

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perusahaan akan selalu berusaha agar tujuannya dapat tercapai secara maksimal serta dapat mempertahankan kelangsungan usahanya. Tuntutan kerja dan target yang ditetapkan oleh perusahaan harus dapat dicapai dan menjadi tanggungjawab bersama dari seluruh unit-unit kerja.

Pada era globalisasi persaingan antar perusahaan merupakan hal yang tidak dapat di hindari dimana setiap perusahaan harus mampu bertahan hidup dengan berbagai bentuk persaingan yang ada. Banyak cara yang di tempuh sebuah perusahaan untuk tetap bertahan dengan cara menetapkan suatu kebijakan perusahaan dalam melihat peluang pasar dan menciptakan *image* yang baik di kalangan konsumen.

Persaingan khususnya di sektor jasa pasar modal sangat kompetitif sehingga diperlukan strategi dalam memenangkan persaingan. Salah satu strategi tersebut adalah mengutamakan pelayanan dan fasilitas kepada konsumen, sehingga *image* perusahaan mempunyai nilai positif dibenak konsumen. Dengan adanya *image* yang baik tersebut konsumen merasa puas setelah menggunakan jasa tersebut. Dalam suatu perusahaan salah satu tujuan utamanya untuk menciptakan keuntungan (*profit*) bagi perusahaan dan berupaya untuk menjual produk atau jasa guna meningkatkan omset penerimaan (penjualan).

Demikian hal dengan PT. Sarijaya Permana Sekuritas menghadapi persaingan yang semakin ketat dalam menyediakan jasa atau informasi tentang saham, obligasi, agen reksadana, *derivatives*, dan lain-lain. Dengan persaingan tersebut mengharuskan PT. Sarijaya Permana Sekuritas meningkatkan kinerja perusahaan agar semakin dapat melayani kebutuhan dan keinginan konsumen.

Secara umum semua perusahaan baik yang bergerak dibidang mempunyai tujuan yang sama yaitu untuk dapat menghasilkan laba dan untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Hal itu dapat dicapai bila perusahaan dapat memasarkan produk atau jasanya dengan baik Adapun konsep pemasaran adalah sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan perusahaan (Swastha, 1996 :17). Oleh karena itu peranan pemasaran sangat penting bagi kelangsungan hidup perusahaan dimasa mendatang dan hendaknya perusahaan harus selalu menyesuaikan hasil produksi atau jasanya agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Salah satu bentuk kebutuhan konsumen adalah adanya pelayanan yang baik. Pelayanan ideal yang harus dilakukan adalah pelayanan yang mendasarkan pada *total quality services* ataupun *customer oriented*. Kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui.

Dengan konsep tersebut PT. Sarijaya Permana Sekuritas, yang bergerak dalam bidang informasi pasar modal dan juga sebagai instansi

keuangan yang menyediakan fasilitas perdagangan saham yang terhubung langsung ke Bursa Efek Jakarta (BEJ) berusaha memenuhi keinginan konsumennya. Dalam memenuhi kebutuhan konsumen perlu melakukan penelitian pemasaran yang nantinya akan menghasilkan data yang sangat bermanfaat untuk menetapkan strategi yang akan digunakan untuk mengetahui keadaan pasar.

Salah satu penelitian pasar tersebut mengenai penilaian kepuasan konsumen. Dalam hal ini PT. Sarijaya Permana Sekuritas kiranya perlu mengetahui dan menganalisa sejauh mana atribut-atribut yang dimilikinya yang di pandang mempunyai arti penting bagi masyarakat dalam kegiatan investasi di pasar modal. Atas dasar itulah PT. Sarijaya Permana Sekuritas dapat mengetahui kekuatan dan kelemahannya, sehingga dapat menentukan strategi yang tepat dalam memberikan kepuasan kepada konsumen dan dapat untuk menghadapi persaingan yang semakin kompleks.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk meneliti:

“Analisis Penilaian Konsumen Terhadap Atribut-atribut PT. Sarijaya Permana Sekuritas di Kota Yogyakarta”.

1.2. Perumusan Masalah

Permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana penilaian konsumen terhadap Atribut Jasa PT. Sarijaya Permana Sekuritas di Kota Yogyakarta?
2. Apakah ada perbedaan penilaian konsumen berdasarkan profil responden yang terdiri dari : usia, tingkat pendidikan, pekerjaan (profesi) dan tingkat pendapatan ?

