

BAB 1

PENDAHULUAN

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Permasalahan

Dampak dari kemajuan teknologi dan industri dewasa ini adalah perubahan-perubahan yang besar dan sangat cepat dalam banyak bidang dan banyak hal. Perubahan juga terjadi pada pelanggan, baik dalam kebutuhan, perilaku serta nilai-nilai yang penting dan diinginkan olehnya. Loyalitas pelanggan dalam arti yang sewajarnya kini telah sulit ditemukan. Pelanggan akan dengan mudah berpindah dari satu *supplier* ke *supplier* lain yang akan dapat memenuhi kebutuhannya.

Demikian pula yang terjadi dalam dunia perbankan. Perubahan yang sedemikian cepat dalam teknologi dan bidang-bidang lainnya membawa nasabah pada tingkat kebutuhan yang lebih tinggi, dan menuntut bank untuk dapat memberikan pelayanan dan fasilitas yang terbaik. Nasabah memilih suatu bank ataupun institusi keuangan lainnya dengan berbagai pertimbangan, antara lain harga, pelayanan dan kenyamanan. Nasabah juga dapat dengan mudah berpindah dari satu bank ke bank yang lain.

Dewasa ini, bank, khususnya *retail bank*, dituntut untuk bertindak lebih mirip dengan *retail merchant*; yang memfokuskan diri pada memperoleh pelanggan, memelihara pelanggan dan memaksimalkan keuntungan dari tiap pelanggan. Banyak bank telah mengusahakan suatu konsep perbankan baru yang mempergunakan sistem pembinaan hubungan dengan nasabah, dan dengan menyediakan beraneka-ragam produk, tawaran fasilitas, jenis

pelayanan, *contact point* dan jalur-jalur pemasaran (*sales channel*). Bagi nasabah, kenyataan tersebut memberi kesempatan memilih yang luas dan sekaligus mengeliminasi sifat perbankan tradisional, yang kebanyakan hanya dianggap sebagai tempat menabung dan melakukan pemindahan dana. Di lain pihak, bagi bank dan institusi keuangan lainnya, persaingan menjadi semakin ketat dan tinggi, dan diferensiasi persaingan semakin sulit untuk ditunjukkan.

Seiring dengan itu, adanya banyak pilihan bank serta kecanggihan-kecanggihan sistem yang ditawarkan oleh bank membuat nasabah memiliki kebutuhan dan ekspektasi yang lebih tinggi. Kebutuhan dan ekspektasi yang tidak terpenuhi dapat berdampak pada ketidakpuasan nasabah, yang dapat mengarah pada *complaint* ataupun kemungkinan pilihan untuk meninggalkan bank yang bersangkutan.

Untuk mengisi kesenjangan yang ada antara ekspektasi nasabah dengan apa yang diperolehnya tersebut, dibutuhkan suatu konsep dan strategi tersendiri. Bukan itu saja, pihak bank juga dituntut menerapkan sistem yang lebih baik, dan melakukan proses penjualan yang sebaik mungkin, sehingga dapat meningkatkan profit, memberikan kepuasan kepada nasabah -nasabahnya, dan menang ataupun bertahan dalam persaingan yang semakin ketat.

Dalam penelitian ini, data *complaint* suatu bank akan dianalisis dan kebutuhan dalam konsep *relationship banking* yang diterapkan akan diidentifikasi, untuk kemudian dimanfaatkan dalam memperbaiki dan meningkatkan proses penjualan pada bank tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Pertanyaan-pertanyaan penelitian yang dikemukakan dalam studi ini akan berpusat pada pokok-pokok persoalan sebagai berikut:

1. Kesulitan apa yang timbul dengan adanya fasilitas dan produk yang beraneka-ragam?
2. Bagaimana prinsip-prinsip *Customer Relationship Management* dapat membantu memperbaiki proses penjualan pada Bank XYZ?

1.3. Tujuan

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis kesulitan dalam pelayanan nasabah dengan banyaknya jenis produk dan fasilitas yang ditawarkan.
2. Mengidentifikasi kontribusi konsep *Customer Relationship Management* untuk perencanaan strategi lebih lanjut.

1.4 Manfaat

Penelitian ini diharapkan akan dapat memberi manfaat bagi:

1. Ilmu pengetahuan:
 - Memberikan masukan untuk penelitian lebih lanjut mengenai pelayanan nasabah, pemanfaatan data *complaint*, sistem informasi, dan strategi perusahaan.
2. Dunia perbankan dan industri jasa lainnya:
 - Lebih memahami kebutuhan nasabah
 - Menentukan strategi lebih lanjut sehubungan dengan meningkatnya variasi produk dan jumlah nasabah

- Memahami konsep *Customer Relationship Management* dan manfaatnya dalam bisnis.
3. Masyarakat pada umumnya dan nasabah pada khususnya:
- Mendapatkan pelayanan dan penyampaian informasi yang lebih baik.