

**PENERAPAN PRINSIP PERBAIKAN BERKESINAMBUNGAN TQM
PADA PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) TBK UNIT
HM.YAMIN MEDAN**

SKRIPSI

Oleh :

**DAPOT DAMORA SIREGAR
NPM : 12 833 0251**



**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2016**

Judul Skripsi : Penerapan Prinsip Perbaikan Berkesinambungan TQM pada
PT.Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit HM. Yamin
Medan

Nama Mahasiswa : Dapot Damora Siregar

No. Stambuk : 12.833.0251

Program Studi : Akuntansi

Menyetujui :
Komisi Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II

(Drs.Ali Usman Siregar, M.Si)

(Dra.Hj.Rosmaini, MMA, AK)

Mengetahui :

Ketua Jurusan

Dekan

(Linda Lores, SE. M.Si)

(Dr.H. Ihsan Effendi, SE, M.Si)

Tanggal Lulus :

2016

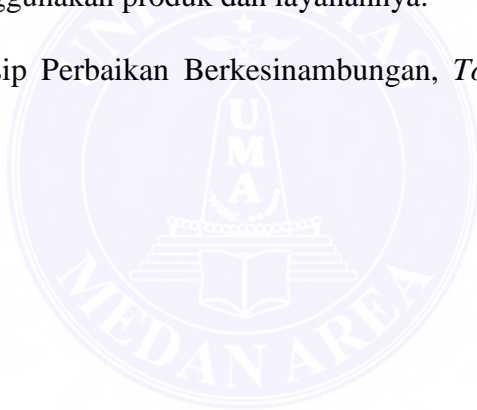
ABSTRAK

Penerapan prinsip perbaikan berkesinambungan TQM sudah diterapkan hampir di setiap perusahaan. Hal ini terjadi karen banyaknya kesuksesan yang ditimbulkan akibat dari pengimplementasian perbaikan dalam meningkatkan mutu.

Penelitian ini bertujuan mendapatkan bukti nyata tentang penerapan prinsip perbaikan berkesinambungan dalam meningkatkan mutu/nilai produk tabungan dan pelayanan pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit HM Yamin Medan dengan konsep PDCA (*Plan-Do-Check-Act*) data dari penelitian ini diperoleh dari data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara dan dokumentasi. Untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan teori.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan prinsip perbaikan berkesinambungan yang diterapkan sudah cukup baik dan dapat memuaskan para nasabah yang menggunakan produk dan layanannya.

Kata kunci : Prinsip Perbaikan Berkesinambungan, *Total Quality Management* (TQM).



KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur Penulis panjatkan kehadirat ALLAH SWT atas nikmat kesehatan, kesempatan dan diberikannya kemudahan sehingga Penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Serta Shalawat beriring salam kepada junjungan kita Rasulullah SAW, semoga safaat beliau tercurah bagi penulis dan pembaca sekalian.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi Program studi Akuntansi Manajemen di Universitas Medan Area.

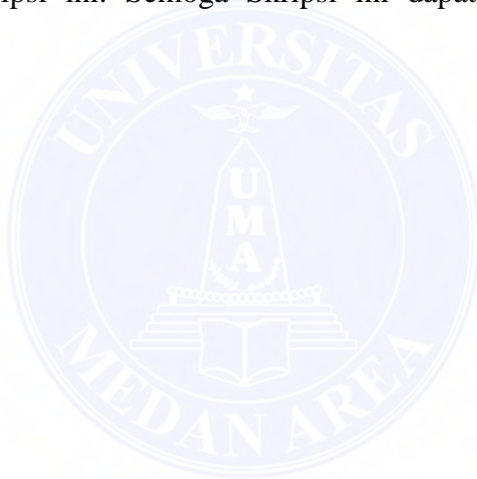
Pada kesempatan ini, Penulis menyampaikan ucapan terima kasih atas bantuan, baik moral maupun materil, bimbingan, dan petunjuk serta semangat dan doa, kepada semua pihak yang telah membantu Penulis dalam menyelesaikan Skripsi, terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H.A. Ya'kub Matondang, MA selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Dr.H. Ihsan Effendi, SE, M.Si selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
3. Ibu Linda Lores SE, M.si selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area
4. Bapak Drs. Ali Usman M.Si selaku Pembimbing I
5. Ibu Dra. Hj. Rosmaini MMA, Ak selaku Pembimbing II
6. Ibu Warsani P. Sari SE, MM selaku Sekretaris Pembimbing
7. Bapak serta Ibu Dosen serta Staff Fakultas Ekonomi yang mengajar dan membimbing penulis sehingga dapat menyelesaikan perkuliahan.
8. Ibu Ferita Nababan selaku Kepala Unit PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit HM Yamin
9. Kepada kedua orang tua Alm. Ir H Rahmat Siregar dan Marliani Harahap serta Kakak dan Adik Penulis

