

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

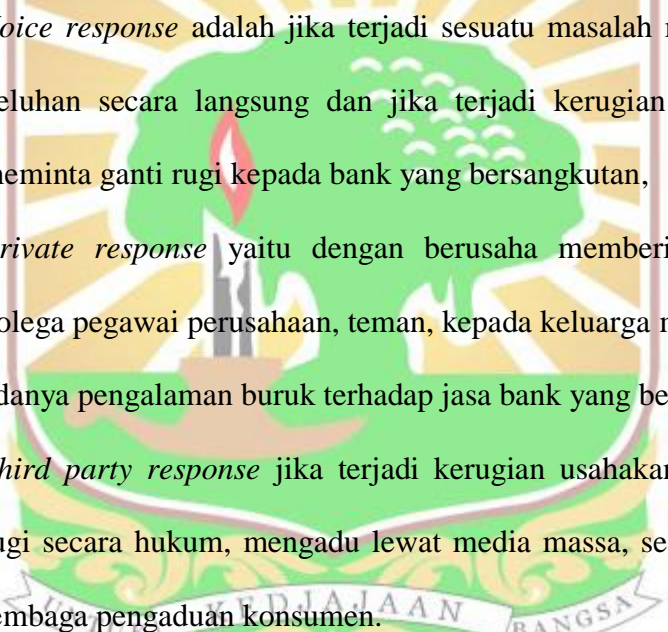
Menurut Khasmir (2014) “Bank merupakan suatu bentuk badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat”. Disamping itu, bank juga merupakan bagian dari sistem moneter yang mempunyai kedudukan sebagai pembangun ekonomi. Sebagai lembaga keuangan yang berfungsi untuk menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat, bank dapat membantu memulihkan perekonomian Indonesia yang memburuk akibat krisis global yang terdapat dibank tersebut.

Perkembangan perbankan sudah sangat maju, untuk meningkatkan nasabahnya tiap bank bersaing dalam mencari nasabah, banyaknya bank juga menjadi kesulitan tiap bank untuk mendapatkan nasabahnya, dalam menarik nasabah maka perlu pelayanan yang baik atau melayani nasabah dengan pelayanan prima agar dapat meningkatkan keuntungan pada perusahaan berbagai cara yang dilakukan oleh perusahaan, dalam setiap pelayanan tidak secara keseluruhan bank melakukan pelayanan yang baik tentu masih banyak kekurangannya contoh kecilnya saja tentang jaringan, kebersihan yang tidak diperhatikan dan kesopanan karyawannya

Dalam memberikan pelayanan, Bank tentu mewajibkan seluruh karyawan dan personal yang ada di dalamnya untuk memberikan pelayanan yang terbaik khususnya pelayanan *customer service* dikarenakan *customer service* adalah personal yang

lebih banyak menerima keluhan-keluhan dari nasabah. Selain itu, *customer service* lebih banyak berinteraksi terhadap para nasabah terutama mengenai produk perbankan. Dengan demikian, *customer service* harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik, agar nasabah merasa puas atas pelayanan yang diberikan.

Menurut Lupoyadi dan Hamdani tahun 2009 “Kepuasan pelanggan merupakan faktor dalam menentukan kesetiaan pelanggan. Adapun faktor lainnya ada Hambatan, pemasok, dan keluhan yang terdiri dari :

- 
1. *Voice response* adalah jika terjadi sesuatu masalah maka sampaikan keluhan secara langsung dan jika terjadi kerugian maka berusaha meminta ganti rugi kepada bank yang bersangkutan,
  2. *Private response* yaitu dengan berusaha memberitahukan kepada kolega pegawai perusahaan, teman, kepada keluarga mengenai dengan adanya pengalaman buruk terhadap jasa bank yang bersangkutan.
  3. *Third party response* jika terjadi kerugian usahakan meminta ganti rugi secara hukum, mengadu lewat media massa, segera mendatangi lembaga pengaduan konsumen.

Sebuah bank dapat dikatakan mempunyai kinerja yang baik, apabila para karyawannya dapat memberikan pelayanan yang baik. Oleh karena itu dalam meningkatkan kepuasan nasabah, maka bank memerlukan strategi dalam menangani keluhan nasabah. ketika nasabah merasa puas dan nyaman dengan pelayanan terutama dalam menangani keluhan, maka nasabah itu akan menjadi loyal, dan dari nasabah tersebut akan mendatangkan nasabah-nasabah baru. Hal ini disebabkan oleh

pengalaman dari seseorang yang akan diceritakan kepada orang lain, sehingga dengan pengalaman yang baik dalam penanganan keluhan, yang berimplikasi pada nasabah baru.

Dalam meningkatkan kepuasan pelanggan seorang *customer service* juga harus bisa meyakinkan seorang nasabah pada saat menjelaskan tentang cara pembukaan rekening baru, pembuatan ATM, pembukaan tabungan haji, begitu juga dengan melayani seorang nasabah dengan keluhan yang terjadi pada saat nasabah tidak mengerti dengan contohnya cara pengisian formulir pembukaan rekening baru, kiriman uang, pembuatan ATM. Itulah salah satu proses *moment of truth* yang terjadi didalam manajemen perbankan.

