

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan

Bank BJB merupakan salah satu Bank Umum milik Pemerintah Daerah Jawa Barat Dan Banten di Indonesia yang memiliki nasabah utama berupa perorangan, karyawan, koperasi, BUMD, BUMN, beserta institusi lainnya baik Pemerintah maupun Swasta. Pendirian bank bjb diawali oleh Peraturan Pemerintah Republik Indonesia nomor 33 tahun 1960 tentang Penentuan Perusahaan di Indonesia Milik Belanda Yang di nasionalisasi. Salah satu perusahaan milik Belanda yang berkedudukan di Bandung yang dinasionalisasi yaitu *NV Denis (De Erste Nederlansche Indische Shareholding)* yang sebelumnya bergerak di bidang bank hipotek. Sebagai tindak lanjut dari Peraturan Pemerintah nomor 33 tahun 1960, Pemerintah Propinsi Jawa Barat berdasarkan Akta Pendirian No.125 tanggal 19 November 1960 juncto Akta Nomor 152 tanggal 21 Maret 1961 dan Akta Nomor 84 tanggal 13 Mei 1961 seluruhnya dibuat Notaris Noezar dan sesuai dengan Surat Keputusan Gubernur Propinsi Jawa Barat nomor 7/GKDH/BPD/61 tanggal 20 Mei 1961 mendirikan Perusahaan Daerah "PT Bank Karja Pembangunan Daerah Jawa Barat" dengan modal dasar untuk pertama kali berasal dari Kas Daerah sebesar Rp. 2.500.000,00.

Untuk menyempurnakan kedudukan hukum PT Bank Karja Pembangunan Daerah Jawa Barat, dikeluarkan Peraturan Daerah Propinsi Jawa Barat nomor 11/PD-DPRD/72 tanggal 27 Juni 1972 tentang kedudukan hukum.Bank Karja Pembangunan Daerah Jawa Barat sebagai Perusahaan Daerah yang berusaha di bidang perbankan.Selanjutnya melalui Peraturan Daerah Propinsi Jawa Barat nomor 1/DP-040/PD/1978 tanggal 27 Juni 1978, nama PD Bank Karja Pembangunan Daerah Jawa Barat diubah menjadi Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat.

Pada tahun 1992 aktivitas Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat ditingkatkan menjadi Bank Umum Devisa berdasarkan Surat Keputusan Direksi

Bank Indonesia Nomor 25/84/KEP/DIR tanggal 2 November 1992 serta berdasarkan Perda Nomor 11 Tahun 1995 mempunyai sebutan “ Bank Jabar “ dengan logo baru.

Dalam rangka mengikuti perkembangan perekonomian dan perbankan, maka berdasarkan Perda Nomor 22 Tahun 1998 dan Akta Pendirian Nomor 4 Tanggal 8 April 1999 berikut Akta Perbaikan Nomor 8 Tanggal 15 April 1999 yang telah disahkan oleh Menteri Kehakiman RI tanggal 16 April 1999, bentuk hukum Bank Jabar diubah dari Perusahaan Daerah (PD) menjadi Perseroan Terbatas (PT).

Dalam rangka memenuhi permintaan masyarakat akan jasa layanan perbankan yang berlandaskan Syariah, maka sesuai dengan izin Bank Indonesia No. 2/ 18/DpG/DPIP tanggal 12 April 2000, sejak tanggal 15 April 2000 Bank Jabar menjadi Bank Pembangunan Daerah pertama di Indonesia yang menjalankan dual banking system, yaitu memberikan layanan perbankan dengan sistem konvensional dan dengan sistem syariah.

Berdasarkan Hasil Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa (RUPS-LB) PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat tanggal 3 Juli 2007 di Bogor, sesuai dengan Surat Keputusan Gubernur Bank Indonesia No. 9/63/KEP.GBI/2007 tanggal 26 November 2007 tentang Perubahan Izin Usaha Atas Nama PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat menjadi Izin Usaha Atas Nama PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten serta SK Direksi Nomor 1065/SK/DIR-PPN/2007 tanggal 29 November 2007 maka nama perseroan berubah menjadi PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten dengan sebutan (*call name*) Bank BJB.

1.1.2 Visi dan Misi

Visi : Menjadi 10 bank terbesar dan berkinerja baik di Indonesia

Misi :

1. Penggerak dan Pendorong laju perekonomian daerah
2. Melaksanakan penyimpanan uang daerah
3. Salah satu sumber pendapatan asli daerah

1.1.3 Logo dan Filsafat Logo

Berdasarkan Hasil Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa (RUPS-LB) PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat & Banten Nomor 26 tanggal 21 April 2010, sesuai dengan Surat Bank Indonesia No.12/78/APBU/Bd tanggal 30 Juni 2010 perihal Rencana Perubahan Logo serta Surat Keputusan Direksi Nomor 1337/SK/DIR-PPN/2010 tanggal 5 Juli 2010, maka perseroan telah resmi berubah menjadi bank BJB pada tanggal 2 Agustus 2010.



