

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

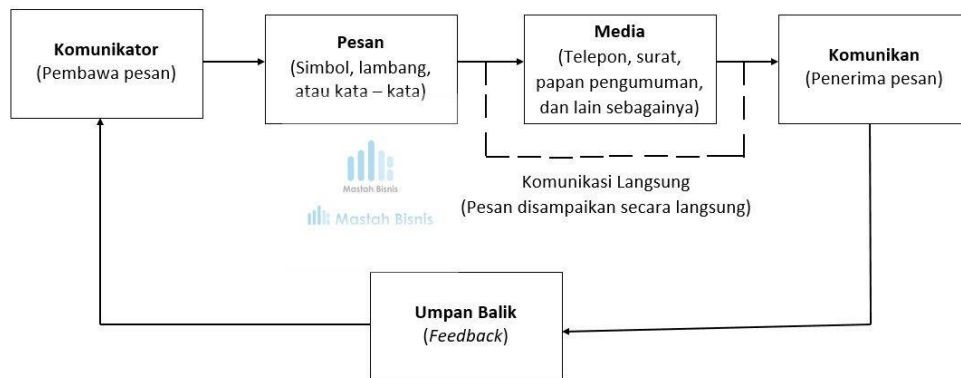
Setiap manusia lazimnya berinteraksi dengan manusia lain. Sebagai makhluk sosial mereka tidak mungkin menyukai hidup sendiri, kecuali dengan kondisi dan alasan tertentu. Manusia sebagai makhluk sosial melakukan hubungan antara individu yang satu dengan individu yang lain dan akibat saling berhubungan tersebut terjadi saling pengaruh dan mempengaruhi yang disebut interaksi sosial.

Manusia memiliki dua jenis Interaksi yaitu secara langsung dan tidak langsung. Interaksi secara tidak langsung adalah sebuah interaksi yang dilakukan dengan cara melalui perantara atau menggunakan bantuan media sarana berkomunikasi yang dilakukan oleh seseorang secara tidak langsung. Sementara interaksi secara langsung adalah interaksi yang dilakukan tanpa adanya perantara atau tanpa adanya mediator. Bentuk interaksi ini merupakan cara berkomunikasi yang paling konvensional dilakukan antar sesama manusia.¹

Onong Uchjana mengatakan komunikasi sebagai proses komunikasi pada dasarnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain. Pikiran bisa merupakan gagasan, informasi, opini, dan lain-lain yang muncul di benaknya. Perasaan bisa berupa keyakinan, kepastian, keraguan, kekhawatiran, kemarahan, keberanian, kegairahan, dan sebagainya yang timbul dari lubuk hati.²

¹ Wiryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Grasindo, 2004).

² Effendy Uchjana Onong, *Dimensi-Dimensi Komunikasi*, 1st edn (Bandung: Alumni, 1981).



Gambar 1.1 Komunikasi menurut Onong Uchjana dan Efendy

Berbicara tentang hal ini, di era millennial seperti sekarang berkomunikasi secara langsung bukan lagi merupakan pilihan utama yang akan dilakukan seseorang untuk berinteraksi. Meskipun terbilang konvensional hal ini menjadi bentuk komunikasi yang paling efektif untuk dilakukan. Dikarenakan tingkat pemaknaan pesan yang dihasilkan lebih akurat baik itu secara verbal maupun non verbal. Tingkat keakuratan pemaknaan pesan menjadi alasan mengapa seseorang harus memilih interaksi secara langsung. Seperti diketahui dalam beberapa agenda tertentu misalnya wawancara narasumber, skripsi penelitian, ujian, dan hal lain yang membutuhkan tatap muka secara langsung seperti interaksi petugas kredit perbankan dalam upaya mempersuasi calon debitur bagi nasabah atau masyarakat yang membutuhkan pinjaman dana baik itu untuk keperluan maupun sebagai modal usaha.

Setiap individu bekerja ataupun berusaha dalam mencapai taraf hidup yang berkecukupan, agar menghasilkan pemerataan yang akan menuju pada suatu pertumbuhan yang meningkat. Dalam hal ini kegiatan usaha khususnya bidang ekonomi masyarakat haruslah dapat menunjang hal tersebut. Oleh karena itu

