

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Perusahaan

Kondisi persaingan yang semakin tinggi antar perusahaan, menyebabkan setiap perusahaan saling berpacu untuk memperluas pasar. Harapan dari adanya perluasan pasar secara langsung adalah perusahaan akan memiliki lebih banyak konsumen sehingga pada akhirnya akan meningkatnya penjualan, namun ada beberapa hal yang harus dipahami oleh perusahaan selaku produsen, bahwa semakin banyak konsumen maka perusahaan akan semakin sulit mengenali konsumennya secara teliti, terutama tentang suka atau tidaknya konsumen terhadap barang atau jasa yang ditawarkan dan alasan yang mendasarinya.

Perusahaan yang mampu bersaing dalam pasar adalah perusahaan yang dapat menyediakan produk atau jasa berkualitas, sehingga perusahaan dituntut untuk terus melakukan perbaikan terutama pada kualitas pelayanannya. Hal ini dimaksudkan agar seluruh barang atau jasa yang ditawarkan akan mendapat tempat yang baik di mata masyarakat selaku konsumen dan calon konsumen. Karena konsumen dalam memilih barang dan jasa didasari motivasi yang nantinya mempengaruhi jenis, cita rasa barang dan jasa yang dibelinya. Kualitas dipandang sebagai salah satu alat untuk mencapai keunggulan kompetitif, karena kualitas merupakan salah satu faktor utama yang menentukan pemilihan produk dan jasa bagi konsumen. Kepuasan konsumen akan tercapai apabila kualitas produk dan jasa yang diberikan sesuai dengan kebutuhannya.

Kualitas jasa yang baik merupakan hal yang sangat penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan, namun untuk memahami bagaimana mengevaluasi kualitas yang diterima oleh konsumen tidaklah mudah. Kualitas jasa lebih sukar untuk dievaluasi dibandingkan dengan kualitas barang, kualitas jasa tidak diciptakan melalui proses produksi dalam pabrik untuk kemudian diserahkan kepada konsumen sebagai kualitas barang. Sebagian besar kualitas jasa diberikan selama penyerahan jasa terjadi dalam proses interaksi antara konsumen dengan personil penyelenggara jasa tersebut.¹

Sebuah kualitas tidak boleh dipandang sebagai suatu ukuran sempit hanya dari kualitas produk dan jasa semata. Kualitas meliputi keseluruhan aspek organisasi. Terdapat lima dimensi yang menentukan kualitas pelayanan ditinjau dari sudut pandang pelanggan, yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, *tangibles*.²

Dengan metode QFD (*Quality Functions Development*) akan memperlihatkan kepada Perusahaan yakni PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama USU untuk memprioritaskan kebutuhan nasabah, menemukan tanggapan yang inovatif dan kreatif terhadap kebutuhan tersebut dan memperbaiki proses hingga tercapai efektivitas maksimal. PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama USU berkantor pusat di Jakarta dan berada di bawah pengawasan PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Wilayah 01 Medan.

¹ <http://andaiviana.files.wordpress.com/2007/04/management-kualitas.pdf>

² Zeithaml, V.A.; Parasuraman, A.; and Berry, L.L. 1990. *Delivering Quality Service : Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York: The Free Press.

Visi PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk adalah menjadi Bank kebanggaan nasional, yang menawarkan layanan terbaik dengan kompetitif kepada segmen pasar korporasi, komersial dan *consumer*. Untuk mengetahui umpan balik dari nasabah, dilakukan penelitian kuantitatif mengenai tingkat kepuasan nasabah. Melalui penelitian dalam tugas akhir ini, diperoleh analisis *output* yang menyatakan bahwa tingkat pemenuhan harapan mengenai kepuasan nasabah bank dari PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama USU secara keseluruhan belum maksimal, walaupun tidak dapat dikatakan buruk.

Nasabah PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama USU memiliki penilaian loyalitas tinggi. Permasalahan pelayanan yang terjadi adalah sikap karyawan yang kurang menyenngkan saat melayani nasabah terutama dikalangan mahasiswa, ketidaknyamanan ruangan kantor pada saat melakukan transaksi. Disamping itu juga permasalahan yang terjadi selalu mengakibatkan antrian yang tidak beraturan sehingga pelayanan menjadi terhambat dan membuat nasabah mmerasa tidak nyaman. Dengan penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama USU dalam usahanya mencapai misi perusahaan sebagai bank kebanggaan nasional yang unggul dalam layanan, kinerja dan menghantarkan nilai kepuasan dan kenyamanan bagi nasabahnya. Berdasarkan uraian di atas perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui penilaian nasabah khususnya terhadap mahasiswa USU program S1.

1.2. Perumusan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang diatas, maka yang menjadi masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah dimensi pelayanan jasa di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama USU memiliki tingkat kepentingan yang tinggi bagi mahasiswa?
2. Apakah dimensi pelayanan jasa di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama USU pelaksanaannya telah dapat dikatakan sangat baik bagi mahasiswa?
3. Apakah mahasiswa sudah merasa puas dengan pelayanan jasa di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama USU?

1.3. Tujuan Penelitian

1.3.1. Tujuan Umum

Tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan jasa di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama USU.

1.3.2. Tujuan Khusus

Adapun tujuan khusus dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui dimensi pelayanan jasa berdasarkan tingkat kinerja dan harapan bagi nasabah.
2. Mengukur dimensi pelayanan jasa berdasarkan uji validitas dan uji reabilitas

3. Mengetahui tingkat kepuasan mahasiswa terhadap kualitas pelayanan dengan penerapan metode QFD (*Quality Functions Development*)

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah untuk :

1. Bagi Perusahaan khususnya PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama USU, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan dan evaluasi terhadap kualitas pelayanan PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama USU untuk mengambil tindakan guna memperbaiki, meningkatkan, dan mengembangkan kualitas pelayanannya.
2. Bagi Mahasiswa, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan pengetahuan ataupun referensi sekaligus bahan pertimbangan dan masukan untuk penelitian sejenis dimasa yang akan datang.

1.5. Batasan Masalah Penelitian

Adapun batasan masalah yang akan diteliti adalah sebagai berikut :

1. Penelitian dilakukan di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama USU.
2. Penelitian dilakukan kepada mahasiswa USU program S-1 yang masih aktif
3. Penelitian dilakukan dengan penerapan metode QFD (*Quality Functions Development*)

1.6. Asumsi-asumsi yang Digunakan

Asumsi-asumsi yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Variabel yang digunakan berdasarkan hasil kuisisioner terbuka dan kuisisioner tertutup
2. Dalam memberikan jawaban, responden menjawab pertanyaan dengan tidak dipengaruhi oleh pihak manapun.

1.7. Sistematika Penulisan Laporan

Sistematika yang digunakan didalam penulisan tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

BAB I - PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, pembatasan masalah serta sistematika penulisan tugas akhir.

BAB II - GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini berisikan sejarah dan gambaran umum perusahaan, organisasi dan manajemen serta proses produksi.

BAB III - LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan teori-teori yang digunakan dalam analisis pemecahan masalah.

BAB IV - METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tahapan-tahapan penelitian mulai dari persiapan hingga penyusunan laporan tugas akhir.

BAB V - PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini berisi data-data primer dan sekunder yang diperoleh dari penelitian serta pengolahan data yang membantu dalam pemecahan masalah.

BAB VI - ANALISIS PEMECAHAN MASALAH

Bab ini berisi analisis hasil pengolahan data dan pemecahan masalah.

BAB VII - KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan yang didapat dari hasil pemecahan masalah dan saran-saran yang diberikan kepada pihak perusahaan.