GAMBAR 1.1

Logo Bank BJB

Sumber : www.bankbjb.co.id, 2018

Makna dari logo bank bjb diatas yaitu sebagai berikut:

- a) *Brand Name* : bank BJB adalah sebuah akronim, menggambarkan sifat kesederhanaan dan sifat modern masyarakat dimana bank BJB akan berbakti. Nama ini menggambarkan transformasi bank BJB untuk menjadi lebih efektif dan professional dalam melayani seluruh lapisan masyarakat dari Sabang sampai Merauke.
- b) *Brand Shape* : Jangkauan Pelayanan (perspektif sekunder : sayap yang terbang untuk kemajuan) Bentuk sayap pada logo bank BJB memberikan arti menjangkau jauh untuk memberikan pelayanan terbaik melambangkan tekad dan upaya bank ini untuk memberikan yang terbaik kepada nasabah, *shareholder*, dan seluruh masyarakat.
- c) *Brand Color* : Pemilihan warna pada logo bank bjb terinspirasi oleh sejarah masa lampau Bank Jabar Banten dan *brand personality* bank BJB yang baru.

Warna tersebut terdiri dari warna biru tua, biru muda, dan kuning. Yang memiliki arti tersendiri. Berikut arti dari warna tersebut :

1. Biru Muda (*Calm Water Blue*)
(Tegas, Konsisten, Institusional, Berwibawa, teduh dan Mapan)
2. Biru Tua (*Atmospheric Ambience Blue*)
(Visioner, Fleksibel, Modern)
3. Kuning (*Sincere True Yellow*)
(Melayani, Kekeluargaan dan Tumbuh)

1.1.4 Nilai-Nilai Perusahaan

Dalam rangka mendukung pencapaian visi dan misi bank BJB menjadi 10 bank terbesar dan berkinerja baik di Indonesia, bank BJB telah melakukan beberapa perubahan, salah satunya perubahan budaya perusahaan. Budaya perusahaan tersebut mencerminkan semangat bank BJB dalam menghadapi persaingan perbankan yang semakin ketat dan dinamis. Nilai-nilai budaya perusahaan (*corporate values*) yang telah dirumuskan yaitu *GO SPIRIT* yang merupakan perwujudan dari *Service Excellence, Professionalism, Integrity, Respect, Intelligence, Trust* yang dijabarkan dalam 14 perilaku utama.

TABEL 1.1
Nilai-nilai Perusahaan

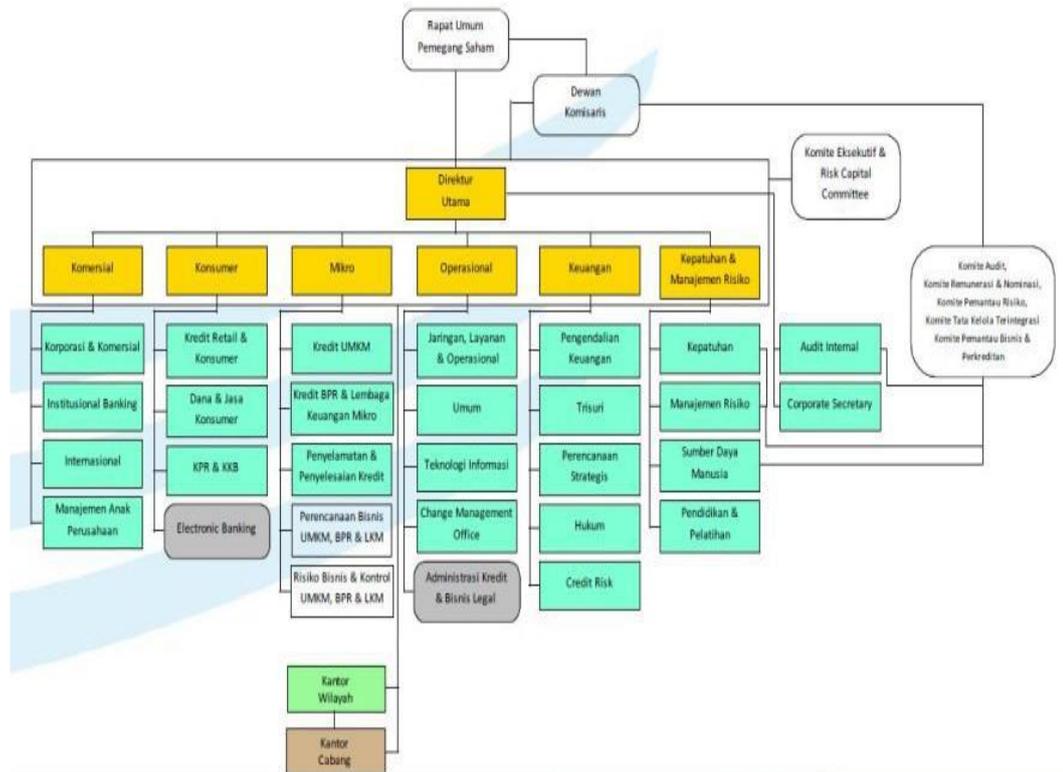
No.	<i>Corporate Value</i>	Perilaku Utama
1.	<i>Service Excellence</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ramah , tulus, kekeluargaan 2. Selalu memberikan pelayanan prima
2.	<i>Profesionalism</i>	<ol style="list-style-type: none"> 3. Cepat, tepat, akurat 4. Kompeten, dan bertanggung jawab 5. Memhami dan melaksanakan ketentuan perusahaan