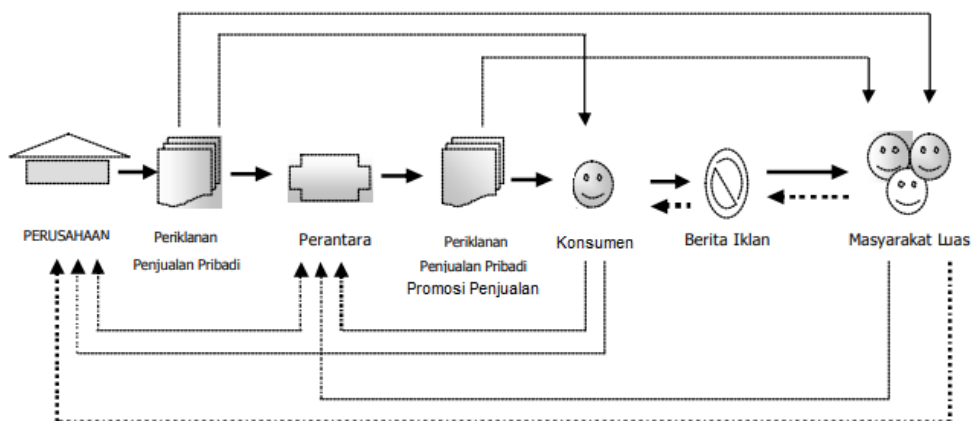
dengan adanya lembaga-lembaga keuangan di negara kita ini, maka peningkatan kesejahteraan rakyat akan menjadi kenyataan, karena lembaga-lembaga keuangan akan memberikan modal usaha kepada masyarakat yang akan mendirikan sebuah usaha, seperti usaha kerajinan lokal, ataupun masyarakat yang telah memiliki usaha tapi ditengah jalan mereka membutuhkan modal untuk usahanya agar terus berjalan.

Begitu banyaknya masyarakat yang ingin membuka usaha di jaman sekarang ini, menjadikan lembaga-lembaga keuangan sangat berperan dalam kemajuan atau mulainya usaha yang didirikan oleh masyarakat. Dalam hal ini, bank sebagai salah satu lembaga keuangan haruslah cermat dalam berkomunikasi dalam memberikan modal kepada masyarakat yang mengajukan permintaan pinjaman.

Pada saat ini, dunia perbankan semakin menunjukkan perkembangan yang pesat. Kebutuhan masyarakat terhadap perbankan menunjukkan sesuatu yang positif dengan begitu perusahaan perbankan terus berinovasi dan memberikan pelayanan terbaik. Oleh karena itu, diperlukan langkah Strategi Komunikasi yang harus diterapkan pihak perbankan kepada para nasabahnya. Nasabah ini nantinya akan menjadi loyal dan menjadi aset dalam perusahaan. Mengingat bisnis perbankan adalah bisnis kepercayaan, bank harus memberikan rasa nyaman terhadap nasabahnya menyangkut dana yang disimpan atau yang dikelola oleh bank tersebut dengan langkah-langkah strategi komunikasi yang tepat. Demikian juga dengan layanan kredit. Perbankan yang berperan sebagai komunikator harus benar-benar memastikan Seorang nasabah debitur tau berapa besaran tagihan dan apa saja kemudahan yang diperoleh jika melakukan perjanjian atau kontrak kredit dengan perbankan yang ia pilih. Besarnya usaha yang dilakukan perbankan dalam hal ini

salah satunya adalah Bank Sulut Gorontalo (BSG) Cabang Gorontalo yang senantiasa memberikan layanan bagi masyarakat Gorontalo.

Strategi komunikasi merupakan perencanaan dalam penyampaian pesan kepada komunikan atau si penerima pesan. Dalam hal ini bisa kita lihat bahwa strategi komunikasi merupakan cara yang efektif untuk dilakukan. Terlebih jika diterapkan dalam perusahaan penyedia jasa keuangan seperti Bank Sulut Gorontalo. Seperti coontoh pada gambar dibawah ini:



Gambar 1.1.2 Sistem Strategi Komunikasi

Para pemasar berkomunikasi dengan perantara, konsumen, dan berbagai kelompok masyarakat. Kemudian perantara berkomunikasi kepada konsumennya dan masyarakat. Konsumen melakukan lisan dengan konsumen lain dan dengan kelompok masyarakat lain. Sementara itu, setiap kelompok memberikan umpan balik kepada setiap kelompok-kelompok yang lain.

Sebagai salah satu jasa perbankan yang beroperasi di Gorontalo Bank Sulut Gorontalo (BSG) merupakan Badan usaha milik daerah (BUMD) dengan nama Perseroan Terbatas PT. Bank Pembangunan Daerah Sulawesi Utara Gorontalo.

