

BABI

PENDAHULUAN

1. 1 Latar Belakang Penelitian

Dalam menghadapi era globalisasi, maka pihak perbankan dituntut untuk segera melakukan persiapan agar sarana dan prasarana yang berkaitan dengan bisnisnya dapat dipertahankan. Langkah persiapan tersebut semakin penting dan mendesak dirasakan mengingat waktu berjalan sangat cepat. Para pengambil keputusan sudah semakin terdesak untuk mampu mengantisipasi berbagai perubahan dan gejolak guna menghadapi perilaku bisnis di masa yang akan datang yang diperkirakan cakupannya menjadi lebih luas dan lebih bebas.

Dalam bisnis perbankan banyak kemungkinan akan terjadi di tahun – tahun mendatang. Munculnya berbagai kemungkinan tersebut tersirat dari situasi saat ini, yaitu ditandai dengan mulai tampaknya perubahan perilaku konsumen yang terjadi dalam jangka waktu yang relatif cepat, karena didukung oleh adanya perkembangan teknologi, sosial, budaya, dan ekonomi yang semakin maju.

Dalam menghadapi perubahan tersebut, maka bank selalu berusaha menyesuaikan diri dengan trend – trend baru yang dapat mempengaruhi selera dan kebutuhan para nasabah. Hal tersebut dimaksudkan agar produk – produknya selalu dapat diterima dan diminati oleh para nasabahnya. Dalam hal ini arah pemasaran hendaknya selalu mengutamakan selera dan kepuasan nasabah daripada mencari keuntungan semata. Dengan meningkatkan kualitas dalam hal ini terutama pelayanan, diharapkan para nasabah akan puas dan menumbuhkan

kesetiaan sehingga akan menjadi pelanggan seumur hidup. Ada beberapa nasihat yang beredar di dalam masyarakat yang mengatakan “keberhasilan suatu usaha sangat tergantung kepada para pembeli (nasabah)”, maksudnya adalah jika seorang pembeli percaya dan puas akan barang yang kita tawarkan maka ia akan terus memakai barang produksi kita sehingga hal ini dapat menjamin kelangsungan hidup produsen dan sebaliknya jika pembeli tidak percaya dan tidak puas maka ia akan meninggalkan produk yang ditawarkan dan lebih parahnya lagi jika ia berbicara kepada orang lain maka kita akan kehilangan bukan hanya satu pelanggan melainkan banyak pelanggan.

Dengan demikian memberikan pelayanan yang baik merupakan salah satu aspek yang penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Oleh karena itu maka seluruh kegiatan perbankan, serta ketepatan informasi diharapkan dapat memberikan kepuasan terhadap nasabah. Jika nasabah mendapatkan pelayanan yang baik maka nasabah merasakan kepuasan sehingga kemungkinan besar jumlah nasabah akan bertambah karena mereka akan bilang kepada orang lain dan orang tersebut akan mudah tertarik sehingga mau masuk menjadi nasabah.

Sekarang ini persaingan dalam dunia perbankan semakin tinggi ditandai dengan semakin banyak pula bermunculan bank – bank baru yang menawarkan banyak kelebihan dibandingkan dengan bank – bank yang lain. Persaingan yang ketat tersebut mengakibatkan peluang untuk menarik nasabah baru akan semakin kecil dan bahkan untuk mempertahankan nasabah yang sudah ada semakin sulit saja jika para pelaku perbankan tidak membuat sesuatu yang baru atau membuat sesuatu yang berbeda daripada yang lainnya. Selain membuat sesuatu yang baru

dan berbeda daripada yang lain, pelaku perbankan harus memikirkan pula bagaimana caranya mereka memuaskan para nasabahnya dari segi mempertahankan atau bahkan meningkatkan kualitas yang telah ada.

Oleh karena itu untuk mewujudkan peningkatan kualitas tersebut maka dapat ditempuh beberapa cara, diantaranya adalah :

- a) Melakukan pengukuran tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan yang telah ditawarkan oleh bank tersebut
- b) Melaksanakan aktivitas pengendalian kualitas jasa dalam rangka pelayanan terhadap nasabahnya.

