PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH

(Studi Kasus pada PT. BPR Sukadana Surakarta)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta

Di Susun Oleh :

HARUM WIJAYANTI K
(B. 100 040 400)

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

2008

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sektor perbankan merupakan salah satu sector yang penting peranannya dalam pembangunan nasional pada era globalisasi saat ini. Sektor ini bertindak sebagai agen pembangunan. Perbankan merupakan suatu lembaga yang sangat penting dalam menjalankan kegiatan perekonomian. Bank merupakan lembaga keuangan yang menjadi tempat untuk menyimpan dana-dana yang beraal dari perusahaan, badan-badan pemerintah dan swasta, serta perorangan dan melakukan kegiatan perkreditan. Berbagai jasa yang diberikan bank adalah melayani kebutuhan pembiayaan serta melancarkan mekanisme system pembayaran bagi sector perekonomian.

Kebijakan pemerintah di bidang keuangan, moneter dan perbankan yang dikeluarkan pada tanggal 27 Oktober 1988 atau ”pakto 88” telah membawa pengaruh yang besar dalam dunia perbankan di Indonesia. Mulai saat itu jumlah bank, bank-bank baru maupun kantor cabang bank meningkat dengan pesat. Hal ini tidak hanya terjadi pada bank umum Negara saja tetapi juga bank-bank swasta.

Perkembangan bisnis perbankan di Indonesia, menyongsong dan memasuki era Globalisasi, diberlakukannya API *(Arsitektur Perbankan Indonesia)* serta penerapan Manajemen Resiko bagi Bank Umum pada tahun 2010 nanti, membawa para pelaku bisnis industri jasa perbankan akan semakin dinamis, dipenuhi tantangan yang berat di masa mendatang dan ditandai

dengan adanya persaingan yang ketat, tidak hanya terjadi dikalangan perbankan lokal dan Nasional namun juga perbankan asing yang memiliki jaringan Internasional yang beroperasi di Indonesia.

Kondisi persaingan mengharuskan manajemen bank untuk selalu peka terhadap perubahan dan perkembangan lingkungan yang terjadi serta melakukan perbaikan secara terus-menerus atas kinerja dalam memberikan jasa pelayanan yang memuaskan kepada para nasabah dan pelanggannya.

Perkembangan sektor perbankan ini menimbulkan persaingan yang ketat. Persaingan mengharuskan setiap bank berlomba-lomba untuk memberikan pelayanan yang terbaik pada nasabahnya, baik secara kualitas dengan pelayanan ysang berorientasi pada kepuasan pelanggan atau nasabah (*customer satisfaction*) maupun secara kuantitas yaitu dengan menambah jenis produk yang dianggap akan secara keinginan nasabahnya.

Usaha pelayanan jasa akan mampu bersaing di pasar bebas jika produk dan jasa yang ditawarkan memang sudah memenuhi tuntutan kebutuhan pasar atau pelanggan. Oleh karena itu seorang manajer bank dalam usaha mencapai tujuan perusahaan haruslah mampu menentukan strategi bersaing yang tepat dan melaksananak fungsi manajemen dengan baik.

Usaha yang dilakukan bank untuk memuaskan dan mempertahankan para pelanggan salah satunya adalah dengan meningkatkan mutu pelayanan. Salah satu penentu kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Pelayanan yang memuaskan pelanggan akan meningkatkan kesetiaan para pelanggan. Perusahaan yang mampu memberikan semua elemen pelayanan yang baik,

seperti penganan pelanggan secara serius, penjualan secara personal, dan seleksi terhadap tindak lanjutnya, akan menjaga kesetiaan pelanggan selama perusahaan mempertahankan pelayanan yang standar.

Dalam perusahaan perbankan yang memberikan jasa di bidang keuangan maka kepuasan pelanggan lebih diharpkan dalam tingkat loyalitasnya sebagai motivasi utama, maka dunia perbankan perlu mengatisipasinya melalui peningkatan kualitas pelayanan yang berorientasi pada nasabah. Kualitas pelayanan perbankan diwujudkan pada lima dimensi yang sering disebut RATER yaitu : *Realibility, Assurance, tangible,* empathy dan *responsiveness.*

1. *Reability* (keandalan) : Kemampuan untuk memberikan jasa secara akurat sesuai yang dijanjikan.
2. *Assurance* (Jaminan) : Pengetahuan dan kemampuan karyawan untuk melayani dengan rasa percaya diri
3. *Tangible* (Kasat mata) : penampilan fisik, peralatan, personal dan alat-alat komunikasi.
4. *Empathy* (Komunikasi) : karyawan harus memberikan perhatian secara individual kepada konsumen dan mengerti kebutuhan konsumen.
5. *Responsiveness* (cepat tanggap) : kemampuan karyawan untuk membantu konsumen menyediakan jasa dengan cepat sesuai dengan yang diinginkan oleh pelanggan.

PT. BPR Sukadana Surakarta sebagai salah satu pelayanan jasa keuanganpun berusaha terus untuk memberikan pelayanan bagi para

nasabahnya. Dengan peningkatan kualitas pelayanan melalui RATER, diharapkan kepuasan pelanggan yang dalam hal ini adalah nasabah PT. BPR Sukadana Surakarta akan dapat terpenuhi.

Untuk memperoleh gambaran yang jelas mengeai kepuasan pelanggan maka penulis mencoba meneliti kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh PT. BPR Sukadana Surakarta dengan mengambil judul "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH (Studi Kasus pada PT. BPR Sukadana Surakarta)"

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut di atas maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

Bagaimanakah pengaruh antara factor-faktor (*reability, assurance, tangible, empathy* dan *responsiveness*) terhadap kepuasan nasabah PT. BPR Sukadana Surakarta, baik secara sendiri maupun bersama.

C. Tujuan Penelitian.

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini sesuai dengan perumusan masalah adalah sebagai berikut :

Untuk mengetahui pengaruh factor-faktor (*reability, assurance, tangible, empathy* dan *responsiveness*) secara individu terhadap kepuasan nasabah PT. BPR Sukadana Surakarta, baik secara individu maupun secara bersama-sama.

D. Kegunaan Penelitian.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan sebagai berikut:

Bagi PT. BPR Sukadana Surakarta

Sebagai bahan pertimbangan dalam perbaikan pelayanan bagi PT. BPR Sukadana Surakarta untuk meningkatkan kepuasan nasabahnya.