

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank adalah suatu lembaga penghimpun dana dari masyarakat yang bergerak dalam bidang jasa. Dalam aktivitasnya, persaingan yang sangat ketat sangat umum terjadi pada dunia perbankan. Memperoleh posisi yang kuat antara para pesaing, bank harus dapat menetapkan strategi pemasaran yang efektif melalui strategi ini diharapkan produk dan jasa bank lebih dikenal di masyarakat sebagai konsumen atau nasabah bank tersebut.

Sasaran strategi bank bukan saja terhadap masyarakat yang berpenghasilan tinggi tetapi juga masyarakat yang berpenghasilan menengah kebawah. Sumber dana untuk melaksanakan operasional bank adalah tabungan. Tabungan merupakan sumber dana yang diperoleh dari pihak ketiga yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat menurut syarat-syarat yang telah ditentukan.

Macam-macam produk dan jasa bank diciptakan, namun usaha semacam itu tidak akan berarti kalau tidak diikuti dengan pelayanan pada setiap unit kerja yang langsung melayani nasabah. Kita menyadari bahwa tugas utama setiap insan perbankan adalah memberikan pelayanan yang prima pada nasabah dan langganannya. Disinilah pentingnya tugas setiap pegawai bank sebagai ujung tombak operasional bank.

Dalam memberikan pelayanan kepada nasabah, petugas bank harus sadar

fisik maupun mental, disamping perlu memiliki seni untuk beradaptasi. Dengan cara itu maka akan dapat disampaikan informasi, penjelasan-penjelasan, atau menjawab pertanyaan nasabah dengan baik. Dengan kata lain, sebagai seorang petugas bank hendaknya memerlukan wawasan yang luas agar dapat memberi pelayanan yang prima kepada nasabah.

Pelayanan yang prima yang berorientasi kepada pelanggan adalah identik dengan sikap baik dalam pelayanan sehingga menimbulkan kesan yang baik untuk dapat mengikat pelanggan untuk tetap setia menggunakan produk-produk perbankan. Pelayanan yang prima yang berorientasi kepada pelanggan dapat berupa : memahami kebutuhan nasabah, menjadi pendengar yang baik, memberi tanggapan, memperhatikan kritik nasabah dan menjaga hubungan baik dengan nasabah.

Pada saat sekarang ini, lembaga keuangan khususnya bank sangat gencar melakukan promosi terhadap produk-produk mereka terutama produk simpanan, dengan tujuan agar masyarakat dapat memfokuskan produk mana yang akan mereka pilih. Keputusan pemilihan produk tersebut tidak hanya diakibatkan atas promosi dari bank tersebut, tetapi dari penyajian maupun penyampaian yang baik kepada nasabah berupa pelayanan yang baik sehingga nasabah merasa tertarik dan akan memilih produk tersebut.

BRI cabang Binjai di dalam kegiatannya berupaya untuk senantiasa meningkatkan kualitas pelayanan agar jumlah penabung dan simpanan pada BRI Cabang Binjai pada setiap tahunnya meningkat dan masyarakat lain tertarik untuk menabung pada BRI Cabang Binjai. Berdasarkan alasan dan penjelasan yang telah dipaparkan di atas maka penulis memilih judul “ Pengaruh *Customer Oriented*