aktiva Tertimbang Menurut Risiko (ATMR).
2. Asset Quality (Kualitas Aktiva) Penilaian didasarkan pada kualitas aktiva yang dimiliki bank. Rasio yang diukur ada dua macam yaitu rasio Kualitas Aktiva Produktif (KAP) dan rasio Penyisihan Penghapusan Aktiva Produktif (PPAP).
3. Management (Manajemen) Penilaian didasarkan pada manajemen permodalan, aktiva, rentabilitas, likuiditas dan umum.
4. Earning (Rentabilitas) Pada aspek rentabilitas ini yang dilihat adalah kemampuan bank dalam meningkatkan laba dan efisiensi usaha yang dicapai. Penilaian dalam unsur ini yaitu rasio laba terhadap total asset (Return On Asset/ROA), rasio Beban Operasional terhadap Pendapatan Operasional (BOPO).
5. Liquidity (Likuiditas) Suatu bank dikatakan likuid, apabila bank yang bersangkutan mampu membayar sewa hutangnya, terutama hutang-hutang jangka pendek antara lain adalah simpanan masyarakat, seperti simpanan tabungan, giro dan deposito. Dikatakan likuid jika pada saat ditagih bank mampu membayar.

Menurut Y. Sri Susilo, Triandaru Sigit, Budi Santoso. A. Totok (2000:22), Kesehatan Bank adalah kemampuan suatu bank untuk melakukan kegiatan operasional perbankan secara normal dan mampu memenuhi semua kewajibannya dengan baik dengan cara-cara yang sesuai dengan peraturan perbankan yang berlaku.

Berdasarkan Peraturan Bank Indonesia No.6/10/PBI/2004, Kesehatan bank adalah hasil penilaian kualitatif atas berbagai aspek yang berpengaruh terhadap kondisi atau kinerja suatu bank melalui penilaian faktor permodalan, kualitas assets, manajemen, rentabilitas, likuiditas dan sensitivitas terhadap resiko pasar.

Penilaian terhadap faktor-faktor tersebut dilakukan melalui penilaian kuantitatif dan kualitatif setelah mempertimbangkan unsur *judgement* (kemampuan untuk menarik kesimpulan atas situasi yang dihadapi.) yang

didasarkan atas materialitas dan signifikansi dari faktor-faktor penilaian serta pengaruh dari faktor lainnya seperti kondisi industri perbankan dan perekonomian nasional. Pertimbangan unsur *judgement* merupakan pengambilan kesimpulan yang dilakukan secara obyektif dan independen berdasarkan hasil analisis yang didukung oleh fakta, data dan informasi yang memadai serta terdokumentasi dengan baik guna memperoleh hasil penilaian yang mencerminkan kondisi bank yang sebenarnya.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dimana untuk data yang diambil berupa sampel dengan cara sampling. Penelitian survey merupakan penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengambil data pokok. Adapun definisi dari metode Survey menurut Dermawan Wibisono (2005: 22) sebagai berikut: "Survey merupakan teknik riset dimana informasi dikumpulkan menggunakan penyebaran kuesioner. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan fasilitas kredit untuk di Bank Saudara dengan rata-rata jumlah nasabah aktif sebanyak 3608 orang. Sampel yang diambil dalam penelitian ini tersebar di kantor cabang wilayah kerja priangan timur dengan kriteria sampel bersifat homogen, sehingga teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling*. Berdasarkan teknik sampling yang digunakan, maka besarnya jumlah sampel penelitian sebanyak 100 responden

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas layanan dan Kewiraniagaan terhadap Kepuasan nasabah baik secara parsial ataupun simultan

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas layanan dan Kewiraniagaan terhadap Kepuasan nasabah baik secara parsial ataupun simultan, sebagai berikut:

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.864 ^a	.746	.740	1.71074

a. Predictors: (Constant), Kewiraniagaan (X2), Kualitas layanan (X1)

Berdasarkan hasil diatas nilai $R = 0,864$ artinya Kualitas layanan dan kewiraniagaan memiliki hubungan yang kuat dengan kepuasan nasabah. Sedangkan nilai $R Square = 0,746$ artinya kualitas layanan dan kewiraniagaan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah sebesar 74,6%. Dengan demikian semakin baik Kualitas layanan kerja dan kewiraniagaan maka kepuasan nasabah cenderung akan semakin meningkat.

Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh $Sig = 0,000$ sedangkan tingkat kesalahan sebesar 5% atau ($\alpha = 0,05$) sehingga $P value < \alpha$ atau $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga hipotesis diterima. Artinya secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas layanan dan kewiraniagaan terhadap kepuasan nasabah, sehingga hipotesis teruji kebenarannya. Hasil penelitian ini sejalan dengan Hui, Kandampully dan Juwaheer (2009) beserta pemikiran Lai, Griffin dan Babin (2009) yang menyatakan bahwa kualitas

pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik memiliki arti penting bagi kelangsungan hidup perusahaan karena dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Juga sesuai dengan penelitian Afifi (2007) bahwa *Prospect and Qualifying, Preapproach, Presentasion and Demonstration, Overcoming Objections, Closing, Follow up and maintenance* dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas layanan dan kewiraniagaan, terhadap kepuasan nasabah secara parsial, digunakan *struktur path analysis* atau analisis jalur. Secara lengkap hubungan kausalitas antara variabel Kualitas layanan dan kewiraniagaan terhadap kepuasan nasabah dapat digambarkan sebagai berikut

Dari diatas, dapat diketahui nilai koefisien jalur antara variabel independen dan dependen. Nilai koefisien jalur variabel kualitas layanan (X1) dengan kepuasan nasabah ($pY1X1$) sebesar 0,652. Nilai koefisien jalur variabel kewiraniagaan (X2) dengan kepuasan nasabah ($pY1X2$) sebesar 0,305 serta epsilon sebesar 0,254. Berdasarkan nilai koefisien jalur tersebut secara rinciannya dapat diuraikan sebagai berikut:

Keterangan	Nilai
Pengaruh X_1 terhadap Y_1 secara langsung $(py_{1x1})^2$	0,4251
Pengaruh X_1 terhadap Y_1 melalui X_2 $py_{1x1.x1x2}. py_{1x2}$	0,1139
Pengaruh Total X_1 terhadap Y_1	0,5390
Pengaruh X_2 terhadap Y_1 secara langsung $(py_{1x2})^2$	0,0930
Pengaruh X_2 terhadap Y_1 melalui X_1 $py_{1x1.x1x2}. py_{1x2}$	0,1139
Pengaruh Total X_2 terhadap Y_1	0,2069
Pengaruh X_1, X_2 secara bersama-sama terhadap Y_1	0,7459
Pengaruh Variabel lain	0,2541

Berdasarkan Tabel 1 diatas terlihat bahwa : Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan sebesar 0,5390 atau 53,90% dan pengaruh kewiraniagaan terhadap kepuasan sebesar 0,2069 atau 20,69%.

Pengaruh Kualitas layanan dan Kewiraniagaan terhadap Loyalitas nasabah baik secara parsial ataupun simultan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.798 ^a	.637	.630	2.53480

a. Predictors: (Constant), Kewiraniagaan (X2), Kualitas layanan (X1)

Berdasarkan hasil diatas nilai $R = 0,798$ artinya kualitas layanan dan kewiraniagaan memiliki hubungan yang kuat dengan loyalitas nasabah. Sedangkan nilai R Square =

0,637 artinya kualitas layanan dan kewiraniagaan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah sebesar 63,7%.

Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh $\text{Sig} = 0,000$ sedangkan tingkat kesalahan sebesar 5% atau ($\alpha = 0,05$) sehingga $P \text{ value} < \alpha$ atau $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga hipotesis diterima. Artinya secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas layanan dan kewiraniagaan terhadap loyalitas nasabah.

Pengaruh Kualitas layanan dan Kewiraniagaan terhadap Loyalitas nasabah

Dari Gambar di atas, dapat diketahui nilai koefisien jalur antara variabel independen dan dependen. Nilai koefisien jalur variabel kualitas layanan (X_1) dengan loyalitas nasabah ($p_{Y_2X_1}$) sebesar 0,558. Nilai koefisien jalur variabel kewiraniagaan (X_2) dengan loyalitas nasabah ($p_{Y_2X_2}$) sebesar 0,334 serta epsilon sebesar 0,363. Berdasarkan nilai koefisien jalur tersebut secara rinciannya dapat diuraikan sebagai berikut:

Keterangan	Nilai
Pengaruh X_1 terhadap Y_1 secara langsung $(p_{Y_1X_1})^2$	0,3113
Pengaruh X_1 terhadap Y_1 melalui X_2 $p_{Y_1X_1.X_1X_2} \cdot p_{Y_1X_2}$	0,1068
Pengaruh Total X_1 terhadap Y_1	0,4181
Pengaruh X_2 terhadap Y_1 secara langsung $(p_{Y_1X_2})^2$	0,1116
Pengaruh X_2 terhadap Y_1 melalui X_1 $p_{Y_1X_1.X_1X_2} \cdot p_{Y_1X_2}$	0,1068
Pengaruh Total X_2 terhadap Y_1	0,2184
Pengaruh X_1, X_2 secara bersama-sama terhadap Y_1	0,6365
Pengaruh Variabel lain	0,3635

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa: Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas sebesar 0,4181 atau 41,81% dan pengaruh kewiraniagaan terhadap loyalitas sebesar 0,2184 atau 21,84%.

Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.790 ^a	.625	.621	2.56527

a. Predictors: (Constant), Kepuasan

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas terlihat bahwa kepuasan nasabah mempunyai pengaruh kuat terhadap loyalitas. Hal ini ditunjukkan oleh r hitung sebesar 0,790 dan koefisien determinasi sebesar 62,5%. Uji hipotesis didapatkan t hitung = 12,774 sedangkan t tabel sebesar 1,66 dengan demikian $t \text{ hitung} > t \text{ table}$ sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif kepuasan terhadap loyalitas kerja diterima.

Pengaruh Kualitas layanan, Kewiraniagaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah

Pengaruh kualitas layanan (X1) dan kewiraniagaan (X2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y1) dan dampaknya terhadap Loyalitas (Y2) nasabah.

Berdasarkan Gambar di atas dapat dibuat ringkasan hasil estimasi parameter model sebagai berikut:

Model	Koefisien Jalur	t	p	r ²
Sub Structural 1 (X ₁ , X ₂ Ke Y ₁)				
X ₁ (pY ₁ X ₁)	0,558	10.434	0,000	0,746
X ₂ (pY ₁ X ₂)	0,334	4.879	0,000	
Sub Structural 2 (X ₁ , X ₂ Ke Y ₂)				
X ₁ (pY ₂ X ₁)	0,296	2.880	0,005	0,678
X ₂ (pY ₂ X ₂)	0,212	2.690	0,008	
Y ₁ (pY ₂ Y ₁)	0,402	3.499	0,001	

Adapun pengaruh masing-masing variable bebas terhadap variable terikat baik secara langsung maupun tidak langsung penulis sajikan dalam tabel berikut ini:

Keterangan	Nilai
Pengaruh X1 terhadap Y₁	
Pengaruh langsung X ₁ Terhadap Y ₁	0,3113
Pengaruh tidak langsung X ₁ Terhadap Y ₁ melalui X ₂	0,1068
Pengaruh Total X₁ terhadap Y₁	0.4181
Pengaruh X2 terhadap Y₁	
Pengaruh langsung X ₂ Terhadap Y ₁	0,1116
Pengaruh tidak langsung X ₂ Terhadap Y ₁ melalui (X ₁) =	0,1068
Pengaruh total (X₂) terhadap Y₁	0,2184
Total Pengaruh X1, X2 terhadap Y₁	0.6365
Pengaruh X1 terhadap Y₂	
Pengaruh langsung X ₁ Terhadap Y ₂	0.0876
Pengaruh tidak langsung X ₁ Terhadap Y ₂ melalui X ₂ =	0.0359
Pengaruh tidak langsung X ₁ Terhadap Y ₂ melalui Y ₁ =	0.0984
Pengaruh Total X₁ terhadap Y₂	0.2220
Pengaruh X2 terhadap Y₂	
Pengaruh langsung X ₂ Terhadap Y ₂	0.0499

Pengaruh tidak langsung X_2 Terhadap Y_2 melalui $(X_1) =$	0.0359
Pengaruh tidak langsung X_2 Terhadap Y_2 melalui $Y_1 =$	0.0984
Pengaruh Total X_2 terhadap Y_2	0.1842
Total Pengaruh X_1, X_2 terhadap Y_2	0.4062
Pengaruh Y_1 Terhadap Y_2	0.1616
Totla Pengaruh X_1, X_2 , dan Y_1 terhadap Y_2	0.6780
Pengaruh Lain	0,3220

Untuk menguji signifikansi variabel mediasi diuji dengan *Sobel test* (Imam Ghozali, 255 : 2011) sebagai berikut :

