

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Penelitian Terdahulu

Terdapat penelitian yang dilakukan sebelumnya yang hampir sama dengan penelitian ini, antara lain :

1. **“Aplikasi manajemen sumber daya manusia terhadap peningkatan mutu pelayanan baitul mal wat tamil ( studi kasus di BMT Bintang Rizki balung Jember”**. tahun 2011, penelitian ini dilakukan oleh Rofita Amaliyanur dari STAIN Jember. variabel penelitian yang digunakan yaitu kualitas pelayanan, asas-asas pelayanan, kepuasan nasabah dan ketidakpuasan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aplikasi manajemen sangatlah dibutuhkan untuk meningkatkan mutu pelayanan. Perkembangan zaman menjadikan kemudahan dalam meningkatkan taraf kemajuan usaha perbankan.( Rofita Amaliyanur, Skripsi : 2011)

Dari hasil penelitian diatas. Ada perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya. Jika penelitian sebelumnya melihat tentang. “ Aplikasi manajemen sumber daya manusia terhadap peningkatan mutu pelayanan baitul mal wat tamil ( studi kasus di BMT Bintang Rizki balung Jember)” dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Sementara pada penelitian ini meneliti Pengaruh mutu layanan di PT. Pengaruh Mutu Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Tabungan Pensiunan Nasional Kantor Cabang Pembantu Rogojampi Banyuwangi.

**2. “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap loyalitas nasabah di Bank Mega Syari’ah kantor cabang ambulu”.** tahun 2012, penelitian ini dilakukan oleh: Risma Eka Novianti dari STAIN Jember, penelitian ini melihat seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah di Bank Mega Syari’ah Kantor Cabang Ambulu.

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa hendaknya kualitas pelayanan tersebut harus ditingkatkan. Perkembangan tersebut tidak lepas dari adanya beberapa kebijaksanaan bank yang telah diterapkan selama ini, meliputi peningkatan di bidang pelayanan pada nasabah antara lain dalam bentuk meningkatkan profesionalisme karyawan melalui peningkatan pendidikan formal maupun informal atau diklat, memperbanyak ATM di berbagai kantor cabang pembantu. (Risma Eka Novianti, Skripsi : 2012)

Ada perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya. Jika penelitian sebelumnya melihat tentang. “pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah di Bank Mega Syari’ah Kantor Cabang Ambulu. Sementara pada penelitian ini meneliti Pengaruh mutu layanan di PT. Pengaruh Mutu Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Tabungan Pensiunan Nasional Kantor Cabang Pembantu Rogojampi Banyuwangi.

**3. Peran Customer Service PT. Bank BRI Syari’ah Kantor Cabang Jember dalam peningkatan mutu pelayanan terhadap nasabah.** Tahun 2015, Penelitian dilakukan oleh Sugiyantik Mahasiswa IAIN Jember prodi

Muamalah. Variabel penelitian ini yaitu pelayanan terbaik, layanan prima, keakuratan pembukuan, keterampilan dalam melayani nasabah, memberi perhatian, memahami kebutuhan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peran customer service cukup baik sesuai standart pelayanan. Walaupun masih ada kendala yaitu kurangnya jumlah petugas. Customer Service (CS) PT. Bank BRI Syari'ah Kantor Cabang Jember selalu dituntut untuk memperbaiki dan memberikan pelayanannya terhadap nasabah atau calon nasabah baru Penelitian terdahulu mengkaji tentang Peran Customer Servis PT BRI Syari'ah Kantor Cabang Jember dalam peningkatan mutu pelayanan terhadap nasabah dengan menggunakan penelitian kualitatif. Sementara pada penelitian ini Pengaruh mutu layanan di PT. Pengaruh Mutu Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Tabungan Pensiunan Nasional Kantor Cabang Pembantu Rogojampi Banyuwangi.(Sugiyantik, Skripsi : 2015)

