

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada zaman saat ini, alat komunikasi berkembang dengan sangat pesat dan menyebabkan terciptanya banyak inovasi dalam pemakaiannya. Memasuki perkembangan era digital membuat perusahaan saling bersaing dalam meningkatkan pelayanan. Karena bagi perusahaan kepuasan dari konsumen merupakan sebuah hal yang sangat terpenting dalam mempertahankan kinerja maupun nama perusahaan, selain itu lingkungan bisnis yang semakin berubah dengan cepat perusahaan harus bisa memenangkan pasar yang terus berubah. dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi mendorong organisasi bisnis untuk lebih fokus dalam menanggapi kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen adalah salah satu yang menjadi indikator terbaik untuk meningkatkan keuntungan. Dalam berbagai hal persaingan yang dihadapi oleh perusahaan, mendapatkan hati konsumen merupakan sebuah strategi bersaing untuk meraih kepercayaan nasabah. Perusahaan harus dapat mengelola jasa dengan baik, sehingga memiliki manajemen pada pemasaran, operasi, ataupun sumber daya yang

sanggup menciptakan integrasi yang baik untuk keberhasilan dalam persaingan bisnis (Putri dan Santoso, 2018).

Strategi pemasaran yang berdasarkan pada kegunaan - kegunaannya dibutuhkan sebagai salah satu upaya agar kegiatan bisnis dapat berjalan dengan efektif maupun efisien, agar dapat memenuhi kebutuhan hidup manusia. Salah satu cara memenuhi kebutuhan manusia adalah dengan mendapatkan sebuah manfaat dan kegunaan pada suatu produk. Pada umumnya kegiatan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia dilakukan melalui pemasaran. Hal ini dikarenakan pemasaran menambah nilai kegunaan dari sebuah produk yang dihasilkan, yaitu berupa kegunaan waktu, kegunaan tempat dan kegunaan /pemikiran. Jadi fungsi dari pemasaran seperti pembelian, penjualan, pengangkutan dan penggudangan merupakan sebuah proses dalam mengembangkan nilai kegunaan produk yang dihasilkan. Oleh karena itu setiap individu maupun organisasi perusahaan berusaha untuk produk yang dihasilkan bisa mencukupi kebutuhan pasar dan unggul dalam persaingan. Daya saing ini bisa didapatkan perusahaan jika mengelola aktivitasnya dengan efektif dan efisien. Salah satu strategi yang dapat dilakukan perusahaan dalam bidang pemasaran yaitu dengan memberikan jasa layanan tambahan dari produk yang dihasilkan sebagai bonus atau sebagai bentuk promosi penjualan (Worung, Pelleng dan Keles, 2020).

PT Bank Mandiri (Persero) Tbk Indonesia adalah salah satu perusahaan Perbankan yang ada di Indonesia yang merupakan perusahaan BUMN (Badan Usaha Milik Negara) dan bergerak di bidang Perbankan . Tujuan BUMN menjadi partner finansial pilihan utama bagi semua nasabah. Bank mandiri merupakan salah satu bank tertua yang ada di Indonesia karena bank ini merupakan leburan dari beberapa bank yaitu Bank Bumi Daya, Bank Dagang Negara, Bank Ekspor Impor Indonesia, dan Bank Pembangunan Indonesia yang dilebur menjadi Bank Mandiri. Bank Mandiri telah meneruskan tradisi selama lebih dari 140 tahun dalam memberikan kontribusi bagi dunia perbankan dan perekonomian Indonesia. Perkembangan teknologi pada abad 21 sangat berguna bagi perusahaan dalam membantu perusahaan untuk mengembangkan bisnis dan sebagai salah satu sarana untuk dapat melakukan perbaikan dalam sistem informasi. Dimana nasabah menginginkan pelayanan yang serba cepat sebab keterbatasan waktu karena kesibukan masing-masing. Semakin majunya zaman mengharuskan pengelolaan bisnis dengan profesional yang berfokus dalam menciptakan nilai tambah berupa fasilitas-fasilitas kemudahan, maka PT Bank Mandiri (Persero) Tbk melakukan berbagai inovasi layanan dengan tujuan untuk mempermudah nasabah dalam menggunakan produk Bank Mandiri serta untuk memenangkan persaingan bisnis. Transaksi Digital berupa Top up Mandiri E-money, Inquiry, Transfer antar rekening, Pinjaman digital, Pembayaran direct debit dan layanan lainnya. Salah satu perkembangan teknologi adalah perkembangan dalam

perbankan yaitu nasabah bisanya melakukan transaksi dengan mudah dan dimana saja. Dengan berkembangnya teknologi, kebutuhan akan layanan juga akan semakin meningkat. Lembaga keuangan dan perbankan dituntut untuk selalu meningkatkan kualitas pelayanan dan rangka pencapaian kepercayaan dan loyalitas nasabah. Beberapa upaya dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang bisa melalui perluasan jangkauan, (Syahputri, 2019).