Penelitian ini dilakukan di Bank JABAR cabang Soreang yang merupakan salah satu bank umum daerah yang berada pada posisi papan atas. Pada posisi ini Bank JABAR cabang Soreang masih harus menghadapi persaingan dengan bank lain yang posisinya juga ada di papan atas tersebut. Oleh karena itu Bank JABAR cabang Soreang harus memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan kepada para nasabahnya supaya nasabahnya puas terhadap pelayanannya.

Dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan tersebut maka perlu dilakukan penelitian tentang tingkat kepuasan nasabah di Bank JABAR cabang Soreang Bandung, dengan menyebarkan kuesioner kepada beberapa nasabahnya, untuk mengetahuinya sudah seberapa besar kepuasan nasabah Bank JABAR terpenuhi oleh pelayanan yang telah diberikan oleh Bank JABAR tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan suatu penelitian yang sifatnya mendalam, yang akan dituangkan dalam bentuk karya ilmiah berbentuk skripsi dengan judul :

**“ ANALISIS PENGENDALIAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN NASABAH PADA BANK JABAR CABANG SOREANG
KABUPATEN BANDUNG ”**

1. 2 Identifikasi Masalah

Adapun jumlah nasabah Bank JABAR cabang Soreang pada bulan Januari 2004 sampai dengan bulan Oktober 2004 adalah sebagai berikut :

Berdasarkan data di atas terlihat bahwa jumlah nasabah selalu mengalami peningkatan tiap bulannya, selain itu ada kemungkinan orang yang tidak menjadi nasabah bank JABAR juga membutuhkan pelayanan dari bank JABAR. Oleh karena itu pelayanan yang diberikan harus diperhatikan dengan sebaik – baiknya. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat diidentifikasi masalah – masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank JABAR cabang Soreang ?
2. Bagaimana hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah Bank JABAR cabang Soreang ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank JABAR cabang Soreang.
2. Untuk mengetahui hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah Bank JABAR cabang Soreang.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi :

1. Penulis

- Untuk menambah wawasan ilmu dan pengetahuan yang telah diperoleh selama ini di bangku perkuliahan dengan dunia praktika di perusahaan sehari – hari
- Untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar sarjana Ekonomi jurusan Manajemen

2. Bank JABAR

- Untuk mengetahui kinerja perusahaan saat ini khususnya dilihat dari tingkat kepuasan para nasabahnya
- Diharapkan penelitian ini menjadi bahan masukan bagi pihak bank dalam pengembangannya, terutama dalam aktivitas pelayanan kepada nasabah agar tercapai kepuasan nasabah (*customer satisfaction*)

3. Fakultas

Guna melengkapi literatur di perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha sehingga dapat menjadi sumber bacaan yang bermanfaat bagi mahasiswa yang akan menyusun skripsi.

4. Pihak Lain yang Berkepentingan

Sebagai bahan penambah pengetahuan bagi pihak lain mengenai kualitas pelayanan dalam praktek di bank yang bersangkutan. Selain itu juga dapat menjadi bahan pembanding dengan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh mengenai kualitas pelayanan.

1.5 Kerangka Pemikiran

Dalam setiap kegiatannya, sebuah perusahaan tidak terlepas dari fungsi operasi baik perusahaan manufaktur maupun perusahaan jasa. Operasi dalam perusahaan jasa bertanggung jawab dalam menghasilkan jasa yang mempunyai nilai guna. Untuk melaksanakan fungsi operasi tersebut maka perusahaan harus menerapkan Manajemen Operasi.

Adapun yang dimaksud dengan Manajemen Operasi adalah :

“ Operations Management may be defined as the design, operation, and improvement of the production system that create the firm’s primary products or service.” (Richard B. Chase, Nicholas J. Aquilano, F. Robert Jacobs, 1998; 5)

Artinya, Manajemen operasi dapat didefinisikan sebagai desain, operasi dan perbaikan sistem produksi yang menciptakan produk atau jasa utama perusahaan.

