

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. LATAR BELAKANG MASALAH

Pada prinsipnya setiap industri pada perusahaan jasa termasuk di dalamnya industri perbankan selalu memerlukan mutu pelayanan yang harus memuaskan pelanggan yang dilakukan secara konsisten dan berkesinambungan.

Menghadapi era globalisasi dan menyongsong pasar bebas dalam rangka AFTA, APEC, WTO yang akan datang, kita harus sudah siap dengan meningkatkan mutu pelayanan yang memuaskan di segala lapisan dalam rangka strategi pemasaran. Persaingan mutu pelayanan antar bank berkembang begitu cepat sekali, masing-masing bank berlomba-lomba untuk memikat nasabah dengan berbagai inacam produk yang baru serta strategi pemasaran yang berbeda antaiu satu bank dengan bank yang lainnya.

Oleh karena itu penulis tertarik untuk menguraikan dan memberanikan diri menuangkannya dalam paper ini dengan judul **"STRATEGI PELAYANAN PELANGGAN DI BANK LIPPO MEMASUKI ERA GLOBALISASI"**.

Pengutamaan mutu pelayanan sebagai strategi dasar pemasaran Bank Lippo berdasarkan beberapa faktor pertimbangan dan hipotesa antara lain sebagai berikut:

Perbankan wajib meningkatkan mutu pelayanan agar Bank Lippo tetap kompetitif dalam sektor perbankan di Indonesia mengingat adanya beberapa faktor antara lain sebagai berikut:

1. Perkembangan ekonomi dan industri perbankan yang pesat.
2. Peningkatan persaingan yang semakin ketat antar bank dilihat dari jumlah bank sebelum Pakto 1988 dan sekarang.
3. Menghadapi era liberalisasi jasa berupa go internasional mulai tahun depan.

1.2. SIGNIFIKANSI DAN RUANG LINGKUP STUDI

Studi mengenai mutu pelayanan sangat krusial dan signifikan karena mutu pelayanan yang prima baik kualitasnya maupun ketepatan waktu dapat merupakan sumber dari keunggulan kompetitif dari Bank, mengingat bahwa produk/jasa perbankan semakin menjadi komoditas bila tidak didukung oleh differensiasi dalam mutu pelayanan.

Ruang lingkup studi ini adalah mutu pelayanan di Bank Lippo Cabang Roxy Mas. Namun hasil studi tersebut dapat mencerminkan masalah yang dihadapi oleh Bank-Bank komersial lainnya baik di lingkungan Lippo Group maupun di luar. Lingkup lain yang perlu diperhatikan adalah bahwa studi ini terfokus pada retail/consumer banking bukan corporate banking.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis mengadakan pembagian yang terdiri dari beberapa bab. Masing-masing bab memuat suatu uraian yang terpisah tetapi secara keseluruhan bab-bab tersebut satu dengan lainnya memiliki kaitan.

1.3. METODE PENELITIAN

Penulis melakukan penelitian terhadap masalah yang akan dibahas sehingga dapat diperoleh bahan-bahan yang diperlukan guna menyusun skripsi ini agar menjadikannya lebih bermutu.

A. Library Research

Dengan menggunakan buku-buku marketing seperti:

- Rencana Pemasaran

Oleh : Malcom H.B. Mc. Donald

- Global Paradox

Oleh : John Naisbitt

- Advance Marketing Strategy

Oleh : Glen. L. Urbar & Steven H. Star

B. Field Research

Penulisan secara langsung telah dilakukan ke lapangan, di Bank Lippo Cabang Roxy Mas dan mengadakan diskusi serta dialog dengan para staff.