3.	<i>Integrity</i>	6. Konsisten, disiplin, dan penuh semangat 7. Menjaga citra bank melalui perilaku terpuji dan menjunjung tinggi etika
4.	<i>Respect</i>	8. Fokus pada nasabah 9. Peduli pada lingkungan
5.	<i>Intelligence</i>	10. Selalu memberikan solusi yang terbaik 11. Berkeinginan kuat untuk mengembangkan diri 12. Menyukai perubahan yang positif
6.	<i>Trust</i>	13. Menumbuhkan transparansi, kebersamaan, dan kerjasama yang sehat 14. Menjaga rahasia bank dan perusahaan

Sumber : www.bankbjb.co.id, 2018

Adapun panduan untuk pelaksanaan budaya perusahaan ini telah tersusun di dalam Pedoman Budaya Perusahaan Bank BJB. Bank BJB telah melakukan beberapa langkah sebagai upaya sosialisasi *corporate values* yang berada di bawah koordinasi Divisi *Change Management Office*. Proses sosialisasi tersebut dibantu pula oleh *Change Leaders* dan *Change Agents* yang telah ditunjuk di seluruh unit kerja untuk dapat mensosialisasikan perubahan budaya kepada unit kerjanya masing-masing.

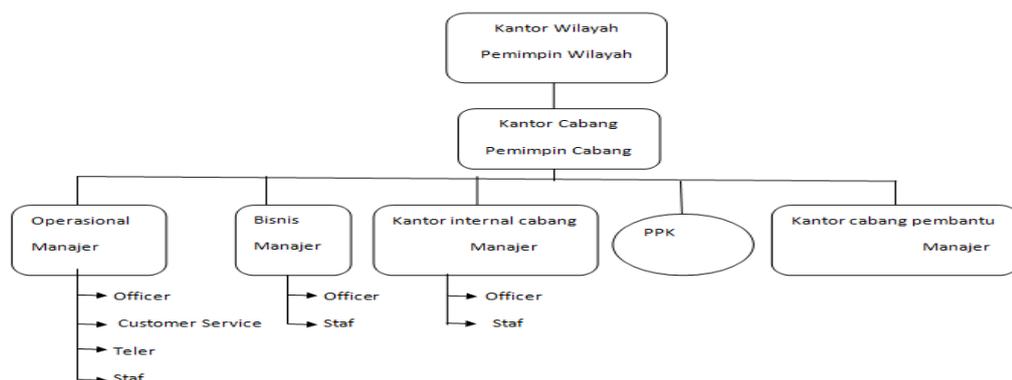
1.1.5 Struktur Organisasi Perusahaan



GAMBAR 1.2

Struktur Organisasi Bank Bjb

Sumber : www.bankbjb.co.id, 2018



GAMBAR 1.3

Struktur Organisasi Bank BJB Cabang Buah Batu Bandung

Sumber : Data perusahaan, 2018

Penjelasan dari struktur organisasi Bank Bjb Cabnag Buah Batu Bandung, sebagai berikut:

Struktur organisasi Bank Bjb merupakan gambaran akan pentingnya sebuah pola kegiatan yang memberikan kejelasan kedudukan, tanggung jawab dan uraian tugas untuk mempermudah koordinasi karena adanya keterkaitan pada tiap bagian dari perusahaan. Seperti pada umumnya perusahaan yang sudah Go Public, Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) berada di posisi tertinggi dalam struktur organisasi bank bjb. RUPS secara langsung membawahi Direktur Utama dan Dewan Komisaris. Dalam memimpin Bank Bjb, Direktur Utama secara langsung membawahi 3 divisi dan 5 orang direktur lainnya yang secara struktur organisasi berada dibawah Direktur Utama. Divisi yang langsung dibawah Direktur Utama antara lain divisi Change Management Office (CMO) ; divisi Audit Internal; divisi Corporate Secretary. Sedangkan 5 Direktur yang berada dibawah Direktur Utama terdiri dari Direktur Komersial ; Direktur Konsumer ; Direktur Operasional ; Direktur Trisuri & Internasional; Direktur Kepatuhan & Manajemen Risiko. Sedangkan untuk struktur organisasi untuk kantor wilayah dan cabang merupakan unit bisnis yang mengelola seluruh bisnis dan kegiatan bank.

