

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

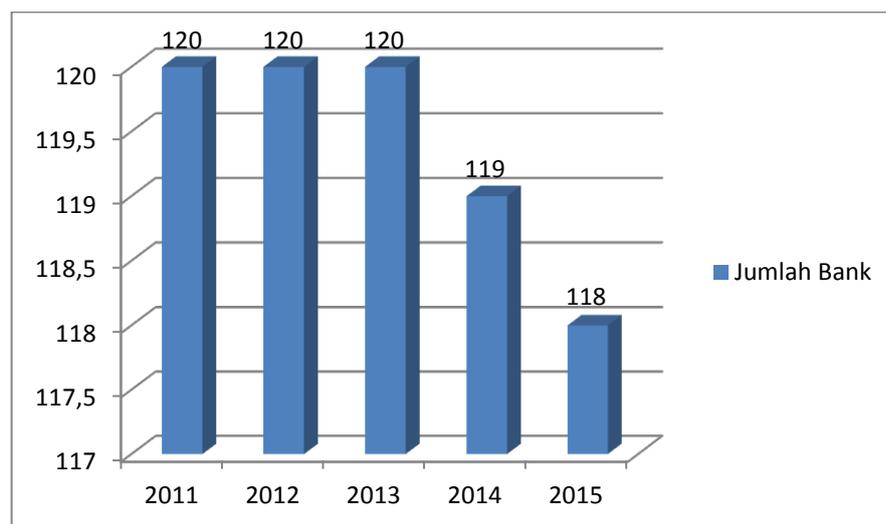
### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Menurut Undang-Undang No. 14 Tahun 1967 Pasal 1 tentang Pokok-Pokok Perbankan telah dijelaskan bahwa bank adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang. Sedangkan lembaga keuangan menurut Undang-Undang tersebut adalah semua badan yang melalui kegiatan-kegiatannya di bidang keuangan, menarik uang dari dan menyalurkannya ke dalam masyarakat. Menurut Manimpurung, Nangoy & Mangatar (2014) perbankan merupakan suatu organisasi yang menjadi tulang punggung dalam upaya pembangunan sistem perekonomian dan keuangan Indonesia. Hal ini dikarenakan perbankan mengandung fungsi intermediary institution, yaitu lembaga yang mampu menyalurkan kembali dana-dana yang dimiliki oleh unit ekonomi yang surplus kepada unit-unit ekonomi yang membutuhkan bantuan dana atau defisit. Berdasarkan uraian tersebut menunjukkan bahwa peran dari perbankan diketahui tidak hanya sebagai sumber dana bagi pihak yang kekurangan dana (defisit unit) dan sebagai tempat penyimpanan uang bagi pihak yang kelebihan dana (surplus unit).

Seiring dengan kemajuan perekonomian dan semakin tingginya tingkat kegiatan ekonomi, telah mendorong bank untuk menciptakan produk dan layanan yang bersifat memberikan kepuasan dan kemudahan, seperti menyediakan

mekanisme dan alat pembayaran yang lebih efisien dalam kegiatan ekonomi, memberikan pelayanan penyimpanan untuk barang-barang berharga dan penawaran jasa-jasa lainnya. Adanya fungsi perbankan yang sangat strategis ini, mendorong perbankan untuk senantiasa memperhatikan stabilitas perbankan sebagai suatu elemen yang cukup vital.

Indonesia sendiri merupakan pasar yang potensial bagi produk atau layanan perbankan. Hal ini tidak terlepas dari jumlah penduduk Indonesia yang begitu besar yang dapat menjadi peluang bagi perusahaan perbankan untuk menghimpun dan menyalurkan dana. Otoritas Jasa Keuangan Indonesia mencatat bahwa jumlah bank yang ada di Indonesia tahun 2015 sebanyak 118 bank. Jumlah tersebut mengalami peningkatan dibandingkan tahun 2014 yang berjumlah 119 bank, dan tahun 2013 sebanyak 120 bank sebagaimana yang ditunjukkan pada gambar 1.1 berikut.



Gambar 1.1  
Jumlah Bank di Indonesia Periode 2011 – 2015  
Sumber: Otoritas Jasa Keuangan, 2015

Jumlah bank sebanyak 118 tidak hanya terdiri dari bank nasional, namun juga bank asing. Keberadaan bank asing di Indonesia menyebabkan tingkat persaingan di sektor perbankan menjadi semakin ketat dalam memperebutkan nasabah.

Widyastuti dan Armanto (2013) berpendapat bahwa persaingan antar bank bisa terjadi karena perebutan sumber daya yang produktif, misalnya pada deposito, tabungan, dan penyaluran kredit yang merupakan sumber pendapatan. Kompetisi non harga antar bank bisa berbentuk hadiah dan promosi untuk menarik nasabah sebanyak-banyaknya. Kompetisi juga dapat berbentuk produk dan jenis layanan baru yang didukung oleh perkembangan teknologi yang mampu menekan biaya produksi dan distribusi.

