

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat dewasa ini, suatu perusahaan akan memenangkan persaingan bila dapat menciptakan nilai dan memberi kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian barang atau jasa yang berkualitas. Pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta nilai kualitas jasa sangat ditentukan oleh kepuasan pelanggan.

Pelayanan yang kurang memuaskan akan menyebabkan berkurangnya pelanggan atau bahkan hilang karena pelanggan berpindah ke jasa layanan lain. Hal ini merupakan tantangan besar bagi perusahaan dalam membangun citra perusahaan dan memberikan pelayanan yang memuaskan.

Oleh karena itu, perusahaan perlu mengetahui

perilaku pelanggan dalam membeli, menggunakan dan mengevaluasi jasa dalam rangka pemenuhan kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan titik sentral bagi perusahaan jasa karena akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal ini dimaksudkan agar seluruh barang atau jasa yang ditawarkan akan mendapat tempat yang baik di mata masyarakat. Kepuasan pelanggan akan muncul apabila kualitas pelayanannya baik, dimana kualitas pelayanan yang baik mencakup lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu: bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*). Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, di

antarnya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memungkinkan pembelian ulang dan terciptanya loyalitas serta pelanggan memberi rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan perusahaan Mandala Multi Finance Cabang Batulicin sebagai perusahaan yang bergerak dibidang jasa pembiayaan kendaraan bermotor serta mobil / *leasing* selalu meningkatkan kualitas pelayanan untuk memuaskan pelanggannya.

Dengan memberikan kemudahan prosedur memperoleh pembiayaan *leasing* dalam memiliki kendaraan bermotor dan kebutuhan manusia akan motor / mobil, maka semakin mendorong bertambahnya permintaan akan pemakaian jasa pembiayaan *leasing*. Semakin

bertambahnya permintaan akan pemakaian jasa *leasing* dewasa ini mendorong perusahaan dibidang jasa pembiayaan kendaraan bermotor dan Mobil, dalam hal ini adalah Mandala Multi Finance Cabang Batulicin ikut bersaing untuk menawarkan kelebihan-kelebihannya yang semula hanya untuk memenuhi kebutuhan, meningkat menjadi harapan untuk memenuhi kepuasan pelanggan. Sehingga bagi perusahaan, kunci kearah profitabilitas tidak hanya volume penjualan tetapi juga kepuasan jangka panjang bagi pelanggan.

Dalam menghadapi persaingan, ada beberapa dimensi kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi perilaku pelanggan untuk menggunakan jasa Mandala Multi Finance Cabang Batulicin

antara lain dimensi *tangible* meliputi penampilan gedung, interior bangunan dan penampilan karyawan, dimensi *reliability* meliputi kemampuan untuk memberikan pelayanan-pelayanan yang terbaik, dimensi *responsiveness* meliputi kesediaan karyawan untuk membantu nasabah dan memberikan pelayanan yang cepat, dimensi *assurance* meliputi sopan santun para karyawan dan kemampuan mereka untuk membangkitkan rasa kepercayaan dan rasa percaya konsumen, serta dimensi *empathy* yang meliputi rasa peduli dan perhatian yang diberikan pada pelanggan. Kelima dimensi di atas disebut SERVQUAL (*service quality*) yang merupakan suatu alat ukur terhadap kualitas pelayanan

(Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, 1988).

Berdasarkan riset Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI), salah satu masalah utama lembaga jasa pembiayaan motor adalah kualitas pelayanan. Oleh karena itu, Mandala Multi Finance Cabang Batulicin dituntut untuk selalu menjaga kepercayaan dan kepuasan pelanggan dengan meningkatkan kualitas pelayanan agar kepuasan pelanggannya meningkat. Mandala Multi Finance Cabang Batulicin perlu secara cermat menentukan kebutuhan konsumen sebagai upaya untuk memenuhi harapan/keinginan dan meningkatkan kepuasan atas pelayanan yang diberikan. Untuk dapat menentukan kebijakan pelayanan yang tepat, khususnya dalam pelayanan kepada pelanggan,

diperlukan kajian tentang dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Mandala Multifinance Tbk ([MFIN](#)) didirikan 13 Agustus 1983 dengan nama PT Vidya Cipta Leasing Corporation dan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1984. Kantor pusat Mandala Multifinance berlokasi di Jalan Menteng Raya No. 24 A-B, Jakarta Pusat dan memiliki 236 jaringan kantor pelayanan yang beroperasi di 27 propinsi di Indonesia MFIN beberapa kali melakukan perubahan nama, antara lain:

1. PT Vidya Cipta Leasing Corporation, 13-Agust-1983
2. PT Lautan Berlian Leasing, tahun 1990
3. PT Gracia Dinamika Multifinance, tahun 1996

4. PT Mandala Multifinance, tahun 1997

Induk usaha MFIN adalah PT Jayamandiri Gemasejati, sedangkan induk usaha terakhir adalah PT Lautan Teduh. Pemegang saham yang memiliki 5% atau lebih saham Mandala Multifinance, antara lain PT Jayamandiri Gemasejati (pengendali) (70,42%) dan Alex Hendrawan (Komisaris) (5,05%).

Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan usaha MFIN adalah bergerak di bidang pembiayaan yang meliputi sewa guna usaha, kartu kredit, anjak piutang, dan pembiayaan konsumen. Kegiatan utama yang dijalankan Mandala Multifinance saat ini adalah bidang pembiayaan konsumen

dengan fokus pada pembiayaan sepeda motor.

Pada tanggal 23 Agustus 2005, MFIN memperoleh pernyataan efektif dari Bapepam-LK untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham MFIN (IPO) kepada masyarakat sebanyak 325.000.000 dengan nilai nominal Rp100,- per saham dengan harga penawaran Rp195,- per saham. Saham-saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 06 September 2005

Ketika badai krisis moneter mulai menerpa pada tahun 1997, saat itu pula merupakan titik balik bagi Perseroan untuk melakukan

konsolidasi internal dalam rangka persiapan menuju ke suatu system komputerisasi yang tersentralisasi dan terintegrasi. Walaupun krisis moneter tersebut di luar dugaan berkembang menjadi krisis multidimensi, namun berkat kerja keras jajaran Direksi beserta seluruh karyawan Perseroan tetap dapat berjalan.

Perseroan yang mayoritas sahamnya dimiliki oleh PT Astra International, Tbk ini, di dasari dengan Visi pemimpin industri yang di kagumi secara nasional serta dengan Misi membawa kehidupan yang lebih baik untuk masyarakat, sehingga terbukti tahun

demi tahun lebih memantapkan dirinya sebagai perusahaan pembiayaan terbaik dan terpercaya di industrinya, sehingga pada saat penerbitan obligasi pertama tahun 2002 hingga obligasi kelima tahun 2004 mendapatkan tanggapan yang positif dari para investor.

Dalam realitasnya, leasing merupakan suatu akad untuk menyewa sesuatu barang dalam kurun waktu tertentu. Leasing ini ada dua katagori global, yaitu operating lease dan financial lease. Operating lease merupakan suatu proses menyewa suatu barang untuk mendapatkan hanya manfaat barang yang disewanya, sedangkan barangnya itu sendiri tetap merupakan milik bagi pihak pemberi sewa. Sewa jenis pertama

ini berpadanan dengan konsep ijarah di dalam syariah Islam yang secara hukum Islam diperbolehkan dan tidak ada masalah.

Leasing adalah merupakan suatu “kata atau perselisihan” baru dari bahasa asing yang masuk ke dalam bahasa Indonesia, yang sampai sekarang perdananya belum ada yang cocok.

Istilah leasing diterjemahkan dengan kata “sewa guna usaha”. Secara umum leasing artinya equipment funding, yaitu pembiayaan peralatan/barang modal untuk digunakan pada proses produksi suatu perusahaan baik secara langsung maupun tidak. Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis memutuskan untuk mengangkat permasalahan yang ada dan dituangkan kedalam skripsi yang berjudul : **Kualitas Pelayanan Publik Sales Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa**

Pembiayaan Mandala Multi Finance Cabang Batulicin ”

B. Rumusan Masalah

Pelayanan Publik kepada nasabah dianggap masih belum meningkatkan kualitas yang memadai. Oleh sebab itu Mandala Multi Finance Cabang Batulicin dibawah komando Manajer Marketing, sering mendorong untuk memotivasi para pegawainya karyawan khususnya sales marketing untuk meningkatkan profesionalisme pelayanan tersebut. Disamping itu juga Mandala Multi Finance Cabang Batulicin juga sering memberikan pelatihan kepada karyawan dan sales marketingnya, untuk lebih maksimal memberikan pelayanan publik tersebut. Sehingga wajarlah permasalahan ini yang penulis angkat dalam penelitian nanti.

