

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bank adalah badan usaha yang mengumpulkan uang dari masyarakat dalam bentuk tabungan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk pinjaman atau kredit dan dalam bentuk lainnya dengan tujuan untuk meningkatkan kemakmuran masyarakat. Banyak masyarakat membutuhkan bank sebagai sarana untuk menyimpan uang dan memberikan pinjaman kepada masyarakat yang ingin memulai usahanya dari usaha kecil hingga usaha besar.

Banyaknya bank-bank yang muncul di Indonesia dalam berbagai penawaran maupun undian yang dilakukan untuk menarik perhatian masyarakat merupakan salah satu strategi yang dilakukan di dunia perbankan. Banyaknya persaingan yang ada di dunia perbankan semakin tinggi dan tajam ini bukan di bank milik swasta melainkan dari bank bank pemerintah sampai ke bank milik daerah. Hal ini menimbulkan beberapa saran kepada nasabah untuk memilih bank mana yang memberikan kepuasan bagi nasabah itu sendiri. Strategi ini akan mendorong bank-bank yang ada di Indonesia untuk berusaha agar memberikan kualitas yang terbaik agar menarik perhatian dari nasabah.

Mempengaruhi sikap dan tingkah laku nasabah merupakan salah satu tugas yang paling penting dan memberikan tantangan tersendiri bagi perusahaan dengan komunikasi yang baik bank dapat menjalin hubungan yang baik dengan nasabahnya yang lebih dikenal dengan manajemen hubungan pelanggan (customer relationship management)

atau yang di kenal dengan CRM merupakan kegiatan yang perlu bagi masa depan usaha. Untuk menciptakan loyalitas nasabah dengan memberikan standar pelayanan kepada nasabah salah satunya yaitu dengan menjalankan manajemen hubungan pelanggan karena dalam bisnis perbankan. Strategi CRM dalam menjalin komunikasi yang baik dengan nasabahnya dapat dilihat sebagai sarana baik memberikan pelayanan kepada nasabahnya.

Manajemen hubungan pelanggan mempermudah perusahaan memberikan pelayanan yang diharapkan nasabah yang bertujuan untuk mempertahankan pelanggan itu sendiri. Masalah yang sering dialami oleh nasabah yaitu lamanya penanganan dari masalah itu sendiri contoh yang di alami nasabah PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Padang ketika menunggu antrian yang begitu panjang pihak bank lama dalam menangani masalah ini sehingga membuat nasabah tidak nyaman dengan pelayanan yang di berikan. Kejadian ini membuat dampak negatif dan menimbulkan kerugian yang dialami oleh perusahaan, dari masalah di atas akan menimbulkan citra atau image yang negatif pada nasabah yang akan berdampak bagi masa depan perusahaan.

Meningkatkan pelayanan adalah hal yang penting dalam meningkatkan loyalitas para nasabah, karena di dalam bisnis perbankan nasabah merupakan hal yang paling penting karena nasabah memberikan pengaruh yang sangat besar dalam perkembangan perusahaan di masa depan. Ketika pelayanan yang di berikan pihak bank akan menimbulkan kepuasan dan kenyamanan tersendiri bagi nasabah terhadap penanganan masalah yang dialami. Oleh karena itu strategi CRM perlu digunakan untuk meningkatkan loyalitas nasabah PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Padang.

Banyak cara yang dilakukan perusahaan dalam CRM salah satunya yaitu melakukan undian berhadiah agar mempengaruhi niat para nasabah semakin semangat untuk menabung di PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Padang, Cara undian yang dilakukan PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Padang yaitu melalui tabungan BTN PRIMA. Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis menentukan judul penulisan yaitu **“PENERAPAN MANAJEMEN HUBUNGAN PELANGGAN PADA PT. BANK TABUNGAN NEGARA (PERSERO) TBK. PADANG”**

1.2 Rumusan Masalah

Tingkat kepuasan pelanggan merupakan salah satu penentu masa depan perusahaan maka perusahaan harus mengetahui apa saja kendala dan keinginan yang diinginkan nasabah diuraikan sebelumnya, itu sendiri. Berdasarkan kondisi yang terjadi penulis dapat mengambil rumusan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana bentuk penerapan manajemen hubungan pelanggan di PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Padang
2. Apa saja masalah yang di alami PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Padang dalam menerapkan CRM

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini antara lain :

1. Mengetahui penerapan manajemen hubungan pelanggan pada PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Padang

2. Untuk mengetahui kendala yang di alami PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Padang

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini yaitu:

1. Bagi perusahaan

Memberikan solusi kepada PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Padang. Untuk menerapkan manajemen hubungan pelanggan tersebut.

2. Bagi Pembaca

Dapat menambah ilmu dalam pengembangan bagaimana penerapan manajemen hubungan pelanggan tersebut.

3. Bagi Penulis

Untuk memberikan informasi kepada pembaca bagaimana penerapan manajemen hubungan pelanggan di PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Padang

1.5 Tempat dan Waktu magang

Magang ini direncanakan di PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Padang, Kegiatan magang ini di lakukan dalam selama 2 bulan (40 hari).

1.6 Sistematika Penulisan

Agar pembahasan dalam penulis tepat, penulis membatasi masalah sesuai judul sebagai acuan maka penulis menentukan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I : Pendahuluan

Berisikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah tujuan penelitian, mamfaat magang, tempat dan waktu magang, dan sistematika penulisan.

BAB II : Landasan Teori

Berisikan tentang teori-teori yang berkaitan dengan judul seperti : penegertian pemasaran, konsep pemasaran, dan bauran pemasaran.

BAB III : Gambaran Umum Perusahaan

Dalam hal ini penulis menguraikan hal yang berkaitan dengan PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Padang seperti sejarah, visi dan misi tujuan perusahaan, dan struktur organisasi.

BAB IV : Analisa Kegiatan Magang

Membahas tentang penerapan manajemen hubungan pelanggan (CRM) dan apa saja masalah yang dihadapi PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Padang.

BAB V : Penutup

Pada bab ini memberikan kesimpulan dan saran terhadap permasalahan yang timbul selama melakukan penelitian.

