

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Dalam era teknologi maju sekarang ini tidak satupun perusahaan yang tidak terkena dampak globalisasi, bukan hanya perusahaan besar dan multinasional saja akan tetapi perusahaan kecil juga menghadapi persaingan global. Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing juga menuntut setiap perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumennya serta berusaha memenuhi apa yang diharapkan mereka dengan cara yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan oleh pesaing. Perhatian suatu perusahaan tidak terbatas pada produk atau jasa yang dihasilkan, akan tetapi juga pada aspek proses, sumber daya manusia, dan lingkungan.

Tujuan utama perusahaan dalam menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas adalah tercapainya kepuasan konsumen atau pelanggan (*customer satisfaction*) yang ditandai dengan berkurangnya keluhan (*complaint*) dari para pelanggan sehingga kinerja (*performance*) perusahaan meningkat.

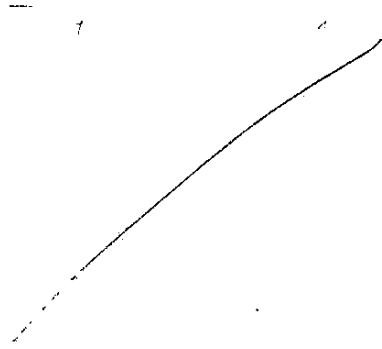
Definisi kualitas jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan (Tjiptono, 1996). Menurut Wycof dalam Tjiptono (1996), kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa,

yaitu *expected service* dan *perceived service* (Parasuraman dalam Tjiptono, 1996). Apabila jasa yang diterima atau yang dirasakan (*perceived service*) sesuai yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten (Tjiptono, 1996). Pelanggan yang puas akan kembali membeli dan mereka akan memberitahu pada konsumen yang lain tentang pengalaman baik mereka (Kotler dan Armstrong, 1999).

Dengan mengetahui definisi dan penekanan dari kualitas tersebut maka orientasi perusahaan dalam menghasilkan produk atau jasa berkualitas adalah pelanggan. Pelangganlah yang berhak menilai terhadap kualitas dengan membandingkan apa yang mereka terima dengan apa yang mereka harapkan.

Industri perbankan saat ini sedang bergeser dari *mass marketing* menuju *niche marketing*, yang berupaya untuk lebih fokus dalam menciptakan kepuasan nasabah. Dalam perusahaan perbankan yang memberikan jasa dibidang keuangan, maka kepuasan nasabah lebih ditonjolkan dalam tingkat loyalitas nasabah sebagai motivasi utama.

Perusahaan Daerah BPR Bank Pasar Kabupaten Bantul Yogyakarta merupakan salah satu dari jasa-jasa perbankan yang banyak tersebar di Yogyakarta, hal ini berarti setiap perbankan mengalami persaingan yang ketat



dan setiap perusahaan harus selalu berusaha meningkatkan kualitasnya agar kepuasan nasabah dapat tercapai dan membuat nasabah loyal kepada perusahaan. Perubahan-perubahan kondisi masyarakat yang terjadi saat ini juga menyebabkan semakin ketatnya persaingan di segala bidang, hal ini juga dialami oleh PD BPR Bank Pasar Kabupaten Bantul Yogyakarta yang bergerak dalam bidang jasa keuangan. Kualitas pelayanan yang baik merupakan upaya yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk menghadapi persaingan dalam bidang jasa yang erat kaitannya dengan nasabah. Kualitas pelayanan yang diharapkan oleh para nasabah adalah fasilitas yang memadai, pelayanan yang baik, kenyamanan, keamanan, ketenangan dan hasil yang memuaskan sehingga pihak manajemen harus memikirkan kualitas pelayanan perbankan yang bergerak dalam jasa keuangan.

Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dibidang kualitas pelayanan karena bagi para nasabah masalah kualitas adalah sangat penting untuk diperhitungkan jika hendak memakai atau menggunakan suatu produk baik itu berupa barang ataupun jasa. Selain alasan tersebut peneliti juga melihat adanya usaha memberikan pelayanan oleh perusahaan-perusahaan sejenis yang berlomba untuk memenuhi harapan nasabah dan berjuang keras meningkatkan kualitas pelayanannya.

