BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam perusahaan atau lembaga apapun suatu strategi tidak dapat diabaikan dan dinilai sangat penting. Oleh karena itu, setiap perusahaan atau lembaga mempunyai fungsi dan tujuannya masing-masing. Tanpa strategi masalah-masalah di dalam perusahaan akan sulit diatasi bahkan bisa berantakan karena tidak terorganisir dengan baik. Untuk itu, sebuah lembaga/perusahaan memerlukan suatu strategi dengan pemahaman dari berbagai perspektif/sumber terhadap situasi dan tantangan yang dihadapi oleh perusahaan/lembaga. Perumusan strategi menjadi tanggungjawab pimpinan dalam perusahaan sebagai pengambil kebijakan dan keputusan atas setiap tindakan yang akan dilakukan. Namun demikian strategi perusahaan bukan hanya urusan pada pimpinan saja, tetapi sudah menjadi urusan seluruh pihak terkait tidak ada pengecualian dalam perumusan strategi perusahaan.

Menurut Glueck dan Jauch yang dikutip oleh Murad dan Henry Sitanggang, pengertian strategi adalah:

> "rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan/lembaga dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi". (Muran dan Henry Sitanggang 1998)

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, dana menyalurkannya pada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan tarif hidup masyarakat banyak menurut UU no.7 tahun 1992 tentang perbankan sebagaimana telah diubah dengan UU no.10 tahun 1998. Definisi bank diatas memberi tekanan bahwa bank dalam melakukan usahanya terutama menghimpun dana dalam bentuk simpanan yang merupakan sumber dana bank. Demikian pula dari segi penyaluran dananya, hendaknya bank tidak semata-mata meperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya bagi pemilik tapi juga kegiatannya itu haus pula diarahkan pada peningkatan taraf hidup masyarakat, definisi tersebut merupakan komitmen bagi setiap bank yang menjalankan usahanya di Indonesia. Agar masyarakat mau menyimpan uangnya di bank, maka pihak bank memberikan rangsangan berupa balas jasa yang akan diberikan kepada nasabah. Balas jasa tersebut dapat berupa bunga, bagi hasil, hadiah, pelayanan atau balas jasa lainnya. Oleh karena itu, pihak bank harus memberikan berbagai rangsangan dan kepercayaan sehingga masyarakat berminat untuk menyimpan dananya. Di Indonesia tidak terlepas dari Bank Mandiri merupakan salah satu Bank terbesar di Indonesia termasuk di kota Bandung, Jawa Barat. Bank Mandiri didirikan pada 2 oktober 1998, sebagai bagian dari program restrukturasi perbankan yang dilaksanakan oleh pemerintah, yaitu Bank Bumi Daya, Bank Dagang Negara, Bank Ekspor Impor Indonesia dan Bank Pembangunan Indonesia. Sampai dengan hari ini,

Bank Mandiri meneruskan tradisi selama lebih dari 140 tahun memberikan kontribusi dalam dunia perbankan dan perekonomian Indonesia.

Agar masyarakat mau menyimpan uangnya di bank, maka pihak bank Mandiri memberikan rangsangan berupa balas jasa yang akan diberikan kepada nasabah. Balas jasa tersebut dapat berupa bunga, bagi hasil, hadiah, pelayanan atau balas jasa lainnya. Oleh karena itu, pihak bank harus memberikan berbagai rangsangan dan kepercayaan sehingga masyarakat berminat untuk menyimpan dananya.

Setelah memperoleh dana dalam bentuk simpanan dari masyarakat, maka oleh bank dana tersebut diputarkan kembali ke masyarakat dalam bentuk pinjaman atau lebih dikenal dengan istilah kredit (*lending*). Dalam pemberian kredit juga dikenakan jasa pinjaman kepada penerima kredit (debitur) dalam bentuk bunga dan biaya administrasi.

