

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1 Latar Belakang Masalah

*Service* memang bukan produk utama suatu perusahaan. Sebuah perusahaan perbankan misalnya, memiliki produk utama *funding* (tabungan, deposito dan investasi lainnya) dan produk *lending* (kredit pemilikan rumah, kredit multi guna, kredit tanpa agunan, dsb). Tetapi pada saat produk itu disampaikan kepada nasabah tidak akan dapat memuaskan nasabah apabila tidak ‘dibungkus’ dengan *service* yang baik. Pada dasarnya semua orang ingin dan senang dihargai, sehingga ketika dalam satu pertemuan atau transaksi terjadi hal-hal yang menurut pelanggan tidak sesuai dengan yang harus diterima, akan timbul ketidaknyamanan. Ketidaknyamanan ini apabila tidak diatasi dengan baik akan menimbulkan keluhan yang ujung-ujungnya adalah kepergian pelanggan dan yang paling buruk adalah rusaknya citra perusahaan. Persaingan, baik sesama industri merupakan faktor kunci yang menjadikan *service* semakin diperhitungkan. Anda menyajikan produk yang baik saja tetapi pesaingan dan menyajikan produk yang baik dan *service* yang baik, maka pelanggan akan pergi juga ke pesaing.

*Service* dalam artian yang *comprehensive* bukan melulu berkaitan dengan sikap sopan santun para *customer service* atau kenyamanan ruang tunggu pelanggan tetapi meliputi:

1. *People* yaitu sikap pelayanan dari orang-orang yang ada di seluruh perusahaan tersebut.

2. *Process* yaitu system pelayanan termasuk fasilitas, ketepatan dan kecepatan melayani dan
3. *Physical* yaitu fisik bangunan atau lokasi termasuk kenyamanan, keamanan dan kemudahan menuju lokasi.

Dengan demikian luasnya cakupan pelayanan maka tidak mungkin ada perusahaan yang tau industri yang tidak perlu memperhatikan *service*. Pelayanan *public* harus memperoleh perhatian dan penanganan yang sungguh-sungguh karena merupakan tugas dan fungsi yang melekat pada setiap Aparatur Pemerintah. Aparatur Pemerintah hendaknya selalu lebih mengutamakan kepentingan masyarakat, lebih mempercepat proses penyelesaian urusan masyarakat, memberikan yang lebih berkualitas. Pada prinsipnya pelayanan harus diberikan oleh semua unsur yang terlibat. Semua harus mau dan mampu memberikan pelayanan yang kualitasnya sama. Masing-masing harus saling mendukung, sehingga pelayanan yang diberikan dalam rangka memberikan kepuasan kepada masyarakat dengan optimal. Hanya saja dalam prakteknya pelayanan utama lebih banyak diberikan kepada petugas yang langsung menangani atau yang berhubungan langsung dengan masyarakat, seperti *customer service* karena mereka inilah yang akan menjadi ujung tombak dalam memberikan pelayanan. Untuk dapat melaksanakan tugas utama dimaksud dengan baik, Petugas *customer service* perlu dibekali dengan kemampuan dan keterampilan untuk melayani yaitu tentang dasar-dasar pelayanan agar masyarakat yang dilayani semakin merasa puas. Pembekalan perlu diberikan mulai dari penampilan

luar (fisik) kemudian ditambah pembekalan dari dalam pribadi manusia itu sendiri. Pelayanan *Customer Service* tidak terlepas dari proses komunikasi.

Dengan berkomunikasi orang dapat mengerti dirinya sendiri dan mengerti orang lain, juga dapat memahami apa yang dibutuhkannya dan apa yang dibutuhkan orang lain. Manusia yang normal akan selalu terlibat komunikasi dalam melakukan interaksi dengan sesamanya sepanjang kehidupannya. Melalui komunikasi pula, segala aspek kehidupan manusia di dunia tersentuh.

Keluhan muncul ketika pelanggan menerima produk atau jasa tidak sesuai dengan apa yang diharapkan atau dibutuhkan. Tidak sesuai dalam artian di bawah standar, apakah itu dari segi kualitas barang atau jasa, waktu, tempat, harga atau yang berkaitan dengan layanan petugas seperti keramahan dan sebagainya. Pada dasarnya penanganan keluhan pelanggan apalagi untuk komplain yang tidak rumit dan tidak memerlukan waktu panjang dan inovasi mahal untuk menanganinya, secara sederhana ada 4 hal utama menurut **(John, 2003 : 25)** yaitu :

1. mendengarkan,
2. meminta maaf,
3. pastikan penyebab permasalahan dan
4. berikan jalan keluar

Setiap orang yang kecewa dan ingin mengungkapkan kekecewaannya, perlu didengarkan baik-baik.

1. Pertama anda sebagai pribadi atau wakil perusahaan menjadi tahu dengan jelas masalah yang terjadi.

2. Kedua, pelanggan merasa dihargai ketika keluhannya didengarkan baik-baik apalagi dengan penuh empati.
3. Ketiga, kadar emosi pelanggan yang *complain* akan menurun ketika didengarkan dengan baik, akibatnya pelanggan dapat berpikir dengan tenang dan menangkap penjelasan yang anda sampaikan.

Sekalipun belum jelas siapa yang salah, mintalah maaf terlebih dahulu, minimal untuk keadaan atau ketidak nyamanan yang terjadi. Permintaan maaf yang tulus merupakan senjata yang ampuh untuk *cooling down* emosi pelanggan dan merupakan modal penting untuk memasuki pembicaraan berikutnya.

