

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Bank bagi masyarakat yang hidup di negara-negara maju, seperti negara-negara Eropa, Amerika dan Jepang, sudah menjadi suatu kebutuhan dasar yang harus dipenuhi. Bank merupakan mitra dalam rangka memenuhi kebutuhan keuangan mereka sehari-hari. Bank dijadikan sebagai tempat untuk melakukan berbagai transaksi yang berhubungan dengan keuangan seperti tempat mengamankan uang, melakukan investasi, pengiriman uang, melakukan pembayaran, atau melakukan penagihan. Bank dapat dikatakan sebagai darahnya perekonomian suatu negara, oleh karena itu pertumbuhan ekonomi suatu negara dapat ditandai dengan pertumbuhan industri perbankan dalam negara tersebut. Semakin berkembangnya industri perbankan maka semakin baik pula perkembangan ekonomi negara itu sendiri.

Setiap bank diharapkan memberikan pelayanan yang terbaik guna meningkatkan laba pertahun. Maka usaha jasa perbankan mengedepankan profesional dari para pegawainya. Dibanding dengan sektor bisnis lainnya bank sangat mengutamakan pelayanan, oleh karena itu bank dituntut untuk lebih mengoptimalkan kualitas dari unit pelayanan nasabah (*customer service*). Pelayanan nasabah (*customer service*) merupakan unit jasa yang diberikan oleh bank kepada nasabah yang berkaitan dengan kegiatan usaha atau operasional bank sehari-hari.

Pada umumnya *customer service* tidak secara langsung melaksanakan proses administrasi pembukuan dari transaksi *financial* yang dilakukan nasabah, tetapi *customer service* membantu nasabah yang hendak berhubungan dengan bank. *Customer Service* disini berperan sebagai unit *front line* yang sangat penting, yaitu sebagai pelaksana proses awal kegiatan bank yang berhubungan langsung dengan nasabah. Oleh karena itu, apabila ada nasabah yang mengalami kesulitan dengan produk, jasa dan operasional bank ataupun nasabah yang mengeluhkan tentang pelayanan bank yang kurang berkenan, maka nasabah pertama kali akan menyampaikannya kepada *Customer Service*, dan tentunya *Customer Service* yang akan terlebih dahulu mencoba untuk menangani keluhan tersebut. Dalam menangani keluhan yang disampaikan nasabah *customer service* harus selalu bersikap baik dan memberikan pelayanan yang memuaskan kepada setiap nasabahnya, sehingga nasabah dapat melihat dan merasakan tingkat pelayanan yang diberikan juga nasabah dapat menilai maupun memutuskan apakah mereka akan tetap menjadi nasabah bank tersebut atau tidak.

Pada saat memberikan pelayanan kepada nasabah, *customer service* harus bersikap rendah hati dibarengi dengan kemampuan komunikasi yang baik. Komunikasi sebagai alat untuk membina hubungan baik dalam bertukar informasi sehingga akan saling memahami satu sama lain. Ketika melakukan komunikasi, komunikator dengan komunikan dapat berinteraksi melalui saluran apa yang digunakan, kemudian umpan balik seperti apa yang akan diterima oleh keduanya. *Customer service* dalam menjalankan

tugasnya adalah sebagai komunikator bank dan nasabah merupakan komunikasi. Hubungan keduanya dapat terjalin melalui pelayanan yang disediakan oleh bank, baik melalui tatap muka atau melalui telepon sebagai salurannya. Komunikasi yang baik yang dimiliki *customer service* harus mampu memberi kemudahan dalam menjelaskan informasi kepada nasabah. Setiap informasi yang diberikan harus dapat dipercaya dan tidak memberikan informasi yang mengandung unsur kebohongan yang akan membuat nasabah merasa tidak nyaman sehingga melakukan komplain atau keluhan. Keluhan yang dilakukan oleh nasabah akan berdampak pada bank yang bersangkutan, baik berdampak positif maupun negatif. Keluhan sebagai salah satu sarana yang dapat digunakan untuk membangun komunikasi dengan nasabah dan memperoleh umpan balik tentang tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan bank. Keluhan yang disampaikan oleh nasabah, kemudian akan ditindak lanjuti dengan cara perbaikan atau klarifikasi dari pihak bank dengan sasaran untuk mengurangi kekecewaan nasabah dan meningkatkan kepuasan nasabah.

Keluhan nasabah sangat beragam oleh karena itu *customer service* dalam mengatasi keluhan dan mengambil keputusan harus betul-betul sesuai dengan keinginan atau ekspektasi nasabah sehingga nasabah tetap loyal dan puas terhadap pelayanan yang diberikan. Setiap keluhan harus diatasi dengan cepat dan tepat, oleh karena itu diperlukan strategi yang tepat dan akurat. Strategi merupakan salah satu kunci keberhasilan bank untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya sehingga akan memperoleh keuntungan yang

lebih bagi bank. Untuk mencapai hal tersebut maka setiap bank harus memiliki strategi yang baik, salah satunya yaitu strategi dalam berkomunikasi yang berguna untuk menarik masyarakat agar menjadi nasabah baru dan mempertahankan nasabah yang lama.