Keberhasilan perusahaan dalam memberikan layanan yang bermutu kepada para pelanggannya, pencapaian pangsa pasar yang tinggi, serta peningkatan profit perusahaan tersebut sangat ditentukan oleh pendekatan yang digunakan (Zeithaml, dkk. dalam Lupiyoadi, 2001). Salah satu

pendekatan kualitas pelayanan yang banyak dijadikan acuan para peneliti industri jasa pelayanan adalah skala pengukuran **SERVQUAL**, yang dikemukakan oleh Parasuraman dkk. (1985). **SERVQUAL** dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan atau diterima. Dengan demikian, *service quality* dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima (Parasuraman, dkk. dalam Lupiyoadi 2001). Dalam salah satu studi mengenai **SERVQUAL** oleh Parasuraman (1988) yang melibatkan 800 pelanggan (yang terbagi dari 4 perusahaan) berusia 25 tahun keatas, disimpulkan terdapat lima dimensi **SERVQUAL** yaitu *reliability, tangibles, responsiveness, assurance, empathy* (Lupiyoadi, 2001). Bagaimana dengan pelayanan PD BPR Bank Pasar Kabupaten Bantul, apa perlu dievaluasi? Tentu perlu, dengan maksud menguji apakah kualitas pelayanan yang diberikan Perusahaan Daerah BPR Bantul sudah sesuai dengan harapan nasabah atau belum. Dengan begitu pihak manajemen dapat mengetahui dimensi mana yang membutuhkan peningkatan dalam rangka memberikan *service excellent* (pelayanan yang sempurna).

Kepuasan nasabah yang tinggi ditimbulkan oleh kualitas pelayanan yang maksimal dan jika kualitas pelayanan yang diberikan buruk maka harapan konsumen tidak akan pernah tercapai, hal ini berarti perusahaan tersebut akan bangkrut. Dengan demikian hanya perusahaan-perusahaan yang

mampu memberikan kepuasan nasabah yang tinggi sajalah yang akan mampu bersaing dan bertahan untuk hidup dan selanjutnya berkembang.

Atas dasar latar belakang masalah di atas, maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul: **Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PD BPR Bank Pasar di Kabupaten Bantul.**

B. Batasan Masalah Penelitian

1. Variabel penelitian pelayanan yang akan diteliti adalah lima dimensi kualitas pelayanan yang dikemukakan oleh Parasuraman, dkk. (1998) meliputi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangible* (Lupiyoadi, 2001).
2. Penelitian ditujukan pada *gap* antara jasa yang dirasakan dengan jasa yang diharapkan.

C. Rumusan Masalah Penelitian

Adanya *gap* kualitas jasa menunjukkan bahwa kualitas jasa yang diterima oleh nasabah belum memenuhi harapannya. Besar kecilnya *gap* akan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan keadaan ini, maka dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *gap* antara kualitas jasa yang diharapkan oleh nasabah dengan kualitas jasa saat ini diterimanya terhadap kepuasan nasabah pada PD BPR Bank Pasar Kabupaten Bantul.

2. Atribut manakah yang pengaruhnya paling dominan terhadap kepuasan nasabah ?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh *gap* antara kualitas jasa yang diharapkan oleh nasabah dengan kualitas jasa yang diterimanya.
2. Untuk menganalisis atribut manakah yang pengaruhnya paling dominan memberi kepuasan nasabah.

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan akan bermanfaat bagi:

1. Bagi pengelola PD BPR Bank Pasar Kabupaten Bantul.
Dapat membantu dan memberikan masukan pada manajemen dalam melaksanakan pengendalian kualitas pelayan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan nasabah sehingga nasabah atau pelanggan akan loyal pada perusahaan. Selain itu juga dapat digunakan dalam rangka penyusunan strategi dibidang operasional berdasarkan data informasi mengenai apa yang menjadi nilai harapan nasabah.
2. Bagi Penulis
Sebagai sarana untuk menerapkan teori-teori yang diperoleh di bangku kuliah dan menambah pengetahuan juga memperluas wawasan dalam bidang kualitas pelayanan pada khususnya.
3. Sekiranya akan dapat dijadikan bahan wacana referensi dalam penelitian lebih lanjut.