

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pesatnya pertumbuhan ekonomi dunia telah mencapai pada persaingan yang harus dihadapi oleh para pelaku bisnis. Perubahan pola persaingan suatu perusahaan memerlukan analisis kekuatan yang dapat mempengaruhi perusahaan secara berkesinambungan. Hal ini menuntut para pemasar untuk selalu memahami kondisi pasar dan memikirkan strategi bisnisnya, dimana fokus pada pelanggan menjadi salah satu aspek penting yang harus diperhatikan. Saat ini peningkatan kualitas semakin mendapat perhatian dari konsumen. Konsumen tidak hanya membutuhkan jasa dari suatu badan usaha melainkan juga menginginkan mutu pelayanan yang semakin baik.

Dunia perbankan merupakan salah satu bidang yang harus tetap mempertahankan eksistensinya sebagai lembaga keuangan dalam perekonomian. Bank sebagai salah satu lembaga keuangan Indonesia, merupakan intermediasi terbesar dalam sistem finansial, menciptakan uang, dan sangat penting dalam menentukan aktivitas ekonomi. Dunia perbankan dituntut untuk menunjukkan kinerja dan pelayanan yang semakin baik. Perkembangan situasi dan kondisi bisnis industri perbankan pada masa mendatang akan semakin kompetitif. Hal ini merupakan proses pendewasaan dari perbankan Indonesia ke arah profesionalisme, karena dilaksanakan melalui

penciptaan iklim yang bersaing yang wajar antar bank-bank pemerintah, swasta nasional maupun bank asing.

Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan bagi perusahaan agar mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan dari pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Tjiptono (2006:59), menjelaskan bahwa kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi pelanggannya. Salah satu tindakan untuk memuaskan pelanggan, yaitu dengan cara memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan sebaik-baiknya. Pelayanan tersebut dapat berupa kecepatan dan ketepatan waktu dalam melayani pelanggan, tanggap terhadap keluhan pelanggan serta memberikan pilihan solusi yang terbaik. Kenyataan ini bisa dilihat, bahwa ada beberapa hal yang dilakukan perusahaan dengan menaruh perhatian yang lebih pada kepuasan pelanggan. Fokus pada kepuasan pelanggan merupakan salah satu upaya dalam mempertahankan pelanggan.

Tujuan utama suatu perusahaan pada umumnya adalah untuk mendapatkan keuntungan yang semaksimal mungkin. Untuk mempertahankannya, perusahaan dituntut untuk memberikan kesan yang baik kepada pelanggan. Salah satu faktor yang berharga dan meninggalkan kesan

yang mendalam bagi pelanggan adalah pelayanan. Pelayanan merupakan faktor utama perusahaan baik perusahaan jasa maupun perusahaan manufaktur. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan sangat penting bagi perusahaan karena mampu meningkatkan jumlah konsumen. Konsumen yang sudah merasa puas atas pelayanan yang diberikan perusahaan akan terus membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan, sehingga status konsumen akan berubah menjadi pelanggan.

Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, perusahaan perlu memperhatikan 5 dimensi kualitas pelayanan yang dijadikan konsumen sebagai indikator dalam menilai apakah pelayanan yang diberikan perusahaan tersebut berkualitas atau tidak. Menurut Parasuraman, Zeithaml dan Berry dalam Kotler (2007:56), kelima dimensi tersebut adalah bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut harus ditunjukkan dan dibuktikan agar memberikan kesan yang baik kepada pelanggan, karena dengan cara inilah kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dapat tercipta sehingga pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

Dengan memberikan pelayanan yang bermutu maka akan menciptakan kepuasan pelanggan yang akan berpengaruh pada kemajuan perusahaan. Berbagai pendukung kualitas pelayanan yaitu berupa bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Kelima variabel tersebut dapat meningkatkan nilai kualitas pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan. Kualitas pelayanan mempunyai hubungan erat antara kepuasan pelanggan dan

profitabilitas perusahaan, hal tersebut semakin didasari oleh penyelenggara pelayanan untuk selalu merespon setiap kebutuhan dan keinginan pelanggan. Penerapan kelima variabel kualitas pelayanan tersebut, direalisasikan dengan tercapainya kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan. Kepuasan atau ketidakpuasan merupakan hasil evaluasi pelanggan terhadap pelayanan yang mereka terima dibandingkan dengan harapan yang mereka punyai.

