

Tanggal Ujian : 02 Agustus 2021	Tanggal Revisi: 11 Agustus 2021	Disetujui:
---------------------------------	---------------------------------	------------

STRATEGI CUSTOMER SERVICE DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PELAYANAN NASABAH PADA PT BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) TBK UNIT TERITIP TAHUN 2020

Indah Purnama Sari^{*1}, Totok Ismawanto², Dahyang Ika Leni³

¹Mahasiswa Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Balikpapan

²Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Balikpapan

³Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Balikpapan

Indahpurnama1012@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the Customer Service Strategy in Increasing Customer Service Satisfaction at PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Teritip Unit 2020. The data analysis used is qualitative descriptive analysis using data collection techniques by conducting direct interviews with the parties concerned, namely customer service and data collection is primary data. The results of this study show good results that excellent service is a high-quality service and is a special service and the best service describes the work culture of a company and employees, this research is supported by Neni Wijayanti (2018) because the research shows good, fast results and careful in serving customers. Therefore, PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Teritip should continue to improve strategies in increasing customer satisfaction so that customers always feel comfortable with the services provided.

Keywords : Customer Service Strategy in Increasing Customer Service Satisfaction

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi *Customer Service* Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelayanan Nasabah Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Teritip Tahun 2020. Analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara melakukan wawancara langsung kepada pihak yang bersangkutan yaitu *customer service* dan pengumpulan data ini merupakan data primer. Hasil dari penelitian ini menunjukkan hasil yang baik bahwa Pelayanan prima adalah layanan yang bermutu tinggi dan merupakan pelayanan yang istimewa dan terbaik pelayanan menggambarkan budaya kerja suatu perusahaan dan karyawan, penelitian ini didukung oleh Neni Wijayanti (2018) karena penelitian tersebut menunjukkan hasil yang baik, cepat dan cermat dalam melayani nasabah. Oleh karena itu PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Teritip harus lebih terus meningkatkan strategi dalam meningkatkan kepuasan nasabahnya agar nasabah selalu merasa nyaman atas pelayanan yang diberikan. .

Kata Kunci : *Strategi Customer Service Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelayanan Nasabah*

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Menurut Kasmir (2014:249), bank adalah suatu lembaga keuangan yang bertugas memberikan pelayanan jasa keuangan melalui pinjaman uang (kredit), penitipan uang (simpanan), serta jasa-jasa keuangan lainnya. Oleh karena itu bank harus dapat menjaga kepercayaan yang telah diberikan oleh nasabahnya. Kepercayaan itu sangat penting dan tinggi nilainya, karena tanpa adanya kepercayaan yang didapat dari masyarakat maka bank tidak dapat hidup dan berkembang. Sebagai upaya dalam meningkatkan dan menjaga kepercayaan nasabah maka bank harus menjaga citra positif yang ada dimata masyarakat. Dengan adanya citra positif yang dapat dibangun dengan kualitas sumber daya manusia (SDM) terutama dalam hal membantu keluhan atau kebutuhan nasabah. Secara umum, *Customer service* yaitu setiap kegiatan yang diperuntukan dan ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah melalui pelayanan, sehingga dapat memenuhi kebutuhan nasabah (Kasmir, 2004:201). Jadi pengertian *Customer Service* adalah sebuah unit kerja yang dapat melayani nasabah atau calon nasabah. Pelayanan yang diberikan adalah pelayanan berdasarkan informasi dan pelayanan jasa yang dapat memberikan kepuasan dan bisa memberikan keinginan serta keluhan pelanggan. Bagi seorang *customer service* mempunyai peran yang sangat penting dalam memberikan pelayanan. Selain itu *Customer Service* juga harus dapat menjaga nasabah yang lama agar tetap menjadi nasabah bank. Maka tugas-tugas yang dikembangkan oleh para *customer service* merupakan suatu tanggung jawab kegiatan operasional dalam dunia perbankan. *Customer Service* memegang peran yang sangat penting sebagai tanggung jawab bank dalam melayani nasabah (Kasmir, 2014:250).

