

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Menurut Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang perbankan, yang dimaksud dengan bank adalah “badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.”

Seiring dengan semakin berkembangnya kehidupan dunia, terutama dalam bidang ekonomi yang dimana juga tidak dapat dipisahkan dengan keuangan. Masyarakat sangat membutuhkan kehadiran bank sebagai sarana penyimpanan maupun sarana membantu dalam usaha baik usaha kecil maupun menengah ke atas. Maraknya bank-bank yang hadir di Indonesia dengan berbagai layanan serta promosi yang bertujuan untuk menarik perhatian nasabah.

Nasabah merupakan sumber kehidupan bagi bank agar mampu menjalankan setiap kegiatannya. Setiap bank dituntut untuk memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas. Dengan berbagai layanan menarik dari berbagai bank, maka masyarakat akan lebih selektif dalam memilih lembaga keuangan yang menurut mereka adalah terbaik, peran karyawan atau seorang pelayan dalam dunia perbankan sangat penting seiring dengan meningkatkan persaingan bisnis di bidang jasa. Dunia perbankan menyadari betapa pentingnya memperoleh dan mempertahankan kepercayaan nasabah

bagi keberhasilan bisnis bank. Perbankan berlomba-lomba menunjukkan sikap lebih menghargai nasabah dan mengembankan pelayanan yang unggul. Dengan memberikan pelayanan yang terbaik, maka pastinya akan lebih banyak masyarakat yang tertarik menggunakan jasa perbankan tersebut.

Sebagai lembaga keuangan bank memiliki tugas memberikan jasa keuangan melalui penitipan uang (simpanan), pembiayaan, serta jasa-jasa keuangan lainnya. Oleh karena itu, bank harus dapat menjaga kepercayaan dari nasabahnya karena tanpa kepercayaan nasabah mustahil bank dapat hidup dan berkembang dengan adanya hal tersebut maka bank perlu menjaga citra positif di mata masyarakat. Menjaga citra positif tersebut dapat dibangun melalui kualitas produk, kualitas pelayanan, ketertiban dan keamanan. Dalam hal itu pelayanan jasa di perbankan sangat berpengaruh terhadap citra bank.

Salah satu fungsi bank adalah memberikan pelayanan jasa perbankan bagi nasabahnya. Seiring dengan arus globalisasi saat ini, maka pelayanan jasa yang cepat dan akurat merupakan suatu kebutuhan yang utama. Apabila pelayanan kurang diterapkan di bank, tentu saja tidak merubah tingkat nasabah menjadi banyak, melainkan mengurangi nasabah karena faktor pelayanan yang tidak baik dan bank pun tidak akan berkembang. Pelayanan ini tidak terlepas dari proses komunikasi. Komunikasi sangat penting khususnya bagi *Customer Service* (CS) karena dapat memahami apa yang dapat dibutuhkan nasabah.

Pelayanan nasabah atau *Customer Service* (CS) adalah pelayanan yang disediakan oleh suatu perusahaan untuk menerima keluhan atau masalah yang dihadapi. Dalam kaitan tersebut tentunya bank memiliki *Customer Service* (CS) yang bertugas memberikan pelayanan terbaik untuk nasabah agar nasabah mampu memenuhi apa yang diinginkannya, memberikan penjelasan mengenai PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Universitas Siliwangi Tasikmalaya, dan menjawab semua keluhan yang diajukan oleh nasabah, selain itu *Customer Service* (CS) juga bertugas mendengarkan semua keluhan yang diajukan nasabah dan harus mampu memberikan penyelesaiannya. Kinerja *Customer Service* (CS) sangat berpengaruh besar untuk meningkatkan pelayanan pada nasabah.

Customer Service (CS) yang mampu memberikan pelayanan terbaik dan memiliki upaya-upaya dalam meningkatkan pelayanan pada nasabah dapat memberikan pencitraan positif terhadap bank tersebut, sehingga mampu menarik nasabah untuk menjadi nasabah di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Universitas Siliwangi Tasikmalaya, mampu meningkatkan keuntungan pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Universitas Siliwangi Tasikmalaya, dan mampu menjalin hubungan yang baik dengan para nasabahnya.

Pada faktanya yang terjadi sering ditemukan *Customer Service* (CS) tidak bersikap seperti seharusnya. Bahkan sering ditemukan *Customer*

Service (CS) yang cuek, sombong, jarang senyum, tidak bersikap ramah terhadap nasabah yang terjadi bukan memberikan kesan yang baik tetapi memberikan kesan yang buruk dimata nasabah karena tidak melayani dengan baik.

