

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Beberapa tahun terakhir ini perkembangan dunia bisnis sangatlah cepat, khususnya perkembangan bisnis di sektor jasa. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya perusahaan yang bermunculan di sektor jasa dan ketatnya persaingan di antara sekian banyak perusahaan-perusahaan tersebut, contoh dari bisnis jasa adalah konsultasi, perhotelan, perbankan, dan keuangan. Pada akhirnya pihak-pihak yang terlibat di dalamnya harus bekerja keras agar keberadaan mereka tetap diakui oleh pelanggan.

Setiap perusahaan memiliki ciri-ciri dan karakteristik tersendiri sehingga dalam pengelolaannya pun harus disesuaikan dengan ciri dan karakteristik perusahaan tersebut. Salah satu ciri atau karakteristik yang sangat berbeda adalah antara perusahaan yang menjual produk yang berbentuk barang dengan perusahaan yang menjual produk yang berbentuk jasa. Kedua jenis perusahaan ini memerlukan pengelolaan yang berbeda, walau dalam banyak hal terdapat kesamaan pengelolaan. Kemudian di antara perusahaan yang menjual produk jasa pun terdapat perbedaan, hal ini disebabkan jasa yang ditawarkan juga beragam bentuk dan karakteristiknya.

Salah satu perusahaan yang menjual jasa adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang perbankan atau lebih dikenal dengan nama Bank. Khan M (2014) beranggapan bahwa : “bank merupakan pemain kunci dalam operasi pasar keuangan dan memainkan peran penting dalam menjaga ekonomi suatu negara berjalan lancar. Dalam perusahaan yang sangat kompetitif saat ini, kualitas layanan merupakan elemen penting untuk meningkatkan kepuasan nasabah. Ini adalah faktor penting dalam meningkatkan kinerja bank dan dalam menentukan keberhasilan, profitabilitas yaitu lebih baik dan pangsa pasar yang lebih besar”.

Kepercayaan merupakan kunci dari bisnis perbankan oleh karena itu prinsip kehati-hatian sangat diperlukan. Unsur kepercayaan menjadi faktor kunci bagi perusahaan untuk memenangkan persaingan. Kepercayaan juga sangat diperlukan untuk membangun dan mempertahankan hubungan jangka panjang (Akbar dan Parves 2009).

Kajian empiris yang dilakukan oleh Dewi (2014), yang meneliti tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah PT BPR Hoki di Kabupaten Tabanan dengan jumlah responden 150, pendekatan analisis *Structural Equation Modeling* (SEM). Diperoleh hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT BPR Hoki sebesar 0,513 dan *p value* sebesar 0,000 selanjutnya kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah PT BPR Hoki sebesar 0,395 dan *p value* sebesar 0,000 dan yang terakhir kualitas

pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah PT BPR Hoki sebesar 0,555 dan *p value* sebesar 0,000.

Disisi lain, kajian empiris yang dilakukan Naem dan Saif (2009) meneliti tentang Kualitas Layanan dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Pelanggan : Bukti Empiris dari sektor Perbankan Pakistan, sampel yang digunakan sebanyak 200 responden (100 dari bank asing dan seratus dari sektor publik di Rawalpindi dan Islamabad). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan terbukti menjadi variabel terkuat terhadap kepuasan pelanggan dalam kasus bank asing dengan nilai R^2 dari 0,644 menerima hipotesis penelitian dan menolak hipotesis nol sebagai nilai dibandingkan R^2 dari 0,156 yang tidak mendukung hipotesis penelitian dalam kasus bank sektor publik. Studi ini menyimpulkan bahwa jika kualitas layanan dikelola secara efektif, dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Sanka (2012) mengungkapkan ada korelasi positif dan signifikan antara dimensi kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Bedi dalam Ming *etal.*, (2010) memberikan layanan yang berkualitas tinggi adalah suatu keharusan untuk mencapai kepuasan pelanggan. Penelitian tersebut sejalan dengan Naem dan Saif (2009) yang menemukan bahwa kepuasan pelanggan adalah hasil dari kualitas pelayanan.

