

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang

Bank merupakan salah satu jasa keuangan yang dipercaya masyarakat. Bank memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi negara. Semakin berkembang sektor perbankan suatu negara, semakin baik pertumbuhan ekonominya. Sebaliknya, jika sektor perbankan suatu negara kurang berkembang, maka sektor perbankan Indonesia akan berkembang sangat baik.

Bank adalah lembaga keuangan yang kegiatannya menghimpun uang dalam bentuk simpanan dari masyarakat dan menyalurkannya dalam bentuk pinjaman. Bank juga terlibat dalam kegiatan layanan pendukung lainnya. Di Indonesia, jenis bank adalah Bank Umum dan Bank Perkreditan Rakyat.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Bank umum adalah badan usaha di bidang keuangan yang menarik dan mengeluarkan uang di masyarakat, terutama dengan memberikan kredit dan pelayanan dalam hal arus pembayaran dan peredaran uang. Sedangkan menurut Otoritas Jasa Keuangan Bank umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usahanya secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah, yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

Banyaknya bank yang didirikan di Indonesia meningkatkan tingkat persaingan antar bank. Setiap bank berusaha sebaik mungkin untuk merebut pasar di hati nasabahnya. Persaingan antar bank ini memaksa bank untuk meningkatkan efisiensi operasionalnya agar dapat memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah. Juga menawarkan berbagai macam produk dengan semua manfaat.

Semua bank berlomba-lomba memberikan kualitas dan pelayanan terbaik kepada nasabah dan calon nasabahnya. Bank umum selalu berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada setiap nasabah dalam menjalankan bisnisnya. Pelayanan terbaik adalah membuat nasabah merasa nyaman dan memenuhi harapan mereka terhadap bank. Layanan pelanggan yang baik dapat

menciptakan citra yang baik untuk suatu perusahaan. Citra baik yang diberikan masyarakat kepada bank dapat meningkatnya kepercayaan masyarakat yang lain untuk gabung ke bank tersebut. Kualitas pelayanan masing-masing bank tentunya bergantung pada regulasi dan SOP masing-masing bank.

Customer service atau layanan pelanggan berasal dari dua kata yaitu “customer” yang berarti pelanggan dan “service” yang berarti pelayanan. Menurut Kasmir, pengertian *customer service* secara keseluruhan mengacu pada orang-orang yang ditugaskan untuk memberikan layanan di bidang akuntansi, penutupan rekening, menerima dan menyelesaikan berbagai keluhan pelanggan.

Tugas utama *customer service* dalam industri perbankan adalah melayani dan membangun hubungan dengan masyarakat. Dalam proses melayani nasabah, tim *customer service* bank terus mencari cara untuk menarik calon nasabah sampai menjadi nasabah bank. Nasabah yang masih setia kepada bank itu karena *customer service* yang handal dalam pemeliharaan nasabah, karena *customer service* memiliki pengaruh terhadap hubungan dengan nasabah yang lama .

Customer Service harus mengintegrasikan pengalaman pelanggan ke dalam strategi pemasaran perusahaan. Pengalaman adalah langkah kunci dalam memenangkan hati pelanggan. Di sini, pelanggan tidak hanya menerima informasi dan janji melalui iklan, tetapi juga pengalaman berpartisipasi dalam produk dan layanan.

Customer Experience adalah pengalaman pelanggan/nasabah terkait produk atau pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan. Pengalaman ini dibangun oleh pelanggan/nasabah dari saat mereka melakukan interaksi dari awal hingga pasca jual. Segala bentuk interaksi ini bisa menjadi penilaian bagi pelanggan/nasabah, apakah *Customer Experience* yang didapatkan memuaskan atau sebaliknya. Hal ini juga yang pada akhirnya akan menentukan loyalitas pelanggan/nasabah. *Customer Service* yang positif berdampak kepada meningkatnya minat masyarakat untuk menjadi nasabah bank tersebut.

Mungkin pada awalnya sebagian orang mengira bahwa hal terpenting dalam bisnis adalah *customer service* atau layanan pelanggan seperti yang kita kenal. Namun pada kenyataannya, layanan pelanggan hanyalah sebagian kecil dari pengalaman pelanggan itu sendiri. Karena pengalaman pelanggan mencakup

pengalaman pelanggan yang lebih luas dan komprehensif, termasuk layanan pelanggan.

