

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Dalam era perdagangan bebas, setiap perusahaan menghadapi persaingan yang ketat. Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan oleh pesaing. Dengan demikian, hanya perusahaan yang berkualitas yang dapat bersaing dan menguasai pasar (Wahyuddin, 2007).

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di mana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan (Wahyuddin, 2007).

Setiap perusahaan dituntut untuk membuat pelanggan merasa puas dengan memberikan penawaran dan pelayanan yang lebih baik, mengingat perusahaan harus mampu untuk mempertahankan posisi pasarnya ditengah persaingan yang semakin ketat. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggan.

Kepuasan nasabah merupakan respons nasabah terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dengan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian (Hartono, 2006). Kepuasan nasabah ditentukan oleh kualitas barang atau jasa yang dikehendaki nasabah. Sehingga jaminan kualitas menjadi

prioritas utama bagi setiap perusahaan sebagai tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan tersebut.

Persaingan yang ketat antar bank dewasa ini mendorong setiap bank untuk memberikan layanan terbaik kepada nasabahnya. Masing-masing bank mempunyai program yang terus diperbarui. Program tersebut dapat berbentuk layanan-layanan baru yang semakin memudahkan nasabah, ada pula yang menawarkan program undian berhadiah. Semua itu dimaksudkan untuk sebanyak mungkin menarik masyarakat untuk menjadi nasabah baru, juga untuk mempertahankan supaya nasabah lama tidak beralih ke bank lain. Hal ini mendorong bisnis jasa perbankan untuk mencari cara yang mendatangkan keuntungan dengan cara mendiferensiasikan diri mereka terhadap pesaing. Bisnis perbankan merupakan bisnis jasa yang berdasarkan pada azas kepercayaan sehingga masalah kualitas layanan menjadi faktor yang sangat menentukan dalam keberhasilan usaha. Kualitas layanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*) (Kotler,2007).

Salah satu strategi yang dapat menunjang keberhasilan dalam bisnis perbankan adalah berusaha menawarkan kualitas jasa dengan kualitas pelayanan yang tinggi yang nampak dalam kinerja yang tinggi dalam performa dari pelayanan yang ada. Dalam menghadapi persaingan, ada beberapa dimensi kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi perilaku nasabah, menurut Parasuraman (2000) menunjukkan bahwa persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan meliputi persepsi yang berhubungan dengan sarana fisik (*Tangibles*), kehandalan (*Reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*), empati (*Emphaty*) yang dapat diukur dengan instrumen *SERVQUAL*. Hasil pengukuran dengan instrumen tersebut memberikan informasi tentang seberapa jauh layanan yang diberikan oleh organisasi dapat memenuhi harapan pelanggan.

Menurut Parasuraman, dkk (1990), *Reliability* secara konsisten merupakan dimensi paling kritis, kemudian tingkat ke-2 *assurance*, ke-3 oleh *tangibles*

(terutama oleh perusahaan perbankan), ke-4 oleh *responsiveness*, dan kadar kepentingan yang paling rendah adalah *emphaty*.

PT. BPR ADY Banyuwangi merupakan salah satu instansi pelayanan jasa dalam dunia perbankan yang berdiri di Malang, pada tanggal 22 Oktober 1991 semula dengan nama PT BPR Anuerahdharma Yuwana. PT. BPR ADY Banyuwangi berkedudukan di Kota Genteng, Kabupaten Banyuwangi akan memberikan pelayanan yang prima kepada nasabahnya guna membentuk *performance/* citra yang baik, dan kepuasan nasabahnya.

Objek penelitian ini adalah Nasabah Debitur PT. BPR ADY Banyuwangi. Alasannya karena terjadi kenaikan jumlah nasabah debitur yang mengeluh. Semakin tingginya nasabah yang mengeluh menandakan jika nasabah belum merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan. Padahal berdasarkan data jumlah nasabah debitur yang diperoleh dari PT. BPR ADY Banyuwangi dari tahun 2014 sampai tahun 2015 menunjukkan adanya kenaikan dari tahun ke tahun. Gambaran mengenai jumlah nasabah debitur PT. BPR ADY Banyuwangi dapat dilihat pada tabel 1.1 sebagai berikut :

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Nasabah Debitur**  
**PT. BPR ADY Banyuwangi**  
**TAHUN 2014-2015**

<b>Bulan</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Januari	1729	2043
Februari	1788	2098
Maret	1851	2116
April	1936	2142
Mei	1984	2142
Juni	2022	2203
Juli	2076	2230
Agustus	2142	2288
September	2199	2306
Oktober	2248	2281
November	2279	2238
Desember	2301	2209
<b>Jumlah</b>	<b>22555</b>	<b>24154</b>

