

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Di era globalisasi membuat dunia menjadi begitu terbuka, termasuk dalam dunia bisnis dan perbankan. Masyarakat sangat membutuhkan kehadiran bank sebagai sarana penyimpanan maupun membantu dalam usaha masyarakat baik usaha kecil maupun menengah ke atas. Maraknya bank-bank yang hadir di Indonesia dengan berbagai layanan dan produk-produk andalan untuk menarik perhatian khalayak merupakan hal yang cukup variatif dalam dunia perbankan. Berbagai cara untuk menarik nasabah yang baru supaya menjadi nasabah tetap maupun mempertahankan setiap nasabah menjadi tantangan khusus bagi setiap bank. Nasabah merupakan nafas kehidupan setiap bank untuk maju dan tetap menggunakan jasa dan layanan produknya. Oleh karena itu, maka hal yang penting sebagai karyawan yang baik adalah bagaimana mengerti keinginan pelanggan (nasabah) dan senantiasa memberikan nilai tambah di mata konsumen. Nilai tambah itu antara lain, memberikan informasi yang jelas dan lengkap kepada konsumen, pelayanan yang cepat, tepat dan kenyamanan pelayanan.

Kesuksesan pemasaran bank dapat dicapai melalui fokus pada kualitas pelayanan untuk memuaskan pelanggan. Menurut Kotler (2007:284) Kualitas pelayanan jasa bisa dilihat dari segi *Tangibles* (Tampilan fisik layanan), *Empathy* (Kemampuan Bank memahami keinginan pelanggan), *Responsiveness* (Ketanggapan dalam membantu dan memberi pelayanan yang cepat), *Reliability* (Kemampuan mewujudkan janji), *Assurance* (jaminan layanan). Dalam menentukan tingkat kepuasan, seorang pelanggan sering kali melihat dari nilai lebih suatu dan kinerja pelayanan yang diterima dari suatu proses pembelian produk (jasa). Untuk menghindari supaya tidak terjadi perbedaan persepsi tentang apa yang diberikan oleh perusahaan dengan apa yang dibutuhkan oleh konsumen itu sendiri, maka manajemen

perusahaan perlu untuk mengidentifikasi apa yang dibutuhkan oleh nasabah secara tepat.

PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk didirikan sejak tahun 1895 di dasarkan pada masyarakat kecil sampai sekarang ini tetap konsisten pada komitmennya untuk senantiasa membantu usaha kecil yang kini lebih populer disebut *micro banking*, hal ini antara lain tercermin pada perkembangan melalui penyaluran kerja sama dengan nasabah BRI yaitu disebut BRILink yang mana BRILink merupakan perluasan layanan BRI dimana BRI menjalin kerjasama dengan nasabah BRI sebagai Agen yang dapat melayani transaksi perbankan bagi masyarakat secara *real time online* menggunakan fitur EDC mini ATM BRI dengan konsep *sharing fee*. Dan fee yang diberikan kompetitif.

Dalam memberikan kualitas pelayanan yang prima, manajemen Bank Rakyat Indonesia (Persero). Tbk menerapkan kebijakan kepada pekerja khususnya pada jajaran *Front Liners* agar senantiasa memberikan pelayanan yang terbaik melalui penawaran produk sesuai kebutuhan nasabah, berempati kepada nasabah pada saat memberikan pelayanan, senantiasa menyambut nasabah dengan Greeting 3S Senyum Sapa dan Salam, dan tidak lupa selalu menyebutkan nama nasabah pada saat mengakhiri pelayanan. Sehingga kualitas pelayanan yg diberikan oleh pekerja dapat memuaskan nasabah secara keseluruhan.

Salah satu sarana pelayanan yang memudahkan nasabah dalam kegiatan transaksi perbankan adalah fasilitas mesin EDC (*Electronic Data Capture*). Seiring dengan persaingan yang semakin ketat antar bank yang satu dengan yang lain, kualitas pelayanan yang tinggi termasuk di dalamnya layanan kemudahan pembayaran, merupakan sebuah tuntutan.

Latar belakang yang melandasi penelitian terhadap kinerja pelayanan pada Bank Rakyat Indonesia Cabang Sriwijaya Palembang adalah untuk

mengetahui kinerja pelayanan yang terdiri dari variabel bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati terhadap kepuasan nasabah.

