

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi, produk atau jasa yang bersaing dalam satu pasar semakin banyak dan beragam akibat perkembangan dan keterbukaan pasar, sehingga terjadilah persaingan antar produsen untuk dapat memenuhi kebutuhan para konsumen serta memberikan kepuasan yang lebih kepada pelanggan secara maksimal, karena pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan rasa puas pada pelanggan. Tindakan perusahaan untuk memuaskan konsumen adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada konsumen dengan sebaik-baiknya, mengingat perusahaan harus mampu untuk dapat mempertahankan posisi pasarnya ditengah persaingan yang semakin ketat. Salah satunya dengan mengembangkan strategi untuk mempertahankan konsumen melalui kualitas jasa.

Industri jasa yang saat ini mengalami persaingan yang cukup ketat adalah industri perbankan. Bank yang selama ini sudah dikenal luas oleh masyarakat ternyata tidak mampu memenuhi berbagai keperluan dana yang dibutuhkan oleh masyarakat. Kesulitan masyarakat mengakses dana dari bank ini disebabkan antara lain jangkauan penyebaran kredit bank yang belum merata, keharusan bank menerapkan prinsip *prudent banking*, keharusan debitur untuk menyerahkan jaminan, dan terbatasnya kemampuan permodalan bank sendiri. Mengingat banyaknya kendala untuk memperoleh dana dari bank ini, lembaga pembiayaan merupakan salah satu sumber dana alternatif yang penting dan potensial yang patut dipertimbangkan.

Pilihan masyarakat akan lembaga pembiayaan selain disebabkan alasan di atas juga disebabkan adanya kebutuhan akan pelayanan yang cepat, prosedur yang tidak rumit, dan

persyaratan yang mudah dipenuhi. Berbagai kemudahan itu menyebabkan masyarakat memilih lembaga pembiayaan untuk memenuhi kebutuhannya. Namun, terdapat konsekuensi atas pilihan masyarakat akan lembaga pembiayaan tersebut, yaitu bunga pinjamannya lebih tinggi dibandingkan dengan suku bunga pinjaman yang diberikan oleh perbankan. Pada umumnya, jenis kredit yang diberikan termasuk kategori kredit kecil atau mempunyai jumlah pinjaman yang rendah. Selain itu, kredit konsumtif lebih dominan di lembaga pembiayaan karena umumnya konsumen tidak terpengaruh oleh tingkat suku bunga. Konsumen jenis ini lebih memperhatikan jumlah angsuran per bulan yang sesuai dengan kemampuan mereka membayar angsuran tersebut dari penghasilannya per bulan.

Lembaga pembiayaan atau dikenal dengan *multifinance* merupakan salah satu lembaga keuangan bukan bank di Indonesia yang mempunyai aktivitas membiayai kebutuhan masyarakat baik bersifat produktif maupun konsumtif. *PT Bess Finance* merupakan perusahaan yang menjalankan proses bisnis dalam pembiayaan yang produknya adalah, *Use Bike Advance* (UBA) merupakan produk *Bess Finance* yang bergerak pada *refinancing* motor bekas dan *Use Car Advance* (UCA) merupakan produk *Bess Finance* yang bergerak pada *refinancing* mobil bekas.

PT. Bess Finance kios Ponorogo adalah salah satu diantara puluhan perusahaan pembiayaan yang ada di Ponorogo, demi memenangkan persaingan diantara perusahaan jasa tersebut *PT. Bess Finance* kios Ponorogo akan selalu memberikan pelayanan yang prima kepada konsumennya guna membentuk citra yang baik dan kepuasan konsumen.

Objek penelitian ini adalah konsumen *PT. Bess Finance* kios Ponorogo. Alasannya karena dalam dua tahun terakhir dari tahun 2012 hingga tahun 2013 jumlah konsumen selalu

menunjukkan pertambahan setiap bulannya. Namun pada bulan-bulan terakhir, sebagian dari nasabah menutup pinjamannya. Hal ini tanpa adanya masalah, namun seringkali konsumen mengeluh akan pelayanan yang diberikan. Mengenai pembayaran yang lewat jatuh tempo petugas akan menelfon konsumen dan apabila dalam kurun waktu tiga hari konsumen tidak melakukan pembayaran ke kantor petugas akan langsung melakukan penagihan dirumah. Berikut ini adalah gambaran mengenai data tahun 2012 hingga tahun 2013 konsumemen *PT. Bess Finance* kios Ponorogo dapat dilihat pada tabel 1.1.