*Sumber : PT. BPR ADY Banyuwangi Tahun 2015*

Berdasarkan uraian dalam tabel 1.1 yang menunjukkan berapa banyak jumlah nasabah debitur yang terus meningkat dan dalam tabel 1.2 yang menunjukkan jumlah keluhan nasabah debitur pada tahun 2014 sampai 2015 yang semakin meningkat sebesar 125 nasabah yang disebabkan oleh faktor kualitas pelayanan yang diberikan kurang maksimal. Oleh karena itu penelitian-penelitian yang mengintegrasikan beberapa faktor menjadi satu khususnya faktor kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan nasabah sangat diperlukan dan perlu lebih banyak lagi. Misalnya penelitian dalam bidang industri jasa yang menguji hubungan antara kualitas pelayanan dengan kinerja perbankan melalui kepuasan nasabah.

Berdasarkan data jumlah nasabah debitur yang diperoleh dari PT. BPR ADY Banyuwangi dari tahun 2014 sampai tahun 2015 menunjukkan adanya kenaikan dari tahun ke tahun. Gambaran ini tidak sesuai dengan harapan bank, karena masih besar keluhan dari nasabah debitur terhadap pelayanan yang diberikan oleh PT. BPR ADY Banyuwangi yang bisa dilihat pada tabel 1.2 sebagai berikut :

**Tabel 1.2**  
**Jumlah Keluhan Nasabah Debitur**  
**PT. BPR ADY Banyuwangi TAHUN 2014-2015**

<b>Bulan</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Januari	16	30
Februari	17	31
Maret	19	31
April	19	32
Mei	20	28
Juni	21	30
Juli	20	33
Agustus	21	29
September	22	27
Oktober	23	34
November	22	30
Desember	23	33
<b>Jumlah</b>	<b>243</b>	<b>368</b>

*Sumber : PT. BPR ADY Banyuwangi Tahun 2015*

Dari tabel 1.2 dapat diketahui bahwa keluhan dari nasabah debitur PT. BPR ADY Banyuwangi dari tahun 2014-2015 semakin meningkat. Selisih keluhan nasabah debitur pada tahun 2014-2015 mencapai 125 nasabah. Kenaikan pada tahun 2015 dipengaruhi dalam hal pelayanan yang diterima, seperti kurangnya keramahan karyawan, kurang luasnya ruang tunggu yang disediakan, kurang tanggapnya karyawan dalam menyelesaikan keluhan nasabah. Adanya nasabah yang mengeluh terhadap pelayanan PT. BPR ADY Banyuwangi mengidentifikasi adanya penurunan kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa, yaitu PT. BPR ADY Banyuwangi sehingga berdampak pada penurunan kepuasan nasabah.



## 1.2. Rumusan Masalah

Salah satu strategi yang dapat menunjang keberhasilan dalam bisnis perbankan adalah berusaha menawarkan kualitas jasa dengan kualitas pelayanan yang tinggi yang nampak dalam kinerja yang tinggi dalam performa dari pelayanan yang ada, sehingga kepuasan nasabah dapat terwujud. Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka pertanyaan dalam penelitian ini adalah :

- a. Apakah ada pengaruh kehandalan terhadap kepuasan nasabah?
- b. Apakah ada pengaruh jaminan terhadap kepuasan nasabah?
- c. Apakah ada pengaruh sarana fisik terhadap kepuasan nasabah?
- d. Apakah ada pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan nasabah?
- e. Apakah ada pengaruh empati terhadap kepuasan nasabah?

## 1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian penulis sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh kehandalan terhadap kepuasan nasabah.
- b. Untuk mengetahui pengaruh jaminan terhadap kepuasan nasabah.
- c. Untuk mengetahui pengaruh sarana fisik terhadap kepuasan nasabah.
- d. Untuk mengetahui pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan nasabah.
- e. Untuk mengetahui pengaruh empati terhadap kepuasan nasabah.

## 1.4. Kegunaan Penelitian

Adapun hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Bagi peneliti, sebagai penerapan atas ilmu pengetahuan yang telah diperoleh selama dalam bangku pendidikan tinggi.
- b. Bagi perusahaan, penelitian ini bermanfaat sebagai dasar pemikiran di dalam menjalankan kebijaksanaan serta mencapai tujuan perusahaan sesuai dengan misi yang diembannya.

- c. Bagi akademisi, penelitian ini berguna sebagai literatur serta sebagai pelengkap bahan pustaka.
- d. Bagi pihak lain, penelitian ini dapat berguna sebagai bahan perbandingan di dalam membahas permasalahan yang sama.