1.3. Batasan Masalah

Agar masalah yang diteliti dapat dicapai secara maksimal, maka penulis memberikan batasan masalah sebagai berikut :

1. Sampel yang akan diteliti adalah konsumen yang pernah menggunakan jasa (informasi dan bertransaksi) di PT. Sarijaya Permana Sekuritas di Kota Yogyakarta.
2. Atribut yang diteliti yaitu (PT. Sarijaya Permana Sekuritas, 2005)
 - a) *Fee* jual dan *fee* beli adalah komisi yang diperoleh oleh sekuritas karena nasabah membeli saham dan menjual saham.

b) Keramahan Staf

Keramahan atau sikap yang diberikan petugas atau staf PT. Sarijaya Permana Sekuritas dalam memberikan pelayanan, menanggapi pertanyaan yang diajukan konsumen dan pola komunikasi.

c) Kecepatan pelayanan

Kecepatan atau daya tanggap petugas PT. Sarijaya Permana Sekuritas dalam melayani atau menanggapi kebutuhan konsumen.

d) Fasilitas Pendukung

Fasilitas yang ada di PT. Sarijaya Permana Sekuritas yang dapat menciptakan suasana yang menyenangkan bagi konsumen, seperti: internet, RTI dan *stock warch*.

e) Informasi yan diberikan (misalnya : pasar regional, harga komoditas, seperti emas, nickel, minyak bumi) berita mengenai emiten.

3. Jumlah sampel atau responden yang diteliti adalah sebanyak 100 orang.

1.4. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui penilaian konsumen terhadap atribut jasa PT. Sarijaya Permana Sekuritas di Kota Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui apakah ada perbedaan penilaian konsumen dilihat dari profil responden, yang terdiri dari : usia, tingkat pendidikan, pekerjaan (profesi) dan tingkat pendapatan.

1.5. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi PT. Sarijaya Permana Sekuritas.

Diharapkan penelitian ini berguna sebagai masukan yang bermanfaat bagi perkembangan PT. Sarijaya Permana Sekuritas, selain itu hasil

penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam memenuhi harapan-harapan konsumen atau pengguna jasa ini, baik dimasa sekarang maupun dimasa yang akan datang.

2. Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan penerapan teori yang diperoleh dibangku kuliah dan menambah wawasan tentang praktek pasar modal. Selain itu penulis juga berlatih dalam bidang penelitian, pengamatan dan membuat perbandingan antara teori dan praktek, menganalisa dan menuangkan dalam skripsi.

3. Bagi Pembaca

Semoga hasil penelitian ini dapat menjadi suatu sumbangan pemikiran yang bermanfaat dan referensi bagi mereka yang memerlukannya, dan memberikan pengetahuan dan informasi tambahan bagi para pembaca yang berkepentingan dengan skripsi ini.

1.6. Hipotesa

Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

1. Penilaian konsumen terhadap atribut jasa PT. Sarijaya Permana Sekuritas adalah setuju.
2. Tidak ada perbedaan penilaian konsumen berdasarkan profil responden, yang terdiri dari : usia, tingkat pendidikan, pekerjaan (profesi) dan tingkat pendapatan.

1.7. Metodologi Penelitian

1) Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan pada konsumen yang pernah menggunakan atribut jasa PT. Sarijaya Permana Sekuritas.

2) Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan dari Oktober – Desember 2005

3) Cara Penentuan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas; obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut atau sejumlah cuplikan tertentu yang diambil dari suatu populasi dan diteliti secara rinci, dalam hal yang menjadi sampel adalah konsumen yang pernah bertransaksi atau menggunakan atribut jasa PT. Sarijaya Permana Sekuritas. Penulis menggunakan pengambilan sampel dengan metode *purposive sampling*, yaitu teknik pentuan sampel untuk tujuan tertentu (Sugiyono, 2002:62). Dalam hal ini sampel yang digunakan sebanyak 100 responden yang pernah bertransaksi atau menggunakan jasa PT. Sarijaya Permana Sekuritas.

4) Metode Pengambilan Sampel

a. Data Primer

Merupakan data yang didapatkan langsung dari sumber data dalam hal ini adalah responden yang diteliti. Respondennya yang diteliti dalam hal ini konsumen pengguna jasa PT. Sarijaya Permana Sekuritas melalui penyebaran daftar pertanyaan (*questionnaire*), observasi (*observation*) dan wawancara (*interview*).

1) Daftar Pertanyaan (*questionnaire*)

Yaitu dengan mengajukan daftar pertanyaan, hal ini dimaksudkan untuk memperoleh jawaban yang lebih terperinci (Usman dan Akbar, 2000 : 60)

2) Observasi (*observation*)

Yaitu dengan mengadakan pengamatan langsung pada objek penelitian untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai masalah yang sedang diteliti (Usman dan Akbar, 2000 : 54)

3) Wawancara (*interview*)

Yaitu teknik pengumpulan data dengan mengadakan wawancara langsung dengan orang yang bersangkutan dengan perusahaan untuk memperoleh data-data yang berhubungan dengan pembahasan masalah. data dengan mengajukan pertanyaan secara lisan kepada responden (Usman dan Akbar, 2000 : 57)

b. Data Sekunder

Merupakan data yang diperoleh dari buku-buku pengetahuan dan literatur lainnya yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

5. Metode Pengujian Instrumen

Sebelum melakukan penyebaran kuesioner, peneliti terlebih dahulu menguji ketepatan kuesioner yang dibagikan kepada responden dengan menggunakan Analisis Validitas dan Reliabilitas sebanyak 30 orang. Metode yang digunakan untuk menganalisis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah :

a) Analisis Validitas

Validitas adalah menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mampu mengukur apa yang ingin diukur (Umar, 2002 : 176). Dengan rumus sebagai berikut :

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

r : Koefisien korelasi setiap pertanyaan atau item.

X : Skor atau nilai dari setiap pertanyaan atau item.

Y : Skor atau total nilai dari setiap item atau pertanyaan.

N : Jumlah sampel (responden)

Kriteria Pengujian :

- a) Jika item pertanyaan dinyatakan valid apabila : nilai r-hitung > r-tabel, pada taraf signifikansi ($\alpha = 5\%$; $n-2 = 0,05$; 28), jadi r-tabel = 0,239 (lihat lampiran tabel r).

b) Jika item pertanyaan dinyatakan tidak valid apabila: nilai r -hitung $< r$ -tabel, pada taraf signifikansi ($\alpha = 5\%$; $n-2 = 0,05$; 28), jadi r -tabel = 0,239 (lihat lampiran tabel r).

b) Uji Reliabilitas

Istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih (Umar, 2002 : 176). Uji Reliabilitas digunakan untuk melihat apakah alat ukur, dalam hal ini adalah pertanyaan (*quesioner*) yang digunakan konsisten atau tidak apabila dipakai untuk mengukur ulang objek yang sama. Dalam penelitian ini, menggunakan koefisien α (alpha) dengan rumus :

$$r_{bb} = \frac{2(r_{xy})}{1 + r_{xy}}$$

Keterangan :

r_{bb} : Koefisien Reliability

r_{xy} : Koefisien korelasi antara item bernomor genap dan item bernomor ganjil.

Kriteria pengujian :

a) Jika item pertanyaan dinyatakan reliabel apabila : nilai r -hitung $> r$ -tabel, pada taraf signifikansi ($\alpha = 5\%$; $n-2 = 0,05$; 28), jadi r -tabel = 0,239; lihat lampiran).

b) Jika item pertanyaan dinyatakan tidak reliabel apabila : nilai r-hitung < r-tabel, pada taraf signifikansi ($\alpha = 5\%$; $n-2 = 0,05$; 28), jadi r-tabel = 0,239 (lihat lampiran)

1.8. Metode Analisis Data

Metode yang digunakan untuk menganalisis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah :

1. Analisis Prosentase

Analisis Persentase digunakan untuk melihat profil konsumen yang paling dominan dalam menggunakan atribut jasa PT. Sarijaya Permana Sekuritas.

