

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi ini, persaingan bisnis antar perbankan sangat ketat. Perbankan yang ingin berkembang dan mendapat keunggulan kompetitif harus dapat memberikan produk berupa barang atau jasa yang berkualitas dengan harga bersaing, penyerahan lebih cepat dan pelayanan yang baik kepada anggota. Untuk memenuhi kepuasan anggota pada industri perbankan yang termasuk dalam industri jasa, kualitas pelayanan merupakan suatu hal yang sangat kritis dan sangat menentukan keberhasilan suatu perbankan dalam menghadapi persaingan.

Industri Perbankan saat ini, sedang bergeser dari *mass marketing* menuju *niche marketing*, yang berupaya untuk lebih fokus dalam menciptakan kepuasan pelanggan yang tergolong *niche*. Ada beberapa paradigma yang dapat dijadikan sebagai ciri – ciri dari perusahaan yang menerapkan *niche marketing*. Menurut Irawan (1996:26-27) ciri – ciri utama *niche marketing* yang berkaitan dengan dunia perbankan yaitu strategi, segmentasinya sudah mempertimbangkan banyak variabel, percaya akan pentingnya marketing dan terus mengupayakan diferensiasi, *content* (produk bank), *context* (bagaimana *service* diberikan) atau *infrastructure* (meliputi teknologi, fasilitas atau faktor sumberdaya manusia).

Ciri-ciri diatas mengarah kepada *consumer orientation*. Menurut Tjiptono dan Diana (1998:45) salah satu prinsip dasar dalam *consumer orientation* adalah memahami pelanggan (perilaku, kebutuhan dan keinginan).

Paradigma ini dimaksudkan untuk memberikan kepuasan yang maksimum

kepada pelanggan. Dahulu kualitas pelayanan dikembangkan atas dasar kriteria yang ditetapkan oleh perusahaan, sedangkan saat ini telah bergeser kepada pengertian yang sesuai dengan kriteria konsumen.

Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang dipersepsi (*perceived services*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected services*) (Kotler 1997). Kualitas layanan akan dihasilkan oleh operasi yang dilakukan perbankan dan keberhasilan oleh perbankan ini ditentukan oleh banyak faktor, antara lain : Karyawan, sistem, teknologi, dan keterlibatan anggota.

Dalam perusahaan perbankan yang memberikan jasa di bidang keuangan, maka kepuasan anggota lebih ditonjolkan dalam tingkat loyalitas anggota sebagai motivasi utama. Penyampaian layanan yang berkualitas dewasa ini dianggap sebagai suatu strategi yang esensial agar perusahaan sukses dan dapat bertahan (Reichhed dan Sasser,1990).

Penerapan manajemen kualitas pelayanan dalam industri jasa menjadi pokok apabila ingin berkompetisi di pasar domestik apalagi di pasar global (Gaspersz,1997). Hal ini disebabkan kualitas pelayanan dapat memberikan kontribusi pada kepuasan anggota.

Pada dasarnya kepuasan anggota atas kualitas pelayanan akan berpengaruh pada pola perilaku anggota selanjutnya, diantaranya hubungan antara bank dan anggotanya menjadi harmonis, terciptanya anggota yang membentuk satu rekomendasi dari mulut kemulut yang menguntungkan bagi pihak bank. Anggota yang puas cenderung akan memberikan referensi yang baik terhadap produk kepada orang lain. Tidak demikian dengan seorang Anggota

memberikan keterangan – keterangan yang tidak menguntungkan bagi pihak bank kepada media massa, hal ini dapat merusak citra bank. Oleh karena itu hal tersebut dapat diantisipasi dengan cara menghilangkan faktor – faktor penyebab tidak puasnya Anggota. Salah satu komponen yang dapat mempengaruhi kepuasan Anggota adalah pelayanan *teller*, yang juga merupakan salah satu ujung tombak dalam mencapai kepuasan Anggota yang maksimal.

Selain itu menurut Hasil Servey McKinsey (2000) bahwa nasabah makin tidak loyal kepada Banknya ketika mereka makin kaya, ini berarti bahwa tingkat pendapatan nasabah dapat mempengaruhi kepuasan nasabah terhadap pelayanan sebuah bank.

Berdasarkan uraian dan latar belakang tersebut maka dalam kesempatan ini peneliti ingin mengetahui bagaimana Tingkat Kepuasan anggota Terhadap Kualitas Pelayanan *teller* pada BMT Beringharjo Yogyakarta. Untuk itu peneliti mengadakan penelitian di BMT Beringharjo Yogyakarta dan untuk penulisan skripsi dengan judul ANALISIS KEPUASAN ANGGOTA TERHADAP KUALITAS PELAYANAN *TELLER* STUDI PADA BMT BERINGHARJO

B. Batasan Masalah

Agar penelitian ini mencerminkan salah satu layanan yang diberikan kepada anggota sebagai kontribusi dalam pelayanan *Teller* pada BMT Beringharjo Yogyakarta, maka perlu diberikan suatu batasan–batasan yang jelas dalam penelitian ini.

1. Atribut yang diteliti adalah Kualitas Pelayanan yang meliputi lima Atribut (Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, 1988)

a. *Reliability* (Keandalan)

Yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan

b. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Yaitu kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan yang tanggap

c. *Assurance* (Kepastian, Jaminan)

Yaitu kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh staf, bebas dari bahaya, resiko dan keragu – ragan

d. *Emphaty* (Perhatian)

Yaitu kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan pelanggan

e. *Tangibles* (kenyataan)

Yaitu fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

2. Responden Penelitian :

Responden Penelitian adalah Anggota BMT Beringharjo Yogyakarta yang mendapatkan pelayanan *Teller* BMT Beringharjo Yogyakarta

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan diatas, maka dirumuskan permasalahan berikut :

1. Bagaimana kepuasan anggota terhadap Kualitas Pelayanan *Teller* pada BMT Beringharjo Yogyakarta?
2. Apakah terdapat perbedaan kepuasan anggota terhadap Kualitas Pelayanan *Teller* pada BMT Beringharjo Yogyakarta dilihat dari tingkat Pendapatan Anggota ?
3. Atribut mana yang paling menentukan kepuasan anggota pada BMT Beringharjo Yogyakarta ?

D. Tujuan Penelitian

Secara umum penelitian ini dilakukan untuk :

1. Menganalisis kepuasan Anggota BMT Beringharjo Yogyakarta terhadap Kualitas Pelayanan *Teller* pada BMT Beringharjo Yogyakarta.
2. Menganalisis perbedaan kepuasan Anggota terhadap Kualitas Pelayanan *Teller* pada BMT Beringharjo Yogyakarta dilihat dari tingkat pendapatan Anggota.
3. Menganalisis Atribut mana yang paling menentukan kepuasan anggota

E. Manfaat Penelitian

Disamping tujuan penelitian seperti yang diuraikan diatas, penelitian ini juga mempunyai manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

- a. Penelitian ini sebagai sarana untuk menerapkan teori yang didapat diperkuliahan selama ini, serta menambah wawasan dan pengetahuan dibidang Manajemen pemasaran yang lebih khususnya membahas tentang kepuasan pada konsumen.
- b. Untuk memenuhi sebagian syarat – syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

2. Bagi Perbankan

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi atau masukan kepada BMT Beringharjo Yogyakarta tentang tingkat kepuasan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil kebijaksanaan