

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Komunikasi menurut Rayudaswati (2010:10) dalam bukunya yang berjudul Pengantar Ilmu Komunikasi menjelaskan bahwa “Komunikasi adalah suatu upaya yang disengaja serta mempunyai tujuan.” Komunikasi merupakan hal penting di mana komunikasi dilakukan hampir kebanyakan orang setiap harinya, hal ini dikarenakan komunikasi selalu digunakan dalam kehidupan sehari-hari manusia. Oleh karena itu manusia tidak bisa lepas dari komunikasi. Dalam kehidupan sehari-hari komunikasi digunakan oleh manusia sebagai batu loncatan untuk mencapai tujuan mereka, contohnya seorang sales dituntut untuk menjual sejumlah produk dalam waktu tertentu, tentu dia bisa diam saja dan menunggu ada orang yang tertarik akan produk yang dia jual, namun karena dia harus menjual produk dia secepat mungkin dia membutuhkan cara lain, dan cara tersebut adalah menawarkan produknya tersebut kepada orang lain.

Saat melakukan komunikasi tidak semua orang akan mengerti atau akan setuju dengan apa yang kita sampaikan oleh karena itu kita membutuhkan yang namanya komunikasi persuasif. Komunikasi persuasif itu sendiri menurut Aristyavani (2017) adalah komunikasi yang bertujuan untuk mengubah atau memengaruhi kepercayaan, sikap, dan perilaku seseorang, sehingga bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan

oleh komunikator. Maka dari itu komunikasi persuasif sangat dibutuhkan manusia apalagi yang memiliki pekerjaan di bidang jasa.

Menurut Undang Undang tentang perbankan Nomor 10 Tahun 1998 (pasal 5 ayat 1), jenis bank ada 2 dibedakan dari fungsinya, yaitu: Bank Umum, dan Bank Perkreditan Rakyat. Mengacu pada Undang-undang tentang perbankan Nomor 10 Tahun 1998 (pasal 1 ayat 3), dijelaskan bahwa bank umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Sedangkan Bank Perkreditan Rakyat (BPR) adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran (pasal 1 ayat 4). Bisa dijelaskan bahwa perbedaan Bank umum dan Bank Perkreditan Rakyat adalah di jasa yang diberikan kepada nasabah. Sebagai bank, BPR memiliki fungsi utama untuk menjalankan fungsi perantara keuangan. Fungsi tersebut adalah mengumpulkan dana masyarakat dan menyalurkan kembali ke masyarakat, bisa dalam bentuk kredit atau dalam bentuk lainnya dengan tujuan untuk mendorong kegiatan usaha masyarakat. Pihak yang diutamakan untuk mendapatkan saluran dana tersebut adalah usaha retail dan kredit kecil

Namun karena adanya pandemi COVID 19 yang masuk ke Indonesia pada awal tahun 2020, BPR mulai menghadapi kesulitan dalam mempertahankan apalagi meningkatkan modal usaha mereka. Menurut berita yang dikeluarkan

oleh Bengkulu News (Khansa Khairunnisa Prosiana, 2020) permasalahan yang dihadapi BPR salah satunya adalah tentang resiko peningkatan kredit macet, yaitu kondisi di mana debitur mengalami kesulitan dalam pembayaran pinjamannya. Kebijakan *work from home* ditambah dengan *social distancing* dari pemerintah, situasi ini membuat para pekerja tidak dapat bekerja dan memperoleh penghasilannya secara normal. Akibatnya, mereka akan lebih mengutamakan mengeluarkan penghasilannya untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari ketimbang untuk membayar pinjaman.

Menurut dari berita yang diberikatakan di liputan 6 (Dwi Aditya Putra, 2020) , Lembaga Penjaminan Simpanan (LPS) mengklarifikasi pernyataannya yang menyebutkan terdapat tujuh bank yang gagal selama masa pandemi Covid-19. Selama periode Januari sampai dengan Oktober 2020, terdapat 6 BPR yang dicabut izin usahanya oleh OJK. Selanjutnya, LPS melakukan penjaminan simpanan dan likuidasi terhadap 6 BPR yang dicabut izin usahanya tersebut. Berita ini menunjukkan bahwa pandemi COVID 19 memberikan kesulitan baru bagi Bank Perkreditan Rakyat (BPR). Oleh karena itu dalam kondisi seperti ini *Funding Officer* benar benar dituntut untuk mencari nasabah baru dan memberikan pelayanan kepada mereka dengan tujuan supaya nasabah dan calon calon nasabah menempatkan uang mereka ke dalam BPR. Hal ini tentunya menunjukkan betapa penting komunikasi persuasif dalam kegiatan yang dilakukan seorang *Funding Officer* karena seorang *Funding Officer* harus bisa menyakinkan kepada nasabah atau calon nasabah untuk menempatkan

