

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang masalah

Dengan kondisi seperti sekarang ini persaingan antar perusahaan sudah sangat tinggi, setiap perusahaan saling berpacu untuk memperluas pasar. Harapan dari adanya perluasan pasar adalah meningkatkan penjualan, sehingga perusahaan akan memiliki lebih banyak konsumen. Pemasaran adalah seni dan sains tentang kepuasan pelanggan. *American Marketing Association* mendefinisikan bahwa pemasaran adalah suatu aktivitas dan proses menciptakan, mengkomunikasikan, memberikan, dan menawarkan pertukaran nilai terhadap pelanggan, klien, rekan, dan masyarakat luas.¹

Pemasaran itu terdapat di mana-mana, bentuk yang dapat dipertukarkan bukan hanya barang dan jasa, tetapi juga pengalaman, acara, orang, tempat, informasi, ide, industri, bahkan perusahaan. Pertukaran tersebut lebih berhasil apabila masing-masing pihak mendapat nilai-nilai yang memuaskan. Itu sebabnya pemasar fokus terhadap penciptaan kepuasan terhadap pelanggannya. Sekalipun perusahaan membuat produk yang berkualitas, tetapi apabila tidak mempunyai nilai yang memuaskan terhadap pelanggan, maka produk itu akan ditolak oleh pelanggan.²

¹ Harman Maulana, Ph.D, 2017. *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta CV. Hal : 1

² Ibid, hal : 3

Dalam pengertian sehari-hari konsumen atau pelanggan adalah orang yang menuntut pemberian jasa dari perusahaan untuk memenuhi suatu standar kualitas pelayanan tertentu, sehingga dapat memberi pengaruh pada performansi pemberi jasa tersebut. Dengan kata lain, pelanggan adalah orang-orang atau pembeli yang tidak tergantung pada suatu produk, akan tetapi produk yang tergantung pada orang tersebut. Oleh karena pelanggan ini pembeli atau pengguna suatu produk maka harus diberi kepuasan.³

Kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna pembeli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya dapat memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan konsumen/pelanggan, sedangkan ketidakpuasan dapat terjadi apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan konsumen/pelanggan.⁴

Untuk menilai atau mengukur kualitas jasa perlu pemahaman mengenai dimensi kualitas jasa. Selama tahun 1980-an, banyak sekali penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kualitas jasa. Banyak penelitian dilakukan oleh para pakar di bidang manajemen jasa untuk mengetahui secara rinci dimensi kualitas jasa yang mempengaruhi kualitas jasa, termasuk menentukan dimensi yang mana yang paling menentukan dalam kualitas jasa tertentu. Parasuraman (1988)

³ Daryanto & Ismanto Setyobudi, 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*, Bintoro (ed.), Yogyakarta: Gava Media Hal : 49

⁴ Ibid, hal : 37

mengemukakan lima dimensi kualitas jasa, yaitu: Kesigapan (daya tanggap), Keandalan, Jaminan, Empati (perhatian), Bukti fisik.⁵

Kesigapan (daya tanggap) yaitu mencakup kemauan atau kesiapan perusahaan dan para karyawan untuk memberikan pelayanan yang dibutuhkan pelanggan dengan cepat. Ini berarti segala penyampaian informasi pada pelanggan harus jelas.

Keandalan mencakup konsistensi kerja dan bisa dipercaya yang berarti perusahaan memberikan jasanya dengan cepat dan tepat, selain itu perusahaan harus berusaha memenuhi janjinya kepada pelanggan.

Jaminan yaitu meliputi pengetahuan, kemampuan, ramah, sopan, dan sifat dapat dipercaya dari kontak personal untuk menghilangkan sifat keraguan konsumen dan merasa terbebas dari bahaya dan resiko.

Empati (perhatian) yaitu meliputi sikap kontak personel maupun perusahaan untuk memahami kebutuhan maupun kesulitan, konsumen, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, kemudahan dalam melakukan komunikasi atau hubungan.

Bukti fisik yaitu tersedianya fasilitas fisik, perlengkapan dan sarana komunikasi, dan lain-lain yang dapat dan harus ada dalam proses jasa. Penilaian terhadap dimensi ini dapat diperluas dalam bentuk hubungan dengan konsumen lain pengguna jasa.

⁵ Farida Jasfar, 2005. *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*, Bogor : Ghalia Indonesia, hal : 50 - 51

KJKS BMT Artha Sejahtera adalah salah satu perusahaan jasa keuangan yang berbadan hukum koperasi yang orientasinya pada dua kegiatan yaitu kegiatan yang bersifat sosial dan profit. Kegiatan sosial dari KJKS BMT Artha Sejahtera adalah menerima dan menyalurkan Zakat, Infaq dan Shodaqoh. Sedang untuk kegiatan profitnya yaitu menerima simpanan dari nasabah dan memberikan pinjaman (pembiayaan) kepada anggota / nasabah. Di wilayah yogyakarta pertumbuhan BMT sangat bagus, terbukti dari kenaikan aset semua BMT setiap tahunnya, sehingga persaingan antar BMT sangatlah ketat, masing-masing mempunyai strategi untuk mendapatkan anggota dan mempertahankannya.⁶

Oleh karena itu dalam upaya untuk memenangkan persaingan antar BMT dan lembaga keuangan lain termasuk perbankan serta guna memenuhi kebutuhan dan keinginan anggota, KJKS BMT Artha Sejahtera juga ada pelayanan pembayaran listrik, air, telepon, pembelian pulsa, pulsa listrik, dan transfer uang antar bank. KJKS BMT Artha Sejahtera juga melakukan inovasi produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhan anggota maupun nasabahnya, inovasi produk ini berupa modifikasi produk yang sudah ada juga dengan memunculkan produk baru.

