

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pembangunan dan perkembangan perekonomian umumnya dan khususnya di bidang perindustrian dan perdagangan nasional telah menghasilkan berbagai variasi barang dan jasa yang dapat dikonsumsi. Di samping itu, globalisasi dan perdagangan bebas yang didukung oleh kemajuan teknologi telekomunikasi dan informatika telah memperluas ruang gerak arus transaksi barang dan atau jasa melintasi batas-batas wilayah suatu negara, sehingga barang dan atau jasa yang ditawarkan bervariasi baik produk luar negeri maupun produk dalam negeri. Kondisi yang demikian, pada satu pihak memiliki manfaat bagi konsumen karena kebutuhan konsumen akan barang dan atau jasa yang diinginkan dapat terpenuhi serta makin terbuka lebar kebebasan untuk memilih aneka jenis dan kualitas barang dan atau jasa sesuai dengan keinginan.

Faktor-faktor yang mendorong pertumbuhan sektor jasa khususnya, dipicu oleh perubahan demografis, perubahan sosial, hukum, dan globalisasi. Perkembangan dan peranan sektor jasa yang besar di masa mendatang terutama didorong oleh kemajuan pesat dalam teknologi komunikasi dan informasi. Perusahaan yang memberikan operasi jasa adalah mereka yang memberikan konsumen produk jasa baik yang berwujud ataupun tidak, seperti transportasi, hiburan restoran, dan pendidikan. Menurut Zeithaml *et al.*

(Ariani, 2009:180) dalam hubungan dengan penciptaan nilai kepuasan bagi pelanggan, dimensi-dimensi yang menjadi fokus pada kualitas pelayanan, antara lain:

1) Bukti Fisik (*Tangibles*)

Yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal.

2) Keandalan (*Reliability*)

Yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan dengan cepat, tepat, akurat, dan terpercaya.

3) Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Yaitu kemauan pegawai untuk tanggap membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat, tepat dengan disertai penyampaian jasa yang jelas.

4) Jaminan (*Assurance*)

Yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan.

5) Empati (*Emphaty*)

Yaitu meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan pemahaman atas kebutuhan individu oleh para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

Banyaknya bank yang bermunculan saat ini membuat calon nasabah sangat selektif untuk memilih bank. Menjamurnya bank-bank yang ada di

seluruh pelosok Indonesia memicu munculnya persaingan dalam perebutan pasar. Persaingan merupakan tantangan yang harus dihadapi oleh bank-bank tersebut dengan berbagai macam strategi pemasaran yang dipakai untuk mendapatkan atau merebut pasar yang ada. Bank pun dituntut untuk memperbaiki kinerjanya, karena kepercayaan akan muncul apabila kinerja suatu bank sangat baik.

PT. BPR Shinta Bhakti Wedi adalah salah satu bank yang berkembang di Kecamatan Wedi, yang menawarkan jasa kredit bagi para- petani, pengusaha kecil dan masyarakat lainnya yang membutuhkan jasa tersebut. Faktor-faktor yang memengaruhi konsumen dalam pemilihannya mengambil kredit yang ditawarkan oleh PT. BPR Shinta Bhakti Wedi tersebut sangat erat kaitannya dengan tujuan perusahaan, karena dengan adanya jasa kredit yang dimaksudkan dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan melalui adanya bunga kredit yang diberikan sebagai suatu imbalan jasa yang telah diberikan oleh debitur. Adapun yang menjadi faktor dalam mengambil kredit di PT. BPR Shinta Bhakti Wedi tersebut antara lain pelayanan yang diberikan.

Alasan penulis memilih PT. BPR Shinta Bhakti Wedi, karena banyak yang tertarik untuk mengambil kredit di PT. BPR Shinta Bhakti Wedi dan sekarang ini banyak nasabah yang memilih untuk memanfaatkan jasa kredit di PT. BPR Shinta Bhakti Wedi, karena kualitas pelayanan yang memuaskan, tingkat suku bunga kredit yang bersaing, dan lokasi bank yang strategis sehingga dapat menarik nasabah.

PT. BPR Shinta Bhakti Wedi belum memiliki waktu standar pelayanan dalam melayani nasabah pada saat berada di *teller* khususnya pembayaran angsuran kredit. Oleh karena itu, penulis merasa tertarik untuk menganalisis waktu standar yang dibutuhkan *teller* dalam melayani nasabah khususnya melayani pembayaran angsuran kredit.