10. Kepada teman – teman di Universitas Medan Area yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Serta seluruh pihak-pihak yang tidak dapat Penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih buat doa dan motivasinya. Semoga ALLAH SWT selalu memberikan rahmat dan karunianya kepada kita semua.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih belum sempurna karena keterbatasan pengetahuan yang Penulis miliki, maka dengan kerendahan hati dan dengan tangan terbuka Penulis menerima saran dan kritik yang membangun untuk kesempurnaan Skripsi ini. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pembaca.



Medan, Januari 2016

Dapot Damora Siregar

NIM 12.833.0251

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian.....	3
BAB II LANDASAN TEORI.....	5
A. Pengertian Total Quality Management.....	5
B. Prinsip Total Quality Management.....	6
C. Perbaikan Mutu/ Nilai Produk	11
D. Perbaikan Pelayanan.....	13
E. Strategi Perbaikan Produk dan Pelayanan Bank	15
BAB III METODE PENELITIAN	17
A. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian.....	17

	B. Populasi dan Sampel.....	18
	C. Defenisi Operasional.....	19
	D. Jenis dan Sumber Data	21
	E. Teknik Pengumpulan Data.....	22
	F. Teknik Analisis Data.....	22
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	23
	A. Hasil Penelitian.....	23
	B. Pembahasan	41
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	46
	A. Kesimpulan.....	46
	B. Saran	47

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Rencana Waktu Penelitian	18
--	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	28
-------------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Hasil Wawancara



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan yang ketat dalam dunia perbankan di Indonesia pada saat ini menuntut perusahaan untuk memperhatikan mutu produk yang dihasilkan baik barang atau jasa. Hal ini dilakukan agar barang atau jasa yang diproduksi tetap diakui oleh konsumen.

Terwujudnya mutu produk yang baik bagi perusahaan sangat bergantung pada kemampuan manajemen dalam melaksanakan fungsi-fungsi manajemen yaitu membuat rencana, mengorganisasikan, mengarahkan, dan memecahkan masalah. Salah satu alat bantu yang dapat digunakan dalam melaksanakan fungsi tersebut adalah *total quality management*. *Total quality management* (TQM) yang diterapkan dalam dunia perbankan dapat membantu perusahaan dalam menjalankan usaha yang mencoba untuk memaksimalkan daya saing organisasi melalui perbaikan terus menerus atas produk, jasa, manusia, proses dan lingkungannya. Dengan demikian *total quality management* merupakan sistem manajemen yang mengangkat kualitas sebagai strategi usaha dan berorientasi pada kepuasan layanan pelanggan dengan melibatkan seluruh anggota organisasi.

Penerapan *total quality management* telah banyak dilakukan pada perusahaan manufaktur. Pada era globalisasi saat ini tidak hanya perusahaan manufaktur, tetapi juga perusahaan jasa perlu melakukan peningkatan kualitas layanan dan melakukan perbaikan terus menerus, khususnya perbankan juga

merupakan salah satu sektor usaha yang menunjang kebijakan dan program pemerintah dan perkembangan sektor riil dalam bidang ekonomi. Peneliti ingin mencoba meneliti mengenai penerapan prinsip perbaikan berkesinambungan dalam *total quality management* pada perusahaan perbankan sebagai lembaga intermediasi keuangan.

Dalam dunia perbankan kepuasan pelanggan merupakan hal utama yang harus menjadi tujuan perusahaan, maka perbaikan berkesinambungan dalam pelayanan menjadi harga mutlak yang harus dilakukan oleh perusahaan. Oleh karena itu prinsip perbaikan berkesinambungan dalam *Total Quality Management* sangat perlu diterapkan dalam dunia perbankan karena dapat memberikan manfaat yang pada akhirnya akan meningkatkan laba perusahaan dan mampu bersaing dengan perusahaan sejenis.

Penelitian ini dilakukan pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit HM.Yamin Fenomena yang sering terjadi adalah masih adanya keluhan konsumen atas produk atau jasa yang ditawarkan. Terjadinya kegagalan ini kemungkinan disebabkan oleh masih belum efektifnya penerapan *Total Quality Management*, atas dasar ini peneliti merasa perlu untuk menilai Penerapan perbaikan berkesinambungan yang diterapkan pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit HM.Yamin .

Dengan konsep *Total Quality Management* PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit HM.Yamin melakukan perbaikan terus – menerus yang diterapkan di setiap level operasi. Perbaikan terus menerus yang dilakukan dengan melakukan pemantauan terhadap kualitas produk dan jasa di setiap level operasi.

Berdasarkan deskripsi dan uraian di atas maka dilakukan penelitian terhadap **“Penerapan Prinsip Perbaikan Berkesinambungan Total Quality Management Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit HM Yamin Medan”**.

B. Rumusan masalah

Berdasarkan pemaparan di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : “Apakah penerapan prinsip perbaikan berkesinambungan dapat meningkatkan mutu/nilai dan pelayanan pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit HM Yamin Medan ?”

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan di atas tujuan penelitian ini adalah “Untuk mendapatkan bukti nyata tentang penerapan prinsip perbaikan berkesinambungan dalam meningkatkan mutu/nilai dan pelayanan pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit HM Yamin Medan”.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi peneliti, perusahaan, pembaca dan institusi.

1. Bagi peneliti

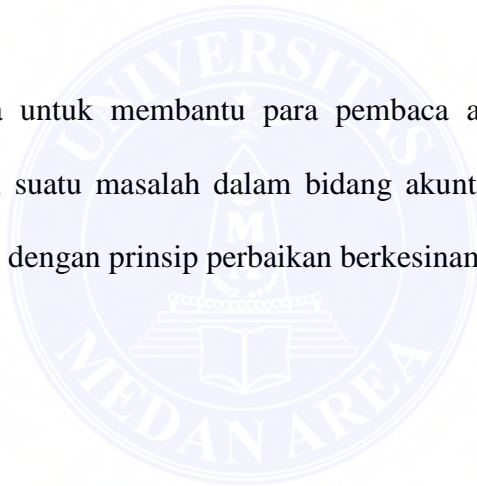
Bagi peneliti hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah ilmu, khususnya dalam bidang pendekatan tentang penerapan prinsip perbaikan berkesinambungan dalam dunia perbankan.

2. Bagi perusahaan

Bagi perusahaan memberikan tambahan informasi yang bermanfaat sebagai pertimbangan dalam meningkatkan kinerja perusahaan agar lebih produktif, efektif dan efisien.

3. Bagi pembaca

Bagi pembaca untuk membantu para pembaca apabila kesulitan didalam menyelesaikan suatu masalah dalam bidang akuntansi manajemen tentunya yang berkaitan dengan prinsip perbaikan berkesinambungan.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengertian Total Quality Management

Total Quality Management (TQM) merupakan suatu pendekatan yang berorientasi pada pelanggan dengan memperkenalkan perubahan manajemen secara sistematis dan perbaikan secara terus menerus terhadap proses, produk, dan pelayanan suatu organisasi. Proses TQM bermula dari pelanggan dan berakhir pada pelanggan pula.

Berikut merupakan beberapa definisi mengenai *Total Quality Management* (TQM), Menurut Tjipto (2008:4) “*Total Quality Management* merupakan suatu pendekatan dalam menjalankan usaha yang mencoba untuk memaksimalkan daya saing organisasi melalui perbaikan terus-menerus atas produk, jasa, manusia, proses dan lingkungannya”. Menurut Nasution (2005:22), “*Total Quality Management* adalah perpaduan semua fungsi manajemen, semua bagian dari suatu perusahaan dan semua orang ke dalam falsafah holistik yang dibangun berdasarkan konsep kualitas, *team work*, produktivitas, dan kepuasan pelanggan”. Menurut Wibowo (2007:310) “*Total Quality Management* adalah suatu strategi organisasi untuk memberikan komitmennya pada peningkatan kepuasan pelanggan dengan secara berkelanjutan memperbaiki proses organisasionalnya”. Maka dapat disimpulkan *Total Quality Management* merupakan sebuah proses yang digunakan perusahaan untuk mendapatkan hasil yang maksimum dengan

melibatkan seluruh manajemen dalam perusahaan dengan tujuan memuaskan pelanggan.

B. Prinsip *Total Quality Management* (TQM)

1. Prinsip *Total Quality Management*

Total Quality Management merupakan suatu konsep yang berupaya melaksanakan sistem manajemen kualitas kelas dunia. Untuk itu diperlukan perubahan besar dalam budaya dan sistem nilai suatu organisasi. Menurut Wibowo (2007:301) “Prinsip TQM memfokuskan pada konsumen, pelanggan eksternal dan pelanggan internal” yang merupakan suatu konsep yang berupaya melaksanakan sistem manajemen kelas dunia. Menurut Nasution (2005:30) “ada 4 prinsip utama dalam *Total Quality Management* yaitu kepuasan pelanggan, respek terhadap setiap orang, manajemen berdasarkan fakta, perbaikan berkesinambungan”.

a. Kepuasan pelangganya

Dalam *Total Quality Management* konsep mengenai kualitas dan pelanggan diperluas. Kualitas tidak hanya bermakna kesesuaian dengan spesifikasi-spesifikasi tertentu, tetapi ditentukan oleh pelanggan. Pelanggan tersebut meliputi pelanggan eksternal dan pelanggan internal. Kebutuhan pelanggan diusahakan untuk dipuaskan dalam segala aspek, termasuk didalamnya harga, keamanan, dan ketetapan waktu. Oleh karena itu harus dikoordinasikan untuk memuaskan pelanggan. Makin tinggi nilai yang diberikan, makin besar kepuasan pelanggan.

b. Respek terhadap setiap orang

Karyawan merupakan sumber daya organisasi yang paling bernilai. Maka dari itu setiap orang dalam suatu organisasi diperlakukan dengan baik dan diberikan kesempatan untuk terlibat dan berpartisipasi langsung dalam tim pengambilan keputusan.

c. Manajemen berdasar fakta

Maksudnya bahwa setiap keputusan didasarkan pada data bukan sekedar perasaan (*feeling*).

d. Perbaikan berkesinambungan

Agar dapat sukses, setiap perusahaan dapat melakukan proses sistematis dalam melaksanakan perbaikan secara berkesinambungan. Konsep yang berlaku disini adalah siklus PDCA (*Plan – Do – Check – Act*) yang terdiri atas langkah – langkah perencanaan dan melakukan tindakan korektif terhadap hasil yang diperoleh. Pada penelitian ini peneliti fokus terhadap prinsip perbaikan berkesinambungan pelayanan yang diterapkan pada perusahaan. Perbaikan berkesinambungan yang dilakukan perusahaan merupakan usaha perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanan. menurut Miranda (2005:157) “perbaikan berkesinambungan adalah semua aktifitas terorganisasi untuk memperbaiki mutu dan nilai produk atau jasa kepada pelanggan”. untuk menciptakan pelayanan yang berkualitas diperlukan perbaikan yang berkesinambungan pada pelayanan untuk meningkatkan kualitas

pelayanan. Metode yang digunakan untuk meningkatkan kualitas pelayanan melalui metode PDCA (*Plan-Do-Check-Act*).

1) *Plan*

Tahap perancangan menentukan sasaran dan proses yang dibutuhkan untuk memberikan hasil yang sesuai dengan spesifikasi. Pada tahap ini diperlukan alat kualitas untuk membantu mengidentifikasi masalah dan menyusun rencana perbaikan seperti : pemetaan layanan pelanggan, teknik diskusi kelompok, matriks evaluasi, diagram sebab akibat.