1. Aspek produksi

Sebagaimana yang kita ketahui bahwa dalam proses produksinya, Bank Bjb berhadapan langsung dengan masyarakat sebagai konsumennya. Oleh karena itu dalam pelayanannya, terdapat standar untuk memastikan kualitas layanan yang diberikan sesuai dengan standar yang ditetapkan Bank Bjb.

2. Aspek keuangan

Dari segi keuangan, PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten, Tbk termasuk kategori perusahaan dengan tingkat pendapatan cukup tinggi. Sesuai dengan fungsi awal Bank Bjb dibentuk yakni sebagai bank yang berfungsi sebagai penggerak dan pendorong laju pembangunan daerah dan sebagai pelaksana penyimpanan uang daerah serta sebagai salah satu sumber pendapatan asli daerah, mayoritas saham pada PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten dipegang oleh Pemerintah

Daerah (Pemda) namun perusahaan ini juga memiliki saham yang dimiliki publik (IPO 07 Juli 2010). Struktur pemegang saham Bank Bjb terdiri dari Pemerintah Provinsi Jawa Barat, Pemerintah Provinsi Banten, Pemerintah Kota/Kabupaten se-Jawa Barat, Pemerintah Kota/Kabupaten se-Banten yang memiliki seluruh saham seri A, sedangkan seri B merupakan saham yang dilepas ke publik sebanyak 25% dari total saham. Saham seri A dan seri B memiliki hak, namun demikian pemegang saham seri A tetap memiliki fungsi kontrol yang kuat dalam hal pengangkatan/pemberhentian Dewan Komisaris dan Direksi, perubahan Anggaran Dasar, penggabungan, peleburan dan pengambilalihan serta pembubaran dan likuidasi perusahaan. Saham seri A adalah saham yang tidak aktif diperdagangkan (dimiliki oleh Pemda), sedangkan saham seri B adalah saham yang aktif diperdagangkan di bursa. Dana yang diperoleh dari hasil Penawaran Umum ini dipergunakan oleh Bank Bjb untuk penguatan modal perusahaan dalam rangka mendukung ekspansi kredit, terutama sektor UMKM dan perluasan jaringan. Sesuai dengan strategi yang diformulasikan untuk periode 2011-2012, yakni pembangunan infrastruktur baru yang meliputi pengembangan kompetensi SDM dan infrastruktur TI yang ditunjukkan untuk :

- a. Pendanaan SME (UMKM) dan mikro
- b. Consumer dan Commercial banking
- c. Treasury & International

3. Aspek pemasaran

Seperti bank pada umumnya, Consumer banking merupakan tulang punggung bisnis Bank Bjb secara keseluruhan baik dari sisi pembiayaan maupun pendanaan. Kredit konsumen terbukti telah membawa Bank Bjb terus tumbuh semakin besar dari masa ke masa. Consumer banking yang dikelola Bank Bjb telah menjadi daya tarik tersendiri bagi kalangan investor baik lokal maupun asing. Bank yang mayoritas sahamnya dimiliki oleh Pemerintah Daerah di Jawa Barat dan Banten ini memiliki kedekatan emosional dengan Pegawai Negeri Sipil (PNS) dan masyarakat umum

khususnya di wilayah Jawa Barat dan Banten. Suatu hal yang menjadi modal penting di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat. Bank Bjb menyadari bahwa untuk menjadi bank yang terus tumbuh semakin besar itu memerlukan berbagai terobosan. Terobosan itu dapat diciptakan melalui penetrasi pasar ke segmen-segmen yang berbeda dengan sebelumnya. Bentuk penetrasi pasar yang dilakukan Bank Bjb dalam beberapa tahun terakhir antara lain :

- a. Perbankan komersial
 - b. Mikro
 - c. Kredit kepemilikan rumah (KPR)
4. Aspek sumber daya manusia

- a. Divisi sumber daya manusia

Manajemen Sumber Daya Manusia merupakan suatu aktivitas pada Bank Bjb untuk proses rekrutmen, pendayagunaan, pengembangan, dan pemeliharaan sumber daya manusia secara efektif dan efisien. Dalam rangka mendukung pencapaian visi dan misi Bank Bjb menjadi 10 bank terbesar dan berkinerja baik di Indonesia, Bank Bjb memiliki budaya perusahaan sendiri guna mendapatkan pencapaian yang baik. Budaya tersebut mencerminkan semangat Bank Bjb dalam menghadapi persaingan yang ketat dan dinamis. Nilai-nilai budaya perusahaan yang telah dirumuskan yaitu “ GO SPIRIT ” merupakan perwujudan dari Service Excellence, Professionalism, Integrity, Respect, Intelligence, dan Trust. Secara struktur organisasi bank bjb, Divisi SDM berada di bawah koordinasi langsung Direktur Kepatuhan & Manajemen Risiko. Sampai dengan saat ini Bank Bjb memiliki lebih dari 6.829 karyawan sedangkan di kantor cabang Buah Batu dan kantor cabang pembantu yang membawahnya terdapat 136 karyawan. Komposisi karyawan Bank bjb dapat diklasifikasikan berdasarkan usia, jenjang pendidikan, jenjang manajemen dan status kepegawaian. Sumber Daya Manusia bank bjb harus menempatkan fungsinya mendukung unit bisnis & support dengan peran sebagai berikut :

