

BAB I

PENDAHULUAN

Pada Bab I (satu) ini berisikan : Latar Belakang Masalah; Perumusan Masalah; Tujuan Penelitian; Manfaat Penelitian; Metode Penelitian; dan Sistematika Penulisan

A. Latar Belakang Masalah

Perbankan nasional menghadapi persaingan dan tantangan yang cukup berat beberapa tahun terakhir ini. Tantangan besar dari pemberlakuan ACFTA (*Asean-China Free Trade Agreement*) yang memberikan tekanan terhadap sektor riil di bidang manufaktur yang akan mempengaruhi kinerja perbankan, khususnya risiko penurunan kualitas kredit dari debitur. Selain itu juga, adanya trend penurunan suku bunga kredit maka perbankan akan semakin agresif dalam persaingan suku bunga kredit ini menyebabkan persaingan yang tinggi di perbankan pada tahun 2009 yang berlanjut pada tahun 2010. Perebutan dana murah yang mengedepankan teknologi dan layanan yang menguntungkan nasabah dalam kemudahan bertransaksi adalah kondisi yang akan terjadi dalam persaingan perbankan.

Saat ini kebanyakan Bank di Indonesia telah dimiliki oleh pengusaha asing. Salah satu Bank yang kepemilikannya dimiliki oleh pengusaha lokal adalah Bank Mega. Bank Mega merupakan salah satu Bank yang kepemilikannya dimiliki oleh pengusaha lokal yang mampu bertahan dan

bersaing di dunia perbankan. Untuk mengantisipasi persaingan perbankan tersebut, dan seiring dengan pengembangan usahanya, PT Bank Mega Tbk secara sistematis berusaha meningkatkan kualitas sumber daya manusia dengan merekrut tenaga-tenaga yang telah siap pakai melalui sistem perekrutan, penempatan dan remunerasi karyawan yang diterapkan dan terus-menerus dikaji untuk memperoleh hasil yang optimal. Selain itu Bank Mega juga melakukan perekrutan tenaga-tenaga muda untuk mencetak kader-kader manajerial melalui pelatihan dan pendidikan khusus dengan tujuan untuk dapat melengkapi dan memberikan pemikiran serta semangat baru. Dalam rangka meningkatkan kepuasan untuk nasabah, tentu saja peningkatan kualitas tidak hanya dilakukan dari bidang SDM saja, melainkan bidang teknologi, penerapan sistem, media komunikasi, sarana dan prasarana operasional hingga ketersediaan fasilitas adalah hal yang penting.

Menurut catatan penulis, ada 15 bank pesaing yang berada di Jalan Sayangan Palembang, yaitu: Bank BCA, Bank BII, BPR Sukasada, Bank Permata, Bank Windu, Bank BRI Syariah, Bank Mutiara, Bank Panin, Rabo Bank, Bank BRI, Bank Ekonomi, Bank BNI, Bank Btpn, Bank Danamon dan Bank Bukopin. Ini berarti Bank Mega cabang pembantu sayangan berada di daerah dengan persaingan yang ketat.

Salah satu strategi yang tepat untuk mengetahui kemampuan bank dalam memuaskan nasabah adalah dengan mengupayakan sistem umpan balik yang memungkinkan bank dapat mengetahui langsung dari pelanggan itu sendiri, apakah mereka puas dengan pelayanan bank dan harapan mereka

tentang bagaimana seharusnya bank memberikan pelayanan yang memuaskan menurut persepsi nasabah. Sistem umpan balik itu menjadi mudah manakala perbankan mempunyai *customer service* atau pelayanan nasabah. *Customer Service* atau pelayanan nasabah pada hakikatnya adalah setiap kegiatan yang dimaksudkan untuk memberikan kepuasan pada nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Dalam dunia global yang telah mengalami percepatan dalam perpindahan informasi dan preferensi ini mutlak diperlukan peran *customer service* yang dapat mengatasi segala permasalahan dan juga bisa mengantisipasi perubahan-perubahan yang ada.

Selain berfungsi memelihara keberadaan nasabah lama agar tetap setia dan tetap membelanjakan uangnya untuk membeli produk dan jasa kita, *customer service* juga berperan dalam menciptakan peluang penjualan produk dan jasa lainnya. Dengan teknik kehumasan yang baik nasabah dapat dijadikan pemasar yang baik bank untuk merekrut pembeli baru. Keberhasilan membentuk nasabah lama menjadi pemasaran bagi bank adalah petanda adanya kepuasan nasabah lama. Karena puas dan yakin bahwa produk dan jasa bank berkualitas baik dan mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah maka nasabah lama bersedia dengan sukarela menjajakan ke pihak lain sebagai nasabah baru (Wahjono, Manajemen Pemasaran Bank, 2010, hal 179).