Maka penulis mengambil judul **“PENGENDALIAN KUALITAS PELAYANAN PADA PT. BPR SHINTA BHAKTI WEDI KLATEN”**.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah pelayanan *teller* PT. BPR Shinta Bhakti Wedi berada dalam batas-batas pengendalian kualitas ?
2. Faktor-faktor apa yang memengaruhi kualitas pelayanan *teller* PT. BPR Shinta Bhakti Wedi ?

1.3. Tujuan Penelitian

Sebagaimana telah dinyatakan dalam perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Menganalisis waktu standar yang dibutuhkan *teller* PT. BPR Shinta Bhakti Wedi dalam melayani nasabah yang melakukan pembayaran angsuran kredit dengan menggunakan Peta Pengendali Rata-Rata dan Jarak (*Range*)

2. Menganalisis sebab terjadinya permasalahan dengan menggunakan diagram sebab-akibat (*Fishbone Diagram*)
3. Menganalisis permasalahan yang paling penting untuk diselesaikan dengan menggunakan Diagram Pareto.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang diharapkan adalah sebagai berikut :

a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi PT. BPR Shinta Bhakti Wedi untuk memperbaiki waktu yang dibutuhkan *teller* untuk melayani nasabah yang melakukan pembayaran kredit.

b. Bagi Penulis

Dengan penelitian ini penulis dapat menerapkan teori yang didapat selama kuliah dan dapat menambah pengetahuan melalui masalah-masalah yang terjadi dalam perusahaan, khususnya dalam pengendalian kualitas pelayanan.

1.5. Metodologi Penelitian

1.5.1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di PT. BPR Shinta Bhakti Wedi yang berada di Jalan Raya Wedi – Bayat KM. 1 Wedi, Klaten.

1.5.2. Jenis Data

Data yang diperlukan adalah :

a. Data Primer

Yaitu data yang belum diolah yang diperoleh langsung oleh peneliti dengan cara melakukan perhitungan waktu pelayanan yang dilakukan oleh *teller* yang melayani pembayaran angsuran kredit.

b. Data sekunder

Yaitu data yang diambil dari catatan yang sudah ada di perusahaan, meliputi data mengenai struktur organisasi perusahaan, gambaran proses pelayanan, dan data mengenai perhitungan kredit.

1.5.3. Metode Pengumpulan Data

a. Penelitian Lapangan

Penelitian secara langsung dengan cara melakukan observasi yaitu dengan cara melakukan pengamatan dan perhitungan secara langsung dan wawancara dengan pekerja yang bersangkutan.

b. Studi pustaka

Penelitian dilakukan dengan mempelajari pustaka, jurnal, dan artikel yang berhubungan dengan pengendalian kualitas pelayanan.

1.5.4. Metode Analisis Data

1. Peta Pengendali Rata-Rata dan Jarak (*Range*)

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah peta pengendali rata-rata dan jarak. Peta pengendali rata-rata dan jarak merupakan dua peta pengendali yang saling membantu dalam mengambil keputusan mengenai kualitas proses. Peta pengendali rata-rata merupakan peta kendali untuk melihat apakah proses masih berada dalam batas pengendalian atau tidak. Proses produksi dikatakan baik apabila produk atau jasa yang dihasilkan berada di sekitar garis pusat (*center line*). Data yang berada di dalam peta pengendali statistik disebut sebagai dalam batas pengendalian statistik (*in statistical control*). Sementara data yang berada di luar batas pengendali rata-rata tersebut disebut sebagai *out statistical control* yang dapat disebabkan oleh penyebab umum dan khusus. Apabila disebabkan oleh penyebab umum, maka tidak perlu dilakukan revisi. Namun, apabila disebabkan oleh penyebab khusus, maka perlu dilakukan revisi.

Peta pengendali jarak (*range*) digunakan untuk mengetahui tingkat keakurasian atau ketepatan proses yang diukur dengan mencari *range* dari sampel yang diambil dalam observasi. Data yang berada di dalam peta pengendali statistik untuk *range* disebut sebagai dalam batas pengendalian statistik (*in statistical control*). Sementara data yang berada di luar batas pengendali *range* tersebut disebut sebagai *out statistical control* yang dapat disebabkan oleh penyebab umum dan khusus. Apabila disebabkan

oleh penyebab umum, maka tidak perlu dilakukan revisi. Namun, apabila disebabkan oleh penyebab khusus, maka perlu dilakukan revisi.