- 1) Mitra Bisnis Strategis : mempunyai kemampuan dalam menterjemahkan strategi bisnis yang ditetapkan perusahaan menjadi tindakan-tindakan dalam pengelolaan SDM yang fokus untuk menunjang pencapaian kinerja setiap unit kerja.
 - 2) Tertib Administrasi : memiliki data-data kepegawaian yang akurat & berguna bagi proses pengelolaan SDM.
 - 3) Agen Perubahan : mampu menjadi katalisator proses perubahan yang dicanangkan oleh perusahaan secara efektif.
- b. Grup perencanaan dan pengembangan SDM
- Grup Perencanaan & Pengembangan SDM memiliki tugas utama sebagai berikut :
- 1) Perencanaan : Merencanakan kebutuhan SDM dengan baik sesuai dengan kebutuhan bisnis perusahaan, mengembangkan & mendorong karir pegawai berdasarkan kompetensi & kinerjanya melalui berbagai kegiatan pembinaan & kesempatan pengisian jabatan.
 - 2) Rekrutmen : Melakukan proses seleksi, rekrutmen & penempatan secara efektif untuk mengisi kebutuhan perusahaan.
 - 3) Pengembangan : Mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk program pengembangan karyawan secara periodik.
- c. Grup administrasi SDM
- Dalam proses manajemen SDM, Grup Administrasi SDM memiliki tugas utama sebagai berikut :
- 1) Administrasi & Hubungan Kepegawaian : Melakukan proses Administrasi kepegawaian secara tertib administrasi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
 - 2) Sistem Informasi SDM : Mengelola Databasekepegawaian dan proses administrasi melalui HRIS yang mampu mendukung kebutuhan operasional & penetapan kebijakan bidang SDM.

- 3) Kompensasi & Pensiun : Pembayaran hak-hak untuk pegawai baik selama aktif maupun setelah masa bakti berakhir sesuai ketentuan dan regulasi yang berlaku.
- 4) Outsourcing / PKWT : Untuk lebih mendukung kinerja perusahaan dan pelaksanaan fungsi-fungsi dan rantai pekerjaan, maka dibutuhkan support yang dilaksanakan melalui tenaga outsourcing / PKWT.

1.1.6 Lokasi Bjb Cabang Buah Batu Bandung

Nama Perusahaan : PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Cabang Buah Batu Bandung

