

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bank dalam fungsinya memiliki peranan yang sangat penting dalam perkembangan perekonomian Indonesia pada masa sekarang ini karena setiap aspek kegiatan operasionalnya memiliki kaitan yang erat dengan perekonomian nasional. Bank merupakan badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Hal ini sejalan dengan tujuan bank sebagai lembaga keuangan yang berperan mendukung pembangunan perekonomian nasional dalam rangka meningkatkan taraf hidup orang banyak, pertumbuhan ekonomi, dan peningkatan stabilitas nasional.

Dunia perbankan saat ini dihadapkan pada suatu kondisi persaingan yang sangat ketat, pesatnya pertumbuhan sektor perbankan memicu timbulnya persaingan yang ketat di industri perbankan. Bank-bank komersial berlomba-lomba untuk menampilkan mutu produk dan pelayanan yang baik serta teknologi yang berkembang. Bank merupakan salah satu lembaga keuangan yang memiliki peranan penting dalam perekonomian suatu negara, karena jasa-jasanya merupakan sentral bagi efektifnya perekonomian. Di era globalisasi membuat dunia menjadi begitu terbuka, termasuk dalam dunia perbankan. Masyarakat sangat membutuhkan kehadiran bank sebagai sarana penyimpanan maupun

membantu dalam usaha masyarakat baik usaha kecil maupun menengah ke atas. Bagi sebuah bank tidaklah cukup hanya dengan memberikan jasa-jasa keuangan saja, tetapi yang terpenting adalah bagaimana cara untuk meningkatkan kualitas pelayanannya untuk itu bank membutuhkan usaha keras untuk mendapat calon nasabah dan mempertahankan yang sudah ada, keberhasilan usaha tersebut sangat ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas karena itu merupakan kunci dalam menjadikan mereka pelanggan yang memiliki loyalitas yang tinggi pada bank tersebut adalah pelayanan yang baik. Kualitas pelayanan tercermin dari kepuasan nasabah untuk melakukan penggunaan ulang jasa perbankan. Dalam prakteknya pelaksanaan pelayanan tidak semudah yang dibayangkan karena adanya persepsi yang berbeda antara penyedia layanan dengan pelanggan, perbedaan persepsi yang terjadi membuat hambatan dalam proses pelayanan, sehingga pelayanan yang diberikan tidak akan pernah sama dengan harapan penggunaan jasa atau pelanggan.

Maraknya bank-bank yang hadir di Indonesia dengan berbagai layanan maupun undian yang dilakukan untuk menarik perhatian khalayak merupakan hal yang cukup variatif dalam dunia perbankan. Keunggulan bersaing dalam bisnis dapat dilihat dari kemampuan bank dalam proses pelaksanaan pelayanan baik sebelum transaksi, pada saat melakukan transaksi, dan setelah transaksi, maka dari itu setiap proses tersebut harus memberikan respon positif dari nasabah. Bagaimana cara untuk menarik nasabah yang baru agar menjadi nasabah tetap maupun mempertahankan setiap nasabah menjadi tantangan khusus bagi setiap bank. Setiap bank dituntut untuk memberikan pelayanan terbaik bagi nasabahnya.

Nasabah merupakan nafas kehidupan setiap bank untuk maju dan tetap menggunakan jasa dan layanan produknya.

Banyak cara yang dilakukan untuk menarik minat nasabah dan mempertahankan setiap nasabah. Misalnya dengan memberikan pelayanan yang optimal. Upaya memberikan pelayanan yang optimal kepada nasabah harus dilakukan dengan sungguh-sungguh dengan memperhatikan faktor-faktor utama dan faktor pendukung lainnya. Faktor utama yang sangat berpengaruh adalah sumber daya manusianya. Artinya peranan manusia (karyawan) yang melayani pelanggan merupakan faktor utama, karena dengan manusialah pelanggan dapat berkomunikasi secara langsung dan terbuka.