Dengan mempertimbangkan berbagai hal yang berkaitan dengan”

kualitas pelayanan publik sales marketing terhadap kepuasan pelayanan jasa kepada nasabah”, seperti tersebut dalam latar belakang masalah diatas, akhirnya dapat dirumuskan masalahnya sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas pelayanan publik sales marketing terhadap kepuasan pelayanan jasa kepada nasabah di Kantor Mandala Multi Finance Cabang Batulicin ?
2. Apa yang menjadi hambatan kualitas pelayanan publik sales marketing terhadap kepuasan pelayanan jasa kepada nasabah di Kantor Mandala Multi Finance Cabang Batulicin ?
3. Upaya apa saja yang dilakukan untuk mengatasi hambatan kualitas pelayanan publik sales marketing terhadap kepuasan pelayanan jasa kepada nasabah di Kantor Mandala Multi Finance Cabang Batulicin ?

C. Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini, dapat diperinci beberapa tujuan penelitian seperti berikut ini:

1. Untuk mengetahui dan menganalisa kualitas pelayanan publik sales marketing terhadap kepuasan pelayanan jasa kepada nasabah di Kantor Mandala Multi Finance Cabang Batulicin.
2. Untuk mengetahui dan menganalisa apa yang menjadi hambatan kualitas kualitas pelayanan publik sales marketing terhadap kepuasan pelayanan jasa kepada nasabah di Kantor Mandala Multi Finance Cabang Batulicin ?
3. Untuk mengetahui dan menganalisa upaya apa saja yang dilakukan untuk mengatasi hambatan kualitas pelayanan publik sales marketing terhadap

kepuasan pelayanan jasa kepada nasabah di Kantor Mandala Multi Finance Cabang Batulicin ?

D. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini, diharapkan dapat berguna untuk hal-hal sebagai berikut ini:

1. Hasil penelitian ini secara teoritis berguna untuk mengembangkan konsep kualitas pelayanan publik sales marketing terhadap kepuasan pelayanan jasa kepada nasabah di Kantor Mandala Multi Finance.

Hasil penelitian ini secara praktis dapat dijadikan pedoman bagi peningkatan kualitas pelayanan publik sales marketing terhadap kepuasan pelayanan jasa kepada nasabah di Kantor Mandala Multi Finance.

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan desain penelitian sebagai berikut:

1. Penelitian Kepustakaan (Library Research), yaitu penulis menyimak dan menelaah buku-buku yang berhubungan dengan obyek penelitian, yakni yang berkaitan dengan kualitas pelayanan publik Sales Marketing terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan perkreditan di Kantor Mandala Multi Finance Cabang Batulicin. Pada akhirnya dapat membantu dalam penulisan skripsi ini.
2. Penelitian Lapangan (Field Research), yakni penulis dalam melakukan penelitian ini langsung menggali data-data lapangan penelitian.

B. Pendekatan Penelitian

Kualitatif yaitu mutu yang dihasilkan. Mencerminkan pengukuran

tingkat keberhasilan kualitas pelayanan publik sales marketing terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan perkreditan di Kantor Mandala Multi Finance Cabang Batulicin secara profesional dan terbuka.

C. Tipe atau Jenis Penelitian

Penulis dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian *deskriptif-analisis*. Penelitian *deskriptif-analisis* artinya peneliti berusaha menggambarkan dan kemudian mencoba menghubungkan adanya kaitan antara variabel independen terhadap variabel dependen. (Sugiyono, 2017).

D. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kantor Mandala Multi Finance Cabang Batulicin, Kampung Baru, Jalan Raya Simpang Empat Batulicin Tanah Bumbu Regency. Penelitian ini dilakukan

selama satu semester, mulai Nopember 2021 sampai dengan Januari 2022.