2) *Do*

Tahap pelaksanaan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan dan memantau proses pelaksanaannya untuk dapat dijalankan. Pada tahap ini alat kualitas yang biasa digunakan untuk membantu implementasi, seperti : keterampilan memimpin kelompok kecil, desain eksperimen, resolusi konflik, dan pelatihan kerja.

3) *Check*

Tahap memantau dan mengevaluasi proses dan hasil terhadap sasaran dan spesifikasi dan melaporkan hasilnya ada tiga kemungkinan hasil yang dapat diamati dari implementasi tahap pengecekan antara lain : hasilnya bermutu sesuai dengan yang direncanakan, sehingga prosedur bersangkutan dapat dipergunakan di masa mendatang, hasilnya tidak bermutu , tidak sesuai dengan yang direncanakan dan harus diganti atau diperbaiki di masa mendatang, prosedur yang bersangkutan mungkin dapat dipakai untuk keadaan berbeda.

4) *Act*

Tahap menindaklanjuti hasil untuk membuat perbaikan yang diperlukan. Ini berarti juga meninjau seluruh langkah dan memodifikasi proses untuk memperbaikinya sebelum menetapkan langkah berikutnya. Pada tahap ini alat bantu yang digunakan : pemetaan proses, standarisasi proses, informasi pengendalian, pelatihan formal untuk kepentingan standarisasi proses.

Konsep PDCA pada hakekatnya merupakan siklus yang pada implementasinya dimaksudkan untuk membangun budaya mutu/kualitas berbasis perbaikan berkesinambungan.

2. Manfaat *Total Quality Management*

Total quality management digunakan untuk memperbaiki posisi persaingan perusahaan di pasar dan sebagai alat untuk meningkatkan kemampuan dalam menghasilkan *output* dengan mutu berkualitas. Arthatiani, (2008:22) menjelaskan bahwa “Produk yang berkualitas yang mampu memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen secara berkelanjutan (*sustainable satisfaction*) akan menimbulkan pembelian yang berkelanjutan yang pada akhirnya dapat meningkatkan produktivitas perusahaan mencapai skala ekonomi dengan akibat penurunan biaya produksi”.

Perbaikan kualitas yang dilakukan oleh perusahaan tidak lain bertujuan untuk meningkatkan laba perusahaan agar perusahaan dapat terus berjalan

dan tetap hidup dalam persaingan yang semakin ketat saat sekarang ini. Perbaikan kualitas juga dapat meningkatkan citra perusahaan di mata pelanggan.

Menerapkan *total quality management* di perusahaan akan memberikan manfaat bagi perusahaan maupun karyawannya. Dengan menerapkan total quality management, manfaat yang diperoleh perusahaan dapat dilihat dari dua sisi, yaitu perbaikan posisi persaingan dan dari kepercayaan konsumen atas produk dan jasa yang dihasilkan. Jika kepercayaan konsumen atas produk dan jasa ditingkatkan, maka biaya mutu (pekerjaan ulang, pemeriksaan dan pengembalian konsumen) akan berkurang dan lebih jauh lagi mengurangi total biaya produksi. Kadarisman, (2008:17) menjelaskan bahwa “Perusahaan yang menghasilkan mutu produk yang lebih baik dan mampu memberikan jaminan kepada konsumen, akan mendapatkan citra positif dari konsumen. Selanjutnya, posisi persaingan semakin baik, pemasaran semakin luas, sehingga keuntungan yang diperoleh semakin besar.

Menurut Hardjosoenarmo (2007:16), penerapan *total quality management* akan memberikan dampak yang positif bagi karyawan, yaitu :

- a. Karyawan akan menjadi lebih loyal kepada organisasinya dan menganggap bahwa keberhasilan organisasi identik dengan keberhasilan pribadi.
- b. Karyawan akan menunjukkan pekerjaan mutu, karena percaya akan mutu, sehingga organisasi tidak lagi tertumpu pada struktur untuk menciptakan tatalaku mutu.
- c. Karyawan akan mengorganisasikan dirinya secara sukarela untuk melakukan perbaikan proses tanpa campur tangan, tekanan, ataupun dorongan manajemen.

- d. Karyawan baru, terlepas dari latar belakang dan orientasinya, dengan mudah akan menyesuaikan diri pada budaya mutu yang telah terbentuk dalam organisasi oleh karena itu pergantian, absensi, dan unjuk rasa dapat dikurangi, bahkan ditiadakan.

