

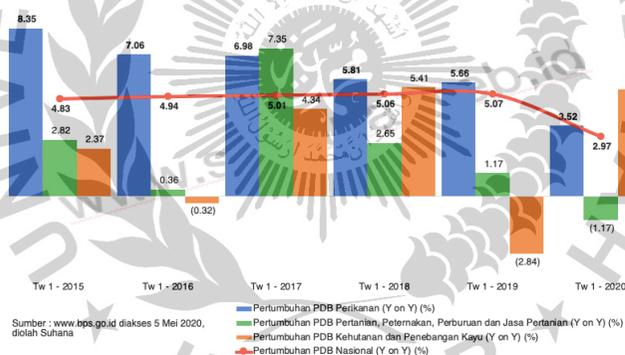
BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Badan Pusat Statistik menyebutkan, pertumbuhan ekonomi Indonesia pada 2020 mencapai 5,31%. Angka tersebut merupakan salah satu capaian tertinggi pertumbuhan ekonomi Indonesia. Penopang utama pertumbuhan ekonomi adalah industri jasa atau industri non-perdagangan. Pertumbuhan beberapa industri jasa telah melampaui pertumbuhan produk domestik bruto (PDB). Faktor ini juga menjadi salah satu kunci pertumbuhan PDB yang lebih tinggi dari tahun sebelumnya.

Di era globalisasi saat ini, perusahaan-perusahaan di industri jasa telah tumbuh secara signifikan lebih dari sebelumnya, dan persaingan antar perusahaan menjadi semakin ketat. Dengan peningkatan kesejahteraan masyarakat, makanan, pakaian, perumahan, dll juga akan meningkat. Ini adalah kemajuan yang signifikan di sektor jasa. Berikut adalah grafik pertumbuhan sektor jasa di Indonesia dari tahun 2015-2020:

Tabel 1.1 Grafik Pertumbuhan Sektor Jasa Indonesia



Sumber : Data BPS dan CEIC 2020

Dengan berkembangnya dunia usaha Indonesia, maka industri jasa khususnya industri perbankan telah berkembang dengan baik sehingga menciptakan situasi yang lebih menjanjikan bagi industri perbankan di masa mendatang. Menurut Kasmir (2013), perbankan adalah kegiatan menghimpun dana (funds) dan menyalurkan dana (loans). Sedangkan menurut Darmawi (2012) definisi perbankan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan bank, termasuk lembaga, kegiatan usaha, serta cara dan proses pelaksanaan kegiatan usaha. (Sulistiani, 2001). Pada prinsipnya setiap perusahaan harus mampu memuaskan dan mempertahankan pelanggan. Ini adalah kunci untuk menjaga kinerja bisnis. Dengan memberi pelanggan "tidak ada alasan untuk beralih dan semua alasan tersisa", perusahaan

mengisolasi mereka dari tekanan persaingan. Menurut Kotler (2012) kualitas pelayanan diartikan sebagai keseluruhan ciri dari barang dan jasa yang mempengaruhi pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan maupun tidak dinyatakan. Sedangkan menurut (Tjiptono, 2018) kualitas layanan didefinisikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Kualitas pelayanan dipandang sebagai satu komponen yang perlu diwujudkan oleh perusahaan, karena memiliki pengaruh untuk mendatangkan pelanggan baru dan dapat mengurangi pelanggan lama beralih pada perusahaan lain.

Pelayanan merupakan faktor yang sangat penting terutama bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa. Ini adalah produk fisik yang biasanya didukung oleh berbagai inisial produk. Produk inti yang dimaksud biasanya adalah layanan tertentu. Menurut Gronroos (dalam Ratminto 2012), pelayanan adalah suatu kegiatan atau rangkaian interaksi antara konsumen dengan hal-hal lain yang disediakan oleh karyawan atau penyedia jasa yang bertujuan untuk memecahkan masalah konsumen atau pelanggan. Kualitas pelayanan dapat dinyatakan sebagai perbandingan antara pelayanan yang diharapkan dengan pelayanan yang diterima, apabila pelayanan yang diterima memuaskan dan baik maka dapat terbentuk pelanggan yang loyal. Penentuan kepuasan pelanggan adalah kinerja yang diharapkan dan diharapkan. Jika kinerja yang dirasakan melebihi harapan, pelanggan puas, sebaliknya pelanggan tidak puas.

