

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sektor jasa dewasa ini telah mengalami peningkatan yang dramatis dengan dekade sebelumnya. Hal ini terlihat dari kontribusi sektor jasa terhadap perekonomian dunia yang kini telah mendominasi sekitar perbankan, asuransi, penerbangan, telekomunikasi, retail, pariwisata dan perusahaan-perusahaan jasa profesional lainnya yang kini semakin menyadari perlunya peningkatan orientasi kepada pelanggan atau konsumen. (Rambat Lupiyoadi, 2001)

Industri jasa pada saat ini merupakan sektor ekonomi yang sangat besar dan tumbuh sangat pesat. Pertumbuhan tersebut selain diakibatkan oleh pertumbuhan jenis jasa yang sudah ada sebelumnya, juga disebabkan oleh munculnya jenis jasa baru, sebagai akibat dari tuntutan dan perkembangan teknologi. Dipandang dari konteks globalisasi, pesatnya pertumbuhan bisnis jasa antar negara ditandai dengan meningkatnya intensitas pemasaran lintas negara serta terjadinya kompetisi berbagai penyedia jasa di dunia. Perkembangan tersebut pada akhirnya mampu memberikan tekanan yang kuat terhadap perubahan sektor jasa, khususnya pemanfaatan teknologi baru yang secara langsung akan berdampak kepada menguatnya kompetisi dalam industri.

Dengan demikian harus ada satu hubungan yang kuat antara konsumen dengan perusahaan jasa. Karena dalam hal ini konsumen

sebagai pengguna yang sangat diorientasikan untuk menikmati produk-produk jasa. Tujuan pemasaran adalah memenuhi dan melayani kebutuhan dan keinginan konsumen sasaran. (Kotler, 1997)

Setelah terjadi interaksi antara konsumen dengan perusahaan jasa maka konsumen akan lebih menuntut lagi dengan mendapat rasa puas dari produk yang dikonsumsi. Karena kepuasan konsumen merupakan salah satu rahasia keberhasilan suatu bisnis. Sekalipun demikian, masih banyak orang yang dengan sengaja atau tidak sengaja melupakan hal ini. Banyak kegagalan bisnis terjadi karena pelanggan dikecewakan sehingga mereka mencari alternatif ke produk sejenis lainnya.

Menurut (Kotler, 2000) menyebutkan kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) sesuatu produk dengan harapannya. Kepuasan adalah semacam langkah perbandingan antara pengalaman dengan hasil evaluasi, dapat menghasilkan sesuatu yang nyaman secara rohani, bukan hanya nyaman karena dibayangkan atau diharapkan. Puas atau tidak puas bukan merupakan emosi melainkan sesuatu hasil evaluasi dari emosi. Penelitian mengenai kepuasan konsumen menjadi topik sentral dalam dunia riset pasar dan berkembang pesat. Konsep berpikir bahwa kepuasan konsumen akan mendorong meningkatnya profit adalah bahwa konsumen yang puas akan bersedia membayar lebih untuk “produk” yang diterima dan lebih bersifat toleran akan kenaikan harga. Hal ini tentunya akan meningkatkan margin perusahaan dan kesetiaan konsumen pada

perusahaan. Hal ini dapat membantu meningkatkan penjualan dan kredibilitas perusahaan. Konsep ini sangat menentukan bagi perusahaan yang bergerak dibidang usaha jasa.

Bisnis perbankan merupakan bisnis jasa yang memberikan tingkat kepercayaan kepada pelanggannya yaitu nasabah bank. Agar dapat bersaing, bertahan hidup dan berkembang, bank dituntut untuk mampu memberikan pelayanan berkualitas yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabahnya selain menawarkan berbagai macam jenis produk dan jasa layanannya. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang sangat menentukan dalam keberhasilan usahanya. Kualitas pelayanan yang diberikan bank juga menjadi salah satu perhatian utama nasabah dalam memilih bank. Pelayanan yang tidak memenuhi kepuasan pelanggan yaitu nasabah bank, dengan sangat mudah ditinggalkan dan akhirnya nasabah beralih ke bank lain. Sebagai langkah awal dari upaya mendefinisikan tuntutan nasabahnya, maka hal yang harus diperhatikan dan tidak dapat dipisahkan adalah ketersediaan informasi yang menyangkut persepsi dan harapan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak bank. Bisnis perbankan merupakan bisnis jasa yang berdasarkan pada azas kepercayaan sehingga masalah kualitas pelayanan menjadi faktor yang sangat menentukan dalam keberhasilan usaha. Kualitas layanan merupakan bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*) (Kotler, 1997 : 20).

