

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 *customer service* dalam dunia perbankan hendaknya memberikan dampak positif dalam 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 dibidang industri, perdagangan maupun jasa, terlebih lagi pada perusahaan perbankan. Kesuksesan dalam persaingan 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. Usaha yang dilakukan dalam rangka meningkatkan minat masyarakat untuk memanfaatkan lembaga keuangan, yaitu dengan cara memasarkan produk kepada masyarakat luas oleh para *customer service* maupun oleh para karyawan bank lainnya.

Pemasaran merupakan salah satu hal yang sangat penting untuk diterapkan di dalam perusahaan perbankan keuangan. Dimana pemasaran digunakan setiap perusahaan yang berusaha memasarkan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik secara langsung dan tidak langsung. Salah satu tujuan dari pemasaran adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha untuk menarik calon nasabah baru. Pemasaran berfungsi mengingatkan nasabah akan produk, pemasaran juga akan mempengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya pemasaran juga akan meningkatkan citra bank di mata nasabahnya. Berdasarkan pengertian tersebut, berarti semakin baik komunikasi pemasaran yang tercipta, maka akan mendatangkan kepuasan yang semakin tinggi bagi semua pihak yang terlibat didalamnya. Pemasaran ini sendiri terdiri dari tindakan yang diambil untuk membangun dan mempertahankan hubungan pertukaran yang diinginkan dengan pelanggan yang dituju yang melibatkan produk, jasa, ide, atau objek lain. Disamping menarik pelanggan baru dan menciptakan transaksi, tujuan dari hubungan pemasaran adalah mempertahankan pelanggan dan menumbuhkan bisnis perusahaan (Kotler dan Armstrong, 2008: 9).

Dalam mempertahankan dan menumbuhkan bisnis di perusahaan perbankan seorang *customer service* memberikan peran yang sangat penting dalam melakukan pemasaran karena menjadi barisan pertama yang berhadapan langsung dengan para nasabah. *Customer service* meliputi berbagai aktivitas di seluruh area bisnis yang berusaha mengkombinasikan antara penjualan jasa untuk memenuhi kepuasan nasabah mulai dari pemesanan, pemrosesan hingga pemberian hasil jasa melalui komunikasi untuk mempererat kerjasama dengan nasabah, Tentu saja tujuannya adalah memperoleh keuntungan. *Customer service* bukan sekedar maksud melayani namun merupakan upaya untuk membangun satu kerjasama jangka panjang dengan prinsip saling menguntungkan. Proses ini untuk sudah mulai sebelum terjadi transaksi hingga tahap evaluasi setelah transaksi. *Customer service* yang baik adalah seseorang yang mengetahui bagaimana keinginan nasabah dan senantiasa memberikan nilai tambah dimata nasabah.

Seperti yang telah kita ketahui bahwa PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang keuangan perbankan di Indonesia yang memimpin pasar Kredit Pemilikan Rumah (KPR) sedangkan kegiatan dari bank umum tidak hanya menyalurkan dana (*lending*) melainkan ada tiga kegiatan yaitu menghimpun dana (*funding*), menyalurkan dana (*lending*), dan memberikan jasa-jasa bank lainnya (*service*) (Kasmir, 2008: 33).

Dalam penelitian ini penulis akan meneliti terkait dari penghimpunan dana (*funding*) yaitu mengenai simpanan tabungan penghimpunan dana (*funding*) ini merupakan kegiatan utama dari bank umum. Salah satu *Customer Service* yang ada di PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk menyebutkan bahwa minat masyarakat terhadap kegiatan menabung pada saat ini semakin fluktuatif dan ada kecenderungan menurun terutama dari pihak generasi muda pada saat ini dikarenakan kebanyakan yang membuka tabungan BTN Juara ini adalah orang tua dari calon nasabah yang ingin menyimpan uangnya untuk kebutuhan anaknya di masa mendatang. Sedangkan dari kesadaran sendiri dari pihak generasi mudanya kebanyakan dari mereka tidak tertarik untuk menyimpan uangnya di bank, kebanyakan dari mereka hanya memiliki kebiasaan untuk menghabiskan uangnya. Bank Tabungan Negara mengeluarkan produk tabungan BTN Juara dengan harapan membantu generasi muda dalam menanamkan kebiasaan menabung serta membuat kegiatan menabung menjadi lebih mudah dan menyenangkan.

Berdasarkan hal-hal tersebut mendorong penulis untuk menyusun tugas akhir dengan judul “ Peran *Customer Service* dalam memasarkan BTN Juara di PT Bank Tabungan Negara (persero) Tbk Kantor Cabang Tasikmalaya“

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka permasalahan yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut:

1. Apa peran *customer service* untuk memasarkan BTN Juara di PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Tasikmalaya.
2. Hambatan yang dialami oleh seorang *customer service* dalam memasarkan BTN Juara di PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Tasikmalaya.
3. Bagaimana solusi dari hambatan yang dialami oleh seorang *customer service* dalam memasarkan BTN Juara di PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Tasikmalaya.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Peran *customer service* dalam memasarkan BTN Juara di PT Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Tasikmalaya.
2. Hambatan apa saja yang dialami oleh seorang *customer service* dalam memasarkan BTN Juara di PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Tasikmalaya.
3. Untuk mengetahui solusi dalam mengatasi hambatan yang dialami oleh seorang *customer service* dalam memasarkan BTN Juara di PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Tasikmalaya.

1.4 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, penelitian ini diharapkan memiliki kegunaan baik itu dalam aspek teoritis maupun dalam aspek praktis. Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Aspek Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan ilmu pengetahuan terutama dalam bidang manajemen pemasaran, khususnya mengenai peran customer service dalam memasarkan produk BTN Juara di PT Bank Tabungan Negara (persero) Kantor Cabang Tasikmalaya.

2. Aspek Praktis

a. Bagi Penulis

Selain untuk memperoleh gelar Ahli Madya dan untuk menyelesaikan program D-3 Perbankan dan Keuangan Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan serta memperdalam pemahaman materi yang telah dipelajari selama perkuliahan dan selama praktik kerja.

b. Bagi Lembaga Fakultas Ekonomi

Diharapkan tugas akhir ini dapat dijadikan bahan informasi bagi aktivitas akademik dalam hal ini sebagai pelengkap buku-buku di perpustakaan.

c. Bagi Lembaga yang Diteliti

Hasil dari tugas akhir ini diharapkan dapat menjadi acuan maupun bahan pertimbangan bagi perusahaan dan bila perlu dijadikan wacana pemikiran untuk penyempurnaan di masa yang akan datang.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Tasikmalaya yang berlokasi di Jln. Sutisna Senjaya No.101 Kel. Cikalang Kec. Tawang Kota Tasikmalaya 46113.

Waktu yang dibutuhkan untuk melaksanakan penelitian ini adalah selama 3 bulan yaitu dari bulan febuari sampai dengan bulan april. Untuk lebih jelasnya tahapan pembuatan tugas akhir ini penulis tuliskan dalam table matriks berikut ini:

Tabel 1.1

Matriks waktu penelitian

No	Jenis Kegiatan	Bulan Ke															
		Febuari				Maret				April				Mei			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Pengajuan outline dan rekomendasi pembimbing		■														
2.	ACC judul Tugas Akhir			■													
3.	Konsultasi awal bimbingan				■												
4.	Proses bimbingan penyelesaian				■	■	■	■	■	■							