Besarnya bunga kredit sangat dipengaruhi oleh besarnya bunga simpanan. Semakin besar atau semakin mahal bunga simpanan, maka semakin besar pulabunganya. Keuntungan utama dari bisnis perbankan yang berdasarkan prinsip konvensional diperoleh dari selisih bunga simpanan yang dibebankan kepada penyimpan dengan bunga pinjaman kredit yang disalurkan.

Disamping itu bank juga melakukan kegiatan jasa-jasa pendukung lainnya. Jasa-jasa ini diberikan untuk mendukung kelancaran kegiatan menghimpun danmenyalurkan dana, baik yang berhubungan langsung dengan

kegiatan simpanan dan kredit maupun tidak langsung. Sebagai bank Negeri yang memiliki kredibilitas tinggi di mata pelanggannya tentu saja Bank Mandiri memerlukan Manajemen *PR* untuk dapat mewujudkan terciptanya jasa Kartu Kredit dalam meningkatkan minat pelanggan. Pentingnya Manajemen *PR* memang tidak perlu diragukan lagi. Karena Manajemen *PR* merupakan salah satu fungsi strategis dalam manajemen perusahaan. (sumber:tinjauan terdahulu)

Definisi Manajemen PR menurut Gurnig dan Hunt menyatakan public relations sebagai manajemen komunikasi antara sebuah organisasi dan publiknya :

> "Manajemen PR adalah proses perencanaan, pengorganisasian, aksi, dan pengevaluasian/pengawasan suatu kegiatan komunikasi yang disponsori oleh organisasi. Proses manajemen humas biasa dilakukan oleh seorang praktisi dalam kegiatan PR (Gurnig dan Hunt,1984)"

Situasi seperti ini merupakan tantangan bagi Manajemen *PR* untuk menjawabnya dengan kiat atau strategi dan teknik Manajemen *PR* tertentu. Dengan kiat strategi Manajemen *PR,* ia akan mampu mengatasi situasi dan persoalan, bagaimanapun bentuknya, khususnya jika tengah berhadapan dengan suatu krisis kepercayaan, krisis manajemen, dan krisis lainnya.

Manajemen *PR* pada umumnya dianggap sebagai bagian dari strategi pemasaran organisasi. Strategi sendiri pada hakikatnya merupakan perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang

hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.

Strategi komunikasi harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi. Individu dan organisasi memang bisa lestari tanpa Manajemen *PR,* tetapi dengan Manajemen *PR* yang terencana, suatu perusahaan bisa mengharapkan hasil yang lebih baik dan reputasi yang semakin meningkat.

Tidjan (1976:71) mengemukakan bahwa minat adalah :

> "Gejala psikologis yang menunjukan pemusatan perhatian terhadap suatu obyek sebab ada perasaan senang. Dari pengertian tersebut jelaslah bahwa minat itu sebagai pemusatan perhatian atau reaksi terhadap suatu obyek seperti benda tertentu atau situasi tertentu yang didahului oleh perasaan senang terhadap obyek tersebut ".

Minat dapat menjadi sebab sesuatu kegiatan dan hasil dari turut sertanya dalam kegiatan tersebut, begitu pula Bank Mandiri dengan memberikan kontribusi baru kepada para pendengar melalui produk Kartu Kredit diharapkan dapat meningkatkan minat para pelanggan.

Pelanggan terdiri dari berbagai karakteristik pelanggan yang beragam, mulai golongan rumah tangga, industri, bisnis, pemerintah, sosial, serta pelanggan *very important person (VIP)* sampai pelanggan dengan kategori *very-very important person (VVIP)*.