C. Perbaikan Mutu/ Nilai Produk

Produk merupakan hasil dari kegiatan yang dilakukan, mutu/nilai produk dinyatakan baik apabila kepuasan konsumen dapat terpenuhi, karena produk merupakan sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Bagi setiap organisasi, perbaikan mutu/nilai adalah agenda utama dan tugas yang paling penting. Mutu dianggap sebagai suatu hal yang membingungkan dan sulit untuk diukur. Menurut Deming (2004) "mutu merupakan kesesuaian dengan kebutuhan pasar atau konsumen, perusahaan harus benar-benar dapat memahami apa yang dibutuhkan konsumen atas suatu produk yang akan dihasilkan". Menurut Davia I. Goestch dan Stanley B. Davis (2000:50) "mutu merupakan suatu keadaan yang dinamis berhubungan dengan produk, pelayanan, orang-orang, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan". Menurut Rudi Suardi (2003:3) "mutu adalah derajat/tingkat karakteristik yang melekat pada produk yang mencakup persyaratan/keinginan". Karakteristik pada istilah ini dalam dunia perbankan dapat diartikan sebagai perilaku seperti : kejujuran dan kesopanan.

Dimensi mutu produk menurut Mullins, Walker, Larreche, dan Boyd dalam Kotler dan Amrstrong (2006:422) "Apabila perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam pasar, perusahaan harus dapat mengerti aspek-aspek yang digunakan oleh konsumen atau pelanggan

untuk membedakan produk yang ditawarkan perusahaan tersebut dengan produk pesaing”.

Dimensi mutu produk tersebut terdiri dari :

1. Kinerja (Performance), kinerja produk merupakan dimensi paling dasar dari produk tersebut. Konsumen atau pelanggan akan kecewa jika kinerja produk tersebut tidak dapat memenuhi harapan mereka.
2. Daya Tahan (Durability), dimensi kualitas produk yang menunjukkan berapa lama atau umur produk bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Dengan semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk tersebut, maka semakin besar pula daya tahan produk.
3. Kesesuaian (Conformance), dimensi kualitas produk yang sejauh mana karakteristik opsai dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya cacat pada produk tersebut.
4. Fitur (Features), karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah fungsi dasar, berkaitan dengan pilihan-pilihan produk dan pengembangannya. Sehingga akan menambah keterkaitan konsumen atau pelanggan terhadap produk tersebut.
5. Reliabilitas (Reliability), adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat

diandalkan. Dimensi kualitas produk ini penting karena berhubungan dengan kepuasan konsumen.

6. Estetika (Aesthetics), merupakan karakteristik yang bersifat subjektif mengenai nilai-nilai estetika yang berkaitan dengan penilaian pribadi dan preferensi dari setiap individu atau konsumen dapat berupa penampilan produk.
7. Kesan kualitas (Perceived quality), merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan. Jadi, persepsi konsumen terhadap produk didapat dari reputasi, periklanan dan negara asal.

D. Perbaikan Pelayanan

Untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, manusia harus berusaha baik melalui aktivitas diri sendiri maupun melalui aktivitas orang lain. Melayani atau menolong seseorang merupakan bentuk kesadaran dan kepeduliannya terhadap nilai kemanusiaan. Menurut Gronroos (2010:34) “pelayanan merupakan suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan”. Menurut Tjiptono (2008:1) “pelayanan

adalah segala sesuatu yang dilakukan pihak tertentu (individu maupun kelompok) kepada pihak lain (individu maupun kelompok).

Dari defenisi diatas dapat disimpulkan bahwa pelayanan tidak memiliki wujud fisik. Dengan kata lain pelayanan merupakan suatu produk yang ber sifat abstrak.