Menurut Carlzon tahun 1990 *moment of truth* merupakan suatu kesan yang tercipta pada suatu perusahaan yang terdapat kemungkinan besar untuk dapat memberikan kesan yang baik terhadap para nasabah. Pada *moment of truth* ini berbagai interaksi yang sering terjadi pada nasabah, saat itu nasabah bisa langsung memberi penilaian pada pelayanan perusahaan. Pada *moment of truth* ini terdapat yang namanya *moment of impact* merupakan suatu interaksi ketika anggota perusahaan melakukan pelayanan kepada nasabah secara inovatif dalam meningkatkan kualitas pelayanannya terhadap kepuasan nasabah.

*Moment of truth* dimulai pada saat pertama kali berhadapan langsung dengan nasabah sehingga nasabah tersebut terkesan yang menimbulkan rasa segan bagi nasabah, proses ini juga disebut dengan "*potensial relationship*" yang terjadi pada pengalaman pertama proses pelayanan. Pelayanan *customer service* yang tidak sesuai

apakah pelayanan tersebut tidak sesuai dengan harapan nasabah maka didapatkan melalui kotak suara atau komplain konsumen yang dilakukan pada wawancara.

Sampai saat ini ada 26 Bank Pembangunan Daerah di Indonesia, rata-rata setiap provinsi mempunyai satu Bank Pembangunan Daerah dan salah satunya adalah Bank Pembangunan Daerah Sumatra Barat. Dengan bergantinya nama Bank Pembangunan Daerah menjadi Bank Nagari bertujuan untuk membantu dan mendorong pertumbuhan ekonomi di semua bidang juga sebagai salah satu sumber untuk mendapatkan pendapatan daerah dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Tujuan perbankan di Indonesia “menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan dan pertumbuhan ekonomi serta stabilitas nasional ke arah peningkatan kesejahteraan rakyat”.

Pada Bank Nagari untuk memastikan konsumen puas terhadap pelayanan, maka harus memberikan kesan yang baik kepada nasabah. Pada dasarnya pengalaman yang banyak dirasakan oleh nasabah itu pasti akan banyak diceritakan kepada orang lain baik itu pengalaman baik atau buruk sehingga nanti orang lain akan mengetahui baik buruk bank tersebut, Menurut Lupoyadi dan Hamdani tahun 2009 “dengan mendengarkan keluhan nasabah bisa menciptakan berbagai kebijaksanaan untuk bagaimana mengatasi keluhan tersebut sehingga terjadinya loyalitas pelanggan”

Pada uraian latar belakang yang penulis ingin sampaikan, maka penulis pengamatan dengan judul “**Menciptakan *Moment of Truth* pada *Customer Service* di PT. Bank Pembangunan Daerah (Bank Nagari) Cabang Alahan Panjang**”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada pemulihan judul dan informasi yang telah diuraikan diatas, maka dapat di ambil suatu perumusan masalahnya yaitu Bagaimana Menciptakan *Moment Of Truth* pada *Customer Service* di PT. Bank Pembangunan Daerah (Bank Nagari) Cabang Alahan Panjang?

## **1.3 Tujuan Magang**

Dengan adanya perumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam kegiatan magang ini adalah untuk mengetahui bagaimana Menciptakan *Moment Of Truth* pada *Customer Service* di PT. Bank Pembangunan Daerah (Bank Nagari) Cabang Alahan Panjang

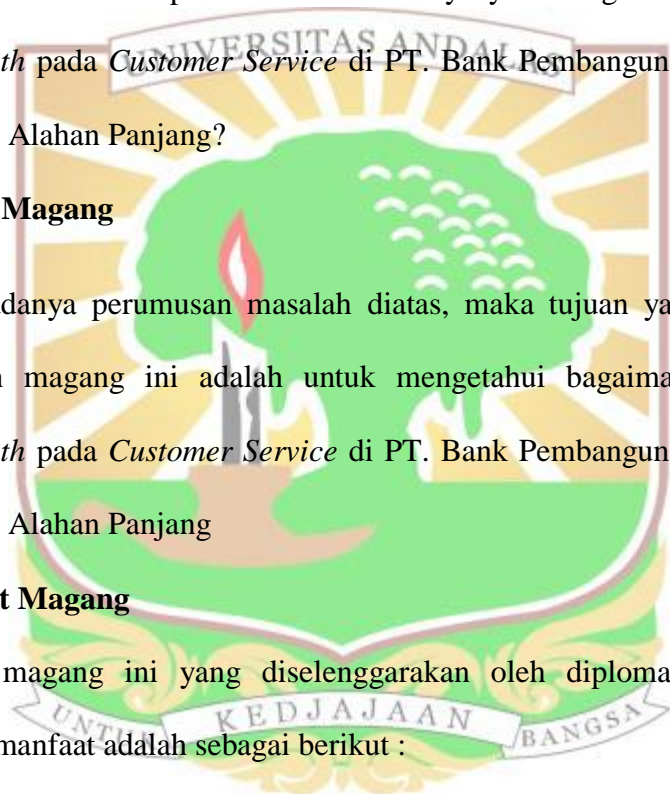
## **1.4 Manfaat Magang**

Program magang ini yang diselenggarakan oleh diploma dIII pemasaran ekonomi manfaat adalah sebagai berikut :