Banyak perusahaan yang bergerak dibidang jasa yang selalu berusaha meningkatkan minat pelanggan karena bagi perusahaan apapun khususnya

perusahaan jasa seperti yang diungkapkan oleh Edgar Sugiharto dalam bukunya Psikologi Pelayanan dalam industri jasa mengatakan bahwa :

> "Pelanggan adalah orang yang tergantung pada kita tapi kita tergantung kepadanya, pelanggan adalah orang yang membawa kita pada keinginannya, tidak seorang pun yang pernah menang argumentasi dengan pelanggan" (Vincent, 1997 : 33)

Pada permasalahan ini peneliti menggunakan fungsi-fungsi manajemen fundamental menurut George R. Terry:

1. *Planning* ialah menetapkan pekerjaan yang harus dilaksanakan oleh kelompok untuk mencapai tujuan yang digariskan *planning* mencakup kegiatan pengambilan keputusan, karena termasuk pemilihan alternatif-alternatif keputusan. Diperlukan kemampuan untuk mengadakan viualisasi dan melihat kedepan guna merumuskan suatu pola dari himpunan tindakan untuk masa mendatang.
2. *Organizing* mencakup : (a) membagi komponen-komponen kegiatan yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan kedalam kelompok-kelompok, (b) membagi tugas kepada seorang manajer untuk mengadakan pengelompokan tersebut dan (c) menetapkan wewenang diantara kelompok atau unit-unit organisasi. Pengorganisasian berhubungan erat dengan manusia, sehingga pencaharian dan penugasannya kedalam unit-unit organisai dimasukan sebagai bagian dari unsur *organizing*. Ada yang tidak berpendapat demikian, dan lebih condong memasukan staffing sebagai fungsi utama. Di dalam setiap kejadian, pengorganisasian melahirkan peranan kerja dalam struktur formal dan

dirancang untuk memungkinkan manusia bekerja sama secara epektif guna mencapai tujuan bersama.

3. *Actuating* atau disebut juga "gerakan aksi" mencakup kegiatan yang dilakukan seorang manager untuk mengawali dan melanjutkan kegiatan yang ditetapkan oleh unsur perencanaan dan pengorganisasian agar tujuan-tujuan dapat tercapai. *Actuating* mencakup penetapan dan pemuasan kebutuhan manusiawi dari pegawai-pegawainya, memberi penghargaan, memimpin, mengembangkan dan memberi komponsasi kepada mereka.
4. *Controlling* mencakup kelanjutan tugas untuk melihat apakah kegiatan-kegiatan dilaksanakan sesuai rencana. Pelaksanaan kegiatan dievaluasi dan peyimpangan-penyimpangan yang tidak diinginkan diperbaiki supaya tujuan-tujuan dapat tercapai dengan baik. Ada berbagai cara untuk mengadakan perbaikan, termasuk merubah rencana dan bahkan tujuannya, mengatur kembali tugas-tugas atau merubah wewenang, tetapi seluruh perubahan tersebut dilakukan melalui manusiannya. Orang yang bertanggungjawab atas penyimpangan yang tidak diinginkan itu harus dicari dan mengambil langkah-langkah perbaikan terhadap hal-hal yang sudah atau akan dilaksanakan. (sumber: George R. Terry, 1991:15)

Tujuan saya mengambil judul skripsi ini adalah agar mengetahui cara kerja sebuah divisi sebuah bank untuk meningkatkan produk yang mereka keluarkan. Disini saya mencari strategi dari Bank Mandiri

untuk meningkatkan pelanggannya melalui kartu kredit, karena kita sendiri tahu kartu kredit sangat diminati oleh sekumpulan orang yang mempunyai kebutuhan lebih, karena dengan kartu kredit mereka bisa mengurangi beban mereka lebih sedikit walaupun pada akhirnya mereka harus membayar apa yang mereka gunakan, menggunakan kartu kredit sama dengan kita berhutang, tetapi yang dimaksud hutang disini sah dan sebelum mempunyainya ada syarat-syarat yang harus dimiliki. Bank Mandiri, kita sendiri tahu Bank mandiri adalah salah satu bamk terbesar di Indonesia, disamping itu program-program yang diadakan Bank Mandiri selalu muncul dimana, serta cabangnya pun tersebar luas di Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti merumuskan masalah makro dan mikro kedalam bentuk pertanyaan, guna untuk membatasi lingkup permasalahan yang akan dikaji.