Tabel 1. 1 Jumlah Kenaikan Nasabah Bank Tahun 2018-2020

No	Tahun	Jumlah
1	2018	750
2	2019	860
3	2020	900

Sumber : Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Teritip

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada judul penelitian dan informasi yang telah diuraikan sebelumnya penulis mengambil suatu rumusan masalah, yaitu:

1. Bagaimana strategi *customer service* dalam meningkatkan kepuasan nasabah di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Teritip?
2. Apa saja peran *customer service* dalam meningkatkan kepuasan nasabah di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Teritip?

1.3. Tujuan Penelitian

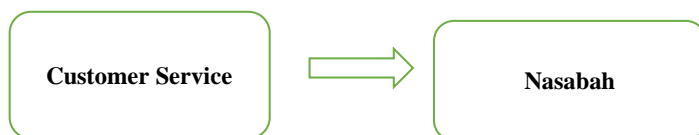
Adapun tujuan dalam penelitian yaitu:

1. Untuk mengetahui strategi *costumer service* dalam melayani nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Teritip Tahun 2020.
2. Untuk mengetahui peran *customer service* pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Teritip Tahun 2020.

1.4. Penelitian Terdahulu

Penelitian dilakukan oleh Tia Artika (2018)), Kualitas pelayanan menjadi faktor yang sangat menentukan dalam keberhasilan usaha. Tidak hanya dalam bisnis perbankan tetapi mencakup semua perusahaan. Perusahaan juga harus menyadari bahwa pentingnya berwawasan pelanggan dan mementingkan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik akan dapat meningkatkan nilai pelanggan. Nilai pelanggan adalah penilaian menyeluruh atas kegunaan suatu produk atau jasa berdasarkan persepsi atas apa yang diterima dan apa yang diberikan. Penelitian lain juga di lakukan oleh Yolanda Darma Fernandes dan Doni Marlius (2018), Pelayanan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan factor materi melalui sistem, prosedur dan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya. Dalam memberikan pelayanan, *Customer Service* bank selalu di tuntut agar dapat memuaskan nasabah tanpa melanggar harga diri atau etika.

1.5 Kerangka Pemikiran



2. Metodologi

2.1. Objek dan Waktu Penelitian

1. Objek Penelitian

Objek penelitian yang digunakan adalah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Teritip. Sedangkan untuk obyek yang diteliti adalah mengenai strategi *customer service* dalam meningkatkan kepuasan nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Teritip itu sendiri

2. Waktu Kegiatan

Waktu penelitian akan dilaksanakan dalam waktu terhitung dari bulan Februari hingga Juli 2021.

2.2. Jenis Data dan Metode Pengambilan Data

1. Jenis Data

Data primer disebut juga data langsung yang dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertama. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah pimpinan bidang pelayanan dan operasional *customer service*. Sumber data sekunder yaitu bahan-bahan atau data yang menjadi pelengkap dari sumber data primer,

sumber data yang diperoleh melalui buku-buku pustaka, dokumen-dokumen yang merupakan hasil penelitian.

3. Metode Pengambilan Data

Metode *Interview* (wawancara). Metode *interview* merupakan teknik pengumpulan data dimana peneliti menggunakan teknik wawancara dengan membawa sederetan pertanyaan yang lengkap dan terperinci. Dokumentasi merupakan cara yang digunakan untuk mengumpulkan data berupa data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan masalah penelitian. Observasi merupakan penelitian dalam rangka mengumpulkan data yang berkaitan dengan masalah penelitian melalui proses pengamatan langsung di lapangan. Peneliti berada ditempat itu, untuk mendapatkan bukti-bukti yang valid dalam laporan yang akan diajukan.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Penerapan Strategi *Customer Service* Yang Dilakukan Oleh Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Teritip