Untuk meningkatkan kualitas pelayanan, dari tahun ke tahun KJKS BMT Artha Sejahtera terus melakukan perbaikan-perbaikan yaitu, mulai dari perbaikan interior dan eksterior kantor pelayanan dengan tata ruang tunggu yang nyaman, kemudahan anggota dalam melakukan transaksi

⁶ *Buku Profil lengkap KJKS BMT Artha Sejahtera – Mandiri Menuju Sejahtera*. Heru Hastyanto (Sekretaris), 2016. Hal : 5

simpan pinjam (persyaratan), peningkatan kompetensi semua karyawan melalui pelatihan-pelatihan serta pembinaan tentang akhlak, ibadah dan penanaman kepada semua karyawan agar selalu jujur, amanah, bersikap ramah dan sopan kepada anggota atau pun nasabah.

Ketika peneliti melakukan PKL (Praktik Kerja Lapangan) Permasalahan pada pelayanan sering ditemukan dalam KJKS BMT Artha Sejahtera diketahui adanya masalah yaitu : anggota atau nasabah mendapat pengalaman yang kurang memuaskan dari perusahaan sehubungan dengan pelayanan yang tidak maksimal, masalah tersebut muncul diduga disebabkan antara lain. (1) kurang tanggapnya perusahaan dalam menyelesaikan keluhan nasabah seperti adanya nasabah yang menarik depositnya tetapi KJKS BMT Artha Sejahtera tidak memiliki kas/dana yang cukup sehingga nasabah diharapkan datang besoknya. (2) kurang mampu memberikan pelayanan yang dijanjikannya itu cepat dan akurat, terbukti dengan adanya nasabah antri lama dan tidak jelas kapan mendapat pelayanan. Karena bagian *teller* merangkap *Customer Service*, serta tidak adanya nomor antrian. (3) kurang mampu memberikan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya, seperti ruangan transaksi nasabah yang tidak cukup luas dan tidak adanya tempat parkir yang maksimal juga tidak ada tukang parkir maupun satpam.

Mengingat pentingnya masalah di atas maka diadakan penelitian yang dapat memberikan manfaat terhadap kepuasan anggota pada KJKS BMT Artha Sejahtera Rotowijayan Yogyakarta. Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penelitian ini diberi judul, **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota pada KJKS BMT Artha Sejahtera Rotowijayan Yogyakarta”**.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Apakah faktor dimensi kualitas pelayanan yang meliputi : Kesigapan (daya tanggap), keandalan, jaminan, empati (perhatian) dan bukti fisik berpengaruh terhadap tingkat kepuasan anggota KJKS BMT Artha Sejahtera Rotowijayan secara parsial ?
2. Apakah faktor dimensi kualitas pelayanan yang meliputi : Kesigapan (daya tanggap), keandalan, jaminan, empati (perhatian) dan bukti fisik berpengaruh terhadap tingkat kepuasan anggota KJKS BMT Artha Sejahtera Rotowijayan secara simultan ?
3. Faktor kualitas pelayanan yang meliputi : Kesigapan (daya tanggap), keandalan, jaminan, empati (perhatian) dan bukti fisik manakah yang paling berpengaruh terhadap kepuasan anggota KJKS BMT Artha Sejahtera Rotowijayan ?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan faktor dimensi kualitas pelayanan yang meliputi : Kesigapan (daya tanggap), keandalan, jaminan, empati (perhatian) dan bukti fisik terhadap kepuasan anggota KJKS BMT Artha Sejahtera Rotowijayan secara parsial.
- b. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan faktor dimensi kualitas pelayanan yang meliputi : Kesigapan (daya tanggap), keandalan, jaminan, empati (perhatian) dan bukti fisik terhadap kepuasan anggota KJKS BMT Artha Sejahtera Rotowijayan secara simultan.
- c. Untuk mengetahui faktor kualitas pelayanan yang meliputi : Kesigapan (daya tanggap), keandalan, jaminan, empati (perhatian) dan bukti fisik yang paling berpengaruh terhadap kepuasan anggota KJKS BMT Artha Sejahtera Rotowijayan.

2. Kegunaan Penelitian

Dengan adanya penelitian ini penulis mengharapkan hasil dari ini dapat memberikan manfaat :

- a. Bagi Peneliti sebagai sarana untuk menambah pengetahuan dengan membandingkan teori-teori yang diperoleh di kampus dengan penerapannya dilapangan.

- b. Bagi KJKS BMT Artha Sejahtera, penelitian ini diharapkan dapat membantu memberikan masukan dan pertimbangan bagi peningkatan kualitas pelayanan yang sesuai dengan keinginan anggota.
- c. Bagi pihak lain, diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi bagi pihak-pihak yang memerlukan.

D. Sistematika Pembahasan

BAB I, pendahuluan yang memuat mengenai latar belakang mengapa perlu diteliti. Pada bab ini juga memuat rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, dan juga sistematika pembahasan.

BAB II, Setelah menjelaskan mengenai gambaran permasalahan pada bab I, selanjutnya pada bab II ini menjabarkan mengenai tinjauan pustaka dan kerangka teori yang terkait dengan tema skripsi.

BAB III, memuat secara rinci metode penelitian yang digunakan peneliti beserta justifikasi serta alasannya, jenis penelitian, desain, lokasi, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi konsep dan variabel serta analisis data yang digunakan.

BAB IV, Hasil Penelitian dan pembahasan yang berisi tentang analisa penelitian dan pembahasan pada penelitian.

BAB V. Kesimpulan dan saran, yang berisi tentang kesimpulan dari penelitian ini serta saran-saran yang terkait dengan penelitian ini.