Sumber daya manusia yang dimaksud ialah *customer service*. Hal yang penting sebagai *customer service* yang baik adalah bagaimana mengerti keinginan pelanggan (nasabah) dan senantiasa memberikan nilai tambah dimata konsumen. Nilai tambah itu antara lain, memberikan informasi yang jelas dan lengkap kepada konsumen, pelayanan yang cepat, tepat dan kenyamanan pelayanan.

Pelayanan yang diterima nasabah dapat dijadikan standar dalam menilai kinerja suatu bank yang berarti bahwa kepuasan nasabah adalah hal yang utama, untuk itu maka disinilah peran penting para karyawan khususnya bagian *customer service* yang secara langsung berinteraksi dengan para nasabahnya, kinerja *customer service* yang baik dan memuaskan akan menciptakan *image* yang baik pula bagi perusahaan.

Peranan *customer service* dalam operasional bank sangat penting, dimana *customer service* harus bias berkomunikasi dengan baik bagi semua nasabah dan

menjadi tempat kepercayaan nasabah. Oleh karena itu, maka hal yang terpenting bagi *customer service* ialah bagaimana mengerti keinginan dari setiap nasabah dan senantiasa memberikan pelayanan prima (*service excellent*) yang terbaik bagi nasabah yaitu dengan memberikan informasi yang jelas, pelayanan yang cepat dan tepat, serta memberikan kenyamanan pelayanan serta berusaha memberikan kepuasan kepada pelanggan dan menarik perhatian nasabah untuk mau menabung dan menjadi nasabah tetap.

Kinerja *customer service* akan sangat mempengaruhi kesuksesan suatu bank dan membuat tujuan perusahaan dapat tercapai, seperti membuat nasabah merasa puas, nyaman, dan terlayani dengan baik. Bank dengan kinerja *customer service* yang baik merupakan potret ideal yang didambakan oleh setiap perusahaan.

Dengan menekankan pada kualitas pelayanan prima (*service excellent*), pelanggan yang merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh *customer service* pada akhirnya akan menjadikan nasabah tersebut menjadi nasabah yang loyal. Dalam bisnis jasa, kegiatan pelayanan dikenal dengan istilah pelayanan prima (*service excellent*), yang artinya adalah kepedulian terhadap pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu loyal kepada perusahaan. Dalam memberikan pelayanan yang prima sebagai usaha mencapai kepuasan pelanggan, pihak perbankan dapat berpedoman pada dimensi kualitas pelayanan prima. Dimensi kualitas pelayanan prima tersebut adalah kemampuan

(*ability*), sikap (*attitude*), penampilan (*appearance*), perhatian (*attention*), tindakan (*action*), tanggung jawab (*accountability*).

Dalam melakukan bisnis, tidak hanya terbatas pada bagaimana mendapatkan pelanggan, akan tetapi sampai pada tahap bagaimana perusahaan merancang strategi untuk dapat mempertahankan pelanggan tersebut.

PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. adalah salah satu bank BUMN terbesar di Indonesia yang didirikan pada 16 Desember 1895 sebagai bagian dari program restrukturisasi perbankan yang dilaksanakan oleh pemerintah Indonesia, Bank BRI saat ini perkembangannya cukup signifikan. Bank ini memiliki visi menjadi lembaga keuangan Indonesia yang paling dikagumi dan selalu progresif. Untuk mewujudkan visi tersebut tentu saja Bank BRI harus terus meningkatkan kualitas pelayanan yang dimiliki. Semakin baik kualitas pelayanan, maka nasabah akan merasa puas. Mengingat Bank BRI merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa, yang kegiatan atau aktivitas bisnisnya juga berkaitan dengan pelayanan, sehingga faktor kepuasan pelanggan sangatlah bergantung pada kualitas pelayanan perusahaan itu sendiri.