Untuk mengukur kesuksesan manajemen pemeliharaan, maka ada dua unsur yang harus ditentukan terlebih dahulu, yaitu keterlibatan karyawan dan dalam *Customer Service*. *Customer Service* adalah strategi untuk mengelola hubungan dan interaksi organisasi dengan pelanggan dan pelanggan potensial. Sistem *Customer Service* membantu perusahaan tetap terhubung dengan pelanggan, merampingkan proses dan meningkatkan profitabilitas. Berdasarkan hasil wawancara kepada informan bahwa strategi *customer Service* yang dilakukan adalah dengan menyambut nasabah dengan Ikhlas. Memberikan "*Service Excellent*" kepada nasabah, baik pada saat meminta informasi sebelum jadi nasabah, maupun pada saat sudah jadi nasabah. *Service excellent* ini wajib diberikan kepada nasabah, agar nasabah merasa betah dan dilayani atau terpenuhi keinginannya dan kebutuhannya.

3.2. Penerapan Pelayanan Prima Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Teritip

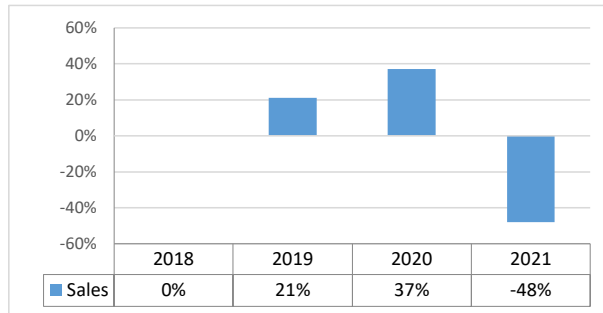
Pelayanan prima adalah segala dari upaya yang terbaik dan sempurna dari kita yang diwujudkan dalam bentuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah, sehingga nasabah tersebut merasa puas, karena inti dari pelayanan itu adalah kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap produk atau jasa yang seharusnya sesuai dengan kenyataan yang diterima dengan adanya hal utama dalam pelayanan untuk memastikan pelanggan dilayani secara prima yaitu dengan cara lebih dekat secara pribadi dengan adanya karakteristik pelanggan yang berbeda-beda. Tidak hanya selera tapi juga keinginan dan kebutuhannya akan pelayanan berbeda. Karena itu setiap perusahaan harus lebih dekat kepada pelanggan. Dengan melakukan pendekatan untuk mengetahui apa saja keinginan mereka. Bila perlu lakukan pendekatan secara personal untuk memberikan pelayanan terbaik yang mereka butuhkan. Selain itu meningkatkan kemampuan pelayanan dari karyawan juga sangat penting untuk memberikan pelayanan prima bagi pelanggan tidak hanya harus

menjadi keinginan pemilik perusahaan. Setiap karyawan harus memiliki keinginan yang sama sehingga kemampuan mereka melayani pelanggan semakin prima. Bank BRI Unit Teritip menggunakan sistem reward juga punishment untuk setiap pelayanan prima yang diberikan karyawan nya guna menambah semangat kerja bagi para karyawan Bank BRI tersebut. Selain itu informasi yang cepat setiap pelanggan atau nasabah selalu menginginkan pelayanan prima yang tidak hanya tepat tapi juga cepat. Berikan kesempatan pelanggan dengan memberikan informasi yang mereka perlukan secepatnya. Jangan sibuk mencari alasan melainkan penuhi setiap keluhan pelanggan.