Sebenarnya nasabah dalam menilai kinerja pelayanan cenderung memperhatikan beberapa faktor yang berhubungan dengan pelayanan dari jasa yang mereka terima, sehingga mereka dapat menyimpulkan bahwa kinerja pelayanan khususnya terhadap nasabah EDC *BRILinks* di Bank Rakyat Indonesia Cabang Sriwijaya Palembang sudah memuaskan atau belum, hal ini dihubungkan dengan data jumlah Nasabah EDC BRI Cabang Sriwijaya Palembang yang naik turun setiap tahunnya, dimana ditunjukkan pada tabel berikut ini:

Tabel 1.1
Jumlah Nasabah EDC *Merchant/ Agen BRILinks* Pada BRI Cabang Sriwijaya Palembang Tahun 2014, 2015 dan 2016

No.	Tahun	Jumlah
1.	2014	92 Nasabah
2.	2015	48 Nasabah
3.	2016	19 Nasabah
Total		159 Nasabah

Sumber: BRI Cabang Sriwijaya Palembang 2016

Berdasarkan tabel 1.1 nasabah yang menggunakan EDC di BRI Cabang Sriwijaya Palembang pada tahun pertama diterbitkan hanya mencapai 92 nasabah, untuk ditahun berikutnya yaitu tahun 2015 nasabah EDC tidak dapat melebihi dari tahun sebelumnya hanya mencapai 52% dari tahun sebelumnya yaitu 48 nasabah, dan untuk data tahun 2016 yang diambil pada bulan maret mencapai 19 nasabah.

Berdasarkan uraian diatas dapat dilihat bahwa keputusan nasabah untuk menjadi nasabah EDC/ agen *BRILinks* mengalami penurunan pada setiap tahunnya. Selain itu, setelah penulis melakukan wawancara dengan karyawan BRI pada bagian operasional EDC terdapat beberapa penyebab yaitu:

pertama, pada saat nasabah EDC melaporkan keluhan kepada pihak Bank, karyawan kurang cepat tanggap untuk menangani masalah pada nasabah EDC *BRILinks* dan mengharuskan nasabah menunggu untuk beberapa waktu. Kedua, adanya persaingan pada produk yang sama antar bank lainnya.

Dengan kondisi tersebut diatas dan seiring dengan ketatnya persaingan di dunia perbankan, maka diperlukan kualitas pelayanan yang maksimal sesuai dengan motto BRI “Melayani Nasabah Dengan Sepenuh Hati”. Diharapkan dengan kualitas pelayanan yang prima, komplain nasabah terhadap BRI Cabang Sriwijaya Palembang berkurang.

Berdasarkan hal tersebut diatas, untuk mengetahui dan memahami sejauh mana kepuasan pelanggan terhadap pelayanan pada pengguna produk EDC *BRILinks* maka penulis tertarik untuk membahas masalah tersebut dalam laporan akhir dengan judul “ **ANALISIS KUALITAS LAYANAN PADA PENGGUNA EDC *MERCHANT* DI BRI CABANG SRIWIJAYA PALEMBANG**”.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang diatas, maka penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas pelayanan jasa nasabah pengguna produk EDC *Merchant/BRILinks* di BRI Cabang Sriwijaya Palembang?
2. Variabel kualitas jasa yang paling dominan memberikan kepuasan pada nasabah pengguna produk EDC *Merchant/ BRILinks*?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Penulisan Laporan Akhir ini supaya lebih terarah dan tidak menyimpang dari permasalahan yang ada maka penulis memberikan batasan terhadap ruang lingkup pembahasan. Adapun ruang lingkup yang akan dibahas meliputi: Kualitas Pelayanan pada produk EDC *Merchant* di BRI Cabang Sriwijaya Palembang meliputi Bukti Langsung (*Tangibles*), Keandalan (*Realibity*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati

(*Empathy*). Dan Variabel kualitas pelayanan yang paling dominan memberikan kepuasan pada konsumen BRILink.

1.4 Tujuan dan Manfaat

1.4.1 Tujuan

Adapun tujuan dari penulisan laporan akhir ini adalah:

1. Untuk menganalisis kualitas pelayan yang diterima oleh konsumen terhadap pelayanan Produk EDC Merchant/BRILinks di BRI Cabang Sriwijaya Palembang.
2. Mengetahui variabel yang paling dominan memberikan kepuasan konsumen EDC Merchant/ BRILinks.

1.4.2 Manfaat

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penulisan ini adalah:

1. Mengetahui jasa pelayanan yang diterima oleh konsumen produk EDC Merchant/ BRILinks di BRI Cabang Sriwijaya Palembang .
2. Setelah melakukan evaluasi, penulis dapat mengetahui dimensi kualitas pelayanan jasa yang paling dominan memberikan kepuasan pada pelanggan.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Penulis mengadakan penelitian di Bank Rakyat Indonesia Cabang Sriwijaya yang beralamat di Jl. Letkol Iskandar No.27, 24 Ilir, Palembang yang akan digunakan sebagai tempat untuk menghimpun data-data yang diperlukan dalam menyusun laporan akhir ini.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian untuk menyusun laporan akhir ini terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Adapun jenis dan sumber data Menurut Sugiyono (2015:62) adalah sebagai berikut:

1. Data primer (*Primary Data*)

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung di lapangan oleh peneliti sebagai objek penulisan.