Tabel 1.1

Data Konsumen (Orang) *PT. Bess Finance* kios Ponorogo Tahun 2012-2013

Bulan	Tahun	Tahun
	2012	2013
Januari	597	930
Februari	665	924
Maret	709	929
April	752	917
Mei	805	914
Juni	824	900
Juli	862	884
Agustus	912	856
Septmber	933	844

Oktober	943	844
November	947	796
Desember	942	785

Sumber : *PT. Bess Finance* kios Ponorogo Tahun 2014

Berdasarkan data jumlah nasabah kredit yang diperoleh dari *PT. Bess Finance* kios Ponorogo pada tahun 2012 mengalami kenaikan dan di tahun 2013 menunjukkan adanya penurunan dari bulan kebulan. Pihak manajemen sebenarnya telah menetapkan target minimum jumlah konsumen pada tahun 2013 yakni 1000 konsumen, tapi pada kenyataannya jumlah konsumen pada bulan desember tahun 2013 hanya mencapai angka 785 yang berarti tidak sesuai dan jauh dengan target yang telah ditetapkan pihak perusahaan. Berdasarkan pengamatan awal penulis, ada indikasi bahwa penyebab penurunan jumlah konsumen dikarenakan adanya indikasi kurang puasnya nasabah. Banyak nasabah yang mengeluh karena kurang luasnya ruang tunggu yang disediakan, saat ini ruang tunggu yang disediakan hanya berukuran 4x5 meter dan hanya memiliki satu tempat duduk panjang untuk 6 orang. Hal tersebut dirasakan kurang nyaman oleh konsumen apabila banyak konsumen yang mengantri terlalu lama. Keluhan konsumen sering kali ditanggapi oleh karyawan terlalu lama, dikarenakan sedikitnya jumlah karyawan yang ada dalam *customer service* sehingga banyak dari konsumen yang terlalu lama mengantri. Faktor – faktor apa yang menyebabkan penurunan jumlah konsumen tersebut dan dari permasalahan yang dijelaskan, belum ada yang melakukan penelitian terkait dengan kualitas pelayanan konsumen pada *PT. Bess Finance* kios Ponorogo.

Menurut Lupiyoadi (Gunawan Sri Atmojo, 2009) salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Apabila setelah dianalisis ternyata terdapat indikasi kekekurangpuasan nasabah, maka harus diidentifikasi atribut-atribut yang menimbulkan ketidakpuasan itu dan melakukan tindakan korektif atau menyelesaikannya. Menganalisis

tingkat pelayanan yang telah diberikan, maka akan mengetahui sejauh manakah pengaruh kualitas pelayanan serta kinerja yang diberikan *PT. Bess Finance* kios Ponorogo selama ini terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dan mengajukan judul Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen *PT.Bess Finance* (studi kasus pada kantor *bess finance* kios Ponorogo).

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah maka dapat di rumuskan pokok permasalahannya sebagai berikut :

1. Apakah Kualitas Pelayanan yang terdiri dari *tangible, empathy, reliability, responsiveness, assurance* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen *PT.Bess Finance* Kios Ponorogo?
2. Faktor manakah yang paling dominan pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen *PT.Bess Finance* Kios Ponorogo?

1.3. Batasan Masalah

Agar dalam pembahasan masalah nantinya tidak melebar dan terarah pada pokok permasalahan, sehingga dapat mempermudah, menjelaskan pembahasan, maka perlu di buat batasan masalah.

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah terbatas pada :

1. Faktor Kualitas Pelayanan yang terdiri dari *tangible, empathy, reliability, responsiveness, assurance* yang ada pada *PT.Bess Finance* Kios Ponorogo.
2. Penelitian dilakukan pada periode bulan September sampai dengan Oktober tahun 2014.

1.4.Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1.Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka penelitian ini bertujuan :

1. Untuk menganalisis besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan yang terdiri dari *tangible, empathy, reliability, responsiveness, assurance* terhadap Kepuasan Konsumen *PT.Bess Finance* Kios Ponorogo.
2. Untuk menganalisis variable yang paling dominan pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen *PT.Bess Finance* Kios Ponorogo.

1.4.2. Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Penemuan dari penelitian ini dapat memberikan suatu masukan dan informasi terhadap perusahaan, agar bisa untuk bahan pertimbangan dan memberikan prioritas utama dalam peningkatan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

2. Bagi peneliti lain

Sebagai bahan referensi dan informasi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut terutama yang berhubungan dengan kualitas pelayanan.

3. Bagi Peneliti

Sebagai sarana menambah ilmu pengetahuan dan sebagai persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana.