**BAB I**

**PENDAHULUAN**

* 1. **Latar Belakang**

Dalam dunia bisnis khususnya perusahaan yang saat ini diwarnai deganan persaingan ketat, usaha untuk menciptakan prospek dimasa yang akan datang yang berawal dengan konsumen merupakan hal yang utama dalam upaya perusahaan agar tetap unggul dalam persaingan jangka panjang. Setiap perusahaan atau institusi khususnya yang bergerak pada bidang keungan (*financial institusi*) atau perbankan. Nasabah adalah komponen yang sangat penting karena usaha bank memang bertumbuh pada kepercayaan. Bagaimana seorang nasabah mau menitipkan uangnya jika bank tersebut tidak dapat dipercaya. Kepercayaan dari nasabah inilah yang sulit dibangun oleh suatu bank untuk mencapainya perlu kerja keras dan perbaikan yang berkesinambungan khususnya dari segi pelayanan. Apabila seorang nasabah yang datang pada suatu bank disambut dan dilayani dengan baik sesuai dengan kebutuhannya, maka akan menjadi suatu penghasilan yang menguntungkan bagi bank tersebut karena selain nasabah itu akan menjadi loyal dengan terus memakai produk dan jasa bank ia juga akan menjadi alat menjadi alat promosi tidak langsung atau mitra yang akan menceritakan kesan dan kepuasan yang ia terima kepada orang lain. Ini berarti ia akan menarik nasabah baru bagi bank tersebut, jadi bank harus mampu menciptakan pesona yang mendalam di hati nasabahnya, karena itu yang akan menjadi senjata paling ampuh untuk menenangkan kompetisi dalam memperebutkan dana dari masyarakat.

Untuk itulah dibentuk dan diadakan suatu unit kerja yang disebut dengan bagian *Customer Service. Customer Service* dapat dikatakan sebagai wajah terdepan suatu bank atau orang yang berhubungan dengan nasabah, sehingga baik buruknya pelayanan yang diberikan oleh seorang *Customer Service* mempengaruhi presepsi nasabah terhadap bank tersebut. *Customer Service* yang baik tidak cukup hanya bermodalkan wajah cantik dan berpenampilan menarik karena nasabah akan menilai dari berbagai aspek yang dilihat maupun dirasakan ketika berinteraksi. Hal terpenting yang dinilai nasabah adalah system pelayanan yang baik, ramah, cepat dan kemampuan *Customer Service* menangani berbagai masalah dan memberikan solusi. Untuk itu tidak sembarang orang dapat menjadi *Customer Service*.

PT. Bank BRI cabang Manado merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang perbankan. Sebagai lembaga keuangan, bank memiliki tugas memberikan jasa keungan melalui penitipan uang (simpanan), pemijaman uang (kredit) serta jasa-jasa keuangan lainnya. Dalam memenuhi kebetuhan masyarakat Sulawesi Utara khususnya, PT. Bank BRI cabang Manado memiliki beberapa unit kerja antara lain bagian administrasi transaksi, bagian umum dan bagian pelayanan nasabah yang didalamnya termasuk unit kerja *Customer Service* memiliki peran yang sangat penting karena harus mampu menjelaskan tentang produk dan jasa bank serta dapat memberikan solusi ketika muncul keluhan-keluhan dari nasabah. Dalam kegiatan sehari-hari keluhan yang sering muncul dari nasabah yaitu, pembuatan kartu ATM yang membutuhkan dua sampai tiga hari dan juga bagian *Customer Service* yang kurang mampu menjelaskan secara maksimal tentang masalah pemblokiran gaji yang disebabkan oleh adanya kesamaan identitas nasabah, lamanya pengembalian uang yang terjadi saat uang tidak keluar akibat rusaknya mesin ATM yang pada akhirnya semua itu menyebabkan ketidakpuasan nasabah pada pelayanan bagian *Customer Service.*

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas maka penulis tertarik mengangkat judul dalam penulisan tugas akhir yaitu **“Pentingnya Pelayanan Customer Service Dalam Memenuhi Kepuasan Konsumen Pada PT. Bank BRI Cabang Manado”.**

* 1. **Permasalahan**

Berdasarkan uraian diatas maka penulis merumuskan suatu masalah, yaitu “Bagaimana upaya Pelayanan *Customer Service* dalam memenuhi kepuasan konsumen pada PT. Bank BRI Cabang Manado.”

* 1. **Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Tujuan

1. Untuk mengetahui pelayanan Customer Service di PT. Bank BRI Cabang Manado.
2. Upaya-upaya pelayanan *Customer Service* dalam memenuhi kepuasan konsumen pada PT. Bank BRI Cabang Manado.

Manfaat

1. Sebagai bahan masukan bagi perusahaan untuk memenuhi kepuasan konsumen.
2. Sebagai bahan masukan bagi Institusi Pendidikan Politeknik Negeri Manado hubunganya dalam pembelajaran mata kuliah *Customer Service*
3. Sebagai bahan masukan bagi penulis mengenai pemahaman belajar pentingnya *Customer Service*.
	1. **Metode Penelitian**

Metode Pengumpulan Data :

* Wawancara

Penulis mengadakan wawancara langsung dengan nasabah mengenai pelayanan *Customer Service.*

* Observasi

Penulis mengadakan pengamatan langsung kegiatan kerja pada bagian *Customer Service.*

Sumber Data :

* Data Primer

Data pokok yang diolah sendiri oleh penulis, berdasarkan hasil wawanacara dengan nasabah mengenai pelayanan *Customer Service* dan kepuasan konsumen.

* Data Sekunder

Data pendukung yang diperoleh secara langsung dari perusahaan berupa sejarah perusahaan dan struktur organisasi, juga data yang didapat dari buku-buku yang berkaitan dengan pelayanan *Customer Service* dalam memenuhi kepuasan konsumen.

Analisa Data :

Metode yang digunakan adalah metode analisis descriptif yaitu menggambarkan serta memecahkan masalah berdasarkan data yang dikumpulkan lewat wawancara, observasi, dan observasi yang hasilnya dianalisa dan disajikan dalam bentuk penjelasan.