Strategi komunikasi yang dilakukan oleh *customer service* BPR Nusumma Singaparna, sejalan dengan strategi komunikasi yang telah ditetapkan perusahaan. Namun pada praktiknya, strategi komunikasi yang digunakan oleh *customer service* BPR Nusumma Singaparna membutuhkan pelatihan agar tercipta *customer service* yang terlatih dan profesional, dari pelatihan tersebut *customer service* akan memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik. Dengan bermodalkan gaya berbicara yang sopan serta pengetahuan mengenai produk yang mumpuni, nasabah akan menilai luar biasa terhadapnya, menjaga citra positif perusahaan dimata nasabah dan apabila nasabah memiliki keluhan ia akan mengungkapkannya tanpa segan. Selain itu komunikasi yang efektif dalam pelayanan juga akan menghindari terjadinya kesalahpahaman.

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini akan membahas mengenai strategi komunikasi *customer service* dalam penanganan keluhan nasabah. Penelitian ini menarik untuk dibahas karena melihat sebagian besar perusahaan memiliki strategi komunikasi yang sistematis dalam penanganan keluhan nasabah. Bank Perkreditan Rakyat Nusumma Kantor Pusat Singaparna merupakan salah satu lembaga keuangan bank yang mana perusahaan tersebut akan lebih sering mendapat respon-respon atau keluhan

dari nasabah seperti kendala pada saat mengajukan kredit ataupun keluhan mengenai kurangnya jumlah dana sertifikasi yang diterima nasabah. Oleh karena itu, PT BPR Nusumma Kantor Pusat Singapura menarik untuk diteliti dalam penelitian tugas akhir dengan judul “**STRATEGI KOMUNIKASI *CUSTOMER SERVICE* DALAM MENANGANI KELUHAN NASABAH DI PT BPR NUSUMMA KANTOR PUSAT SINGAPARNA**”.

### **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apa peran *customer service* di PT BPR Nusumma Kantor Pusat Singapura.
2. Apa keluhan nasabah yang disampaikan ke *customer service* di PT BPR Nusumma Kantor Pusat Singapura.
3. Bagaimana strategi komunikasi *customer service* dalam menangani keluhan nasabah di BPR Nusumma Kantor Pusat Singapura.
4. Apa faktor pendukung dan faktor penghambat dalam menangani keluhan nasabah di PT BPR Nusumma Kantor Pusat Singapura.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui :

1. Peran *customer service* di PT BPR Nusumma Kantor Pusat Singapura.
2. Keluhan yang disampaikan nasabah ke *customer service* di PT BPR Nusumma Kantor Pusat Singapura.
3. Strategi *customer service* dalam mengatasi keluhan nasabah di PT BPR Nusumma Kantor Pusat Singapura.
4. Faktor pendukung dan penghambat dalam menangani keluhan nasabah di PT BPR Nusumma Kantor Pusat Singapura.

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

##### **1. Kegunaan Secara Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan khususnya di bidang lembaga keuangan perbankan mengenai strategi komunikasi *customer service* dalam menangani keluhan nasabah dan menjadi masukan sebagai bahan untuk penelitian selanjutnya.

##### **2. Kegunaan Secara Praktis**

1) Bagi penulis

A. Menambah pengetahuan yang dapat memberikan wawasan berpikir terutama berkaitan dengan strategi komunikasi dalam penanganan keluhan nasabah melalui pengamatan praktik di bank.

B. Untuk mendapatkan gelar Ahli Madya lulusan D3 Perbankan dan Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi Tasikmalaya.

- 2) Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan masukan berupa saran tentang perencanaan atau strategi komunikasi yang tepat untuk menangani keluhan nasabah.
- 3) Bagi universitas, hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan bacaan atau referensi selanjutnya yang berguna untuk menambah ilmu pengetahuan.

### **1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Waktu yang dibutuhkan untuk melaksanakan praktek kerja Tugas Akhir ini adalah selama 30 hari kerja terkecuali hari sabtu dan minggu yaitu dimulai dari tanggal 1 Februari 2021 sampai dengan tanggal 17 Maret 2021. Praktek kerja ini dilaksanakan di PT. Bank Perkreditan Rakyat Nusumma Kantor. Pusat Singaparna. Alamat : Jl. Muktamar NU. XXIX No.1a, Cipakat, Kec. Singaparna, Tasikmalaya, Jawa Barat 46417 No. Telepon (0265) 543939.

Untuk lebih jelasnya tahapan pembuatan Tugas Akhir ini penulis sajikan Tabel Matrik sebagai berikut :

**Tabel 1.1**  
**Matrik Waktu Penelitian Tahun 2021**

No	Kegiatan	Bulan ke:																											
		Februari				Maret				April				Mei				Juni				Juli							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1.	Magang	■	■	■	■																								
2.	Penyusunan Draft Awal					■	■																						
3.	Sidang Laporan Magang							■																					
4.	Penyusunan Draft Akhir								■																				
5.	Penerimaan SK Pembimbing TA									■																			
6.	Pengajuan Judul Ke Pemb. 1									■																			
7.	Acc Judul Oleh Pemb. 1										■																		
8.	Acc Judul Oleh Pemb. 2											■																	
9.	Penyusunan Draft Awal											■	■																
10.	Proses Bimbingan TA													■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
11.	Seminar TA																											■	
12.	Revisi TA dan Peretujuan Revisi																											■	■

**Sumber: Data Olahan Penulis: 2021**