Kepuasan yang dirasakan pelanggan atau nasabah akan berdampak positif bagi perusahaan, diantaranya akan mendorong loyalitas pelanggan dan reputasi perusahaan yang akan berdampak positif di mata masyarakat pada umumnya dan pelanggan pada khususnya. Kepuasan dalam dunia perbankan merupakan sesuatu yang hakiki. Kepuasan dapat berupa kerahasiaan, keamanan, kebanggaan, dan kemudahan. Oleh karena itu, setiap perusahaan perlu berupaya memahami nilai-nilai yang diharapkan pelanggan dan atas dasar itu kemudian berusaha memenuhi harapan tersebut semaksimal mungkin. Kepuasan pelanggan sendiri menurut Tjiptono (2005:366), dapat diukur melalui enam konsep pengukuran, yaitu:

1. Kepuasan Pelanggan Keseluruhan (*Overall Customer Satisfaction*)

Cara yang paling sederhana untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah langsung menanyakan kepada pelanggan seberapa puas mereka dengan produk atau jasa spesifik tertentu. Biasanya, ada dua bagian dalam proses pengukurannya. *Pertama*, mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk dan jasa perusahaan bersangkutan. *Kedua*, menilai dan membandingkannya dengan tingkat kepuasan pelanggan keseluruhan terhadap produk atau jasa para pesaing.

2. Dimensi Kepuasan Pelanggan

Berbagai penelitian memilah kepuasan pelanggan ke dalam komponen-komponennya. Umumnya proses semacam ini terdiri atas empat langkah. *Pertama*, mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci kepuasan pelanggan.

Kedua, meminta pelanggan menilai produk/jasa perusahaan berdasarkan item-item spesifik, seperti kecepatan layanan, fasilitas layanan, atau keramahan staf layanan pelanggan. *Ketiga*, meminta pelanggan menilai produk/jasa pesaing berdasarkan item-item spesifik yang sama. Dan *keempat*, meminta para pelanggan untuk menentukan dimensi-dimensi yang menurut mereka paling penting dalam menilai kepuasan pelanggan keseluruhan.

3. Konfirmasi Harapan (*Confirmation of Expectations*)

Dalam konsep ini, kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian/ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual produk perusahaan pada sejumlah atribut atau dimensi penting.

4. Minat Pembelian Ulang (*Repurchase Intent*)

Kepuasan pelanggan diukur secara behavioral dengan jalan menanyakan apakah pelanggan akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi.

5. Kesiediaan Untuk Merekomendasi (*Willingness to Recommend*)

Dalam kasus produk yang pembelian ulangnya relatif lama atau bahkan hanya terjadi satu kali pembelian, dan kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti.

6. Ketidakpuasan Pelanggan (*Customer Dissatisfaction*)

Beberapa macam aspek yang sering ditelaah guna mengetahui ketidakpuasan pelanggan, meliputi (a) komplain; (b) retur atau pengembalian produk; (c) biaya garansi; (d) *product recall* (penarikan kembali produk dari pasar); (e) *gethok tular* negatif; dan (f) *defections* (konsumen yang beralih pesaing).

Bank adalah salah satu bentuk usaha yang bergerak dalam bidang jasa keuangan yang mengutamakan kepuasan nasabah dan berusaha memberikan pelayanan yang terbaik. Salah satu usaha bank dalam memuaskan nasabahnya adalah dengan cara memberikan pelayanan yang berkualitas tinggi. Setiap bank berlomba-lomba untuk memberikan pelayanan atau fasilitas yang terbaik kepada nasabahnya. Hal ini dilakukan untuk menarik nasabah baru dan nasabah dari bank lain, agar para nasabah tidak berpindah ke bank lain karena kebutuhannya merasa tercukupi.

PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur yang bergerak dalam bidang jasa, juga tak lepas dari kondisi persaingan dunia bisnis. PT Bank

Pembangunan Daerah Jawa Timur diharapkan mampu memberikan nilai lebih kepada nasabahnya sehingga kepuasan dari nasabah dapat tercapai. Hal utama yang diprioritaskan oleh PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur adalah kepuasan nasabah agar dapat bertahan, bersaing dan menguasai pangsa pasar. Pihak bank harus tahu hal-hal yang dianggap penting oleh para nasabahnya dan berusaha untuk menghasilkan pelayanan sebaik mungkin sehingga dapat memuaskan nasabah.