Nasabah Bank BRI yang datang ke Kantor Cabang Radio Dalam selalu penuh melebihi apa yang dibayangkan oleh karyawan kantor cabang tersebut, maka dapat dibayangkan kualitas pelayanan seperti apa yang harus dilakukan agar dapat melayani seluruh nasabahnya dengan baik.

Sebagai suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang perbankan Bank BRI Cabang Radio Dalam tetap perlu untuk melaksanakan dan memberikan pelayanan kepada nasabah, agar tetap bisa mempertahankan kualitas

pelayanannya dan dapat menumbuhkan kepercayaan nasabah terhadap produk dan jasa yang di tawarkan. Didalam melaksanakan kegiatan *customer service* haruslah mengerti dan mengetahui bagaimana yang diinginkan oleh nasabah dan harus senantiasa memberi nilai lebih dan mutu kualitas kepada nasabahnya. Dan yang dimaksud nilai lebih itu adalah dengan cara memberikan pelayanan yang cepat dan tepat demi kenyamanan para nasabah, dan juga memberikan informasi-informasi yang jelas dan lengkap agar dapat dimengerti oleh setiap nasabah yang akan berkunjung ke Bank BRI Cabang Radio Dalam.

Penulis melakukan penelitian di Bank BRI Cabang Radio Dalam dikarenakan letak keberadaan lokasi ini sangat strategis di kawasan padat penduduk. Maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian di Bank BRI Cabang Radio Dalam. Permasalahan yang sering terjadi di Bank BRI Cabang Radio Dalam terdapat kendala pada saat melakukan transaksi yang dilakukan oleh nasabah Bank BRI Cabang Radio Dalam dan berikut ini permasalahan yang sering dialami oleh nasabah, diantaranya yaitu terkendalanya jaringan pada sistem di Bank BRI tersebut dan berkurangnya saldo nasabah tanpa adanya komunikasi dari pihak Bank BRI.

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas bahwa dapat disimpulkan setiap perusahaan, termasuk bank, mempunyai kegiatan dalam memberikan pelayanan yang salah satunya adalah memberikan pelayanan yang baik dan optimal kepada pelanggan/nasabahnya. Dalam hal ini orang yang memberikan pelayanan tersebut disebut *customer service*. Berdasarkan permasalahan-permasalahan yang telah diuraikan di atas, peneliti mengambil judul penelitian

mengenai **Pelayanan *Customer Service* dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah (Deskriptif pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Radio Dalam)**. Dalam pelayanan *customer service* Bank BRI Cabang Radio Dalam, *customer service* memiliki kemampuan dan pengetahuan yang baik dalam memasarkan produk-produk Bank BRI yang tersedia sehingga nasabah tertarik dan berminat menggunakan produk Bank BRI. Tidak hanya menarik nasabah, namun *customer service* juga harus mampu mempertahankan loyalitas nasabah, agar nasabah terus-menerus menggunakan produk-produk Bank BRI. Hal tersebutlah yang mendasari peneliti memilih penelitian tersebut adalah untuk mengetahui bagaimana *customer service* dalam mempertahankan loyalitas nasabahnya sehingga tetap menjadi nasabah yang setia.

1.2 **Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian, yaitu bagaimana pelayanan *customer service* dalam mempertahankan loyalitas nasabah?

1.3 **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan di atas maka tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pelayanan *customer service* dalam mempertahankan loyalitas nasabah.

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini agar dapat memberikan manfaat bagi penulis dan dapat menjadi bahan masukan serta pembelajaran bagi pihak-pihak yang membutuhkan untuk bahan evaluasi mengenai pelayanan *customer service*.

1.4.1 Manfaat teoritis

Manfaat teoritis dalam akademis adalah sebagai bahan kajian dalam mengembangkan ilmu komunikasi, khususnya yang berhubungan dengan masalah pelayanan terutama dalam meneliti pelayanan di dunia perbankan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi berbagai kalangan terutama dalam dunia perbankan, mengenai hal-hal yang terkait dengan mempertahankan pelayanan terhadap nasabah.