Perbankan merupakan salah satu bidang usaha yang bergerak dalam bidang jasa karena tidak terlepas dari karakteristik pelayanan yang diberikan, seperti : tidak berwujud, produknya maupun jenis pelayanannya bervariasi, tidak dapat distandarisasi dan tidak dapat disimpan sebagai persediaan. Dengan adanya keempat karakteristik tersebut maka akan sangat mempengaruhi sikap dari para nasabah yang dapat berubah – ubah.

Adapun yang dimaksud dengan kualitas adalah :

“ Quality is created in the design state and not in the control state, the majority of quality – related problems are caused by poor or unsuitable design of products and processes ” (Barrie G. Dale, 1994; 9)

Artinya, kualitas diciptakan pada tingkat desain dan bukan pada tingkat pengendalian, sebagian besar masalah yang menyangkut kualitas pada umumnya disebabkan oleh desain produk dan proses yang buruk atau tidak sesuai.

Sedangkan yang disebut dengan jasa adalah :

“ A service is any act or performance that one party can offer to another that is essentially intangible and does not result in the ownership of anything. Its production may or may not be tied to physical product “ (Philip Kotler, 2003; 464)

Artinya, jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksi tersebut mungkin berkaitan atau tidak berkaitan dengan produk fisik.

Kualitas pelayanan sangat penting untuk diperhatikan dan dikendalikan secara terus menerus agar para nasabah menjadi puas karena bank sangat tergantung pada nasabahnya dan harus benar – benar memperhatikan kualitas pelayanannya agar nasabah tersebut merasa senang dan puas atas pelayanan yang telah diberikan.

Adapun yang dimaksud dengan kualitas jasa adalah :

“ Service Quality is function of customer perception. In other words, service quality is what the customer perceives it to be relations to his or her need “ (Flora Han & Debbie Long, 1996; 73)

Artinya, kualitas jasa adalah suatu fungsi dari persepsi pelanggan. Dengan kata lain, kualitas jasa adalah apa yang dirasakan oleh pelanggan yang berhubungan dengan kebutuhannya.

Jadi dalam dunia perbankan kualitas pelayanan sangatlah penting guna menghasilkan pelayanan yang memuaskan bagi nasabah. Kualitas pelayanan adalah kesenjangan antara pelayanan yang ditawarkan oleh perusahaan atau bank dengan pelayanan yang diinginkan oleh para nasabahnya.

Kepuasan nasabah merupakan salah satu hal penting karena pelayanan yang diberikan merupakan sesuatu yang dapat langsung dirasakan sebelum ia menikmati produk atau jasa yang akan dibeli.

Adapun karakteristik jasa menurut Fandy Tjiptono yaitu : (Fandy Tjiptono, 2003; 15)

1. *Intangibility*

Tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, dicium, atau didengar

2. *Inseparability*

Barang biasanya diproduksi, kemudian dijual lalu dikonsumsi. Sedangkan jasa biasanya dijual terlebih dahulu baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan .

3. *Variability*

Jasa bersifat variabel karena merupakan *non-standardized output*, artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan dan dimana saja produk tersebut dihasilkan

4. *Perishability*

Jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan.

Adapun kriteria kualitas jasa menurut Parasuraman, Zeithaml dan Berry adalah sebagai berikut : (Fandy Tjiptono, 2003; 14)

1. *Reliability* (keandalan)

Kemampuan untuk melakukan jasa yang disajikan dengan tepat dan terpercaya.

2. *Responsiveness* (keandalan)

Kemampuan untuk membantu dan memberikan jasa yang tepat.

3. *Assurance* (jaminan)

Pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan.

4. *Emphaty*

Syarat untuk peduli memberikan perhatian pribadi pada pelanggan.

5. *Tangibles* (bukti langsung)

Penampilan fisik, peralatan, personil dan media komunikasi.

