

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada dasarnya orientasi dunia perbankan dewasa ini adalah orientasi kepuasan nasabah. Hal ini terlihat dari semakin banyaknya bank-bank yang menyatakan komitmennya untuk memberikan kepuasan kepada nasabah, sehingga jelas apabila bank melakukan kesalahan dalam menganalisis apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh nasabah, maka dengan mudahnya nasabah akan berpindah kepada bank lain dan menimbulkan kerugian terhadap bank itu sendiri. Hal ini berpengaruh terhadap eksistensi bank tersebut di masyarakat dan perbankan nasional. Bank tidak boleh mempunyai anggapan bahwa nasabah yang membutuhkannya, tetapi sebaliknya bank yang membutuhkan nasabah (Simorangkir, 2000: 91)

Kepuasan nasabah sendiri tidak lepas dari peran perbankan dalam memberikan layanan yang memadai terhadap para nasabah. Layanan yang bagus akan dengan sendirinya membawa nilai lebih terhadap para nasabah untuk menentukan pilihan terhadap perbankan favoritnya. Ini akan berpengaruh lebih jauh terhadap perbankan yang sedang berkembang. Metode memberikan pelayanan yang terbaik adalah metode paling jitu untuk menarik banyak nasabah. Pelayanan yang bagus sangat dibutuhkan untuk tidak hanya sekedar sebagai syarat dalam melayani nasabah, tapi juga

sebagai pembentukan *image* bahwa bank sebagai lembaga pemberi jasa memang mampu memberikan pelayanan yang menjanjikan.

Pelayanan yang mampu dikembangkan oleh insan dunia perbankan dalam mewujudkan suatu persaingan perbankan adalah dengan pemberian layanan yang menggunakan hati. Memberikan layanan terhadap nasabah dengan ketulusan dan senyum, serta menggunakan kata kata yang baik tanpa sadar akan membawa dampak positif terhadap nasabah. Hal ini termaktub dalam QS: Al Hajj (22): 24

وَهْدُوا إِلَى الطَّيِّبِ مِنَ الْقَوْلِ وَهْدُوا إِلَى صِرَاطِ الْحَمِيدِ

“Dan mereka diberi petunjuk kepada ucapan-ucapan yang baik dan ditunjuki (pula) kepada jalan (Allah) yang terpuji”

Suatu bentuk upaya untuk membantu mewujudkan kebutuhan dan keinginan terhadap orang lain dinamakan kesediaan melayani. Kesediaan melayani tersebut dalam tindakan nyata di aplikasikan oleh bank yang berbuah dalam pemberian layanan terhadap para nasabah. Orientasi tujuannya adalah meningkatkan jumlah nasabah untuk tujuan pokok bank sebagai pemberi layanan jasa. Upaya melayani sebaiknya di imbangi dengan kualitas pelayanan yang diatas rata-rata terhadap harapan nasabah, atau biasa disebut sebagai *service excellent*. Nasabah akan merasa terkoneksi antara hati sehingga dapat dimungkinkan memberikan kesan dan nilai positif terhadap bank.

Kegiatan pemberian layanan yang bagus tersebut adalah tidak lepas dari dukungan dan peran penting *customer service* sebagai garda depan suatu perbankan. Peran *customer service* sangat penting karena mereka langsung berhubungan dengan nasabah. Tentu saja puas atau tidaknya nasabah terhadap pelayanan yang diberikan akan berdampak terhadap loyalitas nasabah tersebut. Suatu komitmen pelayanan prima, ramah, cepat dan tepat adalah menjadi modal dasar yang ditawarkan terhadap suatu bentuk bentuk pelayanan *customer service* pada dunia perbankan.

Dalam dunia perbankan *customer service* diharapkan untuk lebih berperan optimal dan menguasai strategi jitu dalam tujuannya terhadap komitmen pemberian layanan yang bagus kepada nasabah. Strategi jitu tersebut seharusnya mampu di maksimalkan oleh potensi *customer service*. Sehingga selain sebagai *public relation*, *customer service* juga mampu mengembangkan potensinya untuk berperan ganda mengenali peluang dalam *telemarketing*.