IAIN JEMBER

**Tabel 2.1**  
**Ringkasan Penelitian Terdahulu**

Peneliti	Rofita Amaliyanur dari STAIN Jember(2011)	Risma Eka Novienti dari STAIN Jember(2012)	Sugiyantik Mahasiswa IAIN Jember prodi Muamalah(2015)
Judul	Aplikasi manajemen sumber daya manusia terhadap peningkatan mutu pelayanan baitul mal wat tamil (studi kasus di BMT Bintang Rizki balung Jember”.	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap loyalitas nasabah di Bank Mega Syari’ah kantor cabang ambulu.	Peran Customer Service PT. Bank BRI Syari’ah Kantor Cabang Jember dalam peningkatan mutu pelayanan terhadap nasabah.
Persamaan	Meneliti tentang peningkatan mutu pelayanan	Metode kuantitatif serta meningkatkan kualitas layanan	Meneliti tentang peningkatan mutu layanan terhadap nasabah
Perbedaan	Menggunakan metode penelitian kualitatif	Menggunakan rumus regresi berganda Meneliti tentang loyalitas nasabah	Menggunakan metode penelitian kualitatif
Indikator	Kualitas pelayanan, asas pelayanan, bentuk layanan, kepuasan nasabah, ketidak puasan	reability, tangibility, responsiveness, assurance, dan empathy	pelayanan terbaik, layanan prima, keakuratan pembukuan, keterampilan daam melayani nasabah, memberi perhatian, memahami kebutuha.

Sumber : berbagai sumber

Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian terdahulu, yaitu teknik analisisnya dan variabelnya. Adapun penelitian ini berusaha menganalisis pengaruh Mutu Layanan terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Tabungan Pensiunan Nasional Kantor Cabang Pembantu Rogojampi Banyuwangi . Teknik analisis yang digunakan analisis regresi sederhana.

## B. Kajian Teori

### 1. Mutu Layanan

Definisi Mutu adalah kualitas, derajat, tingkat. Sedangkan layanan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2005 : 646) mengandung arti usaha melayani kebutuhan orang lain.

Karakteristik tersebut dapat diwujudkan sebagai dasar pemberian layanan terbaik bagi nasabah. Pengertian lebih luas disampaikan Daviddow dan Uttal bahwa layanan merupakan usaha apa saja yang mempertinggi kepuasan nasabah. Sedangkan pengertian layanan prima sangat baik atau terbaik karena sesuai dengan standart layanan yang berlaku atau dimiliki instansi pemberi layanan, dalam konteks ini adalah bank.

Pengertian layanan prima atau layanan unggulan pada nasabah itu sendiri dapat diperluas menjadi bagaimana layanan secara maksimal kepada nasabah, dan kesiapan dalam mengatasi permasalahan yang muncul secara profesioanal. Layanan ini menimbulkan kesan yang baik bagi nasabah sehingga mereka akan terus datang kemabali untuk menjadi rekan bisnis yang baik dengan baik. Apapun layanan kepada nasabah tentunya telah ada ketetapan tata pelaksanaanya, prosedur dan kewenangan sehingga penerima layanan puas dengan apa yang diterimanya. (Ikatan Bankir Indonesia, 2014 : 75-80)