Ada 5 (lima) gap pelayanan, dimana gap 1 sampai dengan gap 4 merupakan gap pelayanan yang terjadi dalam organisasi perusahaan dan gap 5 adalah kualitas pelayanan yang dirasakan untuk konsumen, kelima gap tersebut adalah : (Valarie A. Zeithmal, Berry dan Parasuraman, 1990; 131)

1. Gap 1, Gap antara harapan konsumen dan persepsi manajemen

Asal masalah seringkali dapat dilacak dalam suatu perusahaan, yaitu komunikasi pemasaran.

2. Gap 2, Gap antara persepsi manajemen terhadap harapan konsumen dan spesifikasi kualitas pelayanan

Terkadang manajemen mampu memahami secara tepat apa yang diinginkan oleh pelanggan, tetapi tidak menyusun suatu standar kinerja tertentu yang jelas

3. Gap 3, Gap antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian pelayanan

Bila pelanggan mengukur kinerja atau prestasi perusahaan yang berlainan

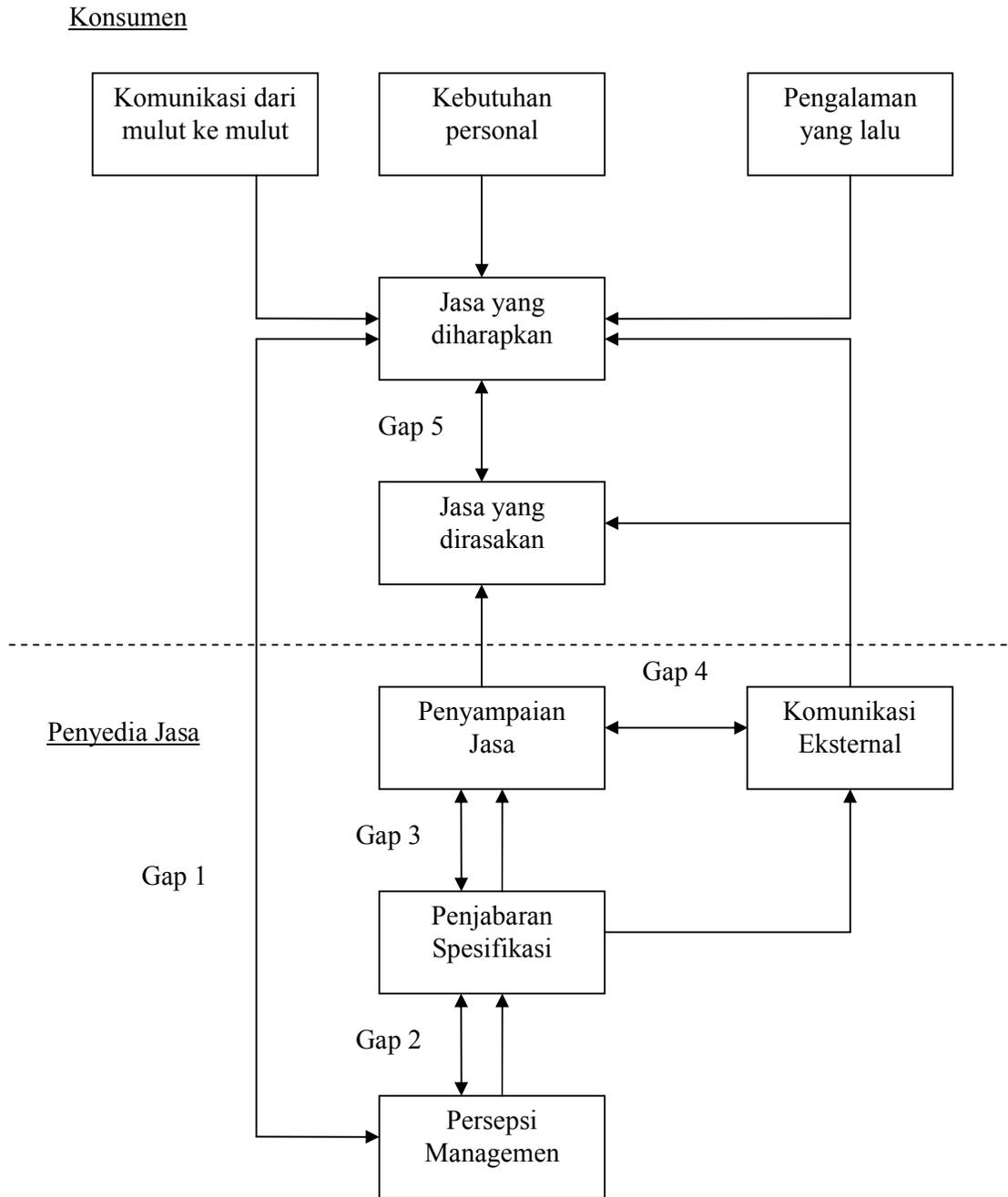
4. Gap 4, Gap antara penyampaian pelayanan dan komunikasi eksternal kepada pelanggan