Rumus yang akan digunakan yaitu :

$$P = \frac{nx}{N} \times 100\%$$

P : Nilai prosentase

Nx : Jumlah data berdasarkan karakteristik konsumen

2. Analisis Frekuensi

Analisis frekuensi digunakan untuk menggambarkan statistic deskriptif (distribusi frekuensi) dari atribut yang terbaik menurut penilaian konsumen, dengan menghitung skor total dari tiap atribut. Penilaian total skor atribut PT. Sarijaya Permana Sekuritas yang memiliki dua (2) pertanyaan didapat sebagai berikut :

a. Total nilai skala terbesar = $(5 + 5) = 10$

b. Total nilai skala terkecil = $(1 + 1) = 2$

Sedangkan penilaian total skor atribut PT. Sarijaya Permana Sekuritas yang memiliki tiga (3) pertanyaan didapat sebagai berikut :

- a. Total nilai skala terbesar = (5 + 5 + 5) = 15
- b. Total nilai skala terkecil = (1 + 1 + 1) = 3

3. Analisis Chi-Square

Chi Kuadrat adalah teknik statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis bila dalam populasi terdiri atas dua atau lebih kelas, data berbentuk nominal dan sampelnya besar. Analisis ini digunakan untuk mengetahui apakah ada perbedaan tingkat kepuasan pelanggan terhadap atribut jasa PT. Sarijaya Permana Sekuritas dilihat dari profil pelanggan terhadap atribut yang digunakan analisis chi-square, yang meliputi : usia, tingkat pendidikan, pekerjaan (profesi) dan tingkat pendapatan. Adapun prosedur pengujian adalah sebagai berikut :

1. Menyatakan hipotesa nol dan hipotesa alternatif.

H_0 : Tidak ada perbedaan kepuasan konsumen terhadap atribut PT. Sarijaya Permana Sekuritas berdasarkan profil responden.

H_a : Ada perbedaan kepuasan pelanggan terhadap PT. Sarijaya Permana Sekuritas.

2. Menentukan $\alpha = 5\%$ (0,05).

3. Perhitungan Chi-Square menggunakan rumus (Sugiyono, 2003 : 104) :

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(f_0 - f_n)^2}{f_n}$$

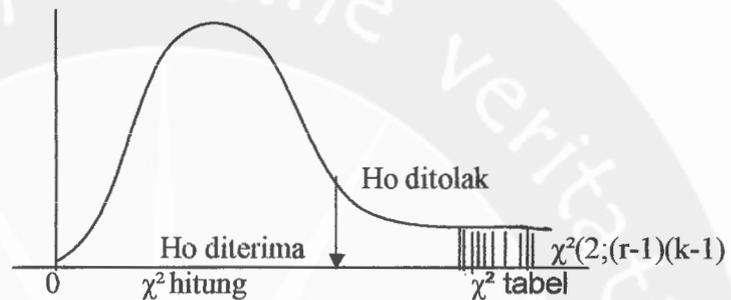
Dimana:

χ^2 : Chi-Square

f_o : Frekuensi observasi atau hasil percobaan

f_n : Frekuensi yang diharapkan atau frekuensi sesuai dengan kondisi H_o . Dan Dimana :

1. Gambar Chi-Square adalah sebagai berikut :



2. Penarikan kesimpulan dari hasil perhitungan Chi-Square

3. Menentukan kriteria penilaian :

- a) H_o diterima bila χ^2 -hitung < χ^2 -tabel, yang berarti tidak ada perbedaan tingkat kepuasan pelanggan, dengan $\alpha = 5\%$; $0,05 (r-1) (k-1)$.
- b) H_a ditolak diterima χ^2 -hitung > χ^2 -tabel ($0,05 (r-1) (k-1)$), berarti H_o ditolak

1.9. Sistematika Penulisan

BAB I : Pendahuluan

Berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, hipotesis, metodologi penelitian, analisis data dan sistematika penulisan

BAB II : Landasan Teori

Berisi tentang dasar-dasar teori yang mendukung penelitian ini

BAB III : Gambaran Umum Perusahaan

Berisi tentang sejarah dan unsur pelaksana PT. Sarijaya Permana Sekuritas.

BAB IV : Analisis Data dan Pembahasan

Berisi tentang pengolahan data yang diperoleh dari konsumen PT. Sarijaya Permana Sekurita dan responden secara langsung dengan menggunakan analisa kuantitatif dan analisa kualitatif.

BAB V : Kesimpulan dan Saran

Berisi tentang kesimpulan dan saran dari penulis yang mungkin akan menjadi bahan pemikiran untuk perkembangan PT. Sarijaya Permana Sekuritas.