Data primer yang dimaksud disini merupakan data yang dikumpulkan oleh penulis sendiri langsung dari hasil pengamatan, wawancara langsung kepada manajer dan karyawan Bank Rakyat Indonesia dan penyebaran daftar pertanyaan atau kuesioner kepada konsumen atau pelanggan EDC Merchant BRILink di Bank Rakyat Indonesia Cabang Sriwijaya Palembang.

2. Data Sekunder (*Secondary Data*)

Data sekunder adalah data yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti, misalnya peneliti harus melalui orang lain atau mencari melalui dokumen.

Data sekunder yang dimaksud adalah data yang sudah dikumpulkan, diolah dan disusun rapi oleh Bank Rakyat Indonesia Cabang Sriwijaya Palembang.

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data menurut Yusi dan Idris (2009:106) yang digunakan oleh penulis dalam proses pengumpulan data dan informasi untuk penulisan ini, yaitu:

1. Riset Lapangan

Riset lapangan adalah kegiatan pengumpulan data dengan mengadakan penelitian secara langsung ke perusahaan. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan penulis dalam penelitiannya adalah sebagai berikut:

a. Wawancara

Percakapan yang dilakukan penulis dengan bertemu langsung dan melakukan wawancara dengan karyawan dan nasabah pengguna EDC *Merchant BRILink* untuk mendapatkan data dan informasi yang berkenaan dengan pelayanan yang ada dan kepuasan yang dirasakan terhadap Bank Rakyat Indonesia Cabang Sriwijaya Palembang.

b. Kuesioner

Penulis menggunakan teknik pengumpulan data ini untuk mendapatkan atau memperoleh informasi dengan memberikan suatu daftar pertanyaan tertulis (daftar kuesioner) kepada nasabah pengguna EDC Merchant/BRILinks di BRI Cabang Sriwijaya Palembang.

2. Riset Kepustakaan

Riset kepustakaan adalah metode yang digunakan penulis untuk mengumpulkan data dan informasi dengan cara mempelajari buku-buku yang berhubungan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

1.5.4 Populasi dan Sampel

1.5.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2015:125), Populasi adalah wilayah generalisasi terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu.

Populasi yang diambil dalam penulisan laporan ini adalah nasabah EDC Merchant BRILink di BRI Cabang Sriwijaya Palembang dari tahun 2014 sampai tahun 2016 adalah 159 Agen.

1.5.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2015:125), Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penentuan jumlah sampel ditentukan dengan beberapa metode, salah satunya dengan menggunakan teori Isaac & Michael, dimana teori ini dipakai untuk mengambil sampel dengan memenuhi syarat *representativeness* (keterwakilan) atau mewakili semua komponen populasi. Adapun tabel yang menunjukkan banyak sampel yang digunakan menurut Isaac & Michael yaitu:

Tabel 1.2

Penentuan Jumlah Sampel dengan Taraf Kesalahan 10%

N	S	N	S	N	S	N	S	N	S	N	S
10	10	85	65	220	122	440	168	1200	221	4000	254
15	14	90	68	230	125	460	171	1300	224	4500	255
20	19	95	71	240	127	480	173	1400	227	5000	257
25	23	100	73	250	130	500	176	1500	229	6000	259
30	27	110	78	260	133	550	182	1600	232	7000	261
35	31	120	83	270	135	600	187	1700	234	8000	262
40	35	130	88	280	138	650	191	1800	235	9000	263
45	39	140	92	290	140	700	195	1900	237	10000	263
50	42	150	97	300	143	750	199	2000	238	15000	266
55	46	160	101	320	147	800	202	2200	241	20000	267
60	49	170	105	340	151	850	205	2400	243	30000	268
65	53	180	108	360	158	900	208	2600	245	40000	269
70	56	190	112	380	162	950	211	2800	247	50000	269
75	59	200	115	400	165	1000	213	3000	248	75000	270
80	62	210	118	420	165	1100	217	3500	251	100000	270

(Sumber: Isaac & Michael (1981) dalam Sugiyono (2015:185))

Keterangan: N = Populasi, S = Sampel

Berdasarkan tabel diatas dapat ditentukan bahwa jumlah sampel yang `digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 101 sampel.

1.5.4.3 Teknik Sampling

Penarikan sampel pada laporan akhir ini menggunakan *non probability sampling*, artinya setiap anggota populasi tidak memiliki kesempatan atau peluang yang sama sebagai sampel. Bagian dari

nonprobability sampling yang digunakan untuk penelitian laporan akhir ini yaitu *accidental sampling* atau secara kebetulan, artinya siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Penulis menggunakan teknik sampling ini karena setiap konsumen tidak seluruhnya mendapatkan kesempatan untuk dipilih sebagai sampel. Kuesioner mengenai kualitas pelayanan di BRI Cabang Sriwijaya Palembang ini diberikan kepada setiap nasabah EDC *Merchant BRIlink* yang telah dipilih sebagai sampel.

1.5.5 Analisis Data

1.5.5.1 Analisa Kualitatif

Penulis dalam menganalisis data ini menggunakan metode analisa data kualitatif untuk menjelaskan mengenai gambaran kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah EDC *BRILinks* pada BRI Cabang Sriwijaya Palembang. Berdasarkan data yang telah dijelaskan melalui perhitungan sampel maka akan diperoleh jawaban responden berdasarkan lima dimensi kualitas pelayanan (*Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy*) yang digunakan untuk mengetahui kinerja kualitas pelayanan yang diberikan dan kualitas yang paling dominan memberikan kepuasan pada nasabah EDC *BRILinks*.

1.5.5.2 Analisa Kuantitatif

Penulis dalam analisis data ini menggunakan metode analisa kuantitatif untuk mengumpulkan data yang diperoleh dari kuesioner dengan menggunakan pembobotan angka dari skala *Likert* berdasarkan pada masing-masing dimensi kualitas pelayanan yaitu *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empaty* untuk mengetahui dimensi kualitas pelayanan yang diberikan dan kualitas pelayanan yang

paling dominan memberikan kepuasan terhadap pelanggan EDC Merchant BRILink.

1.5.5.2.1 Skala Pengukuran (Skala *Likert*)

Pada penelitian ini penulis menggunakan salah satu metode pengukuran sikap yaitu dengan skala *likert*. Kategori yang digunakan dengan skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Menurut Lupiyoadi (2013:218) Kualitas jasa dan produk (barang) dapat dibuat indeks dengan kekuatan jawaban menuju ke setiap butir kepuasan. Untuk memungkinkan para pelanggan menjawab dalam berbagai tingkatan bagi setiap butir kepuasan, format jenis *likert* bisa digunakan R.A. Likert (1932) mengembangkan prosedur penskalaan di mana skala mewakili suatu kontinum.

Skala *likert* umumnya menggunakan lima angka penilaian untuk pengukuran tingkat kinerja kualitas pelayanan yang diberikan yaitu:

- | | |
|------------------------|---|
| 1. Sangat setuju | 5 |
| 2. Setuju | 4 |
| 3. Cukup Setuju | 3 |
| 4. Tidak Setuju | 2 |
| 5. Sangat Tidak Setuju | 1 |

Begitu juga dengan lima angka penilaian untuk pengukuran tingkat harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan yaitu:

- | | |
|----------------------|---|
| 1. Sangat Puas | 5 |
| 2. Puas | 4 |
| 3. Cukup Puas | 3 |
| 4. Kurang Puas | 2 |
| 5. Sangat Tidak Puas | 1 |

Penulis menggunakan perhitungan secara persentase dalam mengelola data kuantitatif yang didapatkan dari jawaban kuesioner

yang dibagikan kepada nasabah pengguna EDC Merchant BRILink di BRI Cabang Sriwijaya Palembang. Rumus persentase dalam Kriteria interpretasi skor adalah sebagai berikut:

$$\text{Persentase Jawaban} = \frac{\text{Total skor yang didapat}}{\text{skor maksimal}} \times 100\%$$

Keterangan:

$$\begin{aligned} \text{Total Skor yang didapat} &= \text{Jawaban Responden} \times \text{Bobot Nilai} \\ \text{Skor Maksimal} &= \text{Skor Tertinggi} \times \text{Jumlah Responden} \\ &= 5 \times 101 \\ &= 505 \end{aligned}$$

Kriteria interpretasi skor item dalam variabel penelitian ini adalah dengan menggunakan tabel kriteria interpretasi Skor menurut Riduwan dan Akdon (2013:18) yaitu:

Tabel 1.3
Kriteria Interpretasi Skor

*Sumber: Riduwan dan Akdon (2013) Rumus dan Data dalam Aplikasi
Statistika. Jakarta: Rineka Cipta*