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kualitas pelayanan. Menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi (2006:182), yaitu : “bukti fisik (*Tangibles*), kehandalan (*Reliability*), ketanggapan (*Responsiveveness*), jaminan dan kepastian (*Assurance*), Perhatian (*Attention*)”.

a. Bukti Fisik (*Tangibles*)

Bukti fisik merupakan suatu bentuk pelayanan yang dapat dilihat secara langsung, meliputi fasilitas fisik, perlengkapan pegawai dan sarana komunikasi.

b. Kehandalan (*Reliability*)

Kehandalan merupakan kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.

c. Ketanggapan (*Responsiveness*)

Ketanggapan merupakan keinginan para staff untuk membantu para pelanggan memberikan pelayanan dengan tanggap.

d. Kepastian dan Jaminan (*Assurance*)

Kepastian dan jaminan merupakan pengetahuan dan kesopan santunan para staff perusahaan serta kemampuan untuk meneumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.

e. Perhatian (*Attention*)

Perhatian merupakan kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa jasa atau kualitas merupakan suatu produk yang dihasilkan untuk memuaskan atau memenuhi harapan para pelanggan. Konsep pelayanan yang baik akan memberikan peluang bagi perusahaan untuk bersaing dalam merebut konsumen serta perbaikan berkesinambungan dalam pelayanan akan memberikan dampak meningkatkan rasa percaya pelanggan akan perusahaan yang akan membantu perusahaan dalam mencapai tujuannya.

E. Strategi perbaikan produk dan pelayanan bank

1. Pelayanan yang prima, Produk bank sangat tergantung dari pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank, maka kualitas pelayanan sangat menentukan keunggulan produk.
2. Pegawai yang profesional, Karyawan bank dari mulai dari yang paling rendah sampai karyawan atas perlu diberikan pendidikan dan latihan dalam melayani nasabah maupun dalam memperlancar proses transaksi dengan nasabah.
3. Sarana dan prasarana, yang dimiliki bank haruslah memberikan pelayanan yang cepat dan tepat, sehingga nasabah merasa puas setiap pelayanan yang diberikan.

4. Lokasi dan *layout* gedung serta ruangan sebaiknya mudah dijangkau dan memberikan kenyamanan dan keamanan bagi nasabahnya.
5. Nama baik bank yang ditunjukkan dari citra dan prestasi bank ikut mengangkat produk yang dihasilkan.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang peneliti lakukan adalah melalui penelitian deskriptif . Menurut Sugiyono (2010:29) “Penelitian Deskriptif adalah penelitian yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang luas”. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang berusaha mendeskripsikan dan menginterpretasikan sesuatu, misalnya kondisi atau hubungan yang ada, pendapat yang berkembang, proses yang sedang berlangsung, akibat atau efek yang terjadi, atau tentang kecenderungan yang tengah berlangsung.

2. Lokasi penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT.Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit HM Yamin No.140 Medan

3. Waktu penelitian

Adapun waktu penelitian ini dimulai dari bulan desember 2014 sampai april 2015, digambarkan dalam tabel 3.1 dengan uraian kegiatan sebagai berikut.

Tabel 3.1

Rencana Waktu Penelitian

No	Ket	2015 / 2016																			
		September				Oktober				November				Desember				Januari			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul			■	■																
2	Konsultasi Bimbingan					■	■	■	■												
3	Pembuatan Proposal									■	■	■	■								
4	Seminar Proposal													■	■						
5	Pengolahan Data														■	■	■	■			
6	Penyusunan dan Bimbingan																		■	■	
7	Pengajuan Meja Hijau																				■

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2010:115), “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan”. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh perbaikan berkesinambungan untuk meningkatkan mutu/nilai produk dan pelayanan pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit HM Yamin Medan .

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2010:116), “ Sampel adalah bagian dari jumlah atau karakteristik yang dimiliki populasi”. Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah Produk Tabungan dan Pelayanan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit HM Yamin Medan .

C. Defenisi operasional

1. Perbaikan

Perbaikan merupakan suatu kegiatan yang diarahkan pada meningkatkan standar yang ada dengan melibatkan seluruh pekerjanya. Perbaikan ini sendiri dapat terbagi menjadi perbaikan kecil yang berlangsung oleh upaya berkesinambungan dan inovasi yang merupakan perbaikan drastis sebagai hasil dari investasi sumber daya berjumlah besar dalam teknologi atau peralatan. Perbaikan menekankan pada upaya manusia, moral, komunikasi, pelatihan, kerja sama, pemberdayaan dan disiplin diri yang merupakan pendekatan peningkatan berdasarkan akal sehat, berbiaya rendah.