Peneliti memilih bank sebagai obyek penelitian karena pada bidang jasa perbankan rentan terhadap keluhan atas pelayanan yang diberikan. Oleh karena itu mengajukan judul **“UPAYA CUSTOMER SERVICE UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PADA PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) TBK KANTOR KAS KODAM SURABAYA”**

## **1.2 Penjelasan Judul**

### **1. Upaya**

*upaya/upa·ya/ n* usaha; ikhtiar (untuk mencapai suatu maksud, memecahkan persoalan, mencari jalan keluar, dan sebagainya)

### **2. Customer Service**

*Customer service* adalah pelayanan yang disediakan oleh suatu perusahaan untuk melayani kebutuhan dan memberikan kepuasan kepada pelanggan yang biasanya meliputi penerimaan order/pesanan barang, menjawab pertanyaan-pertanyaan atau

memberikan informasi, dan penanganan keluhan-keluhan yang berhubungan dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan yang bersangkutan.

### **3. Untuk**

Untuk/*un-tuk*/kata depan untuk menyatakan bagi, bagian : *ini – ku, yang itu – mu*;

### **4. Meningkatkan**

Menaikkan, mempertinggi, memperhebat, mengangkat diri.

### **5. Jumlah**

jumlah/*jum-lah*/*n* banyaknya (tentang bilangan atau sesuatu yang dikumpulkan menjadi satu): *ia menghitung -- uang yang diterimanya dalam bulan ini*;

### **6. Nasabah**

Pihak yang menggunakan jasa.

### **7. Pada**

Kata depan yang dipakai untuk menunjuk kanposisi di atas atau di dalam hubungan dengan searti dengan di (dipakai di depan kata benda, kata ganti orang, keteranganwaktu) atau ke.

### **8. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Kas Kodam Surabaya**

Bank Rakyat Indonesia (BRI) adalah salah satu bank milik pemerintah yang terbesar di Indonesia. Pada awalnya Bank Rakyat Indonesia (BRI) didirikan di Purwokerto, Jawa Tengah oleh Raden Bei Aria Wirjaatmadja dengan nama De Poerwokertosche Hulp en Spaarbank der Inlandsche Hoofden atau "Bank Bantuan dan Simpanan Milik Kaum Priyayi Purwokerto", suatu lembaga keuangan yang melayani orang-orang berkebangsaan Indonesia (pribumi). Lembaga tersebut

berdiri tanggal 16 Desember 1895, yang kemudian dijadikan sebagai hari kelahiran BRI.

### **1.3 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana syarat-syarat menjadi *customer service* di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Kas Kodam Surabaya?
2. Bagaimana standard *customer service* dalam memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Kas Kodam Surabaya?
3. Bagaimana upaya *customer service* untuk meningkatkan jumlah nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Kas Kodam Surabaya?
4. Hambatan-hambatan yang dihadapi *customer service* dalam melayani nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Kas Kodam Surabaya?
5. Alternatif penyelesaian yang dihadapi *customer service* dalam melayani nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Kas Kodam Surabaya?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui syarat-syarat menjadi *customer service* di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Kas Kodam Surabaya.
2. Mengetahui standard *customer service* dalam memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Kas Kodam Surabaya.
3. Mengetahui upaya *customer service* untuk meningkatkan jumlah nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Kas Kodam Surabaya.

4. Mengetahui hambatan-hambatan yang dihadapi *customer service* dalam melayani nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Kas Kodam Surabaya.
5. Mengetahui alternatif penyelesaian yang dihadapi *customer service* dalam melayani nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Kas Kodam Surabaya.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

1. Bagi Mahasiswa STIE Perbanas Surabaya :
  - a. Memenuhi persyaratan untuk menyelesaikan Progam D3 di STIE Perbanas Surabaya.
  - b. Menambah wawasan pengetahuan mengenai upaya *customer service* yang dapat meningkatkan jumlah nasabah.
  - c. Meningkatkan keterampilan dan kemampuan mahasiswa dalam menganalisa secara ilmiah.
2. Bagi STIE Perbanas Surabaya :

Menambah informasi dan dapat dijadikan referensi bagi mahasiswa mengenai upaya *customer service* untuk meningkatkan jumlah nasabah khususnya PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Kas Kodam Surabaya.
3. Bagi Perusahaan :

Sebagai tambahan mengenai upaya *customer service* untuk meningkatkan jumlah nasabah agar lebih berhasil.

## **1.6 Metode Penelitian**

### **1. Pengamatan (observasi)**

Metode pengumpulan data yang dengan cara melakukan pencatatan secara cermat dan sistematis terhadap obyek laporan.

### **2. Wawancara (interview)**

Metode pengumpulan data dengan cara bertanya langsung (berkomunikasi langsung) dengan responden, dalam hal ini adalah pihak yang terkait langsung dengan obyek penulisan, sehingga dapat memperoleh data yang lengkap dan akurat.

### **3. Studi Pustaka**

Studi pustaka dilakukan dengan membaca dan memahami literatur literatur, buku-buku, artikel maupun sumber lain yang relevan dengan penulisan yang dilakukan. Studi pustaka dilakukan agar diperoleh bekal dan gambaran mengenai konsep-konsep yang berkaitan dengan penulisan yang dilakukan sehingga dapat diberikan alternatif solusi.