Berdasarkan gambaran yang dikemukakan diatas maka Bank Mega dipandang sangat representatif untuk mewakili kelompok bank lainnya di Palembang. Sehingga penelitian ini mencoba menelusuri pengaruh kualitas

layanan jasa *customer service*. Penelitian ini berjudul **“Pengaruh Kualitas Layanan Jasa *Customer Service* Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah di PT. Bank Mega, TBK cabang pembantu Palembang yang terletak di Jl. Sayangan”**.

B. Perumusan Masalah

Dari uraian tersebut di atas maka rumusan masalah yang menjadi pokok bahasan penelitian ini adalah: Bagaimana pengaruh kualitas layanan jasa *customer service* terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mega, Tbk cabang pembantu Palembang?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini sendiri adalah: Untuk mengetahui analisis masing-masing variabel kualitas layanan jasa yang berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah Bank Mega cabang pembantu Palembang.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dilakukannya penelitian ini adalah :

1. Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat membantu perusahaan untuk digunakan sebagai bahan perbandingan, pertimbangan dan menentukan langkah-langkah selanjutnya, sehingga dapat diharapkan dapat lebih meningkatkan kinerja perusahaan dimasa yang akan datang.

2. Bagi peneliti

Merupakan tambahan pengetahuan dari dunia praktisi dan sebagai pembelajaran dalam dunia bisnis.

3. Bagi Nasabah dan Pembaca

Sebagai sumbangan pustaka dan bahan tambahan pengetahuan mengenai kegiatan pemasaran khususnya dalam perbankan.

E. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, jenis penelitian adalah studi kasus yaitu studi yang mengeksplorasi suatu masalah dengan batasan terperinci, memiliki pengambilan data yang mendalam, dan menyertakan berbagai sumber informasi.

2. Populasi dan Sampel

Kata populasi (*population/universe*) dalam statistika merujuk pada sekumpulan individu dengan karakteristik khas yang menjadi perhatian dalam suatu penelitian (pengamatan). Sementara sampel adalah bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya. Banyaknya pengamatan atau anggota suatu populasi disebut ukuran populasi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah PT. Bank Mega, Tbk cabang Palembang.

Dalam penelitian ini tehnik yang digunakan adalah *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel terbatas pada jenis orang tertentu yang dapat memberikan informasi yang diinginkan, dengan criteria sebagai berikut :

- 1) Merupakan nasabah PT. Bank Mega, Tbk Cabang Pembantu Sayangan Palembang;
- 2) Sudah menjadi nasabah PT. Bank Mega, Tbk Cabang Pembantu Sayangan Palembang 1 tahun;
- 3) Nasabah yang berhubungan dengan *customer service* PT. Bank Mega, Tbk Cabang Pembantu Sayangan Palembang;
- 4) Pengambilan sampel di Bank Mega cabang pembantu sayangan Palembang. Sampel penelitian ini berjumlah 100 orang nasabah.

3. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek pada penelitian ini adalah nasabah PT. Bank Mega, Tbk cabang Palembang. Objek pada penelitian ini adalah pengaruh layanan jasa yang terdiri dari bukti langsung (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), perhatian (*emphaty*) terhadap kepuasan konsumen.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Kuesioner

Alat yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan mengajukan beberapa pernyataan secara tertulis dan diberikan secara langsung kepada responden. Dalam penelitian ini, kuesioner dibagikan kepada 100 responden yaitu nasabah Bank Mega yang pernah berhubungan langsung kepada customer service Bank Mega. Kuesioner dibagikan menggunakan skala likert yang terdiri dari sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, sangat tidak setuju. Kelima penilaian tersebut diberikan bobot sebagai berikut: Skor 5 = Sangat Setuju, Skor 4 = Setuju, Skor 3 = Ragu-ragu, Skor 2 = Tidak Setuju dan Skor 1 = Sangat Tidak Setuju.

b. Wawancara

Menurut Prabowo (1996) wawancara adalah metode pengambilan data dengan cara menanyakan sesuatu kepada seseorang responden, caranya adalah dengan bercakap-cakap secara tatap muka.

c. Observasi

Di samping wawancara, penelitian ini juga melakukan metode observasi. Menurut Nawawi & Martini (1991) observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematik terhadap unsur-unsur yang tampak dalam suatu gejala atau gejala-gejala dalam objek penelitian.

d. Jenis Data:

1) Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber pertama baik dari individu ataupun perseorangan, dalam penelitian ini pengumpulan data primer dilakukan dengan menyebarkan kuesioner.

2) Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui pihak lain, atau laporan historis yang telah disusun dalam arsip yang dipublikasikan atau tidak. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari internet.

5. Teknik Pengujian Data

Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Agar kuesioner yang digunakan sesuai dengan syarat penelitian, maka uji validitas dan uji reliabilitas. Untuk menguji validitas dan reliabilitas, maka dilakukan pengujian dengan pengumpulan data pendahuluan dengan menggunakan daftar pertanyaan-pertanyaan atau pernyataan yang telah dibuat. Setelah itu pertanyaan-pertanyaan atau pernyataan ini dibagikan pada 100 responden sebagai sampel.

6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penulisan penelitian ini adalah:

a. Analisis Kuantitatif

Data kuantitatif adalah data berwujud angka-angka hasil perhitungan atau pengukuran (Arikunto, 1998;245). Menurut Sugiono

(2001;86) skala *likert* digunakan untuk mengatur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Serta menggunakan Analisis Linear Berganda dimana data yang terkumpul akan dianalisis dengan menggunakan SPSS versi 10.0, dimana rumus statistik yang dipakai adalah *Linear Multiple Regression* (Analisis Regresi Linear Berganda) dimana fungsinya adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Fungsi tersebut menenangkan hubungan antara 2 variabel, variabel bebas (X), dan variabel terikat (Y), dimana:

- 1) Variabel Bebas (X) adalah kualitas layanan jasa yang terdiri dari:
 - a) Bukti langsung (X1) dengan indikator fasilitas fisik, perlengkapan, penampilan pegawai dan sarana komunikasi.
 - b) Keandalan (X2) dengan indikator kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
 - c) Daya tanggap (X3) dengan indikator keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para nasabah dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
 - d) Jaminan (X4) dengan indikator pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko, atau keragu-raguan.
 - e) Empati (X5) dengan indikator kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

2) Variabel terikat (Y):

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah dengan indikator yaitu: kepuasan yang diterima nasabah. Bentuk umum persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel kepuasan nasabah

X1 = Variabel bukti langsung

X2 = Variabel keandalan

X3 = Variabel daya tanggap

X4 = Variabel jaminan

X5 = Variabel empati

a = Nilai konstanta

b1, b2, b3, b4, b5 = Koefisien regresi mengukur besarnya pengaruh X

e = Error

b. Analisis Kualitatif

Menurut Arikunto (1998, 245) data kualitatif adalah data yang digambarkan dengan kata-kata atau kalimat yang dipisahkan menurut kategori tersebut dibagi menjadi faktor utama dan faktor pendukung untuk memperoleh kesimpulan. Teknik analisis kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif yang diangkakan (*skoring*) yang terdapat dalam skala pengukuran.

F. Sistematika Penulisan

Untuk memahami skripsi ini, maka didalam penyajiannya, proposal ini dibagi dalam (5) lima bab, dimana antara satu bab dengan yang lainnya saling memiliki hubungan yang erat. Adapun susunan dari tiap bab tersebut adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dikemukakan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan diuraikan mengenai landasan teoritis tentang definisi jasa, karakteristik jasa, kualitas jasa, manajemen pemasaran jasa, konsep kualitas jasa, dimensi kulaitas jasa, *service quality*, konsep kepuasan pelanggan.

BAB III : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini akan diuraikan mengenai gambaran umum perusahaan yang meliputi sejarah singkat perusahaan, visi dan misi, struktur organisasi, dan pembagian tugas.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dianalisis mengenai permasalahan yang diteliti. Teknik analisis yang dipakai adalah teknik analisis kuantitatif dan teknik analisis kualitatif, dimana ukuran skala yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala likert. Skala likert dipakai untuk menentukan hasil kemungkinan jawaban responden dari kuesioner yang disebarakan. Kemudian hasil

jawaban responden dipersentasekan, dan dianalisis dengan mengaitkan teori-teori manajemen pemasaran, sehingga dapat dicari jalan pemecahan dari permasalahan yang dihadapi

BAB V : SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan diuraikan simpulan dan saran dari penelitian dari analisis pada bab sebelumnya, yaitu bagaimana tanggapan nasabah Bank Mega cabang Sayangan Palembang, mengenai kualitas layanan yang diberikan Bank Mega cabang Sayangan Palembang di mana akan terungkap faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah Bank Mega cabang Sayangan Palembang.