Di dalam kondisi persaingan yang ketat maka hal utama yang harus diprioritaskan oleh perusahaan yang bergerak di sektor perbankan adalah kepuasan nasabah agar dapat bertahan, bersaing, dan menguasai pangsa pasar. Di perusahaan jasa seperti perbankan, puas atau tidak puasnya nasabah dapat dipengaruhi oleh pelayanan yang diberikan bank kepada nasabah. Jaminan pelayanan yang berkualitas merupakan prioritas utama bagi perusahaan perbankan sebagai tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan tersebut. Mutu pelayanan dalam perusahaan perbankan merupakan hal yang sangat penting dari sudut pandang konsumen. Hal ini dikarenakan konsumen tidak hanya menilai dari hasil jasa, tetapi juga dari proses penyampaian jasa.

Menurut Kotler dalam Hutabalian dan Kalangi (2015) perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam bidang perbankan merupakan bisnis jasa yang

berdasarkan pada asas kepercayaan sehingga masalah kualitas pelayanan menjadi faktor yang sangat menentukan dalam keberhasilan usaha. Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian nasabah terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*customer expectation*). Agar dapat bersaing, bertahan hidup, dan berkembang, maka perusahaan perbankan dituntut untuk mampu memberikan pelayanan berkualitas yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah.

Sebagai perusahaan jasa, perusahaan perbankan wajib memberikan pelayanan terbaiknya kepada pelanggan yang akan menggunakan jasanya. Hal ini dikarenakan pelayanan yang berkualitas akan sangat mempengaruhi nasabah untuk menggunakan jasa yang ditawarkan perusahaan perbankan serta menjadi keunggulan kompetitif perusahaan di pasar. Karim & Chowdhury (2014) menyatakan bahwa kualitas layanan dianggap sebagai alat yang penting bagi keberlangsungan suatu perusahaan yang membedakannya dengan para pesaing, sedangkan Malik *et al.* (2012) menyatakan layanan perusahaan yang berkualitas merupakan faktor yang menyebabkan keunggulan kompetitif suatu perusahaan di pasar.

Salah satu usaha yang dapat dilakukan perusahaan perbankan dalam memberikan pelayanan berkualitas kepada nasabah adalah dengan mengoptimalkan peran *customer services*. Menurut Hutabalian dan Kalangi (2015) *customer service* adalah suatu bagian dari unit organisasi yang berada di *front office* yang berfungsi sebagai sumber informasi dan perantara bagi bank dan nasabah yang ingin mendapatkan jasa-jasa pelayanan maupun produk-produk

bank. *Customer services* berperan dalam membangun hubungan baik dengan calon nasabah ataupun nasabah dan menjaga hubungan itu tetap berkelanjutan. Hubungan yang terjalin baik dengan nasabah akan berimplikasi pada peningkatan citra positif bank.

Pihak *customer service* dan nasabah akan sering terjadi komunikasi secara langsung (tatap muka). Pada komunikasi tersebut terjadi proses pertukaran pesan dan tanya jawab, karena itu seorang *customer services* harus mendengarkan dengan baik, sehingga terjalin hubungan yang sangat akrab dan memberikan *feedback* dengan menginformasikan, membujuk, mengingatkan dan membedakan produk bank lainnya. *Customer service* berperan penting dalam menginformasikan mengenai produk atau layanan perbankan sehingga tanpa komunikasi yang dilakukan oleh seorang *customer service*, maka nasabah secara keseluruhan tidak akan mengetahui keberadaan produk bank tersebut. Oleh karena itu, *customer service* dituntut harus memiliki kemampuan melayani nasabah secara tepat dan cepat serta memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik didukung dengan tersedianya sarana dan prasarana yang mendukung kecepatan, ketepatan, dan keakuratan pekerjaannya sehingga dapat memberikan pelayanan yang terbaik bagi kepuasan nasabah.

Peran *customer service* dalam mengkomunikasikan pemasaran bank kepada nasabah atau calon nasabah disaat proses pra transaksi, saat transaksi dan pasca transaksi. Seorang *customer service* berperan penting dalam memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah terutama pada saat transaksi, seperti memberikan informasi cara pengisian dokumen atau formulir, cara pembayaran,

dan lain sebagainya. Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh karyawan di bagian *customer services* dalam memberikan pelayanan kepada nasabah diantaranya adalah mengucapkan salam pada saat bertemu, segera mempersilahkan tamu untuk masuk atau duduk dengan sopan atau suruh menunggu sebentar. Selain itu *customer service* juga bertanya tentang keperluan nasabah, secara ramah, sopan dan lemah lembut. Adanya pelayanan-pelayanan yang ramah tersebut akan berimplikasi pada nasabah merasa senang dan dihargai, sehingga nasabah akan kembali lagi dan melanjutkan hubungan bisnis dengan perusahaan tersebut. Kemudian akan menceritakan kepuasan dan kebaikan pelayanan yang diperoleh kepada orang lain yang berdampak pada penambahan jumlah nasabah.