2. Diagram Sebab-Akibat (*Fishbone Diagram*)

Diagram sebab akibat menggambarkan sebab-akibat menggunakan garis dan simbol-simbol yang menunjukkan hubungan antara akibat dan penyebab suatu masalah. Diagram tersebut digunakan untuk mengetahui akibat dari suatu masalah untuk selanjutnya diambil tindakan perbaikan. Dari akibat tersebut kemudian dicari beberapa kemungkinan penyebabnya. (Ariani, 2004:24)

Manfaat diagram sebab-akibat tersebut antara lain :

1. Dapat menggunakan kondisi yang sesungguhnya untuk tujuan perbaikan kualitas produk atau jasa, lebih efisien dalam penggunaan sumber daya, dan dapat mengurangi biaya.
2. Dapat mengurangi dan menghilangkan kondisi yang menyebabkan ketidaksesuaian produk atau jasa dan keluhan pelanggan.
3. Dapat membuat sesuatu standardisasi operasi yang ada maupun yang direncanakan.
4. Dapat memberikan pendidikan dan pelatihan bagi karyawan dalam kegiatan pembuatan keputusan dan melakukan tindakan perbaikan.

3. Diagram Pareto

Diagram Pareto merupakan suatu gambar yang mengurutkan klasifikasi data dari kiri ke kanan menurut urutan ranking tertinggi hingga terendah. Hal ini dapat membantu menemukan permasalahan yang paling

penting untuk segera diselesaikan. Menurut Mitra (Ariani,2005:19) Diagram Pareto juga dapat mengidentifikasi masalah yang paling penting yang mempengaruhi usaha perbaikan kualitas dan memberikan petunjuk dalam mengalokasikan sumber daya yang terbatas untuk menyelesaikan masalah.

Menurut Mitra dan Besterfield (Ariani,2005:19) proses penyusunan Diagram Pareto meliputi enam langkah, yaitu :

1. Menentukan metode atau arti dari pengklasifikasian data, misalnya berdasarkan masalah, penyebab, jenis ketidaksesuaian, dan sebagainya.
2. Menentukan satuan yang digunakan untuk membuat urutan karakteristik-karakteristik tersebut, misalnya rupiah, frekuensi, unit, dan sebagainya.
3. Mengumpulkan data sesuai dengan interval waktu yang telah ditentukan.
4. Merangkum data dan membuat ranking kategori data tersebut dari yang terbesar hingga yang terkecil.
5. Menghitung frekuensi kumulatif atau presentase kumulatif yang digunakan.
6. Menggambar diagram batang, menunjukkan tingkat kepentingan relatif masing-masing masalah. Mengidentifikasi beberapa hal yang penting untuk mendapat perhatian.

1.6. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

BAB I membahas tentang :

- 1.1. Latar Belakang Masalah
- 1.2. Perumusan Masalah
- 1.3. Tujuan Penelitian
- 1.4. Manfaat Penelitian
- 1.5. Metodologi Penelitian
- 1.6. Sistematika Penulisan

BAB II : Landasan Teori

BAB II membahas tentang :

- 2.1. Pengertian Jasa
- 2.2. Pengertian Kualitas
- 2.3. Kualitas Pelayanan Jasa
- 2.4. Pengendalian Kualitas
- 2.5. Perbedaan Produk dan Jasa
- 2.6. Karakteristik Jasa
- 2.7. Peta Pengendali Rata-Rata dan Jarak (*Range*)
- 2.8. Diagram Sebab-Akibat (*Fishbone Diagram*)
- 2.9. Diagram Pareto
- 2.10. Tinjauan Mengenai Perbankan

BAB III : Gambaran Umum Perusahaan

BAB III membahas tentang :

- 3.1. Sejarah Singkat PT. BPR Shinta Bhakti Wedi Klaten
- 3.2. Maksud dan Tujuan
- 3.3. Visi dan Misi Perusahaan
- 3.4. Struktur Organisasi
- 3.5. Produk-produk PT. BPR Shinta Bhakti Wedi Klaten

BAB IV : Analisis Data

BAB IV membahas tentang :

- 4.1. Peta Pengendali Rata-Rata dan Jarak (*Range*)
- 4.2. Diagram Sebab-Akibat (*Fishbone Diagram*)
- 4.3. Diagram Pareto

BAB V : Kesimpulan dan Saran

BAB V membahas tentang :

- 5.1. Kesimpulan
- 5.2. Saran