

ABSTRAK

Industri perbankan merupakan suatu badan yang bergerak di bidang penyediaan pelayanan jasa perbankan. Bank Rakyat Indonesia merupakan suatu perusahaan yang bergerak di bidang penyediaan pelayanan jasa perbankan. Hubungan dengan pelanggan yang baik menjadi landasan utama sebagai upaya untuk menarik konsumen. Dalam rangka menarik perhatian dan minat konsumen perlu diterapkan strategi. Strategi tersebut adalah strategi *customer relations*.

Customer relations termasuk ke dalam kegiatan eksternal *public relations*, yang merupakan hubungan yang dilakukan oleh *public relations* untuk mengadakan komunikasi dengan publik eksternal, seperti pelanggan.

Konsumen merupakan sekelompok pra pembeli yang membeli barang – barang untuk dikonsumsi. Konsumen/pelanggan merupakan suatu sasaran yang dinamis dan cepat berubah. Kepuasan/ketidakpuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang – kurangnya sama/melampaui harapan pelanggan dan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan.

Makin ketatnya persaingan didalam dunia usaha, suatu perusahaan harus berusaha agar lebih baik daripada perusahaan pesaingnya/kompetitornya. Setidaknya memiliki kelebihan yang tidak dimiliki oleh perusahaan lain. Perusahaan harus selalu peduli terhadap pembelian ulang dari pelanggan. Biasanya dikeluarkan untuk menjangkau pelanggan lama lebih murah daripada biaya menarik pelanggan baru.

Dari hasil penelitian yang dilakukan, Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Cik Ditiro Yogyakarta menyadari arti penting dari adanya *customer relations* dalam perusahaan. Strategi *customer relations* ini memiliki hubungan dengan tingkat kepuasan nasabah. Artinya setiap strategi *customer relations* yang diterapkan oleh pihak bank akan mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah. Dengan demikian strategi *customer relations* harus selalu diutamakan untuk menjaga kepuasan nasabah. Pemahaman akan arti pentingnya strategi *customer relations* ini, membuat Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Cik Ditiro Yogyakarta menerapkan strategi ini. Perusahaan sangat perlu membangun hubungan baik dengan pelanggan, menjaga dan membina hubungan tersebut agar tetap harmonis. Hal ini dapat dilakukan dengan cara membrikan informasi yang benar tentang perusahaan, mensosialisasikan produk, meningkatkan pelayanan, serta merespon dan menanggulangi setiap keluhan pelanggan dengan baik karena pelanggan merupakan sumber pendapatan sekaligus aset perusahaan.

Strategi *customer relations* ini diterapkan berdasarkan dari kebutuhan atau keinginan dari nasabah itu sendiri seperti halnya dalam selalu memberikan pelayanan yang terbaik, penanganan keluhan secara cepat dan tepat, yang didukung dengan peningkatan sumber daya manusia serta pemantauan kepuasan nasabah. Lewat strategi ini, memungkinkan pihak bank dalam menjalankan program atau sosialisasikan program serta mempertahankan nasabahnya bisa terlaksana secara optimal. Dari kesemua hal itu, diharapkan nasabah akan menjadi puas dan tetap loyal terhadap perusahaan