Berdasarkan uraian dapat diketahui bahwa salah satu alternatif strategi yang dapat dipergunakan oleh perusahaan jasa untuk mempertahankan bahkan meningkatkan kepuasan pelanggannya adalah dengan memberikan pelayanan yang bermutu tinggi, dan mengingat pentingnya hal tersebut maka penelitian ini mengkaji tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Survei pada Nasabah PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Cabang Pasuruan)”.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh antara Variabel Bukti Fisik (X_1), Keandalan (X_2), Daya Tanggap (X_3), Jaminan (X_4), dan Empati (X_5) secara bersama-sama terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Y) ?

2. Bagaimana pengaruh antara Variabel Bukti Fisik (X_1), Keandalan (X_2), Daya Tanggap (X_3), Jaminan (X_4), dan Empati (X_5) secara parsial terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Y) ?
3. Variabel Kualitas Pelayanan manakah yang mempunyai pengaruh dominan terhadap Kepuasan Pelanggan ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian berkaitan erat dengan rumusan masalah yang dituliskan. Berdasarkan rumusan masalah, tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Menjelaskan besarnya pengaruh antara Variabel Bukti Fisik (X_1), Keandalan (X_2), Daya Tanggap (X_3), Jaminan (X_4), dan Empati (X_5) secara bersama-sama terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Y).
2. Menjelaskan besarnya pengaruh antara Variabel Bukti Fisik (X_1), Keandalan (X_2), Daya Tanggap (X_3), Jaminan (X_4), dan Empati (X_5) secara parsial terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Y).
3. Untuk mengetahui dan menjelaskan variabel Kualitas Pelayanan manakah yang mempunyai pengaruh dominan terhadap Kepuasan Nasabah.

D. Kontribusi Penelitian

1. Aspek Teoritis

Melalui bahan acuan untuk penelitian diharapkan dapat diperoleh suatu hasil penelitian yang nantinya akan bermanfaat bagi satu perkembangan Ilmu Administrasi Bisnis pada umumnya dan Manajemen Pemasaran pada khususnya terutama yang berkaitan dengan efektifitas kualitas pelayanan.

2. Aspek Praktis

Informasi bagi pihak manajemen PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Cabang Pasuruan untuk memberikan kualitas pelayanan perbankan terhadap kepuasan nasabah sebagai bahan pertimbangan untuk menetapkan strategi pemasaran jasa.

E. Sistematika Pembahasan

Tujuan dari uraian sistematika pembahasan ini adalah agar segala sesuatu yang dibahas dalam skripsi ini dapat diketahui dan dimengerti secara jelas. Penulisan skripsi ini disusun dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini mengemukakan tentang latar belakang permasalahan, perumusan masalah penelitian yang merupakan bentuk penjabaran dari masalah yang telah diungkapkan, kemudian tujuan dan kegunaan penelitian yang menyangkut dengan kunci dari penelitian tersebut.

Setelah itu dikemukakan tentang garis besar dari keseluruhan skripsi yang termuat dalam suatu sistematika pembahasan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini diungkapkan tentang kerangka dasar teori-teori dan pendapat yang berhubungan dengan masalah yang diangkat dalam skripsi ini.

Tinjauan Pustaka dalam skripsi ini meliputi: Penelitian terdahulu, yang digunakan sebagai gambaran perbandingan tentang penelitian skripsi tahun sebelumnya dengan penelitian yang akan diteliti, Jasa, Kualitas dan Pelayanan, Konsep Kepuasan Nasabah, Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Nasabah, Model Konsep dan Hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai metode yang dipergunakan dalam penelitian tentang: Jenis Penelitian, Konsep Operasional dan Identifikasi Variabel, serta Pengukurannya, Sumber Data, Populasi dan Sampel, Metode Pengumpul Data, serta dikemukakan pula metode analisis yang digunakan untuk menganalisa dan menginterpretasikan data yang diperoleh.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang gambaran umum perusahaan, penyajian data yang diperoleh perusahaan, analisis dan interpretasi data yang berhubungan dengan masalah serta dikemukakan pula hasil dari

pembahasan penelitian yang merupakan penjabaran dari metode analisis data.

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan dari pembahasan dan saran yang dapat diberikan sesuai dengan permasalahan yang ada sebagai bahan pertimbangan bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

