

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Nasabah merupakan aset yang sangat berharga bagi setiap bank. Oleh karena itu, bank berusaha untuk menjaga loyalitas nasabah karena dengan adanya nasabah yang loyal akan berdampak terhadap keberlanjutan dari langganan mereka terhadap suatu produk dan jasa pada bank tertentu. Pada penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, serta kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah (Dewi, 2014).

Kualitas layanan merupakan suatu hal yang penting dalam menghadapi nasabah yang membutuhkan perhatian dan layanan yang tinggi. Pelayanan yang diberikan harus selaras dengan kebutuhan nasabah. Customer service (CS) hadir sebagai alat untuk membangun hubungan yang baik dengan nasabah. CS merupakan ujung tombak suatu bank yang memberikan pelayanan langsung terhadap calon nasabah dan nasabahnya. CS harus dibekali kemampuan untuk menghadapi segala jenis nasabah dengan karakter masing-masing. Fasilitas pendukung seperti: informasi detail tentang setiap nasabah,

Peningkatan pelayanan dapat dilakukan dengan penerapan konsep customer relationship management (CRM). CRM merupakan suatu konsep untuk membantu perusahaan dengan menggunakan teknologi, proses bisnis, dan sumber daya manusia untuk memperoleh pengetahuan mengenai perilaku dan nilai dari pelanggan. CRM juga merupakan suatu strategi inti dalam bisnis yang mengintegrasikan proses-proses dan fungsi-fungsi internal dengan semua jaringan eksternal untuk menciptakan serta mewujudkan nilai bagi para pelanggan sasaran secara *profitable* (Buttle, 2007).

Pada Bank BNI Cabang Gorontalo Unit Sudirman terdapat CS yang melayani berbagai keluhan dari nasabah dengan standar pelayanan tertentu.

Standar tersebut berupa sistem pengelolaan yang baik pada 3 (tiga) bagian tidak terpisahkan yaitu: kinerja layanan, kinerja bisnis dan kinerja operasionalnya. Kinerja layanan berupa kemampuan memberikan layanan yang dapat memuaskan nasabah dan mendorong loyalitas nasabah. Kinerja bisnis merupakan kemampuan menjual, menciptakan keuntungan, dan mendorong pertumbuhan bisnis. Sedangkan kinerja operasional adalah kemampuan menjalankan kegiatan operasional secara handal, efektif, produktif dan aman sesuai aturan atau kebijakan yang berlaku. Hal tersebut tertuang dalam buku pengelolaan layanan nasabah di outlet ( *Customer Service Management – CSM* ) (BNI, 2015).

Pengelolaan pelayanan pada umumnya dilakukan secara manual atau pencatatan dengan tulis tangan. Salah satunya layanan pembukaan rekening baru membutuhkan waktu standar 25 menit, akan tetapi implementasinya dilapangan bisa membutuhkan waktu 1 jam untuk setiap nasabah. Hal ini terjadi karena beberapa tahapan dalam proses tersebut dilakukan dengan tenaga manusia seperti: pengisian formulir dan pemberian penjelasan oleh CS kepada nasabah. Begitu juga dengan proses komplain nasabah saat menggunakan ATM yang alurnya sangat panjang pada setiap penanganan karena hampir seluruhnya berupa proses manual dengan tenaga manusia seperti nasabah harus ke kantor BNI terdekat, melakukan antrian, CS membuat laporan komplain, kemudian CS mengirimkan ke petugas pengendali ATM di unit tersebut, dan seterusnya.

Selain dari masalah tersebut diatas terdapat juga kewajiban CS untuk melakukan *cross selling* atau penawaran produk jasa keuangan pada setiap nasabah yang dilayani. Didalam melakukan *cross selling*, CS sebaiknya telah menggali kebutuhan dan mengetahui profil nasabah sehingga produk yang ditawarkan tepat dan sesuai. CS diharapkan bisa menjelaskan fitur layanan dan produk BNI secara ringkas sebelum melanjutkan dengan detail melalui *Sales Kit*. *Cross selling* dapat dilakukan di tengah atau akhir proses pembukaan rekening. Kegiatan tersebut membutuhkan waktu yang tidak sedikit sehingga waktu proses pelayanan secara menyeluruh setiap nasabah akan bertambah lama sehingga

nasabah umumnya tidak mau menunggu lama dalam antrian karena pasti ada kegiatan lain yang mereka harus lakukan.

Berdasarkan permasalahan yang telah disebutkan pada paragraf-paragraf sebelumnya, masalah pelayanan dapat diselesaikan dengan penerapan konsep CRM. Kebutuhan akan hal tersebut dapat direalisasikan dengan pembuatan sistem informasi yang mencakup pengelolaan data nasabah, pembuatan rekening baru, dan penanganan komplain ATM. Penulis mengambil objek penelitian pada penerapan CRM operasional dan *sales intelligence* untuk meningkatkan pelayanan kepada nasabah BNI KCP SUDIRMAN Kota Gorontalo.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan beberapa permasalahan pada latar belakang, maka dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini yaitu bagaimana mengoptimalkan pelayanan kepada nasabah pada BNI KCP SUDIRMAN Kota Gorontalo dengan menerapkan CRM operasional dan *sales intelligence*.

## **1.3 Ruang Lingkup Penelitian**

Pada pembahasan penelitian ini, penulis membatasi ruang lingkup penelitian pada masalah, sebagai berikut:

1. Pemberian informasi detail nasabah pada CS.
2. Penerapan konsep CRM operasional dalam pengelolaan data nasabah.
3. Pembukaan rekening baru oleh nasabah.
4. Penerapan konsep *sales intelligence* CRM berupa *cross selling* dalam layanan pembukaan rekening baru.
5. Pelayanan komplain nasabah dalam penggunaan ATM.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah mengoptimalkan pelayanan kepada nasabah pada unit customer service BNI KCP SUDIRMAN Kota Gorontalo.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Dengan diterapkannya *Customer Relationship Management* maka nasabah akan merasa lebih puas dengan pelayanan BNI.
2. Pelayanan BNI kepada nasabah lebih Optimal.
3. Tidak banyak antrian yang menumpuk di Kantor BNI sehingga pihak manajemen tidak perlu merekrut banyak pegawai lagi.