Uraian di atas menunjukkan peran penting karyawan *customer service* dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. *Customer service* dapat dikatakan sebagai ujung tombak bagi perusahaan perbankan dalam pemberian pelayanan kepada nasabah. Salah satu perusahaan perbankan di Indonesia yang mengutamakan pelayanan kepada nasabah adalah Bank Rakyat Indonesia (BRI). Pemberian pelayanan yang berkualitas kepada nasabah merupakan bagian dari misi di Bank Rakyat Indonesia yaitu: 1) Melakukan kegiatan perbankan yang terbaik dengan mengutamakan pelayanan kepada usaha mikro, kecil dan menengah untuk menunjang peningkatan ekonomi masyarakat. dan 2) Memberikan pelayanan prima kepada nasabah melalui jaringan kerja yang tersebar luas dan didukung oleh sumber daya manusia yang profesional dan teknologi informasi yang handal dengan melaksanakan manajemen risiko serta

praktek *Good Corporate Governance (GCG)* yang sangat baik. Hal ini menunjukkan semangat dan komitmen yang kuat untuk mencapai hasil terbaik serta memberikan pelayanan yang melebihi harapan pelanggan (internal dan eksternal). Komitmen dari manajemen Bank akyat Indonesia dalam memberikan pelayanan yang lebih cepat dan mudah tidak terlepas dari peran yang dijalankan oleh *customer service*.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang “**Peran *Customer Service* Dalam Pelayanan Proses Transaksi Tabungan BRI JUNIO di Bank BRI. Waru**”

## **1.2. Penjelasan Judul**

Judul dalam penelitian ini adalah “Peran *Customer Service* Dalam Pelayanan Proses Transaksi Tabungan di Bank BRI”, agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam menginterpretasikan judul tersebut maka akan dijelaskan sebagai berikut:

### **Peran**

Peran adalah sekelompok tingkah laku yang berhubungan dengan suatu posisi atau status sosial dalam masyarakat (Brinx dan Wood, 2000:7).

### **Customer service**

suatu bagian dari unit organisasi yang berada di *front office* yang berfungsi sebagai sumber informasi dan perantara bagi bank dan nasabah yang ingin mendapatkan jasa –jasa pelayanan maupun produk – produk bank (Hutabalian dan Kalangi, 2015).

### **Pelayanan**

Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung baik layanan fisik yang sifatnya pribadi sebagai manusia dan layanan administratif yang diberikan orang lain selaku anggota organisasi (Tangkilisan, 2007:208).

### **Proses transaksi**

Proses transaksi adalah proses kejadian ekonomi atau keuangan yang melibatkan paling tidak dua pihak yang saling melakukan pertukaran, melibatkan diri dalam perserikatan usaha, pinjam meminjam, dan lain-lain atas dasar suka sama suka atau dasar suatu ketetapan hukum yang berlaku (Wiyono, 2005:25).

### **Tabungan**

Tabungan adalah simpanan dari pihak ketiga kepada bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu (Suyanto, dkk 2007:43).

### **Bank**

Bank adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang. Sedangkan lembaga keuangan menurut Undang-Undang tersebut adalah semua badan yang melalui kegiatan-kegiatannya di bidang keuangan, menarik uang dari dan menyalurkannya ke dalam masyarakat (Suyanto, dkk 2007:1).

### 1.3. Rumusan Masalah

Untuk memberikan penjelasan mengenai pembahasan Laporan Tugas Akhir ini, maka perlu dirumuskan beberapa masalah yang bertujuan untuk memberikan solusi bagi pembaca, peneliti maupun bank yang diteliti. Rumusan masalah yang dapat diangkat adalah sebagai berikut :

- 1) Bagaimana peran *customer service* dalam pelayanan proses transaksi tabungan BRI JUNIO di Bank BRI Kantor Cabang Waru?
- 2) Apa saja persyaratan yang diberikan oleh *customer service* terhadap pembukaan tabungan Junio ?
- 3) Bagaimana prosedur pembukaan, penyetoran, penarikan, dan penutupan ?
- 4) Apa saja fasilitas yang diberikan untuk membuka tabungan Junio ?
- 5) Kendala-kendala apa dalam memberikan produk tabungan Junio ?