Salah satu tindakan untuk memuaskan konsumen adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada konsumen dengan sebaik-baiknya. Kenyataan ini bisa dilihat, bahwa ada beberapa hal yang dapat memberikan kepuasan pelanggan yaitu nilai total pelanggan yang terdiri dari nilai produk, nilai pelayanan, nilai personal, nilai *image* atau citra, dan biaya total pelanggan yang terdiri dari biaya moneter, biaya waktu, biaya tenaga dan biaya pikiran (Kotler, 2000).

Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Oleh karena itu perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan (kepuasan pelanggan) merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan (Tjiptono, 2004).

Bersamaan dengan adanya perubahan lingkungan yang terjadi dan adanya perubahan perilaku manusia, dan aktivitas manusia yang semakin padat setiap harinya, maka kemajuan perekonomian dapat mempengaruhi kehidupan masyarakat. Peningkatan status sosial dan ekonomi masyarakat berakibat pada perubahan perilaku dan gaya hidup mereka. Perubahan

tersebut pada akhirnya mempengaruhi selera kepuasan terhadap suatu produk atau jasa. Agar dapat bersaing dan bertahan hidup perusahaan perbankan dituntut untuk mempunyai citra dan pelayanan yang baik yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Perbankan adalah sebuah lembaga yang melaksanakan tiga fungsi utama dalam menjalankan sistem operasional keuangan, seperti menerima simpanan dana (*funding*), menyalurkan dana (*lending*), dan memberikan jasa-jasa keuangan (*service*). Menurut Undang-undang RI nomor 10 tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang perbankan (Kasmir, 2008), yang dimaksud dengan Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Sehingga bank disebut juga sebagai lembaga kepercayaan dan lembaga perantara (*intermediary*) antar pihak yang kelebihan uang dengan pihak yang kekurangan uang sehingga dituntut untuk memberikan pelayanan yang berkualitas dan kenyamanan bagi nasabah.

Salah satu aktivitas bank adalah menghimpun dana dari masyarakat luas yang dikenal dengan istilah di dunia perbankan adalah kegiatan *funding* (mengumpulkan dana atau mencari dana dengan cara membeli dari masyarakat) maka bank harus dapat mengenali kebutuhan dan keinginan nasabah. Dilihat berdasarkan fungsinya dan tujuan usahanya, bank dibedakan menjadi bank sentral, bank umum, dan bank pekreditan

rakyat. Bank umum adalah bank yang di dalam usahanya menghimpun dana terutama menerima simpanan dalam bentuk giro, deposito tabungan, dan juga di dalam usahanya bank umum memberikan kredit berjangka pendek.

Bank umum dapat dibedakan berdasarkan kepemilikan, yakni bank milik pemerintah, bank milik swasta nasional, bank koperasi, atau asing. Bank milik pemerintah yakni akte pendirian dan penguasaan saham yang dimiliki bank berdasarkan pemerintah. Sebagai contoh bank milik pemerintah adalah PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. sebagai salah satu bank terpercaya dan tumbuh pesat serta selalu memberikan pelayanan yang terbaik bagi para nasabahnya. Tujuan bank ini yaitu sebagai “Sahabat Keluarga” dimana mereka akan selalu hadir membantu nasabah dalam meraih semua harapan menjadi kenyataan melalui produk perbankan yang tersedia.

Pada Bank Tabungan Negara (Persero) KCP UIN Sunan Ampel Surabaya berusaha untuk lebih dekat dengan nasabah melalui berbagai macam pendekatan, seperti layanan, promosi, hadiah serta membuka cabang atau unit baru yang letaknya lebih terjangkau dari masyarakat. Bank ini dalam kegiatan operasionalnya dapat dikelompokkan dalam 3 (tiga) kelompok, yaitu produk dana, jasa dan layanan dan produk kredit. Salah satu di dalam jenis produk dana yang digunakan oleh nasabah adalah Tabungan BTN Batara. Tabungan BTN Batara merupakan produk tabungan dengan bunga tinggi dan dapat digunakan untuk berbagai

keperluan transaksi nasabah. Melalui tabungan ini nasabah cenderung memperhatikan nilai kepuasan yang dirasakan dalam menggunakan layanan perbankan. Fasilitas sarana yang ditawarkan Tabungan BTN Batara pada PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. antara lain:

- a. Peralatan dan perlengkapan memberikan kemudahan dalam bertransaksi.
- b. Dilindungi asuransi jiwa bebas premi.
- c. Pelayanan yang ramah dan sopan terhadap keluhan para nasabah.
- d. Jaminan nyaman dan keamanan bagi nasabah saat melakukan transaksi

(Sumber: PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk.)