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Mandala Multi Finance Cabang Batulicin yang mendapat Jasa pelayanan yang berjumlah 30 orang Nasabah.

2. Sampel

Pemilihan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan “*Teknik Sampling*” yakni responden yang dianggap dapat mewakili seluruh Nasabah Mandala Multi Finance yang terlibat langsung mendapat jasa pelayanan dari Kantor Mandala Multi Finance Cabang Batulicin berjumlah 30 orang responden.

F. Pengumpulan dan Analisis Data

1. Pengumpulan data

Pengumpulan data dalam penelitian ini, data dibagi menjadi dua jenis yaitu data primer dan data skunder. Kedua jenis data tersebut dikumpulkan dengan cara:

- a. Data primer, data yang berkaitan dengan variabel penelitian ini dikumpulkan secara langsung dari responden dengan menggunakan instrumen yang telah dipersiapkan (kuesioner).
- b. Data sekunder, data mengenai wilayah, struktur organisasi, dan lain lain yang berkaitan dengan masalah penelitian ini diambil dari dokumen instansi swasta terkait. (Kantor Mandala Multi Finance Cabang Batulicin).

2. Analisis Data

Analisis data, dalam rangka memahami hasil data yang

dikumpulkan, maka untuk menganalisis datanya digunakan analisis statistika sederhana yaitu menggunakan tabel frekuensi, dengan rumus:

$$\text{Rumus : } p = \frac{f}{n} \times 100$$

Keterangan:

p = persen

f = frekuensi

n = jumlah sampel

Kemudian dari analisis statistik tersebut diatas, diinterpretasikan atau ditafsirkan sesuai dengan teori-teori yang dikuasai oleh peneliti.

PENUTUP

A. Kesimpulan

Memperhatikan pembahasan pada kualitas pelayanan publik terhadap kepuasan nasabah / pelanggan di Kantor Mandala Multi Finance Cabang Batulicin yang telah diuraikan pada bab-bab terdahulu, kiranya dapat diambil beberapa kesimpulan, sebagai berikut:

1. Bahwa Kualitas Pelayanan Publik terhadap kepuasan nasabah / pelanggan di Kantor Mandala Multi Finance Cabang Batulicin dinilai cukup signifikan. Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian yang menyatakan kecakapan Sales / Karyawan dalam memberikan pelayanan publik terhadap kepuasan nasabah / pelanggan sudah cukup baik, Pelayanan publik terhadap kepuasan nasabah / pelanggan di Kantor Mandala Multi Finance Cabang Batulicin dinilai cukup profesional, Pelayanan Publik terhadap kepuasan nasabah / pelanggan di Kantor Mandala Multi Finance Cabang Batulicin, dinilai cukup memadai, Tingkat pendidikan sales / karyawan di Kantor Mandala Multi Finance Cabang Batulicin sudah cukup baik, Sumber Daya Manusia yang baik di Kantor

Mandala Multi Finance Cabang Batulicin turut berperan tercapainya pelayanan publik yang memuaskan nasabah / pelanggan, Tercapainya kualitas pelayanan publik di Kantor Mandala Multi Finance Cabang Batulicin, didukung oleh sarana prasarana yang memadai, dan sales / karyawan Kantor dapat bekerja lebih professional dan memuaskan masyarakat, karena ditunjang oleh kualitas karyawan / salesnya.

Dari beberapa hasil yang didapat dari hasil quisioner tersebut diatas, ternyata yang mendapat responden yang paling tertinggi sebesar 98.12 % (tabel 13) responden adalah sales marketing Kantor Mandala Multi Finance Cabang Batulicin telah bekerja lebih mendahulukan kepentingan nasabah / pelanggan ketimbang kepentingan pribadi, hal ini tentu dapat memberikan

penghargaan bagi nasabah / pelanggan dalam hal memuaskan pelayanan.