3.3. Hasil Pengamatan Strategi *Customer Service* Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah

Menurut pengamatan yang peneliti lakukan dengan cara melakukan wawancara ke Bank BRI Unit Teritip, Peneliti mewawancarai petugas *Customer Service* Bank BRI Unit Teritip bahwa pada tahun 2018-2020 nasabah Bank BRI Unit Teritip mengalami kenaikan. Dari hasil wawancara yang saya dapat di tahun 2018 -2019 jumlah nasabah mengalami kenaikan sebesar 21% dengan jumlah nasabah sebanyak 750 nasabah dan di tahun 2019-2020 juga mengalami kenaikan sebesar 37% dengan jumlah nasabah sebanyak 860 nasabah Dapat di artikan penerapan strategi yang digunakan *Customer Service* pada Bank BRI Unit Teritip terbilang efisien karena adanya kenaikan jumlah nasabah, Meskipun ditahun 2019-2020 terjadi masa pandemi Covid-19 jumlah nasabah Bank BRI Unit Teritip mengalami kenaikan namun sangat disayangkan di tahun 2020-2021 ini jumlah nasabah mengalami penurunan sebesar -48% dengan jumlah 630 nasabah. Penyebab terjadinya penurunan disebabkan dengan meningkatnya Virus Covid-19 tersebut, dan sebagai *Customer Service* mereka tidak hanya diam tetapi mereka juga harus mencari nasabah yang baru dengan cara mempromosikan keunggulan yang ada di Bank tersebut atau dengan melayani secara online. Saat ini sudah banyak perusahaan yang menerapkan aplikasi-aplikasi yang bisa membantu kita. Di masa pandemi seperti ini diharapkan bagi semua masyarakat agar tetap diam dirumah maka dari itu Strategi *Customer Service* harus di tingkatkan lagi agar nasabah tetap mengalami kenaikan.

Gambar 4. 1 Grafik Kenaikan Jumlah Nasabah



Sumber: *Customer Service* Bank BRI Unit Teritip (2020)

4. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian “Strategi *Customer Service* Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelayanan Nasabah Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Teritip Tahun 2020”. Strategi yang dilakukan oleh *Customer* telah termasuk dalam kategori yang baik dan telah sesuai dengan apa yang diharapkan oleh nasabah sehingga mendapatkan penilaian yang positif dari nasabah. Berdasarkan hasil wawancara yang saya dapat mengenai strategi yang digunakan yaitu:

1. Strategi komunikasi
2. Strategi pendekatan
3. Strategi pertemuan dengan nasabah

Dari ketiga strategi yang digunakan Bank BRI Unit Teritip itu sendiri telah membuktikan bahwa strategi yang mereka gunakan saat ini cukup efektif. Dapat dilihat dengan adanya kenaikan jumlah nasabah pada tahun 2018 -2019 jumlah nasabah mengalami kenaikan sebesar 21% dengan jumlah nasabah sebanyak 750 nasabah dan di tahun 2019-2020 juga mengalami kenaikan sebesar 37% dengan jumlah nasabah sebanyak 860 nasabah. Dapat di artikan bahwa penerapan strategi yang digunakan *Customer Service* pada Bank BRI Unit Teritip terbilang efisien karena adanya kenaikan jumlah nasabah, Meskipun ditahun 2019-2020 terjadi masa pandemi *Covid-19* jumlah nasabah Bank BRI Unit Teritip mengalami kenaikan namun sangat disayangkan di tahun 2020-2021 ini jumlah nasabah mengalami penurunan sebesar -48% dengan jumlah 630 nasabah. Penyebab terjadinya penurunan yaitu disebabkan dengan meningkatnya virus *Covid-19* tersebut.

5. Saran

Adapun saran yang dapat diberikan untuk PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Teritip adalah sebagai berikut:

Berdasarkan kesimpulan di atas, peneliti dapat memberikan saran yaitu:

1. Kepada Bank BRI Unit Teritip untuk tetap mengadakan pelatihan-pelatihan yang lebih baik dan mengevaluasi kinerja pegawainya supaya dapat meningkatkan kinerja dan pelayanan karyawan Bank BRI Unit Teritip. Kemudian disarankan juga untuk kedepannya agar Bank BRI Unit Teritip

mampu mempertahankan tingkat keefektifitasannya dalam menerapkan strategi pelayanan nya.

2. Agar para nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan *Customer Service* Bank BRI Unit Teritip, maka *Customer Service* tersebut harus bisa memberikan pelayanan yang lebih baik lagi, seperti cepat tanggap, memberikan solusi terhadap nasabahnya dengan waktu yang tidak terlalu lama, dan sistematis.