Alamat : Jl. Buah Batu No.254, Cijagra, Lengkong, Kota Bandung, Jawa Barat 40265

Telepon / Fax : (022) 7304586



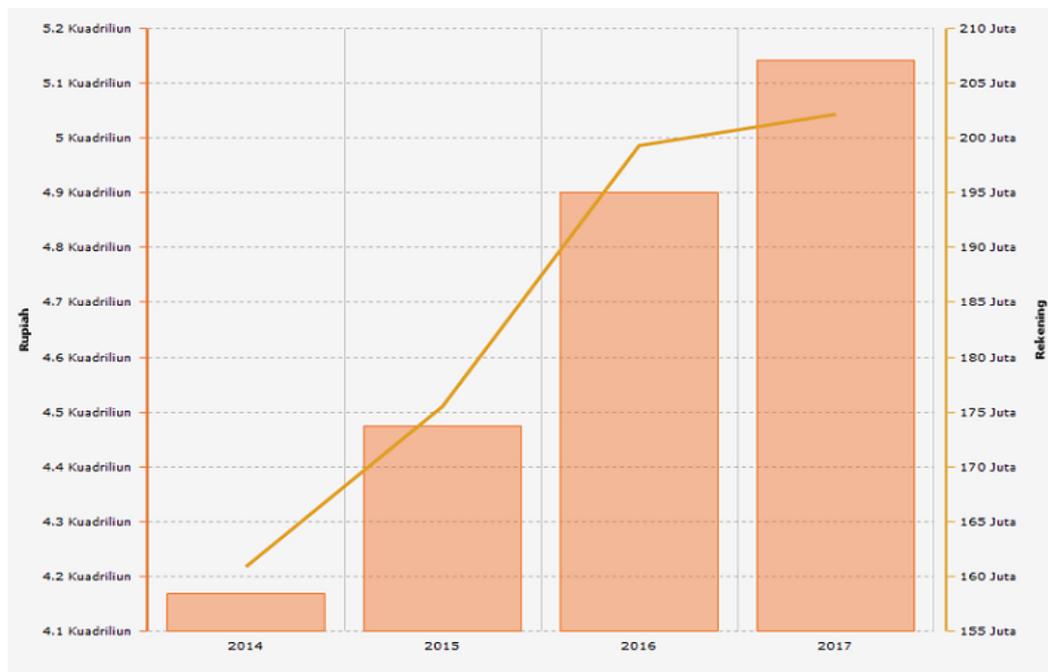
GAMBAR 1.4

Bank BJB Cabang Buah Batu Bandung

Sumber : Google.com, 2018

1.2 Latar Belakang

Semakin berkembangnya jasa perbankan di Indonesia, mengakibatkan persaingan yang semakin tinggi. Persaingan tersebut menuntut setiap perbankan untuk memperhatikan keinginan nasabah dan memenuhi harapan nasabah, namun yang lebih penting adalah berusaha sebaik-baiknya untuk mempertahankan dan membina hubungan jangka panjang dengan nasabah. Industri perbankan telah mengalami perubahan besar dalam beberapa tahun terakhir, dengan masuknya bank-bank asing di Indonesia dan juga industri perbankan nasional. Oleh karena itu, bank-bank nasional khususnya bank pemerintah harus bisa bersaing lebih kompetitif untuk memenangkan persaingan dalam industri perbankan saat ini (Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/>).



GAMBAR 1.5

Jumlah Rekening dan Nilai Simpanan Perbankan 2014-2017

Sumber : www.databoks.katadata.co.id, 2017

Berdasarkan Gambar 1.5 dapat dilihat bahwa setiap tahun terjadi peningkatan jumlah rekening dan nilai simpanan nasabah. Peningkatan jumlah rekening dan nilai nasabah di Indonesia dapat terjadi karena kebutuhan masyarakat Indonesia untuk kegiatan perekonomian, sehingga masyarakat lebih mudah dalam hal

perniagaan maupun untuk investasi masa depan. Oleh karena itu semakin banyaknya kegiatan perekonomian yang dimasuki oleh masyarakat keadaan ini menuntut khususnya para perbankan di Indonesia untuk melakukan berbagai macam perubahan(*Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/>*).

Salah satu Bank yang berperan dalam menunjang pertumbuhan ekonomi suatu bangsa salah satunya ialah Bank Pembangunan Daerah. Tujuan adanya Bank Pembangunan Daerah yang paling utama yaitu untuk menopang program pemerintah dalam membangun daerahnya masing-masing. Hal yang dilakukan BPD untuk mendukung program pembangunan di daerah dilakukan dengan cara menyimpan kas pemerintah daerah, menghimpun dana dari masyarakat dan membantu menggerakkan ekonomi di daerah..Adanya Bank BPD didasarkan pada Undang-Undang no. 13 tahun 1962. Hingga tahun ini sudah terbentuk 26 Bank Pembangunan Daerah yang melayani hamper di setiap wilayah di Indonesia. Dengan adanya pemekaran wilayah porvinsi di akhir-akhir ini membuat ada beberapa BDP yang melayani lebih dari 1 provinsi, hal ini mungkin akan ada perubahan dalam waktu mendatang. Bank Bjb adalah salah satu bank pembangunan daerah Jawa Barat dan Banten yang memiliki nasabah dari berbagai lapisan berupa perorangan, pekerja, koperasi, badan usaha milik pemerintah maupun badan usaha swasta lainnya.

Bank Bjb adalah salah satu bank yang memasarkan berbagai simpanan, Bank Bjb memiliki produk tabungan reguler saving unggulan yaitu Bjb Tandamata. Dengan Bjb Tandamata, nasabah dapat menabung untuk mempersiapkan biaya pendidikan, hari tua, investasi, sekaligus untuk melakukan transaksi. Bjb Tandamata memberikan fasilitas-fasilitas tabungan dengan berbagai jenis dan fungsi yang berbeda, memiliki produk turunan yang tidak kalah menarik diantaranya Bjb Tandamata Gold, Bjb Tandamata Dollar, Bjb Tandamata Purnabhakti, Bjb Tandamata Berjangka, Bjb Tandamata Bisnis dan Bjb Tandamata MyFirst(*sumber: www.bankbjb.co.id*)

Pertumbuhan Aset 15 Bank Besar Secara Bank Only Periode 2016–Juni 2017

	QIV/2016	QI/2017	QII/2017
BRI	964	954,17	983
Bank Mandiri	918,18	910,37	936,27
BCA	662,59	674,3	723,87
BNI	564,84	577,52	588,8
Bank CIMB Niaga	236,95	232,77	238,3
BTN	214,16	214,31	224,06
Bank Panin	183,71	190,69	193,3
Maybank Indonesia	155,01	153,25	159
Bank Danamon	149,43	146,72	150,36
Bank Permata	165,23	164,4	144,28
Bank OCBC NISP	138,9	143,94	143,41
Bank Bukopin	99,17	108,81	108,81
Bank BJB*	95,88	101,89	101,89
Bank UOB Indonesia*	94,09	95,85	95,85
BTPN	84,74	89,64	89,64