Kepuasan konsumen dapat di jadikan sebagai capaian harapan dari sebuah perusahaan dalam memberikan suatu bentuk pelayanan terhadap konsumennya. Kepuasan konsumen terhadap suatu jasa ditentukan oleh kebutuhan konsumen sebelum menggunakan jasa dibandingkan dengan hasil persepsi konsumen (Arif, 2007). Persepsi dari konsumen akan mempengaruhi kepuasan yang dapat diperolehnya. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja dan harapan-harapannya (Kotler, 2011), perasaan tersebut ketika konsumen sudah terpenuhi segala bentuk harapannya. Setiap bisnis memiliki tugas yang kuat untuk menciptakan Loyalitas Pelanggan, sebab seperti yang ditulis oleh Kaset International "Another justification the significance of building client dependability is a measurement that says it costs five fold the amount of to get another client as it does to keep an old one". yang diartikan, dalam membangun sebuah loyalitas konsumen itu sangatlah sulit, apabila kita sudah mendapatkan konsumen yang loyal, kita harus mempertahankan dengan segala cara. Karena mempertahankan konsumen lama lima kali lebih sulit daripada mencari konsumen yang baru. Hasil penilaian konsumen atas kualitas layanan akan membentuk pola loyalitas konsumen tertentu (Consumer Loyalty Pattern), yaitu dari sangat loyal sampai dengan sangat tidak loyal.

Untuk mengukur suatu tingkat kepuasan konsumen terhadap produk jasa perlu

dilakukan suatu analisis kualitas pelayanan yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen dengan perbandingan antara tingkat kepentingan (Important) dengan kinerja (Performance) pelayanan. Salah satu alat analisa yang dapat digunakan yakni Important Performance Satisfaction (IPA). IPA adalah metode yang digunakan untuk menganalisis kepuasan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa. IPA merupakan teknik yang tepat untuk mengukur tingkat kepentingan (important) konsumen dengan kinerja (performance). Hasil IPA digambarkan pada diagram kartesius dengan empat kuadran, sehingga dapat diketahui sejauh mana tingkat perbaikan yang diinginkan oleh konsumen terhadap layanan yang diperoleh.

Kualitas pelayanan ini ditentukan oleh beberapa dimensi, hal ini dapat diuraikan ke dalam atribut - atribut penyusun dimensi tersebut, dengan mengetahui dimensi kualitas pelayanan apa saja dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Dalam model penelitian Zeithaml (2000) kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangible, product quality, dan price.

Penelitian sebelumnya menurut Widodo (2018) dengan menggunakan alat analisis Customer Satisfaction Index (CSI) hasil akhir yang diperoleh 62,81% yang berarti konsumen puas atas kualitas yang diberikan oleh perusahaan. Sedangkan menurut Siti Noor Hidayati (2015) dengan menggunakan alat analisis Customer Satisfaction Index (CSI) dan Important Performance Analysis (IPA) mayoritas pelanggan puas dengan layanan yang diberikan tetapi belum maksimal, hal ini dapat dilihat dari hasil pengujian tingkat kepuasan pelanggan diperoleh 53,7% hasil ini dianggap ada beberapa atribut kualitas layanan yang diberikan masih belum maksimal.

Menurut penelitian Vera Devani (2016) dengan menggunakan alat CSI dan IPA diperoleh hasil 70,44% yang menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen telah merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan, namun perusahaan harus lebih meningkatkan pelayanan karena pada kualitas pelayanan merupakan prioritas utama dalam perbaikan. Menurut penelitian terdahulu dari Yuliah (2015) dengan menggunakan alat analisis Customer Satisfaction Index (CSI) dan Important Performance Analysis (IPA) mendapatkan hasil pada metode IPA memiliki dua atribut kualitas pelayanan yang masuk ke kuadran 1, itu berarti ada dua atribut yang harus diprioritaskan untuk diperbaiki karena kinerja atribut pelayanan tidak memuaskan konsumen dan metode CSI menunjukkan bahwa secara keseluruhan tingkat kepuasan pelanggan yaitu sebesar 68,45 persen, itu berarti bahwa mayoritas pelanggan puas dengan kinerja kualitas layanan Smartfren.

Menurut beberapa penelitian terdahulu tersebut, bisa disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan sangat berpengaruh besar terhadap kepuasan konsumen. Pengukuran yang dilakukan dengan menggunakan metode Important Performance Analysis (IPA) dan Customer Satisfaction Index (CSI). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen dengan objek

yang berbeda yaitu dengan menggunakan objek perusahaan jasa.

Perbankan memiliki peranan yang sangat penting dalam pencapaian tujuan nasional yang berkaitan dalam peningkatan dan pemerataan taraf hidup masyarakat serta menunjang berjalannya roda perekonomian mengingat fungsinya sebagai lembaga intermediasi, penyelenggara transaksi pembayaran, serta alat transmisi kebijakan moneter. Dari pengertian tersebut dinyatakan bahwa kegiatan Bank selalu berkaitan dengan masalah keuangan yaitu menghimpun dana dan menyalurkan dana. Dengan demikian Bank harus menjaga kepercayaan masyarakat dengan menjamin tingkat likuiditas juga beroperasi secara efektif dan efisien untuk mencapai profitabilitas yang tinggi.

Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah Bank Syariah Indonesia (BSI) Situbondo yang berlokasi di Jl Basuki Rahmat No 170 Mimbaan Situbondo. Salah satu lembaga swasta yang berjalan di bidang perbankan, yang mencoba membantu masyarakat untuk melakukan transaksi pembayaran. Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Berikut ini adalah Data Nasabah BSI Situbondo sejak Tahun 2017 :

Tabel 1.2 Data Nasabah BSI Situbondo sejak Tahun 2017

No	Tahun	Jumlah nasabah / orang
1	2017	3.494
2	2018	3.156
3	2019	4.351
4	2020	3.398

Sumber: Bank Syariah Indonesia Situbondo 2020

Data tabel 1.2 diatas dapat disimpulkan bahwa dari tahun 2017 hingga tahun 2020 mengalami kenaikan dan penurunan yang tidak signifikan, titik perkembangan terjadi pada tahun 2019 dimana jumlah nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Situbondo sebanyak 4.351 nasabah, maka sangat diperlukan strategi untuk tetap mempertahankan jumlah nasabah atau meningkatkan jumlah nasabah setiap tahunnya. Salah satu strategi yang dapat dilakukan dalam meningkatkan jumlah nasabah adalah dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan. Ketika kualitas pelayanan yang diberikan maksimal maka akan menimbulkan kepuasan bagi nasabah.

Penulis tertarik melakukan penelitian ini dikarenakan penulis ingin mengetahui kualitas layanan yang telah diberikan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) Situbondo serta atribut apa saja yang dirasa penting dan perlu ditingkatkan

untuk memperbaiki tingkat kinerja pelayanan serta untuk meningkatkan jumlah nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI) Situbondo. Obyek penelitian ini untuk melengkapi temuan penelitian terdahulu dengan menguji lima dimensi kualitas layanan (tangible, realibility, responsiveness, assurance, dan empathy).

Dimana bukti fisik (tangible) Bank Syariah Indonesia (BSI) Situbondo mengenai pengadaan gedung & bangunan, fasilitas fisik yg dimiliki (ruang tunggu serta ruang akad, serta lain-lain), dan kerapihan penampilan fisik karyawan belum mampu menyampaikan kepercayaan secara aporisma pada nasabah, sebagai akibatnya taraf membentuk adanya ketidak puasan bagi pihak nasabah. Kehandalan (reability) Bank Syariah Indonesia (BSI) Situbondo tentang kemampuan melakukan pelayanan sempurna waktu, kemampuan melakukan pelayanan pada saat yang sempurna, ketepatan bank dalam memenuhi janji, dan kemampuan bank dalam memecahkan setiap persoalan nasabah serta belum bisa menyampaika pada pengguna jasa, sebagai akibatnya tingkat kepuasan juga sedikit.

Kemudian daya tanggap (responsive) Bank Syariah Indonesia (BSI) Situbondo mengenai keahlian semua karyawan dalam memberikan berita menggunakan jelas dan terinci wacana pelayanan yang akan diberikan, kecepatan dan ketepatan seluruh karyawan dalam menyampaikan pelayanan, kesediaan seluruh karyawan membantu kesulitan yg dihadapi sang nasabah serta kesediaan seluruh karyawan dalam meluangkan saat buat menanggapi permintaan nasabah menggunakan cepat jua belum memberikan agama yang maksimal kepada pengguna jasa, sehingga pelayanan yang diterima dirasa kurang memuaskan pengguna jasa Bank Syariah Indonesia (BSI) Situbondo. Hal ini akan menjadi evaluasi dan perbaikan selanjutnya bagi pihak Bank Syariah Indonesia (BSI) Situbondo untuk lebih meningkatkan kembali pelayanan dari segi bukti fisik (tangibles), kehandalan (reability) dan daya tanggap (responsiveness) kepada nasabah. Supaya dapat mempertahankan dan dapat meningkatkan jumlah nasabah setiap tahunnya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas layanan yang disediakan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) dengan menggunakan alat analisis IPA.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian adalah:

Mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas layanan yang disediakan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) Situbondo dengan menggunakan alat

analisis IPA.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah :

1. Bagi penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih terhadap ilmu pengetahuan, khususnya dalam manajemen pemasaran dan memberikan tambahan wawasan tentang kualitas layanan yang berhubungan dengan Bank Syariah Indonesia (BSI).

2. Bagi perusahaan

Penelitian ini di harapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan evaluasi mengenai pemasaran khususnya bidang kualitas layanan dan kepuasan pelanggan serta dapat mengatasi masalah yang berhubungan.

