

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Seiring dengan kehidupan dunia yang semakin berkembang, transaksi serta kegiatan ekonomi masyarakat tidak dapat dipisahkan dengan keuangan. Maka dari itu banyak masyarakat lebih selektif dalam memilih lembaga-lembaga keuangan yang menurut mereka memberi manfaat antara kedua belah pihak. Pilihan akan lembaga keuangan tersebut pastinya menurut mereka adalah yang terbaik, peran karyawan ataupun seorang pelayan dalam dunia perbankan hendaknya memberikan dampak positif dalam perkembangan dunia perbankan saat ini dan untuk selanjutnya menjadi penopang kemajuan perbankan. Dengan pelayanan yang diberikan pastinya akan lebih banyak masyarakat yang tertarik menggunakan jasa perbankan tersebut.

Saat ini dapat diketahui bahwa perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi berdampak pada persaingan dunia usaha yang semakin meningkat, baik perusahaan yang bergerak di bidang industri, perdagangan maupun jasa, terlebih-lebih pada perusahaan perbankan. Kesuksesan dalam persaingan akan dapat dipenuhi apabila perusahaan bisa menciptakan dan mempertahankan nasabah. Untuk mencapai tujuan tersebut maka perusahaan perbankan memerlukan berbagai usaha agar tujuan yang telah direncanakan dapat tercapai. Salah satu usaha untuk memanjakan nasabahnya adalah melalui pelayanan yang diberikan. Nasabah dibuat nyaman mungkin dengan keramahtamahan dan sopan

santun dari para karyawan perusahaan. Nasabah juga dibuat merasa nyaman dalam ruangan yang tidak membosankan dengan fasilitas ruangan yang menyenangkan.

Sebagai lembaga keuangan, bank memiliki tugas memberikan jasa keuangan melalui penitipan uang (simpanan), peminjaman uang (kredit), serta jasa-jasa keuangan lainnya. Oleh karena itu, bank harus dapat menjaga kepercayaan dari nasabahnya. Kepercayaan sangat penting, karena tanpa kepercayaan mustahil bank dapat hidup dan berkembang. Untuk menjaga dan meningkatkan kepercayaan nasabahnya tersebut maka bank perlu menjaga citra positif dimata masyarakatnya. Citra ini dapat dibangun melalui kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kualitas keamanan. Tanpa citra yang positif maka kepercayaan yang sedang dan akan dibangun tidak akan efektif.

Salah satu aktivitas perbankan yang utama adalah memberikan pelayanan jasa perbankan bagi konsumennya (nasabah). Seluruh aktivitas bank selalu memperhatikan service (pelayanan). Dalam hal pelayanan disini, posisi sumber daya manusia (SDM) yang paling menentukan dibandingkan dengan mesin atau perangkat apapun yang ada dalam perusahaan. Jadi untuk meningkatkan citra perbankan maka bank perlu menyiapkan karyawan atau sumber daya manusia yang mampu menangani keinginan dan kebutuhan nasabahnya. Karyawan yang diharapkan dapat melayani keinginan dan kebutuhan nasabah ini kita sebut Customer Service (CS).

Dalam upaya mempertahankan loyalitas kepada nasabah, strategic customer service sangatlah besar. Apabila customer service bekerja dengan pelayanan yang

baik, nasabah maupun masyarakat akan merasa puas dan percaya pada pelayanan yang di sediakan oleh pihak Bank karena kepercayaan tersebut sangatlah penting untuk keberlangsungan perusahaan yang bergerak di Perbankan. Pelayanan nasabah atau customer service (CS) yang di maksudkan disini adalah pelayanan nasabah yang mempunyai tugas memberikan informasi mengenai produk atau jasa yang akan dipasarkan. Hal demikian dimungkinkan karena kesesuaian, kejelasan informasi atau spesifikasi produk atau jasa secara terperinci merupakan hal yang dapat menunjang kelancaran hubungan antara pihak bank dan nasabah. Oleh karena itu pelayanan kepada nasabah ini merupakan persoalan pokok dalam persaingan antar bank, juga merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari perusahaan karena pelayanan nasabah merupakan salah satu kegiatan perusahaan untuk meningkatkan kepuasan nasabah.