Strategi tersebut telah digunakan oleh BPRS Madina Mandiri Sejahtera (yang selanjutnya akan peneliti singkat dengan nama BPRS Madina). Potensi *customer service* di Bank Madina Syariah telah dikembangkan tidak hanya sebagai duta dalam membawa nama perbankan, namun juga melakukan strategi penambahan relasi dalam konsep *telemarketing via phone*. Sehingga *customer service* tidak hanya berperan minim dalam seputar pelayanan aplikasi pembukaan rekening tabungan dan pelayanan informasi terhadap nasabah saja. Dengan kreatifitas dan inovasi

yang ada, *customer service* diharapkan mampu menjadi andalan dalam peran ganda mempublikasikan perbankan tersebut.

Pengoptimalan peran *customer service* dalam suatu dunia perbankan memang sangat dibutuhkan untuk memberikan warna baru dalam pemberian layanan yang bagus demi tujuan mendapatkan kepercayaan nasabah. Ketika kepercayaan didapat, bank sebagai lembaga pemberi jasa yang otoritasnya adalah kepercayaan, akan semakin menarik banyak nasabah potensial. Hal tersebut tentu saja akan menjadi keuntungan tersendiri untuk perbankan.

BPRS Madina merupakan BPRS dimana *customer service* telah menerapkan strategi dalam memaksimalkan peran dan potensinya. Untuk mengetahui pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah dan target yang mampu dicapai oleh *customer service* di BPRS Madina ketika memaksimalkan peran ganda tersebut, penulis mengangkat tulisan ini sebagai bentuk penelitian dengan judul :

“ANALISIS PENGARUH PERAN GANDA *CUSTOMER SERVICE* TERHADAP KEPUASAN NASABAH DAN PENCAPAIAN TARGET PEMASARAN PADA BPRS MADINA MANDIRI SEJAHTERA YOGYAKARTA “ .

B. Rumusan Masalah

1. Apakah peran *customer service* di BPRS Madina Mandiri Sejahtera sebagai *public relation* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah?
2. Apakah peran *customer service* di BPRS Madina Mandiri Sejahtera sebagai *telemarketer* berpengaruh terhadap pencapaian perolehan target pemasaran dalam hal menghimpun dana?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh peran *customer service* sebagai *public relation* terhadap kepuasan nasabah pada BPRS Madina Mandiri Sejahtera.
2. Untuk menganalisis pengaruh peran *customer service* sebagai *telemarketer* terhadap pencapaian target pemasaran dalam hal menghimpun dana nasabah pada BPRS Madina Mandiri Sejahtera.

D. Manfaat Penelitian

1. Kegunaan secara teoritis

a. Bagi penulis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai sarana pengukuran potensi dan mengetahui sejauh mana penulis mampu memaksimalkannya. Sehingga bagus untuk digunakan sebagai sarana pembelajaran bagi penulis, apalagi penulis adalah mahasiswi jurusan perbankan yang nantinya akan berkecimpung dalam dunia perbankan.

b. Bagi peneliti berikutnya

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan penelitian sejenis dan sebagai pengembangan penelitian lebih lanjut.

2. Kegunaan secara praktis

a. Bagi BPRS Madina Mandiri Sejahtera

Penelitian ini menghasilkan sejauh mana pengoptimalan kinerja *customer service* dalam peran ganda untuk mewujudkan target pemasaran dan kepuasan nasabah, sehingga mampu menjadi bahan pertimbangan pihak manajemen dalam memberikan keputusan terkait dengan peningkatan mutu *customer service*.

b. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan informasi tentang pelayanan bagus yang dihasilkan oleh *customer service* dalam suatu perbankan, sehingga dapat mempengaruhi masyarakat dalam minatnya bertransaksi pada dunia perbankan.