BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perbankan merupakan salah satu industri yang mengalami kemajuan signifikan di Indonesia, yang menyebabkan terjadinya persaingan ketat secara nasional hingga global. Banyaknya bank di Indonesia yakni bank nasional dan bank asing mendorong tumbuhnya persaingan yang ketat di dalam dunia bisnis perbankan. Banyak bank yang bermunculan dan persaingan perbankan pun semakin meningkat sehingga mendorong bank untuk menciptakan beberapa produk baru yang diharapkan dapat menarik serta mempertahankan nasabah dan memberikan pelayanan yang maksimal agar dapat memenangkan persaingan.

Kendala tersebut tentu adalah tingkat persaingan antar bank mengikat dengan tajam, umumnya berbagai jenis produk perbankan yang ditawarkan kepada masyarakat. Peningkatan kualitas layanan, penambahan jenis produk, dan penawaran bonus serta hadiah menarik adalah strategi nyata yang dilakukan oleh bank-bank untuk menarik minat nasabah atau calon nasabah. Di tengah persaingan yang ketat, bank-bank berusaha untuk terus berkembang salah satunya dengan meningkatkan kualitas pelayanannya.

Dalam upaya meningkatkan pelayanan kepada nasabah, peranan *customer service* sangat penting. Apabila *customer service* memberikan pelayanan dengan baik maka nasabah maupun calon nasabah akan merasa puas dan percaya pada bank dimana kepercayaan nasabah merupakan hal yang sangat penting bagi bank. Pelayanan *customer service* adalah setiap kegiatan yang di peruntukkan atau

ditujukan untuk memberikan kepuasan melalui pelayanan yang diberikan *customer service* secara memuaskan. Pelayanan yang di berikan termasuk menerima keluhan atau masalah yang sedang di hadapi. *Customer service* harus mencari jalan keluar untuk menyelesaikan sebuah masalah yang dihadapi oleh nasabah. Pelayanan yang baik memiliki ciri tersendiri dan hampir semua perusahaan dan perbankan mempunyai kriteria yang sama untuk membentuk ciri-ciri pelayanan yang baik.

Menurut Kasmir (2018: 180) *Customer service* secara umum adalah setiap kegiatan diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah. Oleh sebab itu, seorang *customer service* diharuskan mempunyai keahlian yang tepat dan cepat tanggap dalam melayani seorang nasabah sehingga dapat mengupayakan pelayanan yang terbaik untuk kepuasan dalam mengurus berbagai macam keperluan nasabah (Sheila Almira, 2020).

Customer service harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan nasabah secara mendalam untuk dapat memberikan pelayanan yang sesuai. *Customer service* perlu memiliki pengetahuan yang luas tentang produk dan layanan bank serta kemampuan untuk menjelaskan dengan baik kepada nasabah tentang manfaat dan keunggulan yang dimiliki oleh bank tempat mereka bekerja. Dengan mampu memberikan pelayanan yang membedakan, *customer service* dapat membantu bank mempertahankan nasabah yang sudah ada dan menarik nasabah baru. Sangat penting untuk mengingat nasabah cenderung lebih setia kepada bank yang mampu memberikan pelayanan yang memenuhi atau melebihi ekspektasinya. *Customer service* memiliki peran yang sangat penting dalam membantu bank

menghadapi persaingan yang ketat di pasar. Mempersiapkan sumber daya manusia yang mampu menangani kebutuhan atau keinginan nasabah seperti dalam kegiatan pelayanan, peranan *customer service* sangat diperlukan.

Customer service adalah ujung tombak dalam menjaga hubungan baik antara bank dengan nasabah (*customer relation officer*). Selain itu peranan *customer service* lainnya yaitu sebagai *receptionis*, *deskman*, *salesman*, dan komunikator (Kasmir, 2018: 180). PT. Bank Woori Saudara 1906 Tbk. Kantor Cabang Tasikmalaya tentunya telah merumuskan strategi yang tepat untuk meningkatkan kualitas pelayanan *customer service* kepada nasabah. Salah satu strategi yang diimplementasikan adalah melalui pelatihan dan pengembangan karyawan *customer service*. Diharapkan karyawan *customer service* dapat memahami betul tentang produk dan layanan yang ditawarkan oleh bank sehingga dapat memberikan informasi yang jelas dan akurat kepada nasabah.

Perbedaan pelayanan antara yang baik dan buruk adalah ketika orang melihat dan merasakannya. Pengamatan pada *customer service* dalam memberikan pelayanan ketika penulis melaksanakan praktik magang di PT. Bank Woori Saudara 1906 Tbk. Kantor Cabang Tasikmalaya menunjukkan bahwa bank tersebut memiliki sarana dan prasarana cukup baik sehingga pelayanan berjalan dengan baik, namun menurut (Nisaputra, 2023) penulis dari salah satu artikel pada *website* <https://infobanknews.com/> menyatakan bahwa “Survei bertajuk *Bank Service Excellence Monitor (BSEM) 2023* itu untuk mengukur kualitas layanan atau layanan bank di mata nasabahnya, baik nasabah yang datang ke kantor cabang secara tatap muka, maupun nasabah yang memanfaatkan layanan digital banking.