### 1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah yang telah disusun diatas, maka tujuan dari penulisan Laporan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui peran *customer service* yang berkaitan dalam memberikan pelayanan produk tabungan BRI JUNIO di Bank BRI Waru
2. Untuk mengetahui persyaratan dalam pembukaan produk tabungan BRI JUNIO BRI Waru.
3. Untuk mengetahui prosedur pembukaan, penyetoran, penarikan, dan penutupan produk tabungan.

4. Untuk mengetahui fasilitas yang diberikan dalam membuka tabungan BRI JUNIO Bank BRI.
5. Untuk mengetahui kendala-kendala produk tabungan BRI JUNIO.

### **1.5. Manfaat Penelitian**

Penulisan ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

#### **1.5.1. Bagi Penulis**

- a. Mendapatkan pengetahuan secara jelas tata cara pelayanan *customer service* terhadap produk tabungan Bank BRI Waru
- b. Mengetahui tentang prosedur Pembukaan, penyetoran, penarikan, dan penutupan, tabungan Bank BRI
- c. Mendapatkan pengetahuan mengenai peran *customer service* yang berkaitan dengan produk tabungan Bank BRI Waru terhadap nasabah

#### **1.5.2. Bagi STIE Perbanas Surabaya**

- a. Bagi akademik dapat menjadi sumbangan pemikiran dan menambah perbendaharaan yang berguna terkait peran *customer service* dalam pemberian pelayanan pada perusahaan perbankan.
- b. Bagi penulis berguna dalam memperluas pengetahuan tentang peran *customer service* dalam pemberian pelayanan pada perusahaan perbankan serta untuk meningkatkan pemahaman penulis tentang teori yang ada dengan fakta empiris di lapangan

### **1.5.3. Bagi Bank BRI**

- a. Dapat dijadikan media kerja sama antara Bank BRI dengan STIE Perbanas Surabaya
- b. Dapat dijadikan sebagai bahan masukan pertimbangan bagi Bank BRI dan untuk kemajuan dalam hal positif baik intern maupun ekstern dimasa yang akan datang.

### **1.5.4. Bagi Pembaca**

Dapat bermanfaat sebagai sarana informasi dan wacana pengetahuan mengenai peran *Customer Service* dalam pelayanan proses transaksi tabungan.

## **1.6. Metode Penelitian**

### **1.6.1. Pendekatan Penelitian**

Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan prosedur analisis yang tidak menggunakan prosedur analisis statistik atau secara kuantitatif lainnya. Penelitian kualitatif juga diartikan sebagai jenis penelitian yang dimaksudkan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya: perilaku, persepsi, tindakan dan motivasi; secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2011:6).

### 1.6.2. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder.

#### 1. Metode Wawancara

Metode ini dilakukan dengan cara tanya jawab secara langsung kepada karyawan yaitu bagian *Customer Service* Pada Bank BRI Waru berkaitan dengan masalah pembahasan

#### 2. Data primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab masalah atau tujuan penelitian yang dilakukan dalam penelitian eksploratif, deskriptif maupun kausal dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa survei atau observasi (Hermawan, 2005:168). Data primer dalam penelitian ini berupa hasil observasi yang dilakukan di Bank BRI.

#### 3. Data sekunder

Data sekunder adalah struktur data historis tentang variabel-variabel yang telah dikumpulkan dan dihimpun sebelumnya oleh pihak lain. Sumber data sekunder bisa diperoleh dari dalam suatu perusahaan, *website*, perpustakaan umum dan lain-lain (Hermawan, 2005:168). Data sekunder dalam penelitian ini berupa dokumen tentang profil perusahaan.

### 1.6.3. Prosedur Pengumpulan Data

Prosedur pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Studi pustaka, yaitu dengan mempelajari berbagai buku, referensi, karya ilmiah, dokumen, dan jurnal-jurnal penelitian yang dapat digunakan sebagai sumber dan pedoman dalam penulisan ini.
2. Dokumentasi merupakan pengumpulan data di mana peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan dan sebagainya. Dokumentasi digunakan oleh penulis karena memudahkan peneliti untuk lebih memahami sumber-sumber sekunder lain. Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini merupakan dokumen perusahaan yang menyajikan informasi mengenai profil Bank BRI.
3. Observasi partisipan merupakan bagian dari kerja lapangan, di mana kegiatan tersebut dilakukan di lapangan dengan disertai perangkat yang telah dipersiapkan. Observasi partisipan melibatkan keikutsertaan peneliti dengan individu yang diobservasi. Observasi dilakukan untuk mengetahui pelayanan proses transaksi tabungan di Bank BRI serta peran *customer service* dalam proses pelayanan tersebut.