Dalam riset yang dilakukan oleh Kinerjabank.com salah satu platform data keuangan perbankan di Indonesia pada Q3 tahun 2019 Bank Sulut Gorontalo menempati peringkat ke 47 bank dengan asset terbanyak se Indonesia, peringkat ke 59 dalam jumlah modal, dan peringkat ke 39 berdasarkan jumlah kredit se Indonesia. Serta masuk dalam kategori perbankan yang memiliki Rasio Kesehatan di Indonesia.³

Di Gorontalo Sulut Gorontalo tersebar di 6 Kabupaten / Kota. Diantaranya Kabupaten Gorontalo, Gorontalo Utara, Boalemo, Bone Bolango, Pohuwato, dan Kota Gorontalo. Keberadaan mereka turut berperan andil dalam kegiatan ekonomi masyarakat Gorontalo. Tidak hanya dalam kredit, pembiayaan, dan modal. Tetapi juga seperti tabungan, dan investasi dalam jumlah yang cukup besar.

Selain itu, sebagai salah satu bagian dari Strategi Komunikasi Bank Sulut Gorontalo juga berupaya menggapai daerah-daerah terpencil di wilayah kabupaten dengan mendirikan beberapa Kantor Cabang Pembantu (Capem) dan Kantor Kas (KK). Dengan hal ini masyarakat dimudahkan dalam hal bertransaksi dan juga layanan-layanan seperti kredit pemberian Modal.

Sebagai bahan Peneliti di Provinsi Gorontalo bank umum merupakan alternatif bagi masyarakat dalam memilih perbankan yang sesuai dengan kriteria mereka. Menyikapi kondisi di atas maka, Bank Sulut Gorontalo Cabang Gorontalo berupaya untuk mencari strategi yang tepat bagi masyarakat yang ingin menabung atau menginvestasikan uangnya pada bank. Salah satu strategi yang digunakan

³ Kinerjabank.com, 'Rasio Kesehatan B. SulutGo', 2019
<https://www.kinerjabank.com/web/banks/bpd-sulutgo/rasio_kesehatan> [accessed 9 June 2020].

adalah Strategi *Marketing Communication*. Strategi Komunikasi Pemasaran ini digunakan pada Bank Sulut Gorontalo Kantor Cabang Pembantu atau Capem Wilayah Paguyaman untuk mempertahankan loyalitas, karena konsumen yang loyal merupakan aset terbesar perusahaan. Mengingat pentingnya keberadaan konsumen, maka perusahaan perlu melakukan berbagai upaya dalam hal ini yaitu strategi komunikasi untuk mempertahankan konsumen agar tetap loyal kepada perusahaan dan tidak beralih ke pesaing yang ada.

Berbicara tentang strategi komunikasi hal inilah yang terus dibenahi oleh Bank Sulut Gorontalo dalam pelayanan Perkreditan, meskipun secara langsung bersaing dengan bank-bank umum lainnya dengan tingkat bunga yang menggiurkan, Bank Sulut Gorontalo mempunyai Strategi Komunikasi tertentu yang diberikan kepada para calon debiturnya. Banyak cara yang bisa dilakukan oleh perusahaan perbankan untuk membangun loyalitas pada konsumennya, salah satunya adalah membina dan menjalin hubungan yang baik dengan para konsumen dan pengguna layanan kredit dengan menerapkan strategi komunikasi. Hal inilah yang kemudian menjadi daya tarik Bank Sulut Gorontalo diantara bank-bank umum lainnya. Sehingga mendapat tempat tersendiri di masyarakat Gorontalo khususnya di Kabupaten Boalemo.

Di Kabupaten Boalemo, Bank Sulut Gorontalo telah mampu memperlihatkan Komitmen sebagai mitra yang andal dalam memberikan kontribusi maksimal, baik dari segi pelayanan, prestasi, dan sosial. Tercatat saat ini, jumlah nominal saham Pemda Boalemo di Bank Sulut Gorontalo Cabang Tilamuta adalah sebesar Rp.47.161.200.000,- dengan jumlah lembar saham sebesar Rp.471612, atau

yang terbesar diantara Kabupaten / Kota se Gorontalo dan Sulawesi Utara yang mencapai 5,78 persen dari total keseluruhan saham di Bank Sulut Gorontalo.

