

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Mengacu pada situasi perkembangan zaman yang cukup pesat di berbagai bidang usaha sekaligus banyaknya berbagai macam produk yang ditawarkan oleh setiap lembaga usaha sudah tentu memunculkan adanya persaingan guna memenangkan pasar. Seiring dengan kondisi tersebut maka guna tercapainya suatu bentuk persaingan yang sehat maka senantiasa harus disertai dengan perkembangan kebijakan dan peraturan guna meningkatkan pembangunan yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia, sudah tentu mengangkat perubahan pola pikir Nasabah juga, terutama tentang sistem nilai yang dianut dan cara pandang Nasabah.

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik yaitu:

Undang-undang yang mengatur tentang prinsip-prinsip pemerintahan yang baik yang merupakan efektifitas fungsi-fungsi pemerintahan itu sendiri. pelayanan publik yang dilaksanakan oleh pemerintahan atau lembaga yang efektif dapat menciptakan demokrasi dan hak asasi manusia, mempromosikan kemakmuran ekonomi, hubungan sosial, guna menekan kemiskinan, peningkatan pada perlindungan lingkungan, bijak dalam menggunakan sumber daya yang ada , serta memperdalam tingkat keyakinan dan percaya pada pemerintah dan kebijakan pemerintah.

Kedaaan masyarakat ini Nasabah lebih mengharapkan servis yang lebih bagus dan sesuai dengan keinginan, sehingga mereka lebih hati-hati dan kritis dalam menentukan segala sesuatu yang bisa digunakan guna memenuhi kebutuhan hidupnya. Berdasarkan pada kondisi yang terjadi sedang menyangkut perubahan kondisi tersebut maka menuntut para pelaku usaha. Adapun dalam peneliti ini lebih menekankan bentuk pelayanan jasa di lembaga keuangan yaitu Bank.

Menurut Tjiptono (2010:34) kualitas pelayanan adalah

Tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa ada faktor utama yang

mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu: Jasa yang diharapkan dan jasa yang dirasakan/dipersepsikan”.

Pendapat tersebut menggambarkan tentang kualitas pelayanan yang memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan nasabah khususnya bagi nasabah maupun calon nasabah dalam mendapatkan fasilitas pelayanan jasa. Pelayanan yang diberikan oleh perbankan akan berhasil memperoleh tingkat kepuasan maksimal apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagi Nasabah dalam hal ini Nasabah.

Kepuasan Nasabah dalam menerima suatu pelayanan merupakan acuan keberhasilan suatu lembaga keuangan (Bank) dalam memberikan pelayanannya kepada nasabah dengan tujuan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah, adapun menyangkut tentang kepuasan nasabah merupakan respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian.

Adapun faktor yang menentukan kepuasan Nasabah adalah “persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa berfokus pada lima dimensi yaitu *tangible* (bukti langsung), *reability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), *emphaty* (empati) dan *access*. Kepuasan Nasabah, selain dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, juga ditentukan oleh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat” (Hartono, 2010 : 34).

Berdasarkan pendapat tersebut maka kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja suatu produk dengan harapan-harapannya yang didasari pada pengalaman penilaian yang dibuat oleh nasabah mengenai produk atau jasa yang ditawarkan. Penilaian itu berdasarkan evaluasi persepsi Nasabah yang berhubungan dengan pengalaman pemakaian atau *value* yang dimiliki yang memfasilitasi pencapaian tujuan yang diinginkan Nasabah dalam hal ini adalah Nasabah maupun calon Nasabah.

Bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa keuangan senantiasa harus yang berorientasi kepada tingkat kepuasan nasabah dengan memperhatikan dan melakukan komunikasi dengan nasabah serta melakukan kegiatan pelayanan yang

prima guna merangsang kepuasan nasabah. Adapun jasa pelayanan yang dilaksanakan perusahaan tersebut dalam upaya untuk memberikan rasa kepuasan, sehingga menimbulkan sikap kapercayaan nasabah, yang merupakan prioritas utama dari penerapan pelayanan yang prima, karena kepuasan pelanggan adalah sikap dari tanggapan seseorang setelah menikmati dan merasakan manfaat yang dia terima.

Menyangkut kualitas pelayanan bisa diwujudkan apabila manajemen perbankan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan. Adapun Salah satu indikator kualitas pelayanan yaitu ditunjukkan dengan ada tidaknya keluhan dari pengguna jasa pelayanan. Adapun dari kriteria kualitas akan menjadi acuan dalam merancang kebijakan perbaikan kualitas secara keseluruhan. Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan yang dikembangkan Parasuraman, et al, (2010: 383-384) adalah “*tangible* (bukti langsung), *reability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), *emphaty* (empati) dan *access*”.

Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan dilapangan yang kaitannya dalam hubungan dan pengaruh antar nasabah maupun calon nasabah dan Bank sebagai pemberi pelayanan di daerah tampak masih ada beberapa pihak yang belum mengenal fasilitas dan produk yang ditawarkan oleh pihak perbankan menyangkut pengajuan permohonan pelayanan masih memakan yang agak lama sehingga berdampak tingkat kepuasan nasabah atau calon nasabah masih perlu ada perbaikan, selain itu juga berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada salah satu nasabah menyangkut tentang pelayanan, beliau berpendapat dalam proses pengajuan pinjaman persyaratan yang harus disiapkan terlalu banyak, prosesnya memakan waktu yang agak lama, hal ini dilihat dari pengalaman beliau dari awal proses pengajuan kredit sampai pencairan memakan waktu hampir satu minggu, sedangkan beliau membutuhkan dana tersebut segera.

Berdasarkan uraian permasalahan diatas maka penulis mencoba melakukan penelitian dengan Judul: “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen (Nasabah) Bank BPR Arthaguna mandiri Cabang

Singaparna Tasikmalaya (*Penelitian Survey pada Nasabah PT BPR Arthaguna Mandiri Singaparna Tasikmalaya*)”

1.2. Rumusan Masalah

Adapun yang akan dijadikan sebagai perumusan masalah yang akan di paparkan oleh peneliti adalah : Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan Konsumen (Nasabah) di Bank BPR Arthaguna Mandiri Singaparna dan seberapa besar pengaruhnya ?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang akan dilakukan adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan Konsumen (Nasabah) di Bank BPR Arthaguna Mandiri Singaparna dan seberapa besar pengaruhnya.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini, yang didasari oleh Tujuan dari penelitian ini mencakup manfaat teoritis dan praktis yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Adapun manfaat teoritis yang diharapkan dari hasil penelitian ini yaitu mampu memberikan sumbangsih Ilmu dan wawasan dalam hal ini ilmu pengetahuan dalam bidang ekonomi dan pelayanan publik guna meningkatkan kualitas pelayanan.

2. Manfaat Praktis

Adapun yang mnjadi manfaat praktis dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

a. Bagi Penulis

Hasil penelitian diharapkan dapat menambah pengetahuan, pengalaman, dan wawasan berpikir yang berkualitas pelayanan, baik secara teoritis maupun praktek. Pengetahuan teoritis berarti meningkatkan pemahaman konsep keilmuan yang telah dipelajari selama perkuliahan dan diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pengalaman mengenai teknis sistem pelayanan.

b. Bagi Bank BPR Arthaguna Mandiri

Peningkatan ilmu pengetahuan dan kemampuan profesional pelayanan lembaga keuangan dan kepentingan pada kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen dalam hal ini Nasabah