Bank Tabungan Negara (BTN) sebagai perusahaan jasa perbankan tidak akan mungkin menghindar dari persaingan industri perbankan yang semakin meningkat. Sebagai badan intermediasi bank salah satu usahanya yaitu menyalurkan kredit. Kredit yang dikelola dengan prinsip kehati-hatian akan menempatkan pada kualitas kredit yang *performing loan* sehingga dapat memberikan pendapatan yang besar bagi bank. Sehubungan dengan kondisi itu, persoalannya adalah apakah terdapat pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

Bagi BTN KCP Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya kualitas yang ingin dipenuhi harus dilihat dari sudut pandang nasabah, karena nasabah bank merupakan penilai utama dari kualitas pelayanan sehingga prioritas utama dalam jaminan kualitas adalah penilaian nasabah

terhadap kualitas pelayanan jasa perbankan. Oleh karena itu, peneliti telah melaksanakan wawancara terhadap beberapa nasabah BTN yang telah lama menjadi nasabah tetap. (Wawancara dilaksanakan pada Jumat, 21 Maret 2014 bertempat di depan BTN KCP UINSA Surabaya pukul 09.12 - 09.44). Hasil yang didapat yakni, nasabah mengaku puas dengan kondisi fisik gedung dan perlengkapan yang memadai, adanya banyak cabang yang mudah dijangkau oleh masyarakat, serta layanan yang diberikan oleh pihak bank kepada nasabah.

Penelitian ini mendukung teori Parasuraman dan Zeithmal (1990) dimana tolak ukur kualitas pelayanan dapat diukur oleh 10 sub dimensi, yaitu : *tangible* (berwujud), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (keresponsifan), *competence* (pengetahuan dan keterampilan), *courtesy* (perilaku), *credibility* (kejujuran), *security* (keamanan), *access* (kemudahan hubungan), *communications* (komunikasi), dan *understanding the customer* (mengerti kebutuhan nasabah). Kesepuluh variabel itu pada dasarnya sama dengan lima variabel yang digunakan sebagai dasar dalam penelitian ini, yakni : *reliability*, *responsiveness*, *empathy*, *assurance*, dan *tangible*.

Berdasarkan uraian di atas, maka diajukan sebuah penelitian dengan judul "Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Nasabah Pada Bank Tabungan Negara KCP UIN Sunan Ampel Surabaya".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka masalah yang menjadi pusat perhatian dalam penelitian ini yakni :

Apakah terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah pada Bank Tabungan Negara KCP Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Untuk mengetahui hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah pada Bank Tabungan Negara Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

D. Keaslian Penelitian

Keaslian penelitian merupakan telaah pustaka yang berasal dari penelitian-penelitian yang sudah pernah dilakukan. Penelitian-penelitian terdahulu yang digunakan sebagai acuan telaah pustaka penelitian ini adalah sebagai berikut :

Terdapat beberapa penelitian terdahulu tentang hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen. Menurut penelitian Ayu Oka Windarti (2012) yang berjudul “Pengaruh Kualitas pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Negara Indonesia Tbk

Kantor Cabang Utama Palembang” menyatakan bahwa adanya pengaruh kualitas pelayanan secara bersama-sama (simultan) terhadap kepuasan nasabah.

Penelitian yang dilakukan oleh Alvi Furwanti Alwie dan Deny Danar Rahayu (2009) dengan judul “Analisis Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*) Terhadap Layanan Hypermart Pekanbaru” yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian yang dilakukan oleh Wahyu Nurlitiya (2012) dengan judul “Analisis Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Nav Karaoke Cabang Depok” yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif pada kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh Melly Agustin SE (2010) dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Perbankan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Niaga, TBK” yang menyatakan bahwa terdapat penurunan kepuasan nasabah pada metode regresi yang digunakan.

Penelitian yang dilakukan oleh Ferry Yudhy, SE dan Dr. E. Susy Suhendra (2010) dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit” yang menyatakan bahwa semua variabel mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Penelitian yang dilakukan oleh Yosandi Julius (2009) dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Berbelanja Di Supermarket” yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk secara parsial dan bersama-sama, merupakan faktor utama yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada ketiga supermarket.