2. Faktor penghambat kualitas pelayanan publik terhadap kepuasan nasabah / pelanggan di Kantor Mandala Multi Finance Cabang Batulicin, meliputi hal hal berikut ini ; kualitas sumber daya manusia yang perlu ditingkatkan, kurangnya sarana dan prasarana yang memadai, terbatasnya sistem jaringan *on-line* yang memadai di Kantor Mandala Multi Finance Cabang Batulicin.
3. Upaya yang dilakukan untuk kualitas pelayanan publik terhadap kepuasan nasabah / pelanggan di Kantor Mandala Multi Finance Cabang Batulicin, meliputi hal hal berikut ini ; adanya kesempatan peningkatan SDM Karyawan / Sales, adanya pemberian bonus atau hadiah kepada Sales yang berprestasi, adanya penerimaan gaji/honor yang tinggi, para karyawan / sales tergolong disiplin, rajin, mempunyai tanggung jawab yang tinggi, jujur, cakap, loyal dan adanya kepedulian terhadap tugasnya, serta adanya komunikasi dua arah antar atasan dan bawahan.

B. Saran-saran

Mencermati beberapa kesimpulan tersebut di atas, nampaknya yang perlu dicantumkan beberapa saran dalam skripsi ini, meliputi hal-hal berikut ini:

1. Kualitas pelayanan publik Sales Marketing Terhadap kepuasan nasabah di Kantor Mandala Multi Finance terbukti sangat efektif dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang profesional kepada nasabah / pelanggan, kiranya perlu terus didorong dan terus diupayakan kualitasnya, baik oleh Pimpinan Perusahaan sebagai pimpinan tertinggi di Kantor Mandala Multi Finance Cabang Batulicin.

2. Adanya faktor penghambat yang dapat mengurangi kualitas pelayanan publik Sales Marketing terhadap kepuasan masyarakat di kantor Mandala Multi Finance Cabang Batulicin, terutama yang berkaitan dengan; kualitas sumber daya manusia yang perlu ditingkatkan, kurangnya sarana dan prasarana yang memadai, sistem jaringan web-site yang memadai dikaernakan seringnya gangguan

teknis di Kantor Mandala Multi Finance Cabang Batulicin.

Sedangkan Upaya yang dilakukan dalam meningkatkan kualitas pelayanan publik Sales Marketing terhadap kepuasan nasabah di Kantor Mandala Multi Finance Cabang Batulicin, yang meliputi; adanya kesempatan peningkatan SDM para pegawainya, adanya pemberian penghargaan kepada pegawai yang berprestasi, adanya penerimaan penghasilan yang tinggi, para pegawai tergolong disiplin, rajin, mempunyai tanggung jawab yang tinggi, jujur, cakap, loyal dan adanya kepedulian terhadap tugasnya, serta adanya komunikasi dua arah antar atasan dan bawahan. Terhadap faktor tersebut diatas harus terus ditingkatkan mutunya, baik secara kualitas maupun secara kuantitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Dimock dan Dimock, (oleh Santoso 2018). *Administrasi Negara*. Jakarta: Rineka Cipta
- Henry, Nicholas. 2018. *Administrasi Negara dan Masalah Masalah Kenegaraan*, Terjemahan: Luchiana D. Lontoh, Jakarta, Rajawali.
- Kartono, Kartini. 2017. *Pemimpin dan Kepemimpinan*, Jakarta, Rajawali.

- Manullang, M. 2018. *Dasar-dasar Manajemen*. Jakarta, Ghalia Indonesia.
- Sevilla, Consuelo G., Ochave, Jesus A., Punsalan, Twila G., Regala, Bella P., dan Uriarte, Gabriel G., 1984. *Pengantar Metode Penelitian*. Terjemahan oleh Alimuddin Tuwu. 2003. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.
- Siagian, Sondang P. .2018. *Fungsi-fungsi Manajerial*, Jakarta, Bina Aksara.
- Silalahi, Ulbert. (oleh rahman 2016). *Pemahaman Praktis Asas-asas Manajemen*. Bandung, Mandar Maju.
- Soekarno K. 2017. *Dasar-dasar Manajemen*. Jakarta, Miswar
- Suganda, Dann. 2016. *Kepemimpinan di dalam Organisasi dan Manajemen*. Bandung. CV Sinar Baru.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung, Alfabeta.
- Terry, George R. 2000. *Prinsip-prinsip Manajemen*. Jakarta. Bumi Aksara.