Terdapat beberapa upaya yang dapat kita lakukan untuk mengukur *Customer Experience* salah satunya yaitu dengan menganalisa hasil survey pelanggan. Survei kepuasan pelanggan biasanya dilakukan oleh perusahaan secara berkala. Melalui survei ini, Anda akan memahami dengan jelas pengalaman pelanggan dengan produk atau layanan tersebut.

Dengan membangun *Customer Experience* yang baik dengan pelanggan dan melalui upaya berulang, perusahaan dapat secara perlahan membangun kepercayaan pelanggan, yang sangat berharga untuk kemajuan bisnis. Mengingat bahwa selalu memberikan layanan terbaik tidak diragukan lagi merupakan kunci keberhasilan perusahaan.

Fenomena saat ini adalah semua bank berlomba-lomba untuk memberikan pelayanan terbaik kepada nasabahnya serta terus meningkatkan mutu layanan kepada nasabah. Penilaian kinerja layanan perbankan akan dilakukan oleh konsultan atau pihak ketiga atau disini yang melakukan ada MRI. MRI atau *Marketing Research Indonesia* adalah program yang dibuat untuk melakukan riset atau pengukuran terhadap kualitas layanan di berbagai bank terkemuka baik bank milik pemerintah, swasta atau pun asing. MRI akan melakukan penilaian akan kualitas pelayanan di bank tersebut melalui program *Mystery Shopping*.

Program ini dibuat untuk memotivasi atau membantu bank dalam mengembangkan layanan kepada nasabah. Program ini diakui telah berhasil dalam mendukung bank untuk berkinerja lebih baik dalam hal memberikan pelayanan kepada nasabah. Program ini tidak hanya mengevaluasi perilaku dan penampilan karyawan kepada nasabah, tetapi program ini juga menekankan pada pengalaman pelanggan dan kualitas proses penyampaian layanan tersebut.

Menurut data yang diperoleh dari *Marketing Research Indonesia* (MRI) dan Infobank berdasarkan hasil riset *Bank Service Excellent Monitor* (BSEM), Bank BJB masuk kedalam daftar 10 besar bank dengan performa terbaik di Indonesia. Metode atau mekanisme yang digunakan sebagai tolak ukur evaluasi adalah *Mystery Shopping*, yaitu suatu metode untuk mengukur kualitas proses penyampaian layanan melalui *customer experience*, dan telah banyak digunakan

oleh industri khususnya pada industri perbankan.. Berdasarkan hasil survey BSEM bank BJB memperoleh angka sebesar 68,69% pada tahun 2021 yang dimana angka tersebut mengalami peningkatan dibanding pada tahun 2020 yang sebesar 62,37%.

Pengukuran BSEM menunjukkan hampir setiap tahun bank BJB menunjukkan peningkatan dari berbagai jenis layanan baik *walk-in channel* maupun *digital channel*. Bank BJB akan selalu mengedepankan kepuasan nasabah yang akan melakukan transaksi dan menggunakan layanan di bank BJB agar kualitas layanan di bank BJB semakin meningkat setiap tahunnya. Bank BJB akan berkomitmen memberikan pelayanan prima kepada nasabah dengan meningkatkan keamanan, kenyamanan dan kemudahan bagi para nasabah di bank BJB.

I. 2. Tujuan

Tujuan penulis menyusun laporan kajian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui standar pelayanan nasabah di bank BJB Kantor Cabang Pembantu Cipulir
2. Mengetahui penilaian kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah di Bank BJB
3. Mengetahui perkembangan jumlah nasabah tabungan di bank BJB Kantor Cabang Pembantu Cipulir

I. 3. Manfaat

a) Manfaat Teoritis

Dapat memberikan informasi kepada nasabah mengenai kualitas pelayanan yang diberikan oleh Customer Service di Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten.

b) Manfaat Praktis

Dapat memberikan masukan terhadap kinerja atas pelayanan yang diberikan di Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten kepada nasabah.