

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Era globalisasi ini persaingan bisnis menjadi sangat tajam, baik di pasar domestik (nasional) maupun di pasar internasional atau global. Produk apapun yang dihasilkan tidak terlepas dari unsur layanan, baik itu jasa sebagai produk inti, maupun sebagai produk pelengkap. Oleh karena itu, perhatian terhadap kepuasan pelanggan semakin besar dan ditingkatkan lagi untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para nasabahnya.

Kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan kemudian dibandingkan dengan harapan. Tingkat kepuasan nasabah sangat tergantung pada mutu suatu produk atau jasa (Suprpto, 2011). Pengukuran kepuasan pelanggan merupakan elemen penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien dan lebih efektif. Apabila pelanggan merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan, maka pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak efektif dan efisien. Dalam hal ini terutama pelayanan publik. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa kepuasan nasabah merupakan suatu persepsi nasabah bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui. Sehingga kepuasan nasabah dapat tercapai apabila sebuah produk atau jasa memenuhi atau melampaui harapan nasabah, biasanya nasabah akan merasa puas. Oleh karena itu hampir setiap perusahaan saat ini menyadari pentingnya arti pelanggan bagi perusahaan dan berupaya keras untuk dapat memberikan kepuasan kepada nasabah.

Dalam memberikan pelayanan, setidaknya perusahaan harus memenuhi 5 dimensi kualitas jasa yang disebut RATER sehingga dapat menciptakan nasabah/pelanggan yang loyal, yaitu Keandalan (*reliability*), Jaminan (*assurance*), Sarana Fisik (*tangible*), Empati (*empathy*) dan Daya Tanggaap (*responsiveness*) (Sangadji & Sopiah, 2013).

Kunci untuk memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik adalah memenuhi atau melebihi ekspektasi kualitas pelayanan nasabah sasaran. Kualitas

memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan nasabah, kualitas memberikan suatu dorongan kepada nasabah untuk menjalin ikatan yang kuat dengan nasabah. (Sangadji & Sopiah, 2013) menjelaskan apabila jasa yang diterima atau disarankan sesuai dengan yang diharapkan, kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan nasabah, kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya, apabila jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, kualitas jasa dipersepsikan buruk.

Selain dipengaruhi oleh kualitas jasa atau pelayanan, kepuasan nasabah juga ditentukan oleh pengaruh kinerja individu karyawan. Penilaian kinerja karyawan juga tidak kalah pentingnya, penilaian kinerja karyawan adalah proses penilaian hasil kerja yang akan digunakan oleh pihak manajemen untuk memberikan informasi kepada para karyawan secara individual, tentang mutu hasil pekerjaannya dipandang dari sudut kepentingan perusahaan. Penilaian yang dilakukan secara teratur bertujuan melindungi perusahaan dalam mencapai tujuannya. Penilaian kinerja karyawan yang dilakukan secara obyektif, tepat, dan didokumentasikan secara baik cenderung menurunkan potensi penyimpangan yang dilakukan karyawan, sehingga kinerjanya diharapkan harus bertambah baik sesuai dengan kinerja yang dibutuhkan perusahaan.

Peranan karyawan sangat penting untuk menunjang keberhasilan setiap perusahaan, terutama perusahaan yang bergerak di sektor jasa. Karena karyawan memiliki kemampuan untuk mempengaruhi persepsi pembeli, karyawan merupakan bagian dari jasa itu sendiri. Sehingga bagi nasabah, karyawan berfungsi sebagai komunikator sekaligus wakil dari citra perusahaan.

Kinerja karyawan ditunjukan melalui kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah sehingga perusahaan dapat mengevaluasi kualitas layanan karyawan. Kunci untuk memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik adalah memenuhi atau melebihi ekspektasi kualitas pelayanan nasabah sasaran. Kualitas pelayanan digambarkan sebagai suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan dari ekspektasi dengan kinerja. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan oleh harapan, jika kinerja yang dirasakan dibawah harapan maka konsumen merasa tidak puas,

sedangkan jika kinerja yang dirasakan sesuai dengan harapan atau bahkan melebihi maka konsumen akan merasa puas. Dan jika kinerja yang dirasakan melampaui harapan maka konsumen akan merasa sangat puas. 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. Masalah pelayanan sebenarnya bukanlah hal yang sulit atau rumit, tetapi apabila hal ini kurang diperhatikan maka dapat menimbulkan hal-hal yang rawan karena sifatnya yang sangat sensitif. Sistem pelayanan perlu didukung oleh kualitas pelayanan, fasilitas yang memadai dan etika atau tata krama. Sedangkan tujuan memberikan pelayanan adalah untuk memberikan kepuasan kepada konsumen/ nasabah, sehingga berakibat dengan dihasilkannya nilai tambah atau citra positif bagi perusahaan.