1. Pengaruh Kualitas layanan dan Kewiraniagaan terhadap Kepuasan nasabah. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai t hitung sebesar $3,040 > t$ tabel 1,67 dengan demikian koefisien mediasi signifikan. Hal ini berarti bahwa kewiraniagaan dapat memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah.
2. Pengaruh Kualitas layanan dan Kewiraniagaan terhadap Loyalitas nasabah. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai t hitung sebesar $3,557 > t$ tabel 1,67 dengan demikian koefisien mediasi signifikan. Hal ini berarti bahwa kewiraniagaan dapat memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas layanan dan kewiraniagaan terhadap kepuasan nasabah secara simultan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas layanan dan kewiraniagaan memiliki hubungan yang signifikan dengan kepuasan nasabah dengan F hitung sebesar $142,225 >$ dari F tabel. Dengan demikian semakin baik Kualitas layanan kerja dan kewiraniagaan, maka kepuasan nasabah cenderung akan semakin meningkat. Hasil penelitian ini menguatkan hasil penelitian Rima (2010:2) menunjukkan bahwa Kualitas layanan kerja yang menurun tidak bisa dipungkiri akan berdampak kepada kinerja organisasi yang tidak optimal. Kualitas layanan yang rendah dari karyawan dapat disebabkan oleh rasa ketidakpuasan karyawan. Rasa tidak puas ini dapat ditimbulkan dari perasaan bahwa ada kebutuhan yang belum dipenuhi oleh organisasi sehingga kontribusi pelaksanaan pekerjaan yang diberikan oleh karyawan tersebut belum optimal. Kewiraniagaan dipercaya sebagai perekat dalam organisasi yang mengalami perubahan. Membangun kewiraniagaan tentu tidak semudah mengucapkannya, harus melalui suatu proses lama dan berkelanjutan. Disebut berkelanjutan karena nilai-nilai dan norma-norma yang terkandung dalam budaya tersebut terus menerus mengalami perubahan dan berkembang sesuai dengan zamannya. Oleh karena itu kewiraniagaan perlu dibangun sedemikian rupa agar fleksibel, adaptif dan akomodatif terhadap aneka perubahan sehingga cita-cita organisasi yang memiliki keunggulan bukan sekedar impian sehingga dapat meningkatkan kepuasan kerja.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa terdapat 21,5% variabel lain selain Kualitas layanan dan budaya perusahaan yang mempengaruhi kepuasan kerja diantaranya hasil penelitian terdahulu yaitu lingkungan kerja dan kepuasan kerja, kompensasi, dan gaya kepemimpinan.

Pengaruh Kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah

Hasil analisis data secara statistik diperoleh nilai t hitung sebesar $10,434 >$ t table 1,66. Hal ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel Kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah. Konsep Kualitas layanan, merupakan sebuah konsep penting studi tentang kinerja individual. Dengan demikian Kualitas layanan berarti pemberian motif, penimbunan motif atau hal yang menimbulkan dorongan atau keadaan yang menimbulkan dorongan. Dapat juga dikatakan bahwa Kualitas layanan adalah faktor yang mendorong orang untuk bertindak dengan cara tertentu. Kualitas layanan merupakan kegiatan yang mengakibatkan, menyalurkan dan memelihara perilaku manusia. Kualitas layanan ini merupakan subjek yang penting bagi manajer, karena manajer harus bekerja dengan dan melalui orang lain. Manajer perlu memahami orang-orang yang berperilaku tertentu agar dapat mempengaruhinya untuk bekerja sesuai dengan yang diinginkan organisasi.

Kualitas layanan merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan oleh pihak manajemen bila mereka menginginkan setiap karyawan dapat memberikan kontribusi positif terhadap pencapaian tujuan perusahaan, karena dengan Kualitas layanan, seorang karyawan akan memiliki semangat yang tinggi dalam melaksanakan tugas yang dibebankan kepadanya. Tanpa Kualitas layanan, seorang karyawan tidak dapat memenuhi tugasnya sesuai standar atau bahkan melampaui standar karena apa yang menjadi motif dan Kualitas layanannya dalam bekerja tidak terpenuhi. Sekalipun seorang karyawan memiliki kemampuan

operasional yang baik bila tidak memiliki Kualitas layanan dalam bekerja, hasil akhir dari pekerjaannya yang tidak memuaskan.

Pengaruh kewiraniagaan terhadap kepuasan nasabah

Hasil analisis data secara statistik hitung sebesar $4,879 > t$ table 1,66 membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kewiraniagaan terhadap kepuasan nasabah. Dalam penelitian ini ditemukan pengaruh positif dan signifikan antara kewiraniagaan dengan kepuasan nasabah. Ini berarti bahwa semakin baik kewiraniagaan yang terjadi disuatu organisasi, maka semakin baik pula kepuasan nasabah. Sebaliknya semakin kurang kewiraniagaan maka semakin kurang kepuasan nasabah.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian terdahulu atau konsisten dengan beberapa teori yang menyatakan bahwa ada beberapa penyebab yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah dalam sebuah organisasi. Salah satu penyebab dari berbagai pengaruh yang ada adalah kewiraniagaan dalam organisasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kewiraniagaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Setiap organisasi memiliki budaya dan pengaruh yang signifikan terhadap sikap dan perilaku anggota. Seringkali budaya dalam suatu organisasi berkembang dengan kuat, sehingga dalam kondisi demikian, setiap anggota mengetahui dengan baik tujuan organisasi yang akan dicapainya.