Saat ini tingkat perkembangan ekonomi di Indonesia semakin intensif. Hal ini bisa dilihat dari lalu lintas uang dan barang yang tinggi dalam perdagangan dan semakin cepat persaingan bisnis. Hal yang penting dalam era Globalisasi dengan tingkat pengembangan ekonomi, teknologi dan budaya sosial adalah kepuasan pelayanan (Mandira, Suliyanto dan Nawarini, 2018).

Kepuasan nasabah merupakan bagian yang sangat penting. Supaya bertahan di dunia bisnis, kelangsungan hidup sebuah perusahaan sangat tergantung pada kepuasan para nasabah. Upaya-upaya yang akan dilakukan oleh perusahaan ialah dengan memuaskan kebutuhan nasabah melalui berbagai cara dan strategi dengan harapan agar nasabah merasa puas. Nasabah akan merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Pelayanan yang berkualitas bisa menarik minat nasabah pada perusahaan.

Kualitas menurut Wijaya adalah ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan bisa sesuai ekspektasi nasabah. (Lumenta, Mandey & J. 2014) Kualitas pelayanan merupakan hal yang penting untuk perusahaan jasa, supaya kualitas layanan dari perusahaan bertahan perusahaan harus melakukan survey dari waktu ke waktu kepada nasabah untuk mengetahui apa yang diharapkan dan diinginkan terhadap perusahaan jasa sebagai penyedia layanan. Dari penjelasan latar belakang di atas maka penulis memilih judul untuk mengetahui **bagaimanakah “ Penerapan Standar Kualitas Pelayanan *Frontliner* Pada PT Bank Mandiri (Persero) Tbk Area.Padang.”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan pemilihan judul dan informasi yang telah diuraikan di atas, dapat diambil suatu perumusan masalah yaitu Bagaimanakah Kualitas Pelayanan dari karyawan *Frontliner* (*Security, Teller, dan costomer service*) pada PT Mandiri Tbk Area Padang ?.

## **1.3 Tujuan Magang**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis mengangkat tujuan Magang: untuk mengetahui Standar Kualitas Pelayanan dari karyawan *Frontliner* (*Security, Teller, dan costomer service*) pada PT Mandiri Tbk Area Padang.

## **1.4 Manfaat Magang**

### **1. Manfaat Teoritis**

Secara teoritis, diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan tentang kualitas pelayanan dan menambah wawasan pembaca tentang Kualitas Pelayanan pada PT Bank Mandiri (Persero) TBK Area Padang.

### **2. Manfaat Praktis**

Secara praktis, hasil dari magang ini diharapkan dapat memberikan masukan untuk perusahaan dalam meningkatkan Kualitas Pelayanan pada PT Bank Mandiri (Persero) TBK Area Padang.

## **1.5 Metode Magang**

Magang dilakukan dengan metode observasi lapangan selama 40 hari pada PT Bank Mandiri (Persero) TBK Area Padang. Metode observasi ini dilakukan dengan cara pengambilan informasi melalui peninjauan secara langsung pada PT Bank Mandiri (Persero) TBK Area Padang.

## **1.6 Tempat dan Waktu Magang**

Magang dilakukan pada PT Bank Mandiri (Persero) TBK Area Padang dan semua kantor cabang Bank Mandiri di wilayah Sumatera Barat dengan waktu pelaksanaan magang selama 40 hari kerja.

## **1.7 Ruang Lingkup Pembahasan**

Adapun ruang lingkup pembahasan yang akan dibahas dalam penulisan laporan Magang ini adalah fokus pada Penerapan Kualitas Pelayanan pada karyawan *Frontliner* (*Security, Teller* dan *customer service*) pada PT Bank Mandiri (Persero) TBK Area Padang.

## **1.8 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan pada tugas akhir ini terdapat 5 bab, dimana pada setiap bab akan dibagi menjadi sub bab yang akan dibahas secara sistematis. Berikut adalah sistematika penulisan setiap bab :

### **BAB I PENDAHULUAN**

BAB I pendahuluan ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan Magang, metode Observasi, ruang lingkup, dan sistematika penulisan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

BAB II landasan teori akan menjelaskan teori yang akan digunakan untuk menjelaskan teori-teori pendukung yang akan digunakan dalam penjelasan dan pembahasan tugas akhir.

### **BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

BAB III gambaran umum perusahaan akan menguraikan tentang gambaran umum perusahaan, profil perusahaan yang berisi kegiatan utama yang dilakukan perusahaan. Serta visi dan misi perusahaan, dan sejarah berdirinya PT Bank Mandiri (Persero) TBK Area Padang.

### **BAB IV PEMBAHASAN**

BAB IV pembahasan akan menjelaskan tentang hasil yang didapat dari observasi yang digunakan dan menyajikan fakta yang terjadi di tempat magang.

### **BAB V PENUTUP**

BAB V penutup akan berisi tentang kesimpulan dan saran yang bermanfaat bagi pihak yang bersangkutan yaitu PT Bank Mandiri (Persero) TBK Area Padang.