6. Ucapan TerimaKasih

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Ramli, S.E., M.M, selaku Direktur Politeknik Negeri Balikpapan.
2. Bapak Drs. Totok Ismawanto, MM.Pd selaku Dosen Pembimbing I saya yang telah memberikan arahan selama proses penyusunan Tugas Akhir ini.
3. Ibu Dahyang Ika Leni Wijayani, S.E., M.Ak selaku Dosen Pembimbing II saya yang juga telah memberikan arahan selama proses penyusunan Tugas Akhir ini.
4. Para Dosen pengajar Program Studi Perbankan dan Keuangan, Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Balikpapan atas segala ilmu yang bermanfaat yang telah diberikan selama masa perkuliahan.
5. Kedua orang tua dan kakak saya yang selalu memberikan Doa dan dukungan kepada saya agar terselesaikannya Tugas Akhir ini.

Daftar Pustaka

- Artika (2018). Pengaruh Strategi Pemasaran, Kualitas Pelayanan Dan Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Capital Indonesia Tbk Cabang Wisma Kodel. Jurnal STIE Ekonomi, Vol. 27 No. 01
- Della, A. (2019). Strategi Penerapan *Customer Service* Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada Bprs Muamalat Harkat (Studi BPRS Muamalat Harkat Kec Sukaraja Kab Seluma Kota Bengkulu). Jurnal EMBA, Vol. 1 No.4
- Ikatan Bankir Indonesia. (2018). Mengelola Kualitas Layanan Perbankan Edisi 1 Jakarta Pusat : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kasmir, 2014. Analisis Laporan Keuangan, cetakan ke-7. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Kasmir. (2014). Manajemen Perbankan. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kasmir. (2005). Etika *Customer Service*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Commented [T1]: LIHAT TEMPLATE. APA YANG KURANG TANYA TEMANNYA KALAU BINGUNG

- Kasmir. 2004. Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya. Jakarta: PT. Raja Grafindo
- Kolter. (2000) Ciri-ciri Konsumen Yang puas <https://www.e-jurnal.com/2014/11/ciri-ciri-konsumen-yang-puas.ml?m=1>
- Lestari, Chrismi Anggun Dwi(2019) Pengaruh Kualitas Pelayanan Kepercayaan dan Proses Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV Agus Jaya Tailor Kota Padang.
- Lovelock.H.C,dkk.2005. “ManajemenPemasaranJasa. Jakarta : PT. Indeks
- Martin, William B. (2005), “Quality *Customer Service*”, PPM, Jakarta.
- Miles, M. B. & Huberman, M. (1992). Analisis Data Kualitatif. Jakarta: Penerbit
- Moleong, Lexy J. (2007). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Neni, W. (2018). Peran *Customer Service* Dalam Meningkatkan Pelayanan Kepada Nasabah Bank Lampung Cabang Bandar Jaya. Undergraduate thesis, IAIN Metro.
- M. Nur Rianto Al Arif. (2010). Dasar-Dasar pemasaran Bank Syariah. Bandung:AlfabetaPersada
- Philip Kotler.(2000). Marketing Manajemen.(New Jersey:Prentice)
- Rahmayanty,N. (2010). Manajemen Pelayanan Prima. Yogyakarta: Graha Ilmu,89
- Randil Sepyuhantomi (2019) Pengaruh Kualitas Pelayanan Kepercayaan dan Proses Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV Agus Jaya Tailor Kota Padang.
- Rosi, P., A.. (2010). Mekanisme Kerja *Customer Service* Dalam Aktivitas Operasional PT Bank Syariah Mandiri (BSM) Tbk Cab.Padang Jurnal OSF Preprints, Vol. 17 No. 2
- Sugiyono. (2007). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D. Bandung: Elfabeta.

Pembimbing 1

Pembimbing 2

Drs. Totok Ismawanto, MM.Pd
NIP: 196204231988031008

Dahyang Ika Leni Wijayani, S.E., M.Ak
NIP: 198608042019032005

Note : Format ttd persetujuan di scan dan dilampirkan di artikel untuk dipublikasikan ke tim editor JMAP Poltekba. [<http://ejournal.poltekba.ac.id/index.php/jmap>]