Strategi customer service juga merupakan salah satu sumber daya manusia yang diperlukan oleh suatu perusahaan. Dalam melakukan pelayanan strategi dari customer service ini berhubungan langsung dengan pilihan konsumen, maka diperlukan seorang customer service yang handal dan komunikatif. Pengertian customer service secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukan atau menunjukan untuk memberikan keinginan atau kepuasan nasabah. Seorang Customer service harus pandai dalam mencari jalan keluar untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh nasabahnya. Pelayanan yang baik memiliki ciri tersendiri dan hampir semua perusahaan dan perbankan mempunyai kriteria yang sama untuk membentuk ciri-ciri pelayanan yang baik. Dalam dunia perbankan tugas utama seorang customer service yaitu memberikan pelayanan dan membina

hubungan dengan masyarakat. Customer service juga harus dapat menjaga nasabah lama agar tetap menjadi nasabah bank.

Customer service itu ibarat wajah terdepan sebuah bank. Seorang customer service mampu menyelesaikan permasalahan dan keluhan nasabah, serta mampu menjelaskan beragam produk dan informasi bank dengan detail. Cara customer service dalam melayani nasabah mencerminkan bagaimana sesungguhnya sikap bank tersebut dalam memberikan layanan kepada nasabahnya. Sehingga baik buruk pelayanannya akan mempengaruhi persepsi dan loyalitas nasabah terhadap bank tersebut. Perusahaan menginginkan bahwa konsumen (nasabah) yang diciptakan dapat dipertahankan selamanya, karena konsumen yang loyal merupakan asset terbesar yang harus dijaga perusahaan. Untuk mendapatkan konsumen yang loyal perusahaan harus menerapkan konsep pemasaran yang berorientasi pada konsumen, berbagai keinginan dan kebutuhan konsumen yang harus dipenuhi.

Sehubungan dengan pentingnya customer service tersebut, maka hal ini perlu diperhatikan oleh perusahaan yakni perusahaan yang bergerak dibidang jasa perbankan. Dalam upaya untuk lebih meningkatkan jumlah nasabah, serta menciptakan kepuasan nasabah agar tidak beralih kebank lainnya, maka upaya yang dilakukan oleh perusahaan adalah dengan menerapkan customer service yang mampu memberikan pelayanan yang maksimal kepada setiap nasabahnya. Oleh karena itu untuk mengantisipasi persaingan yang semakin ketat dengan perbankan lainnya, maka perlu diciptakan hubungan yang baik dengan para nasabah, baik nasabah lama maupun calon nasabah, untuk lebih meningkatkan kepuasan

nasabahnya khususnya untuk nasabah penabung.

Loyalitas berasal dari kata dasar “Loyal” yang berarti setia, atau loyalitas dapat diartikan sebagai suatu kesetiaan. Loyalitas Pelanggan adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku. Loyalitas pelanggan adalah kunci sukses suatu usaha dalam menjalin hubungan jangka panjang antara perusahaan dengan pelanggannya. Demikian pula dengan Bank Mandiri yang berupaya untuk menjalin hubungan kerjasama tersebut sebaik-baiknya dengan para nasabahnya melalui peran customer service.

Salah satu cara bank agar dapat merebut pangsa pasar adalah dengan memperoleh nasabah sebanyak-banyaknya. Perusahaan akan berhasil memperoleh nasabah dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagi nasabah. Terciptanya kepuasan nasabah dapat memberikan manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan nasabah menjadi akrab, memberikan kesan yang baik bagi nasabah, membentuk suatu rekomendasi dari nasabah yang satu ke nasabah yang lain yang dapat menguntungkan perusahaan dan terciptanya loyalitas nasabah. Nasabah yang puas dan loyal (setia) merupakan peluang untuk mendapatkan nasabah baru lainnya.

Customer service tidak hanya menjaga nasabah lama tetapi juga harus meningkatkan loyalitas nasabah pada bank yang bersangkutan. Ada beberapa factor yang mempengaruhi loyalitas nasabah, antara lain adalah kepuasan,

kepercayaan, dan komitmen dari nasabah itu sendiri. Kepuasan hanya salah satu diantara beberapa penyebab terbentuknya loyalitas nasabah. Jadi mempertahankan nasabah sama dengan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan terutama perusahaan dibidang perbankan, hal ini disebabkan karena dengan mempertahankan nasabah, berarti dapat meningkatkan penerimaan atau pendapatan perusahaan dalam penjualan produk.

Pelayanan yang diberikan oleh customer service haruslah mencerminkan pendekatan seutuhnya dari seorang karyawan bank kepada nasabah. Hal ini dilakukan dengan sikap menolong, bersahabat dan professional yang memuaskan nasabah agar nasabah tersebut datang kembali untuk berbisnis dengan bank kita. Dengan cara seperti itu seorang customer service dapat menikmati pekerjaannya dan memajukan karirnya pada bank tersebut. Pelayanan nasabah yang bermutu menuntut adanya upaya dari keseluruhan karyawan bukan hanya yang bertugas di front office, yang berhadapan langsung dengan nasabah dalam menghasilkan pelayanan yang mencerminkan kualitas, tetapi juga para karyawan di back office yang menghasilkan pelayanan dibelakang layar yang tidak kelihatan oleh nasabah.