Agar pelayanan yang diberikan berjalan baik, maka interaksi antara *Customer Service* (CS) dan nasabah haruslah berjalan dengan baik. *Customer Service* (CS) harus mampu mengenali karakter nasabah yang datang ke bank. Sehingga baik buruknya karyawan akan mempengaruhi loyalitas nasabah. Loyalitas adalah kesetiaan yang timbul tanpa adanya paksaan melainkan kesadaran. Dalam membangun sebuah loyalitas nasabah itu sangat sulit. Sesuai dengan peranannya *Customer Service* (CS) harus mampu mempertahankan nasabah lama agar tetap setia menjadi nasabah bank tersebut melalui pembinaan hubungan yang lebih akrab dengan nasabah dan berusaha untuk mendapat nasabah baru, melalui berbagai pendekatan.

Adanya pelayanan yang baik itu membuat nasabah merasa senang dan dihargai, sehingga nasabah akan melanjutkan hubungan bisnis dengan perusahaan tersebut, kemudian akan menceritakan kepuasan dan kebaikan pelayanan yang diperoleh kepada rekan lain. Hal ini dapat memberikan dampak positif bagi perusahaan.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulisan Tugas Akhir ini penulis memilih judul **“Peranan *Customer Service* Dalam Meningkatkan**

Loyalitas Nasabah Pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Universitas Siliwangi Tasikmalaya.”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis mengidentifikasi masalah masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana peranan *Customer Service* (CS) dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Universitas Siliwangi Tasikmalaya.
2. Apa standar kinerja *Customer Service* (CS) dalam meningkatkan loyalitas nasabah.
3. Apa hambatan yang terjadi dan bagaimana solusi dari hambatan *Customer Service* (CS) dalam melayani nasabah pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Universitas Siliwangi Tasikmalaya.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Peranan *Customer Service* (CS) dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Universitas Siliwangi Tasikmalaya
2. Standar kinerja *Customer Service* (CS) dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Universitas Siliwangi Tasikmalaya

3. Hambatan yang terjadi dan solusi dari hambatan *Customer Service* (CS) dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Universitas Siliwangi Tasikmalaya

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian diharapkan mempunyai nilai kegunaan, yakni bagi;

1. Aspek Teoritis

Pengembangan Ilmu Pengetahuan (Aspek Teoritis) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai bahan referensi dan perbandingan antara teori dengan praktek, khususnya materi *Customer Service* yaitu tentang Peranan *Customer Service* dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Universitas Siliwangi Tasikmalaya.

2. Aspek Praktis

- a. Bagi Penulis

Dari hasil penelitian ini penulis dapat mengaplikasikan materi yang diperoleh pada saat perkuliahan di lapangan kerja, sehingga menambah wawasan dan kemampuan penulis dalam dunia kerja dengan praktik langsung ke lapangan pekerjaan.

- b. Bagi Lembaga

Lembaga disini adalah kampus Universitas Siliwangi Tasikmalaya, penulis berharap hasil penelitian ini bisa dijadikan sebagai bahan

pengembangan keilmuan dan menjadi bahan kajian untuk penelitian lebih lanjut di masa yang akan datang.

c. Bagi Perusahaan atau Instansi

Penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Universitas Siliwangi Tasikmalaya.

d. Bagi Pihak Lain

Pihak lain disini adalah pembaca. Dari hasil penelitian ini diharapkan bisa jadi referensi yang dapat menambah pengetahuan dan wawasan dalam peranan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah Pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Universitas Siliwangi Tasikmalaya.

1.5 Lokasi dan Jadwal Kegiatan Penelitian

Kegiatan penelitian ini dilakukan pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Universitas Siliwangi Tasikmalaya yang beralamat di Jalan Siliwangi No.24, Kahuripan, Kecamatan Tawang, Kabupaten Tasikmalaya, Jawa Barat 46115.

Waktu yang dibutuhkan untuk melaksanakan kegiatan penelitian ini adalah selama 3 bulan dimulai dari tanggal 01 Februari 2023 sampai dengan tanggal 01 April 2023. Adapun jadwal lengkap mengenai penelitian terlampir:

Tabel 1.1
Kegiatan Penelitian 2023

No	Jenis Kegiatan	Februari				Maret				April			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan judul dan rekomendasi pembimbing		■										
2	Pengambilan data di lapangan			■									
3	Pengolahan data				■	■							
4	Bimbingan tugas akhir (Bab I-V)				■	■	■						
5	Penyusunan draft awal								■	■			
6	Sidang tugas akhir									■			
7	Penyusunan draft akhir										■	■	

Sumber : Data diolah oleh penulis