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan nasabah. Tjiptono (2000:54) “Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjadi ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan.

Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka.

Nagi (2012) meneliti tentang : “Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan dalam Ritel Perbankan di Delhi dan NCR”. Penelitian ini mencoba untuk menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dan retensi sangat penting bagi bank ritel di India terutama di Delhi dan NCR. Penelitian ini juga mencoba untuk menyelidiki faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di sektor perbankan ritel. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwatangibles, responsiveness, orientasi pelanggan, standar fasilitas, suku bunga dan biaya lainnya, partisipasi klien, sistem transfer dana, aksesibilitas dan fasilitas lainnya mempengaruhi kepuasan pelanggan

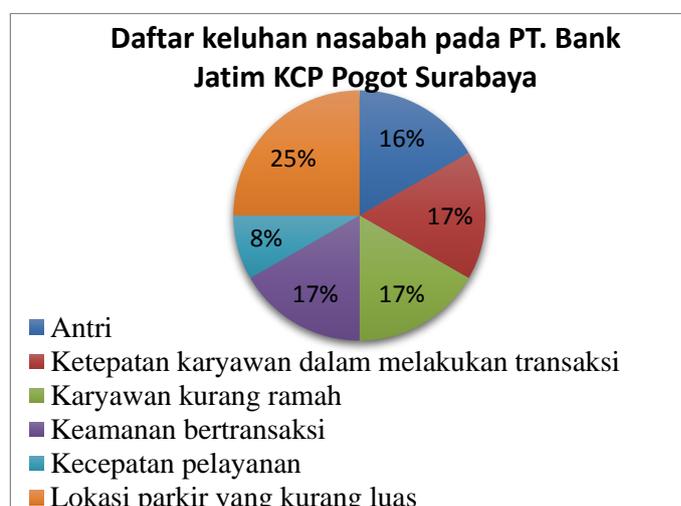
Mengutip pendapat Kurz & Glow yang dimuat dalam buku karangan Laksana (2008:97) mengemukakan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dijelaskan sebagai berikut *“if the service Performs at the level that is expected or predicted, thensatisfaction level is considered to be just “OK”* artinya jika pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan yang diharapkan, maka akan memberikan kepuasan. Jika kualitas pelayanan terus ditingkatkan sehingga mencapai apa yang diharapkan oleh pelanggan, maka akan puas.

Analisis kualitas pelayanan (*Service Quality*) *SERVQUAL* merupakan suatu metode deskriptif guna menggambarkan tingkat kepuasan pelanggan. Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan

dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono 2005:51). Menurut pemikiran yang dikembangkan oleh Parasuraman, et.al, dalam Lupiyoadi (2001:148) kualitas pelayanan jasa memiliki lima dimensi pengukuran yaitu : bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan perhatian (*empathy*).

Zeithmal *etal.*, dalam Buchari (2002:231) “mendefinisikan kepuasan sebagai respon konsumen yang sudah terpenuhi keinginannya, ada perkiraan terhadap features barang dan jasa, yang telah memberikan tingkat kesenangan tertentu dan konsumen betul-betul puas”.

Suatu tantangan besar bagi pengelola perbankan untuk memberikan dan mempertahankan kepuasan nasabah. Loyalitas hanya bisa diperoleh apabila pelanggan merasa sangat puas. Keselarasan antara kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas dapat membidik target pasar dengan keterbatasan sumber daya pemasaran yang dimiliki (Kheng *et al.*, 2010).



