

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latarbelakang Masalah

Bukan menjadi hal baru dalam kegiatan ekonomi yang ada lingkungan kita saat ini. Persaingan dan inovasi terus dilakukan oleh setiap pelaku ekonomi, hal ini semata-mata untuk mempengaruhi konsumen atau pelanggan sehingga dapat memuatuskan untuk melakukan transaksi di tempat tertentu. Dapat dilihat di bebarapa ibukota bahkan sampai pada tingkatan kecamatan, banyak pemodal kian merambat membuka usaha pasar modern, seperti halnya alfa mart, indomart dan lain sebagainya, selain itu lembaga-lembaga keuangan dengan memberikan kemudahan-kemudahan dalam proses penyediaan modal, termasuk juga lembaga asuransi yang terus tumbuh dengan menawarkan berbagai macam produk. Fakta ini menunjukkan terus adanya inovasi-inovasi baru untuk mempengaruhi pelanggan atau konsumen.

Kondisi tersebut adalah bagian dari paradigma globalisasi, dimana produk atau jasa yang bersaing dalam satu pasar semakin banyak dan beragam, akibat keterbukaan pasar yang memungkinkan semua elemen usaha untuk melakukan perubahan-perubahan demi pencapaian pendapatan yang maksimal. Kondisi ini terumus memunculkan persaingan antar produsen untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta memberikan kepuasan kepada pelanggan secara maksimal, karena pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan rasa puas pada pelanggan. Salah satu tindakan untuk memuaskan konsumen adalah

dengan cara memberikan pelayanan kepada konsumen dengan sebaik-baiknya. Kenyataan ini bisa dilihat, bahwa ada beberapa hal yang dapat memberikan kepuasan pelanggan yaitu nilai total pelanggan yang terdiri dari nilai produk, nilai pelayanan, nilai personal, nilai image atau citra, dan biaya total pelanggan yang terdiri dari biaya moneter, biaya waktu, biaya tenaga, dan biaya pikiran (Kotler, 2000:50). Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Oleh karena itu perusahaan harus memulai bersamaan dengan adanya perubahan lingkungan yang terjadi dan adanya perubahan perilaku manusia, dan aktivitas manusia yang semakin padat setiap harinya, maka semakin mendorong bertambahnya permintaan akan kebutuhan rekreasi. Apalagi kebisingan dan terjadinya polusi di kota membuat manusia ingin mencari suasana yang lebih tenang dan jauh dari polusi, daerah pegunungan menjadi pilihan bagi mereka.

Hasil penelitian Subaidi (2008) digambarkan bahwa kualitas pelayanan sangat berperan besar dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Hal ini didukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Aryanti (2009) yang melihat bahwa kualitas pelayanan yang menjadi standar sebuah perusahaan jasa khususnya rumah makan,

karena konsumen merasakan kepuasan dengan pelayanan maupun kualitas jasa yang ditawarkan.

Hasil penelitian sebagaimana yang telah dijelaskan di atas, merupakan lembaga atau jenis usaha jasa dengan tetap mengedepankan kualitas pelayanan dalam rangka untuk mempertahankan pelanggan. Ini berarti bahwa kualitas menjadi faktor utama dalam mempengaruhi kepuasan konsumen. Dengan demikian, usaha layanan jasa seperti Bumiputra menjadi bagian dari hal tersebut dan kualitas pelayanan adalah bagian dari indikator utama untuk mempertahankan konsumen atau user. Dapat dilihat dari indikator-indikator yang dilakukan dalam penelitian sebelumnya yang melingkupi variabel kualitas pelayanan, seperti bukti langsung (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*). Dari beberapa indikator tersebut, hampir semua penelitian menunjukkan bahwa dapat memberikan pengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan baik dalam lembaga non profit maupun profit. PT. Bumiputra Gorontalo adalah sebuah lembaga yang menawarkan jasa asuransi, dalam aktivitasnya kualitas pelayanan menjadi bagian dari aktivitas keseharian dari lembaga tersebut.

Hasil penelitian-penelitian sebagaimana telah dijelaskan di atas yang mengukur variabel kepuasan pelanggan dengan indikator meliputi mutu produk, harga, *service quality* (ServQual), emotional faktor, kemudahan. Variabel-variabel ini pada prakteknya sering dijumpai dalam semua level organisasi, yang secara langsung dirasakan oleh pelanggan atau user/konsumen, dan disediakan oleh lembaga yang

memberikan layanan. Sehingga memang banyak penelitian yang mengukur kualitas pelayanan terhadap kepuasan sangat memberikan pengaruh.

