

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam konteks persaingan industri perbankan yang semakin ketat, nasabah memegang peranan yang sangat penting bagi kelangsungan operasional sebuah bank. Dalam era globalisasi, kepuasan nasabah menjadi faktor utama yang mempengaruhi loyalitas mereka terhadap produk atau layanan yang ditawarkan oleh bank. Bank harus terus berupaya untuk memberikan nilai tambah kepada nasabahnya, melebihi harapan yang mereka miliki. Dengan memastikan kepuasan nasabah atas produk atau layanan yang mereka gunakan, bank dapat memperoleh loyalitas dari nasabah yang akan terus memilih dan menggunakan produk atau layanan bank tersebut.

Seiring dengan pertumbuhan industri, persaingan antar bank juga semakin meningkat. Bank-bank besar bersaing untuk mendapatkan pangsa pasar yang lebih besar sementara bank-bank kecil dan menengah berusaha bertahan dan berkembang dalam lingkungan yang kompetitif. Dalam upaya memenangkan persaingan, bank-bank mulai memperhatikan pentingnya layanan dan pengalaman nasabah. Kepuasan nasabah menjadi kunci dalam mempertahankan dan menarik nasabah baru. Bank-bank berusaha untuk memberikan layanan yang lebih baik, lebih cepat, dan lebih mudah bagi nasabah mereka (Rahayu, 2021).

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 meningkatnya 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 mengembangkan pelayanan yang unggul. Dengan memberikan pelayanan yang terbaik, maka pastinya akan lebih banyak masyarakat yang tertarik menggunakan jasa perbankan tersebut (Ellawati, 2017).

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 masyarakat mustahil bank dapat hidup dan berkembang. Maka bank perlu menjaga citra positif di mata masyarakatnya. Tanpa citra yang positif, maka kepercayaan yang sedang dan akan dibangun tidak akan efektif. Untuk meningkatkan citra perbankan, maka bank perlu menyiapkan karyawan yang mampu menangani keinginan dan kebutuhan nasabahnya (Kasmir, 2013:214).

Pelayanan nasabah atau *customer service* (CS) disini maksudnya ialah 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. Pelayanan kepada nasabah ini merupakan persoalan pokok dalam persaingan antar bank, juga merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari bank, karena pelayan nasabah merupakan salah satu kegiatan bank untuk meningkatkan

kepuasan nasabah.

Customer service (CS) memiliki peran utama dalam interaksi langsung dengan nasabah. Mereka menjadi ujung tombak dalam memberikan layanan dan menangani berbagai kebutuhan serta keluhan nasabah. Oleh karena itu, peran *customer service* menjadi faktor kunci dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Pengertian *customer service* secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah.

Peran yang dilaksanakan dengan *customer service* merupakan peran yang sangat krusial dan bermasalah pada pembentukan sebuah gambaran perusahaan atau organisasi, dengan *customer service*, setiap *customer*/konsumen bisa menanyakan dan memanfaatkan dalam suatu informasi yang dihasilkan. Cara komunikasi baik verbal dan non verbal yang dilakukan oleh *Customer service* akan sangat berpengaruh terhadap pembentukan gambaran dari pada perusahaan atau organisasi. Masing-masing wajib saling mendukung, supaya pelayanan di perusahaan terhadap nasabah lebih sanggup dilakukan dengan optimal dan maksimal. Pada standar kompetensi sangat mensugesti pelayanan prima yang diberikan terhadap nasabahnya (Meldiana & Rahadi, 2020). Peranan *customer service* secara umum ada dua yaitu: mempertahankan nasabah lama agar tetap setia menjadi nasabah bank kita melalui pembinaan hubungan yang lebih akrab dengan nasabah dan berusaha untuk mendapat nasabah baru melalui berbagai pendekatan (Kasmir, 2016).

PT Bank Mandiri Taspen, sebagai salah satu lembaga keuangan yang

berkembang pesat, memiliki peranan penting dalam menyediakan layanan perbankan kepada masyarakat, khususnya di kota Tasikmalaya. Kantor cabang Bank Mandiri Taspen di Tasikmalaya diharapkan dapat memberikan layanan yang berkualitas dan memuaskan bagi para nasabahnya.

Beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan (Putri, 2023:56) menjelaskan bahwa dalam memberikan pelayanan yang baik, bank telah menetapkan standar yang didukung sarana dan prasarana yang ada sehingga kepuasan nasabah dapat terpenuhi. Kepuasan tersebut tergantung dengan kenyamanan yang diberikan *customer service* kepada nasabahnya. (Sitorus 2023:76) menjelaskan bahwa *customer service* mempunyai peran yang penting dalam melayani nasabah yang memiliki masalah pada penggunaan kartu ATM. Adapun peran yang dilakukan *customer service* yaitu harus sesuai dengan SOP yang berlaku. Dengan adanya tata cara atau standar operasional prosedur (SOP) layanan terhadap *customer service* hal ini dapat memudahkan *customer service* dalam melaksanakan semua pekerjaan. Beberapa penelitian tersebut focus yang dianalisa oleh Marcela dkk adalah di bank yang berbasis syariah, sementara Mashithoh Sitorus dan Atika fokusnya hanya untuk spesifik mengenai layanan ATM, dan dalam penelitian ini adalah fokus secara umum yang diberikan untuk nasabah bank umum di PT Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Tasikmalaya.

Berdasarkan hasil observasi penulis meskipun PT Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Tasikmalaya telah berusaha meningkatkan kualitas layanan, namun masih terdapat tantangan dalam memastikan bahwa setiap nasabah merasa puas dengan layanan yang diberikan. Mengingat pentingnya *customer service* ini

perbankan menyiapkan tenaga khusus yang terlatih baik dengan kualifikasi istimewa dengan maksud untuk melayani segala kebutuhan dan keinginan nasabah selain juga berfungsi sebagai pembina hubungan masyarakat. Menurut (Wahjono, 2014) Dalam dunia global yang telah mengalami percepatan dalam perpindahan informasi dan preferensi ini mutlak diperlukan peran *customer service* yang dapat mengatasi segala permasalahan dan juga bisa mengantisipasi perubahan-perubahan yang ada.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka dalam penulisan Proposal Tugas Akhir ini penulis mengambil judul “**Peranan *Customer service* Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah di PT Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Tasikmalaya**”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis mengidentifikasi masalah-masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana peran *Customer service* dalam meningkatkan kepuasan nasabah di PT Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Tasikmalaya.
2. Hambatan-hambatan apa saja yang ditemui *Customer service* dalam upaya meningkatkan kepuasan nasabah di PT Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Tasikmalaya
3. Bagaimana upaya untuk mengatasi hambatan-hambatan yang ditemui *Customer service* dalam upaya meningkatkan kepuasan nasabah di PT Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Tasikmalaya.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Peran *customer service* dalam meningkatkan kepuasan nasabah di PT Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Tasikmalaya.
2. Hambatan-hambatan yang ditemui *customer service* dalam upaya meningkatkan kepuasan nasabah di PT Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Tasikmalaya
3. Upaya untuk mengatasi hambatan-hambatan yang ditemui *customer service* dalam upaya meningkatkan kepuasan nasabah di PT Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Tasikmalaya.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Pengembangan Ilmu

Hasil dari penelitian untuk tugas akhir ini diharapkan dapat menambah wawasan, pemahaman dan pengetahuan di bidang manajemen perbankan khususnya dalam materi atau pembahasan mengenai *customer service* dalam meningkatkan kepuasan di PT Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Tasikmalaya

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengalaman tentang industri perbankan dan juga dapat mengembangkan keterampilan penelitian dan pemecahan masalah yang merupakan keterampilan

penting dalam dunia akademis dan untuk salah satu syarat mencapai gelar ahli madya D3 Perbankan dan Keuangan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi.

b. Bagi Lembaga

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai salah satu sumber informasi dan referensi yang berhubungan dengan ilmu pengetahuan untuk seluruh mahasiswa/i Jurusan D-3 Perbankan dan Keuangan.

c. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan masukan atau perbaikan bagi perusahaan PT Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Tasikmalaya mengenai layanan CS dalam meningkatkan kepuasan nasabah.

d. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber atau bahan referensi dan informasi dalam penyusunan laporan tugas akhir.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT Bank Mandiri TASPEN Kantor cabang Kota Tasikmalaya. Jl. Ir H Juanda No 1 Rw 02 Sukamulya Kec. Bungursari, Kota Tasikmalaya, Jawa Barat 46151.

1.5.2 Jadwal Penelitian

Tabel 1.1 Jadwal Penelitian

No.	Kegiatan	Tahun 2024																			
		Februari				Maret				April				Mei				Juni			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Pengajuan outline dan rekomendasi pembimbing																				
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: Data diolah 2024