Harapan pelanggan dipengaruhi oleh iklan dan pernyataan atau janji yang dibuat oleh perusahaan

5. Gap 5, Gap antara pelayanan yang dirasakan dengan pelayanan yang diharapkan oleh konsumen

Model kualitas jasa tersebut dapat digambarkan sebagai berikut :

Diagram 1. 1
Model Kualitas Jasa (Gap Model)



Sumber : Zeithmal, Valarie A., Leonard L. Berry dan Parasuraman, 1990, "Delivering Quality Service", New York. The Free Press ; 131

Oleh karena itu untuk dapat memenangkan persaingan maka dapat dilakukan melalui pencapaian kepuasan konsumen. Pengukuran kepuasan konsumen dapat diukur dengan cara menganalisis apakah pelayanan yang sudah ada telah memenuhi harapan pelanggan sehingga perusahaan dapat mengetahui komponen mana yang harus diprioritaskan terlebih dahulu.

1. 6 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif analitis, yaitu suatu metode penelitian yang bertujuan untuk memaparkan data responden secara terstruktur, faktual, dan akurat mengenai fakta – fakta, sifat serta korelasi antara variabel yang diteliti.

1. 6. 1 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, data dikumpulkan dengan menggunakan beberapa metode sebagai berikut :

- Observasi

Yaitu cara mengumpulkan data dengan mengamati secara langsung kejadian – kejadian yang terjadi di dalam perusahaan tersebut.

- Wawancara

Yaitu cara pengumpulan data dengan melakukan tatap muka dan tanya jawab dengan orang yang dapat memberikan informasi bagi penulis.

- Kuesioner

Penulis menyebarkan kuesioner kepada para nasabah di bank tersebut secara acak.

- Studi Kepustakaan

Penulis memperoleh data dengan cara mempelajari buku – buku literatur yang berkaitan dengan masalah yang dihadapi sehingga dapat dijadikan sebagai landasan teori dalam menyelesaikan masalah.

Adapun teknik yang digunakan adalah teknik random sampling, yaitu suatu teknik yang hanya mengambil sebagian dari populasi secara acak untuk diteliti dan digunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari populasi.

Oleh karena sampel yang diambil berasal dari populasi yang terbatas, maka untuk menentukan besarnya sampel yang diperlukan agar data yang dikumpulkan mencukupi, penulis akan menggunakan *rumus Slovin* yang dikutip oleh Sevilla (1994) sebagai berikut: (Husein Umar, 1997, 49 – 50)

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Keterangan :

n : Ukuran sampel

N : Ukuran populasi

e : Prosentase kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolelir

1. 6. 2 Identifikasi Variabel Penelitian

Independent variable (variabel X) adalah kualitas ciri atau sifat pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat.

Dependent variable (variabel Y) adalah kepuasan nasabah setelah dibandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan harapannya.