Penelitian yang dilakukan oleh Erlin Wahono dan Hartono Subagio (2013) dengan judul “Analisis Pengaruh *Retail Mix* Terhadap Pelanggan Di Calais Grand City Surabaya” yang menyatakan bahwa variabel *customer service, store design dan display, communication mix, merchandise assortment* dan *pricing* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dari beberapa penelitian diatas terdapat beberapa penelitian yang memiliki persamaan judul maupun pembahasan yang akan dibahas dalam skripsi yang akan peneliti lakukan. Selain persamaan, terdapat pula perbedaan pada penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti yakni dari segi tempat penelitian yang dilakukan pada Bank Tabungan Negara KCP UIN Sunan Ampel Surabaya, subyek yang berbeda, waktu pelaksanaan, kajian teori dan instrument yang digunakan, dan tehnik pengambilan data. Penelitian terdahulu lebih memfokuskan pada kuesioner yang disebar, namun pada penelitian kali ini dilakukan pula beberapa tanya jawab pada nasabah.

E. Manfaat Penelitian

Penyusunan proposal ini diharapkan dapat memberi manfaat baik secara teoritis maupun praktis.

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi serta memperkaya ilmu psikologi terutama psikologi industri dan organisasi serta manajemen sumber daya manusia.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan oleh perusahaan khususnya Bank Tabungan Negara KCP UIN Sunan Ampel Surabaya dalam meningkatkan kualitas pelayanan karyawan dengan mengukur kepuasan nasabah agar terjadi peningkatan jumlah nasabah pada tahun yang akan datang dan dapat menguntungkan banyak pihak.

b. Bagi Nasabah

Nasabah mendapatkan pelayanan jasa pada sektor perbankan yang lebih baik khususnya dari segi kualitas pelayanan yang telah diberikan dari pihak Bank Tabungan Negara KCP UIN Sunan Ampel Surabaya.

c. Bagi Peneliti Berikutnya

Penelitian ini sebagai bukti empiris tentang hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah yang diaplikasikan

dalam bidang perbankan yang bisa menjadi dasar bagi penelitian berikutnya.

F. Sistematika Penelitian

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang akan dilakukan, maka disusun suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi yang dibahas dalam tiap-tiap bab, yaitu :

BAB I pendahuluan, pada bab ini penelitian diawali dengan penjelasan tentang latar belakang masalah yang menjadi pemicu munculnya permasalahan. Dengan latar belakang masalah tersebut ditentukan rumusan masalah yang lebih terperinci sebagai acuan untuk menentukan hipotesis. Dalam bab ini dijelaskan pula tentang tujuan permasalahan serta keaslian penelitian. Pada akhir bab dijelaskan tentang manfaat penelitian serta sistematika penelitian yang akan digunakan.

BAB II kajian pustaka, pada bab ini akan diuraikan sebuah landasan teori yang berisi tentang konsumen yang terdiri dari 3 sub bab yaitu pengertian konsumen, perilaku konsumen dan macam-macam konsumen. Kepuasan konsumen yang terdiri dari 4 sub bab yaitu pengertian kepuasan konsumen, dimensi kepuasan konsumen, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dan pengukur kepuasan konsumen. Jasa yang terdiri dari 3 sub bab yaitu pengertian jasa, karakteristik jasa dan dimensi jasa. Kualitas pelayanan yang terdiri dari 2 sub bab yaitu pengertian kualitas pelayanan dan dimensi kualitas

pelayanan. Pada bab ini diuraikan pula tentang hubungan variabel antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen, kerangka teoritik dan hipotesis.

BAB III metodologi penelitian, berisi tentang rancangan penelitian, identifikasi variabel dan definisi operasional yang akan digunakan dalam penelitian ini. Dijabarkan pula tentang populasi penelitian, jumlah dan karakteristik sampel yang akan digunakan serta teknik sampling yang dilakukan pada saat melakukan penelitian. Selanjutnya akan dibahas tentang instrumen penelitian dan analisis data yang digunakan untuk mengolah data yang sudah dikumpulkan dari obyek penelitian atau sampel.

BAB IV hasil penelitian dan pembahasan, dalam bab ini akan dijabarkan tentang hasil analisis data yang didapat dari obyek penelitian (sampel) beserta penjelasan yang diperlukan. Dilakukan pula pengujian hipotesis penelitian serta analisis data dan penjabarannya akan didasarkan pada landasan teori yang telah dijabarkan pada Bab II, sehingga dapat dilakukan pembahasan secara teoritis terhadap data yang telah dilakukan oleh penguji.

BAB V penutup, berdasarkan penjelasan hasil analisis data pada Bab IV diatas, akan dirumuskan kesimpulan yang merupakan pembuktian dari hipotesis yang ada pada Bab II. Disamping itu, akan disampaikan mengenai keterbatasan penelitian yang dilakukan, serta saran-saran yang diharapkan dapat berguna bagi instansi terkait.