2. Berkesinambungan

Berkesinambungan merupakan tahap pemrosesan dalam perusahaan untuk mendapatkan suatu hasil yang dipercaya bahwa proses yang baik akan memberikan hasil yang baik pula, salah satu penerapannya dengan menjalankan siklus : *Plan – Do – Check – Act*.

3. Mutu/nilai

Mutu/nilai adalah tingkat baik atau buruknya atau taraf atau derajat sesuatu, yang digunakan untuk mempertahankan dan memperbaiki kualitas produk atau jasa yang dihasilkan untuk memuaskan para nasabah adapun dimensi mutu :
Bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, kepastian dan jaminan, perhatian.

4. Produk tabungan

Tabungan merupakan simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan/atau alat yang dipersamakan dengan itu, tabungan dikatakan baik apabila dapat memenuhi dimensi mutu/nilai dan memuaskan para nasabahnya dalam penggunaanya

5. Pelayanan

Pelayanan merupakan suatu produk yang bersifat abstrak yang terjadi akibat adanya interaksi antara konsumen dan karyawan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan. Produk bank sangat bergantung akan pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank maka kualitas pelayanan sangat menentukan keunggulan produk.

D. Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian adalah :

- a. Data Primer yaitu data yang didapat secara langsung melalui wawancara langsung dan observasi yang dilakukan pada PT.Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit HM Yamin.
- b. Data Sekunder yaitu data yang mendukung data primer yang di dapatkan dari buku – buku referensi, internet, jurnal akuntansi, yang berkaitan dengan topik bahasan dalam penelitian.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Dokumentasi, yaitu dengan mengumpulkan data teori – teori yang berhubungan dengan *Total Quality Management* pada PT.Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit HM Yamin.
2. Wawancara, yaitu dengan cara tanya jawab secara langsung dengan pihak-pihak terkait. Dalam hal ini pihak terkait adalah karyawan PT.Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit HM Yamin.

F. Teknik Analisis Data

Metode yang digunakan oleh peneliti adalah metode deskriptif dengan pendekatan teori. Menurut Sugiono (2008:142) “metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data yang telah terkumpul sebagai mana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau

generalisasi” pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit HM Yamin Medan.

Data yang telah dikumpulkan dari hasil dokumentasi dan wawancara akan diproses secara lebih lanjut sesuai dengan teori-teori yang telah dipelajari, dari data tersebut akan ditarik kesimpulan yang akan menjawab tujuan penelitian



DAFTAR PUSTAKA

- Arthatiani, F.Y, 2008, *Penerapan Manajemen Terpadu pada Departement Manajemen Bisnis dan Ekonomi Perikanan Kelautan*, Fakultas Perikanan, Institusi Pertanian Bogor, Bogor.
- Blocher, 2007, Adwar J.Chen, Kheung H.Coking, Gary.Lin, Thomas W, *Cost Management*, Edisi Ketiga, Salemba Empat, Jakarta.
- Carter, 2009, William K, *Akuntansi Biaya*, Edisi 14, Salemba Empat, Jakarta.
- Garrison, Ray H. Dan Eric W. Noreen, 2008, *Akuntansi Manajerial*, Buku 1, Salemba 4, Jakarta.
- Hardjosoedarmo, S, 2007, *Bacaan terpilih tentang Total Quality Management*, Edisi revisi, Andi Offset, Yogyakarta.
- Kasmir, 2008, *Pemasaran Bank*, Edisi Revisi, Media Grafika, jakarta.
- Kotler, P Dan Armstrong, Gary, 2006, *Principles of Marketing*, Edisi Sebelas, Pearson Prentice Hall, New Jersey.
- Nasution, 2005, *Manajemen Mutu Terpadu : Total Quality Management*, Edisi Kedua, Ghalia Indonesia, Bogor.
- Sugiyono, 2010, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung.
- Tjiptono, 2006, *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*, Andi, Yogyakarta.
- Zulfadhli, 2009, *One Response to Total Quality Management*, Technorati favorites, Tegal.
- Erlina, 2008, *Metodologi Penelitian Bisnis : Untuk Akuntansi dan Manajemen*, Edisi Kedua, USU Press, Medan.