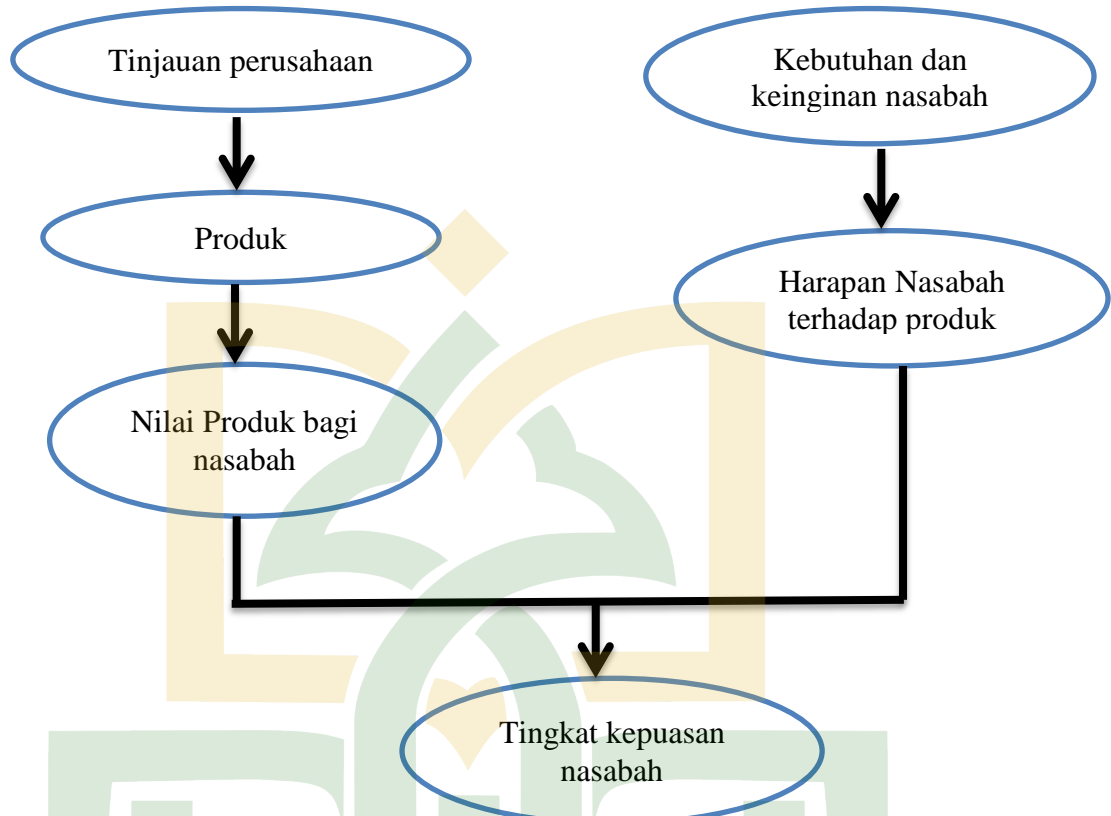
Berikut ini adalah manfaat yang dapat diperoleh sebuah perbankan atau institusi perbankan dengan melaksanakan budaya layanan prima kepada nasabahnya, yaitu :

- a. Meningkatkan citra perbankan
- b. Promosi bagi bank
- c. Menciptakan kesan pertama yang baik
- d. Meningkatkan daya saing
- e. Meningkatkan loyalitas nasabah

Hal ini menjelaskan bahwa mutu layanan adalah bagaimana cara pemasar dalam memuaskan hati nasabah/nasabah. Perusahaan yang menjalankan bisnisnya memiliki strategi yang berbeda-beda. Namun secara umum perusahaan menerapkan strategi kombinasi yaitu kombinasi antara strategi yang menitikberatkan kelangsungan hidup perusahaan dan strategi yang lebih memuaskan perhatiannya pada upaya mendapatkan nasabah baru.

Selanjutnya, konsep mengenai kepuasan nasabah dapat di tampilkan dalam bagan sebagai berikut :

**Gambar 2.1**  
**Konsep Kepuasan Nasabah**



Sumber : Purwanto, Marketing Strategic( Platinum, 2012 )

Goetspach dan Davis dalam Purwanto ( 2012 : 64 ) Pada system manajemen TQM berlandaskan pada upaya mengangkat kualitas strategi usaha dan berorientasi pada kepuasan nasabah dengan melibatkan anggota organisasi. Karakteristik utama dalam TQM adalah:

a. Fokus Nasabah

Semua upaya yang dilakukan harus bertumpu pada memaksimalkan perolehan kepuasan nasabah. Jangan salah paham terpaukannya nasabah justru merupakan penentu bagi terwujudnya kepuasan nasabah. Wujud kepuasan nasabah sebagaimana kita ketahui

berupa bawahan, atasan, rekan sejawat, dan siapa yang ada diperusahaan.