GAMBAR 1.6

Pertumbuhan Aset 15 Bank Besar Periode 2016 – 2017

Sumber: www.bandung.bisnis.com, 2017

Berdasarkan Gambar 1.6 dapat dilihat bahwa Bank Bjb masih menduduki peringkat ke-13 dalam pertumbuhan aset bank besar secara Bank Only periode 2016-Juni 2017 dan masih terungguli oleh kompetitor perbankan yang lain, sehingga Bank Bjb berusaha untuk meningkatkan mutu pelayanan masyarakat. Oleh karena itu perlu adanya usaha lain yang lebih spesifik yang harus dilaksanakan oleh perusahaan agar dapat memenuhi segala kebutuhan dan keinginan konsumennya dibandingkan dengan apa yang diberikan oleh pesaingnya. Maka, Bank Bjb menerapkan *Customer Relationship Management* dengan harapan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen secara tepat, sehingga dapat mendorong pencapaian kepuasan dalam diri konsumen terhadap suatu produk tersebut. Kepuasan konsumen menjadi faktor penting dalam terciptanya suatu loyalitas, dengan merasa puas terhadap suatu produk maka secara otomatis konsumen akan kembali lagi untuk membeli dan mengkonsumsi produk tersebut (Sumber: www.bandung.bisnis.com, 2017)

Menurut Parvatiyar & Sheth (2001) dalam Munandar (2015:1) CRM merupakan strategi komprehensif dan proses untuk memperoleh, mempertahankan dan bermitra dengan para pelanggan tertentu untuk menciptakan nilai unggulan bagi perusahaan dan pelanggan. Kegiatan ini mencakup integrasi pemasaran, penjualan dan layanan pelanggan serta fungsifungsi rantai pemasok dari perusahaan dalam usahanya untuk memperoleh efisiensi dan efektivitas yang lebih besar dalam memberikan nilai pelanggan. *Customer Relationship Management* (CRM) telah berkembang menjadi paradigma bagi perusahaan dalam menciptakan kedekatan hubungan antara perusahaan dengan pelanggan. Kedekatan hubungan perusahaan dengan pelanggan dimaksudkan agar pelanggan tetap atau lebih loyal, dan tetap mengkonsumsi produk atau jasa perusahaan.

Pentingnya implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) pada perusahaan juga disebabkan *Customer Relationship Management* (CRM) memiliki kemampuan untuk memahami apa yang menjadi kebutuhan pelanggan serta mengantisipasi perilaku negatif pada saat berinteraksi langsung dengan pelanggan. Nikhasemi et al. (2013:90) dalam jurnalnya yang berjudul "Internet Technology CRM and Customer Loyalty : Customer Retention and Satisfaction Perspective" menyatakan bahwa CRM dapat menyampaikan nilai kepada pelanggan sehingga pelanggan dapat mengingatnya dan dengan demikian akan meningkatkan loyalitas pelanggan dalam jangka waktu yang lama. Strategi bisnis, secara teoritis, akan menciptakan keunggulan bersaing dalam pasar tetapi kesalahan dalam pengimplementasiannya tidak akan menghasilkan keuntungan apapun. Hal tersebut mengundang minat pembahasan berkenaan implementasi strategi.

Penerapan program *Customer Relationship Management* (CRM), diharapkan mampu membuat pelanggan menjadi setia kepada perusahaan sehingga hubungan yang terjadi tidak hanya hubungan antara penjual dan pembeli, tetapi lebih mengarah kepada suatu hubungan mitra. Perusahaan menjadi lebih memahami apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh pelanggan sehingga pelanggan enggan untuk berpaling kepada pesaing. Meskipun sangatlah penting mencari pelanggan baru agar pelanggan bertambah tetapi mempertahankan pelanggan jauh lebih

penting karena biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh pelanggan baru lima kali lebih besar dibandingkan biaya yang dikeluarkan untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada, pelanggan baru memerlukan sejumlah besar usaha untuk membujuk pelanggan yang sudah terpuaskan agar meninggalkan pemasok lamanya (Kotler 2013:153).

Tolak ukur keberhasilan suatu bank, salah satunya bergantung pada ketertarikan nasabah. Semakin banyak nasabah yang tertarik, maka semakin banyak dana yang terhimpun dan diputar kembali dengan meraih profitabilitas secara maksimal. Penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) dalam menjalin komunikasi dengan pelanggan dipandang sangat efektif dalam memberikan pelayanan kepada nasabahnya. Dengan begitu, “membangun relasi” yang baik dengan pelanggan akan jauh lebih bermakna bagi pelanggan daripada sekedar “menjual”, karena produk atau jasa yang bermutu tinggi. Dalam kenyataannya, akan selalu ada pesaing yang akan menyaingi produk atau jasa yang ditawarkan, kecuali untuk produk atau jasa yang benar-benar unik, langka dan tak banyak orang yang menyediakannya. Membangun hubungan pelanggan yang benar-benar dekat, sehingga perusahaan mengetahui banyak hal mengenai pelanggannya memang tidaklah mudah. Apalagi, kalau jumlah pelanggan tersebut cukup banyak yang hampir tidak memungkinkan perusahaan memahami satu per satu pelanggannya dengan baik dan lengkap. Untuk itu, dibutuhkan suatu cara yang tepat agar perusahaan dapat mengetahui pelanggannya secara lebih baik, sehingga mampu melayani mereka dengan lebih baik pula. (www.jasnita.co.id, 2017).