Bank Mandiri Kantor Kas Jakarta Arjuna merupakan salah satu lembaga keuangan yang dalam menjalankan kegiatan usahanya selalu mengutamakan kepuasan nasabah diantaranya melayani masyarakat yang ingin menabung dan juga memberikan fasilitas pinjaman kepada masyarakat yang membutuhkan. Kantor Kas juga merupakan kantor bank yang paling kecil di mana kegiatannya hanya meliputi teller dan Customer service dalam skala yang lebih kecil. Dengan kata lain kantor kas hanya melakukan sebagian kecil dari kegiatan perbankan dan

berada di bawah cabang pembantu. Permasalahan yang biasanya sering terjadi pada kantor kas pada umumnya adalah kurang primanya pelayanan yang diberikan oleh pihak bank baik pada teller maupun customer service. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk lebih mengembangkan bagaimana kantor kas dapat juga dipercayai untuk memberikan pelayanan yang sama bagusnya dengan kantor cabang yang besar dengan harapan dapat menghasilkan serta meningkatkan loyalitas para nasabahnya.

Strategi Customer Service pada PT Bank Mandiri KK Jakarta Arjunasalah satunya adalah menerapkannya dalam bentuk transformasi "Jiwa Service Insan Mandiri", yaitu :

1. Cepat (Proactive dan Timely Solution)

Selalu berinisiatif secara konsisten untuk menawarkan dan memberikan solusi terbaik dengan cepat, tepat dan mudah.

2. Handal (Reliable)

Selalu memberikan kepastian produk dan layanan yang akurat, aman dan memenuhi standar yang tinggi oleh sumber daya yang kompeten disetiap contact point.

3. Nyaman (Friendly dan Convenient)

Selalu memberikan produk dan layanan yang mudah, nyaman, bersahabat dan bernilai tambah serta berusaha melampaui harapan Nasabah.

Berdasarkan dengan uraian diatas maka penulis tertarik untuk meneliti mengenai: "Strategi Customer Service dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah

(Studi Kasus Pada PT Bank Mandiri (Persero).Tbk Kantor Kas Jakarta Arjuna)”.Penelitian saya ini memilih Bank Mandiri Kantor Kas Jakarta Arjuna sebagai subjek penelitian karena penulis juga ingin mengetahui tentang bagaimana pelayanan yang diberikan oleh Kantor Kas yang dirasa kurang prima kepada beberapa nasabah dalam hal ini peneliti melakukan studi kasusnya di Bank Mandiri KK Jakarta Arjuna. Penulis juga ingin mengetahui bagaimana strategi dan dampak dari strategi yang dilakukan customer service dalam mempertahankan loyalitas nasabahnya melalui penerapan “Jiwa Service”.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian di atas, penulis merumuskan masalah peneltiian ini memfokuskan penelitian :

1. Bagaimana Strategi Customer Service dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah di Bank Mandiri (Persero).Tbk Kantor Kas Jakarta Arjuna)?
2. Bagaimana loyalitas nasabah di Bank Mandiri (Persero).Tbk Kantor Kas Jakarta Arjuna?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, Penulis menyimpulkan tujuan penelitian yang hendak diteliti adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana Strategi Customer Service dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah (Studi Kasus PT Bank Mandiri (Persero).Tbk Kantor Kas Jakarta Arjuna).
2. Untuk mengetahui loyalitas nasabah di Bank Mandiri Kantor Kas Jakarta Arjuna.

1.4 Manfaat Penelitian

Peneliti berharap dari penelitian yang dilakukan, dapat memiliki banyak manfaat. Manfaat penelitian terdiri dari manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu menambah dan mengembangkan ilmu bagi program studi ilmu komunikasi dan dapat dijadikan bahan referensi bagi mahasiswa/I FISIP Universitas Satya Negara Indonesia (USNI), khususnya tentang bagaimana Strategi Customer Service PT Bank Mandiri (Persero).Tbk dalam mempertahankan loyalitas nasabahnya.

2. Manfaat Praktis

1) Bagi Bank Mandiri

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang akurat tentang strategi penting seorang Customer Service dengan terus mempertahankan loyalitas nabahnya.

2) Bagi Masyarakat (Nasabah)

Sebagai kontribusi pengetahuan tentang strategi yang dilakukan customer service dalam mempertahankan loyalitas nasabah untuk masyarakat umum.