uang mereka dalam BPR apapun situasinya, oleh karena itu sangatlah penting bagi seorang *Funding Officer* untuk memahami komunikasi persuasif. Selain itu *Funding Officer* juga bertugas untuk memelihara hubungan antara nasabah dengan BPR supaya meningkatkan rasa kepercayaan dan kenyamanan terhadap BPR sehingga nasabah enggan untuk memasukkan uang mereka ke bank lain dan terus untuk memasukkan uang mereka ke dalam BPR. Dalam hal ini bisa dilihat bahwa komunikasi persuasif dibutuhkan oleh seorang *Funding Officer* karena dalam mempertahankan dan memelihara kepercayaan, dan kenyamanan nasabah seorang *Funding Officer* harus bisa meyakinkan para nasabahnya untuk berpikir bahwa memasukkan uang mereka ke dalam BPR merupakan ide yang bagus dan bukan merupakan sebuah kesalahan, hal ini bisa ditunjukkan oleh *Funding Officer* dari pelayanan yang diberikan untuk para nasabahnya. Tentunya hal yang dilakukan oleh seorang *Funding Officer* tersebut juga dapat dilihat di tempat kerja pemegang yaitu di BPR Pasar Boja.

Selain menggunakan *Funding Officer* untuk menarik minat masyarakat untuk menjadi nasabah BPR Pasar Boja, BPR Pasar menggunakan website mereka untuk memperlihatkan penghargaan penghargaan yang BPR Pasar Boja dapatkan untuk menambahkan rasa kepercayaan kepada calon calon nasabah maupun nasabah BPR Pasar Boja.

Berdasarkan informasi dari BPR pasar Boja , Pasar Boja sudah berdiri dari tanggal 24 Juni 1989 dan berkantor pusat di Kecamatan Boja, Kabupaten Kendal

Provinsi Jawa Tengah dengan bentuk Perseroan Terbatas, yang merupakan wujud dari kebutuhan akan pelayanan perbankan yang lebih baik yang memiliki basis budaya masyarakat lokal. Seiring dengan perkembangan BPR Pasar Boja, pada tahun 2003 BPR Pasar Boja membuka kantor cabang di Kota Semarang dan hingga saat ini telah membuka 2 kantor kas dengan Visi menjadi BPR yang sehat, Besar, dan Kuat. BPR Pasar Boja merupakan salah satu lembaga keuangan yang berkembang dan menyediakan beragam jasa dan layanan perbankan, dengan produk utamanya yaitu Kredit, Tabungan, Deposito. Tentunya BPR Pasar Boja memiliki sumberdaya manusia yang profesional dan berkualitas di bidang perbankan sehingga BPR Pasar Boja mampu bersaing dengan kompetitor mereka.

## **1.2 Tujuan Magang**

1. Untuk mengetahui fungsi dari komunikasi persuasif yang digunakan *Funding Officer* untuk memelihara hubungan dengan nasabah BPR Pasar Boja
2. Untuk mengetahui penerapan komunikasi persuasif yang dapat mempengaruhi hubungan dengan nasabah.

## **1.3 Ruang Lingkup dan Batasan**

Ruang lingkup magang pemegang dalam BPR Pasar Boja adalah sebagai asisten *Funding Officer*. Pemegang diminta oleh BPR Pasar Boja untuk menghimpun dana bagi BPR Pasar Boja dengan cara menawarkan produk BPR Pasar Boja kepada masyarakat atau melayani calon nasabah yang tertarik akan produk milik BPR Pasar

Boja. Pemegang juga diminta untuk menjalin hubungan yang baik dengan nasabah supaya nasabah menjadi lebih nyaman dan percaya kepada pemegang supaya nasabah tetap ingin mempercayakan uang mereka kepada BPR Pasar Boja. Selain itu pemegang juga memiliki tugas untuk bergerak di lapangan bersama dengan supervisor untuk melaksanakan “jemput bola” yang artinya melaksanakan kegiatan penarikan dan penyimpanan uang di luar area BPR Pasar Boja,. Kegiatan “jemput bola” ini dilakukan sebagai salah satu cara untuk menambahkan rasa kenyamanan nasabah kepada BPR Pasar Boja dan juga sebagai cara untuk menambah nasabah baru. Selain itu jika pemegang sudah memiliki relasi yang baik dengan nasabah, pemegang diminta untuk mulai mencari potensial nasabah lain dari nasabah tersebut. Pemegang juga diminta untuk mencatat dan mengingat nasabah nasabah yang memiliki tabungan deposito untuk diberikan pelayanan lebih, seperti mengantarkan secara langsung kue ulang tahun untuk nasabah , memberikan cinderamata kepada nasabah. Selain itu pemegang juga diminta untuk memberikan informasi mengenai penawaran baru yang dimiliki BPR Pasar Boja.

#### **1.4 Lokasi dan Waktu Magang**

Pemegang melaksanakan kegiatan magang di PT BPR Pasar Boja, yang berlokasi di :

**Alamat :** Jl. Jend. Sudirman No. 176-A Semarang

**Waktu :** 620 jam (14 September 2020 – 13 Desember 2020)