Dari gambar 1.1 dapat disimpulkan bahwa masih terdapat ketidakpuasan yang dirasakan oleh nasabah PT. Bank Jatim KCP Pogot Surabaya atas pelayanan yang diberikan oleh karyawan PT. Bank Jatim KCP Pogot Surabaya. Penelitian pendahuluan dilakukan terhadap 10 orang nasabah PT. Bank Jatim KCP Pogot Surabaya guna mengetahui permasalahan terkait ketidakpuasan nasabah atas kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan PT. Bank Jatim KCP Pogot Surabaya.

Berdasarkan latar belakang permasalahan maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian tentang pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan, peneliti akan mencoba membahas mengenai jasa pelayanan yang diterapkan di Bank Jatim. Maka penelitian ini ditulis dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Jatim KCP Pogot Surabaya”**.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang akan dikemukakan adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan perhatian (*empathy*) secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Jatim KCP Pogot Surabaya ?

2. Diantara bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*realibility*), daya tanggap (*responseveness*), jaminan (*assurance*), dan perhatian (*empathy*) variabel mana yang dominan dalam mempengaruhi kepuasan nasabah pada PT. Bank Jatim KCP Pogot Surabaya ?

C. Tujuan Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah, untuk memudahkan langkah-langkah serta analisis guna pemecahan masalah, maka tujuan diadakan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*realibility*), daya tanggap (*responseveness*), jaminan (*assurance*), dan perhatian (*empathy*) secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Jatim KCP Pogot Surabaya.
2. Untuk mengetahui dimensi kualitas pelayanan secara parsial di antara bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*realibility*), daya tanggap (*responseveness*), jaminan (*assurance*), dan perhatian (*empathy*) manakah yang memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Jatim KCP Pogot Surabaya.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari pelaksanaan penelitian ini adalah :

1. Bagi Pihak Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan dan sebagai bahan evaluasi bagi manajemen atas pelayanan yang diberikan kepada nasabah

selama ini, sehingga pihak bank dapat mengembangkan dan memperbaiki kualitas pelayanannya kepada nasabah secara terus-menerus di masa depan.

2. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi Universitas Muhammadiyah Surabaya dan dapat dijadikan tambahan informasi bagi peneliti berikutnya yang mempunyai masalah yang relevan dengan penelitian ini.

3. Bagi Peneliti

Sebagai pengalaman untuk melakukan penelitian di suatu perusahaan jasa perbankan khususnya PT.Bank Jatim KCP Pogot Surabaya guna membandingkan antara teori yang telah diperoleh selama perkuliahan dengan kenyataan di lapangan.

E. Sistematika Skripsi

Dalam penelitian ini secara garis besar mencakup 5 bab yang terdiri dari :

Bab I : Pendahuluan dalam bab ini membahas mengenai latar belakang masalah yang menjelaskan tentang pokok permasalahan yang berhubungan dengan penulisan skripsi, rumusan masalah yang memerlukan pemecahan, tujuan penelitian yang sesuai dengan rumusan masalah yang telah dicapai, manfaat penelitian, dan sistematika skripsi.

Bab II : Tinjauan Pustaka dalam bab ini membahas mengenai hal-hal yang berhubungan dengan permasalahan yang dituju. Berisi tentang teori-teori yang diperoleh dari kepustakaan dan dari sumber lain serta dari

penelitian sebelumnya, juga berisi mengenai analisis dan hipotesis yang membahas tentang kerangka konseptual sehingga menimbulkan dengan sementara.

Bab III : Metode Penelitian dalam bab ini membahas mengenai pendekatan penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi, identifikasi variabel, definisi operasional, jenis dan sumber data yang diperoleh, prosedur pengumpulan data serta teknik analisis.

Bab IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan pada bab ini dikemukakan tentang data yang berhubungan dengan masalah penelitian, antara lain gambaran umum tentang perusahaan, penyajian data, serta pembahasan masalah.

Bab V : Simpulan dan Saran bab ini berisi tentang kesimpulan dari keseluruhan pembahasan serta saran-saran yang dapat diberikan atas masalah yang ada, yang mungkin dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan untuk menetapkan kebijakan selanjutnya.