### a. Bagi perusahaan

Bagi PT. Bank Pembangunan Daerah cabang Alahan Panjang dalam pengamatan ini maka bisa menjadi bahan acuan iuntuk meningkatkan pelayanan untuk kemajuan bank

### b. Bagi pembaca





Bagi pembaca diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran dan informasi kepada pembaca dalam menambah ilmu.

### **1.5 Metode Penelitian**

Saat ini metode yang digunakan dengan cara mengamati langsung diperusahaan dan mengumpulkan data.

### **1.6 Ruang Lingkup Pembahasan**

Pembahasan yang dilakukan sangat berhubungan dengan Menciptakan *Moment Of Truth* pada *Customer Service* di PT. Bank Pembangunan Daerah (Bank Nagari) Cabang Alahan Panjang

### **1.7 Tempat dan Waktu Magang**

PT. Bank Pembangunan Daerah (Bank Nagari) cabang Alahan Panjang. Pelaksanaan magang dilaksanakan dari tanggal 08 Januari s/d 02 Maret 2018.

### **1.8 Sistematika Penulisan**

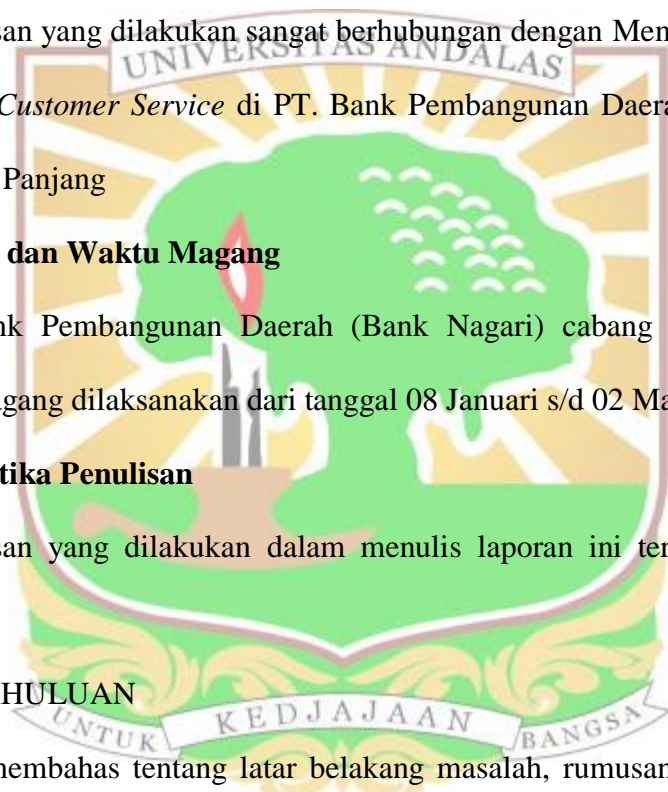
Pembahasan yang dilakukan dalam menulis laporan ini terdiri dari 5 BAB sebagai berikut:

#### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Bab ini membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan magang, manfaat magang, manfaat magang terdiri dari manfaat bagi perusahaan, manfaat bagi pembaca, tempat dan waktu magang, sistematika penulisan.

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

Bab ini mengetahui landasan teori yang meliputi pengertian dari pemasaran jasa, Klasifikasi Jasa, pengertian Bank, *Customer Service*, *Moment Of Truth*, dan perbankan.



### BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Dalam bab ini penulis membahas tentang pelayanan PT. Bank Pembangunan Daerah (Bank Nagari) cabang Alahan Panjang yang meliputi sejarah singkat PT. Bank Pembangunan Daerah (Bank Nagari) cabang Alahan Panjang, struktur organisasi perusahaan dan ruang lingkup kegiatan PT. Bank Pembangunan Daerah (Bank Nagari) cabang Alahan Panjang

### BAB IV PEMBAHASAN

Merupakan uraian dari kebijakan pemasaran dan Menciptakan *Moment Of Truth* pada *Customer Service* di PT. Bank Pembangunan Daerah (Bank Nagari) Cabang Alahan Panjang.

### BAB V PENUTUP

Merupakan bab penutup yang memberikan suatu kesimpulan dan saran-saran yang diharapkan bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan pada PT. Bank Pembangunan Daerah (Bank Nagari) cabang Alahan Panjang.

