

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar belakang

Zaman yang terus berkembang mengharuskan setiap perusahaan untuk siap menghadapi persaingan antar perusahaan dari seluruh dunia dan peka dengan lingkungan sekitarnya. Semakin ketatnya persaingan yang dihadapi perusahaan harus memiliki perbedaan yang jelas diantara perusahaan lainnya. Persaingan pada dunia perbankan telah mendorong berbagai Bank berlomba untuk mendapatkan sebanyak-banyaknya nasabah dan dapat ciptakan kepercayaan antara nasabah terhadap perusahaan sehingga dapat menimbulkan loyalitas nasabah atau pelanggan.

Bank juga termasuk perusahaan industri jasa karena produknya hanya memberikan pelayanan jasa kepada masyarakat. Jasa perbankan pada umumnya terbagi atas dua tujuan yaitu pertama, sebagai penyedia dan mekanisme alat pembayaran yang efisien bagi nasabah seperti menyediakan uang tunai, tabungan dan kartu kredit. Kedua, dengan menerima tabungan dari nasabah dan meminjamkannya kepada pihak yang membutuhkan dana.

Bank Syariah mandiri merupakan salah satu Bank Syariah di Indonesia yang hadir dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani, yang melandasi kegiatan operasionalnya. salah satu Misi dari Bank Syariah mandiri yaitu mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan yang berkesinambungan dengan cara selalu berupaya untuk memastikan dengan memberikan pelayanan dan memberikan nilai lebih dari

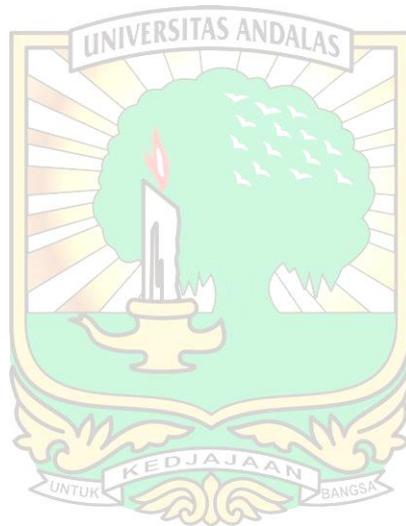
sekedar kepuasan pelanggan/ nasabah serta memberikan kenyamanan bagi setiap nasabah saat mendatangi pihak bank hingga keluar dari ruangan Bank. sehingga kualitas pelayanan dan inovasi dari produk Bank Syariah Mandiri merupakan andalan dalam memenangkan hati nasabah di tengah kompetisi berbagai produk perbankan saat ini dan dapat mempengaruhi sikap dan perilaku konsumen. Salah satu strategi penting yang harus dimiliki oleh industri perbankan adalah Manajemen hubungan pelanggan/*CRM*. Dengan menggunakan sistem *CRM* maka perusahaan dapat meningkatkan keuntungan bisnis dan menanamkan citra perusahaan yang baik dibenak konsumen. Naiknya tingkat kepuasan konsumen, akan meningkatkan kecenderungan konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan perusahaan.

Menciptakan Peningkatan pelayanan kepada nasabah adalah hal yang sangat penting dalam usaha meningkatkan kepuasan para nasabah, karena dalam bidang perbankan, nasabah sebagai konsumen merupakan asset penting bagi perbankan. Dan tidak hanya kepuasan nasabah saja yang harus dipenuhi tetapi kepuasan karyawan juga menjadi hal utama dalam keberhasilan CRM dengan tercapainya kepuasan karyawan maka mereka akan memberikan yang terbaik bagi perusahaan. Karena Ketika kepuasan yang diterima seperti rasa senang, rasa nyaman dan aman untuk nasabah atas perlakuan dan informasi yang diberikan mengenai hal yang berkaitan dengan produk-produk yang ditawarkan oleh pihak bank, ataupun terhadap segala macam bentuk penyelesaian masalah yang dihadapi oleh nasabah dapat diselesaikan dengan

segera dan secara baik. hal ini lah akan menciptakan loyalitas nasabah bagi perbankan.

permasalahan yang sering dialami oleh nasabah yaitu lambatnya penanganan keluhan nasabah baik itu penanganan kehilangan kartu ATM dan fasilitas bank yang kurang nyaman seperti AC yang tidak berfungsi maksimal.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk mengangkat tujuan penelitian yaitu **“Aktivitas manajemen hubungan pelanggan pada PT Bank Syariah Mandiri Padang”**



## 1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang dibahas sebelumnya, maka rumusan masalah dari penulis adalah bagaimana bentuk kegiatan, menjaga dan mempertahankan kepuasan konsumen pelanggan terhadap Bank Syariah Mandiri.

## 1.3 Tujuan masalah

Adapun tujuan dari kegiatan penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan manajemen hubungan pelanggan pada PT bank syariah mandiri.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun yang menjadi manfaat dari penelitian ini adalah :

### 1. Bagi perusahaan

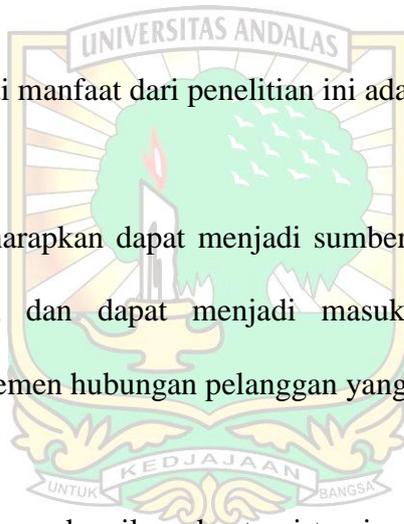
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi bagi PT Bank Syariah Mandiri dan dapat menjadi masukan pertimbangan dalam penerapan manajemen hubungan pelanggan yang lebih baik.

### 2. Bagi penulis

Penulis dapat menerapkan ilmu dan teori-teori yang telah dipelajari selama perkuliahan dan dapat mengimplementasikan pada kegiatan yang sebenarnya serta menambah pengalaman didunia kerja.

### 3. Bagi pembaca

Dapat memberikan informasi kepada pembaca tentang manajemen hubungan pelanggan pada PT Bank Syariah Mandiri.



## **1.5 Tempat dan waktu magang**

Magang ini dilaksanakan di PT. Bank Syariah Mandiri jalan belakang olo, no 47, kelurahan kampong jawa, Padang. Kegiatan magang dilakukan selama 40 hari kerja.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab I ini merupakan bab pendahuluan yang menjadi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan waktu magang, masalah kegiatan penelitian dan sistematika penulis.

### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Landasan teori, terdiri dari teori-teori yang mendukung tentang pembahasan, tentang topik pengaruh kepuasan pelanggan terhadap pelayanan

### **BAB III : GAMBARAN UMUM USAHA**

Dalam hal ini penulis menguraikan hal-hal berkaitan dengan PT. Bank Syariah Mandiri padang, uraian ini berisikan tentang mencakup sejarah perusahaan, visi dan misi , dan struktur organisasi.

### **BAB IV : ANALISA KEGIATAN MAGANG**

Bab ini berisi tentang hasil yang diperoleh dari pengalaman selama melaksanakan kegiatan magang.

## BAB V : PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran terhadap permasalahan yang timbul berdasarkan pengamatan penulis selama melaksanakan penelitian.

