

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata, tidak dapat diraba yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal yang disediakan oleh perusahaan pemberian pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan (Daryanto 2014 : 135). Peranan perbankan mempunyai kedudukan yang strategis sebagai lembaga yang berfungsi memperlancar arus lalu lintas pembayaran yang sangat dibutuhkan (Iskandar, 2013: 3). *Customer Service* pada suatu bank dalam melayani nasabah selalu berusaha menarik dengan tutur kata yang ramah agar calon nasabah menjadi nasabah bank yang bersangkutan. *Customer Service* juga harus dapat menjaga nasabah lama agar tetap menjadi nasabah bank. Oleh karena itu, tugas *Customer Service* merupakan tulang punggung kegiatan operasional dalam dunia perbankan. Kepuasan itu tidak akan dapat terwujud jika tidak adanya sebuah pelayanan yang berkualitas dari *customer service* dan pelanggan dapat beralih kepada yang lain hanya karena kinerja yang tidak profesional, karena profesional dalam suatu pekerjaan merupakan sebuah tuntutan. Pelayanan dari sisi-sisi manusiawi yang dapat menyentuh hati insan merupakan sebuah pelayanan dengan setulus hati. Ketulusan dalam pelayanan adalah pekerjaan hati dan bukan semata pekerjaan rasionalistis alih alih pemenuhan tugas pekerjaan yang terformulasi dalam *standar operating producer* (SOP) pelayanan (Saleh, 2010: 199).

Pada praktiknya, untuk melayani nasabah harus memiliki kemampuan melayani secara tepat dan cepat disebut sebagai kepuasan nasabah. Sikap atau cara *customer service* dalam melayani secara memuaskan berperan besar dalam menciptakan keunggulan layanan. Kualitas pelayanan dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya berdampak positif terhadap loyalitas pelanggan, berpotensi menjadi sumber pendapatan masa depan, menekan biaya transaksi pelanggan di masa depan, menekan volatilitas, meningkatkan toleransi harga, menumbuhkan rekomendasi gethok tular positif, pelanggan cenderung lebih reseptif, meningkatkan bargaining power relatif perusahaan terhadap jaringan pemasok, mitra bisnis, dan saluran distribusi (Tjiptono, 2011: 288).

*Customer Service* harus memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik. Komunikasi harus dapat membuat nasabah senang sehingga jika nasabah memiliki masalah, ia akan mengungkapkannya tanpa segan. Komunikasi yang efektif dalam pelayanan juga akan menghindari terjadinya kesalahpahaman. Strategi komunikasi memungkinkan suatu tindakan komunikasi dilakukan untuk target-target komunikasi yang dirancang sebagai target perubahan. Pada strategi komunikasi pemasaran, target utamanya adalah bagaimana membuat orang sadar bahwa dia memerlukan suatu produk dan jasa, apabila perhatian sudah terbangun, maka target terpentingnya adalah agar orang loyal untuk membeli produk dan jasa (Bungin, 2015: 62).

Pelayanan prima yang telah diberikan oleh perusahaan bersangkutan dapat memberikan rasa puas dan kepercayaan pada nasabahnya agar nasabah merasa diperhatikan dan dipentingkan segala kebutuhannya, upaya untuk mempertahankan nasabah agar tetap loyal untuk menggunakan produk barang atau jasa yang ditawarkan tersebut. Pengaruh perkembangan teknologi dan informasi disini menyebabkan nasabah memiliki perubahan pola pikir dan standar tentang tingkat kepuasan yang diberikan oleh bank. Petugas *Front Liner* seperti, *Customer Service* harus dapat bekerja secara cepat, efektif dan efisien guna memenuhi keinginan nasabah di era digital yang pada nantinya akan menghasilkan kepuasan nasabah.

Di PT. Bank BNI (Persero) KCP Pangandaran juga tidak luput dari masalah pelayanan *Customer Service*, karena seorang *Customer Service* harus cepat dan tepat terhadap pelayanan nasabah, agar nasabah tidak merasa bosan untuk menunggu atau mengantri. Perusahaan tidak akan berjalan dengan lancar dan memiliki banyak nasabah tetap, apabila seorang *Customer Service* tidak dapat melayani nasabahnya dengan baik, maka dari itu hal tersebut akan mempengaruhi kinerja pada perusahaan. Jika *Manager* atau atasan tidak memperhatikan standar layanan *Customer Service* tersebut, maka setiap pekerjaan tidak akan berjalan dengan lancar dan tidak akan memiliki banyak nasabah. Di PT. Bank BNI (Persero) KCP Pangandaran, standar layanan *Customer Service* menarik perhatian peneliti, karena Di PT. Bank BNI (Persero) KCP Pangandaran menerapkan standar layanan terbaik yang bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah dan standar layanan Di PT. Bank BNI (Persero) KCP Pangandaran

mudah di mengerti dan mudah untuk dilaksanakan, Hal ini dapat diperoleh dengan cara Bank memberikan pelayanan yang memuaskan kepada nasabahnya. Alasan nasabah berkunjung ke bank salah satunya agar memperoleh informasi. Informasi tersebut seputar produk yang dibutuhkan oleh nasabah, dalam melakukan aktivitasnya, nasabah terkadang mengalami kesulitan untuk melakukan transaksi pada bank, sehingga meminta bantuan *Customer Service* untuk memberi penjelasan atas permasalahan yang dihadapinya Selain dapat bekerja secara cepat, efektif dan efisien petugas *Customer Service* harus memiliki kualitas dan ketrampilan yang memadai sebagai *Customer Service*.