Pengaruh kepuasan nasabah terhadap Loyalitas

Berdasarkan hasil penelitian terlihat bahwa kepuasan nasabah mempunyai pengaruh kuat terhadap loyalitas dengan r hitung sebesar 0,790 dan koefisien determinasi sebesar 62,5% serta Uji hipotesis didapatkan t hitung = 12,774 $> t$ table. Hal ini menunjukkan Kepuasan pelanggan menempati posisi penting dalam praktek di dunia bisnis karena manfaat yang dapat ditimbulkannya bagi perusahaan. Pertama, banyak peneliti setuju bahwa konsumen yang terpuaskan cenderung akan menjadi loyal (Anderson dkk dalam Suhartanto, 2001). Konsumen yang puas terhadap barang dan jasa yang dikonsumsi akan mempunyai kecenderungan untuk membeli ulang dari produsen yang sama. Kedua, kepuasan merupakan faktor yang akan mendorong adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif (Solomon dalam Suhartanto, 2001). Bentuk dari komunikasi dari mulut ke mulut yang disampaikan oleh orang yang puas ini bisa berbentuk rekomendasi kepada calon konsumen lain, dorongan kepada rekan untuk melakukan bisnis dengan penyedia di mana konsumen puas dan mengatakan hal-hal yang baik tentang penyedia jasa tersebut. Faktor terakhir dari efek kepuasan pelanggan terhadap perilaku adalah pelanggan yang puas cenderung untuk mempertimbangkan penyedia jasa yang mampu memuaskan sebagai pertimbangan pertama jika ingin membeli barang atau jasa yang sama. Faktor terakhir ini dikenal sebagai faktor kognitif yang ditimbulkan oleh adanya kepuasan (Gremler dan Brown dalam Suhartanto, 2001).

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Terdapat pengaruh signifikan Kualitas layanan dan Kewiraniagaan terhadap Kepuasan nasabah baik secara parsial ataupun simultan
2. Terdapat pengaruh signifikan Kualitas layanan dan Kewiraniagaan terhadap loyalitas nasabah baik secara parsial ataupun simultan
3. Terdapat pengaruh signifikan Kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah

Saran

1. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, dinyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan deskripsi variabel penelitian, terlihat bahwa terdapat responden merasa kurang puas terhadap kepedulian karyawan terhadap keperluan nasabah, oleh karena pimpinan perlu meningkatkan empathy dari karyawannya dalam menghadapi nasabah
2. Kepuasan dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, maka dari itu pimpinan harus berusaha untuk dapat menciptakan nasabah yang tidak hanya sekedar puas terhadap pelayanan yang diberikan, dengan harapan memperoleh nasabah yang loyal terhadap perusahaan.
3. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, maka manajemen perlu untuk lebih menekankan program *total customer satisfaction* melalui strategi yang berpusat pada kualitas layanan untuk mendapatkan nasabah yang loyal

DAFTAR PUSTAKA

- Aritonang, Lerbin R. 2005. *Kepuasan Pelanggan, Pengukuran dan Penganalisisan dengan SPSS*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Djaslim Saladin. 2007. *Intisari Pemasaran dan Unsur-Unsur Pemasaran*. Bandung: Linda Karya.
- Fajar, Laksana, 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran Jasa di Indonesia, analisis perencanaan, implementasi dan pengendalian. (Edisi Petrama)*. Jakarta: Salemba empat.
- Kotler, Philip and Keller Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran. (Bop Sabran. MM)*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Armstrong, G, 2012. *Principle of marketing*. Upper Saddle River, N.J: Pearson Prentice Hall.
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Measuring Customer Satisfaction: Gaining Customer Relationship Strategy Teknik Mengukur dan Stratego Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Gramedia.
- Ratih, Hurriyati. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Alfabeta: Bandung.
- Suyanto. 2007. *Strategic Management Global Must Admired Companies*. Yogyakarta: CV Andi.
- Tjiptono, Fandy & Chandra, Gregorius. 2005. *Service, Quality and Satisfaction*, Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy, 2008. *Prinsip-Prinsip Total Quality Service (TQS)*. Yogyakarta: Andy.
- Wardani, Dyah Suryani S. 2002. *Analisis Faktor -Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Tenaga Penjual Dan Relevansinya Terhadap Peningkatan Kinerja Penjualan*. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/maj>.