Adapun operasionalisasi variabelnya adalah sebagai berikut :

Tabel 1 . 2
Variabel Penelitian

| Variabel | Subvariabel | Indikator | Skala |
|---------------------------|----------------|---|---------|
| Pelayanan (Variabel X) | Tangible | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kebersihan gedung dan lingkungan sekitar ▪ Kenyamanan gedung ▪ Kelengkapan fasilitas ▪ Keserasian interior ruangan ▪ Penampilan petugas | Ordinal |
| | Reliability | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kecepatan pelayanan ▪ Ketelitian <i>teller</i> ▪ Fasilitas kartu ATM ▪ Kemampuan <i>customer service</i> ▪ Ketepatan waktu | Ordinal |
| | Responsiveness | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kemampuan <i>customer service</i> menanggapi keluhan pelanggan | Ordinal |

| | | | |
|----------------------------------|-------------|---|---------|
| | | (informatif) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kecepatan dan keterampilan petugas menanggapi keluhan nasabah | |
| | Assurance | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kerahasiaan dan keamanan dana dan rekening koran para nasabah ▪ Keamanan lokasi ATM | Ordinal |
| | Empaty | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Keramahan dan kesopanan petugas ▪ Kejelasan informasi yang disampaikan oleh petugas | Ordinal |
| Kepuasan nasabah (Variabel Y) | Tangible | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kepuasan terhadap kebersihan gedung dan lingkungan sekitar ▪ Kepuasan terhadap kebersihan dan kenyamanan ruangan ▪ Kepuasan terhadap kelengkapan fasilitas ▪ Kepuasan terhadap keserasian interior ruangan ▪ Kepuasan terhadap penampilan petugas | Ordinal |
| | Reliability | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kepuasan terhadap kecepatan memberi pelayanan | Ordinal |

| | | | |
|--|----------------|--|---------|
| | | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kepuasan terhadap ketelitian <i>teller</i> ▪ Kepuasan terhadap fasilitas kartu ATM yang diberikan ▪ Kepuasan terhadap kemampuan <i>customer service</i> ▪ Kepuasan terhadap ketepatan waktu | |
| | Responsiveness | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kepuasan terhadap kemampuan <i>customer service</i> menanggapi keluhan pelanggan (informatif) ▪ Kepuasan terhadap Kecepatan dan keterampilan petugas menanggapi keluhan nasabah | Ordinal |
| | Assurance | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kepuasan terhadap terjaminnya kerahasiaan dan keamanan dana dan rekening koran para nasabah ▪ Kepuasan terhadap keamanan lokasi ATM | Ordinal |
| | Empaty | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kepuasan terhadap keramahan dan kesopanan petugas | Ordinal |

| | | | |
|--|--|---|--|
| | | ▪ Kepuasan terhadap informasi yang disampaikan oleh petugas | |
|--|--|---|--|

Sumber : Analisis Penulis

1. 6. 3 Teknik Analisis Data

Analisis data secara kualitatif menggunakan diagram sebab akibat (*cause and effect diagram*) dan peta aliran proses (*process flow chart*) sedangkan analisis secara kuantitatif menggunakan SERVQUAL, *scatter diagram* dan peta kendali (*control chart*).

1. 7 Lokasi dan Lamanya Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Bank JABAR Cabang Soreang, yang berlokasi di JL. Raya Soreang Km 17 Kabupaten Bandung. Adapun lamanya penelitian yang dilakukan penulisan selama 2 (dua) bulan, yaitu dari bulan Oktober sampai Desember 2004.

1. 8 Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan yang digunakan penulisan dalam menyusun skripsi ini adalah sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan

Merupakan pengantar dalam penelitian ini yang menyuguhkan tentang alasan pentingnya kualitas jasa terhadap kepuasan nasabah

Bab II Landasan Teori

Berisi teori – teori yang berkaitan dengan masalah yang diteliti penulis dan yang digunakan untuk memecahkan dan menganalisis masalah.

Bab III Obyek Penelitian

Bab ini berisi tentang gambaran umum perusahaan yang meliputi sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi, dan uraian tugas serta data lain yang berhubungan dengan masalah yang dibahas.

Bab IV Pembahasan

Mengemukakan data yang diperoleh, pengolahan data dan analisis pemecahan masalah.

Bab V Kesimpulan dan Saran

Merupakan kesimpulan dari semua rangkaian yang telah dilakukan penulis dalam melakukan penelitian dan juga saran yang dapat penulis berikan kepada perusahaan yang diharapkan dapat membentuk pemecahan masalah dalam perusahaan.