

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Globalisasi adalah konsep dimana didalamnya terdapat sebuah proses internasionalisasi produksi. Pada era globalisasi diperlukan sumber daya manusia yang berkualitas yang didukung fisik dan mental yang sehat, sehingga mampu berkompetisi paling optimal. Tanpa didukung dengan fisik dan mental yang baik, sumber daya manusia tidak akan mampu berkompetisi secara optimal. Perusahaan harus mulai memikirkan pentingnya program pelayanan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan. Bagaimana data apa saja yang bisa dilakukan agar kepuasan pelanggan dapat terlampaui dengan baik, karena kepuasan pelanggan tidak hanya didapat dari kualitas produk yang dikonsumsi saja melainkan juga dari pelayanan yang diberikan pihak perusahaan kepada pelanggannya. Para pelanggan tidak hanya menginginkan jasa pelayanan tertentu saja, akan tetapi juga dalam tingkat dan kualitas pelayanan yang sesuai dengan yang diharapkan. Perusahaan perlu memperhatikan atau bahkan mengedepankan orientasi untuk melayani pelanggan (*customer service*) yang dapat memuaskan pelanggan. Parasuraman et. al mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai perbandingan antara layanan yang diharapkan konsumen dengan layanan yang diterimanya (Parasuraman et.al, 1988). Adapun dua faktor utama yang mempengaruhi tingkat kualitas pelayanan yaitu, layanan yang diharapkan (*expected service*) dan layanan yang diterima (*perceived service*). Kemudian baik buruknya kualitas pelayanan bukan berdasarkan persepsi penyedia layanan tetapi berdasarkan persepsi konsumen terhadap prosesnya secara menyeluruh. Persepsi terhadap kualitas pelayanan merupakan

keyakinan konsumen tentang layanan yang diterima atau layanan yang dialami (Parasuraman, Et. al, 1988). Perusahaan untuk menarik konsumennya harus memberikan pelayanan jasa yang memuaskan bagi masyarakat yang menggunakan jasanya. Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Sedangkan menurut pendapat (Parasuraman, et.al. (dalam purnama, 2006:19) kualitas layanan merupakan perbandingan antara layanan yang dirasakan (persepsi) konsumen dengan kualitas layanan yang diharapkan konsumen. Berdasarkan pendapat tersebut dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan untuk tercapainya keinginan atau harapan pelanggan. Perusahaan yang memberikan komitmen pada kualitas dan secara konsisten memberikan kualitas pelayanan akan menikmati keunggulan persaingan sehingga perusahaan dapat dengan mudah membina hubungan pelanggan dengan sukses. Ini berarti kualitas jasa (*service quality*), merupakan salah satu aspek yang memberikan kontribusi pada keberhasilan suatu organisasi. Perkembangan jasa pelayanan perbankan dari tahun ke tahun semakin menjadi perhatian masyarakat luas. Di tahun 2016 ini tidak dapat dipungkiri lagi bahwa persaingan dalam bisnis perbankan sangat lah amat ketat dimana bermunculan pemain pemain baru beserta para pemain lama yang tetap bertahan dan eksis dalam bisnis perbankan. Perbankan adalah sebuah bisnis jasa yang memberikan tingkat kepercayaan kepada pelanggannya yaitu para nasabah bank. Dengan bertambah pesatnya bisnis perbankan membuat semakin ketat pula persaingan antar bank dalam memperebutkan para nasabah serta mempertahankan pangsa pasar yang ada. Bank dituntut untuk mampu memberikan sebuah pelayanan yang berkualitas yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan para nasabahnya selain menawarkan jenis-jenis produk dan jasa semua layanannya.

Kualitas suatu pelayanan pada sebuah bank menjadi salah satu faktor kunci yang menentukan keberhasilan usaha bank tersebut. Selain itu kualitas pelayanan pada sebuah bank juga menjadi salah satu faktor bagi para nasabah bank untuk memilih bank mana yang akan dituju. Pelayanan yang tidak memenuhi kebutuhan dan keinginan para nasabah bank, akan sangat mudah sekali ditinggalkan oleh para nasabah bank dan akhirnya para nasabah akan beralih memilih bank yang lain.

Dalam bisnis perbankan ini para perusahaan perbankan berlomba lomba untuk mendapatkan nasabah yang sebanyak banyaknya. Untuk menarik perhatian para nasabah perusahaan perbankan mau tidak mau harus menonjolkan kualitas pelayanannya terhadap nasabah untuk memenangi persaingan perbankan yang semakin sangat ketat, Kesempurnaan pelayanan menjadi suatu hal yang sangat penting dalam berbagai bisnis layanan jasa. Para penyedia layanan jasa harus mengoptimalkan pelayanannya untuk mendapatkan yang terbaik pada kesempatan pertama dengan berjuang memberikan kesempurnaan pelayanan atau “tidak pernah melakukan kesalahan” dalam memberikan pelayanan jasa. Bisnis pelayanan jasa dalam konteks ini merupakan bisnis pelayanan nasabah bank dalam usahanya memuaskan dan meretensi nasabah bank tersebut.