Kepuasan nasabah itu tidak hanya sebatas terpenuhkannya kebutuhan pribadi dalam bentuk fasilitas dan hak-hak pegawai saja. Tetapi juga kepuasan perlakuan dan layanan serta suasana kerja dalam rangka kerja keras bersama rekan. Hanya pegawai yang merasa puaslah yang memiliki motivasi tinggi untuk memberikan layanan yang memuaskan. ( Aso Sentana, 2004 : 172-173)

Kaitan kepuasan nasabah menyangkut beberapa aspek yang meliputi mutu produk/ jasa layanan bank yang memenuhi kebutuhannya, rasa aman atas pengelola keuangan dan dipercayakan kepada bank yang dipilih. Layanan yang cepat, akurat serta ramah yang diterima dari petugas bank dan kemudahan dengan lokasi bank. Karena unsur kepuasan terdapat pada aspek-aspek tersebut, Contoh prosedur penyambutan nasabah yang dilakukan oleh bank yang berfokus pada kepuasan nasabah diantaranya :

- 1) Nasabah yang datang dibukakan pintu dan disapa dengan ramah oleh satpam dengan ucapan, " Selamat pagi/siang bapak/ibu, ada yang bisa saya bantu ?
- 2) Nasabah dipersilahkan menuju tempat yang dibutuhkan atau ruang tunggu yang telah disediakan.
- 3) Nasabah disambut dengan senyum dan keramahan khas.

b. Perbaikan terus menerus atau memiliki obsesi yang tinggi terhadap kualitas

Pengetahuan, keterampilan dan perilaku buruk dari jajaran pegawai akan sangat menentukan bagi tingkat kepuasan yang akan diperoleh nasabah untuk dapat terselenggaranya proses kerja yang baik. Diperlukan peningkatan mutu secara berkelanjutan yang baik atas segenap faktor yang bersumber daya yang terlibat dalam proses kerja. Kita ingat bahwa mutu proses yang akan menentukan sebuah hasil. Contoh prosedur proses mengelola nasabah meliputi :

- 1) Nasabah dikelompokkan berdasarkan persamaan minat, persamaan produk yang disukai, persamaan kepentingan dan sebagainya.
- 2) Berbagai kegiatan diselenggarakan agar dapat membina keakraban antara perusahaan dengan nasabah.

c. Pemberdayaan Karyawan

Jangan sampai salah anggapan bahwa kepuasan nasabah itu hanya menjadi tanggung jawab unit-unit operasional, lebih-lebih para perugas *front-office*. Sebaiknya tanggung jawab terbesar justru terletak pada jajaran pembuatan kebijakan. ini berlaku pada saat penetapan jenis produk dan mutu produk, prosedur dan sarana pelayan, pemilihan teknologi, rekrutment, dan pemberdayaan karyawan dll.

Hukum pengelolaan nasabah menurut Ekotama (2013 : 68 ) dalam Endah Nur Fatimah ( 2015 : 83) menyimpulkan “ barang siapa memperlakukan nasabahnya sebagai raja, ia akan lebih berkuasa dari pada

raja, Barang siapa memperlakukan nasabah bagai sampah setelah mendapatkan uangnya, ia akan bangkrut dengan sendirinya”. Layanan terhadap nasabah memang sangat penting untuk mempertahankan usaha. Berikut ini adalah prosedur dalam membantu nasabah memperoleh segala kebutuhannya yang meliputi:

- 1) Keperluan nasabah di tanyakan dan didengarkan dengan seksama
- 2) Kebutuhan nasabah diproses dan dipenuhi dengan tepat
- 3) Jika kebutuhan sudah terpenuhi , kemudian tanyakan kebutuhan lain
- 4) Setelah transaksi selesai, ucapan terima kasih disampaikan

## 2. Kepuasan Nasabah

Kepuasan atau ketidakpuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja yang rill/ actual dengan kinerja produk yang diharapkan.

Kotler (2005) dalam Etta Mamang Sangadji dan Sopi'ah (2013 : 189) menyimpulkan “kepuasan adalah sejauh mana suatu tingkatan produk dipresepsikan sesuai dengan harapan pembeli”. Kepuasan nasabah artinya sebagai keadaan di mana harapan nasabah terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima.

Fungsi manajemen yang paling sering memperhatikan kepuasan nasabah adalah fungsi pemasaran. Perhatian terhadap kepuasan nasabah dalam strategi pemasaran makin besar dari waktu ke waktu. Pihak –pihak seperti pemasar, nasabah, konsumeris dan peneliti perilaku nasabah sangat

intens dalam berhubusngan langsung dengan kepuasan atau ketidakpuasan nasabah.

a. Faktor-faktor yang menentukan Kepuasan yaitu :

1) Produk

Merupakan titik sentral dari kegiatan marketing lainnya yang digunakan untuk menunjang pemasaran produk. Pengusaha dapat mempengaruhi nasabahnya lewat produk yang ditawarkan kepada nasabah, dalam hal ini dengan membuat produk tersebut dapat menarik perhatian nasabah.(Alama, 2000 : 110).