Sementara itu, pengukuran pengalaman pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode *mystery shopping*. Dengan metode ini, MRI (Marketing Research Indonesia) mengukur efisiensi operasional dan proses layanan yang berlangsung melalui pengalaman nasabah dengan mengirimkan sejumlah pembeli yang bertindak sebagai pelanggan sesungguhnya. Beberapa bank swasta yang meraih atas penghargaan dalam memberikan layanan terbaik kepada nasabahnya yaitu Bank BCA, Bank Permata, Bank Danamon, Bank CIMB Niaga, Bank Panin, Bank BTPN”. Berdasarkan pada artikel tersebut jika dibandingkan dengan bank swasta lainnya PT. Bank Woori Saudara 1906 Tbk. Kantor Cabang Tasikmalaya tentunya diperlukan adanya pengembangan dan peningkatan yang lebih baik khususnya dalam memberikan pelayanan kepada nasabah agar dapat mempertahankan serta meningkatkan jumlah nasabah untuk menghadapi persaingan yang sangat ketat di era saat ini.

Sehubungan dengan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk mengamati pelayanan yang diberikan oleh *customer service* di PT. Bank Woori Saudara 1906 Tbk. Kantor Cabang Tasikmalaya karena *customer service* harus dituntut untuk memberikan yang terbaik kepada nasabah. Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas tentang bagaimana peranan *customer service* dalam memberikan pelayanan kepada nasabah dan untuk menambah pemahaman masyarakat bagaimana sikap *customer service* kepada nasabah, maka penulis tertarik untuk membahas dan menuangkannya dalam bentuk Tugas Akhir yang diberi judul **“Peranan *Customer Service* Dalam Memberikan Pelayanan Kepada Nasabah Di PT. Bank Woori Saudara 1906 Tbk. Kantor Cabang Tasikmalaya”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan permasalahan dari latar belakang, penulis mengidentifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pelayanan *customer service* di PT. Bank Woori Saudara 1906 Tbk. Kantor Cabang Tasikmalaya dalam meningkatkan pelayanan yang ideal.
2. Bagaimana peranan *customer service* dalam memberikan pelayanan kepada nasabah di PT. Bank Woori Saudara 1906 Tbk. Kantor Cabang Tasikmalaya.
3. Apa kendala yang dihadapi oleh *customer service* dalam memberikan pelayanan kepada nasabah di PT. Bank Woori Saudara 1906 Tbk. Kantor Cabang Tasikmalaya.
4. Bagaimana solusi mengatasi kendala yang dihadapi *customer service* dalam memberikan pelayanan kepada nasabah di PT. Bank Woori Saudara 1906 Tbk. Kantor Cabang Tasikmalaya

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada identifikasi masalah di atas, secara spesifik tujuan utama yang akan penulis capai pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi pelayanan *customer service* di PT. Bank Woori Saudara 1906 Tbk. Kantor Cabang Tasikmalaya dalam meningkatkan pelayanan yang ideal.
2. Untuk mengetahui peranan *customer service* dalam memberikan pelayanan di PT. Bank Woori Saudara 1906 Tbk. Kantor Cabang Tasikmalaya.

3. Untuk mengetahui kendala apa saja yang dihadapi *customer service* dalam memberikan pelayanan di PT. Bank Woori Saudara 1906 Tbk. Kantor Cabang Tasikmalaya.
4. Untuk mengetahui solusi apa saja yang akan dilakukan dalam mengatasi kendala yang dihadapi *customer service* dalam memberikan pelayanan di PT. Bank Woori Saudara 1906 Tbk. Kantor Cabang Tasikmalaya.

1.4 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang akan dicapai, penelitian ini diharapkan memiliki kegunaan yang baik dalam dunia pengetahuan, perusahaan, dan masyarakat secara langsung maupun tidak langsung. Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Pengembangan Ilmu

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu, wawasan dan pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran bank khususnya materi atau pembahasan mengenai peranan *customer service* dalam memberikan pelayanan kepada nasabah di PT. Bank Woori Saudara 1906 Tbk. Kantor Cabang Tasikmalaya.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Penulis

Sebagai syarat penyelesaian jurusan D-3 Perbankan dan Keuangan Universitas Siliwangi dan juga dapat memberikan tambahan ilmu, wawasan, dan pengetahuan khususnya di sektor perbankan, serta bisa mengimplementasikan teori atau ilmu yang telah didapat selama perkuliahan.

b. Bagi Lembaga

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan informasi dan referensi bagi ilmu pengetahuan atau wawasan mahasiswa dan menambah bahan kepustakaan khususnya pada jurusan D-3 Perbankan dan Keuangan.

c. Bagi Perusahaan

Diharapkan hasil penelitian ini menjadi sumber informasi bagi PT. Bank Woori Saudara 1906 Tbk. Kantor Cabang Tasikmalaya dalam mengambil langkah-langkah dalam sektor perbankan.

d. Bagi Pihak Lain

Diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi dan referensi yang dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan mengenai bagaimana peranan *customer service* dalam memberikan pelayanan khususnya di PT. Bank Woori Saudara 1906 Tbk. Kantor Cabang Tasikmalaya.

1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini bertempat di PT. Bank Woori Saudara 1906 Tbk. Kantor Cabang Tasikmalaya yang beralamatkan di Ruko Plaza Asia, Jl. HZ Mustofa No. 326, tugujaya, Kecamatan Cihideung, Kota Tasikmalaya.

1.5.2 Waktu Penelitian

Tabel 1.1
Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Februari				Maret				April				Mei			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Pengajuan <i>outline</i> dan acc judul			■													
2.	Konsultasi awal dan menyusun rencana kegiatan			■	■												
3.	Proses bimbingan untuk menyelesaikan proposal					■	■										
4.	Seminar Proposal Tugas Akhir									■							
5.	Revisi Proposal Tugas Akhir dan persetujuan revisi										■	■					
6.	Pengumpulan dan pengolahan data										■	■	■				
7.	Proses bimbingan untuk menyelesaikan Tugas Akhir												■				
8.	Ujian Tugas Akhir, revisi Tugas Akhir, dan pengesahan Tugas Akhir												■				

Sumber: diolah penulis, 2024