Kualitas pelayanan di PT. BPRS Sarana Prima Mandiri sampai saat ini tidak mengalami banyak masalah, hanya saja ada beberapa pelanggan/nasabah yang masih kurang puas terhadap pelayanan di PT. BPRS Sarana Prima Mandiri. Maka perlu dilakukan penyempurnaan bagi karyawan, karena kinerja karyawan di PT. BPRS Sarana Prima Mandiri sudah cukup baik, tetapi banyak karyawan yang tidak ingin berubah menjadi lebih baik lagi sehingga kinerja menjadi kurang optimal. Untuk memperbaiki kinerja tersebut, bisa dilakukan dengan cara *coaching*, *conseling*, dan *desending*

Dari hasil pengamatan dan wawancara yang dapat disimpulkan antara kualitas pelayanan dan kinerja karyawan di PT. BPRS Sarana Prima Mandiri adalah kepuasan yang diharapkan nasabah belum sepenuhnya tercapai karena faktor permasalahan atau hambatan yang timbul dari karyawan PT. BPRS Sarana Prima Mandiri adalah Badan Usaha Milik Swasta yang diberikan wewenang untuk menyelenggarakan pembayaran pensiun di wilayah Malang PT. BPRS Sarana Prima Mandiri yang berlokasi di Jl. KH Agus Salim, Rw. 07, Baturambat Kota Kec. Pamekasan, Kabupaten Pamekasan, Jawa || Timur Sebagai Badan Usaha Milik Negara PT. BPRS Sarana Prima Mandiri menyadari sepenuhnya bahwa kualitas pelayanan dan produktivitas kinerja karyawan sangat diperlukan.

Produk-produk PT. BPRS Sarana Prima Mandiri yang sebagian besar merupakan produk perbankan diantaranya Tabungan diantaranya ada tabungan multiguna, tabungan haji, tabungan umroh, tabungan tarbiyah, dan tabungan kurba produk ke dua Deposito Produk investasi berjangka dari Bank Syariah SPM bagi nasabah perorangan maupun perusahaan yang memberikan bagi hasil besar sesuai nisbah bagi hasil yang disepakati, produk ke tiga pembiayaan diantaranya pembelian kendaraan bermotor, talangan umroh, gadai emas iB, Pembiayaan konsumtif lainnya dan yang terakhir layanan payroll dan SPM payment point. PT. BPRS Sarana Prima Mandiri juga merupakan sebuah perusahaan jasa keuangan yang sedang berkembang sehingga memerlukan langkah-langkah guna meningkatkan kepuasan nasabahnya. Oleh karena itu, penulis PT. BPRS Sarana Prima Mandiri sebagai tempat penelitian dengan harapan mampu memberikan manfaat bagi PT. BPRS Sarana Prima Mandiri dari hasil penelitian yang dilakukan.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis dapat merumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimanakah pengaruh keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), dan sarana fisik (*tangible*) secara parsial terhadap kepuasan nasabah PT. BPRS Sarana Prima Mandiri?
2. Bagaimanakah pengaruh keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), dan sarana fisik (*tangible*) secara simultan terhadap kepuasan nasabah PT. BPRS Sarana Prima Mandiri?
3. Variabel manakah yang paling dominan mempengaruhi kepuasan nasabah pada PT. BPRS Sarana Prima Mandiri?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang dilakukan yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), dan sarana fisik (*tangible*) secara parsial terhadap kepuasan nasabah PT. BPRS Sarana Prima Mandiri ?
2. Untuk mengetahui pengaruh keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), dan sarana fisik (*tangible*) secara simultan terhadap kepuasan nasabah PT. BPRS Sarana Prima Mandiri ?
3. Untuk mengetahui variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan nasabah PT. BPRS Sarana Prima Mandiri ?

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi PT. BPRS Sarana Prima Mandiri

Sebagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan kinerja karyawan dengan cara memperhatikan keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), dan sarana fisik (*tangible*) secara parsial dan simultan terhadap kepuasan peserta pensiun.

2. Bagi Penulis

Sebagai sarana untuk menerapkan ilmu yang sudah di pelajari secara teoritis pada bangku perkuliahan dan juga sebagai pemenuhan atas syarat kelulusan unruk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Jurusan Manajemen STIE MALANGKUCECWARA.

3. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan bagi pembaca untuk melakukan penelitian selanjutnya.