Kemudian sebagai bentuk aksi sosial pada Q4 tahun 2019 Bank Sulut Gorontalo Cabang Boalemo pun menyerahkan dana CSR (*Corporate Social Responsibility*) tahun 2019 sebesar Rp.1.496.075.500, dan tambahan dana CSR milik Pemerintah Provinsi Sulawesi Utara yang diserahkan kepada Pemda Boalemo sebesar 500 Juta, yang diterima langsung oleh Bupati Boalemo. Seluruh dana CSR itupun diperuntukan bagi kaum duafa, bantuan untuk sarana ibadah, pengadaan bibit pertanian seperti jagung, dan lumbung pangan.⁴

Dalam satu tahun terakhir, Bank Sulut Gorontalo di Kabupaten Boalemo juga banyak mengadakan kegiatan social. Langkah ini tidak lain merupakan suatu bentuk Strategi Komunikasi yang diterapkan oleh pihak Bank Sulut Gorontalo kepada masyarakat di Kab. Boalemo. Dengan adanya dana CSR yang diberikan oleh Bank Sulut Gorontalo setiap tahunnya masyarakat Kab. Boalemo merasa terbantu dan secara tidak langsung memperkuat rasa empati mereka kepada Bank Sulut Gorontalo.

Kabupaten Boalemo selain Kantor Cabang Tilamuta terdapat salah satu Kantor Cabang Pembantu (Capem) yang aktif melakukan transaksi layanan kredit bagi masyarakat sekitar. Yaitu, Bank Sulut Gorontalo (BSG) Capem Paguyaman. Wilayah Kabupaten Boalemo yang luas serta pemahaman masyarakat terkait regulasi di perbankan masih kurang memberikan warna tersendiri bagi Petugas

⁴ DM1.co.id, 'Dana CSR Bank SulutGo Kab.Boalemo', 2019 <<https://dm1.co.id/>> [accessed 17 June 2020].

Kredit di Capem Paguyaman. Termasuk bagaimana Proses Strategi Komunikasi dilakukan guna menarik minat calon debitur di tengah persaingan dengan bank-bank umum dengan tingkat bunga yang menggiurkan.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **Strategi Komunikasi Petugas Kredit Pada Calon Kreditur “Studi Kasus pada Petugas Kredit Bank Sulut Gorontalo (BSG) KCP Paguyaman Gorontalo”**.

Penelitian tentang “Strategi Komunikasi Petugas Kredit Pada Calon debitur”, akan dilaksanakan di Bank Sulut Gorontalo kantor cabang pembantu (Capem) Paguyaman. Alasan peneliti memilih lokasi Bank Sulutgo kantor cabang pembantu (Capem) Paguyaman adalah atas dasar rekomendasi dari kantor cabang pusat Gorontalo yang menginstruksikan agar melakukan penelitian di wilayah Kabupaten Boalemo. Karena wilayah Kabupaten Boalemo merupakan prioritas dalam menghasilkan profit yang melimpah. Demikian pula jika dilihat dari bagaimana Strategi Komunikasi yang diterapkan di Capem Paguyaman serta kepercayaan masyarakat dan pemerintah terhadap Bank Sulut Gorontalo sebagai mitra mereka. Selain itu, wilayah Kabupaten Boalemo yang luas serta pemahaman masyarakat terkait regulasi di perbankan yang masih kurang memberikan warna tersendiri bagi Petugas Kredit di Capem Paguyaman. Atas dasar hal itulah peneliti memilih lokasi ini untuk dapat mengetahui bagaimana Strategi Komunikasi yang dilakukan Petugas Kredit pada Calon Debitur agar calon debitur berminat dalam menggunakan layanan kredit di Bank Sulut Gorontalo.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, hal yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana penerapan Strategi Komunikasi yang diterapkan petugas kredit Bank Sulut Gorontalo (BSG) Capem Paguyaman dalam berkomunikasi dan menarik minat calon debitur melalui program kredit.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini, yaitu sebagai bentuk karya ilmiah yang dapat mendeskripsikan terkait penerapan Strategi Komunikasi Bank Sulut Gorontalo (BSG) Capem Paguyaman dalam berkomunikasi dan menarik minat calon debitur melalui program kredit.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin diperoleh dari penelitian Strategi Komunikasi Petugas Kredit dengan Calon debitur adalah:

1. Bagi Peneliti

Sebagai bahan untuk menerapkan dan mengaplikasikan teori-teori yang telah diperoleh selama masa studi di bangku kuliah, maupun yang diperoleh dari sumber-sumber lain sehingga dapat bermanfaat bagi pihak yang memerlukan.

2. Bagi Akademisi

Sebagai bahan informasi tambahan, wawasan, dan pengetahuan khususnya bagi mahasiswa yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut di masa yang akan datang serta sebagai bentuk tanda terima kasih terhadap Universitas Negeri Gorontalo sebagai tempat menimba ilmu.

3. Bagi Praktisi

Hasil penelitian ini diharapkan agar pihak Perbankan khususnya petugas bagian kredit agar lebih cermat dalam menerapkan Strategi Komunikasi agar nantinya dapat menarik minat calon debitur.