2) System dan Layanan Pendukung

Merupakan layanan pendukung yng biasa meningkatkan kelengkapan dari layanan atau produk inti. Intinya, nasabah menjadi mudah untuk memperoleh produk anda. Seperti system pembayaran dan pengantaran, kemudahan memperoleh produk, jam pelayanan, profesionalisme karyawan, komunikasi, pendukung teknis dan perbaikan, atau layanan bantuan melalui telfon dan e-mail serta program-program lain yang mendukung produk inti.

3) Performa Teknis

Level ini intinya berkaitan dengan apakah perusahaan menetapkan produk inti dan layanan pendukungnya dengan benar. Penekanannya adalah perusahaan menampilkan produk kepada nasabah sesuai yang dijanjikan.

4) Elemen-elemen interaksi dengan nasabah

Pada level ini bank bertemu langsung dengan nasabah. Level ini mengacu pada interaksi penyediaan jasa dengan nasabah melalui tatap muka langsung. Apakah kita membuat Nasabah mudah berbisnis dengan kita? Apakah kita memperlakukan Nasabah dengan sopan? Apakah kita bertindak seolah-olah mereka penting bagi kita?

Secara umum, level ini akan terfokus pada interaksi antar pribadi antara Nasabah dengan karyawan bank, baik dengan tatap muka maupun via telepon atau internet.

5) Elemen Emosional

Hubungan emosional sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Tularkan kepada nasabah pesan-pesan positif. Bank harus mempertimbangkan pesan halus yang mereka sampaikan kepada nasabah, pesan yang mungkin nasabah merasakan emosi positif. Intinya adalah bagaimana kita menumbuhkan perasaan positif dalam diri nasabah. Nasabah merasa puas terkait dengan banyak aspek interaksi mereka dengan penyediaan jasa dan karyawan. Tetapi bisa hilang karena beberapa komentar dari staf atau karena ada kesalahan-kesalahan kecil yang dilakukan oleh staff. Nasabah sering kali membuat referensi kepada orang lain tentang perasaannya saat berhubungan dengan

penyediaan jasa. Kedekatan emosional kepada nasabah dapat memicu kepuasan nasabah. (Suchaeri, 2015 : 65).

Untuk memuaskan nasabah, kita perlu mengetahui apa yang mereka butuhkan dan berusaha paling tidak memenuhi harapan-harapan yang mendasar mereka. Kebutuhan nasabah tidak hanya mengenai barang atau jasa saja, tetapi banyak faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Sangatlah penting bagi bank untuk mengetahui dan menganal kebutuhan nasabah.

b. Mengukur Kepuasan Nasabah

Ada sejumlah metode untuk mengukur kepuasan nasabah. Survei berkala dapat melacak kepuasan nasabah secara langsung diantaranya :

1. Minat membeli ulang

Kepuasan pelanggan diukur berdasarkan apakah mereka mengadakan pembelian ulang atas jasa yang sama mereka konsumsi. Perusahaan akan bertindak bijaksana dengan mengukur kepuasan nasabah secara teratur, karena salah satu kunci untuk mempertahankan nasabah adalah kepuasan nasabah.

2. Kesiediaan untuk merekomendasi

Cara ini merupakan ukuran yang penting, apalagi bagi jasa yang pembelian ulangnya relative lama. Meskipun demikian, hubungan antara kepuasan nasabah dan loyalitas tidaklah proposional.

Pelanggan yang sangat puas biasanya tetap setia untuk waktu yang lebih lama, membeli lagi ketika perusahaan atau perbankan memperkenalkan produk baru dan memperbarui produk lama, membicarakan hal-hal baik tentang perusahaan dan produknya kepada orang lain.( Kevin Lane Keller dan Philip Kotler, 2008 : 140).