Penyedia layanan jasa yang berhasil adalah yang menempatkan konsumen sebagai pusat strateginya. Untuk itu dalam sektor pelayanan jasa tersebut harus memperhatikan bagaimana persepsi dan tanggapan konsumen dari seluruh pelayanan yang telah diberikan. Persepsi seringkali berbicara lebih kuat daripada fakta, sehingga menimbulkan kesan bahwa persepsi konsumen terlihat lebih bermanfaat daripada menunjukkan fakta yang belum tentu dapat diterima oleh para konsumen. Pengertian persepsi menurut Kotler adalah “proses seorang individu memilih, mengorganisasi, dan menafsirkan masukan-masukan informasi untuk menciptakan sebuah gambar yang

bermakna tentang dunia.” Dengan kata lain persepsi diartikan sebagai suatu sebuah proses yang dilewati seseorang untuk menyeleksi, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan informasi-informasi tertentu dalam rangka membentuk makna tertentu mengenai suatu produk/layanan tertentu. Persepsi tidak hanya bergantung pada sifat-sifat rangsangan fisik, melainkan juga pada pengalaman-pengalaman sebelumnya yang pernah dialami oleh konsumen/pelanggan tersebut. Dalam proses konsumsi jasa, konsumen memiliki beberapa pengalaman yang baik maupun yang buruk terhadap pelayanan jasa tersebut. Pengalaman yang baik dapat menimbulkan makna persepsi yang baik pula terhadap citra sebuah perusahaan penyedia layanan jasa. Sebaliknya sebuah pengalaman buruk, misalkan dari sebuah layanan jasa dapat menghasilkan suatu makna persepsi yang tidak baik bagi pelanggan tersebut. Pengaruh globalisasi di berbagai bidang semakin kuat. Untuk dapat menghadapi tantangan-tantangan di era globalisasi ini Indonesia harus memiliki sumber daya manusia yang sehat lahir dan batin, cerdas kreatif dan mandiri, karena manusia merupakan faktor yang paling vital dalam pembangunan suatu negara. Tersedianya yang sangat besar, bahan baku yang sangat banyak dan berkualitas tinggi serta teknologi yang canggih tidak menjamin keberhasilan suatu pembangunan, namun berhasil tidaknya suatu pembangunan ditentukan oleh manusia sebagai faktor penggerak utama. Hal ini hanya dapat dilakukan jika gizi dan kesehatan bangsa Indonesia dalam keadaan yang dapat dikatakan dalam keadaan baik, karena manusia yang sehat secara fisik dan mental akan lebih cepat mudah menyerap pendidikan dan pengetahuan yang pada akhirnya akan meningkatkan produktivitas kerja.

Oleh karena itu disini penulis ingin meneliti lebih lanjut lagi tentang bagaimana sebuah perusahaan Perbankan itu dalam memberikan pelayanan jasanya kepada para

nasabahnya. Sehingga, dari latar belakang yang dikemukakan oleh penelitian ini akhirnya penulis mencoba untuk meneliti hal tersebut yaitu dengan mengambil topik

“ANALISIS KUALITAS PELAYANAN BANK BCA KCP GODEAN(JL.GODEAN KM 5 NO. 106-107, GAMPING,SLEMAN), YOGYAKARTA, DI YOGYAKARTA”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka yang ingin penulis pecahkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tingkat kualitas pelayanan jasa Bank BCA.
2. Faktor - faktor apa saja yang mempengaruhi kualitas pelayanan jasa Bank. BCA.

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun penelitian ini memiliki tujuan yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis tingkat kualitas pelayanan jasa Bank BCA.
2. Untuk mengetahui faktor – faktor apa saja yang mempengaruhi kualitas pelayanan jasa.

1.4. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak sebagai berikut :

1. Bagi penulis, sebagai kegiatan untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh di bangku kuliah.

2. Bagi perusahaan, untuk memberikan masukan tentang persepsi nasabah atas layanan yang diterimanya sehingga perbankan dapat menciptakan pelayanan jasa yang sesuai dengan harapan konsumen.
3. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi dampak positif kepada pembaca dengan cara pembaca dapat lebih termotivasi untuk belajar dan dapat berpikir lebih kritis lagi. Dan tentunya untuk menambah informasi pengetahuan bagi pembaca.