Perusahaan mengetahui banyak hal mengenai pelanggannya memang tidaklah mudah. Apalagi, kalau jumlah pelanggan tersebut cukup banyak yang hampir tidak memungkinkan perusahaan memahami satu per satu nasabah dengan baik. Banyaknya nasabah yang ada pada Bank Bjb mengakibatkan berkurangnya hubungan komunikasi yang efektif. Sehingga, terjadinya pelayanan yang tidak sesuai dengan keinginan para nasabah. Maka hal tersebut akan berdampak terhadap kurangnya loyalitas konsumen terhadap pihak Bank Bjb. Adanya hal tersebut perusahaan dituntut untuk semakin mampu memberikan pelayanan yang

benar-benar memiliki value yang setara dengan yang diharapkan pelanggan. Kesenjangan nilai pemenuhan perusahaan dengan yang diharapkan pelanggan akan membuat pelanggan cenderung beralih ke pesaing. Sehingga, harus membangun hubungan pelanggan yang benar-benar dekat.

Berkenaan dengan hal diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Tinjauan Mengenai Aktivitas *Customer Relationship Management* (CRM) pada Bank Bjb Cabang Buah Batu Bandung Tahun 2018.”**

1.3 Rumusan Masalah

Permasalahan yang dapat dirumuskan berdasarkan latar belakang diatas, yaitu: Bagaimana aktivitas *Customer Relationship Management* (CRM) pada Bank Bjb Cabang Buah Batu Bandung?

1.4 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui aktivitas *Customer Relationship Management* (CRM) pada Bank Bjb Cabang Buah Batu Bandung.

1.5 Kegunaan penelitian

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kegunaan sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan masukan bagi perusahaan berkaitan dengan penerapan aktivitas *Customer Relationship Management* (CRM) .

2. Bagi institusi

Penelitian ini diharapkan mampu menjelaskan pentingnya penerapan aktivitas *Customer Relationship Management* (CRM) dan menjadi tambahan penelitian yang berguna sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya.

3. Bagi penulis

Penelitian ini adalah salah satu bentuk implementasi dari ilmu-ilmu yang telah didapat selama perkuliahan dan juga menambah ilmu bagi peneliti mengenai *Customer Relationship Management* (CRM) serta implementasinya pada perusahaan.

1.6 Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi dengan beberapa masalah yang akan dibahas. Hal ini digunakan agar pembahasan dalam penelitian tidak terlalu luas dan dapat terarah. Adapun batasan masalah yang dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel yang menjadi fokus pembahasan pada penelitian ini adalah mengenai aktivitas *Customer Relationship Management* (CRM) pada perbankan khususnya Bank Bjb Cabang Buah Batu Bandung.
2. Periode pelaksanaan penelitian ini mulai dari Januari sampai dengan April 2018.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan tugas akhir penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas dan padat yang menggambarkan dengan tepat mengenai objek penelitian, latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan.

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini mengemukakan dengan jelas, ringkas, dan padat tentang hasil kajian kepustakaan yang terkait dengan topik dan variabel penelitian untuk dijadikan dasar bagi penyusunan kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis. Kajian kepustakaan bisa mencakup teori-teori yang sudah baku dalam buku teks maupun buku populer atau terapan (jika buku referensi luar terbatas), temuan-temuan terbaru yang ditulis dalam jurnal yang terpercaya, teori yang didapat dari undang-

undang / aturan pemerintah atau kebijakan perusahaan serta standar operasional prosedur yang diterapkan sebuah perusahaan. Hasil kajian tersebut kemudian digunakan untuk menguraikan kerangka yang kemudian menjadi dasar dalam membuat operasional variabel.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang tepat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian.

4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasannya harus diuraikan secara kronologis dan sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian. Sitematika pembahasan ini akan lebih tampak jelas luas cakupan, batas dan benang merahnya apabila disajikan dalam sub-judul tersendiri.

5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini disajikan penafsiran dan pemaknaan penulis terhadap hasil penelitian yang disajikan dalam bentuk kesimpulan. Kesimpulan merupakan jawaban dari perumusan masalah. Selain itu, penulis juga memberikan saran yang dirumuskan secara konkrit. Saran merupakan solusi kesimpulan dan berhubungan dengan deskripsi atau eksplorasi dari penelitian. Selain menyentuh aspek praktis, perumusan saran juga harus ada yang ditujukan untuk terapan (aplikasi) keilmuan. Solusi atau rekomendasi ditujukan kepada para pembuat kebijakan dan pengguna hasil penelitian.