Selanjutnya, dalam penelitian ini yang melihat PT. Bumiputera adalah lembaga yang bergerak dalam bidang pelayanan asuransi, dalam rangka menyiasati persaingan yang terus mengalami peningkatan, maka banyak produk yang terus disediakan guna menarik minat konsumen. Dan sekedar gambaran awal bahwa keberadaan PT Bumiputera telah memenuhi hampir semua provinsi yang ada di Indonesia. Kondisi ini dapat dikatakan bahwa perusahaan tersebut semakin diminati oleh masyarakat sebagai pelanggan. Adapun bentuk-bentuk asuransi yang di tawarkan oleh PT Bumiputera adalah asuransi jiwa perorangan, asuransi jiwa kumpulan, asuransi jiwa perorangan syariah, asuransi jiwa kumpulan syariah dan DPLK AJB Bumiputera 1912. Dari beberapa bentuk produk tersebut, tiap-tiap produk memiliki jenis-jenis asuransi, jenis-jenis di atas yang ditawarkan kepada masyarakat.

Pada pengamatan yang dilakukan peneliti di lokasi penelitian, adanya kecenderungan masyarakat atau pelanggan untuk mengabaikan asuransi. Padahal eksistensi asuransi untuk zaman ini yang memberikan manfaat untuk kelangsungan hidup seseorang. Kondisi ini mengakibatkan menurunnya pelanggan yang ada di perusahaan tersebut, disamping itupun banyaknya bermunculan lembaga-lembaga asuransi dengan produk-produk yang kualitasnya baik, serta proses untuk menjadi nasabah dengan pelayanan yang cepat. Di PT Bumiputera Gorontalo dalam pengamatan peneliti, masih tetap menggunakan sistem pelayanan konvensional, dan belum melakukan perubahan-perubahan yang cepat, seperti halnya pelayanan

informasi online yang mumpuni, serta pesan-pesan iklan yang relatif kurang. Kondisi ini dalam pengamatan peneliti dapat mempengaruhi calon pelanggan untuk bermitra dengan perusahaan PT Bumiputera Gorontalo.

Oleh karena itu, dalam kesempatan ini, peneliti merasa terkesan dengan fenomena dan fakta yang terjadi di PT Bumiputera Gorontalo, yang terus mengalami perkembangan. Sehingga menurut peneliti layak untuk analisis kualitas pelayanan yang ada di perusahaan tersebut. Atas dasar itu, peneliti mencoba menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang ada di PT Bumiputera Gorontalo.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latarbelakang tersebut di atas, peneliti dapat merumuskan identifikasi masalah. Berikut identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah masih kurangnya fasilitas penunjang yang ada, ketersediaan informasi tentang produk jasa yang ditawarkan sangat minimal, system pelayanan yang belum memadai, informasi yang terstruktur belum dilaksanakan secara maksimal, belum terwujudnya komunikasi bisnis yang memadai; selanjutnya system pelayanan yang masih bersifat konvensional, hal ini berakibat pada adanya perasaan bosan bagi pengunjung; kemampuan sosialisai terhadap pelanggan dan calon pelanggan yang masih relatif kurang dan kurangnya inovasi dalam proses sosialisasi; serta pelayanan cepat yang diharapkan belum berjalan secara optimal dan persyaratan menjadi user dinilai masih sulit dipenuhi oleh konsumen.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latarbelakang tersebut di atas, peneliti dapat merumuskan masalah dalam penelitian ini yakni bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang ada di PT Bumiputera Gorontalo.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut di atas, peneliti dapat menetapkan tujuan dalam penelitian ini yakni untuk mengukur pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang ada di PT Bumiputera Gorontalo.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, manfaat penelitian ini adalah;

1. Manfaat Praktis.

Yakni penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi lembaga ataupun instansi lainnya serta memberikan sumbangan pikiran khususnya kepada lokasi tempat penelitian ini dilakukan demi terciptanya kualitas pelayanan yang lebih baik.

2. Manfaat Teoritis.

- Bagi peneliti dan pembaca lainnya diharapkan penelitian ini dapat memperluas wawasan dan pengetahuan ilmiah mengenai kualitas pelayanan yang ada di perusahaan.
- Sebagai bahan referensi tambahan bagi pihak-pihak ataupun generasi-generasi berikutnya yang akan meneliti kasus yang sama.