1.2.1 Rumusan masalah makro

"Bagaimana Strategi Manajemen PR Pada Divisi *Bussines Development Officer* Bank Mandiri Cabang Batununggal Bandung Dalam Mengkatkan Minat Pelanggan Melalui Kartu Kredit ?

1.2.2 Rumusan masalah mikro

Peneliti merumuskan identifikasi masalah berdasarkan rumusan masalah di atas yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana **tahap *plannning*** yang dilakukan Manajemen PR Pada Divisi *Bussines Development Officer* Bank Mandiri Cabang Batununggal Bandung Dalam Mengkatkan Minat Pelanggan Melalui Kartu Kredit ?

2. Bagaimana **tahap *organizing*** yang dilakukan Manajemen PR Pada Divisi *Bussines Development Officer* Bank Mandiri Cabang Batununggal Bandung Dalam Mengkatkan Minat Pelanggan Melalui Kartu Kredit ?

3. Bagaimana **tahap *actuating*** yang dilakukan Manajemen PR Pada Divisi *Bussines Development Officer* Bank Mandiri Cabang Batununggal Bandung Dalam Mengkatkan Minat Pelanggan Melalui Kartu Kredit ?

4. Bagaimana **tahap *controlling*** yang dilakukan Manajemen PR Pada Divisi *Bussines Development Officer* Bank Mandiri Cabang Batununggal Bandung Dalam Mengkatkan Minat Pelanggan Melalui Kartu Kredit ?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi yang dilakukan Manajemen PR Pada Divisi *Bussines Development*

Officer Bank Mandiri Cabang Batununggal Bandung Dalam Mengkatkan Minat Pelanggan Melalui Kartu Kredit.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Berangkat dari permasalahan yang telah penulis identifikasikan di atas tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui **tahap *planning*** yang dilakukan Manajemen PR Pada Divisi *Bussines Development Officer* Bank Mandiri Cabang Batununggal Bandung Dalam Mengkatkan Minat Pelanggan Melalui Kartu Kredit.

2. Untuk mengetahui **tahap *organizing*** yang dilakukan Manajemen PR Pada Divisi *Bussines Development Officer* Bank Mandiri Cabang Batununggal Bandung Dalam Mengkatkan Minat Pelanggan Melalui Kartu Kredit.

3. Untuk mengetahui **tahap *actuating*** yang dilakukan Manajemen PR Pada Divisi *Bussines Development Officer* Bank Mandiri Cabang Batununggal Bandung Dalam Mengkatkan Minat Pelanggan Melalui Kartu Kredit.

4. Untuk mengetahui **tahap *controlling*** yang dilakukan Manajemen PR Pada Divisi *Bussines Development Officer* Bank Mandiri Cabang Batununggal Bandung Dalam Mengkatkan Minat Pelanggan Melalui Kartu Kredit.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil dari penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan Manajemen PR serta memperkaya wawasan kalangan akademis terutama mengenai perkembangan Strategi Manajemen PR Pada Divisi *Bussines Development Officer* Bank Mandiri Bandung Cabang Batununggal dalam meningkatkan minat *public* terhadap perusahaan.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Secara praktis, penelitian ini di lakukan dengan harapan dapat berguna, yaitu bagi :

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat membuat peneliti lebih menguasai materi Strategi Manajemen PR secara lebih mendalam, khususnya dalam meningkatkan minat terhadap perusahaan serta diharapkan dapat memberikan gambaran begi peneliti mengenai pekerjaan seorang Manajemen PR dalam suatu perusahaan.

b. Bagi Universitas

Bagi universitas, khususnya program studi Manajemen PR, penelitian ini diharapkan mampu memberikan tambahan wawasan mengenai Strategi Manajemen PR suatu Bank dalam meningkatkan minat pelanggan melalui produk-produknya.

c. Bagi Bank Mandiri Bandung cabang Batununggal

Bagi Bank Mandiri Bandung Cabang Batununggal, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan tentang cara kerja Manajemen PR dan manfaat kerja Manajemen PR tersebut bagi perusahaan dalam membantu meningkatkan minat pelanggan.