Standar penilaian *Customer Service* Di PT. Bank BNI (Persero) KCP Pangandaran meliputi beberapa aspek seperti, penampilan (mulai dari tatanan rambut, *Make Up*, tatanan hijab, sepatu, kemeja, perhiasan dan jam), cara berbicara, *Customer Handling*, bersikap senyum, dan ramah serta lain sebagainya. Hal ini merupakan beberapa aspek penilaian yang berkaitan dengan tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan *Customer Service* Di PT. Bank BNI (Persero) KCP Pangandaran. Mengingat pentingnya, mutu pelayanan Bank dan utamanya *Customer Service* dalam persaingan dunia perbankan, maka penulis tertarik pada penelitian dengan judul “STANDAR PENILAIAN KINERJA *CUSTOMER SERVICE* DI PT. BANK BNI (PERSERO) KCP PANGANDARAN”

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis akan menjelaskan permasalahan yang menjadi bahan pembahasan dalam praktik kerja ini, yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana Standar Layanan *Customer Service* Dalam Pelaksanaan Standar Operasional Prosedur (SOP) terhadap Nasabah
2. Bagaiman Peranan *Customer Service* Dalam Pelaksanaan Standar Operasional Prosedur (SOP) terhadap Nasabah
3. Apa Kendala Yang Dihadapi *Customer Service* Dalam Pelaksanaan Standar Operasional Prosedur (SOP) terhadap Nasabah

## 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan Penelitian ini yaitu penulis ingin mengetahui yang mengenai dengan masalah yang berkaitan dengan strategi pemasaran produk yang dilakukan oleh Di PT. Bank BNI (Persero) KCP Pangandaran. Tujuan penulisan dari hasil magang ini mengacu kepada judul dan permasalahan dalam penulisan tugas akhir ini yaitu untuk mengetahui :

1. Standar Layanan *Customer Service* Dalam Pelaksanaan Standar Operasional Prosedur (SOP) terhadap Nasabah
2. Peranan *Customer Service* Dalam Pelaksanaan Standar Operasional Prosedur (SOP) terhadap Nasabah
3. Kendala Yang Dihadapi *Customer Service* Dalam Pelaksanaan Standar Operasional Prosedur (SOP) terhadap Nasabah

#### 1.4 Kegunaan Penelitian

Penulisan tugas akhir ini disusun dengan harapan memberikan kegunaan baik secara teoritis maupun praktis. Secara teoritis, Tugas Akhir ini berguna sebagai pengembangan konsep ilmu pengetahuan. Secara praktis Tugas Akhir ini diharapkan bermanfaat bagi:

##### 1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dalam pengetahuan serta memperdalam materi yang telah dipelajari selama perkuliahan khususnya mengenai objek dalam penelitian ini

##### 2. Bagi Universitas Siliwangi

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat memberikan informasi yang bermanfaat serta memberikan sumbangan pemikiran untuk dijadikan kepastakaan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi dalam upaya pengembangan ilmu pengetahuan dan menjadi bahan kajian untuk melakukan penelitian lebih lanjut di masa yang akan datang

##### 3. Bagi PT Bank BNI (Persero) KCP Pangandaran

Hasil penelitian diharapkan sebagai bahan pertimbangan pelaksanaan standar operasional prosedur (SOP) *Customer Service* sebagai pendukung kinerja *Customer* Di PT. Bank BNI (Persero) KCP Pangandaran dan dapat sebagai masukan yang patut diperhitungkan dalam melaksanakan strategi bersaing.

## 1.5 Lokasi dan Jadwal Kegiatan Penelitian

### 1.5.1 Lokasi Kegiatan Penelitian

Praktik Kerja ini dilakukan pada PT PT. Bank BNI (Persero) KCP Pangandaran yang beralamat di jalan Merdeka No.144, Pananjung, Kec. Pangandaran, Kab. Pangandaran, Jawa Barat 46396. yang secara detail dapat dilihat pada Gambar 1.5 Lokasi Penelitian dimana jarak antara lokasi kampus Universitas Siliwangi dengan lokasi magang sekitar 102 Kilometer.



**Gambar 1.1**  
**Er : Google Maps 2021**

### 1.5.2 Jadwal Kegiatan Penelitian

Penelitian dimulai dari kegiatan pelaksanaan magang dengan metode penelitian *participant observer* atau meneliti dengan cara mengamati kegiatan atau operasi di kantor pada tanggal 01 November sampai 17 Desember 2021. Selanjutnya Pengumpulan data dengan cara depth interview dan penyusunan Tugas Akhir. Untuk lebih lengkapnya dapat dilihat pada

**Tabel 1.5.2**  
**Jadwal Penelitian**

No.	Kegiatan	Bulan Ke :																
		Nov 21			Feb 22			April 22			Mei 22			Juni 22				
1.	Pengajuan outline dan rekomendasi pembimbing	■	■	■														
2.	Konsultasi awal dan Menyusun rencana kegiatan	■	■	■														
3.	Proses bimbingan untuk menyelesaikan TA				■	■	■											
4.	Seminar tugas akhir				■	■	■											
5.	Revisi tugas akhir dan persetujuan revisi							■	■	■								
6.	Pengumpulan dan pengolahan data							■	■	■	■	■						
7.	Proses bimbingan untuk menyelesaikan TA							■	■	■	■	■						
8.	Ujian tugas akhir, revisi tugas akhir, dan pengesahan tugas akhir													■	■	■	■	■